

- praćeni su obrazovni programi namijenjeni djeci sve dobi,
  - osnovane su muzejske radionice,
  - postavljene su pokretne tematske izložbe u predškolskim i školskim ustanovama,
  - postavljeni su i organizirani muzejski kutići u dječjim centrima i vrtićima,
  - obrađene su methodske jedinice u okviru školskog plana i programa u muzeju i školama,
  - educirani su nastavnici,
  - organiziran je rad učenika u muzeju na stalnom postavu,
  - korišteni su muzejski predmeti u nastavi,
  - izrađeni su vodiči, radni listići, priručnici za rad učenika u muzeju,
  - ostvarena je suradnja s dječjim kulturnim i umjetničkim društvima, kino-sekcijama itd.
- U tom radu muzejski pedagozi i pedagoške službe imali su sjajan primjer svog učitelja dr. Antuna Bauera.

## Bilješke:

1. Bauer, Antun. Odgojna i obrazovna djelatnost muzeja. OSVRTI, III. dio, str. 15, rukopis, MDC, Zagreb, 1980. god.
2. Bauer, Antun. Muzeji kao naučne i kulturno prosvjetne ustanove. Glasnik slavonskih muzeja, br. 3, str. 6. Vukovar, 1967.godina.
3. Bauer, Antun. Muzejska propaganda i povremene muzejske izložbe. Muzeologija, br. 2, str. 92 i 93, Zagreb, 1953. god.
4. Savjetovanje o pedagoškoj djelatnosti u muzejima u Sloveniji. Ljubljana 5. XII. 1985. god. ARGO 25, str. 84, Prilog diskusiji, Ljubljana, 1986. god.

## ANTUN BAUER I PUBLIC RELATIONS

### VIŠNJA ZGAGA

Individualne predispozicije svakog čovjeka u osnovi oblikuju interesne sfere, njegovu djelatnost i stavove. Dr. Antun Bauer jedan je od rijetkih pojedinaca koji je svojim nemjerljivim entuzijazmom i ljubavi prema umjetnosti i lijepome, prema baštini i ljudskom stvaralaštvu, pokrenuo čitav niz aktivnosti na području umjetnosti, povijesti umjetnosti a nadalje muzeja. Njegov organizacijski talent, inicijativnost i sposobnost pozitivnog djelovanja učinili su ga spiritus movensom mnogih akcija i inicijativa. Od osječkih školskih dana, na koje se često vraća u svim svojim zabilješkama i rukopisima, do stalno otvorenih vrata svojega stana u Krajiškoj ulici, dr. Bauer već poslovičnom gostoljubivošću primao je i prima generacije poklonika umjetnosti, amatere, profesionalce, marginalce i istraživače, muzealce. Nema danas gotovo ni jednoga muzejskog stručnjaka koji nije osjetio Bauerovu ljubav u davanju, prenošenju znanja i savjetovanju, angažmanu i stalnom bodrenju.

Množina njegovih interesa, intenzivno praćenje svjetskih događaja, stalna nazočnost svugdje gdje se događala bilo kakva kulturna aktivnost, poznavanje i otvorenost prema ljudima, učinili su već zadavna od dr. Bauera živu, komunikativnu, kulturnu instituciju. Pokušavajući rezimirati aktivnost dr. Bauera, kolekcionara i donatora, osnivača

i inicijatora mnogih muzejsko-galerijskih ustanova, znanstvenika i pionira muzeologije na našim prostorima, ne može se da se ne zapita za osnovne motive takve aktivnosti. Temeljni poriv za prof. Bauera bila je teza prema kojoj se očuvanjem kulturne baštine i sviješću o njenoj važnosti za svaki narod, svakog čovjeka prelazi u krug tzv. civiliziranih naroda. To je, gotovo bismo mogli reći, opće mjesto njegovih mnogih rukopisa, članaka i rasprava; kao osnovni motiv provlači se tema "izaći iz mraka i postati dio europske kulture". Postati dio Europe u kulturnom smislu znači osvijestiti vlastitu kulturnu samosvojnost. Ta ideja trebala je stimulirati ljude na kreativnost i rad.

