

### New conception in the presentation of material of the Museum of Food Production, Koprivnica

B. Šulc

The new conception of the Museum of Food Production, opened in 1982, was proposed by the Museum Documentation Centre which recommends: 1) a gradual filling of the gaps in the museum collection, 2) a determining of the field of collection and presentation of the material, and 3) a reinforcement of the interaction of certain scientific fields that exist beyond the museum context, as well as their interaction with museology.

Inside the sociological, anthropological and philosophical dimension, a modern interpretation of the material must include these essential premises: comparative analysis of the material, social and anthropological research, the study of historic, geographic, ethnological and cultural aspects of nutrition, with a parallel collection of archives and documentation concerning the activity of this museum.

Special attention should be given to a survey of the development of industrial technology, in particular the technological development of »Podravka« since 1947, as it is one of the largest agroindustrial system in Yugoslavia.

The engagement of an interdisciplinary research team is suggested in order to develop a long-term program and the conception of the presentation of the Museum (both in the existing building and the new premises).

### Projekt vizualnog identiteta muzeja i galerija Zagreba

Višnja Zgaga

Muzejski dokumentacioni centar, Zagreb

Suvremeni muzej podrazumijeva djelovanje uključivanjem suvremenih principa i metoda. To se odnosi kako na sve elemente muzejske djelatnosti, metodu inventiranja (kompjutorski sistem), znanstvenu obradu muzejskog predmeta (primjena najnovijih znanstvenih činjenica određenog područja), konzervaciju i restauraciju i dr., tako i na osnovni smisao postojanja muzeja u vremenu izveden iz modernih filozofskih i historijskih istraživanja.

Muzeji se ovim zahtjevima vremena oglašavaju potvrđujući samo činjenicu da su svi društveni mehanizmi, pa tako i institucije muzeja, inertni i neadaptabilni, te da još uvijek prevladava mišljenje po kojem je čista pojava muzejskog predmeta, njegova au-

lentičnost, (samo)dovoljna pretpostavka neposrednog kontakta s prošlim, umjetničkim, rijetkim. Modernizacija muzeja, ili treća muzejska revolucija (kako se to popularno naziva) događa se danas najviše u pokušaju promjene društvene uloge muzeja: od čuvara prerastaju u tumače, odnosno posrednike prirodnih, kulturnih i umjetničkih predmeta i pojava. Naglašava se i teži većem doprinosu muzeja u odgojno-obrazovnom procesu i kulturnoj akciji. Postavši dio velikog i agresivnog medijskog polja, svjesniji svoje informacijske i komunikacijske uloge, muzeji su danas prisiljeni izgraditi specifični komunikacijski jezik i izboriti se za vlastito i samosvojno mjesto unutar ostalih medija. U tom smislu djeluje se ostvarivanjem aktualne prezentacije, muzejskog postava i izložbi, te razvijanjem aktivnosti koje će dovesti u čvršći odnos muzejski organizam i publiku (public relations).

Prijedlog koji je zamislio Muzejski dokumentacioni centar za mrežu muzeja i galerija grada Zagreba, išao je za rješavanjem osnovne barijere između posjetioca i muzeja: nepoznavanje lokacije same muzejske zgrade i neinformiranost o programima muzeja. Time se želilo pomoći stvaranju osnovnih uvjeta za otvoreniji i pristupačniji muzej.

Projekt je obuhvaćao izradu vizualnog znaka i oglasnog mjesta muzeja i galerija grada Zagreba. Grafičko oblikovanje znaka zamišljeno je kao stvaranje jedinstvenog grafičkog sistema u kojem bi dio znaka vizualizirao sadržaj svakog muzeja posebno. Takvim rješenjem ujedno se naglašava zajednička misija muzeja i specifičnost muzejske građe svakog pojedinog muzeja i raznolikost predmeta. Raspoređen kako na markantnim mjestima grada, tako i na samoj fasadi i u blizini muzeja, znak bi omogućavao lakšu prostornu orijentaciju za posjetioca, a svojom kvalitetom oblikovanja trebao je biti umjetničko obogaćenje slike grada.

Oglasna mjesta, panoji, zamišljeni su kao informacijski punktovi koji bi sadržavali, osim osnovnih podataka o svakom muzeju i galeriji grada (naziv, adresa, radno vrijeme, itd), prostor za oglašavanje stalnih i povremenih izložbi, događanja, programa.

Premda su svi muzeji podržali ovakvu akciju, opravdano smatrajući da se isključivo jedinstvenim i kvalitetnim nastupom može biti dio velikog medijskog sistema i time poboljšati društveni status, izostala je, nadamo se samo privremena, financijska podrška USIZ-a kulture grada Zagreba.

### Project for the visual identity of museums and galleries of Zagreb

V. Zgaga

Activities and programs in museums today are orientated towards a more intensive communication with the public. So, the museum becomes a part of a broad and aggressive medium field and has to, in order to preserve its specific nature, create a proper language of communication. The project for the visual identity of Zagreb's museums and galleries is conceived as a common graphic design, incorporating the sign of every single museum and information point. The goal is, by a mutual action, to remind the public of the importance of museum and gallery activities, and to re-evaluate its social status.

### Zajedništvo — magična formula ili floskula

*U povodu jugoslavenskog savjetovanja koje je organizirao Jugoslavenski nacionalni komitet ICOM-a i Muzejski dokumentacioni centar u Zagrebu*

Tomislav Šola

Muzejski dokumentacioni centar, Zagreb

U povodu Međunarodnog dana muzeja organizirano je u Zagrebu, u Ateľju Meštrović, savjetovanje na koje su pozvani stručnjaci iz svih krajeva naše zemlje. Tema savjetovanja »Suradnja muzeja, galerija i srodnih ustanova u Jugoslaviji« prvi put se na takav način pojavila kao predmet rasprave i iznalaženja nekih rješenja pogodnih za praksu.

Muzejski su radnici uvjereni da je muzejska djelatnost na samim marginama društvenog interesa i da stagnira unatoč trudu pojedinaca i pojedinih institucija. Savjetovanje nije nastojalo razjasniti razloge takvog stanja, jer je riječ o dugotrajnijem poslu koji bi, htjeli, ili ne htjeli završio u lamentaciji nad neispunjavanim poslanstvom muzeja u društvu. To je poslanstvo, da se tek podsjetimo, i samom zakonskom regulativom prepoznato kao »od posebnog društvenog interesa«, što znači da je društvena zajednica svjesna magistralne važnosti muzeja u očuvanju identiteta — da njihov posao prikupljanja, obrade i predstavljanja materijalnih činjenica svekolike prirodne, civilizacijske i kulturne baštine smatra fundamentalnom djelatnošću. Kako je unatoč tome stanje djelatnosti