

društvene ravnoteže teritorija”, kao i “pospješiti trajne veze prijateljstva, suradnje i razmjene među klubovima, udrugama itd.” Udruženje ima nacionalnu i međunarodnu mrežu i djeluje između klubova i svijeta poduzetništva. Za učlanjenje potrebno je pohadati pripremne tečajeve Wigwam radi upoznavanja načina razmišljanja udruženja, koje se financira priložima članova, prihodima ostvarenim sudjelovanjem u raznim aktivnostima, izvanrednim priložima i sponzoriranjem. Mreža Wigwam podržava lokalne snage, zalažući se za dobre odnose s lokalnim medijima, mjesnim “opinion leaders” te izrađuje ilustrativni materijal za članove.

Trenutno postoji oko tisuću članica učlanjenih u udruženje, osim talijanskih još i u desetak zemlja svijeta: Sloveniji, Češkoj, Slovačkoj, Ukrajini, Francuskoj, Švedskoj, Njemačkoj, Nizozemskoj, Španjolskoj, Meksiku i Kamerunu, sve unutar institucije World Wigwam Organization. Udruženje organizira osnovne tečajeve i promiče osnivanje Wigwam klubova u školama. Ove inicijative, često u dogovoru i s tour-operatorima, nastoje udovoljiti načelima Statuta i odnose se, primjerice, na regionalnu kuhinju, pa se tako potkraj tjedna organiziraju akcije u potrazi za tipičnim proizvodima s posjetom pojedinog ili udruženog proizvođača (zadruga, obiteljska poduzeća), boraveći kod njih, kušajući i kupujući te proizvode uz mogućnost gledanja postupka izrade (razni periodi tijekom godine, kolinje, svibanjsko sirenje, berba voća, berba grožđa, prerada vina itd.)

Drugi se prijedlozi odnose na ekološke šetnje, zatim posjete etnografskim muzejima na otvorenome, odnosno eko-muzejima, život na vodi s jedriličarskim klubovima.

Postoje seoski klubovi Wigwam, u kojima se odvijaju aktivnosti i odmor u ruralnim sredinama uz ravnopravni tretman: hrana i noćenje kao nagrada za ograničenu ispomoć u obavljanju seoskih poslova. Alternativni odmor za djecu pruža raznovrsne djelatnosti poput tečajeva jahanja ili svladavanja tradicionalnih vještina izrade keramičkih ili pleterskih proizvoda itd. Multimedijalne aktivnosti odnose se na boravak u sredinama u kojima se poučava glazba i umjetnost.

Turizam za hendikepirane nudi inicijative koje pospješuju bolje uklapanje osobe sa smetnjama u normalnu sredinu.

Putnički turizam namijenjen je označavanju posebnih zelenih pojaseva koje treba upoznati kretanjem s vlastitim kemperom, prikolicom ili šatorom, a usputne postaje mogu biti određeno seosko imanje ili agroturističko poduzeće. Sve su to prijedlozi koji ne narušavaju prostor i koji ne zahtijevaju postavljanje novih struktura.

Bilješke:

1. Usporediti posebno dokument koji je donesen na Generalnoj skupštini Svjetske organizacije za turizam 28.6.1985. pod nazivom “Izvadak o zaštiti i promicanju kulture kao čimbeniku razvitka turizma i revalorizacije nacionalne baštine mjesta i spomenika u turističke svrhe”

2. Središnjica Klubova Wigwam nalazi se u Piove di Sacco (Padova), Ul. Porto br. 8

S talijanskog preveo: Tullio Vorano

Primljeno: 4. III. 1997.

O PROJEKTU “MUZEJI HRVATSKE NA INTERNETU” * 1

Lada Dražin Trbuljak

Muzejski dokumentacijski centar

Zagreb

Uvod

Internet ili “Mreža svih mreža” - što je to?

Elektronska enciklopedija Grolier Publishing iz 1995. godine Internet je definirala kao “mrežu mreža”. Da bi netko postao korisnik informacija te mreže dovoljno je samo posjedovati personalni kompjutor i adekvatni softver.

Nekoliko sekundi nakon što postavite pitanje, preko svjetskih telefonskih žica dobit ćete odgovor u obliku “paketa” mogućih traženih informacija.

Naravno da je svijet biznisa prebrzo shvatio moć ovog “spremišta informacija”, koje je u stvari trebalo pružiti iluziju o prostoru/teritoriju u kojem su sve vrijednosti/informacije svima dostupne.

Danas, ova globalna informacijska mreža kako je najčešće običavaju nazivati povezuje oko milijun korisnika te osim e-maila i javnih rasprava otvara raznorodne baze podataka.

