

**WOLF, Maria. Museums – Andragogik. Ein Annäherungsversuch zwischen Erwachsenenbildung und Museum (Pokušaj zblizavanja muzeja s obrazovanjem odraslih), Pram – Wien, Museologisches Institut, 1983, 36 p.**

Mira Heim  
Muzejski dokumentacioni centar,  
Zagreb

Primljeno: 17. 3. 1987.

Autorica Maria Wolf, prihvativši funkciju suradnika za unapređenje obrazovanja odraslih u austrijskim muzejima, zapitala se gdje da počne. Proučavajući literaturu o teorijama i praksi muzejske pedagogije i andragogije kako austrijske, tako i inozemne, naišla je na različita gledišta i stavove.

Pristupajući razradi problema muzejske pedagogije za odrasle, autorica dolazi do zaključka da svaki muzej, bez obzira na veličinu i lokaciju, obuhvaća didaktičke koncepcije obrazovanja odraslih, te u vezi s tim postavlja nekoliko teza za muzejsku andragogiju:

- Austrijski muzeji su u različitim situacijama, već prema pripadnosti (državni, gradski i dr.) a u vezi s time su mogućnosti financiranja, djelokruga rada i sl.;
- muzej sve više preuzima obrazovnu ulogu i time kao komunikaciono područje s različitim zadacima mijenja i prijašnju sliku;
- danas muzej svoje didaktičke izložbe mora prezentiranjem određenog vremena postaviti tako da su didaktički ciljevi uočljivi svim posjetiocima;
- u posljednje vrijeme više se radilo na obrazovanju djece i učenika, dok se obrazovanju dijela omladine i odraslih gotovo nije posvećivala pažnja;
- muzejska andragogija može napredovati jedino u suradnji s organizacijama za obrazovanje odraslih i drugim mjerodavnim faktorima;
- rezultat muzejske andragogije treba mjeriti kvalitetom rada, a ne – kao do sada – samo brojem posjeta.

Pogrešno je mišljenje da samo veliki muzeji sa specifičnim obučanim osobljem mogu planski provoditi obrazovanje odraslih. I maleni muzeji mogu imati obrazovnu funkciju i biti pomoć u obrazovanju odraslih u svojem kraju.

Motiviranost posjeta muzeju:

- posjet muzeju radi daljeg obrazovanja u struci ili šire;
- posjeti odraslih vezani su većinom socijalnim statusom;
- želja za prestižem u svojoj sredini bez cilja za novim saznanjima;
- »hobi posjeti« kao izvor novih saznanja;
- slučajni posjeti (vremenske nepogode, dosada i sl.).

Posjet muzeju u načelu je dobrovoljan. Kultura nudi različite oblike obrazovanja i razonode, a upravo muzej iziskuje više truda od npr. televizije (u kući, u fotelji i papučama). Moderni muzej nije više institucija za mali krug privilegiranih, već svojom otvorenošću omogućuje pristup svakome obrazovnom potencijalu. Međutim, i dobro postavljeni muzeji često dolaze u dilemu kako privući, uspostaviti kontakt i zadržati posjetioce različitog obrazovanja. Muzeji moraju promijeniti svoju obrazovnu politiku, ne samo da nude posjetitelju postavu (i ona mora biti prilagođena novim gledanjima na demokratizaciju muzeja) već i drugim vidovima, npr. koncertima (kako ozbiljne, tako i zabavne glazbe), povremenim tematskim izložbama, predavanjima, kinoprojekcijama i dr. »Otvorenost muzeja« treba postati svakodnevnom praksom. Međutim, često se nailazi na prepreke pri ostvarivanju ovih zahtjeva kako u organizacionoj tako i personalnoj i financijskoj mogućnosti, tj. nemogućnosti njihove provedbe.

Preorijentacija muzeja prema didaktičkim načelima andragogije sastavni je dio općeg obrazovanja i uopće kulture. Provođenje obrazovanja svih struktura društva putem muzeja moguće je samo kada umjetnost, tj. kulturno dobro, nije više privilegij određenih krugova. Danas u eri svih mogućnosti tehnika reproduciranja kulturna se dobra mogu približiti širim masama. Pravilnim izlaganjem eksponata prošlost se mora dovesti u odnos sa sadašnjosti, u čemu je i opravdanje i nužnost egzistencije kulturnopovijesnih muzeja.

U daljnjem tekstu navodi se primjer Povijesnog muzeja u Frankfurtu, koji svojom novom didaktičkom koncepcijom znači korak naprijed u postavi povezivanja uzročnosti životnih situacija u povijesti. Pogled na povijest – ne kao metafizičku moć, već iskustvo konkretnih faktora koje je stvorio čovjek – uvjetovanje posjetiocima da eksponate ne promatraju samo kao skupe »fetiše« već produkte jednog radnog procesa

određenog razdoblja s trajnom vrijednosti. Muzej u Frankfurtu izazvao je sedamdesetih godina veliko reagiranje štampe zbog spomenutog posredovanja u dosadašnjem elitnom shvaćanju povijesnih postava, što je dovelo i do različitog reagiranja posjetioca.

