

Prezentacija muzejskih predmeta

Marjan Loboda

Ljubljana

Što je društvo na višem nivou u razvoju sredstava za proizvodnju i međusobnih odnosa, to je više sredstava spremno dati muzejima kao čuvarima materijalnih svjedočanstava njegovih izvora.

Svojim brzim tehnološkim razvojem zapadna je civilizacija destruktivna. Zbog nestajanja nenadoknadivih sirovina, tehnologije traže razvojni put u novim tehnologijama. Paralelna je pojava čovjekova otuđenost. Možda javne muzejske zbirke predstavljaju jedan od izlaza iz tog škripca. Ako je tako, onda je dobra prezentacija muzejskih predmeta korisna i potrebna. Grčki je muzej kao prostor, posvećen nekoj muzi, doživljavao značenjske i sadržajne promjene. U vrijeme renesanse postao je mjesto gdje se izloženi čuvaju artefakti i prirodoslovne zbirke. Romantizam je svojim ugledanjem u prošlost muzeju dao prizvuk staroga. U vrijeme konstituiranja država na nacionalnim granicama, muzeji kao sakupljači i čuvari osvjedočenih predmeta materijalne kulture predstavljaju i oruđe za postizavanje političkih ciljeva (potvrđivanje ili negiranje nacionalnih granica...).

U novije vrijeme dobivaju muzejske zbirke sve veće značenje, ne samo kao izložbeno blago nego kao predmet proučavanja u smislu upoznavanja prošlog, razumijevanja sadašnjeg i planiranja budućeg. Muzejsko se djelovanje sve češće uključuje u svagdašnje interdisciplinarno djelovanje. To je, između ostaloga, uzrok čestih tematskih muzejskih izložbi, kakvih u prošlosti gotovo da nije bilo. Zbirke su bile više-manje stalne postavice u za to namijenjenim ili sagrađenim objektima, pri čemu se nebitno dopunuju i privremeno postavljaju pojedine kolekcije. Tehnika izlaganja i pomoćna sredstva obično su se stilski podudarali sa stilom vremena kojem je pripadala građevina u kojoj je otvoren muzej. Kod nas su muzejske građevine većinom starije i najčešće pod spomeničkom zaštitom. Česte tematske izložbe, koje se pojavljuju zbog navedenih uzroka te zato jer mu-

zeji ne raspolažu s dovoljno prostora za stalne izložbe cjelovitih pročišćenih depoa, zahtijevaju prostore opremljene u skladu s dinamikom izlaganja i zahtjevima suvremenih muzeoloških pogleda. Muzejski rad, pored ostalog, obuhvaća oboje: i izlaganje stalnih zbirki, i postavljanje tematskih izložbi s određenom namjenom.

Muzej je po svojoj prirodi sakupljač i čuvar muzejskih predmeta. Takve predmete obično prenosimo nasigurno u muzej, dok su neki nepomični, npr. arheološke iskopine, pojedine građevine i naselja, objekti koje iz više razloga čuvamo *in situ*. Raznolikost muzejskog rada, uz raznolikost muzejskih predmeta, zahtijeva i raznolike načine izlaganja.

Način oblikovanja izložbe proizlazi iz osnovnih podataka o prostoru postavljanja, vremenu trajanja izložbe i njene namjene.

1. Izložbeni prostor

a) izložbe *in situ* (arheološke rekonstrukcije, asanacije pojedinih građevina, etnografski muzeji na otvorenom...)

b) izložbe u starijim muzejima, tvrdavama i sličnim nenamjenskim prostorima

c) izložbe u suvremenim namjenskim ili višenamjenskim prostorima za izložbe u muzejima, galerijama i sl.

Svaki od tih prostora zahtijeva specifičnu obradu izložbe, tehniku i pomagala.