Možda je u prihvaćanju svekolikog umjetničkog stvaralaštva i aktivnosti s kulturnjačkim predznakom bio nekritičan; možda jest, ali je uvijek bio na strani djelovanja, aktivnosti i poduzetnosti. Katkad bi se znao založiti za stvari bez dovoljne kvalitete ili jednostavno bez kriterija, no uvijek se borio protiv pasivnosti, letargije i neinventivnosti. Ove odrednice treba imati na umu pri procjeni njegova odnosa prema sredini čije je potrebe uvijek uvažavao i, što je jako važno, nikada je nije podcjenjivao. Nadalje, otvorenost prema novom uvijek su ga doveli do preispitivanja onoga staroga. Tako su pitanja o cilju, svrsi, misiji ili funkciji muzeja bila ona kojima se uvijek vraćao. Želja, dakle, da se djeluje na društvo uz uvažavanje potreba tog društva, te stalno preispitivanje vlastite funkcije osnovne su odrednice svake public relations pobude. U tom kontekstu dr. Antun Bauer je u osnovi čovjek

koji ima izraziti smisao i talent za, rekli bismo danas, public relations, odnose s javnošću.

I prije pojma animator (termina sedamdesetih godina) ili PR (termina osamdesetih), Bauer je intuitivno shvatio važnost takvih aktivnosti i inzistirao na tome. Glavnina njegovih izdavačkih pothvata upravo je imala svrhu da informira i animira stručnu javnost. Bilten Informatica Museologica pokrenuo je dr. A Bauer 1953. godine i izdavao ga u vlastitoj redakciji i nakladi od 1953 sve do 1973. godine, kada izdavač postaje Muzejski dokumentacioni centar, a glavni urednik Branka Šulc. To je, uz Vijesti Društva muzejsko-konzervatorskih naučnih radnika NRH, pokrenutih 1952. godine, bio jedini časopis, prva stručna publikacija namijenjena muzejskim stručnjacima u našoj zemlji koja je sustavno pratila njihov rad. Upravo u toj publikaciji dr. A. Bauer objavljuje pionirski članak o nužnosti korištenja propagandom u populariziranju muzejske građe, kulturne baštine. U to vrijeme europska iskustva muzejske propagande nisu bila tako znatna da bi se mogla formulirati standardna načela djelovanja. U Americi, zemlji vladavine masmedija, iskustva već postoje i prije drugoga svjetskog rata. Ako pokušamo pronaći neke svjetske paralele, koje su vjerojatno i potaknule dr. Bauera da progovori o tim problemima, bit će to članci koji su prikazani u časopisu MUSEUM, a koji govore o američkom iskustvu korištenja radijom<sup>1</sup>, odnosu prema tisku<sup>2</sup> i televiziji<sup>3</sup>. Navedeni članci pregled su pokušaja populariziranja rada muzeja kroz medije, uz

prikaze iskustva pojedinih muzeja i konkretne upute za rad s medijima. Tako se, na primjer, opisuje upotreba radija kao edukativnog i propagandnog sredstva, navode se tipovi emisija (razgovor, intervju, diskusija, okrugli stol, dramatizacija) te se daje pregled raznih muzejskih programa. Valja istaknuti da je Američko udruženje muzealaca već 1931. godine osnovalo unutar svoje udruge Odbor za radio.

Poimanje suvremeno orijentiranog muzeja kao obrazovnog i kulturnog centra ističe činjenicu da su muzeji izvori različitih mogućih informacija i priča, što je zahvalno za obradu u tisku. Upućuje se na nužnost osnivanja odjela u muzeju koji će se baviti takvom promocijom. U opisu korištenja televizije razloženi su programi s umjetničkom tematikom i iskustva iz Muzeja moderne umjetnosti, New York iz 1941. godine.

Na tim osnovama dr. Bauer objavljuje svoju viziju muzejske propagande<sup>4</sup>. Tih godina počinje u našoj zemlji zamah u razvoju muzeja, organizacije muzejskog rada a očituje se počecima muzejske publicistike, časopisa Vijesti Društva muzejsko-konzervatorskih naučnih radnika NR Hrvatske (prva urednica bila je dr. Lelja Dobronić, koja je ujedno i vodila Sekcije za propagandu pri Društvu) i biltena Muzeologija u vlastitoj nakladi i prema uređivačkoj politici A. Bauera.

