
**KOŠARU U RUKE I PUT POD NOGE:
ISKUSTVA I IZAZOVI GOSTOVANJA IZLOŽBE 'TRŽNICA – TRBUH GRADA'**

mr. sc. TANJA KOCKOVIĆ ZABORSKI □ Etnografski muzej Istre / Museo Etnografico dell'Istria, Pazin

mr. sc. IVANA ŠARIĆ ŽIC □ Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka, Rijeka

IM 48, 2017.
POGLEDI, DOGAĐAJI, ISKUSTVA
VIEWS, EXPERIENCES, EVENTS



sl.1. Riječka tržnica s natkrivenim paviljonom u drugom planu, izgrađenim 1881.; Petar Trinajstić, 2010.

sl.2. Bogata ponuda na pulskoj tržnici; Andreas Kancelar, 2015.

sl.3. Detalj s riječke ribarnice; Ivo Vičić, 2015.

Tragom ideje o izložbi *Tržnica – trbuh grada*

Izložbeni projekt *Tržnica – trbuh grada* rezultat je suradnje dviju muzejskih institucija, Etnografskog muzeja Istre / Museo Etnografico dell'Istria i Pomorskoga i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja Rijeka. Publici je predstavljena u sklopu manifestacije *Pazi što jedeš*, koju organizira Etnografski muzej Istre radi promocije zdrave i tradicijske/lokalne/sezonske hrane, što je jedna od tema kojom se naše društvo bavi na lokalnoj i globalnoj razini. Izložba je popraćena stručnim predavanjima, radionicama i projekcijama filmova o temi prehrane, pa tako čini samo dio kompleksno zamišljenog projekta. Cilj tako široko zamišljenog programom jest pokazati da muzeji nisu zatvorene, introvertirane institucije već otvoreni komunikatori koji, u suradnji sa zajednicom u kojoj djeluju, otvaraju i problematiziraju aktualne teme važne za tu zajednicu.

sl.4. Izložbeni kutak posvećen *pijaci* u Kikindi

sl.5. Izložbeni postav u Gradske muzeju Vukovar

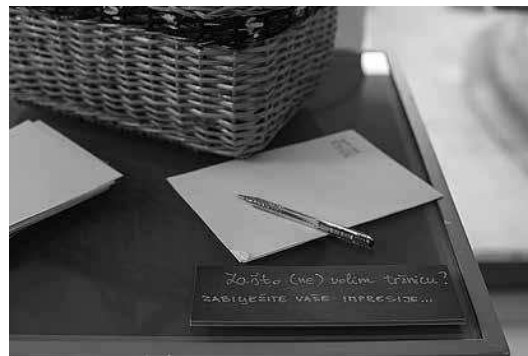
sl.6. Interaktivni dio izložbe obuhvaća i *Kutak za posjetitelje*, u kojemu im je omogućeno da zapišu svoja mišljenja, emocije i sjećanja o tržnicama nekad i danas. Na taj je način muzejski prostor otvoren za komunikaciju sa zajednicom, što smatramo iznimno važnim u suvremenoj muzeologiji.

sl.7. Prodavačica na pulskoj tržnici; Andreas Kancelar, 2015.

sl.8. Pročelje Pomorskoga i povijesnog muzeja Hrvatskog primorja Rijeka s izložbenim banerom

sl.9. Grafička priprema za pozivnicu u Pomorskome i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja Rijeka

sl.10. *Štand* kao dio izložbenog postava u Arheološkome muzeju Istre u Puli



Jedna izložba – brojna lica

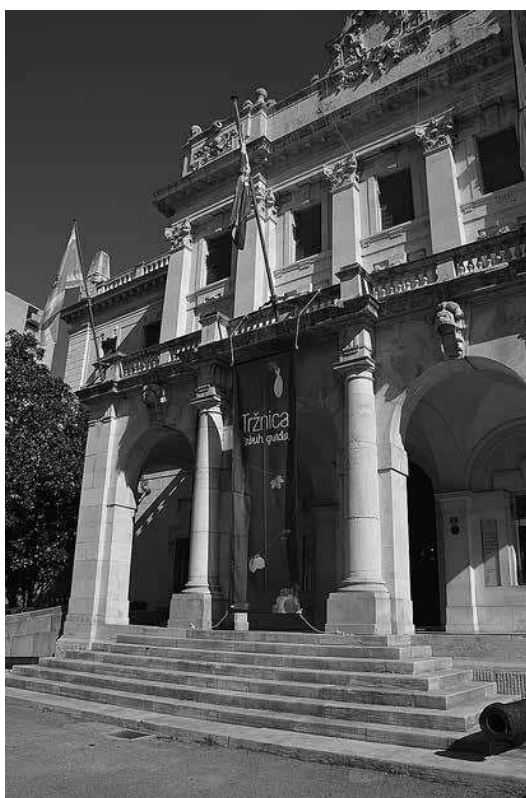
Od samih početka promišljanja koncepta izložbe, a onda i njezina vizualnog oblikovanja¹, ideja je bila da izložba bude praktična za premještanje i prikladna za planirana gostovanja.