2. Vrijeme trajanja izložbe

a) trajno održavanje (objekti *in situ*)

b) stalne zbirke s povremenim promjenama i dopunama

c) povremene izložbe koje mogu trajati od nekoliko dana do nekoliko mjeseci

3. Cilj izložbe

a) studijski (način objave studije)

b) popularno-didaktički

c) atrakcija, predstava

Izložba s oznakom 1b, 2b, 3a bila bi, na primjer, ovakva:

U prostorima starijeg objekta, koji je kulturnopovijesni spomenik, postaviti ćemo stalnu zbirku koja će se dopunjavati. Uređena je studijski, sa svom potrebnom dokumentacijom o predmetima i s naglašenim rezultatom istraživanja. To je osnovni podatak koji pokreće daljnje postupke pri postavljanju izložbe. Ako eksponati nisu ve-

zani neposredno za izložbeni prostor, moraju biti izloženi vidljivo, kao stranici u tom prostoru, tako da sam izložbeni prostor djeluje adekvatno uređen, kao zaštićeni eksponat. Budući da je riječ o stalnoj zbirci, uložimo više sredstava za izložbeni servis i pomagala. Vitrine neka budu solidnije, po potrebi specifične, klimatizirane i sigurnije, a svjetlo postavljeno bez improvizacije. Kod odabira predmeta bit ćemo temeljitiji. Budući da je izložba studijska, priredit ćemo opširniju dokumentacijsku građu.

Raspoređivanje svih mogućih kombinacija iz prve tablice u sustav daje nam daljnje podatke.

Riječ je o utvrđivanju:

a) udjela propagandnog, studijskog i oblikovanog vida pri zamisli i postavljanju izložbe,

b) novih mogućnosti muzejskog predstavljanja i djelovanja.

ad a) Sudjelovanje organizatora, kustosa i arhitekta predstavlja timski stručni rad u muzeju. Od uspješnog udjela sve trojice, uz ispunjavanje drugih uvjeta, ovisi uspjeh izložbe.

ad b) Pogledajmo dva krajnja tipa izložbi: 1c, 2c i 3c te 1a, 2a, 3a. Prvi tip izložbe priređen je za višenamjenske prostore, atraktivan je i traje samo nekoliko dana. Uspjeh je ovakve izložbe u mobilnosti. Posjetioce ne pozivamo na uobičajeno mjesto u muzej, nego dolazimo k njima. Mogu je razgledati usput. Izložba može biti postavljena i u pothodniku, na željezničkom peronu, u školskoj auli, u radničkoj menzi ili u muzeju. Posjetiteljeva je konzumacija malena, ali može biti česta i raznolika. Riječ je o animaciji koja vodi prema istinskim posjetima izložbi.

Druga je izložba suprotna. To je statičan tip s velikim udjelom kustosova rada, znanstvenih istraživanja i studija. Vezan je za određeni objekt koji je zaštićen i održavan. Posjetioca moramo dovesti do objekta izložbe. Posjeta je namjenska. Posjetiocu je prepušteno da li će konzumirati mnogo ili malo. Ponuđeno je mnogo.

Oba su tipa izložbe danas uobičajena, a posebno varijante unutar toga raspona. Dinamika života današnjeg potrošača kulturnih dobara, a tu spadaju i muzejske zbirke, govori, međutim, u prilog prvom opisanom tipu.

Druga tablica ukazuje na različite mogućnosti muzejskog izlaganja i djelo-

vanja, na suradnju s filmom, televizijom i muzeju srodnim ustanovama. Potreba za takvim djelovanjem sve je veća i pojavljuje se u prvom redu izvan muzeja.