U tom članku, Muzejska propaganda i povremene muzejske izložbe, dr. Bauer se kritički osvrnuo na koncepciju muzeja kao znanstvene ustanove. Ustvrdivši da smjernice rada pojedinih muzejskih ustanova

određuju ljudi koji u njima rade, vezanost uza znanost odredila je i rad muzeja u kojem su najčešće kustosi i ravnatelji bili znanstveni djelatnici. Tako je glavni korisnik muzeja bio uski intelektualni krug. Znanstvene i stručne publikacije kao i terenski rad, a time i povećanje zbirke, pozitivan su rezultat ove koncepcije. No, što je s recepcijom muzeja u široj zajednici? Na osnovi statističkih podataka o posjetu u zagrebačke muzeje (60% organizirano, 25% turisti, 15% ostalo) te podataka o posjećenosti izložbe Srednjovjekovna umjetnost naroda Jugoslavije (na kojoj je dr. Bauer i sam radio) upućuje na neminovnost organizirane, stalne i sustavne propaganda za najširi krug ljudi. Da bi rezultati bili zamjetni, potrebno je angažirati jednog čovjeka koji će se baviti isključivo time. Navodi osnovne metode muzejske propagande: oglasi, članci i prikazi u novinama i na radiju, plakati, film, vodiči, publikacije i reprodukcije, predavanja i priredbe te povremene izložbe.

Razradio je svaki od spomenutih elemenata. Sugerira propagandu muzeja kroz publicističku djelatnost, a kao primjer navodi temu koja bi mogla biti zanimljiva širem krugu čitatelja - "zanimljivosti iz života" muzeja. Zagovara tisak stalnog plakata muzeja ističući pozitivne primjere Muzeja za umjetnost i obrt iz 1946.godine (Edo Kovačević), i Moderne galerija (Marcel Gorenc) i Muzeja grada Zagreba iz 1952. godina. Misao, dakle, o važnosti stvaranja slike, predodžbe muzeja kod publike, imida ustanove, i uz pomoć plakata govori o Bauerovoj senzibilnosti za nove medije i

njihovu upotrebu u suvremenoj propagandi. Koliko je važna povezanost muzeja u propagandnim akcijama i kolika bi trebala biti zainteresiranost turističke privrede za razvoj muzeja pokazuju i primjeri koje navodi dr. Bauer; zajednički plakat svih muzeja Zagreba 1951. godine za Velesajam (hrvatski, engleski i francuski) u 2 formata, te izdanje Gradskog turističkog ureda publikacije Muzeji galerije grada Zagreba u redakciji Z. Vojnovića i I. Škrobota 1948. godine.

Već davne 1952. godine zagovara Bauer i organiziranje prodavaonice u muzeju, "museum shop"; bilo bi poželjno da se u svakome muzeju mogu dobiti, uz vodiče i reprodukcije toga muzeja, i publikacije ostalih muzeja i galerija - moramo sa žalošću konstatirati da je to danas, 1994. godine nedosegnuti cilj.

Vidimo, dakle, da su pogledi na muzejsku propagandu postavljeni davne 1953. godine bili solidan temelj za razvoj cjelokupnih odnosa s javnošću - tzv. public relations- koji će evoluirati u prenošenje poruka i prihvaćanje i procjenu odgovora koje pruža muzejska publika. PR je danas planirana djelatnost i treba biti društveno odgovorna; PR je mnogo više od propagande. Sadržava odnose s javnošću, vladom, istraživačima javnog mišljenja, marketingom, oglašavanjem, publiciranjem, znanjem o dizajnu, videu, filmu i fotografiji, međunarodnoj komunikaciji.

Sudjelujući aktivno u rješavanju mnoštva banalnih ali egzistencijalnih problema koji su bili postavljeni pred naše muzeje, dr. Bauer nije u daljnjem radu posebno produbl-

jivao pitanja PR. No, u jednom stavu je bio dosljedan; postavljajući elementarna pitanja što je muzej, što radi muzej, i što pruža publici.

1. H. D. Brown. Museum and Radio. Museum, vol. II, no. 4/1949./
2. E. Zepp. Muzeji i štampa. Museum, vol. II, no. 4/1949., str. 227-230.
3. H. D. M. Grier. Muzeji i televizija. Museum vol II, no. 4/1949./
4. Muzejska propaganda i povremene muzejske izložbe. Muzeologija 2. Zagreb., 1953. str. 69-99.