

EILEAN HOOPER-GREENHILL: MUZEJI I NJIHOVI POSJETITELJI ("MUSEUMS AND THEIR VISITORS") ROUTLEDGE, LONDON & NEW YORK, 1994., 1996.

Tončka Cukrov

Muzejski dokumentacijski centar

Zagreb

Autorica knjige "Muzeji i njihovi posjetitelji", Eilean Hooper-Greenhill, poznata je našoj stručnoj javnosti svojim ranijim knjigama. Posebnu pozornost izazvala je knjigom "Muzeji i oblikovanje znanja" (Prikaz I. Maroevića, Novi pogled na razvijanje i ulogu muzeja, IM 26 (1-4) 1995., str. 104-107), gdje je predstavila muzej kao aktivnog sudionika u oblikovanju znanja s obzirom na predmete baštine koja su njegova osnovna djelatna sredstva. Svoju je tezu iznijela u skladu s novim tumačenjem povijesti što ga nudi "effective history" (djelatna povijest) čiji su nosioci M. Faucault i F. Braudel. Taj pristup uključuje analizu svjetonazora povijesnih razdoblja, a ne kronologiju razvojnog toka. Takvim holističkim pristupom analizira i suvremeni muzej u knjizi "Muzeji i njihovi posjetitelji".

E. Hooper-Greenhill direktor je i voditelj Muzejskih studija na Sveučilištu u Leicesteru (Velika Britanija), gdje predaje "Komunikaciju i edukaciju". Knjigu "Muzeji i njihovi posjetitelji" posvetila je svojim studentima, međutim, ona je namjenjena svim muzejskim stručnjacima. Okosnica knjige je elaborirana teza o suvremenome muzeju i njegovoj ulozi komunikatora u zajednici. Započete promjene posljednjih godina u muzejima ne samo u Engleskoj već diljem svijeta u skladu su sa zahtjevom dinamičnog vremena u kojem živimo i njegovom naglašenom potrebom za "svrhovitim djelatnostima". Stoga, autorica na početku knjige postavlja pitanja: "(...) Koja je korist objekta koje je tako skupo održavati? Zašto bi društvo koristilo rijetka sredstva za održavanje kolekcija? Kako mogu artefakti, uzorci i objekti s dalekih krajeva planeta utjecati na naše živote u današnjem, često teškom kompliciranom svijetu? Koliko oni vrijede ljudima? (...)". U analizi koja slijedi dani su odgovori koji proizilaze iz promjene muzejske prakse, gdje se uloga muzeja pomiče "od skupljanja prema komunikaciji" (E. Hooper-Greenhill, Muzeji i njihovi posjetitelji, str.1.), "...Ovaj pokret prema posjetiteljima shvaća se kao jedini put prema naprijed" (idem), a on je, po mišljenju autorice, vrlo izazovan.

Knjiga "Muzeji i njihovi posjetitelji" u 9 poglavlja analizira komunikacijske veze posjetitelja i muzeja i galerija. Naglasak je na metodama komunikacije, a ne na sadržaju samih poruka, što je potkrijepljeno nizom primjera iz konkretne muzejske prakse. U prvom poglavlju autorica govori o muzeju kao komunikatoru te njegovoj

edukativnoj ulozi u zajednici. Ukazuje na razliku između formalne i neformalne edukacije te na mogućnosti ove posljednje u muzejima i galerijama. Staro viktorijansko stajalište (op. a.) o muzeju kao mjestu učenja, ponovno se aktualizira te se posljednjih godina pojačava uloga muzejske edukacije općenito. To potvrđuje primjer Velike Britanije, koja je nova polazišta muzeja kao edukatora i komunikatora usvojila u okviru Nacionalne strategije muzeja (Museums Association, 1991., idem str. 8.). U nekim drugim zemljama donijeti su slični akti, kao npr. u Australiji i SAD-u. U tim sredinama pri izrađivanju strategije budućeg rada muzeja i galerija istražuje se "muzejsko tržište posjetitelja". To je uvjetovalo pojavu novog stručnjaka vezanog uz komunikaciju tzv. "audience advocate" (zastupnik muzejskih posjetitelja). U uspješnom radu muzeja i galerija važnu ulogu ima i marketinški odjel. To sve vodi većoj odgovornosti, ali i većem natjecateljstvu spram agresivne industrije turizma.

Predstavljen je niz uspješnih primjera koji su privukli brojne posjetitelje u muzeje. Među njima je i projekt muzeja tvornice čokolade nazvan "Cadbury World: the Chocolate Experience" (Burnvill kraj Birnighama, V.B.). Projekt je spojio edukativni aspekt s odmorom i zabavom, i njegovi rezultati potvrđuju nužnost približavanja muzejskih institucija svojim posjetiteljima. Ta filozofija će poslužiti na putu ka preživljavanju muzeja odnosno, kako kaže autorica, "Muzeji moraju komunicirati ili umrijeti!" (idem, str. 34.).

