

Mr. Lazar Stojnović

## PROBLEM KORELACIJA U OKVIRU MUZEJSKE DJELATNOSTI

Danas se riječ kultura upotrebljava u različitim značenjima i često se primjenjuje za karakteriziranje najraznovrsnijih pojava, događaja i djelatnosti u ljudskom društvu. U opseg pojma kultura uključeni su mnogovrsni sadržaji, tako da nemaju nijednog područja društvenog života koje ne posjeduje svoju kulturnu stranu. Često se riječ kultura pridodaje kao atribut mnogim pojavnostima u svojstvu njihovog vrijednosnog i kvalitativnog određivanja. U tom smislu kultura nije objekt, već predstavlja ono što definira predmet i njegove karakteristike.

Višeslojnost kulturnog izražavanja omogućuje da se struktura kulture promatra iz različitih aspekata, što je rezultiralo brojnim istraživanjima i definicijama kulture. Pojam kulture, u najširem kontekstu, obuhvaća cjelokupno duhovno stvaralaštvo, ukupnost materijalnih i duhovnih vrijednosti, a u užem smislu termin kultura primjenjuje se za definiranje umjetničkog stvaralaštva, označavanje djelatnosti kulturnih ustanova i obilježavanje priredbi i manifestacija.

U svakoj zajednici problemi kulture se javljaju u strogoj povezanosti s ostalim tokovima razvoja društva, što znači da je pristup sadržaju kulture i njegovom očitovanju uvjetovan kompleksom društveno-ekonomskih odnosa određenog historijskog trenutka. Nekada su, na primjer, kulturne institucije predstavljale »legitimaciju« grada i dovoljno je »posjetiti Pompeje da bi se vidjelo kakvo su tu mjesto zauzimala javne zgrade, teatar, forum itd. Ali za usporedbu pogledajte samo ultra moderan centar suvremenog grada: gore uredi, banke, hoteli, a dolje »podzemni grad« — u stvari galerija trgovišta — ne više dućan u gradu, nego grad u dućanu.<sup>1</sup>

U historijskom slijedu mijenjala su se društva, ekonomske i socijalne relacije, pa je razumljivo i odnos prema kulturi doživio bitne transformacije. Danas preovladavaju različita tumačenja kulture i kulturnih potreba građana. Lako se uočava staro, ali još uvijek prisutno mišljenje, prema kojem su novčani izdaci za kulturnu investiciju, koja ne oploduje uložena sredstva, novac uložen na luksuz. Kultura se shvaća kao nadgradnja, jednostavni odraz materijalne baze i bez bitnog utjecaja na bazu, a po svom društvenom značaju kultura je drugostepena pojava

1. V. Obradović, Utjecaj obrazovanja na kulturni život radnika, Kulturni radnik 2/1970. Vidi: J. Marie Domenade, Kritika jedne pohvale, Esprit 12/1969.

i stoga u društvu, koje se bori s teškoćama oko izgradnje i povećanja standarda, ne može biti u središtu društvene akcije — tek kada se stabilizira i učvrsti materijalna baza, doći će na red rješavanje problema kulture. Za ilustraciju može se navesti stav delegata Vijeća udruženog rada koji na tematskoj konferenciji o materijalnom položaju kulture u općini Osijek, postavlja pitanje da li u vrijeme kada narod stoji u redovima za kruh, treba uopće raspravljati o problemima kulture?! Ovakvo mišljenje koje kulturu i rad kulturnih ustanova stavlja na periferiju društvenih zbivanja i njihovu djelatnost svodi na rubni problem, koji se nalazi izvan epicentra socijalnih i ekonomskih previranja, permanentno je prisutan u svijesti velikog broja radnih ljudi i provlači se kao crvena nit kroz sve faze društvenog razvitka. To je stanovište posljedica nerazumijevanja složenih odnosa kulture i socijalne zajednice, odnosno neshvaćanja činjenice da su »kultura i samoupravljački socijalizam neodvojive vrijednosti i samo društvo u kojem pojedinac postaje kritička i aktivna ličnost može dati kulturi njeno potpuno mjesto. Samoupravljački socijalizam ne smije kulturni život zadržati u rezervatu, učiniti ga društvenom dekoracijom, već ga mora neprestano tretirati kao društvenu akciju koja je imanentna samoupravljačkom činu«. <sup>2</sup> U tom smislu neposredni proizvođač ne smije biti pasivni konzument već znatiželjni i angažirani sudionik koji u vrijednostima traži spoznaje, otkriva nove prostore koji će mu dozvoliti da ostvari svoju samoupravljačku funkciju.