Za cjelovit vizualni identitet izložbe zaslužna je diplomirana dizajnerica Kristina Ivančić. Njezino je viđenje teme rezultiralo šarolikim vizualom koji se skladno uklapa u tematski okvir. Tekst izložbe, kao i popratni promotivni materijal, trojezičan je (hrvatski, talijanski, engleski), što izložbu čini atraktivnom i za gostovanja izvan hrvatskoga govornog područja. Od promotivnih materijala izložba prate pozivnice, plakati, deplijani, mesh/flag/banner te tiskani katalog od 132 stranice. Izložba ima i svoj profil na *Facebooku* koji je svojevrsna arhiva izložbe. Osim najava gostovanja, na profilu su predstavljene i tržnice gradova u kojima je izložba gostovala, ali i niz specifičnih tema koje prate dinamiku života tržnica.

Premda je sadržaj izložbe u gostujućim prostorima bio istovjetan onome u matičnim muzejima, izložba se oblikovno prilagođivala svakom novom izložbenom okruženju, što je bio dodatni profesionalni izazov. Izložba je do danas, dakle u vremenu nešto kraćem od dvije godine, bila postavljena deset puta².

Osobita su vrijednost izložbe dodatni sadržaji posvećeni tržnici grada u kojemu izložba gostuje, za čiju se realizaciju pobrinu kolege domicilnih muzeja. Na taj je način i lokalnom posjetitelju omogućeno da uoči zajednička obilježja svih tržnica, ali i da uoči eventualne posebnosti tržnice svoga grada. Iskazano zanimanje za ugošćivanje izložbe svjedoči

¹ Izložbu čini 26 plakata, muzejska građa i građa posuđena iz privatnih zbirki (razglednice, košare, vage, specifične *mrežice* za kupnju) te brojne fotografije. Osobito su zanimljiv prilog i suvremene dizajnerske reinterpretacije torbi i kolica za kupnju. Dinamici svakako pridonose za potrebe izložbe posebno snimljeni videoprilogi i audiosnimke, čime je dočarana živopisna atmosfera tržnice, gužva i međusobna interakcija prodavača i kupaca. Osim toga, posjetiteljima nudimo i olfaktivni doživljaj: na izložbi mogu osjetiti poznate mirise mediteranskih biljaka koje se kupuju na tržnicama (ružmarin, lovor, lavanda), ali i specifičan miris svježe ribe kojim se dočarava i drugi, manje ugodan podražaj naših osjetila.



kako su tržnice uistinu univerzalna tema, zanimljiva širokoj publici, neovisno o geografskome, političkome i društvenom kontekstu.

Brojna gostovanja za autorice su nova i inspirativna dimenzija kustoskog rada i to zbog velikog opsega administrativnih poslova za uspješnu realizaciju gostovanja, ali i zbog dragocjenoga profesionalnog i osobnog iskustva. Na pojedinih je gostovanjima otvorenje izložbe organizirano kao sastavni dio neke lokalne manifestacija, pa je tako izložba u Kikindi otvorena u vrijeme trajanja *Dana ludaje*, u Tolminu u povodu *Eko praznika*, a u Županji je bila programski dio *Šokačkog sijela*. Ta su gostovanja rezultirala novim dogovorima o uzvratnim izložbama, što je odličan poticaj za daljnju međumuzejsku suradnju.

LITERATURA

Šarić Žic, Ivana i Kocković Zaborski, Tanja. 2016. *Tržnica – trbuh grada, Pomorski i povijesni muzej Hrvatskog primorja Rijeka*. Rijeka: Etnografski muzej Istre.

Primljeno: 24. svibnja 2017.

BASKET IN HAND AND OFF WE GO: EXPERIENCES AND CHALLENGES IN THE HOSTING OF THE EXHIBITION 'MARKETPLACE –THE BELLY OF THE CITY'.

Urban marketplaces are testimonies to the economic and social development of a city, places of socialising, exchanges of knowledge and skills, swapping recipes, communication of citizens with neighbours and the local community. Although it seems to us sometimes that we “only” just buy provisions here, in fact at market places we discover the identity of the city and its inhabitants. The food we buy there tells of the very important aspect of the intangible culture – food preparation, the stylistic features of the architecture of the market space tells of cultural influences, the multicultural aspects tell of the migratory character of the local community. The importance of the marketplace is manifested not only in the range of goods available to buyers but also represents a space that guards the heart and soul of the city and its intangible tradition. The exhibition entitled *Marketplace – the belly of the city* has now several times been presented to the public at home and abroad, every time showing a new face.



2 Izložba je predstavljena u Arheološkom muzeju Istre – u Galeriji C8 (18. prosinca 2015. – 24. siječnja 2016.), u Pomorskom i povijesnom muzeju Hrvatskog primorja Rijeka (16. ožujka – 3. srpnja 2016.) te u Etnografskom muzeju Istre u Pazinu (7. srpnja – 5. rujna 2016.). Potom su organizirana brojna gostovanja u Republici Srbiji: u Muzeju Vojvodine u Novom Sadu (14. – 30. rujna 2016.), u Narodnom muzeju Kikinda (7. listopada – 15. studenoga 2016.), u Narodnom muzeju Pančevo (18. studenoga – 10. prosinca 2016.) te u Etnografskom muzeju u Beogradu – u Manakovoj kući (29. prosinca 2016. – 28. siječnja 2017.). Nakon povratka u Hrvatsku izložba je gostovala u Zavičajnome muzeju *Stjepan Gruber* u Županji (19. veljače – 24. ožujka 2017.) te u Gradskom muzeju Vukovar (6. – 25. travnja 2017.). Potom je postavljena u Republici Sloveniji, u Tolminskom muzeju, od 11. svibnja do 10. rujna 2017.