

MUZEOLOGIJA

ZBORNİK ZA MUZEJSKU
PROBLEMATIKU

2

UREDIO
ANTUN BAUER

ZAGREB

M U Z E O L O G I J A

ZBORNİK ZA MUZEJSKU PROBLEMATIKU

U r e d n i k

ANTUN BAUER

Zagreb, Medvedgradska ul.70

Tisak: Litografija S.S.J.

Z a g r e b 1953.

A n t u n B a u e r

M U Z E J S K A P R O P A G A N D A
I P O V R E M E N E M U Z E J S K E
I Z I O Ź B E

M u z e j s k a p r o p a g a n d a

U Hrvatskoj postoje muzeji već preko stotinu godina. Dakle jedna prilično duga tradicija, koja je stvorila uvjete da se razvoj naših muzeja usmjeri u jednom odredjenom pravcu, da se smjernice muzeja postave prema odredjenom cilju, da se pokaže jasna linija rada i nastojanja pa i konkretnih rezultata od stotinu godina unatrag.

Stotina godina razvoja naših muzeja dala je burnih i teških, ali i lijepih i plodnih momenata, koji su oformili naše muzeje u visoko kvalitetne naučne ustanove, u kojima su sakupljene i vanredno bogate i vrijedne zbirke. Smjernice rada naših muzeja bile su postavljene tek principijelno. One su ustvari uglavnom rezultat rada i nastojanja onih, koji su u tim ustanovama radili, odnosno onih, koji su te Ustanove vodili.

Principe rada u našim muzejima u znatnoj su mjeri uvjetovale okolnosti, da su zagrebacki muzeji bili uglavnom zavodi Sveučilišta, - u prvom redu naučni zavodi s nedovoljnim brojem personala, a pogotovo stručnog personala da su red-

vito bili u neprikladnim prostorijama i s relativno malim kreditima. Uprava muzeja bila je vezana uz katedru iste struke na Sveučilištu i time logično akcentuirano usmjerena u tom pravcu. Na postav muzeja i uređenje muzejskih zbirki, na odnos prema široj i prosječnoj muzejskoj publici, na muzejsku propagandu, - na to se ili uopće nije obraćala pozornost ili tek u iznimnim slučajevima. Oni su bili toliko iznimni, da se može reći, da u programu rada naših muzeja nije na to uopće polagana važnost. Zato se na muzeje u širim slojevima nije ni znalo, a niti se vidjelo u muzejima veći broj posjetilaca. Muzejska publika bila je uski intelektualni krug.

Ako sve ovo uočimo, onda možemo stvoriti jasnu sliku razvoja, smjernica i rada u našim muzejima. Oni nisu bili muzeji u današnjem suvremenom smislu riječi, niti se od njih tražilo ono, što danas suvremena muzeologija traži i postavlja kao princip rada i primarni zadatak jednog muzeja. Naši muzeji bili su u prvom redu naučni zavodi, koji su pribirali materijal i naučno obradjivali. A ako se to radilo, bilo je vezano s oskudnim uvjetima rada, koji su muzejima bili dani. Ako je u muzeju bio direktor i eventualno jedan kustos, jedini stručni kadar bez pomoćnog tehničkog personala, - s takevim brojem ljudi i takevim kadrom nije se moglo načiniti više, nego što je učinjeno. Tim više, što su ovi ljudi bili s osnovnim zadatkom - nastavnici Sveučilišta, s tendencem gotovo isključivo naučnih radnika. Zato u našim muzejima nije nikada muzeološka problematika kao takeva bila postavljena u prvi plan.

Ovaj naučni pravac naših muzeja donio je zato znatne pozitivne rezultate, tako da su zahvaljujući ovom solidnom naučnom radu naši muzeji mogli dati niz značajnih rezultata. Niz publikacija, koje su izišle iz naših muzeja, dokaz su toga rada. Osim toga sustavni stalni rad na terenu doprinio je sistematskom povećavanju zbirki, koje danas predstavljaju bazu naših kulturnih vrednota i bazu za daljni muzeološki rad.

Muzeologija kao osnovna problematika muzejskog rada ni u vanjskim kulturnim centrima, ni u velikim evrepskim muzejima nije bila ranije u prvom planu. Zato mi još uvijek u

suvremenoj muzeologiji imamo tek postavljene principe, postavljenu problematiku. Postoje pokušaji, postoji nastojanje, uloženo je mnogo truda - sa znatnim pozitivnim rezultatima. Mi ćemo nastojati okoristiti se tim radom, tim rezultatima, da u naše muzeje unesemo više života ; da muzeje - muzejske zbirke i muzejski rad - približimo široj publici, da propagandom pobudimo interes šire publike za našu kulturnu baštinu, za kulturne i prirodne vrednote, koje su pohranjene i izložene u zbirkama naših muzeja. Tek onda će muzeji polučiti pravu svrhu. Tek onda će oni biti odgojno sredstvo širokih narodnih slojeva.

Postavlja se pitanje: - Kako organizirati muzejsku propagandu ? Što treba načiniti, da polučimo priliv publike u muzeje ? Na koji način? Kojim sredstvima?

Privući publiku u muzeje ! To je zadatak, koji traži sredstva i način, da bi se mogao provesti.

Ako uzmemo u obzir broj stanovništva prema postotku posjeta u muzejima, dobit ćemo poraznu sliku. Prema statistikama u nekim muzejima od ukupnog broja posjeta u godini otpada oko 60% na grupne posjete škola, tečaja i organizacija, koje po nastavnom planu redovito obilaze muzeje. Ovi posjeti su uglavnom u jesen i proljeće. Od ostalih 40% otpada oko 25% na strance, koji dolaze povremeno u Zagreb, 15% na publiku, koja stalno živi u Zagrebu. Od toga je možda koji % stručne publike, koja redovno s interesom više puta u mjesecu posjećuje muzeje s određenim ciljem i interesom.

Teško je zamisliti, da ostala naša publika nema nikakvog interesa za umjetničke i kulturne vrednote, za kulturnu baštinu svoga naroda i kraja. Ovo nam dokazuje interes publike za ostala kulturna zbivanja, izložbe suvremene likovne umjetnosti, koncerti, kazalište, priredbe, s pogotovo publikacije s područja likovne umjetnosti. Sve to daje dokaza, da naša publika ima želje, da doživi i proživi te vrednote. Zato manjak interesa za muzeje moramo tražiti u drugim razlozima.

Interesantna je konstatacija, da je publikacija "Zlato i srebro Zadra" u kratkom vremenu bila rasprodana u par stotina primjeraka, unatoč visokoj cijeni /950 din/. Istovremeno na izložbi "Zlato i srebro Zadra" - izložba pod istim imenom

kao i sama publikacija - jedva da je bio tolik broj posjetilaca, od kojih je mali broj kupio katalog izložbe /uz cijenu od 120 din/. Dakle možemo pretpostaviti, da veći dio publike, koji je kupio publikaciju, nije bio na izložbi.

Dok naprotiv možemo konstatirati, da "Izložba sredovjekovne umjetnosti naroda Jugoslavije", nakon što je bila devet mjeseci dnevno otvorena od 9-19 sati, pa i posljednjih dana, prije nego što je bila zatvorena, imala je veći broj posjeta nego svi naši muzeji i galerije, koji su samo povremeno otvoreni jedan-dva dana u tjednu i to samo par sati /većinom od 10-18/ uz besplatan ulaz. Rekordan broj posjeta na ovoj izložbi oko 100.000 posjetilaca s plaćenim ulaznicama - dokazuje, da se uz izvjesne uvjete i okolnosti može zainteresirati publiku za takove kulturne i umjetničke manifestacije i ustanove.

Posebno je poglavlje - kako treba muzej postaviti, odnosno urediti muzejske zbirke, da se privuče široka publika. To je problem muzeološkog postava. Nas interesiraju ovdje pitanja, - kojim sredstvima i kako upozoriti širu publiku na ove ustanove, kako ih zainteresirati za materijal u muzejskim zbirkama, kako ih navesti na to, da stvore odluku - da idu u muzej - ? Van sumnje je, da je i kod nas potrebno, da se i na tom polju nešto učini.

Da bi se polučio cilj, da se zainteresira šire narodne slojeve, treba načiniti organiziranu, stalnu i sistematsku propagandu za muzeje, odnosno za muzejske zbirke. Ovu propagandu treba usmjeriti na široku publiku, a ne na kulturnu manjinu, koja je i danas ionako procentualno najjači posjetilac naših muzeja. Ovo je ona strana muzejskog rada, koja kod nas nije ni u jednoj muzejskoj ustanovi sistematski zahvaćena. To je u znatnoj mjeri razlog, da ni jedan naš centralni muzej nema u svom personalu jednog namještenika, koji bi bio zadužen ovim poslom. Ovaj zadatak - muzejska propaganda - je toliko važan i opsežan, da može potpuno zaokupiti jednog namještenika intenzivnim poslom. Rezultati bit će sigurno neminovni.

Interesantna je statistika muzeja u Pensilvaniji iz

godine 1920., koja donosi rezultate organizirane propagande za muzeje. Anketom provedenom kod posjetilaca muzeja dobilo se ove rezultate: 28% posjetilaca dolazi u muzej zainteresirano novinskim člancima i obavijestima, 13% posjetilaca vidjelo je plakate u tramvajima, 30% dolazi upozoreno direktnim muzejskim vijestima i obavijestima, 56% dolaze na osnovu žive riječi onih, koji su već bili u tom muzeju.

Ova anketa, koja je bila povod daljnjem planskom nastojanju na popularizaciji američkih muzeja, daje jasnu sliku, kako je važna muzejska propaganda i kako su značajni rezultati jednog organiziranog i planskog rada na muzejskoj propagandi.

Osnovni principi muzejske propagande su u prvom redu:

- 1/ oglasi, članci i prikazi u novinama i na radiju
- 2/ plakati
- 3/ film
- 4/ vodiči, publikacije i reprodukcije
- 5/ predavanja i priredbe
- 6/ povremene izložbe.

Problem povremenih izložaba nastojao sam u dodatku posebno obraditi, dok sam prednja pitanja obradio unutar ovog općeg prikaza muzejske propagande.

Najjednostavniji način propagande je publikacija putem novinskih oglasa: Naslov muzeja. Muzej je otvoren te i te dane, u to vrijeme, adresa, telefonski broj, ulaz besplatan.

Od vremena do vremena izlazi u našoj štampi koji novinski članak o muzeju s tipičnim sadržajem: historijat muzeja, par riječi o zbirkama, pohvala ovog ili onog stručnog ili naučnog radnika /gotovo redovito direktora muzeja/, koji interesantan rezultat muzejskog rada ili koji detalj iz toga rada. To je uobičajeni tip novinskih članaka o našim muzejima.

Trebalo bi oživjeti ovu novinsku propagandu izvjesnim detaljima muzejskog rada i na to prenijeti akcenat dotičnog novinskog članka. Na taj način bi se oživio interes publike za interni muzejski rad, koji nije "hladovina", nego je skopčan s nizom napora i nastojanja, da se proširi horizont naše spo-

znaje novim otkrićima i novim kulturnim vrednotama. Važno je pri tome, da se iznesu one teme, odnosno oni detalji rada, koji su na bilo koji način vidljivi u muzejskim zbirkama, odnosno na taj način pristupačni širokoj publici. Ako povodom ovakvog članka publika dođe u muzej, mora imati mogućnost nešto konkretno od toga vidjeti. U protivnom slučaju dođe do uvjerenja, da nije potrebno da se povede za novinskim vijestima i da to ne treba biti povod posjeta u muzej, jer se od toga ništa konkretno ne može vidjeti. Ovakvi novinski članci su tim interesantniji, ako donose i koju reprodukciju ili detalj ili skupnu sliku iz muzejskog rada. Jer "fotografije, koje se određuju za novine, treba da predstavljaju predmet, koji ne će biti bez života. Najljepša statua na svijetu imat će veću aktuelnu vrijednost /za novine/, ako ju se prikaže, kako ju transportiraju na kolima, nego ako ju se prikaže na svom mjestu u muzeju i pod najboljim osvjetljenjem" .

Bilo bi poželjno da se u našim novinama i listovima stalno prati rad u muzejima bilo kratkim bilješkama, vijestima, obavijestima, bilo kratkim člancima i referatima.

Istog karaktera dnevne štampe su i o g l a s i i p r e d a v a n j e n a r a d i j u. Način iznošenja na radiju je živom riječi, što je svakako bliže slušaocu, nego novinski članak čitatelju. Prednost novina su zato reprodukcije. Aktuelne momente, izvjesne značajne rezultate rada u muzeju, na terenu i slično može se preko radija iznijeti na najrazličitije načine. Pogotovo u vezi s aktuelnim zbivanjima u muzejima - povremene izložbe, mjesečni eksponati i slično.

Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu dao je niz uspješnih emisija preko radiostanice Zagreb. Oživljene su i neke zbirke na interesantan način. Zvučni efekti zbirke starih satova, s odmjerenim kucajima, sa serijom izbivanja, s arija-
ma i melodijama, koje iskucavaju satovi - sve je to interesantan način oživljavanja muzejskog materijala, koji na taj način postaje dio spoznaje jednog posjetioca, a ne mrtva materija, odložena, nesposobna za suvremenu uporabu. Ovako oživljena materija muzejskih zbirki znatno intenzivnije priča pjesmu svoga vremena, priča svoju prošlost i događaje, koji

na je svjedok.

Sličan pokušaj učinila je i Gipsoteka nizom predavanja u vezi s postavom zbirke moderne plastike u gipsoteki i povodom Izložbe sredovjekovne umjetnosti u Zagrebu. Pojedinih temama, nevezano i zasebno obradjenim, prikazani su pojedini značajni autori, odnosno spomenici. Na taj način, analizirajući jedan detalj od cjelokupnog izloženog materijala publika ima mogućnost, da istom metodom sama dolazi do spoznaje vrijednosti drugog komparativnog materijala u zbirci, odnosno muzeju ili izložbi.

Ovako iznošenje materijala odgojno djeluje i na samu publiku, jer ju time upućuje na izvjesni detalj u muzejskoj zbirci, što je pogotovo za našu publiku važno i potrebno. - A osim toga na taj način daje se publici metoda, kako i na koji način da prilazi pojedinom spomeniku.

Strani muzeji rabe u izvjesnim zgodama i najobičniji način propagande, - to su p l a k a t i. Ovi su pogotovo aktuelni pri svakom novom otvorenju ustanove, odnosno pojedinih muzejskih zbirki, pri izlaganju novih većih nabavki, kod tematskih povremenih izložaba, na kojima je obradjena ili specifična tema ili jedan skupni nalaz ili pak koja privatna zbirka, izložba kojeg umjetnika ili slično. Ovo su zgode, koje se mogu iskoristiti na taj način, da se širokim plakatiranjem upozori javnost na muzeje, odnosno na neke posebne momente u vezi s dotičnim muzejem. Povremene izložbe unutar jednog muzeja su najbolji povod a i najuspjelija propaganda za pojedine muzeje, odnosno za muzejski rad, koji se time izlaže pred publiku u jednoj živoj formi.

Plakatiranje povremenih izložaba pariškog Musee de l'Homme daje nam iskustvo od par godina unatrag. Uspjeli plakati, na kojima je redovito i jedan tipičan eksponat s ove izložbe ili stiliziran u sam plakat ili donesen kao čista reprodukcija. U zbirci plakata u arhivu Gipsoteke sakupljeno je desetak plakata toga muzeja povodom otvorenja novih dvorana muzeja ili raznih specijalnih izložaba - Nouvelle salle d'Amerique ; Collection de la region du

Tahat ; Les chefs d'oeuvre d'Amerique precolombienne ; Ethnographie de Madagascar i druge izložbe i priredbe. Veličina plakata je 59 X 80 cm.

Pariški muzeji u određene dane imaju otvorene zbirke od 9-12 sati u noći pri umjetnoj rasvjeti. Ovo se posebnim plakatima i oglasim javlja publici, tako da je i ovo povod za plakatiranje. Uspjeli plakati Musée du monuments Français u Parizu oglašuju dane, kada je ovaj muzej po noći otvoren i donosi reprodukcije važnih istaknutih eksponata u muzeju. Veličina plakata je 51 x 72 cm.

Štampanje "neaktuelnih" plakata, onih, koji nisu vezani za određenu tematsku ili prigodnu muzejsku izložbu i nisu vezani za konkretni povod, nego upućuju na ustanovu kao takovu, i to je jedan uspjeli način propagande. Ali ovi plakati traže i drugu formu i drugi karakter od onih plakata, koji su za povremene izložbe i slično. Plakati povodom otvorenja jednog dijela muzeja ili povremene izložbe u muzeju ili sličnim porodom su prolaznog karaktera. Od takovog plakata se traži, da bude u prvom redu uočljiv, da upozori na povod, zašto je izdan, da naglasi aktuelnost i trajanje izložbe. Plakat, koji će biti trajnog značenja, koji će upozoravati publiku na egzistenciju jedne muzejske ustanove, treba i po svom karakteru i formi da nosi nešto trajnije i značajnije.