Vjerojatno će se odnos prema kulturi, a time i položaj kulture u strukturi društva, njena uloga i značaj, promijeniti u onom trenutku kada se stvore svi materijalni i socijalni preduvjeti da pojedinac, korisnik kulturnih vrijednosti, shvati kako je »kultura umijeće da se bude čovjek, da se razvije kritičnost, obogati znanje, steknu nove spoznaje i podstaknu razmišljanja«. <sup>3</sup> Drugim riječima, kultura treba da postane vitalna čovjekova potreba, jer čovjek izoliran od kulturnih kontakata ne može ispoljiti svoju ljudsku prirodu, pa kultura postaje neposredno iskazivanje i osmišljavanje ljudskoga i onoga što ga okružuje, nužan sadržaj i neotuđivi dio svakodnevnih aktivnosti.

Neosporno je da u našoj kulturnoj politici nisu razjašnjena pitanja o kulturi kao ličnoj ili društvenoj potrošnji, o ulozi tržišta i društveno organiziranoj kulturnoj akciji i o njihovoj korelaciji. U rješavanju ovih problema neki žale za vremenom organizirane kulturne akcije i negiraju pozitivnu ulogu tržišta, dok većina danas apsolutizira funkciju tržišta u kulturnom životu. Zastupnici ovog mišljenja smatraju tržište svemoćnim, sposobnim da samo od sebe riješi sve probleme društva da sve kulturne vrijednosti postavi na pravo mjesto. Tako se hoće nekritički prenijeti zakoni, postupci i stil tržišta u sferu kulture (»Dajmo publici ono što ona hoće«).

Međutim, ne treba odbaciti sve elemente tržišnih odnosa u kulturnoj sferi, ali se mora uvažavati okolnost da je zavisnost radnih organizacija u kulturi o tržištu različita: neke od njih ne mogu uspostaviti intenzivniji odnos s tržištem zbog prirode svoje djelatnosti, a u drugim tržišni su efekti varijabilni i nesigurni, pa ne mogu postati dominantan izvor finansiranja programskih kulturnih akcija. Raskorak u traženju najoptimalnijih rješenja problema kulture u sadašnjem trenutku nastao je iz nerazumijevanja tržišnih zakonitosti i neshvaćanja funkcije (značaja) kulture

2. T. Martinić, Kultura i »slobodno vrijeme« u samoupravljačkom socijalizmu, Kulturni radnik 1/1970, str. 29.

3. Ibid. str. 28

u suvremenom društvu. Da bi se spoznala društvena uloga muzeja, osmislila njegova egzistencija i sagledala budućnost, potrebno je temeljito razumijevanje zakonitosti koje uvjetuje postojanje muzeja. Zbog toga se djelatnost muzeja ne može svesti na zajednički nazivnik koji nosi atribut kultura, a da se pri tom ne uoče specifičnosti rada svih ustanova u kulturi (galerija, kazališta, biblioteka, muzeja) i ne shvati njihov doprinos za naše društvo.

Uspostavljanje stalnog komunikacijskog procesa kulture sa tokovima društvenog razvitka nametalo se kao imperativ, koji svoju praktičnu realizaciju zadobija kroz slobodnu razmjenu rada. Na taj način pokušavaju se riješiti problemi sticanja dohotka zaposlenih radnika u kulturnim institucijama i zadovoljavanja kulturnih potreba određene sredine. Dostignuti stupanj društveno-političkog razvoja omogućio je konstituiranje samoupravnih interesnih zajednica kulture kojim se posreduje međuzavisnost privrednih i vanprivrednih djelatnosti. Osnivanjem samoupravnih interesnih zajednica kulture određeni su ciljevi i pravci razvoja kulturnih djelatnosti, vrsta, opseg i način zadovoljavanja kulturnih potreba društva, utvrđeno je mjesto gdje se obavlja razmjena<sup>4</sup> i gdje se nalaze svi činioci kulturnog života na zajedničkom poslu odlučivanja o načinu sticanja, visini i raspodjeli materijalnih sredstava u skladu s unaprijed dogovorenim i utvrđenim kriterijima.