Nije stoga pogriješila Claude-Nicole Hocquard koja je u specijaliziranom ICOMovom biltenu koji prati rad novih tehnologija Avicom-flash n. 5 june 1996, rekla za Internet da “je izašao iz sjene i dostigao planetarne dimenzije”.

Depersonalizacijom pristupa kao i nevjerojatnom komunikabilnošću ukinuo je tradicionalno shvaćanje granica među zemljama i privukao mnogobrojne korisnike.

Internet i ICOM

Kada je ICOM početkom 1996. godine svjetskim muzejima razaslao materijale, u kojima se objašnjavala tema Međunarodnog dana muzeja, a među priložima se našao i informativni list pod nazivom “ICOM i Internet” kojeg je pripremio Cary Karp iz Švedskog prirodoslovnog muzeja, bilo je očito da započinje novo razdoblje komunikacije među muzejima. Mada je i on priznao da su bili iznenađeni i nedovoljno pripremljeni, pozvao je muzejsku zajednicu da preuzme rizik i sigurno povede muzeje ovim neistraženim područjem.

U posljednjem broju ICOM News, Volume n. 4 posvećenom temi “Multimediji i mreže”, urednica je među, kako ih je nazvala, izazove profesije s kojima se moraju suočiti muzeji danas, navela nove tehnologije.

Sasvim je sigurno da je ta planetarna dimenzija Interneta morala potaknuti i muzealce da se malo ozbiljnije pozabave ovom mogućnošću te promisle na koji će način muzej, čija je misija da očuva informacije od zaborava, pronaći svoje mjesto na Internetu.

Svjetski muzeji na Internetu

Broj zapisa vezanih za ključnu riječ muzej danas na Internetu prelazi brojku od 500.000.

Sasvim površnim pretraživanjem može se uočiti da su skoro svi tu. Od Centre Georges Pompidou i Louvrea u Parizu, Museum of Modern Art i Whitney Museum of American Art u New Yorku, Andy Warhol Museum u Pittsburgu...

I svi su se predstavili u posljednjih osamnaest mjeseci. Zanimljivo je da u ovom trenutku, o ovom zaista novom mediju, nitko sa sigurnošću ne može reći kakve će stvarne promjene donijeti i u kojoj mjeri će utjecati na korisnike (publiku).

Projekt "Muzeji Hrvatske na Internetu"

Projekt je započeo 1996. godine u Muzejskom dokumentacijskom centru, Zagreb, potaknut na inicijativu informatičara MDC-a dipl. ing. Edina Zvizdića, a konceptijski ga je razradila kustosica MDC-a Lada Dražin Trbuljak.

Tijekom 1996. godine započelo se s planiranjem projekta koji bi se odvijao u pet etapa:

- a) koncepcija projekta, razrada metodologije te dizajniranje projekta;
- b) poziv muzejima na suradnju;
- c) faza pripreme materijala koji bi obradili kustosi-specijalisti za pojedina područja;
- d) završa etapa - stapanje fragmenata u cjelinu;
- e) izrada CD-ROMA.

Kako je MDC kroz dvadeset i pet godina djelovanja kao središnja referalna i informacijska ustanova od samog početka imao jako izdavaštvo (danas se pojavljuje kao izdavač pet stalnih publikacija - Muzeologija, Informatica Museologica, Katalog izdavačke djelatnosti muzeja i galerija Hrvatske, Bulletin o informatizaciji muzejske djelatnosti te Izvješća zagrebačkih muzeja) i ustrajno radio na informatizaciji muzeja Hrvatske sasvim je bio predvidljiv daljnji interes i razvoj elektronskog izdavaštva.

Već se predstavljanjem hipertekstualnog vodiča "Muzeji i galerije Hrvatske", kojeg su izradile informatičke MDC-a gđa Ana Garvas Delić i gđa Maja Cvitaš, jasno iskazala želja a i namjera MDC-a da, ne samo prati već i iskoristi, prednosti novih tehnologija.

Sljedeći korak, naravno, kada su se za to stekle okolnosti mogao je biti predstavljanje muzeja i galerija Hrvatske na Internetu.

U prvoj etapi smatralo se da treba razraditi koncepciju, metodologiju rada, te steći predodžbu o dizajnu projekta.

Istodobno započelo se s istraživanjem mogućeg odaziva kao i mogućih korisnika ovih informacija.

Već pri planiranju ovog multimedijalnog programa krenulo se od ideje da bi u finalnom obliku mogao biti namijenjen, osim muzejima, obrazovanju i turističkoj promidžbi.

Kako muzejima?

