

Prof.dr.Sergej V r i š e r

M U Z E J I I N O B Č I N S T V O

Tema Muzeji in občinstvo je v problematiki muzejstva nedvomno eno najbolj aktualnih poglavij. Preprosteje bi rekli: muzej brez občinstva sploh ni muzej. Ni torej naključje, da se sleherni muzejski simpozij, sleherno srečanje muzejskih delavcev tako ali drugače ukvarja z vprašanjem občinstva, če ne gre že kar za prireditve, ki so posebej posvečene tej problematiki. Z vprašanjem občinstva se muzeji tako rekoč nenehno soočajo, odnos muzejev do publike sodi med osnove muzejskega poslanstva, je nekak končni dosežek muzejskega dela in hkrati stimulans za obstoj muzejev v bodočnosti. V odločilni meri je publika tisti element, ki uravnava ritem muzejskega dela. Kateri muzej bi v svoji vnemi popustil, če se zaveda, da ima občinstvo na svoji strani, in katera muzejska hiša si ne bi želela, da občinstvo izkeže priznanje njenim prizadevanjem?

V sodobni muzeologiji odmerjamo torej vprašanju občinstva največji pomen. Zašli bi predaleč, če bi v okviru našega kongresa ponovno naštevati vse dosedanja dognanja muzeologov, muzejskih pedagogov, sociologov in drugih, ki spremljajo razvoj in gibanje na liniji - občinstvo. Tudi napovedi, ki jih predvidevamo na tej relaciji za bodočnost, ne bi ponevljali. Kongres ICOM v Københavnu leta 1974. se je pod naslovom Muzeji in sodobni svet intenzivno posvetil vprašanju sedanjega in bodočega občinstva. Poudarjena je bila misel, da bo bodočnost oblikovala vedoželjne obiskovalce muzejev, ki bodo odločilno pokrenili razvoj v smeri spopolnjevanje muzejskih ved.

V pričujočem sestavku se torej ne želim ustavljati ob že ugotovljenih dejstvih in v optativu naštevati vse faktorje, ki pospešujejo kontakt z občinstvom. Ti faktorji so splošno znani. Primerneje se mi zdi, da jih poskušam osvetliti v luči sedanje prakse, ki ni vselej identična s tem, kar načrtujemo in kar bi si želeli. Razume se, da bo moja osvetlitev tu in tam enostranske in da bo predstavila predvsem razmere in okolje, v katerem sam živim. V mnogočem pa utegnejo biti moje ugotovitve splošen pojav, v vsakem primeru pa, tako upam, pobuda za raspravo.

Čeprav je poglavju Muzej in šola posvečen poseben referat, naj mi bo dovoljeno, da se tudi jaz pomudim pri šolah kot najbolj množičnemu muzejskemu občinstvu. Šole so nedvomno poglavitni obiskovalci muzejskih stalnih in občasnih razstav. V urejenem muzejstvu smo dandanašnji poskrbeli za stike s šolami prek muzejskih pedagogov. Vemo, da so ponekod ti stiki zelo plodni in da so pri obeh partnerjih pripeljali do usklajevanja delovnih in učnih programov. Tako idealno stanje pa ne vlada povsod, prej bi rekli, da je večina muzejev še brez pedagogov in da si tudi večina šol slej ko prej komaj ali pa sploh ne prizadeva za stiki z muzeji. Predvsem šole zelo slabo vključu-

jejo obiske muzejskih ustanov v svoje učne programe. Še naprej je praksa, da se ti obiski prelagaajo na konec šolskega leta, to je v čas, ko je raven pouka in učnega dojemanja v splošnem precej nizka, še posebej pod normalo pa zdrkne pri učnih urah v muzejih. Ugotovljeno je, da muzejsko, torej nešolsko okolje že sicer ne ustvarja za pouk potrebne koncentracije, največkrat pa se temu pridruži še nedisciplina. Obiski ob koncu šolskega leta se torej pogosto sprevržejo v nekako razvedrilo in neresen sprehod med zgodovinskimi relikti, k tej neresnosti pa pogosto prispevajo celo sami prosvetni delavci.