Analiza dosadašnje prakse razmjene rada pokazala bi, vjerojatno, da samoupravne interesne zajednice nisu dovoljan okvir integracije kulture u sveukupnim društvenim odnosima, jer formiranjem samoupravnih interesnih zajednica kulture promijenio se samo instrumentarij, dok je odnos društva prema kulturi ostao nepromijenjen. Već duži niz godina operativne mjere ekonomske politike, interventni zakoni, cjelokupni stabilizacioni i inflacioni program, smanjuju sudjelovanje kulture u društvenom proizvodu, pa je uz nastojanje da se zadrži dostignuta razina razvoja došlo do materijalnog osiromašenja organizacija kulture, posebno životnog standarda zaposlenih radnika u kulturi. U takvoj situaciji česta je pojava da se programske akcije zbog prevelikog porasta materijalnih, odnosno programskih troškova, na koje se ne može uticati, realiziraju na račun osobnih dohodaka zaposlenih radnika u kulturnim ustanovama. Takav odnos sredine prema djelatnosti radnih organizacija u kulturi inicira postavljanje pitanja da li su društvu potrebni muzeji?

## II

Muzej je ustanova od posebnog društvenog interesa,<sup>5</sup> koja kulturnu baštinu čuva kao spomenik, koji, osim svoje kulturne vrijednosti, predstavlja svjedočanstvo o povijesnim događajima. Kulturna dobra su nepatvoreni dokaz i izvorni dokument za sveobuhvatno sagledavanje zamršenih puteva ljudskog razvoja, života i stvaranja. Ona su duboko zaorana brazda u vremenu i prostoru u kojem je čovjek nastao i rastao, pa spomenici kulture ujedno dokazuju da nova ostvarenja i dostignuća, nove vrijednosti ne negiraju prethodna dostignuća i izraz su ukupnosti svih uvjeta koje su generacije ljudi zaticale kao svoje životne.<sup>6</sup> Spomenici su dokaz da historija ima svoj određeni smisao, da ljudska egzistencija predstavlja stvaralački čin. Takav pristup kulturnoj baštini, kao i napor da se prošlost i

4. M. Mikuška, Odnos, mesto i uloga muzejske djelatnosti u samoupravnim interesnim zajednicama za kulturu, nauku i obrazovanje u SAP Vojvodini, Spone 30/1987, Novi Sad, str. 74

5. Vidi: Zakon o muzejskoj djelatnosti, Narodne novine 12/1977.

sadašnjost dokumentiraju, uvjetovali su osnivanje brojnih muzeja sa zadatkom sistematskog sakupljanja, čuvanja, stručne zaštite, znanstvene obrade i idejno-obrazovnog pretenziranja pokretnih kulturnih dobara.

Različite zbirke, veće ili manje vrijednosti, stvorene su još u antici. Taj pionirski sakupljački rad, bez nekog određenog sistema i cilja, nastavlja se i u kasnijim periodima. Sakupljači-kolekcionari bili su pojedinci koji su iz vlastitih interesa, zadovoljstva ili težnje za prestižem počeli stvarati zbirke.<sup>7</sup> Iz ovakvih raznorodnih i kompleksnih zbirki formiraju se prvi suvremeni muzeji i galerije. Današnji oblik zbirki umjetničkih predmeta pojavljuje se u Italiji u periodu renesanse, a od francuske revolucije muzejske zbirke otvaraju se za publiku. Sredinom 19. stoljeća u Evropi, kao potreba vremena i izraz političke, odnosno društvene klime, osnivaju se brojni muzeji, najčešće kompleksnog tipa.