Svaki je muzej mjesto za obrazovanje odraslih. Stalni problem pri obrazovanju odraslih je i njihova različita motiviranost i opća naobrazba, od minimalnog školskog obrazovanja. Jedni u muzeju traže naknadu za nedovoljno školsko obrazovanje, drugi dopunu znanja ili nova saznanja, pa se radi toga didaktički pristup odraslima ne može zasnivati na istim načelima i iskustvima školske pedagogije, jer su ovdje različiti i motivi i stupanj obrazovanja.

Dobrovoljni posjet odraslih obvezuje muzej više nego drugi posjeti (djeca, školska omladina). Iznalaze se metode rada, muzejski se radnici opredjeljuju za vođenje određenih grupa koje su povezane nekim zajedničkim interesima (stručno, starosno i sl.). Obrazovanje odraslih potrebno je provoditi u suradnji s organizacijama za obrazovanje odraslih i muzeja u zajedničkom provođenju ideja i prijedloga.

Prvi korak u obrazovanju odraslih u Austriji učinilo je Udruženje bečkih etnografa za obrazovanje odraslih (1981) priredivši tematski seminar *Muzej kao mjesto učenja*, na kojem su sudjelovali predstavnici gotovo svih vrsta muzeja i sveučilišta za obrazovanje odraslih. U diskusiji su se iskristalizirale teme koje se mogu obraditi u muzejima, npr.: proširenje kontakta između muzeja i škola, posvećivanje više pažnje interesima posjetilaca, prezentiranje eksponata na novi način, tj. promjenom tradicionalne forme prezentiranja prema novim didaktičkim načelima, omogućavanje aktiviranja samih posjetilaca, promjenu vremena posjeta i dr.

Muzejska andragogija treba imati više udjela u izboru planiranja raznolikosti izložbi, tekstualnoj formi kataloga, seminara i dr. Muzeji imaju šansu da se kao vrlo značajan faktor uključe u obrazovanje odraslih. U praksi bi to značilo da se pazi na poučnu koncepciju izložbi, planiranje ne može biti samo za »zelenim stolom«, već se treba potruditi prodrijeti među odrasle, grupirati ih prema interesima uz pomoć ostalih obrazovnih organizacija. Slijedi nekoliko primjera primjene raznih metoda kojima se privlače odrasli u muzej, potiče njihovu zainteresiranost i time proširuje njihov vidokrug. Jedan od

vidova obrazovnog koncepta predlaže uključivanje određenih zainteresiranih grupa u sam rad muzeja: prikupljanje građe, konzerviranje, inventiranje i planiranje izložbi pri čemu do izražaja treba da dođu njihove ideje.

Autorica završava svoje izlaganje time što konstatira da proučavajući problem muzejske andragogije uočava da je to težak zadatak i da se ne može već pri prvim akcijama očekivati osobit rezultat. Ovaj rad obuhvaća cijeli niz varijanti, koje se mogu koristiti u radu muzeja i zaključuje da je to polje u kojem treba mašti pustiti slobodu djelovanja.

## Public View, The ICOM Handbook of Museum Public Relations, Paris, 1986. god.

Višnja Zgaga

Muzejski dokumentacioni centar, Zagreb

Primljeno: 29. 1. 1988.

Ilustracija omota prvog svjetskog ICOM-ovog priručnika za tzv. »vanjske aktivnosti muzeja« (MPR komitet) koja pokazuje puštanje 90 golubova ispred londonskog Tatea u povodu devedesete godišnjice života Pabla Picassa, 1971. godine, na neki način prikazuje osnovno stremljenje muzejske propagande: da bude animacijska akcija jakih kulturoloških obilježja. Tu temu možemo pratiti prelistavanjem cijele ove publikacije. Konstituirajući se 1976. godine, ICOM-ov komitet za odnose sa

javnošću (Museum Public Relations) sumirao je u ovoj publikaciji dostupna konstruktivna i stimulaturna iskustva svjetskih muzeja, nakon deset godina svog djelovanja. U uvodnom dijelu više autora govori o prirodi posla ovog najmlađeg zanimanja u muzeju, statusu unutar ustanove, vanjskoj slici rada, profilu stručnjaka na tom mjestu, financijskim poteškoćama i dr. Konstatira se činjenica da uspješan »public relations« može postojati samo ondje gdje postoji kvalitetan rad kompletnog muzeja i gdje se radi uz punu podršku direktora i administrativnog osoblja.

Slijedeća tematska cjelina zbir je vrlo praktičnih uputa koje se tiču prvog kontakta posjetioca i muzeja. Pažljiv odnos prema muzejskom posjetiocu počinje od identifikacije same muzejske zgrade informacijama o sadržajima muzeja i jednostavnom orijentacijom u zgradi putem dobro dizajnirane i precizne signalizacije. Naglašava se važnost uređenog sanitarnog čvora, prostrane garderobe, kvalitetnog restoranta. To su sve opet pretpostavke ugodne i tople atmosfere koje susret prosječnog posjetioca s muzejem čine prihvatljivijim.