Bistvena napaka v odnosu s šolami je torej v tem, da prosvetne ustanove muzejsko gradivo vse premalo upoštevajo kot soustvarjalen učni element in da ga v najboljšem primeru vrednotijo samo kot pomožno, dopolnilno materijo k obravnavani učni snovi. Zelo pogosto je s šolske strani slišeti očitek, da muzejsko gradivo, takšno ali drugačno, pač ne ustreza najbolje za ilustracijo učne snovi. Mnogi prosvetni delavci bi želeli v muzejih videti nekatere razširjene šolske kabinete. Najpogosteje sprašujejo npr. osnovnošolski razredi za popolnejšimi prikazi prazgodovinskih obdobj. Ta obdobja so sicer v muzejih zastopana, a je njihova interpretacija za šolske otroke največkrat preveč abstraktna, premalo edukativna. Po eni strani bi takim željem mogli ustreči s popolnejšimi didaktičnimi ponazorili v samih šolah, po drugi strani pa prav gotovo drži, da muzejske zbirke niso povsem pomerjene po intencijah šole. Mnoge naše zbirke so, podobno kakor drugod v svetu, po naravi gradiva urejene tako, da prikazi razvoja niso kontinuirani, da so npr. med obdobjem Rima na naših tleh in novim vekom, za čas odločilnih zgodovinskih dogajanj, velike praznine, da nam zbirke zelo neenakomerno osvetljujejo posamezne etape družbenega razvoja in da nam po večini kažejo samo praznično, paradno plat življenja - umetnine, spominske predmete, izdelane za posebne priložnosti, praznična oblačila, izbrano pohištvo itd. Skratka, da so poteze vsakdanjega življenja in zgodovinskih prelomnic največkrat povsem v temi.

Kako je moč tako stanje premostiti, je znano: odločilen vezni člen med šolo in muzejem je nedvomno muzejski pedagog, njegove spretna beseda. A tudi sicer bi se morali tako s šolske kot z muzejske strani prizadevati, da premostimo razkorak med učno snovjo in muzejsko materijo. Zelo napak bi bilo, če bi poskušali nek muzej urediti samo z didaktičnega gledišča. Sožitje med originalnimi muzealijami in ponaredki, ki naj bi nazorno pomagali zapolniti vrzeli v določnem zgodovinskem prikazu, je z muzeološkega in estetskega gledišča zelo problematična rešitev, (npr. postavitve v Museum für deutsche Geschichte v Berlinu, NDR). Primernejša se zdi druga pot, tj. prikazeti razvoj v didaktičnimi ponazorili. Razmeroma redki pa so pri nas še muzeji, ki so že ubrali tako pot. Komaj kje najdemo didaktično spremljevo eksponstov, ponazorila v sliki in besedi, ki bi diskretno spremljala celotno razstavno postavitev (zglejden primer teke postavitve je prazgodovinski oddelek muzeja v Puli). Zelo redki muzeji se v tej smeri poslužujejo tudi audiovizualnih sredstev, diaprojekcij, filmov, zvočnih predvajanj itd.

Muzeji bi se prav gotovo morali v večji meri zavedati kompleksnosti učne snovi in dejstva, da v večini primerov s svojim gradivom le deloma, samo regionalno ali celo lokalno osvetljujejo svetovne ali nacionalne družbene pojave, ki jih obravnavajo v šoli. Povezujoči komentar med tem, kar muzeji prezentirajo, in učno snovjo je torej barzpogojno potreben, bodisi kot napisano ali narisano dopolnilo - bodisi v obliki žive besede. Zunaj naše diskusije je, kakšna naj bodo ta dopolnila po izdelavi, sodobna tehnična sredstva ponujajo za te namene številne variante.