Ovakovi plakati mogu se od vremena do vremena ponovno lijepiti na oglasnim pločama, mogu stalno stajati na javnim mjestima za upozorenje strancima, u propagandnim turističkim uredima i ustanovama, u školama i sličnim ustanovama. Ovakovi plakati stalno upućuju i sjećaju publiku na dotični muzej. Baš radi toga je važno, da i forma plakata i njegov sadržaj bude dovoljno reprezentativni i na visini.

Kod nas je muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu načinio 1946. godine prvi plakat, koji je za jedan naš muzej kod nas načinjen. Ovaj plakat je zaista i uspio i od svih dosada učinjenih je najbolji i najuspjeliji.

Format plakata nije pretenciozan, vel. 22 x 46. Naprotiv je prilagodiv za sve prigode, počam od plakatiranja na javnim mjestima, na oglasnim pločama na ulici, pa do izlaganja u

kulturnim ustanovama i zavodima.

Slične plakate identičnog formata izdale su Stara galerija, Moderna galerija u Zagrebu i nešto veći po formatu Muzej grada Zagreba. Plakat Muzeja za umjetnost i obrt prikazuje fotomontažu, na kojoj se vidi kroz otvorena transparentna vrata od kovanog željeza u izložbenu dvoranu. U dvorani na zidu visi jedna slika s rezbarenim okvirom gotski zidni goblen, uz zid dvije stilske stolice i renesansna truba. Na podu u sredini prostora je tepih. Na truhli stoji jedna zdjela, vrč od kamenine i pehar od iskucanog bakra. Sadržaj plakata upućuje u glavnim crtama na sadržaj muzejskih zbirki u dotičnom muzeju. Nacrt plakata dao je prof. Edo Kovačević.

Moderna galerija izdala je povodom prvog otvorenja Moderne galerije u Zagrebu nakon Oslobođenja 1946. godine /po nacrtu prof. Marcela Gorence/ plakat analognog formata u istom tamnom tonu s istim rasporedom pleha i slova. Mjesto fotomontaže stoji ovdje reprodukcija Račićeve slike "Majka i dijete".

Van sumnje je, da je ova Račićeva slika jedna raskrsnica i kamen temeljac naše "Moderne". Ovo je jedna od najreprezentativnijih slika u našoj Modernoj galeriji i našoj modernoj umjetnosti. Ovaj plakat s tom slikom može stajati kao dekoracija na svakom mjestu i kao takav je apsolutno uspio.

Sličan plakat je načinjen /po nacrtu prof. Zdenke Munk/ za Staru galeriju. Isti format, isti tamni tonovi, isti tip slova. Plakat donosi reprodukciju slike iz Stare galerije holandskog majstora Nicolaas Maes /1623 - 1693/ "Djevojčice u vrtu".

Oba ova plakata su ukusne dekoracije, ali za muzejsku propagandu nesumnjivo će plakat Muzeja za umjetnost i obrt imati daleko veći učinak. Pogled na jedan prostor privlači puno intenzivnije nego reprodukcija jednog detalja.

Potpuno drugog tipa je plakat gradskog muzeja u Zagrebu izdan 1952. godine. Po formatu je nešto veći, 35x50 cm. Radjen je u tri boje s grafičkim aspektom na muzejske prostorije sa zbirkom. U gornjem lijevom uglu je grb grada Za-

greba, u sredini lijevo stari nacrt Griča i Kaptola desno got-ski portal iz Remeta, kroz koji se vidi jedan ormar, barokni portal s Kaptola, na postamentu barokni put, dvije zastave i cehovska truha. Plakat je po boji i načinu izradbe neobičan i nov.

Nije mi poznato, da postoji u kojem našem pokrajinskom muzeju nešto slično, ili barem namjera, da se nešto takova učini.

Društvo muzejsko-konzervatorskih naučnih radnika u Zagrebu dalo je u ljeto 1951., povodom zagrebačkog velesajma, načiniti zajednički plakat za sve zagrebačke muzeje. Na ovom plakatu je naslov muzeja, adresa, telefon, označeno vrijeme, kada je otvoren, par riječi o zbirka, odnosno karakteru muzeja. Tako može stranac odmah vidjeti, kakovi su muzeji, gdje su i što će u njima vidjeti. Navedeni su osim svih muzeja i sve privatne zbirke javnog značenja s oznakom adrese. Naslov svakog muzeja naveden je hrvatski, engleski i francuski. Plakat je izdan u dva tipa. Jedan u formi zidnog plakata veličine 42 x 59, a drugi manji u formi arka na četiri strane, veličine 18 x 25 cm.

Ovaj plakat u cijelosti je štampan kao dodatak novom Vodiču Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu, izdan 1952. god.

Nepotrebno je naglašivati opravdanost i uspjeh plakata. To je najjači način reklame i propagande. Pogotovo povodom aktuelnih momenata u životu jednog muzeja. Zato bi trebalo na to položiti više pažnje. Tim više, što je danas kod nas, uz relativno mala plakata i reklama trgovačkih poduzeća, lako i s manjim plakatima i s manjim brojem plakata polučiti željeni efekat.

Jedno od najzahvalnijih područja muzejske propagande je film. Par pokušaja kod nas donijelo je odlične rezultate. Nekoliko žurnala iz naših muzeja dali su mogućnost, da se po cijeloj zemlji najšire mase upoznaju s pojedinim našim muzejima. To je prvi pokušaj, učinjen pred par godina u Gipsoteki, koji je nekoliko

puta u alternativama ponovljen : na uskoj vrpici snimani su "Starohrvatski spomenici", pa "Livanje u gipsu" i stećci u okviru filma "Bugumilski spomenici". Na normalnoj vrpici za filmske žurnale snimano je u Gipsoteki "Grčka plastika", "Moderna plastika", "Šetnje kroz Gipsoteku" i "Spomenici NOB-e".

Slično je učinjeno i u nekim drugim muzejima. Najuspjeliji je bio film "Šetnje kroz etnografski muzej s grupom posjetilaca", zatim "Izložba sredovjekovne umjetnosti u Zagrebu" i nekoliko sličnih tema.

Ono, što se ne može ni riječima, ni slovom, ni najboljim reprodukcijama, to se može filmom. Zornim pogledom u muzejski prostor, gdje gledalac u gibanju osjeti i treću dimenziju, osjeti prostor oko muzejskih eksponata, sve to daje jaču i intenzivniju impresiju i polučuje kod publike veći interes nego sve druge forme propagande. Na ovaj način ulazi to u najšire slojeve po cijeloj zemlji i daje konkretni pojam o muzeju i onome, koji nije imao nikada prilike doći u dotični muzej i koji ne će tu priliku skoro imati.

Možda je manji interes za filmove, koji obraduju pojedine spomenike, - za čiste naučne filmove, - to su filmovi za "Nastavni film", a namijenjeni su školama i mogu odlično poslužiti u muzejskim predavaonama. U tim filmovima može se bez poteškoća iznositi komparativni materijal u vezi s muzejskom zbirkom. Na primjer filmovi modernih francuskih majstora, Van Gogh, Gauguin, Mattiss. Suvremeni engleski umjetni obrt i slični filmovi, koje je prikazao u svojoj predavaoni Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu. Zatim domaći film "Zlato i srebro Zadra", "Pariška izložba" i slični filmovi, također prikazani u Muzeju za umjetnost i obrt. Ovi filmovi direktno popunjavaju materijal dotičnog muzeja i služe za stručnu publiku isto tako, kao i povremene izložbe. Ovakovim filmovima može se prikazati materijal na terenu, obraditi pojedini spomenik ili područje. Uz stručno predavanje daleko intenzivniju impresiju i konkretniji pojam o materijalu može dati film sa svojim gibanjem, mijenjanjem distance i svijetla, nego mrtva reprodukcija, koja može pružiti tek

jedan detalj, odnosno fiksirati jedan važan i značajan moment /što opet filmu manjka/.

Posebna tema muzejske propagande su katalozi - štampani vodiči kroz muzejske zbirke, odnosno povremene izložbe.

Prosječni posjetilac u muzeju, ako je prvi puta u zbirci toga muzeja /što je u većini slučajeva/, ne će puno imati od toga prvog posjeta, ako ga tko ne uputi u izloženi materijal, odnosno ako nema gdje pročitati nešto o tome, što ovdje vidi. Zato su štampani vodiči kroz muzejske zbirke /uz legende u muzejskim dvoranama/ neophodna potreba svakog muzeja.

Pita se: Kakav treba da bude takav vodič kroz muzej?

Imamo ih, koji su jednostavni katalogi, koji redom donose samo naslove pojedinih eksponata, uglavnom ono, što je vidljivo i na etiketi i broj svakog predmeta, slično katalogima izložaba, u kojima je samo popis autora i eksponata i eventualno koja reprodukcija. Svrha ovakvog kataloga je, da u prvom redu trajno registrira ovaj muzej, odnosno izložbu /većinom su ovakovi katalogi za povremene izložbe/, da prikaže opseg muzeja, odnosno izložbe onome, tko nije bio u mogućnosti da to pogleda. Takav je katalog Moderne galerije u Zagrebu izdan 1948. godine, gdje je uz ime autora mjesto i godina rođenja i smrti, naslov djela, signatura, materijal, veličina. Priloženo je i nekoliko reprodukcija pojedinih djela. U katalogu izložbe "Pola vijeka hrvatske umjetnosti" u Zagrebu 1938. godine, također izdanom od Moderne galerije, naveden je još uz svakog autora kratak prikaz rada i djelovanja. To je bio dosada najpotpuniji i najveći katalog naših izložaba suvremene umjetnosti, pa i danas još služi kao priručnik za osnovne podatke većine naših suvremenih majstora. Osim toga od svakog majstora, koji je izlagao, priložena je po jedna reprodukcija.

Najpotpuniji katalogi naših muzejskih ustanova jesu katalogi Stare galerije u Zagrebu. Ovo su ustvari jedini ka-

talozi naših ustanova. Katalog Stare galerije doživio je od 1885. godine do danas deset izdanja. U desetom reprezentativnom izdanju kataloga 1947. godine uz kratak predgovor donesena su pod rednim brojem sva izložena djela, grupirana prema vremenu, školi i autorima. Uz autora, odnosno školu navedeno je vrijeme života i osnovni podaci o autoru i školi, učitelji, utjecaji. Uz pojedina djela navedena je i literatura o djelu, odnosno o autoru u vezi s dotičnim djelom. Katalogu je priloženo 70 reprodukcija izloženih djela u Galeriji.

Ovaj katalog se bitno razlikuje od ranijih kataloga Stare galerije. U trećem izdanju 1895. godine dan je stručni prikaz kao uvod svakom razdoblju u likovnoj umjetnosti, koja su zastupana u galeriji. Popis djela, koja pripadaju tom razdoblju, bio je odmah nastavak prednjem prikazu.

U šestom izdanju Dr. Petra Knolla 1922. god. dan je prikaz razvoja likovne umjetnosti "Slikarske škole zastupane u galeriji", a iza toga su pod rednim brojem nabrojena sva izložena djela. Uz pojedina djela navedena je i problematika atribucije.

Potpuno drugog tipa su katalogi Gipsoteke. Ovi katalogi izašli su umnoženi u ograničenom broju primjeraka "kao rukopis - pro foro interno". U tom pravcu je bio usmjeren i sadržaj kataloga. Tako su tri sveska vodiči kroz zbirku grčke plastike /Bauer 1946., Cukar 1948. Bauer 1949./, dva sveska vodiči kroz zbirku moderne plastike /Bauer 1948., Kečkement 1949./ Bitno se odvajaju od uobičajenog načina, kako su dani vodiči kroz muzejske zbirke dva izdanja Gipsoteke i to: 1/ "Zbirka grčke plastike" /A. Bauer 1949. god./ u kojem je historijat zbirke, analiza postava zbirke u izložbenim dvoranama i tekst legendi, koje su postavljene u zbirkama. Na kraju su reprodukcije, koje daju pogled na pojedine dvorane i način postava. - 2/ "Postav zbirke moderne plastike u Gipsoteki" /A. Bauer 1948. god./ s kratkim pregledom razvoja naše moderne plastike i katalogi zbirke. Glavni akcenat je na muzeološkoj analizi postava zbirke u izložbenim dvoranama. Na kraju su reprodukcije s pogledima na postav zbirke u

dvoranama.

Oba ova sveska napisana su i namijenjena kao priručnici za muzejske radnike, koji će u ovom radu biti postavljeni pred iste zadatke i iste probleme. Dakle vodič, namijenjen isključivo za stručnu muzejsku publiku, za stručne muzejske radnike.

Ostali vodiči Gipsoteke bili su namijenjeni za nestručni personal ustanove, a po sadržaju bili su identični s tipom kataloga, koji bi mogao biti za širu publiku. Radi manjkave opreme i ograničenog broja primjeraka /100 - 150 primjeraka umnoženo na ručnom stroju preko matrica/ bilo je nemoguće dati ih u prodaju.

Za veći dio prosječne publike mislim da su najuspješniji katalogi, u kojima su uz kratki uvod u većem broju reprodukcije enterijera muzeja, odnosno reprodukcije najvažnijih djela iz zbirke toga muzeja. Takovog karaktera je kolekcija vodiča kroz muzeje i galerije Italije - Itinerari dei Musei e Monumenti d'Italia, izdana do pred rat u blizu stotinu svezaka. U ovima je uz kratak uvod o ustanovi, kratak pregled o značenju izloženog materijala i izbor reprodukcija najznačajnijih spomenika, odnosno izloženih objekata. U svakom katalogu je plan, tlocrt dotične ustanove i na poledjini urbanistički nacrt grada s uputama za komunikacije do muzeja, odnosno galerija.

Sličan je i novi katalog Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu izdan 1952. godine sa 50 reprodukcija. Komentar dan je uz svaku reprodukciju.

U Gipsoteki je načinjen pokušaj, koji je djelomično zadovoljio. Iz tehničkih razloga ograničili smo se samo na reprodukcije i to 18 reprodukcija - pogledi u muzejske zbirke /zbirka grčke plastike i zbirka moderne plastike/ i arhiv s fototekom, zbirkom crteža i čitaonicom. Sve u zajedničkom omotu veličine 13 x 18.

Posebnog tipa je vodič ljubljanskog muzeja "Vodnik po zbirkah narodnega muzeja v Ljubljani.-Kulturno zgodovinski del", izdan u Ljubljani 1931. U ovom muzeju su zastupane

sve kulturno historijske zbirke od predhistorije do konca XIX.vijekaka. Zato je ovdje svaka zbirka prikazana po drugom piscu, što je ovom "Vodiču" dalo karakter zbornika članaka o pojedinim zbirkama i izloženom materijalu u dotičnim zbirkama.

Da se potreba štampanog vodiča i kataloga za zagrebačke muzeje barem djelomično udovolji, štampao je gradski turistički ured u Zagrebu 1948.godine knjizu "Muzeji i galerije Zagreba" u redakciji prof.Zdenka Vojnovića i Dr.I.Škroboća. Ovdje su prikazani u osnovnim crtama svi muzeji u Zagrebu s kratkim historijatom muzeja i prikazom muzejskih zbirki. Po odzivu publike vidi se, koliko je ta knjiga bila potrebna i koliko je tražena. U relativno kratko vrijeme cijela je naklada razgrabljena.

Tip ovakovog vodiča, odnosno vodiča, u kojem će publici biti na takav način prikazan muzej i muzejske zbirke, čini se, da je najprikladniji i da je to ono, što većina naše publike traži. Važan je pri tome veći broj reprodukcija. Duge rasprave, naučno i stručno obradjeni članci, to je za uži krug interesenata. Širu publiku to odbija. Čitajući takove članke i prikaze, koji su pisani na stručnoj bazi, publika - jer ne razumije takav članak radi stručne terminologije i jer joj fali predznanje - osjeti svoje neznanje i time se odbija od muzeja i ubija se interes za muzejske zbirke.

Uspješni način publiciranja muzejske gradje je obrada pojedinih tema, odnosno pojedinih djela ili autora u zasebnim manjim publikacijama, katalogzima i slično. Ovo je naročito pogodno povodom povremenih izložaba, u kojima je obradjena takova tema ili taj autor, ili u smislu izlaganja mjesečnog eksponata, gdje je baš dotično djelo izloženo. Time se vani služe naročito oni veliki muzeji, koji su toliko kompleksni /na pr. Louvre u Parizu, Nationalmuseum u Münchenu, Vatikanska galerija u Rimu i drugi/, da jedan svezak ne može niti u pregledu obuhvatiti cijeli muzej i sve muzejske zbirke.