Ponuda u muzejskoj prodavaonici, tzv. »museum shop«, kao jedan od važnih načina proširenja interesa za muzejske kolekcije, osim izvora zarade, opisana je uz mnoštvo vrlo korisnih uputstava. Vrlo su primjenjivi i primjeri kori-

štenja elektronskih medija u propagandi muzeja i muzejskih programa. Termini sponzorstvo i pokroviteljstvo kojima se označuje financijsko funkcioniranje muzejskih institucija imaju vrlo različite oblike u pojedinim zemljama. Uz vrlo opširan pregled mehanizma financiranja od strane države, trgovačkih organizacija i privatnih mecena u SAD-u, državi koja je u oblasti prosvjete i kulture uvijek djelovala na tim načelima, više su nego interesantna zapažanja direktora kulturnih odjela velikih korporacija kao što su Olivetti, Mobil ili American Express. Za razliku od situacije u nas gdje se isključivo osobnim kontaktima kanaliziraju sredstva, u navedenim primjerima postoje visoko razrađeni kriteriji za biranje programa koji će se financirati. Kao specijalni vid te vrste odnosa muzeja opširno je predstavljen rad i akcije vezane uz razna članstva muzeja, prijatelja muzeja, volontere i sl.

Možda je najprimjenjiviji dio knjige onaj u kojem se vrlo detaljno govori o tehnologiji suradnje muzeja sa svim medijima komunikacije. Kako napisati press-informaciju ili scenarij za televizijski spot ili izabrati propagandni slogan vještina je koja se ne može steći u nas regularnim obrazovanjem. Uz pregled animacijskih akcija muzeja, ovaj priručnik je nezaobilazno štivo svakog ambicioznog kustosa za odnose s javnošću.

## Izbor iz domaćeg tiska – Selection from the Yugoslavpress

### Iz hemeroteke Muzejskog dokumentacionog centra

Branka Šulc

Muzejski dokumentacioni centar, Zagreb

Primljeno: 18. 1. 1988.

Izbor anotiranih bibliografskih jedinica za razdoblje od lipnja do prosinca 1986. godine i od siječnja do prosinca 1987. godine izrađen je na osnovi ICOM-ove klasifikacije po slijedećim temama: novi muzeji i galerije (5.1), stalni postav (154.2), donacije (133.2), razgovori, problemi (2.2), savjetovanja, skupovi (1.512), krađe muzejskih predmeta (139.5), rekonstrukcije, adaptacije (127.9). Kao zasebna cjelina prezentira se otvaranje novog muzeja u Zagrebu – Muzeja Mimara i zaštita spomenika kulture Salonae, odnosno dvije teme o kojima se najviše pisalo tijekom 1987. godine.

1986. godina

#### 154.2

M. R. Dopunjen šibenski muzej. »Vjes-

nik«, Zagreb, 1986, (5.11), str. 11.

U Muzeju grada Šibenika otvoren je i drugi dio stalnog postava. U preuređenoj zgradi Muzeja je 1979. godine postavljen prvi dio kojim je obuhvaćena povijest šibenskog kraja i samog grada od početka ljudskog društva do povijesne pojave grada u 11. stoljeću. Drugim dijelom stalnog postava obuhvaćena je grada iz 400-godišnje vladavine Mlečana, kratkotrajne francuske uprave početkom 19. stoljeća, vladavine Habsburgovaca, prikaz prilika za prve talijanske okupacije, prošlost između dva svjetska rata i na kraju Šibenik u vrijeme drugog svjetskog rata i NOB-a.

#### 5.1

Petković, M. Obnovljen Teslin Smiljan. »Vjesnik«, Zagreb, 1986, (3. i 4. 7), str.5, ilustr.

U povodu 130 god. rođenja Nikole Tesle uz brojne prigodne manifestacije u Smiljanu je otvorena i obnovljena rodna kuća Tesle (rekonstruirana pre-

ma fotografiji iz 1904. god. i raspoložive dokumentacije) u kojoj će biti stalna muzejska izložba koju priprema Muzej Like Gospić u suradnji s restauratorskim zavodom Hrvatske iz Zagreba, Regionalnim zavodom za zaštitu spomenika kulture iz Zagreba te brojnim drugim stručnjacima za obrađivano područje.

#### 5.1

D. Š. Zavičajna galerija. »Vjesnik«, Zagreb, 1986. (10.8), str. 3.

Na Krku je u staroj povijesnoj jezgri otvoren »Atelier-galerija Mile Kumbatović i Otona Glihe«. Dvoje istaknutih umjetnika adaptirali su jednu staru zgradu u atelje-galeriju, u kojoj su izložili izbor svojih karakterističnih likovnih ostvarenja.

#### 5.1

Zlobec, Marijan. Bogatstvo Černigojevih del v novi lipiški galeriji. »Delo«, Ljubljana, 1986, (13.8), str. 6, ilustr.