Unatoč tome što muzeji djeluju javno te na raspolaganje stavljaju svoje dokumentacijske fondove još uvijek su našoj stručnoj a i široj javnosti (pa i svjetskoj) mnoge informacije o gotovo 5.000.000 predmeta pokretne nacionalne kulturne baštine koja se

čuva u 219 muzeja, galerija, područnih zbirki, crkvenih muzeja i privatnih zbirki u Hrvatskoj, malo poznate. Pretpostavka je da bi muzeji, osim još većeg "otvaranja", iskoristili "šansu" ne samo uspostavljanja djelotvornije međumuzejske suradnje, već i kreiranja svojih vlastitih stranica. Naročito se ta mogućnost čini zanimljivom za umjetničke muzeje koji bi mogli otvoriti svoje stranice umjetnicima i njihovim umjetničkim projektima pa čak putem e-maila poticati javne rasprave kao i projekte koji bi se ostvarili na poticaj "publike".

Kako turističkoj promidžbi?

Pretpostavljalo se i to da bi korisnici stranica mogli biti znatizeljni "surferi" koji bi u lutanju Internetovim stranicama mogli pronaći korisne informacije o hrvatskim muzejima te tako saznati nešto više i o našem nacionalnom kulturnom naslijeđu.

Kako obrazovanju?

U nekim zagrebačkim osnovnim i srednjim školama već postoji hardverska oprema, a učenici sudjeluju u radu informatičkih sekcija pa će se ovaj materijal u budućnosti moći koristiti, kako prije, tako i poslije posjeta muzejima ili za upoznavanje nešto udaljenijih muzeja.

Naravno da bi muzeji mogli, ako za to osjete potrebu i pronadu mogućnost, izaći u susret školama te iskoristivši svoje stručne potencijale upustiti se u izradu aplikacija koje bi se temeljile na informacijama o vlastitim muzejskim predmetima i obrađivale pojedine teme vezane za lokalnu tradiciju, uz upute nastavnika kako da ih koriste.

Da bi se istražilo koliko je muzeja zainteresirano za projekt, proveli smo anketu na otprilike 25 slučajno odabranih ustanova koja je trebala pokazati stanje hardverske opreme i zainteresiranost muzejsko-galerijskih ustanova za prezentaciju muzeja na Internetu. Stekao se dojam da interes, kao i svijest o važnosti prisustvovanja, postoji kod: Muzeja grada Karlovca, Muzeja grada Splita, Gradskog muzeja Virovitica, Zavičajnog muzeja Našice, Galerije likovnih umjetnosti Osijek te Dvora Trakošćan. Kako većina nije imala predznanje o Internetu, neobično je da su se odazvali ali i zanimljivo jer su pokazali kako su intuitivno prepoznali interes i mogućnost izlaska iz "anonimnosti" (izvan svoje regionalne, pa čak i državne, granice) i ulaska u "veliku svjetsku informativnu mrežu".

U samoj razradi projekta nastojali smo da prvi dojam bude jednostavnost pristupa, korisnost informacija te zanimljivost izgleda. Na samom početku nismo inzistirali na atraktivnosti, mada su pojedini elementi trebali biti povjereni provjerenom dizajneru.

Kako ovaj projekt nije muzejima postavio nikakve zahtjeve za strojnomo opremom, koja inače drastično varira od muzeja do muzeja, sasvim je prevladana barijera korištenja novih tehnologija.

Organizaciju tog dijela projekta sasvim je preuzeo MDC.

Koncepcija same strukture te razine tekstualnog i slikovnog dijela također je razrađena u MDC-u. Sam izbor i priprema teksta, kao i izbor fotografija, prepušten je kustosima muzeja koji su, kao stručnjaci za pojedina područja ili voditelji zbirki mogli tome pro-

fesionalnije prići tj. smatralo se da će oni okupljeni oko zajedničkog projekta biti motivirani da plasiraju informacije o njihovim muzejima domaćoj i svjetskoj javnosti. Za sada se eventualne poteškoće pripreme materijala mogu nazrijeti u kvaliteti informacija koje će, zacijelo, ovisiti o prethodno vođenoj dokumentaciji u muzeju.

U narednoj etapi krenulo se od razrade preciznih uputa koju su muzejima trebale poslužiti kod pripreme materijala.

Naravno da bi se već sada moglo postaviti pitanje kriterija izabranih podataka. Naime, pošlo se od činjenice da se mora ustanoviti opseg podataka koji ne bi trebao biti minimalan, ali isto tako ni u kom slučaju ne bi trebao biti niti opterećujuće zasićen. Od samog početka razmišljalo se i o tome da ova vizualno-verbalna interaktivna prezentacija može prerasti u značajnu bazu podataka koja bi sadržavala opće podatke o muzejima, zbirkama, djelatnostima te izbor muzejskih predmeta. Mada je već vodič "Muzeji i galerije Hrvatske" na Internetu nudio dio informacija koje će i ovdje biti prisutne, projektom "Muzeji Hrvatske na Internetu" muzeji će također ponuditi i recentne informacije o njihovim godišnjim produkcijama. To, naravno, upućuje na činjenicu da će se podaci s vremenom mijenjati i nadopunjavati.