Želja da se sačuvaju materijalni tragovi i dokumentira prošlost uvjetuje osnivanje Muzeja u Osijeku 1877. godine, o čemu piše prvi kustos Andrija Kodrić 1880. godine: »Tako bijaše ovih nekoliko godina malo reliquia stare Murze celoj domovini spasiti, rekoh malo reliquia, jer daleko najveći dio il je uslied neznanja i nemarnosti starih generacija posve propao il u inozemstvo odnešen... Namera kod utemeljenja Muzeja nam bijaše i jest još uvijek, sačuvati predmete stare Murze našoj domovini i prepriječiti da neputuju više starim putem u Peštu ili još dalje, kao što bijaše od starine«.<sup>8</sup> Muzej ima zavičajni karakter i on je »lokalno osječki, on je privatn, tih i miran, te neće, ne želi, a i ne može, zagrebačkome gorostasu do škodi... Još iz drugog uzroka su lokalni muzeji koristni. Ne može svatko u glavni grad putovati, manjka mu prilika, fale mu sriedstva, u tom slučaju može bar nješto u svojem domaćem zavodu vidjeti i naučiti«.<sup>9</sup> Osnivanjem muzeja podstaknuta je potreba što bržeg sakupljanja kulturno-povijesnih dobara (u slučaju Osječkog muzeja preovladava arheološka i numizmatička orijentacija slijedom klasičnog obrazovanja prvih kustosa) i povećanja muzejskog fundusa. Zbirke se proširuju i sakupljačka djelatnost se intenzivira, jer po mišljenju V. Celestina u »gradski muzej spada sve, što se odnosi na javni ili njegov kulturni život«. Ovakva orijentacija, uvjetovana potrebama historijskog trenutka, da se sakupi što više spomeničkog materijala, djelomično obradi i zaštiti, karakteristična je za rad većine tadašnjih muzeja. Djelatnost muzeja svedena je, što je i razumljivo



Shema 1.

6. Z. Munk, Teze uz problem valorizacije i kategorizacije spomenika u muzejima i galerijama SR Hrvatske, Muzeologija 9/1970.

7. V. Straser, Muzej i sredstva informisanja — propaganda, Spone 31/1988, Novi Sad, str. 20

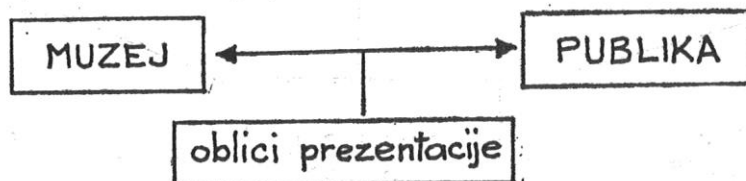
8. Vidi: Izvješće o Kraljevskoj velikoj gimnaziji, 1879/80.

9. Ibid.

s obzirom na društveno-političku situaciju, ekonomske mogućnosti, »duh vremena« i entuzijazam prvih kustosa, na akciju sakupljanja, spašavanja i zaštite kulturne baštine. (Sh. 1).

Unatoč nesistematskog i neselektivnog sakupljanja kulturnih dobara, muzejski fondovi se sve više popunjavaju i postupno prerastaju u muzejske zbirke s vrijednim muzealijama. Formiranjem zbirki, njihovom stručnom zaštitom i obradom, stidljivo se uobličavala ideja da su »ovi zavodi (muzeji) vrela za istraživanje historije naših predstavnika, da su oni škole za mladež i sve one, koji žele upoznati sa starim vremenom, ne samo mrtvim slovom knjige, već tako rekuć okom i rukom.<sup>10</sup> Misao o muzeju kao »narodnoj školi, riznici nauke i moćnom sredstvu vaspitanja« doživljava svoju kulminaciju i djelomičnu realizaciju iza drugog svjetskog rata, u skladu s Petogodišnjim planom, dolazi do snažnog razvoja privrede i obnove zemlje, Muzeji mijenjaju svoju funkciju i »oni treba da postanu škole za masovno vaspitavanje jer raspolažu specijalnim mogućnostima i sredstvima za široku kulturnu propagandu, za omasovljenje i popularizaciju nacionalne baštine.«<sup>11</sup> Nova orijentacija muzeja u poslijeratnom periodu, iako u Osječkom muzeju nije doživjela praktično oživotvorenje upozorava, a kasnije izbacuje u prvi plan, na novi, bitni momenat u radu suvremenih muzeja — kategoriju publike (korisnika).