Bilo bi poželjno, da se u svakom muzeju mogu dobiti, uz

vodiče i reprodukcije dotičnog muzeja odmah i publikacije ostalih muzeja i galerija. Tako bi publika, a pogotovo stranci iz naše pokrajine bili u mogućnosti orijentirati se i o ostalim muzejima i galerijama i dobiti informacije za područje svoga interesa.

Područje muzejske propagande su : s t r u č n e i n a u č n e p u b l i k a c i j e .

Većina naših muzeja, i u Zagrebu i u pokrajini, nemaju vodiča za širu publiku, često nemaju ni najosnovnijeg propagandnog materijala za publiku. Jedva da koji naš muzej ima za publiku koju reprodukciju interesantnog ili značajnog eksponata svoje zbirke. Ali zato naši muzeji imaju cijeli niz visoko kvalitetnih naučnih radova. Izašlo je stotinjak omašnih svezaka, koji za našu nauku znače jedan značajan doprinos, a bezuvjetno i značajan doprinos općoj nauci. Naučni rezultati rada naših muzeja stekli su svojim publikacijama priznanja međunarodnih stručnih foruma.

Razlog da su naši muzeji " zatajili " na ovom općem propagandnom sektoru rada, razlog da nemamo vodiča, nemamo popularne literature za našu širu publiku - je pravac rada naših muzeja, koji su uglavnom kao naučni zavodi Sveučilišta bili usmjereni drugim pravcem. Ne znam, da li bi se danas moglo reći, koji je posao važniji, da li onaj naučni ili onaj propagandni /kao zadatak stručnog rada unutar jednog muzeja/. Prije je sav rad bio usmjeren u pravcu naučnog rada, i logično, da su naučni zadaci u radu bili primarni. Sav ostali rad se zapostavljao. Preorijentacija u radu naših muzeja, - koja je kod nas došla sa znatnim zakašnjenjem - nastoji uravnotežiti jedne i druge zadatke, naučni rad i široku prosvjetnu funkciju i uskladiti ih tako, da muzej uz nastavak dosadašnjeg smjera i dosadašnjeg rada ne zataji u onom radu, koji je usmjeren širokoj publici, najširim narodnim slojevima, kojima bi muzejske zbirke mogle najviše pridonijeti, da steknu konkretne spoznaje o našoj kulturnoj baštini.

Jedan od uspješnih načina propagande za muzeje i muzejske zbirke su p r e d a v a n j a. Veći muzeji u stranim kulturnim centrima, a pogotovo veliki moderni centralni muzeji ne mogu se zamisliti bez m u z e j s k e p r e d a v a o - n e. Svaki moderni muzej ima dvoranu za predavanja i slične priredbe za širu publiku. Ovakove predavaone su redovito u muzejskoj zgradi, neposredno vezane s jedne strane na muzejske zbirke, a s druge strane na naučni dio muzeja, iz kojeg ova predavaona dobija teme i predavače.

U Jugoslaviji postoje zasada nažalost samo u dva muzeja predavaone i to u Gipsoteki i u Muzeju za umjetnost i obrt u Zagrebu. Obje predavaone otvorene su otprilike istovremeno u jesen 1950.god. Dosadašnji rezultati, pogotovo u Muzeju za umjetnost i obrt u Zagrebu dokazuju, da ovakova predavaona ne samo da ima svoj rezon unutar svakog muzeja, nego dokazuje, da je to jedan od bitnih elemenata jednog moderno postavljenog muzeja, koji na taj način najuspješnije diže interes šire publike za muzejske zbirke i stručnu problematiku, koju muzej obradjuje.

Dosada je jedino Muzej za umjetnost i obrt bio u mogućnosti organizirati stalna predavanja i to redovito svaki petak u 17 sati. U Gipsoteki je bilo iz tehničkih razloga neprovedivo organizirati stalna i redovita predavanja zbog pomankanja nusprostorijsa u istoj zgradi. Teme predavanja bile su u oba muzeja iz područja likovne umjetnosti, odnosno iz neposredno srodnih struka. Odziv publike bio je iznad svakog očekivanja, tako da se dvorana Muzeja za umjetnost i obrt sa cca 70 sjedala brzo pokazala premalenom. Predavaona Gipsoteke ima oko 150 sjedala s većim brojem stajaćih mjesta u slučaju većeg posjeta. Prednost predavaone u Muzeju za umjetnost i obrt je ugradjeni tehnički uređaj za projekcije epi- i dia- i instalacije za kino-projekciju. Ove instalacije se u Gipsoteki, iz tehničkih razloga, nisu još provele.

Pitanje je: Kakav karakter bi trebalo dati ovim predavanjima i kako organizirati niz predavanja u ovakovim muzejskim predavaonama? Kamo usmjeriti pravac i svrhu toga

rada ?

Van sumnje je, da se predavanja moraju ograničiti na određenu struku, odnosno na određeno područje, - u konkretnom slučaju na područje likovne umjetnosti, primijenjene umjetnosti i srodnih struka. Kako su ove dvije predavaone jedine predavaone zagrebačkih muzeja, - a tako će sigurno u dogledno vrijeme i ostati - to je polje rada, odnosno opseg tema vrlo širok, jer bi trebali poslužiti svim zagrebačkim muzejima. Osnovni problem je, kako i kamo usmjeriti karakter ovih predavanja i kako organizirati ovaj rad. Dosadašnji rezultati pokazuju znatan priliv publike, čak u tolikom broju, da se dvorana gotovo redovito pokazuje premalenom za broj zainteresirane publike. Gro ove publike je onaj sloj interesenata, koji su vrlo blizu struči, dakle onaj stalan broj posjetilaca muzeja, knjižnica i instituta, koji neposredno prate muzejski rad i zbivanje na polju naše likovne umjetnosti. Stručne teme, koje su ovdje donesene, bile su ne samo teme općeg karaktera, nego i niz specifičnih pitanja iz likovne umjetnosti i srodnih struka, tako da je većina tih predavanja bila za stručnu publiku od interesa i koristi.

Postavlja se pitanje - kako organizirati ova predavanja u muzejima, da budu pristupačna široj publici i da se šira publika zainteresira za teme tih predavanja.

Već prije par godina pokušao je Muzej za umjetnost i obrt organizirati stručna vodjenja, odnosno predavanja u pojedinim zbirkama muzeja. Interes je bio polučen i rezultat pozitivan. Primijetilo se, da publika s velikim interesom prati stručna vodjenja po muzeju. No veći interes pokazuje publika za pojedine specifične teme u muzejskoj zbirci. Kroz par predavanja, koja je održao Dr. Bach, tada kustos muzeja, i to redovito u nedjelju prije podne oko 11 sati, broj posjetilaca se znatno povećao. Predavanja bila su usmjerena najširoj publici, koja bez stručnog znanja, bez predznanja, dolazi, da se upozna sa muzejskom zbirkom.

Ovakova predavanja održana su u ciklusu od 4-5 predavanja povodom Japudske izložbe u Arheološkom muzeju u Za-

grebu 1935-36, zatim u nekim muzejskim zbirkama /prehistorija i egipatska zbirka/. U Gipsoteki bila su takova predavanja 1947.-48, u zbirci grčke plastike /pojedini periodi grčke umjetnosti, zasebno obradjeni/.

Van svake sumnje je, da ovakova predavanja donose pozitivne rezultate, da se time otvara živi kontakt publike s muzejima, da se oživljuje muzejska zbirka, kroz koju ta publika prolazi sasvim drugim pogledima. Publici se približuje barem jedna strana muzejskog rada, o kojem ona nema nikakve predodžbe ili posve krive.

Pita se, da li su naši muzeji u mogućnosti provesti takav niz predavanja u svojim zbirkama ili predavaonama barem periodično, ako ne stalno. Postavlja se pitanje ljudi, vremena i kredita. Tko će predavati, ima li dovoljni broj stručnog personala u samom muzeju, mogu li ti ljudi vrijeme za redovan rad u muzeju upotrebiti za spremanje tih predavanja, - pogotovo ako je ciklus od više predavanja, a mali broj predavača - , treba naći suradnike, a treba takav rad i honorirati.

Ovdje nam se nužno namepe još jedan problem: **K a d a s u m u z e j i o t v o r e n i ?**

Od zagrebačkih muzeja gotovo svi su otvoreni za publiku jedan do dva puta tjedno i to redovito nedjeljom, a većina i četvrtkom. Vrijeme za posjet određeno je uglavnom od 10-13 sati. Jedino je dnevno bila otvorena Gipsoteka i to radnim danom od 9 - 16 sati, a nedjeljom od 9 - 14 sati, a danas je samo još Zoološki muzej dnevno od 9 12.

Ako pretpostavimo, da je provedena propaganda za intenzivniji i masovniji posjet publike u muzeju, teško ćemo moći očekivati, da će ovako kratak rok za mogućnost posjeta u muzejima privući veći broj posjetilaca. Ako želimo, da publika dolazi u muzeje, moramo se prilagoditi onim uvjetima, koje publika postavlja, odnosno onim uvjetima, pri kojima je većini naše publike uopće moguće da dolazi u muzeje. U tome se možemo okoristiti bogatim iskustvom s naših umje-

tničkih izložaba, a i iskustvima drugih muzeja. Ovim iskustvom okoristili su se izložbeni salon Likum-a /bivši Ulrich, Ilica 40/ i salon Uluh-a /Praška ul.4/. Oba ova salona otvoreni su prije podne od 10-13 sati i popodne od 16-20 sati. Na to nas upućuje i iskustvo s velikih izložaba. Većina publike dolazi prije podne u vremenu od 10-12 sati i poslije podne od 17 sati. Ovoga bi se trebali držati i naši muzeji. Teško je u muzejima riješiti popodnevno, odnosno večernje vrijeme za posjet publike. Veći dio naših muzeja nema mogućnosti osposobiti svoje izložbene dvorane za noćni posjet publike, odnosno za posjet, kada je potrebna umjetna rasvjeta, koja u većini muzejskih dvorana nije provedena. Svakako postoji opravdana pretpostavka, da bi noćni posjeti našim muzejima imali uspjeha. To je pokazala sredovjekovna izložba u Zagrebu i novo otvoreni umjetnički saloni. A na to nas pogotovo upućuju rezultati velikih vanjskih muzeja, a i rezultati novo postavljene umjetničkog muzeja u Beogradu.

Svi evropski veliki muzeji otvoreni su redovito svaki dan i nedjeljom. Eventualno jedan dan u tjednu su zatvoreni radi čišćenja. U Beču i Münchenu je to ponedjeljkom, u Parizu utorkom. U Sjedinjenim Državama Amerike već od 1927. godine svi glavni muzeji otvoreni su redovito svaki dan u tjednu i nedjeljom, a osim toga barem jednom, a i više puta u tjednu uvečer, odnosno po noći.

Većina tih velikih muzeja otvorena je dnevno od 9-17 sati.

Dakle, pružena je prilika, da publika posjećuje muzeje, kada ona za to ima mogućnosti i volje, kada joj dopusti slobodno vrijeme, a ne kada joj to uprava muzeja odredi. Ako uzmemo u obzir, da je publika u većim kulturnim centrima već generacijama odgajana u tom pravcu, da ima daleko intenzivnije i veće kulturne potrebe, da toj publici nije potrebno tek otvarati horizonte, koje naša publika još nema, ako to uzmemo u obzir, onda se s pravom pitamo, što smo našoj publici pružili, kakve smo joj dali mogućnosti, da se upozna s našim muzejima... Jedamput, najviše dvaput tjedno od 10-13 sati.

Na ovu temu možemo odmah nadovezati i pitanje ulaznice u muzeje. Ovo je još uvijek neriješeno pitanje, koje visi u zraku kao neka neriješena zagonetka, pa se vjerojatno zato svake godine ponovno stavlja na tapet. Razlog, da se to pitanje iz godine u godinu ponovno tretira, je u principu pitanje državnih prihoda, potaknuto sa strane Ministarstva financija. Redovito se tada o tome puno priča, - malo tu, malo tamo, i na koncu se to odbija s motivacijom, da je za to preuranjeno, da mi tek moramo publiku privući u muzeje a tek onda uvesti ulaznicu. kada steknemo već izvjesnu stalnu publiku, - i niz drugih sličnih razloga. Nikada o tome nije bila povedena jedna ozbiljna anketa, da se konačno čuje mišljenje svih zainteresiranih.

I ovdje se možemo koristiti dosadašnjim iskustvom, i našim iskustvom kod kuće i onim velikih muzeja vani. Svi naši muzeji imali su besplatan ulaz u muzej. To je bilo do 1932. godine, kada je uvedena ulaznica i to radnim danom za pojedince 5 din, za djecu i vojnike 2 din. Nedjeljom je ostao ulaz besplatan. I onako mali broj posjeta pao je tada naglo, tako da je prihod od ulaznica bio toliko malen, da se gotovo nije isplatilo niti financijsko poslovanje, koje bi moralo biti provedeno s obzirom na tadašnje propise o financijskom poslovanju. Osim toga grupe su i onako imale ulaz besplatan.

Bilo bi za očekivati, da će se a conto toga povećati broj posjetilaca nedjeljom. Dogodilo se protivno. Broj posjetilaca pao je i nedjeljom. Za lijepih dana znao je Zrinjevac biti nedjeljom pun šetača, svijet se gurao prije podne šetajući se po Zrinjevcu i Ilici gore dolje - a muzej na Zrinjevcu prazan. Arheološki muzej i Strossmayerova galerija bili su otvoreni od 10-13 sati. Dakle u vrijeme, kada je nedjeljom pred muzejskom zgradom najintenzivnija vreva šetača. U to isto vrijeme muzejske dvorane zjapile su od pustoši i mrtvila. Jedva koji stranac ili stariji gospodin /možda s unukom/.

Tako je bilo uglavnom i u ostalim muzejima. Nešto življi interes ostao je za etnografski ili prirodopisni-zoološki muzej.

Posebno značenje imale su ulaznice u Gradskom muzeju u Zagrebu, koje su se ubirale u formi "dobrovoljnog priloga" od 1-din. Tada je Gradski muzej bio u bijednom, vlažnom, smrdljivom podrumu Umjetničkog paviljona na Trgu kralja Tomislava /ulaz je bio sa stražnje strane iz parka/. Ovaj muzej jedva je i mogao kao takav djelovati a ova prosjačka ulaznica od 1 din /manje nego se davalo prosjacima/ odgovarala je otprilike izgledu muzeja i svaki od onih rijetkih posjetilaca, koji su nabasali ili zalutali ovamo u muzej, rado su dali taj dinar. Ubralo se međjutim vrlo malo.

Možda nešto više ubralo se od ulaznica u Strosmajerovu galeriju, koja je jedina bila u Zagrebu donekle reprezentativna kao ustanova i po prostoru i po smještaju.

Danas je kod nas u NR Hrvatskoj jedino još Gradski muzej u Varaždinu, koji ubire ulaznice za posjet u muzej. Svi ostali muzeji imaju ulaz besplatan. Moramo uočiti, da je posjet u Gradski muzej u Varaždinu unatoč ulaznica ipak znatan. To moramo pripisati vanrednom značenju ovoga muzeja, kultiviranom lokalnom patriotizmu Varaždinaca, propagiranom interesu kod stranaca, a osim toga objektivnoj činjenici, da je ovaj muzej zaista najreprezentativnija naša muzejska ustanova u Hrvatskoj.

Vanjski veliki muzeji imaju doduše uglavnom svagdje obligatne ulaznice radnim danom. Nedjeljom je gotovo svagdje u svijetu ulaz u muzeje besplatan. Jedina iznimka je bila u Grčkoj, gdje je ulaz bio nedjeljom besplatan jedino za domaće. Za strance je ulaznica bila redovito 100-drahmi, a za domaće radnim danom 30 i 15 drahmi. Najveći dio publike u velikim muzejima su stranci, koji će svakako iskoristiti radni dan, kada je manji posjet u muzeju, i iskoristit će vrijeme, s kojim stranac, turista, putnik računa kao s najvažnijim faktorom. Osim toga važnost i bogatstvo tih muzeja, zbirke same, su dovoljni magnet, da opravdaju i relativno visoku ulaznicu.

S ovima se ne mogu usporedjivati naši muzeji. Prvo, jer ne mogu računati na veliki broj stranaca, koji, ako i

dođu u naše muzeje, ne će naći ovdje materijal tih svjetskih kvaliteta, na koje su se naučili u svojim muzejima. A naše nacionalne vrijednosti i kvalitete ostavljaju stranca hladnim. Osim toga i mali opseg naših muzeja, u relaciji prema velikim muzejima vani, ne pruža ni po kvantumu nadomjestak kvaliteti. Pa i pomanjkanje reprezentativnoga u našim muzejima upućuje na to, da bi ulaznice bile još jedan negativni momenat u odnosu prema muzejima.