Muzej moderne umjetnosti u New Yorku može poslužiti kao primjer. On nudi na raspolaganje izložbene prostore, prostor za razne skupove, seminare, predavanja, prikazivanje filmova itd. U parku, koji je namijenjen za odmor posjetilaca i vanjskoj publici, izložena je plastika i drugi predmeti koji mogu biti na otvorenom. Muzej, dakle, daje prostor različitim, čak i nesrodnim potrošačima, kako bi pridobio posjetitelja za sebe, iako samo u odmoru ili usput. On ima i veliku javnu restauraciju te klub za članove i prijatelje muzeja. Organizirao je i servis za posudbu umjetničkih djela, čak i na dulje vrijeme, u domove privatnih lica; objavljuje i niz knjiga o umjetnosti, priređuje izložbu kataloga i izvještaja, izložbe po školama i drugim prosvjetnim ustanovama; organizira izložbe stranih umjetnika u zemlji i domaćih umjetnika u inozemstvu, a ima i bogatu knjižnicu u kojoj mogu posuđivati studenti, znanstvenici i drugi. Muzej posuđuje dijapozitive, fotografije i drugu vizualnu građu školama i ustanovama, a ima i umjetničko-odgojni centar za djecu i odrasle. Riječ je, dakle, o vrlo vitalnoj ustanovi, koja živi sama, koja je životna, i koja je istodobno muzej.

Možda bismo o dinamičnoj izložbi i o vitalnijim muzejima morali više razmišljati. Tip klasičnog muzeja i tip klasične muzejske izložbe ne odgovara današnjem vremenu. Bilo bi iluzorno misliti da ćemo vitalizirati muzej s moderno postavljenim izložbama, i to tako da ih poboljšamo likovnim i arhitektonsko-tehničkim sredstvima. Bit je u sadržajnim i tipskim promjenama izložbi i muzejskog rada.

Određenjem izložbenog prostora, vremena i namjene bit ćemo korak bliže dobroj realizaciji izložbe. Daljnje razmatranje tiče se sadržajne osnove interpretacije izložbene građe. Postoje neke općenite konstatacije koje izložbu pojašnjavaju, koje moramo poznavati jer nas vode pri postavljanju. Sve su izložbe (ne samo muzejske) u biti jednake. Dobro predstavljena roba dobro se prodaje. A mogu biti ponuđena materijalna ili duhovna dobra. Možemo reći da za prave vrijedi izraz izložba, a za druge predstava. Šteta, međutim, da oba izraza ne možemo združiti, jer je u predstavi, u igri, tajna svake uspješne predstave:

»Igra, ta neizreciva lakoća, lepršavost protkana humorom i praćena sretnim smijehom; igra koja neprekidno teče,

Tab. 1

izložbeni prostor	vrijeme trajanja	cilj izložbe
1	2	3
a) izložbe <i>in situ</i> b) stariji objekti c) moderne građevine	a) trajno održavanje b) stalne zbirke c) povremene izložbe	a) studijski b) popularno-poučni c) atraktivni

Tab. 3

Primjer scenarija izložbe »Željezna dvor pri Žumberku«

	tema	izložbena sredstva
Uvod	u završnom vremenskom periodu djelovala je na Dvoru željezara historijat	originalni dokumenti o željezari, fotografije Dvora, tekst
Izložbeni predmeti	proizvodi od lijevanog željeza	originali-proizvodi; cjelokupan asortiman; neprenosivi proizvodi; foto-legende
Paralelne teme — Korelati	do kud je sezala prodaja autohotnost oblikovanja brojnost proizvoda utjecaji na srodno oblikovanje	grafikoni fotografsko uspoređivanje tekst
Povezivanja	suvremeni domaći obrt srodna produkcija u Evropi ocjena tehnologije	primjeri originala fotografije grafikoni legende
Zaključak	ekonomski uzrok prestanka sudbina izrađenog fonda ocjena pojava	dokumenti foto-dokumentacija tekst

Tab. 4

Izložba: Željezara Dvor	uvod	izložbeni predmeti	paralelne teme	povezivanja	zaključak
raspoređivanje u izložbeni prostor					
opažanje intelektualno emocionalno					
dimenzije prostora velik, visok malen, nizak					
osvjetljenje svjetlo prigušeno					
boja smeđa bijela		učinak introvertiran ekstrovertiran			

danas živi trenutak i sama nestaje; igra, blistavi mjehurić sapunice u koje se zrcale sretne dječjačke oči i s praskom oslobađa ponovno veselje; igra je u biti svake izložbe» (Paulgerd Jesberg).