Še enkrat pa bi želel poudariti, da je tudi s šolske strani vse premalo prizadevanj za izrebo muzejske materije v učne namene. Zmotno se mi zdi, da je za šolski odnos do muzejev vselej izhodiščen samo učni program, ki postavlja muzeje v funkcijo učnih pomagel, in da skoraj nikjer ne prihaja do tega, da bi npr. pouk domoznanstva, regionalne ali krajevne zgodovine mogel odločilno oblikovati prav muzejski material.

Zavedam se, da ne pripovedujem nekih povsem novih dognanj, vendar me vodijo k temu predvsem izkušnje in v veliki meri tudi razočaranje nad šibkimi kontakti s šolami, čeravno delujem v muzeju, ki ga vsako leto obišče veliko število šol. K negativnim ugotovitvam pa naj vendarle primaknem še spodbudno novost. Hvalevredno je, da meriborska pedagoška akademija, ki bo v kratkem prerasla v pedagoško fakulteto, vse intenzivneje usmerja svoje študente, bodoče predmetne učitelje, k upoštevanju muzejskega gradiva kot odločilne zgodovinske tvarine pri oblikovanju pouka v osemletkah.

V nadaljevanju bi se želel usteviti pri muzejskem občinstvu na splošno. Ne bi nadrobneje naštevali vsega, kar sodi k muzejskemu delu za občinstvo, tj. predvsem k razstavam, poudariti pa je vsekekor vedno znova potrebno jasnost razstavnega koncepta in nazornost interpretacije. Razstava kot najbolj značilna oblika muzejskega dela nikekor ne more biti sama sebi namen, ne moremo razstavljeti poljubnega gradiva in ne more nam biti vseeno, kako ga sprejema občinstvo.

Z muzejskimi razstavami želimo javnosti posredovati določeno informacijo - bodisi samo okvirno, seznanjevalno, bodisi kot izsledke nekega preučevalnega, študijskega procesa. V vsakem pogledu si moremo prizadevati, da bi bila ta informacija strokovno trdna in tudi zunanje straktivna. Slednje nikekor ni nepomembno. Res je, da bo tisti del občinstva, ki je zainteresiran na strokovnosti muzejskih razstav in informacij, v prvi vrsti vrednotil vsebino naših akcij ne glede na to, ali je tehnike restavljanje bolj ali manj sodobna in učinkovita. Vedno znove pa lahko ugotovimo, da pripelje pot v muzeje tudi ljudi, ki imajo do muzejske snovi povsem neopredeljene odnose in ki jih pogosto vodijo predvsem želje po spoznavanju nevsakdanjosti in senzacij. Rezumljivo je, da bo to vrsto občinstva nagovorile predvsem sodobno in atraktivno postavljena prirediteljev. Seveda naš cilj ne more biti v tem, da bi takim ljudem ugodili samo po zunanje pletu razstave, ampak da jim posredujemo strokovno misel na način, za katerega so dovzetni.

Zakaj navejem ta problem? Predvsem zato, ker lahko med obiskovalci pogosto naletimo na povsem neinformirane iskalce senzacij, ki jih je pripeljala v muzej pač želje po gledanju "nevsekdenjih" predmetov. Take neinformiranost v vrstah obiskovalcev nas prav gotovo ne sme razočarati, prej nam more biti vodilo pri nedeljnjem delu. Atraktivna postavitev naj bi bila uvod v usmerjenje občinstva, v stalen in odziven dialog z javnostjo.