Značenje naših muzeja, koji stranca ostavljaju hladnim, daleko je veći za našu domaću publiku, koju moramo naučiti, kako da gleda zbirke naših muzeja. Fragmenti naših spomenika, koji su ostali nakon teških tragedija višestoljetne borbe na našem terenu, preko kojega su prolazili udarci s istoka i sa zapada, ti ostaci ostataka u našim muzejima govore nama i za nas više, nego što govore sačuvani spomenici velikih kulturnih centara, koji nisu preživjeli te tragedije - baš radi toga, što je naša zemlja bila poprište tih borbi, - da se očuva kultura Evrope.

Kako je prosvjetna funkcija naših muzeja danas u prvom redu namijenjena onom sloju naše publike, koja je kulturno najviše zaostala, koja je i ekonomski najslabije fundirana i koja napokon za muzeje ima najmanje interesa, - radi toga bila bi pogreška uvesti danas ulaznice za posjet u muzeje, jer bismo time velik dio publike odbili od muzeja.

U kulturnoj sredini s bogatom tradicijom muzejskih ustanova, u sredini bogatim kulturnim spomenicima, ono, što tamo nije potrebno isticati i naglašavati, jer se po sebi razumije - to je osjećaj za kulturnu baštinu vlastitog naroda i sredine. To je ono, što naše muzejske zbirke, naši spomenici moraju tek nastojati uliti našoj publici. Uvjeriti ih o toj vrijednosti, - to je kod nas još uvijek pionirski posao.

Za eventualne ulaznice povodom koje povremene izložbe ili slično daleko bolji efekat polužit će jedno praktično rješenje, koje su vani uveli neki manji muzeji. Kao ulaznicu možete uzeti ili katalog dotičnog muzeja ili jednu razglednicu, na kojoj je ili snimak muzeja ili koji eksponat

ili pogled u muzej. Ovakvo praktično rješenje ulaznica je ujedno daleko veća propaganda za dotični muzej, nego što se to može polučiti trudom i troškom, koji traži drugi način propagande. Ako je već potrebno iz bilo kojeg razloga uvesti ulaznicu u muzej, odnosno muzejske zbirke, svakako bi se ovo, odnosno slično rješenje imalo jedino preporučiti. Na ovaj način će se za ovaj odbijeni postotak publike, koja radi postavljene ulaznice ne će doći u muzej privući publika, koja će biti na ustanovu upozorena ovakovom propagandom.

Na koncu nešto o n a š o j p u b l i c i, odnosno o muzejskoj publici uopće.

Današnja naša publika iz temelja se izmijenila. Preorijentacija rada i izlaganja u našim muzejima posljednjih godina dovela je u muzeje novu publiku. Muzeji nisu više postavljeni "za stručnu intelektualnu publiku", nije više akcenat isključivo na naučnim i stručnim radovima. Muzeji su se orijentirali širokoj publici, prosječnom posjetiocu. Danas je najveći dio publike iz tih slojeva. Ova publika dolazi s drugim aspektom na muzejske zbirke, ima druge zahtjeve od tih zbirki, a stavlja i druge uvjete, da primi spoznaju, koju joj muzej želi dati. Toj publici obraća danas muzealac najveću pažnju u muzejskoj zbirci, u propagandi, u predavanjima, u svom muzejskom radu.

Onaj dio naše publike, koji dolazi u muzej s izvjesnim predznanjem, fundiranim znanjem o općim pojmovima i s djelomičnim poznavanjem muzejskog materijala i s osjećajem za tradiciju i kulturnu baštinu, uglavnom ne treba ni vodiča, ni muzej s vlastitim kriterijem. Znađe, što hoće vidjeti, znađe ocijeniti vrijednosti, znađe komparirati materijal. S takovom publikom muzealci imaju obično bliži kontakt, ali manje muke i brige. Možda više posla, jer ovakova publika želi mnogo toga upoznati, vidjeti. Interes za detalje i probleme vodi ih i u čitaonicu i u knjižnicu muzeja i t.d.

Brigu muzealaca zaokuplja danas daleko više onaj dio publike, koja dolazi u muzej bez predznanja, pa i bez najosnovnijih spoznaja o materijalu, vremenu i prostoru, pa i bez

osnovnog poznavanja tradicije vlastitog naroda. Muzeji stoje danas pred teškim zadacima. Omasoviti muzejski posjet i to baš tamo u onim slojevima, koji stoje daleko od tih problema i pojmova, njih privući u muzejske dvorane njima pokazati vrijednosti naše tradicije, i proširiti im horizont spoznaje o vlastitoj prošlosti, o vrijednosti i bogatstvu te prošlosti. Njima pružiti mogućnost da prime te vrijednosti, koje su nam prošle generacije ostavile u nasljedstvo.

Naša publika dolazi možda i s nepovjerenjem u muzeje, manje natjerana od svojih društvenih organizacija, u kojima manji broj interesenata naturi većem broju nezainteresiranog članstva organizirani posjet kojem muzeju. Većinom dolazi potaknuta oglasima, obavijestima, reklamom i propagandom, potaknuta usmenim nagovorom onih, koji su već u muzeju bili. Ili pak stranci iz pokrajine, koji dolaze u Zagreb poslom, u posjete i slično. Danas su najveći broj publike u našim muzejima pripadnici najširih radničkih slojeva. Toj publici se muzealci moraju obraćati i toj publici posvetiti svoju pažnju. To je i stručna dužnost muzealca, to je njegova i nacionalna i kulturna, i prosvjetna funkcija u muzeju.

Muzeji moraju svoju novu publiku odgojiti. To je pionirski posao. Pionirska dužnost. To je kod nas nažalost ne samo u muzejskoj struci nego i u ostalim područjima kulturnog rada. Tek je možda utoliko razlika, da je kod nas u muzejima zaista početak bez ikakvog ili tek minimalnog nastojanja iz ranijeg vremena.

Pitanje naše "stručne" publike u muzejima je problem za sebe. U pojam stručne publike ubrajam sve one, koji dolaze u muzej sa željom produbiti i stručno upoznati određeni materijal, odnosno osvijetliti određeni problem materijala u muzeju ili u struci. Naša stručna publika općenito ne obraća dovoljno pažnje muzejskim zbirka. Bila bi porazna statistika, ako bi povelj kontrolu, koliki broj studenata iz dotične struke radi u muzejskim zbirka. Pa barem da se prošle kroz te zbirke. To su rijetke iznimke. Možda je ovdje krivnja u nastavi.

Interesantne su statistike stranih muzeja: Cleveland museum donosi podatke o svojim posjetiocima godine 1930. Od ukupnog broja posjetilaca, koji iznosi 315.000 kroz godinu dana 33,7% je onih, koji dolaze s konkretnim stručnim interesom u muzejske zbirke, rabe stručnu muzejsku knjižnicu, fototeku, konzultiraju stručnjake u muzeju ili studiraju materijal u studijskim zbirkama. U muzeju u Pensilvaniji je takovih otprilike 27%, koji su došli u muzej s određenom svrhom, s konkretnom željom, da upoznaju određeni materijal, da ga prouče, da dobiju stručnu literaturu i slično.

Ovakovi posjeti su nažalost u našim muzejima rijetki. Najčešći su još u Muzeju za umjetnost i obrt i u Etnografskom muzeju, gdje većina takove publike dolazi po besplatnu ekspertizu, koju velikodušno muzej, odnosno muzejski radnici daju besplatno interesentima, trgovcima, preprodavaocima i drugima, koji se time obilno koriste.

Ovaj pregled muzejske propagande donosimo s namjerom, da se - naročito lokalni muzeji u pokrajini - mogu koristiti ovim faktorima, koji bi im u radu bili od pomoći, odnosno da se mogu obratiti za pomoć onim ustanovama, koje su na tom polju primile i stekle izvjesna iskustva.

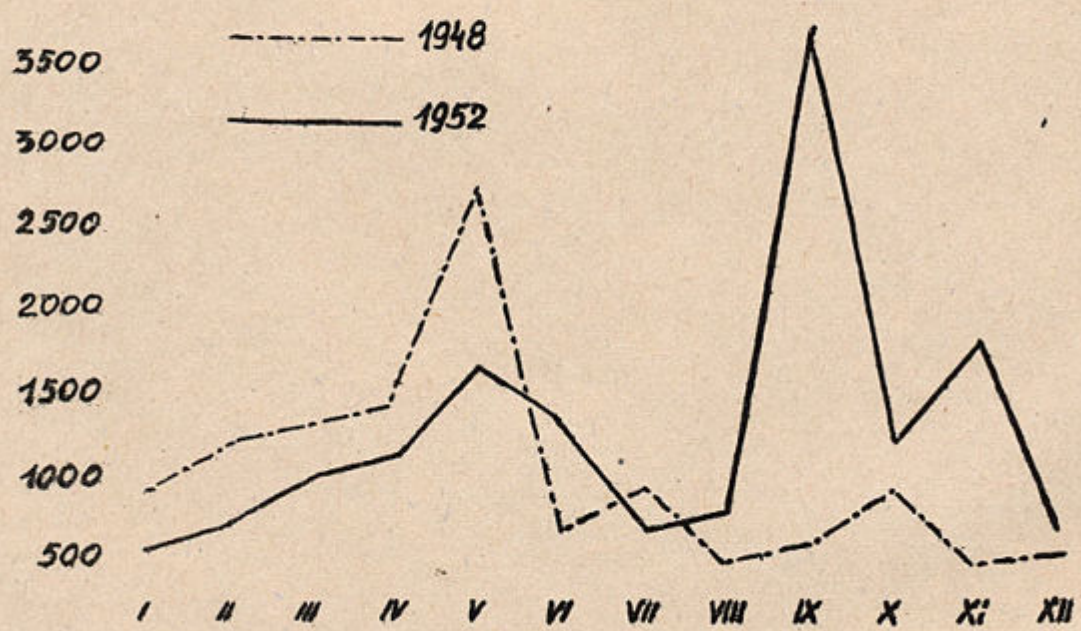
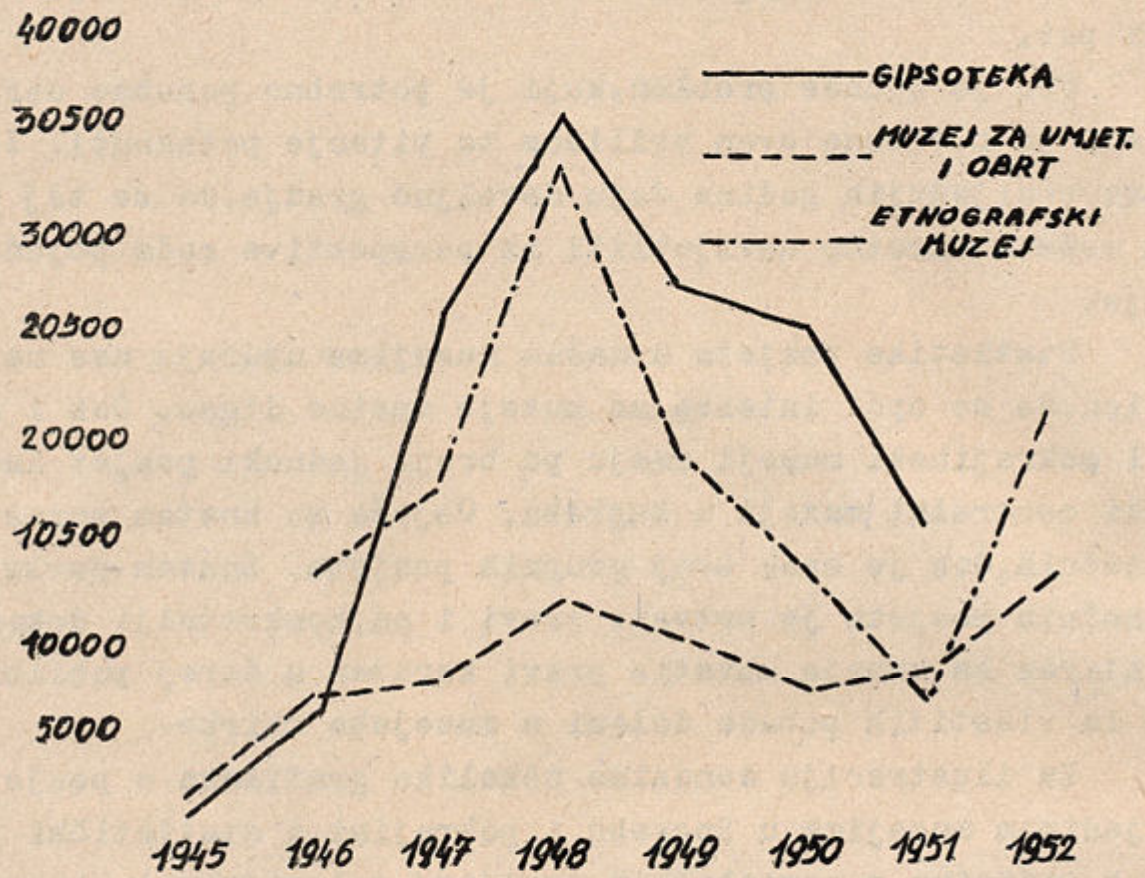
Na kraju nam se nameće još jedno pitanje: Do kojih granica smo u mogućnosti provesti ovu propagandu za posjet u muzeje? Što bi trebalo učiniti kao preduvjet, da rezultat tih posjeta bude pozitivan? Iskustva ranijih godina upućuju nas na izvjesne nedostatke, koji mogu biti i negativni. Godine 1948., kada smo načinili "organiziranu hajku na brojke" i natjerali mase posjetilaca u muzeje, vidjelo se, da rezultat, osim broja nije bio nikakav. 6.000, 7.500, 8.800, 9.000 posjetilaca u mjesec dana u jednom muzeju bio je lijepi broj, ali od takovih posjeta za publiku mala korist, a za muzeje znatna šteta. Tako nahrupljeni posjeti onemogućuju redovni rad u muzejima, a posjetiocima ne pružaju ono, što bi im muzej trebao dati. 549 vodjenja grupa u Etnografskom muzeju

1948. godine s malim brojem stručnog osoblja daje jasnu sliku, da ovakav pravac propagande za omasovljenje muzeja nije najbolji put.

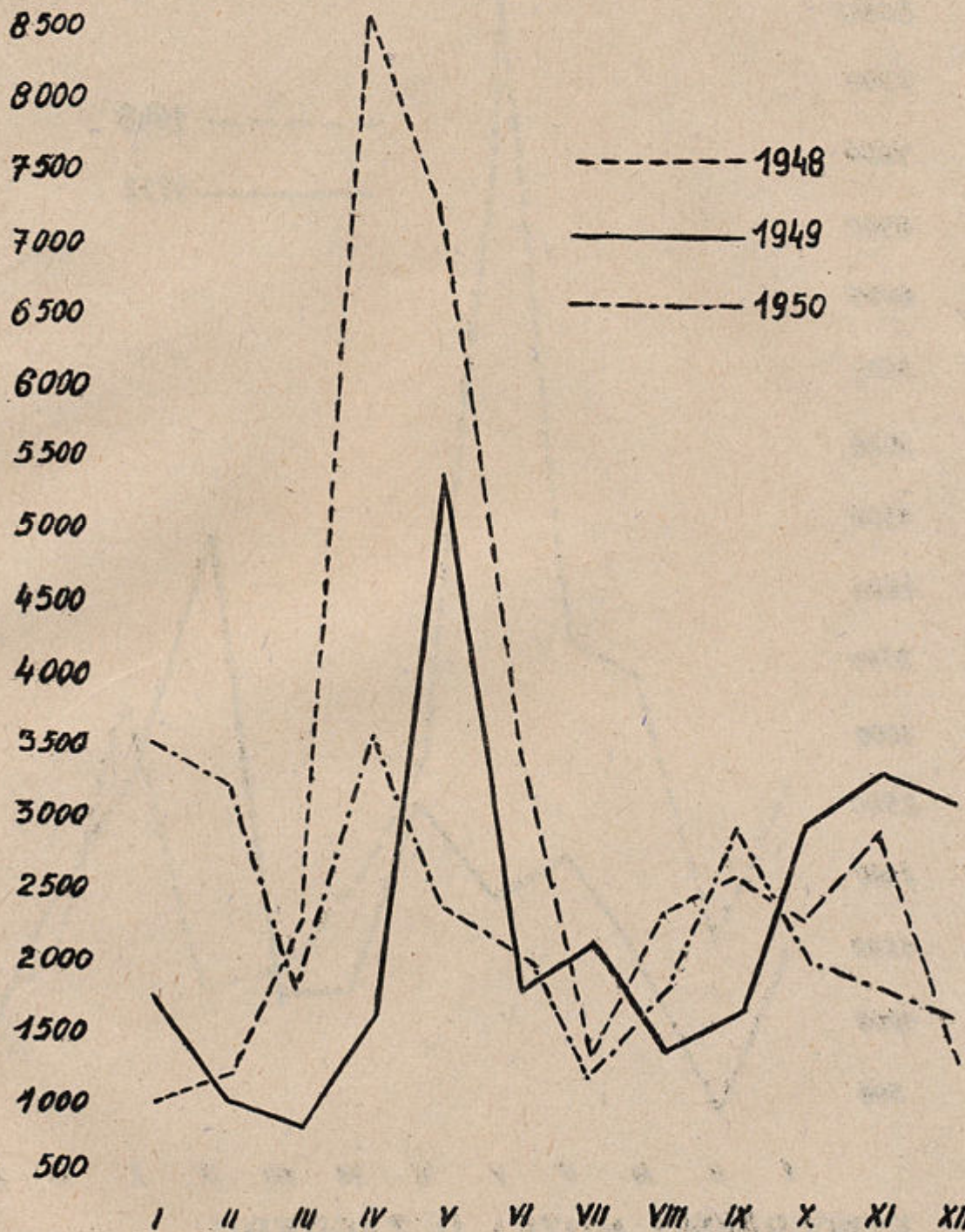
Ovo je doduše problem, koji je potrebno posebno obraditi, ali je potrebno ovom prilikom to pitanje potaknuti. Iskustva posljednjih godina daju dovoljno gradje, da se taj problem može konkretno osvijetliti iz perspektive rada pojedinih muzeja.