Ideja vuče korijene iz početka 16. stoljeća. S gravire prvog poznatog izložbenog objekta, Heilthumsstuhla u Beču, razabiremo da se u prizemlju građevine na trgu skupljaju ljudi i pozivaju borbom pasa, dakle predstavom, na ogled izložbe umjetničko-obrtničkih proizvoda. Izložba je na katu građevine. Ideju, međutim, ne treba vulgarno prenositi. Kvaliteta poruke je u sadržaju: skupiti ljude i izloženo im uspješno posredovati; komercijalna dobra prodati, a muzejsku građu upotrijebiti na dramatičan način.

Poput kazališnog djela, i izložba zahtijeva scenarij sadržajnog plana i njegova prijenosa u prostor sa scenskim izložbenim efektima.

Shematičan prikaz scenarija jedne izložbe: Mislim da su u sadržajnom planu izložbe iznimno važne teme paralelne s glavnim motivom te njihove veze i korelati. Samo o jednoj boji ne može se mnogo govoriti; tek u odnosu prema jednoj ili više boja ona počinje djelovati i dobiva »svoju boju«. Slično je i sa svjedočanstvom muzejskih predmeta. Tek paleta raznovrsnih informacija daje im pravu važnost i značenje. Uzmimo, na primjer, našu seljačku škrinju za koju nas, posebno u posljednje vrijeme, veže nacionalna sentimentalnost koja izvire iz brze urbanizacije i čovjekove otuđenosti. Osamljeno izloženu obožavamo je upravo zbog tog sentimentalnog odnosa. Nešto više o toj škrinji osim stručnjaka malo tko zna. Izložena pak s objašnjenjima o vremenskim, prostornim, ekonomskim, socijalnim, likovnim i drugim vrijednostima, s usporedbom što se u času njene izrade i uporabe događalo na širem kulturnom prostoru i što znači u razvoju unutrašnje opreme, kako je čovjek živio u tom vremenu i sl. — ona znači mnogo više od predmeta sentimentalnog idolopoklonstva i kiča. Na taj se način opažajući odnos približava istinskoj vrijednosti te škrinje. Tako je i sa drugom muzejskom izloženom građom.

Drugi dio scenarija jest likovna izvedba, koja uključuje izložbenu tehniku, vitrine, svjetlo, boje i slično. Uvijek sam sretan kada na otvorenjima muzejskih izložbi svi zadovoljno hvale izložbu, a pritom nitko ne spominje izložbenu tehniku. Tako i treba biti. Izložbena tehnika i pomagala moraju biti posjetiocima »nevidljivi«. Dakako, osim na onim izložbama gdje izložbena tehnika upravo ukazuje na tehnološku i oblikovanu sposobnost izlaga-

nja (izložbe industrijskog oblikovanja, stariji muzeji sa stilskom opremom). Izlagači na raznim komercijalno-tehničkim izložbama pokazuju svoju ekonomsku moć izuzetnim izložbenim pomagalicama. Sjetimo se Kristalne palače (London 1851), Eiffelova tornja (Pariz 1889), izložbenih objekata Van de Veldea i Waltera Gropiusa (Köln 1914), djela Le Courbusiera (Pariz 1925), paviljon Mies van der Roha (Barcelona 1922), atraktivnih paviljona na svjetskim izložbama u Bruxellesu, Montrealu, Tokiju i dr. I izbor eminentnih arhitekata ukazuje na važnost djela. U pogledu toga odmah da dodam da muzejske izložbe ne bi smjele biti samo plakat, lijepa ambalaža za izložene predmete. To pripada potrošačkom svijetu. Kvaliteta muzejskih izložbi je u sadržaju, a ne u formi.

Cijelo vrijeme govorimo o izložbi kao sredstvu za predstavljanje muzejskih predmeta. No za to ima i drugih načina, recimo ilustrirana knjiga, serija fotografija ili dijazozitiva, film, televizija, razne kombinacije među njima i još štošta. Izbor mogućnosti ovisi o namjeni predstavljanja te o novčanim sredstvima koja su za tu priliku na raspolaganju.