Omenil sem "željo po gledanju", v zvezi z njo pa velja omeniti vplivno vlogo sodobnih audiovizualnih sredstev - televizije in filma. Največkrat omenjamo ta sredstva kot odločilna pomagala pri naših muzejskih akcijah. Vloga teh medijev je prav zanimiva, nedvomno v prvi vrsti koristna, ne kaže pa prezreti tudi določenih negativnih pojavov. Iz pogovora z obiskovalci vemo, da npr. televizija uspešno drami zanimanje za muzeje in njihovo delo. Pri določenem odstotku ljudi pa je moč ugotoviti, da prav televizija v precejšnji meri absorbira željo po gledanju, po spoznavanju nečesa novega in da s tem tudi zmanjšuje potrebo po spoznavanju in ogledovanju muzealij na licu mesta, posebej še, kadar gre za televizijske oddaje, ki ker se da natančno predstavijo eksponate, kot si jih ni moč ogledovati na razstavi.

Omeniti velja še drug negativni pojav pri televiziji in še posebej pri filmu, to je način interpretiranja različnih zgodovinskih tem. Z redkimi izjemami gre v današnjem filmskem podajanju za preveličevanje zgodovinskih izročil, dogajanje so največkrat predimenzionirane, akcije sežete in preračunane na vizualne učinke (npr. pretirano drametiziranje bitk, razkošnost historičnih interjerov, kostumov itd.), ravnanje in dialogi akterjev so prikrojeni po sedanjosti in ne po tradiciji itd. Vse to ustvarja za gledalca sicer dokaj plastično, vendar psevdozgodovinsko predstavo.

Govorica zgodovinskih dokumentov v muzejih je v primerjavi s temi mediji neprimerno skromnejša, za mnoge ljudi in prav za mladino, navejeno na film, premalo izrazita. To seveda nizek ne pomeni, da bi v muzejih morali uporabljati za interpretacijo enake spektakularne metode kot film in televizija. Prav gotovo pa ne kaže prezreti sodobnih audiovizualnih sredstev v seriozno uporabljeni obliki. Naj navedem kot primeren in zelo učinkovit način takega muzejskega posredovanja postavitev v Muzeju kmečkih uporov v Stubici, kjer je sorazmerno skopi materialni dokumentaciji, ki pa ji stoji nasproti tehtno arhivsko gradivo, dele ustrezno dimenzijo prav audiovizualne postavitev časa in dogajanja.

Dobršen odstotek muzejskega občinstva predstavljajo turisti. Nimamo namena naštevati vsega, kar naj privablja turiste v muzeje, ker pri nas močno šepa, je slej ko prej učinkovita propaganda ob vstopih v našo državo, prav tako nam je tuje, da bi muzejske ustanove medsebojno opozarjale tujce druga na drugo. Tujcem kaj malo strežejo napisi in legende v enem jeziku, podoba pa je, da se za komentarje v več jezikih prav tako malomarno odločajo zunej kakor pri nas doma.

Glewni tok jugoslovanskega turizma poteka v smeri od severozahoda proti jugovzhodu, pri čemer so osrednje in južnejše pokrajine naše države po svoji kulturni sferi deležne znatno večjega zanimanja turistov kakor npr. severozahodne. Ni dvoma, da bi morale pokrajine zunaj tega turističnega toka razvijati intenzivnejšo muzejsko propagando. Predvsem si muzeji v teh regijah premalo prizadevajo, da bi ovrgli pavšelno prepričanje turistov iz srednjeevropskih dežel, da gre v naših severnejših predelih za periferne in torej nezanimive dosežke kulture, katere središča poznejo že od doma. Drug negativen pojav je, da naše muzeje vse premalo obiskujejo domači, jugoslovanski turisti.

Precejšnjega turističnega obiska so vsako leto deležni muzeji v našem Primorju. V mnogih krajih so se tega v polni meri zavedli ne le v komercialnem pomenu, ampak tudi glede na kulturno poslanstvo muzejev. Še vedno pa se srečujemo z muzeji, muzejčki in zbirkami, ki naši muzeologiji ne delajo časti in ki s svojim letargičnim videzom ustvarjajo vtis izredne muzejske zaostalosti. Mimogrede naj povemo, da niso redki med njimi, ki nasedejo lažnivim hvalnicam in komplimentom o "romantični" urejenosti, zapisanim v knjigo muzejskih obiskov, pri čemer pa pozabljajo, da jih zapisujejo v specifičnem počitniškem razpoloženju ljudje, ki bi sicer podobne enerhičnosti v lastni deželi ne prenesli.