Statistike posjeta u našim muzejima upućuju nas na činjenicu, da se opći interes za muzeje znatno digao. Čak i neki manji pokrajinski muzeji imaju po broju jednaki posjet kao i veliki centralni muzeji u Zagrebu. Osjeća se znatan porast pojedinačnih, dok je opao broj grupnih posjeta. Znatan porast pojedinačnih posjeta je ustvari pravi i najkonkretniji dokaz, da je interes za muzeje uhvatio pravi korijen u široj publici, koja iz vlastitih pobuda dolazi u muzejske zbirke.

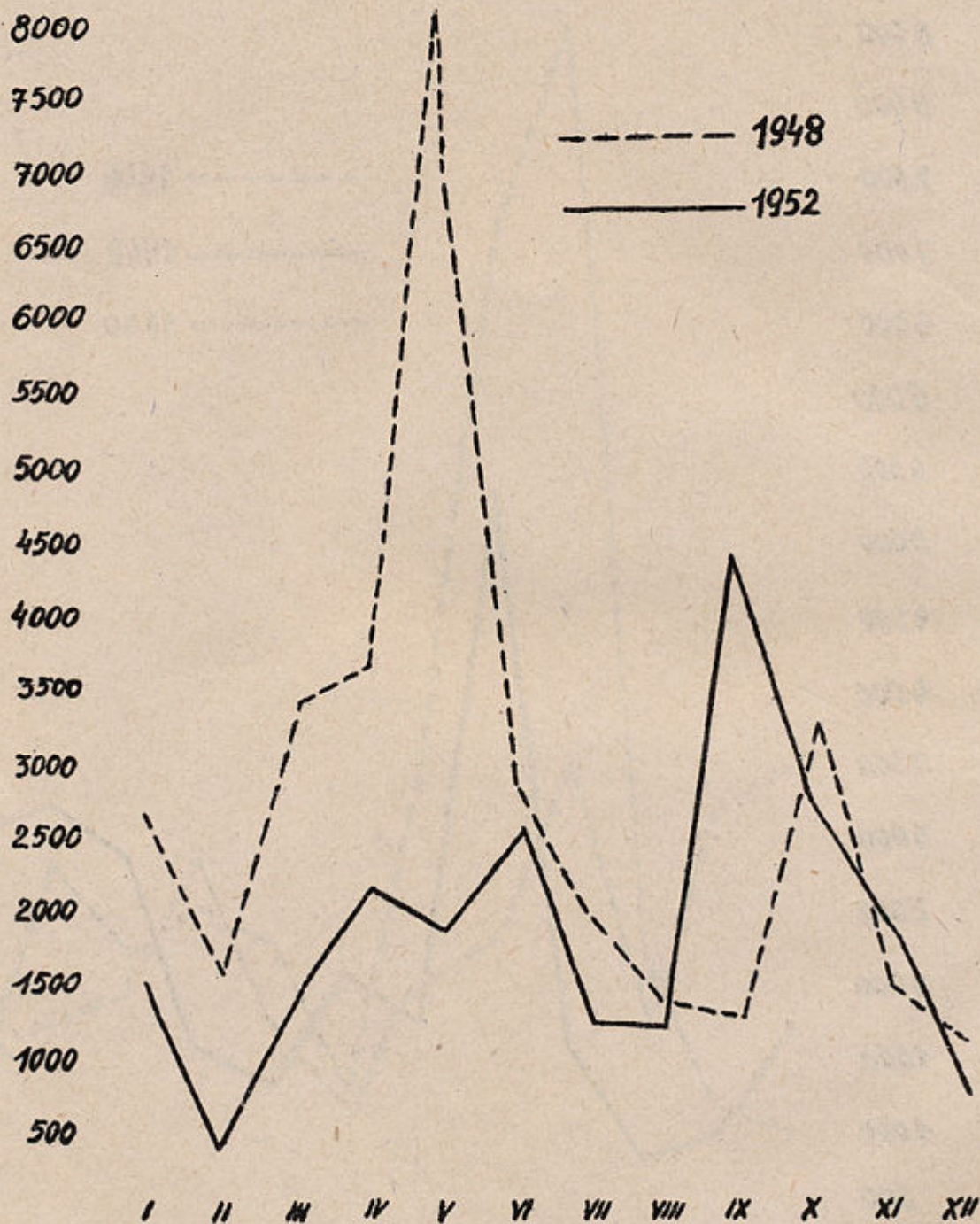
Za ilustraciju donosimo nekoliko grafikona o posjetima u pojedinim muzejima u Zagrebu i pokrajini i statistički pregled s podacima o zagrebačkim muzejima, galerijama i zbirkama.



Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu

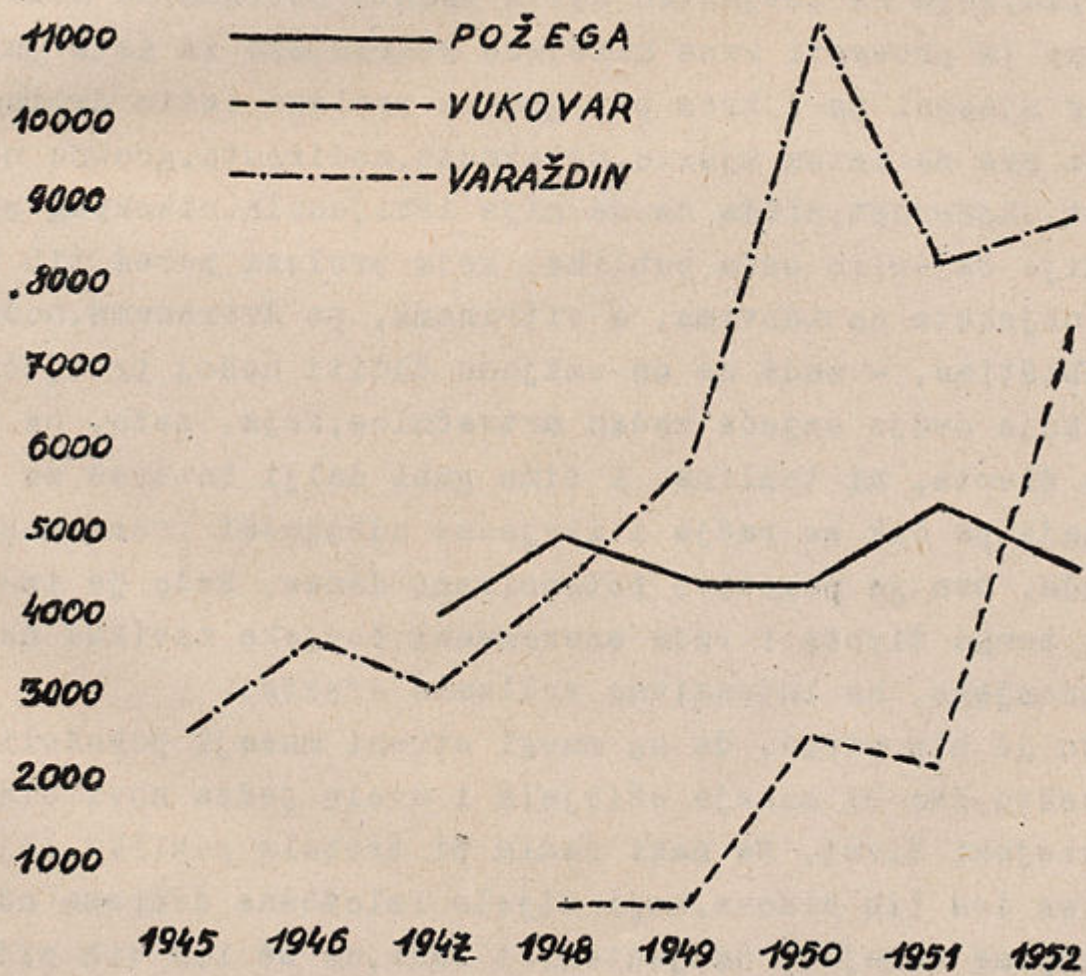
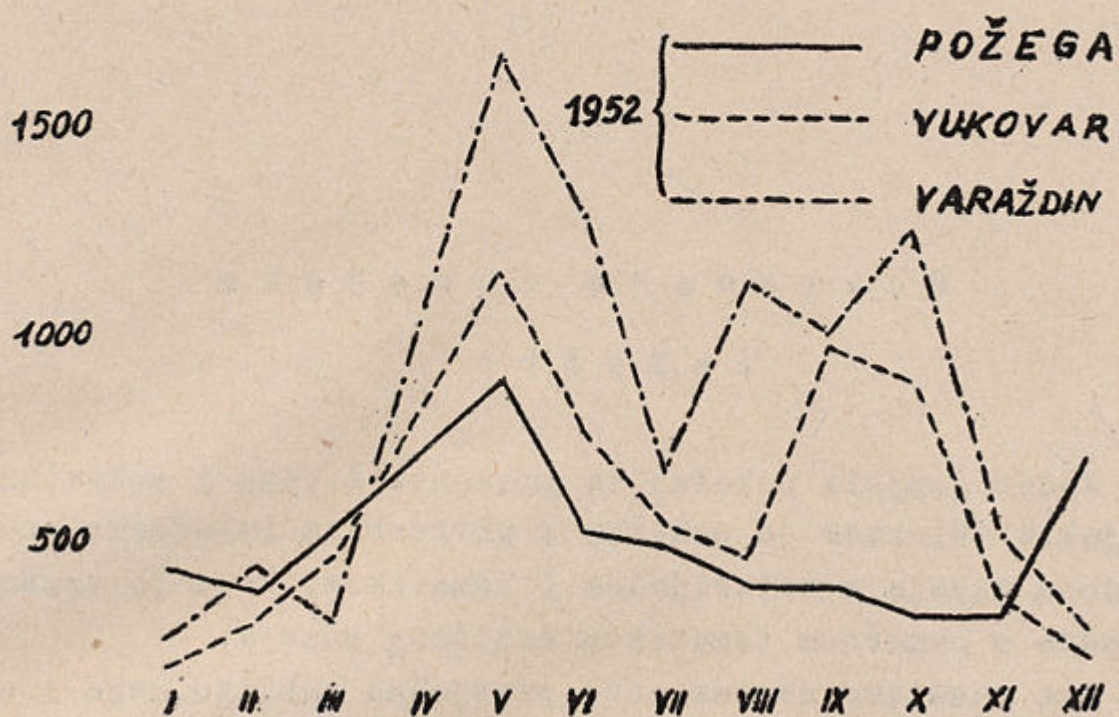


I II III IV V VI VII VIII IX X XI XII
 GIPSOTEKA - Grafikon posjeta 1948-1950 god.



ETNOGRAFSKI MUZEJ U ZAGREBU

Grafikon posjeta 1948 i 1952 god.



P o v r e m e n e m u z e j s k e
i z l o ž b e

Jedan uspješni pokušaj za unašanje života i pokretanja u muzejskim zbirkama je pokušaj s povremenim izložbama unutar jednog muzeja s materijalom i tematikom, koja je vezana ili srodna s osnovnom tematikom dotičnog muzeja.

Ako shvatimo nesamo našu prosječnu publiku, nego i stručnu publiku, koju na izvjestan način zainteresiramo za muzeje i uspijemo je provesti kroz muzejske zbirke, ako ta ista publika za par mjeseci pa i kroz par godina prolazi istim dvoranama i vidi sve na istom mjestu, netaknuto, nedirnuto, grobnu nepomičnost, ukočenost, ništa da se nije izmijenilo, nikakvog se života nije osjetilo osim publike, koja prolazi pored tih izloženih objekata na zidovima, u vitrinama, po dvoranama, hodnicima, stubištima, - onda se ne smijemo čuditi našoj prosječnoj publici, koja ovdje osjeća zadah mrtvačnice, koja, zato, ne vidi ovdje života, ni topline, i time gubi dalji interes za takve muzeje pa čak se radja i izvjesna odbojnost prema muzejima uopće. Ovo je pogotovo potencirano danas, kada je intenzivni tempo života i rada savremenog čovjeka navikao na stalne promjene, na intenzivne reklamne efekte.

To je bio povod, da su mnogi strani muzeji pokušali učiniti nešto, što bi muzeje oživjelo i uvelo jedan novi element u muzejski život. Na neki način bi trebala publika osjetiti, da se iza tih zidova, koji dijele izložbene dvorane od onih, u kojima muzejski namještenici rade, da se iza tih zidova odvija jedan realan konstruktivan rad, koji svojim rezultatima proširuje znanje i spoznaju tih posjetilaca o svemu onom,

što je izloženo i kako je izloženo.

Postav jedne muzejske zbirke u svojoj biti je manje ili više ipak statičan. Zato izvjesna variranja i stalne promjene u osnovnom muzejskom postavu ne bi polučile pravi cilj. Osim toga izvjesne vrijednosti, pogotovo u umjetničkim muzejima i galerijama, koje su izložene imaju karakter statičkog izlaganja. Zato je s pokušajom s povremenim muzejskim izložbama, odnosno s izlaganjem izvjesnih naglašenih izdvojenih pojedinačnih akcenata uspjelo rješenje, koje ne dira u osnovni postav same muzejske zbirke, a daje mu znatne nadopune i bitno mijenja duh same ustanove u odnosu prema publici.

Neki muzeji riješili su to s "povremenim izložbama" u posebnim stalnim "dvoranama za povremene izložbe" u samom muzeju. Ovo je svakako naj sretnije rješenje. Manje sretno rješenje su povremene izložbe u muzejima i galerijama, koje idu na štetu statičkog postava dotičnog muzeja ili galerije, jer se za takovu povremenu izložbu mora isprazniti prostor određen za dotičnu izložbu, a koji je inače sastavni dio muzejskog postava.

Drugi muzeji u pomanjkanju prostora, da odvoje jednu posebnu dvoranu za povremene izložbe ili iz drugih razloga, radili su to s jednom izdvojenom i posebnom postavljenom vitrinom, ili s odredjenim manjim izdvojenim prikladnim prostorom /većinom u ulaznom halu muzeja/, u kojem se redovito mijenja materijal svakog mjeseca ili pri svakoj novoj nabavci ili slično. Tako je postavljena u Musée de l'Homme u Parizu u ulaznom halu jedna dosta velika i prostrana vitrina s natpisom "Vitrine du Mois". Ovdje je svaki mjesec izložen novi materijal - često povučen i iz same zbirke - koji je na taj način akcentuiran i obradjen. Legende, opširnije nego u izložbenim dvoranama, s fotografijama event. i komparativnog materijala, dokumentacijom u raznim oblicima i slično obradjuju i istaknu svakog mjeseca nešto novo. Na taj način oživi muzej za publiku.

Veličina ove vitrine u Musée de l'Homme u Parizu je oko 220 širine, oko 150 dubine i oko 350 visine. Osvijetljena

je umjetnim svjetlom.

Slično rješenje bilo je u državnom muzeju u Berlenu, koji je aranžirao redovito svakog mjeseca "Das Meisterwerk des Monats" - umjetničko djelo, koje je kroz tekući mjesec bilo posebno izloženo i aranžirano. Analogno je bilo i u Victoria and Albert Museum u Londonu neposredno u ulaznom halu uredjeno "The Masterpiece of the Week", gdje je već od 1931. godine bilo izloženo, posebno istaknuto po jedno umjetničko djelo, na koje je bila upućena posebna pozornost publike. Uz ovakova izlaganja bile su publici na uvid i fotografije, dokumentacija i ostalo, što je bila potrebna pratnja izloženom djelu - uz logičnu propagandu u revijama, časopisima i novinama.