Upute sadržavaju sedam predloženih rubrika. Tamo gdje se ova shema nije mogla primijeniti (kao kod Dvora Trakošćan) mijenjana je u dogovoru s njihovim kustosom ili shodno njihovim potrebama.

1. Opći podaci o muzeju - ova rubrika trebala bi sadržavati sve detaljne informacije o muzeju - adresa, telefon, fax, e-mail, radno vrijeme, cijenu ulaznica, kako doći do muzeja, postoji li mogućnost hotelskog smještaja u blizini, ima li muzej parking, da li je omogućen adekvatan pristup za hendikepirane posjetitelje, jesu li organizirana stručna vodstva te mogu li se koristiti fotografski aparati u muzeju.

2. Povijest muzeja - rubrika predviđa kratak prikaz povijesti muzeja s najvažnijim podacima vezanim za godinu utemeljenja, kronologiju važnijih zbivanja, smještaj, zbirke, podatke o fundusu, važne osobe vezane za rad muzeja, itd. Pojedini podaci bi se izdvojili (označili) i dodatno opisali rječju i slikom te bi se iskoristila prednost interaktivne prezentacije tj. bilo bi moguće samo "klikanjem" miša pronaći i istraživati nove putove za upoznavanje i kretanje tekstem.

3. Zbirke - svaka pojedina zbirka (naravno da će se tu broj obrađenih zbirki razlikovati od muzeja do muzeja) bit će predstavljena fotografijom, kratikim tekstualnim prilogom te izborom najreprezentativnijih muzejskih predmeta (najviše deset).

4. Muzejski predmeti - iz svake muzejske zbirke bit će izabrano (najviše) deset predmeta te opisano s 1-2 rečenice i ilustrirano kolor fotografijom dok će samo jedan predmet biti izabran i predstavljen nešto dužim tekstem te većom fotografijom.

5. Knjižnica, te **6. Restauratorska**, preparatorska ili restauratorsko-preparatorska radionica trebale bi se predstaviti samo ukoliko ih muzej posjeduje te smatra da želi i o njihovim djelatnostima nešto više reći.

7. Aktivnosti - razradile bi se opet one aktivnosti za koje muzej

smatra da su važne - izložbena (izložbe u tijeku kao i projekti u pripremi), pedagoška te izdavačka djelatnost. Nastojalo bi stalno nadopunjavati ili mijenjati informacije.

Uz upute priloženi su i podaci iz baze podataka (Registar muzejske djelatnosti) te shema s detaljno predočenim stranicama i međusobnim vezama. U uputama se nastojalo precizno odrediti dužinu teksta, a kod fotografija uputiti na sadržaj. Uvijek se nastojalo stupiti u kontakt s jednom osobom iz muzeja koja će voditi projekt.

Predviđa se da bi svaki muzej mogao biti predstavljen s otprilike 15 stranica (pod pretpostavkom da muzej ima 5 muzejskih zbirki), desetak kartica teksta te s 35 fotografija.

Kao sam kraj projekta predviđeno je da se sav materijal izradi na CD-ROM-u.

Osim muzeja na samom početku projekta trebao bi biti predstavljen Muzejski dokumentacijski centar u kojem je započeta realizacija ovog projekta. U kasnijoj etapi postoji mogućnost da se ove stranice odvoje od projekta "Muzeji Hrvatske na Internetu" s obzirom da bi integralnom prezentacijom više stalnih publikacija postale preobilne. Za sada ove stranice postoje samo u idejnom rješenju i sadržavale bi na prvoj stranici, osim svima prepoznatljivog loga MDC-a, opće podatke - adresa, telefon, fax, e-mail, radno vrijeme. Na sljedećim stranicama trebale bi biti razradene rubrike:

1. dokumentacijski fondovi MDC-a; 2. knjižnica; 3. izdavačka djelatnost; 4. informacijska mreža; 5. stručna djelatnost; 6. odnosi s javnošću (PR).

Putem karte Hrvatske, u koju bi bili upisani obrađeni muzeji, moglo bi se također direktno ulaziti na njihove stranice. Svaki korisnik ovih stranica izabrao bi svoj "put" (interes) istraživanja svijeta muzeja, a u skoroj budućnosti pronašao i mjesto dijaloga kao i razmjene stručnog mišljenja.

Bilješka:

1. Tekst je skraćena verzija stručnog rada "Muzeji Hrvatske na Internetu", Muzeji dokumentacijski centar, prosinac 1996.

Primljeno: 1.XII. 1997.