Bržkone ni potrebno med turističnimi učinkovitostmi posebej omenjati vloge informativnih dejavnikov - plakatov, muzejskih publikacij in tiske nasploh. Muzejske plakate sicer tiskamo, vendar samo kampanjsko, za občasne razstave, stalna propaganda te vrste nam je tuja. Še vedno se nam dozdeva, da je tovrstna agitacija nekaj cenenege, pod ravniho zgodovinskih ustanov. Seveda je tudi res, da največkrat tudi tam, kjer bi bila zanjo dobre volja, zmanjka denarja.

V splošnem so danes že redke občasne muzejske prireditve, za katere ne bi izdelali posebne publikacije, kataloga ali vsaj seznama eksponatov. Kar je večini naših muzejev tuje, a v svetu nikakor ni tolikšna posebnost, so netisnjeni vodiči po stalnih zbirkah s kratkim, sumaričnim prikazom bistvenih muzealij. V mnogih muzejih delijo take vodiče brezplačno.

V odločilno pomoč so muzejski propagandi sestavki v dnevnem tisku. Ne splošno nam ne primanjkuje ljudi, ki pišejo o muzejih. Občinstvu bomo najbolj ustregli s poljudno strokovno razlago in pogosto nemara bolj s sliko in kratkim spremnim komentarjem kot pa z razpravo, ki sodi v strokovno glasilo. Poglavje zase so sestavki o likovnih razstavah in likovne kritike, kjer največkrat mrgoli tujk in strokovnih izrezov, ki široki javnosti komej kaj povedo. Mnogi muzeji zamudijo pravočasni začetek za propagiranje svojih prireditev, drugi popustijo s to vneto takoj po otvoritvi neke razstave, predvsem pa je zmotno, če se jim ne zdi potrebno pisati o svojih stalnih zbirkah. Tudi za slednje je namreč potrebna stalna propaganda, posebej še če upoštevamo močno migracijo prebivalstva in dejstvo, da imamo lahko v nekaj letih zelo spremenjen sestav prebivalstva, ki muzeje v lastnem kraju skorajda ne pozna.

Pri mnogih časnikarjih prevladuje mišljenje, da je za dvig publicitete muzejev potrebno za vsako ceno pisati senzacionalno, kot o zbirkah kuriozitet, mnogo manj pa jih zanima raziskovalno preddele, ki naj spromlja sleherno muzejsko akcijo. V praksi si vsi muzeji prizadevajo, da bi dopolnili svoje zbirke, razmeroma redko pa tisk registrira nove pridobitve muzejev. Precejšen del krivde za slabo in nepopolno obveščanje javnosti o muzejskem življenju nosijo muzejski delavci sami. V prvi vrsti je njihova naloga, da s pisano besedo dokažejo, da ta dejavnost ne stoji na stremenskem tiru, marveč da želi korakati s časom.

Na dvig števila obiskovalcev nedvomno odločilno vpliva, ali so muzejske postavitve statične, ali pa je muzej fleksibilno urejen in prireja občasne razstave. Težko je seveda pričakovati, da bi muzeji nenehno spreminjali svojo podobo. Zamisel o dveh ali celo več garniturah stalnih zbirk, ki bi jih bilo moč ciklično menjavati, je tudi za velike in moderne muzejske hiše največkrat neizvedljiva. Polog tega naj ne bi spreminjali zbirk, ki imajo osrednjo, nacionalno pomembnost, torej tudi reprezentativni značaj in ki naj bi bile stalno dostopne. Prav tako naj bi se tudi regionalni in mestni muzeji ne odrekli svojim najznačilnejšim eksponatom, pa čeravno bi bili leti v razstavi iz leta v leto.