Kod nas je jedino Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu pokušao prije godinu - dvije nešto slično. U jednom manjem prostoru, na stubištu, u medjuspratu izlagao je povremeno uglavnom nove nabavke. Na taj način, uz kratku legendu, upućivao je publiku na važnost materijala, koji u privatnom posjedu često stoji bez vrijednosti i značenja, a u muzejskim zbirkama bi možda ispunio izvjesne praznine. Na zidu izvješena je slijedeća legenda:

" O v d j e s u p r i v r e m e n o i z l o ž e n e
p r i n o v e m u z e j a

Naše se zbirke popunjavaju kupnjama, darovima i posudbama!

N e o d b a c u j t e starinu u svom domu !

N e u n i š t a v a j t e starinske predmete ?

To su dokumenti naše zajedničke prošlosti. P o n u d i t e

i h m u z e j u n a o t k u p i l i d a r ?

Obavještavajte nas o starim predmetima, da ih barem proučimo i fotografiramo !

P i t a j t e n a s, ako ne znate, za starost, za porijeklo i vrijednost vaših starina !

D a j e m o v a m s a v j e t e za popravak, čišćenje i čuvanje starinskih stvari.

Čuvajmo našu kulturnu baštinu ! "

S ovakovim pokušajima je ustvari bio i početak muzej-

ske propagande. S tim iskustvom koristili su se i ostali muzeji u Evropi, a naročito u Americi.

Ovakovo rješenje s posebno izdvojenom vitrinom ili na drugi sličan način ima svoje dobre strane. Naime ovdje se može bez poteškoća i komplikacija, bez naročitih tehničkih priprava i izdataka izložiti ili nove nabavke ili posebno istaknuti manje sitne stvari, koje nisu u izložbenim dvoranama, ili neke istaknute i naročite vrijednosti muzeja, koje nisu stalno izložene, ili po jedno posebno obrađeno i istaknuto umjetničko djelo i slično. Time se neposredno iznosi ili najnovije događaje u muzeju, ili detalje iz muzejskog rada iza zidova, koji dijele publiku od muzejskih radnika. Publika kroz to dobiva pojam o muzejskom radu, o načinu rada, o rezultatima i slično. Pa i tema može u ovakovoj vitrini biti obrađena i postavljena na drugi način nego je onaj u izložbenim zbirkama, gdje način izlaganja treba biti u glavnim crtama u cijelom muzeju ipak jedinstven. U ovakovoj vitrini može se postaviti na diskusiju izvjesna problematika stručnog karaktera, koju se može po izložbenom materijalu eventualno postaviti i polemično.

U ovakovoj vitrini - ne mora biti u pravom smislu riječi "vitrina" - mogu pojedini muzeji postaviti najrazličitije teme svog područja. Na primjer: nove rekonstrukcije posuda iz jednog prehistorijskog nalazišta, koje su dotada bile tek u fragmentima; novi nalaz antiknog novca; usporedbe ličke kapice s japudskim metalnim kapama; jedna narodna nošnja u usporedbi s drugim materijalom, na kojemu se ponavlja ornamenat s narodne nošnje; jedan stari i jedan moderni plug; jedan stari fotoaparatus s jednim modernim; sa snimkama s jednog i drugog aparata; par kišobrana iz raznog vremena; fotografije spomenika jednog majstora in situ; dva djela iz opusa jednog majstora iz raznih faza, razno tretirani u tehnici i formi; slika napola restaurirana s fotografijama prije restauracije; da se vidi tehnika posla, - bezbroj tema daju mogućnost varirati ovakav način izlaganja.

Preko ovakovih eksponata osjeti se, da je muzej orga-

nizam, koji raste, koji se popunjava, koji se izgrađuje, u kojem se zbirka planski stvara /eventualno kod novih nabavki uz legendu, zašto je dotični materijal nabavljen za muzej/.

Ovakove vitrine daju nam uglavnom mogućnost tretirati teme u dvije osnovne varijacije - aktuelne stručne teme i teme iz sistematskog stručnog i naučnog rada unutar muzeja. Aktuelne teme pokazat će, da je muzej u svom nutarnjem životu neposredno ukorak s vremenom, da nije "zavjetrina iz prošlosti", nego područje, na kojem se publika može sresti sa svim aktuelnim problemima, koji zasijecaju u struku dotičnog muzeja.

Teme, koje se u takovim vitrinama obrađuju, odnosno koje donose rezultate jednog sistematskog stručnog i naučnog rada unutar muzeja, daju publici mogućnost naslutiti, odnosno stvoriti si konkretnu sliku o muzejskom radu. Za intelektualnu publiku je ovo od većeg značenja, jer se na taj način upozna s načinom i karakterom rada u jednom muzeju. Kroz to će shvatiti potrebu i opravdanje toga rada /što je kod nas još uvijek u uskom krugu/.

Nesumnjivo je puno sretnije rješenje s većim "povremenim izložbama", koje su smještene u posebnoj odijelitoj, puštoj, odnosno izdvojenoj dvorani za povremene izložbe u muzeju. Ova dvorana može biti skromnih razmjera, što je u većini slučajeva i uputno. Ovo je pogotovo važno za naše pokrajinske muzeje, gdje ovakove izložbe treba da vrše pionirsku odgojnu ulogu i da pobude često osnovni smisao za muzeje i kulturne vrednote. Upozorio bih na to, - pogotovo u pokrajini /pa i u centralnim muzejima/, - dvorane za povremene izložbe u jednom muzeju ne može zamijeniti "dvorana za izložbe" u dotičnom mjestu, a pogotovo ne "dvorana za priredbe". Ovo se u biti protivi svrsi, kojoj bi bila namijenjena ovakova dvorana u jednom muzeju. A i karakter muzejskih izložbi dobio bi sasvim drugi pravac i smisao, što svakako nije uputno.

Nažalost u većini muzeja je teži problem "dvorana za povremene izložbe", nego što bi bile izložbe same. Ovo je pogotovo kod nas težak, u prvom redu tehnički problem, jer se manje više svaki muzej guši u tijesnim i neprikladnim prostora-

rijama. Oduzimanje jedne makar i manje dvorane ide na štetu izložbenog prostora za muzejske zbirke, koje su u većini naših muzeja itako izložene samo u malom postotku. Većina materijala leži već decenijama u muzejskim skladištima bez nade, da će u dogledno vrijeme ugledati svijetlo izložbenih dvorana.

Kako je dvorana za povremene izložbe i sam princip povremenskih izložaba unutar jednog muzeja važan problem rada za svaki muzej, koji je svoj rad usmjerio po modernoj muzeologiji, to mislim, da je potrebno, da se svaki muzej s ovim pitanjima posebno pozabavi.

Ni jedan muzej nije u mogućnosti, da sa svojim izložbenim zbirkama iscrpno obuhvati sve probleme svoje struke, odnosno svoga kraja, da iscrpno iznese u izložbenim dvoranama sav materijal dotičnog muzeja ili da kao izdvojene teme postavi posebna pitanja ili probleme jednog višeg područja unutar struke. Postav muzeja mora imati jednu osnovnu crtu i mora dati jedan uravnotežen cjelovit prikaz. Mora djelovati kao cjelina. Prema tome je nemoguće, da se unutar cjelovite muzejske zbirke postavljaju izdvojene specijalne teme, nezreli aktuelni problemi struke, izlučuju i naglašuju pojedini autori, pojedina nalazišta i slično. To nije u skladu sa suvremenim muzeološkim principima postava jedne muzejske zbirke.

Zato su se muzeji s velikim uspjehom poslužili "povremenim izložbama" uglavnom unutar muzeja i s materijalom i tematikom iz područja dotičnog muzeja, odnosno struke. Ovakve povremene izložbe muzeji priredjuju ili s vlastitim zbirkama, iz depoa dotičnog muzeja, ili s posudjenim materijalom.

Karakter tih izložaba je uglavnom ili nadopuna na osnovnoj temi, koju daju muzejske zbirke, ili komparativni materijal uz zbirke dotičnog muzeja. Tako je potrebno ovakve izložbe postaviti uglavnom u dotičnom muzeju, a rjeđe, - ako je to uvjetovano tehničkim razlozima, pomanjkanjem prostora ili ako su te izložbe velikog formata, koji zahtijeva i reprezentativnu formu i opsežan prostor, - izvan dotičnog muzeja.

Povremene izložbe ovakovog reprezentativnog velikog stila, kao što su bile izložbe Tiziana u Veneciji, izložba Leonarda da Vinci u Milanu, najznačajnija djela iz Prade u Madridu izložena u Ženevi, pa izložba talijanskih portreta kroz vjekove u Beogradu u proljeće 1938., - ove izložbe dale su iscrpni materijal vezan uz postavljenu specifičnu temu, odnosno autora. Takav postav nije moguć ni u jednom svjetskom muzeju u formi "muzejske povremene izložbe". Provedivo je jedino s ovakovim izložbama općeg karaktera.

Izvjeshni aktuelni muzejski i muzeološki problemi struke po svom karakteru nisu zreli da udju u nekoj formi u muzejsku zbirku ili uopće nisu takvog karaktera, da bi se mogli na uobičajeni način manifestirati u jednom muzejskom postavu, na primjer, opća problematika stručnih arheoloških iskopavanja, - eventualno bez obzira na konkretni materijal ili područje, - i slične teme. Ovakove teme mogu se prikazati na povremenim izložbama. Pa ima tema, koje mogu dati jednu zaokruženu cjelinu većeg opsega, usko vezanu eventualno na aktuelni muzejski rad, a nisu pogodne za muzeološki postav u izložbenom prostoru jednog muzeja, na primjer izložba, koja bi prikazala sve faze restauracije slika. Jedna izložba, koja bi svakako bila značajna i potrebna i našoj stručnoj publici, a još više široj javnosti, koja po lošim restauratorima najviše upropašćuje velike umjetničke vrijednosti u privatnim posjedima. Ovakova izložba donijela bi loše sačuvane slike s fotografijama slika prije restauracije i u svim fazama rada.

Slična tema može se dati i u ostalim muzejskim zbirkama, - u arheološkoj zbirci rekonstrukcije prehistorijske keramike, čišćenje antiknog novca, čišćenje i konzerviranje arheoloških nalaza i slično, konzerviranje etnografskog tekstila i niz drugih tema. Način postave ovakovih izložaba, pa i sam karakter izložbe kao takove ne može se uklopiti u cjelinu jedne muzejske zbirke. Karakter takove izložbe dozvoljava upotrebu i onog i onakovog materijala i pomoćnih sredstava, a i sam način postava, što ne bi u principu odgovaralo jednoj muzeološki postavljenoj muzejskoj zbirci.

Takove izložbe mogu prikazati jednu temu, - počam od općih tema na pr. razvoj numizmatike od antike do suvremenih modernih novčanica, razvoj portreta kroz vjekove, - pa do specijalnih tema ograničenih na jedan predmet, - razvoj preslice, razvoj pluga, tehnika izradbe jednog odljeva u gipsu ili bronci i slično.

Retrospektivne izložbe jednog autora, kao što su bile izložbe Crnčića, Medovića, Auera, Meštrovića, Vidovića, daju mogućnost, da se kroz prizmu izloženih djela, kroz informativni materijal, koji se također tom prilikom može izložiti/što u galeriji kao takovoj u sklopu s ostalim materijalom ne bi odgovaralo/, upozna vrijeme i uzroke evolucije toga autora.. Uspjeli način izlaganja takovog materijala ima Musée de l'art modern u Parizu, gdje su izloženi i razni predmeti, fotografije, uspomene, pa i namještaj toga autora, uz sve publikacije i slično, a pogotovo uz ciklus stručnih predavanja i ostalu propagandu. Za takovu izložbu sakupe se djela nesamo iz dotičnog muzeja, nego i iz privatnog posjeda i iz ostalih muzeja u zemlji. Veći muzeji priredjuju i cijele vezane cikluse raznih izložaba, koje u nastavcima prikazuju teme, koje su vezane uz jedan osnovni problem. Takova je bila kod nas "Retrospektivna izložba hrvatske umjetnosti o pedesetoj godišnjici Strossmayerove galerije", održana u atriju arheološkog muzeja u Zagrebu 1934.god., a u priredbi Galerije. Ova izložba bila je priredjena u pet nastavaka: I/ Predilirski, ilirski i poilirski period; II/ Počeci realizma 1860 - 1890; III/ Dekorativni akademizam 1880 - 1900 ; IV/ Zagrebački krug - Crnčić - Kovačević - Tišov 1890 - 1910; V/ Impresionizam /oko 1910./ Kraljević - Račić.

Ovakeve izložbe priredjuju se u principu i s onim materijalom, koji se radi svoje osjetljivosti ne može u muzejima i galerijama ostaviti stalno izložen. A i takav materijal, koji bi po svojoj nagomilanosti u jednoj ustanovi tražio takav postav, da ga je nemoguće postaviti u jednom muzeju ili galeriji. To je u prvom redu aktuelno za grafičke zbirke, koje po materijalu rastu često u astronomske cifre /Albertina

u Beču, grafička zbirka Louvrea u Parizu, Cabinet des Estampes u Parizu i dr. Unatoč toga, što veliki postotak materijala nije izložbenog karaktera, ipak bi i ovaj preostali interesantni izložbeni materijal zauzeo prostor, koji bi premašio prostor najvećih muzeja. Zato Cabinet des Estampes u Parizu priredjuje u za to odredjenoj dvorani za povremene izložbe redovito izložbe s materijalom, koji se mijenja svakih mjesec dana. Svaka izložba je redovito vezana za određenu temu. I tom prilikom izdan je redovito i katalog skromnijeg ili reprezentativnijeg formata već prema izloženom materijalu i temi. Na ovaj način izlagala je i Albertina u Beču, koja obiluje vanredno bogatim i vrijednim materijalom, koji je na taj način ipak djelomično došao na uvid široj publici.

Ovega načina izlaganja drže se u principu već od 20-tih godina muzeji u Japanu, što je i shvatljivo. Njihov galerijski materijal ima karakter grafike u evropskoj likovnoj umjetnosti. Pomanjkanje izložbenog prostora u velikim muzejima vani ponukale je i mnoge muzeje na veće cikluse muzejskih izložaba, preko kojih bi u duljem razmaku vremena bio cijeli muzejski materijal izložen na izvjesno vrijeme. Takav reprezentativan ciklus izložaba, koji je trebao trajati nekoliko godina bio je zamišljen u Kölnu "Blago kölnskih muzeja". Trebao je trajati 1925. - 1935. a ostvaren je tek djelomično. U duljim razmacima izlažu se muzejske zbirke u većem opsegu, iscrpno, s katalozima i sličnim stručnim i naučnim obradbama, uz potrebnu stručnu propagandu. Ovakove izložbe omogućuju materijal jednog muzeja izložiti ponovno svakih par godina, na kraći razmak od par mjeseci. Na taj način se materijal redovito osvježi, podvrgava novoj stručnoj i naučnoj kontroli, a stručnoj publici se omogućuje, da dobije uvid u taj materijal u iscrpnijem opsegu, nego li je to moguće u stalno postavljenom muzeju, u kojem bi bile pojedine grupe zastupane tek s malim brojem eksponata.

Posljednjih godina medju uspjele muzejske izložbe mora se ubrojiti niz izložaba u Musée de l'Homme u Parizu. Ove izložbe neposredno zasijecaju u gradivo i tematiku samog mu-

zeja i s iscrpnim materijalom obradjuju teme, koje su u zbirkama muzeja mogle biti obradjene tek u osnovnim linijama s malim brojem eksponata.

Teme tih izložaba bile su medju ostalim: Collection de la region du To ad - Ethnographie de Madagascar - Les chefs d'oeuvre de l' Amerique precolumbienne - i druge.

Musée des monuments français u Parizu priredio je izložbu većeg stila i to "Art medieval Yugoslavie" 1950.god. i "Mosaic medieval Italie" 1951.god. Obje ove izložbe donose komparativni materijal, koji je po vremenu i stilu srodan materijalu i temi dotičnog muzeja i time na zgodan i interesantan način daje komparativnu nadopunu svojim zbirkama.

Musée des arts decoratifs u Parizu sveo je ovakove povremene izložbe na "novo nabavljeni materijal za muzejske zbirke", koji se stalno mijenja i prema novim nabavkama, odnosno nove nabavke su komparirane s ranijim materijalom u zbirkama, da bi se vidjela vrijednost materijala i ilustrirala potreba i razlozi nabavke.