Izlaganje dragocjenih muzejskih predmeta iziskuje u tehničkom pogledu velike napore. Predmet mora biti dobro vidljiv, po mogućnosti u simuliranoj okolini i na mjestu na kakvom je uistinu bio. Mora biti zaštićen od krađe i propadanja. Simulacija okolice, odnosno ambijentalna prezentacija predmeta, te tehnika zaštite predmeta u međusobnoj su suprotnosti. Ponekad si pomažemo kopijama predmeta. U takvu slučaju nije potrebna neka osobita zaštita, a provedbe izložbi su jednostavnije i dakako jeftinije. No postavke scenskih izložbi s kopijama u nas nisu uobičajene iako su, posebno na zapadu, prilično česte. Konfliktna situacija nastaje i kod ambijentalno zasnovanih izložbi u prostorima spomeničko zaštićenih objekata, gdje je sam izložbeni prostor eksponat, ako nije posrijedi stilska oprema takva prostora.

Iz opisanoga vidimo da je na putu prezentacije muzejskih predmeta čitav niz teškoća, no koje se dobrim sustavom u procesu kreacije daju svladati. Neke od tih teškoća pokušao sam ovdje osvijetliti u prilog što kvalitativnijem muzejskom radu, a time i posjetiocu.

»Sinteza«, br. 3—4, 1982, Ljubljana

Prijevod sa slovenskog: Krešimir Nemeč

Novi vodič kroz muzeje i galerije Splita

Stanko Piplović

Split

Posljednjih desetljeća Split je preras-tao u značajan kulturni i tranzitno-turistički centar prostrane regije. U svijetu poznati spomenici prošlosti kao Dioklecijanova palača, Salona i tvrđava Klis, zatim brojni muzeji i galerije (među kojima se vrijednošću ističu Arheološki muzej, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Galerija Meštrović), jedan su od osnovnih faktora u njegovoj turističkoj ponudi. Važan događaj u posljednje vrijeme vezan za ovu djelatnost jest uređenje prostora u tvrđavi Gripe za potrebe Vojnopomorskog muzeja koji je svečano otvoren prošle godine u povodu 40. obljetnice JRM.

Taj dragocjeni povijesno-umjetnički fundus privlači sve veće zanimanje građana, domaćih i stranih gostiju, iako propagiranje i informiranje nije dostiglo potrebnu razinu. Mnogi muzeji i galerije u svijetu imaju bogato opremljene i detaljne kataloge izloženih eksponata i zbirka koje su u njima pohranjene. Split još uvijek zaostaje za njima. Najstarija stručna edicija je »Vodja po Splitu i Solinu« što su je napisali L. Jelić, S. Rutar i F. Bullić, a tiskana je još 1894. godine u Zadru. U njoj su, osim arheoloških lokaliteta i starina detaljno popisani predmeti koji su se nalazili u staroj zgradi Arheološkog muzeja na Pazaru. Danas ipak veći broj splitskih muzejsko-galerijskih ustanova ima svoj katalog ili bar letak. U tome su najviše uradili Galerija umjetnina, Galerija Meštrović, Muzej hrvatskih arheoloških spomenika i Rizinica katedrale za koju je tiskana reprezentativna monografija.

Od novijih zajedničkih izdanja treba spomenuti brošuru »Galerije i muzeji u Splitu« koju je 1961. godine pripremio Turistički biro. Urednik je bio Ivo Vidović, a suradnici ravnatelji zainteresiranih ustanova. Zatim je 1969. godine Muzejsko društvo tiskalo prospekt »Muzeji i galerije u Splitu«. Međutim, ove edicije su odavno raspačane i ne mogu se više naći u prodaji. To su razlozi da je Društvo prijatelja kulturne baštine Splita u suradnji s Muzejskim društvom, a u povodu 18. svibnja — Međunarodnog dana muzeja, izdalo novi vodič pod naslovom »Muzeji i galerije Splita«. Financijsku pomoć su pružili SIZ u oblasti kulture i Turistički savez općine, Vodič je u obliku plakata na slaganje. Na pred-