U prošlosti je djelokrug rada Muzeja »bio ograničen i sveden na interni naučni rad malog broja muzejskih radnika tako da su muzeji, iako su nazvani »narodni«, bili to delomično, po narodnom karakteru kulturnih vrednosti koje su se u njima nalazile, ali po svojoj društvenoj ulozi i zadatku oni nisu pripadali narodu.«<sup>12</sup> Međutim, muzeji i galerije ne mogu egzistirati u nekom zatvorenom prostoru, niti mogu imati značaj samo za sebe. Za postojanje muzeja i galerija veoma je važan njihov odnos prema javnosti, što je i osnovica za uspostavljanje kontakta s društvom i za stvaranje neophodne pozicije u socijalnoj strukturi. Društveni interes postupno usmjerava muzejsku djelatnost na odgojno-obrazovne ciljeve, pa muzejska ekspozicija postaje dominantan oblik propagiranja kulturnog nasleđa. Forme prezentacije muzejskog materijala prerastaju u osnovno sredstvo za komunikaciju muzeja s publikom i stvara se mišljenje da se društvena misija muzeja ispunjava ako je obezbijedena njegova izložbena aktivnost, odnosno formira se pogrešna predstava da muzej nije ništa drugo do izložbeni skup eksponata.<sup>13</sup> (Sh. 2).



Shema 2.

Isticanjem muzejske prezentacije, vidljive komponente muzejskih aktivnosti koje društvo jedino uočava i cijeni, zanemaruju se ostali, fundamentalni oblici muzejske djelatnosti. Rad u muzeju je složen i cjelovit kompleks koji obuhvaća

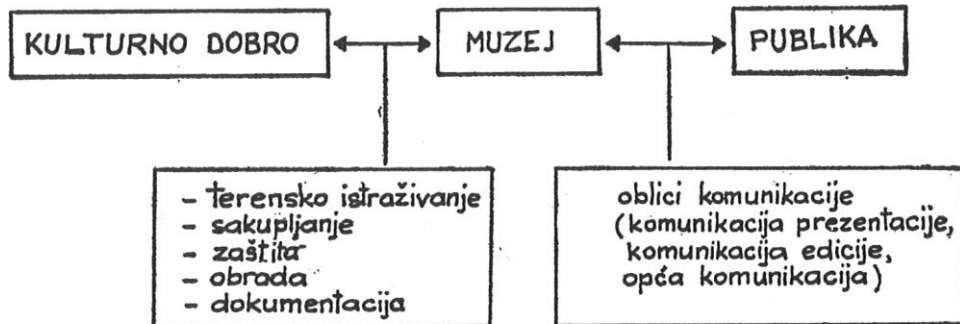
10. Ibid.

11. N. Andrejević—Kun, Zadaci muzeja u novim društvenim uslovima u našoj zemlji, Muzeji 1/1949, str. 1

12. Ibid. str. 2

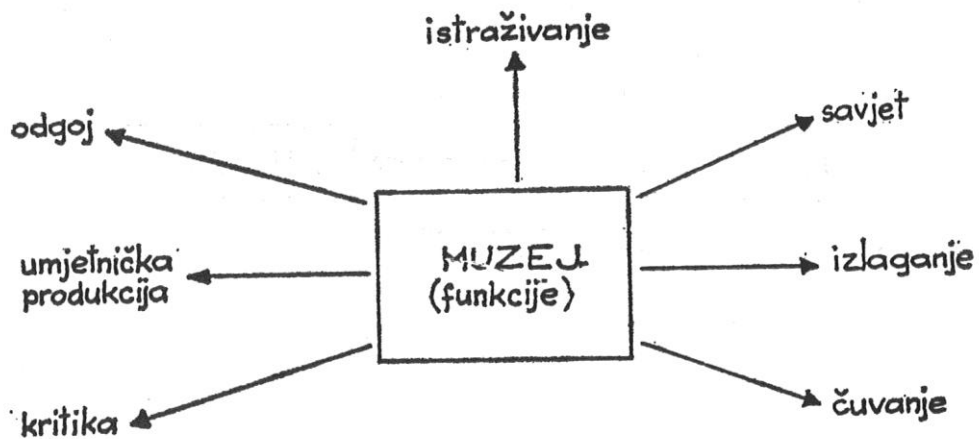
13. D. Otašević, Društvena uslovljenost nastanka, razvoja i afirmacije muzejske djelatnosti u nas, Spone 30/1987, str. 54

niz »vidljivih« i »nevidljivih« aktivnosti podjednako usmjerenih na kulturno dobro (»materija koja sadrži blago i snagu«) i na publiku. (Sh. 3).