Uza sve pozitivne strane i stvarnu potrebu povremenih izložaba ipak postoji opasnost, da ovakove povremene izložbe, kao princip rada jednog muzeja, mogu da usmjere rad muzeja i u potpuno krivom pravcu i da svedu rad u muzeju na "kampanjski posao", - od izložbe do izložbe i do improvizacije, što je ustvari kamuflaža nerada. Efekat ovakovih izložaba i pozitivni rezultat za muzejsku propagandu, interes šire i stručne publike za ovakove teme i za izloženi materijal, sve to može lako da zavede ljude na to, da povremene izložbe budu osnovni cilj muzejskog rada. Takav rad dovodi do toga, da se teži za jeftinim efektima, da se odabiru najlakše teme ad hoc, koje donose najefektnije rezultate obzirom na interes publike - i do improvizacije. Materijal se za takovu izložbu i na takav način postavljen ne prouči, on nije naučno obradjen, on nije postavljen kao rezultat naučnog muzejskog rada. Naprotiv on je improviziran, da bi se pokazalo vanjske rezultate, koji nemaju dubine niti trajne vrijednosti. Ovako improvizirana izložba prodje bez trajnih

rezultata. Ona je bila od interesa za posjetitelja, koji su je za trajanje izložbe pregledali, ona je privukla izvjestan broj publike u muzej, ona je pokazala, da se u muzeju ipak nešto radi, da ovdje ima život, da to nije "grobница starih stvari", - bez sumnje sve su to samo pozitivni rezultati. Ali to nisu isključivi rezultati, koje tražimo od jedne muzejske izložbe, koja se mora u svojoj srži bitno razlikovati od sličnih izložaba u stereotipnim izložbenim salonima. Muzejske izložbe treba da daju svoj obol i nauci i, ukoliko imaju takav karakter, onda su tek u pravom smislu muzejske izložbe.

Zato bi bilo pogrešno uputiti muzeje, da im budu "povremene muzejske izložbe" princip rada. P o v r e m e n e i z l o ž b e u m u z e j i m a t r e b a d a p r o - i z l a z e k a o r e z u l t a t m u z e j s k o g r a d a, da budu rezultat zadatka i događaja u životu jednog muzeja. Ovakova izložba treba i mora biti u stvari "neštampana naučna radnja", da bude ogledalo savremenih problema struke, - ali nikako improvizacije s jeftinim efektima za kamuflažu nerada, bezidejnosti i slično.

Ovakove povremene izložbe ne mogu se ni priredjivati niti mijenjati kao u "Vitrine du mois", odnosno "Meisterwerk des Monats". U ovim vitrinama postavljeni materijal ne mora imati naučnih pretenzija, u principu to nije ni zadatak takovog izlaganja. Tu je dozvoljena i improvizacija i postav ad hoc. To je i tehnički lakše provedivo, radi znatno manjeg opsega materijala i prostora. Povremena muzejska izložba naprotiv mora biti rezultat duljeg solidnijeg rada i priprema. Ovakova izložba traži i veće tehničke predradnje i sve ono, što je s jednom ovakovom izložbom skopčano: krediti, tehnički materijal, idejne skice i nacрте, izbor izložbenog materijala i slično. Ovakova izložba, - bilo bi poželjno, - treba da i po svom vanjskom izgledu bude odgovarajuće postavljena.

U Zagrebu je ovakove izložbe već vrlo rano počela Moderna galerija, još početkom 30-tih godina. Izložba pariškog kubiste Papasova, inače Bugarina, priredjena je u prostorijama Moderne galerije. Iza toga slijedila je izložba

slikara Masarella, također u prostorijama Moderne galerije u proljeće 1934.god., pa niz retrospektivnih i individualnih izložaba, pa izložbe strane umjetnosti modernih i starih majstora. Te izložbe bile su nesamo značajna afirmacija ustanove, one su bile kulturni događaj, što je ostavljalo snažan trag i utiralo put našoj kulturi i našoj savremenoj likovnoj umjetnosti. Ove izložbe bile su jedan značajan odgojni faktor za našu širu publiku, kojoj je na taj način potaknut interes i razumijevanje za savremenu likovnu umjetnost.

U Arheološkom muzeju u Zagrebu priredjena je 1935.-36. godine izložba Japudskih nalaza sa bogatim arheološkim materijalom. Iza toga bila je izložba rimskog stakla 1937.god. U posljednjih par godina priredjena je u Arheološkom muzeju izložba keramike sa prehistorijskih nalazišta Vučedol i Sarvaš, a 1951.god. izložba "Gradište u Mrsunskom Lugu", iskapanje slavenske utvrde iz ranijeg srednjeg vijeka u Hrvatskoj. U Gipsoteki je bila takova izložba srpskih i makedonskih fresaka postavljena 1951. i 52.god. s katalogom.

Najznačajnije rezultate ovakovih izložaba dao je kod nas Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu. Niz izložaba u posljednjih godinu dana, kao i plan za dogleđnu budućnost bit će znatan doprinos našoj savremenoj muzeologiji i našoj nauci.

Od prvih značajnih izložbi bila je u ovom muzeju "Izložba keramičke plastike" - od neolitske epohe do suvremenih majstora u proljeće 1952.god. Ova izložba bila je prva izložba te vrste kod nas. Ona je imala točno određeni naučni zadatak - "... pokušaj, da se pruži uvid u razvoj jedne grane keramičke djelatnosti i to figuralne plastike od prehistorijskog doba do danas i tako doprinese raščišćavanju shvaćanja likovnog stvaranja uopće -". Za ovu izložbu muzej je posudio materijal, za nadopunu svoga materijala, iz Arheološkog muzeja, Etnografskog muzeja, galerije B. Horvat, iz priv. zbirke Radovan i od drugih sabirača, privatnih posjednika i autora. Izloženi su bili primjerci ljudskih i životinjskih figura iz neolita, iz Egipta, Grčke, Italije, Kine, Japana, a od evropske plastike iz svih faza likovnog razvoja do suvremene pla-

stike. Bila je s izabranim i znatnim materijalom prikazana naša domaća keramika.

Solidna naučna postava ove izložbe bila je trajan doprinos našoj nauci i može se požaliti, što ova zbirka "... dostojnom publikacijom nije dobila trajni biljeg ..." Autor ove izložbe bila je prof. Doda Klobučar, kustos muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu.

Druga ne manje značajna izložba, koja je možda i najviše zapažena u javnosti, bila je izložba "Šest tisuća godina mode", priredjena u jesen 1952.god. također u Muzeju za umjetnost i obrt u Zagrebu. Autor je izložbe bila prof. Vanda Pavelić, kustos muzeja. Ova izložba je od svog efektno aranžiranog otvorenja i uspjelog postava prof. Ede Kovačevića, pa do zanimljivog materijala bila zaista jedan značajan kulturni događaj. Samo otvorenje izložbe aranžirano je uz reprodukciju koncertne glazbe, koja nosi tipične stilske značajke vremena, iz kojega je najznačajniji materijal izložbe. Sam postav izložbe bio je jedan od najuspjelijih suvremenih muzeoloških kreacija toga stila. Osim toga interesantan materijal, koji je široj publici lako pristupačan i shvatljiv i na uspješni način obradjen, pobudio je živ interes široke javnosti.

Dnevna i tjedna štampa popratila je obje ove izložbe, kao i ostale izložbe u ovom muzeju, s prikazima stručnim i popularnim i na taj način upozorena je javnost na izložbu, a time i direktno upozorena i upućena i na sam muzej.

Sve ove izložbe priredjene su s izvjesnim akcentuiranim značenjem i pridonijele su i nauci i likovnoj umjetnosti. One se bitno odvajaju od izložaba, koje se mogu prirediti i priredjuju u "salonima za izložbe", u umjetničkim paviljonima i slično. Ove su u punom smislu muzejske izložbe.

Za povremene izložbe u jednom muzeju, - prema karakteru i opsegu, kako su priredjene, - može se načiniti i posebno plakatiranje, ulaznice, kataloge i niz drugih faktora, koji su vezani uz sve povremene izložbe. Ovim se indirektno upućuje publiku i na sam muzej, u kojem je izložba, odnosno kojemu je ova izložba sastavni dio i nadopuna. Logično je, barem se

može u najvećem postotku pretpostaviti, da će najveći dio publike tom prilikom pregledati i ostale zbirke u tom muzeju. U koliko je ovakova izložba nadopuna materijalu u muzejskoj zbirci, u toliko će ona direktno upućivati publiku na sam muzej. Ovakova izložba popunit će eventualne praznine i proširiti horizont spoznaje o nekom muzejskom materijalu i time znatno doprinijeti popularizaciji ustanove.

Iskustva stranih a i početna iskustva domaćih muzeja potvrđuju naslućene dobre rezultate ovakovih izložaba. One su ujedno i najbolje propaganda za muzeje, jer i direktno i indirektno upućuju publiku na muzeje i muzejske zbirke.

Posebno pitanje je - k a k o s m j e s t i t i " d v o r a n u z a p o v r e m e n e i z l o ž b e " i kako to organizirati u sklopu izložbenog prostora jednog muzeja.

U mnogim vanjskim muzejima riješeno je to tako, da je ulaz u već potpuno odijelite prostorije, neposredno iz ulazne dvorane u muzej. Na taj način onemogućeno je, da posjetioци mogu pogledati izložbu bez veze s ostalim muzejskim zbirkama. Ovo je pogotovo radi toga, što je za ovakove izložbe u nekim muzejima postavljena posebna ulaznica, i radi toga, što vrijeme, kada je otvorena izložba, nije vezano za vrijeme, kada su otvorene muzejske zbirke za publiku. Unatoč toga ulazna dvorana neposredno veže oba prostora - muzejski i dvoranu za izložbe tako, da se ta dioba prostora ne osjeća i da ne izolira izložbu od muzeja, i obratno.

To je naročito uspješno, riješeno i načinjeno u pariškim muzejima i to u Musée des arts décoratifs, gdje je odmah neposredno, do ulaza u muzej manja dvorana veličine 5 x m. Musée de l'Homme sa svojim reprezentativnim povremenim izložbama, kao i Musée national d'art moderne postavili su u istom stilu i prostorije za te i takove izložbe, koje su redovito značajni događaji, u kulturnom životu Pariza, a pogotovo izložbe u Musée national d'art moderne, gdje se priredjuju možda najznačajnije izložbe općeg značenja za suvremenu likovnu umjetnost. Ulazi u dvorane za povremene

izložbe u ovim muzejima neposredno su iz ulaznog hala i publika ne mora lutati po muzeju, dok ih ne pronađe.

Donekle je sretno rješenje i u Musée des monuments français gdje neposredno iz hala vodi u te dvorane stubište i liftovi.

Izvjesno tehničko odvajanje dvorane za izložbe od ostalog muzejskog izložbenog prostora provedivo je tamo, gdje je to tehnički moguće obzirom na raspored izložbenog prostora dotičnog muzeja i na tehničke mogućnosti u odnosu prema muzejskim zbirkama i prema karakteru materijala, koji se izlaže. U Gipsoteki, Arheološkom, Etnografskom muzeju i Modernoj galeriji u Zagrebu nije se moglo riješiti izdvajanje posebnog prostora za izložbe bez veze s ostalim izložbenim prostorom. Izložbe su bile priredjene u dvoranama, koje su kontinuirano vezane za ostale dvorane muzeja s mogućnostima, da se eventualno i direktno dodje do tih dvorana, a da se ne mora prethodno proći i ostale muzejske zbirke.

Jedino je Muzej za umjetnost i obrt u Zagrebu bio u mogućnosti sretnije riješiti to pitanje. Neposredno iz ulaznog hala u prizemlju ulazi se u dvoranu, u kojoj se stalno priredjuju povremene izložbe. Sretno rješenje ovog prostora omogućuje izolirano, bez lutanja po stubištima i pokrajnim ulazima, pregledati izložbu direktno iz ulaznog prostora. Time je publika upućena izravno na materijal izložbe a da nije prije toga izmorena zbirkama i materijalom, koji prethodno apsorbira sav kapacitet mogućnosti primanja impresija prosječnog muzejskog posjetitelja.

Praksa u pojedinim muzejima, - radi nemogućnosti, da se ostavi jedna dvorana stalno za povremene izložbe, - upućuje na improvizaciju izložbene dvorane unutar muzejskog izložbenog prostora. Deranžira se jedna dvorana, isprazni se, muzejska se zbirka deponira, i u toj se dvorani priredi izložba. Ovo je kod nas uvjetovano s malim i neprikladnim muzejskim prostorom, u koji su smješteni zagrebački muzeji. Ovakova improvizacija upućuje na ograničenu mogućnost priredjivanja povremenih izložaba, što je eventualno u manjim

muzejima i djelomično opravdano. Tek ako postoji posebna dvorana za povremene izložbe u jednom muzeju, jedino u tom slučaju moći će se postaviti planski kontinuitet ovakvih izložaba u razmacima eventualno i svakih par mjeseci./Trajanje jedne ovakove izložbe ovisi o njenom značenju/.

Ako prostor za povremene izložbe u jednom muzeju nije izoliran, nego je unutar kontinuiteta muzejskog izložbenog prostora, a pogotovo ako je, na nesreću, na kraju izložbenog prostora, onda je to redovito i na štetu muzeja i na štetu samih izložaba. Takav prostor je redovito uklopljen u muzejski postav, koji se povodom izložbe odstrani, da privremeno zamijeni izložbenu dvoranu sa skladištem. To je u konkretnom slučaju bilo dosada sa svim našim muzejima, koji su priredjivali takove izložbe - izuzev Muzeja za umjetnost i obrt, koji je jedini naš muzej u Hrvatskoj s posebnom dvoranom za povremene izložbe. Takova nesretna improvizacija prostora za izložbe unutar izložbenog prostora jednog muzeja ide bezuvjetno na štetu cjeline muzejskog postava. Time se krnji i razbija cjelina muzejske zbirke, koja bez jednog dijela izložbenog materijala mora djelovati nepotpuno.

Moderna galerija u Zagrebu, kroz niz godina ranije, priredjivala je u Zagrebu redovito svake godine reprezentativne godišnje izložbe suvremene domaće likovne umjetnosti. Ove izložbe bile su tada najznačajnije umjetničke manifestacije i značajni događaji u našem kulturnom životu. Ove izložbe bilo je nemoguće priredjivati u prostorijama same galerije, zato su bile priredjene redovito u Umjetničkom paviljonu na Trgu kralja Tomislava, odnosno nakon dovršenja u novom Meštrovićevom paviljonu. Ovakove velike izložbe ne mogu se smjestiti unutar jednog muzeja, no to ne smije biti zapreka, da muzeji ne priredjuju i ovakove veće izložbe. Svakako je ovakova manifestacija rada jednog zavoda pozitivna i značajna. I na taj način se javnost indirektno upućivala na Galeriju i njezin rad. I u tom konkretnom slučaju bile su ove izložbe nadopuna eksponatima tada postavljene Moderne galerije u Zagrebu, koja se popunjavala najboljim djelima s ovako-

vih godišnjih izložaba.

Medjutim i svi nedostaci, koji su u našim muzejima iskrenuli radi raznih zapreka, kojima su razlozi manje ili više tehničke naravi, svi ti nedostaci ne smiju biti razlog, da se kod nas odustane od rada na povremenim muzejskim izložbama. Bolje ovako i uz manjkave uvjete, koje će se s vremenom i iskustvom odstraniti, nego odustati od daljnih sličnih manifestacija muzejskog života i rada. Tim više, što ovakove kulturne i umjetničke manifestacije donose nesumnjivo značajne rezultate, a za naš kulturni život znače često upravo historijske događaje /nažalost vrlo rijetke/. Na ovaj način stvara se bliži kontakt publike s muzejima i s muzejskim radom, a osim toga omogućuje se neizloženi materijal povremeno izlagati i učiniti ga pristupačnim i nauci i široj javnosti. Tako se omogućuje, da se konkretnije i realnije upozna naša bogata kulturna baština, koja je i većini naše kulturne javnosti u glavnom nepoznata.

D O D A T A K

P O V R E M E N E I Z L O Ž B E U M U Z E J U Z A
U M J E T N O S T I O B R T U Z A G R E B U 1952.god.