V naši praksi je največkrat tako, da so le redki muzeji, ki imajo za občasne prireditve posebne prostore in jim ni potrebno umikati stalnih zbirk. Pri mnogih zvrsteh muzealij so premiki kočljivo in škodljivo opravilo. Priporočati je torej le menjeve, ki jih opravimo brez nevarnosti za predmete in ki ne osiromašijo videza pomembne zbirke ali oddelka.

Ko govorimo o tem, da je primerno, da se v muzeju zmeraj nekaj dogaja, nimamo v mislih samo razstav. Vsesplošno razširjena navada prirejanja kulturnih prireditev v muzejskih ambien-
tentih se je koristno udomačila tudi pri nas. Repertoar teh prireditev je pester, največkrat so to koncerti, recitali, manjše, ambientu ustrezajoče razstave, npr. razstava cvetja itd. Intencije prirediteljev teh nastopov so razumljivo vselej ne pokrivajo z nameni muzejev, v principu pa niso z njimi v opreki. S tem da posodimo muzejsko okolje za takšno ali drugačno kulturno manifestacijo, smo prav gotovo sprostili nove možnosti za kontakt z občinstvom. Naj navedem kot primer takega uspešnega kontakta vsakoletni festival baročne glasbe v meriborskem muzeju. Ob vsakem koncertu v okviru tega festivala so za občinstvo odprti muzejski razstavniki prostori, obenem priredi muzej v tem času tudi manjšo občasno razstavo.

Pomembno vlogo pri pridobivanju muzejskega občinstva opravljajo potujoče razstave. Težave, ki nastopajo pri tem, so predvsem zaradi občutljivosti muzejskega materiala in njegovega zavarovanja pred okvarami. To ima za posledico, da se odločamo za potujočo prireditev z daljšim itinererjem pač le z gradivom, ki je lažje prenosljivo (npr. slike, fotografije) in ki smo mu zagotovili primerno transportno varnost. Akcije te vrste niso povsem poceni, brez dvoma pa so učinkovite, zmanjšujejo razdalje med mestom in vasjo in uveljavljajo muze-

je kot dejavna kulturna žarišča. Zgleden primer takega dela je npr. potujoča razstava Narodne galerije v Ljubljani, ki je pod naslovom "Od baroka do impresionizma" z dragocenimi originalnimi slikami obšla dobršen del Slovenije, tudi številne manjše kraje. Nedelje je omeniti potujoče razstave nekaterih muzejev NOB, kjer pa je šlo po večini za fotografsko dokumentarno gradivo.

Če sklenemo, bi podčrtali, da si morajo muzeji prizadevati, da ustvarijo živ, komunikativen odnos do občinstva. Težko razumljiva strokovnost bo prej odbijala kot pritegovala. Materije, ki jo želimo predstaviti ima same po sebi nadih starinskosti, tudi romantičnosti, narobe pa je, če je starinska tudi prezentacija muzealij. Dialog, ki ga vodimo z občinstvom, naj poteka v jeziku sedanjega časa. Le tako smemo pričakovati, da bo občinstvo na naši strani. Gotovo je, da pri naša čas tudi v muzejsko življenje zmeraj nove možnosti kontakte z občinstvom in s pojavi iz vsakdanjosti. Če vodi pri tem pot k občinstvu prek medijev, ki so nam bili v dosedanji praksi nemara tuji, se jim vsekakor ni izmikati. Napak bi tudi bilo, če bi preslišali sugestije obiskovalcev. V tem oziru so zelo koristne ankete med obiskovalci, predvsem pa naj si muzej prizadevava vzpostaviti stike s sloji prebivalstva, ki iz tekšnih ali drugačnih vzrokov še niso našli pot v muzeje. Poiskati te vzroke in jih odstranjevati je vsekakor pomembna dolžnost muzejske službe.