U drugom poglavlju analizirana je komunikacija u muzejima i galerijama, ali sa stajališta mas-komunikacijskog sistema kojem oni pripadaju. S tog stajališta muzeji i galerije po prirodi svog posla komunikaciju s posjetiteljima provode na tri načina - prvo direktno: kroz priču, stručno vodstvo, demonstracije, priredbe itd.; drugo korištenjem mas-medija: TV, video, suvenir itd.; treće korištenjem pisanog teksta kojima se obraćaju zajednici kao što su: plakati, obavijesti u novinama i sl., i publikacije na svim nivoima. U dosadašnjoj muzejskoj praksi muzeji nisu shvaćali svoju ulogu komunikatora, te su taj aspekt djelatnosti prepuštali slučaju. Autorica ističe da je mali broj muzeja imao koherentnu i dobro vođenu strategiju komunikacije.

U trećem se poglavlju knjige analizira tko sve ide u muzej. Koncentrira se na posjet, na znanje o vrsti posjeta u relaciji s ulogom muzeja u društvu. Izvor informacija o muzejskim posjetima uključuje akademska istraživanja, vladine statistike, istraživanje industrije turizma stvorene unutar muzeja i galerija. Najveća istraživanja na tom području provodila su se u SAD-u, a u Europi u Nizozemskoj, Njemačkoj, Francuskoj i Švedskoj. Istraživanja su u Velikoj Britaniji pokazala su da su najbrojniji posjeti muzejima realizirani u okviru turističkih posjeta, zatim školskih posjeta te posjeta odraslih. Autorica je istaknula da su takva istraživanja u koja su uključeni kvalitativni i kvantitativni parametri vrlo važne informacije za menadžment.

O istaživanjima upitnicima, intervjuima i opažanjima te o evaluaciji govori se u sljedećem poglavlju. Evaluacijska istraživanja pokazala su se korisnima kad su u pitanju izložbe (pri analizi se koristila predhodna, formativna i zaključna evaluacija). Za

zaključnu evaluaciju zanimljivi su primjeri u muzejima koji imaju "sobu otkrića" (Discovery Room), gdje posjetitelji koristeći se nekim predmetom vezanim uz izložbu ostvaruju direktno iskustvo (The Royal Ontario Museum, Canada; idem, str. 78.).

U petom i šestom poglavlju analiziraju se potrebe publike s obzirom na njihovu etničku i kulturnu pozadinu, socijalnu, dobnu ili neku drugu. Neredoviti posjetitelji često karakteriziraju muzeje i galerije kao mjesta intimne atmosfere koja se mogu odgađati, drugi, da su to pljesniva, zastarjela i prašnjava mjesta itd. "(...) something all fusty, musty and dasty (...)" (idem, str. 91.). Stoga da bi im se približio muzej/galerija, potrebno je samo upoznati njihove želje i potrebe i učiniti atmosferu dobrodošlom, ugodnom, domaćom, pripadajućom. (idem, str. 114.). Istraživanja usmjerena na potrebe ciljanih grupa važna su kako bi se odredio karakter događanja, izložbe, publikacije ili muzeja. Ciljane grupe (obitelji, škole, starije osobe, žene, muškarci, lokalne etničke zajednice, turisti) u okviru tako oblikovanih projekata najbrojniji su posjetitelji, stoga im je važno posvetiti više pažnje.

U sedmom poglavlju analizira se, uz niz primjera u muzejima i galerijama, jezik i tekstovi. Kao jedan od oblika prenošenja poruka u muzeju jezik je jednako važan kao i sam predmet. Važno ga je razumjeti i ispravno upotrijebiti jer se njime strukturira iskustvo posjetitelja, podržava ili obeshrabruje, obavještava ili mistificira.