- | | | | |
|---|-----------|------|-------|
| 1. RADOVI MAJSTORA STARE GRAFIKE u poznatim faksimilima bečke Albertine. Izložba otvorena 1.IV.-15.IV.1952. | posjetilo | 938 | osoba |
| 2. IZLOŽBA UMJETNOG VEZIVA po nacrtima prof.Kamila Tompe i Marte-Ehrlich-Tompa. Otvorena 1.V.-1.VI.1952. | " | 1897 | " |
| 3. IZLOŽBA KERAMIKE KROZ VJEKOVE. Otvorena 10.VI. - 18.VIII.1952. | " | 2509 | " |
| 4. IZLOŽBA SLIKA I GRAFIKE SLANČIĆ-VANIŠTA. Otvorena 14.IX.-30.IX.1952. | " | 4110 | " |
| 5. OBLICI ODJEĆE od antike do početka XX.stoljeća. Izložba otvorena 15.X. - 11.XII.1952. | " | 4324 | " |
| 6. LEONARDO DA VINCI /faksimili crteža/ Izložba otvorena 21.XII.1952. - 15.I.1953. | " | 5780 | " |

Za ilustraciju kako američki muzeji vrše propagandu za svoje ustanove donosimo programe rada za mjesec svibanj o.g. koje su objavili dva umjetnička muzeja u U.S.A. i to: SAN FRANCISCO MUSEUM OF ART i MUSEUM OF FINE ART OF HOUSTON.

Ovi štampani programi, ilustrirani, šalju se članovima muzejskih društava i ustanovama kao prethodne obavijesti za idući mjesec.

I.

SAN FRANCISCO MUSEUM OF ART

War Memorial, Civic Center, San Francisco 2, California, USA.

I z l o ž b e z a s v i b a n j .

Slike od Loren Mac Iver-a i Rico Pereira 5. svibnja- 7. lipnja
 Sedamnaeste godišnja crtačka i grafička
 izložba Umjetničkog udruženja u San
 Francisku 7. svibnja-21. svibanj

Nastavak ranije otvorenih izložaba:

Gravure od John Marin-a	do 3. svibnja
Retrospektivna izložba Gifford Beal-a	do 3. svibnja
Savremene japanske slike i lončarstvo	do 10. svibnja
Četiri kipara sa zapada	do 31. svibnja
Jedna kiparska studijska galerija	do 31. svibnja
Majstori portretnog slikarstva	do 31. svibnja
Picasso	do 31. svibnja

K o n c e r t i i p r o g r a m i

L i l l i K r a u s, pianist

Dvije solo izvedbe, u četvrtak na večer, 14. i 21. svibnja u 8.30 posl. p. u zajednici sa Udruženjem umjetnika. Svaki program sadržat će djela Beethovenova, Mozartova, Schubertova i Bartokova. Rezervirane ulaznice 2.00 \$ /Članovi muzeja i umjetničkog udruženja \$ 1.50 ; nerezervirane \$ 1.50 i /studenti \$ 1.50/ Ulaznice se prodaju u uredu Sherman Clay Box.

Svladane suprotnosti: C e m e n t i e s t e t i k a.

Nepripremljena diskusija sa Frank Lloyd Wright-om kao glavnim govornikom, priredjena zajedno sa Udruženjem za planiranje i izgradnju kuća u San Francisku, petak na večer 1. svibnja u 8.15. Bit će izložen jedan model mosta od gosp. Wright-a. Ulaznice mogu se dobiti u Muzeju na večer. Publika plaća \$ 1.00 ; članovi Muzeja i Udruženja \$ 0.50.

K o m p o z i t o r s k a d i s k u s i j a

Drugi od tri programa u četvrtak na večer, 19. svibnja u 8.15. Na programu je "Kantata djeteta i majke" od Darius Milhaud-a pod vodstvom kompozitora i gospodje Madelaine Milhaud kao govornika. Završni koncert serije daje se u ponedjeljak 8. lipnja. Ulaznice po \$ 1.80 /Članovi muzeja i studenti \$ 1.20/ dobiju se na dan priredbe u večer.

Muzej će biti zatvoren na Spomen Dan, u subotu 30. svibnja.

Tri programa za svibanj iz t e l e v i z i j s k e s e r i j e "Umjetnost u Vašem životu" morala je otpasti radi promjena u emisijama na stanici KROB-TV. Najava reprize ove serije biti će objavljena pravovremeno.

P r e d a v a n j e p r o f. B r u n a M i g l i o r i n i - a. "Panorama talijanskoga jezika", predavanje priredjeno u zajednici sa Društvom Leonardo da Vinci, u petak na večer, 8. svibnja u 8 sati. Prof. Migliorini je predsjednik na Akademiji "della Crusca" odlični izdavač i autor, a sada je privremeni profesor na katedri talijanske kulture na Sveučilištu u Kaliforniji. Poziva se publika da prisustvuje. Ulaz je slobodan.

D o g a đ j a j i u s v i b n j u.

Red predavanja povodom tekućih izložaba - pristup slobodan.
Nedeljama u 3 sata posl.p.

Staro - novo, Anneliese Hoyer	3. svibanj
Kada žene slikaju, Lora Oppenheimer	10. svibanj
Funkcija i Imaginacija, Barbara Fitzwilliams	17. svibanj
Kuda da idemo? - Anneliese Hoyer	24. svibanj
Ljepote prostora, Barbara Fitzwilliams	31. svibanj

D i s k u s i j e s r i j e d a m a n a v e č e r
Srijedom u 8 sati - Pristup slobodan.

Pitanje perspektive u grafičkoj umjetnosti Diskusija između Roberta Neuman-a i Dorr Bothwell-a sa Kenneth Nack kao ispitivačem.	6. svibanj
Umjetnost slušanja, od Madi Bacon /Muzička Katedra, Sveučilište u Kaliforniji/.	13. svibanj
Kvalitet glazbe, njena komparacija, struk- tura, kretanje i t.d., analiza i diskusija.	
Nove smjernice u skulpturi 20. stoljeća od Allon Schoener-a.	20. svibanj
Značajna nastojanja uz diskusiju i filmske ilustracije.	
Jedna intimna riječ, Barbara Fitzwilliams Apstraktni elementi u slikama kod Mac Iver i Pereira.	27. svibanj

M u z e j s k i s e r v i s

Stručna knjižnica i studijska Galerija su otvorene publici od ponedjeljka do petka od 2 - 5 posl.p. Ponedjeljak, srijedu i četvrtak na večer od 7 - 10 sati.

K n j i ž a r a p r e p o r u č a :

Skulptura 20. stoljeća, od Andrew Ritchio-a 240 str., 176 tabla, New-York, 1952	§ 7.50
Matisse - Džepna knjiga sa 14 ilustracija sa svim bojama, Paris, 1953	§ 2.15

Čovjek od željeza: Orozco, jedna razjašnjena biografija od Mae Kinley Helu-a 250 str. 83 table, 4 u boji, New-York, 1953 \$ 7.50

P r e d o b j a v e

Od ponedjeljka, 15. lipnja, Muzejske galerije će se zatvarati od 5 sati posl. podne, svaki ponedjeljak. U ostale sedmične dane vrijeme zatvaranja ostaje lo sati na večer.

Retrospektivna izložba djela P e r n a n d L e g e r-a, najveća muzejska izložba /ljetna/, biti će otvorena uz pret-hodnu mogućnost gledanja za članove u četvrtak, 11. lipnja. izložba, koja će obuhvatiti primjere Legerovih djela na razli-čitim poljima - slikarstvo, crteži, skulpture, scenografske kolekcije, modeli - trajati će do 30. kolovoza.

B u d i m p e š t a n s k i k v a r t e t, dati će pet koncerata komorne glazbe u Muzeju /zajedno sa Mills College/ utorkom na večer u lipnju i srpnju, počevši od utorka 16. lipnja.

M u z e j s k a a k t i v n o s t /r a d/.

D o ž i v l j a j i k o d c r t a n j a i s l i k a n j a. Četkom na večer, 7.30 do 9.30

Sketch Club /društvo za skiciranje/ - sastanci za učenje pod vodstvom John Humprey-a. Jedan sastanak: publika \$.75, članovi \$.50. Dvanaest sastanaka: publika \$ 7.50, članovi \$ 5.00.

Slikarski razred - stvaralački realizam kod neobjektivističkih djela uz rukovodstvo i analizu Carlos Andersen-a iz Muzejskog osoblja. Nikakvi preduvjeti. Jedan sastanak: općinstvo \$.90, članovi \$.65. Dvanaest sastanaka: općinstvo \$ 9.00, članovi \$ 6.50.

S t u d i o - u m j e t n o s t z a l a i k e.

Tečaj Henry Schaefer - Simmen-a upravitelja instituta za umjetničku poduku; crtajući prebuditi i otkriti prirodjene umjetničke mogućnosti kod laika.

Nikakvi preduvjeti. U grupi može biti petnaest polaznika. Predbilježbe se primaju po redu prijave. Utorkom u jutru u lo sati. Pristup na svaki sastanak \$ 5.00.

D j e č j i j u t a r n j i s u b o t n j i u m j e t n i -
č k i r a z r e d.

Svake subote u jutro od 10 do 11. Djeca od 6 do 14 godina biti će /po sposobnostima/ izabrana da prisustvuju radu sa ugljenom, bojama, zemljom i papir-mache-om. Pristup \$ 10 uključen materijal. Djeca članova ne plaćaju. Razrede vodi Rolf Caze.

UMJETNIČKI MUZEJ U SAN FRANCISCO

Muzej savremene umjetnosti, uzdržavan privatno članarinama, članova i prinosima za poduku ili razonodu širokog općinstva.

Priredjuje godišnje oko 100 izložaba, prikazujući međunarodna kretanja u umjetnosti današnjice kao okvir za stručni razvoj domaće umjetnosti.

Pomaže domaću umjetnost i umjetnike kao izlaganja njihovih radova, održaje trećinu od svih izložaba u San Francisku, naročito se zalaže da potakne općinstvo na sabiranje lokalne umjetnosti kao Rental Gallery, Božićne izložbe i t.d.

Pomaže dekorativne umjetnosti pokazujući im na koji način da utiču na svako područje dnevnog života;

Istražuje savremeni izraz na ostalim poljima umjetnosti, u glazbi, plesu, književnosti, filmu.

Podržaje knjižnicu i čitaonicu, otvorenu općinstvu, gdje se redaju knjige većinom ilustrirane, o savremenoj umjetnosti na engleskom i francuskom jeziku; veliki broj muzejskih kataloga i publikacija i većina najboljih periodika na svijetu o umjetnosti, arhitekturi, dekorativnoj umjetnosti;

Vidljivo razvija stručni centar čitave pokrajine za umjetnost i dekorativne umjetnosti;

Upravlja rasporedom predavanja, raznim prikazima, razrednim i galerijskim tečajevima da bi pomogao publici kod razumjevanja, procjenjivanja i ušivanja na izložbama.

Pomaže da se postane članom i upisuje nove članove.

M u z e j s k i s a t i

Od ponedjeljka do subote 12 do 10
Nedeljama i blagdanima 1 do 5

Korporacija podupirajućih članova umjetničkog muzeja u San Francisku ima sada preko 3.300 članova. Svaki član povećava muzejske prihode, omogućava proširenje programa izložaba i aktivnosti, potiče široki broj poznatih nacionalnih umjetnika koji rade i žive na temelju potpore sa strane Muzeja.

K A L E N D A R Z A S V I B A N J 1953.

- Petak 1. Sketch Club 7.30 posl.p. - slikarski razred 7.30 posl.p. - Sastanak sa Frank Lloyd Wright-om 8.15 posl.p.
- Subota 2. Dječji razred 10 prije p.
- Nedjelja 3. Predavanje "Staro i novo" 3 posl.p.
- Utorak 5. Atelier "Umjetnost za laike" 10 prije p. Izložba slika od Loren MacIver-a i Rico Pereira. Otvorenje.
- Srijeda 6. Prethodno za članove, 17-godišnja crtačka i grafička izložba. 8 - 10.30 pos.p. Diskusija "Točke gledišta u grafičkoj umjetnosti" 8 posl.p.
- Četvrtak 7. Izložba 17.godišnja crtačka i grafička, Otvorenje.

- Petak 8. Sketch Club 7.30 posl.p. Slikarski razred
7.30 posl.p. - Predavanje prof. Bruno Migliorini. 8 posl.p.
- Subota 9. Dječji razred 10 posl.p.
- Nedjelja 10. Predavanje "Kada žene slikaju" 3 posl.p.
- Utorak 12. Atelier "Umjetnost za laike" 10 prije p.
- Srijeda 13. Diskusija "Umjetnost slušanja" 8 posl.p.
- Četvrtak 14. Koncerat Lili Kraus 8.30 posl.p.
- Petak 15. Sketch Club 7.30 posl.p. - Slikarski razred
7.30 posl.p.
- Subota 16. Dječji razred 10 posl.p.
- Nedjelja 17. Predavanja "Funkcija i imaginacija" 3 posl.p.
- Utorak 19. Atelier "Umjetnost za laike" - Koncerat "Kompozitorske diskusije" 8.15 posl.p.
- Srijeda 20. Diskusija "Nove smjernice kiparstva u XX. stoljeću" 8 posl.p.
- Četvrtak 21. Koncerat Lili Kraus 8.30 posl.p.
- Petak 22. Sketch Club 7.30 posl.p. - Slikarski razred
7.30 posl.p.
- Subota 23. Dječji razred 10 prije p.
- Nedjelja 24. Predavanja "Kuda da idemo?" 3 posl.p.
- Utorak 26. Atelier "Umjetnost za laike" 10 prije p.
- Srijeda 27. Diskusija "Jedna intimna riječ" 8 posl.p.
- Petar 29. Sketch Club 7.30 posl.p. - Slikarski razred
7.30 posl.p.
- Subota 30. Muzej zatvoren.
- Nedjelja 31. Predavanje "Ljepota prostora" 3 posl.p.

/Prevod sa engleskog Aa.B./

II.

MUSEUM OF FINE ARTS OF HOUSTON
Houston 5, Texas, USA.

Svibanj 1953.

Izložbe

- Svibanj 3 - Svibanj 11 Dvadesetšesta godišnja studentska
izložba Houstonske narodne škole
Muzejska umjetnička škola
Odgojni odio muzeja
- Svibanj 17 - Svibanj 31 Izložba Houstonskog fotografskog
kluba

P r i m a n j a

- Svibanj 2, 4 s.posl.p. Prethodna mogućnost posjete i vrtna zabava povodom studentske izložbe.
U kiparskom dvorištu muzeja.
- Svibanj 17,4-6 posl.p. Otvorenje izložbe fotografskog kluba
- R a d i o
KTRH "Umjetnost je radost".
Nedjeljom,10-15 posl.p. James Chillman,Jr.

O b j a v e z a l j e t o :

I z l o ž b e

- Lipanj 27 - 28 Moderni deseni u tkanju tekstila
Iz Scalamandre muzeja za tekstil
- Srpanj - kolovoz Selekcija u Remington kolekciji

R a z r e d i

- Lipanj 4,5 Registracija
Lipanj 9 - srpanj 17 Ljetni tečaj muzejske umjetničke škole
Lipanj 9 - srpanj 17 Razredi za djecu članova

M u z e j s k i s a t i

- 9.30 prije p. - 5.30 posl.podne sedmični dani /osim ponedjeljka/
10.00 prije p.- 6.00 posl.podne Nedjeljama

A u t o b u s n a v e z a

Sveučilište,Audem, i 7000, 7400, 8200 South Main/

N a r o č i t a z a n i m l j i v o s t

Prethodna mogućnost posjete i vrtna zabava povodom studentske izložbe biti će održana u kiparskom dvorištu u Muzeju u 4 posl.p. na 2.svibnja. Biti će prikazane različite umjetničke tehnike, a pozvani su svi izlagači, njihove familije i prijatelji.

Godišnji sastanak Muzeja održati će se u 4.00 posl.p. u srijedu 13.svibnja u muzejskoj knjižari. Biti će predani godišnji izvještaji, te se poziva sve članstvo da budu prisutni.

/Prevod sa engleskog Aa.B./

S a d r Ź a j

A n t u n B a u e r

M U Z E J S K A P R O P A G A N D A

I P O V R E M E N E M U Z E J S K E I Z L O Ź B E

M u z e j s k a p r o p a g a n d a	str. 69
P o v r e m e n e m u z e j s k e i z l o Ź b e	100
D o ě a t a k	117
Povremene izloŹbe u Muzeju za umjetnost i obrt u Zagrebu 1952.godine San Francisco Museum of Art. Museum of Fine Arts of Houston.	
S a d r Ź a j	125

CrteŹe i nacрте izradio Š i m o K l a i ć

CIJANIZACIJA

PRIVREDNA USTANOVA ZA DESINSEKCIJU

DERATIZACIJU

ZAGREB, Nikolićeva ul. 6
Tel. 39-266

*Ursi tamanjenje svih vrsta
moljaca, crvotočina i ostalih
štetočina u muzejima sa
garantirano najefikasnijim
insekticidima koji ne
oštećuju ni jednu vrst ma-
terijala. Suradujemo sa mu-
zejima u Zagrebu i pokrajini.*

*Cijene umjerene. Sve informacije
dajemo muzejima besplatno i
bez obaveze.*

ZAGREB NIKOLIĆEVA UL. 6

CIJANIZACIJA