U sljedećem poglavlju definira se učenje i opisuju se načini učenja u muzeju/galeriji: prvo, učenjem na daljinu - izložbe, publikacije, video, učiteljevi paketi, edukacijski servisi i pokretni muzej i, drugo, učenjem direktno uz pomoć učitelja - dodir, crtanjem, izradom, pričanjem, glumom, predavanjem, radionicom. Autorica zaključuje kako je muzej/galerija mjesto koje pruža brojne mogućnosti učenja za djecu i odrasle. Ono nudi priliku za formalnu i neformalnu edukaciju, aktivno sudjelovanje ili pasivnog promatrača kroz dugo strukturiran tečaj ili jednokratni posjeti. Oni su mjesta za učenje i mjesta o kojima se može učiti, mjesta za učenje spojeno s ugodom. Neki muzeji koriste se ovim potencijalima, dok drugi imaju druge prioritete. Stoga autorica upućuje na drukčije upravljanje muzejom kojem posvećuje posljednje poglavlje knjige. Zasebno obrađuje menadžment, komunikacije i buduće planiranje dotičući se i politike i plana marketinga, politike izložaba, politike edukacije, potražračke politike i volonterske politike. Autorica naglašava ulogu upravnih struktura muzeja/galerija koja, kao veza, najbolje vidi komunikaciju između unutrašnjih struktura i osoblja te posjetitelja i može je usmjeravati (idem, str. 172.).

Knjiga "Muzeji i njihovi posjetitelji" pruža niz analiza koje govore o položaju muzeja/galerija i njegova rada u budućnosti. Oni su vitalni dio edukacije i kulturnog zdravlja pojedinog društva i zajednice. Međutim, budućnost muzeja i galerija, po mišljenju autorice, jest u rukama i srcima njihovih korisnika koji su zahtjevni, načitani i željni novog. Stoga čitanje ove knjige, koja je, mogli bismo reći, neka vrsta stručnog vodiča, sigurno će olakšati sagledavanje načina rada muzejskih pedagoga, ali i oblikovanje smjernica rada ne muzeja budućnosti, već muzeja danas.

Primljeno: 24. XI. 1997.

IZDAVAČKA DJELATNOST HRVATSKOGA POVIJESNOG MUZEJA

Osvrt na kataloge zbirke i izložaba od 1995. do 1997. godine

Rhea Ivanuš

*Hrvatski povijesni muzej
Zagreb*

Desetljećima Hrvatski povijesni muzej - Povijesni muzej Hrvatske predstavlja javnosti brojne, tematske, specijalizirane, kompleksne reprezentativne izložbe, te građu iz muzejskog fundusa.

Povijesne zbirke utemeljene su prema vrsti predmeta, podijeljene u 16 cjelina, a po sadržaju i temama su veoma raznolike. Muzej građu prikuplja, zaštićuje, stručno obrađuje, izlaže i objavljuje u katalozima s osobitom pozornošću, pa tako pojedine predmete, dijelove zbirke i nedovoljno izlaganu građu prepušta prosudbi javnosti i stručnjaka.

Mnoge zanimljive i lijepe zbirke javnosti približavaju i katalozi, koji daju osobitu dimenziju povijesnome istraživanju, odnosno njegovu rezultatu. Riječ je dugogodišnjem radu kustosa (voditelja zbirke) koji, osim što pripremaju izložbe, provode i znanstvena istraživanja utemeljena na tematskom proučavanju nacionalne i opće povijesti (uz primjenu svih dostupnih postupaka) te ih objavljuju u vrijednim stručnim publikacijama.

Svako objavljivanje podataka o muzejskom predmetu i njegovo izlaganje prvorazredan je kulturni i društveni događaj, jer autor izložbenog projekta odnosno kataloga time pridonosi prevrednovanju bogatoga kulturno povijesnog naslijeđa, a nerijetko upozoruje na udjel i opći doprinos hrvatskog naroda duhovnome bogatstvu Europe.

Objavljivanje dijela zbirke, osim što omogućuje vizualni doživljaj, donosi opširnu, temeljito obrađenu dokumentaciju o predmetu (kataložnoj jedinici), opsežan popis znanstvene literature, pažljivo odabrane fotografije muzejskih predmeta.

Tako izložak posredstvom katolga posjetitelju izložbe ili čitatelju predočuje povijest ne kao puko nizanje činjenica, već kao prirodan tijek postupnoga političkog i kulturnoga samosvješćivanja jednog naroda.

U nakladi Hrvatskoga povijesnog muzeja u posljednje tri godine pripremljeno je nekoliko posebno vrijednih kataloga. Potkraj 1995. godine obnovljen je i sadržajno proširen Katalog broj 13, katalogom muzejskih zbirke broj 26, pod naslovom Grbovi, grbovnice i rodoslovlja. U 1996. godini tiskan je katalog Zastave kroz stoljeća, što predstavlja 27. u nizu kataloga zbirke Muzeja. Iste godine objavljen je katalog izložbe "Museum 1846.-1996." u povodu obljetnice osnivanja Narodnoga muzeja (Museuma) i katalog izložbe Sva sila put Visa. Redni broj 28 nosio je katalog Odlikovanja Nezavisne Države Hrvatske iz zbirke dr. Veljka Malinara, dok je 29. bio katalog zbirke vatrenog oružja Lovačke puške i pribor.