Shema 3.

Sve veća usmjerenost muzeja na publiku rađa ideju o prerastanju muzeja u medijski centar. Takav stav donekle je prisutan i u našem delegatskom sistemu, koji regulira odnos davaoca i korisnika kao svojevrsan čvrst i razvijen public relations sistem koji osim informiranja i drugih oblika veze s publikom uključuje odgoj i obrazovanje korisnika ne samo kao potrošača nego i kao mogućeg delegata o čijem će odnosu i mišljenju prema muzeju, prije ili kasnije, ovisiti njegova egzistencija, razvoj i sam fundus. Taj odnos zahtijeva postavljanje i rješavanje niza pitanja: kako učiniti muzej otvorenijim publici, kako ga učiniti pokretnijim, kak o primjeniti načine djelovanja, kako razviti djelovanje izvan njegovog središta, koje metode koristiti u njegovom pridobijanju, zadržavanju i obrazovanju publike, operativno kako djelovati da bi koncepcije rada odgovarale potrebama vremena, sredine i njezinim društvenim procesima?<sup>14</sup> Stalna i čvrsta veza između muzeja i publike putem posebnih službi razvija načine i sredstva s kojima



Shema 4.

<sup>14</sup> M. Juras, Muzejska propaganda i povremene izložbe, Spone 30/1987. Vidi: Muzej u delegatskom sistemu, Informatica Museologica, 2—3/1980.

će kod publike pobuditi osjećaj posjedovanja muzeja kao vlastitog kulturnog dobra, potrebu za njim u privatnom životu i radu. Muzej treba da postane »hladan« medij,<sup>15</sup> sredstvo komuniciranja i informiranja koje obavlja više funkcija.<sup>16</sup> (Sh. 4).

Ovakvo usmjerenje, koje polazi od potreba čovjeka i društva, mijenja dosadašnju tradicionalnu koncepciju muzeja kao zatvorene, inertne i statične ustanove i upućuje muzej na otvaranje za korisnika, tražeći od posjetioca aktivno sudjelovanje, komunikaciju i kreativnost.

### III

Veliki zamah u razvoju dokumentacijskih i informacijskih službi u svim strukturama privredne, društvene i kulturne prakse opravdava i društvenu ulogu muzeja koji, s jedne strane, doprinosi odražavanju i evidentiranju kulturnog blaga zemlje, a s druge strane, muzej se razvija u ustanovu koja ima dokumentacijske, informacijske i komunikacijske funkcije. U muzeju, poslije stručne i znanstvene obrade, predmet poprima obilježje dokumenta, pa muzeji prerastaju u velike laboratorije sa zadatkom vezanog prijenosa informacija na uže ili šire krugove u sredini u kojoj djeluju.

Pod predmetom dokumentacije i informacije podrazumijeva se istraživanje, prikupljanje, odabiranje, obrada, odlaganje, čuvanje i davanje na korištenje najraznovrsnijih dokumenata. Tako se djelovanje informacijskog sistema može sveći na slijedeće aktivnosti:

- a) prikupljanje podataka,
- b) memoriranje podataka,
- c) memoriranje podataka,
- d) diseminacija informacija.

U informatici se dokument može definirati kao jedinica koju tvore nosilac podataka, zapisani podaci i značenje što se pridružuje podacima, dok je »muzejski predmet kao dokument određene realnosti, temelj identiteta, svjedok zbivanja i rezultat vještine čovjeka ili djelovanja prirode, dokaz mnogih tvrdnji u nizu temeljnih znanstvenih disciplina i element informacijske baze ljudskog znanja«.<sup>17</sup> Ako muzeji dokumentiraju ekonomsko, historijsko i kulturno stanje užeg ili šireg teritorija u njihovoj djelatnosti, razlikujemo:

- a) akumulaciju dokumenata (planski, sabirački rad),
- b) analitičko-sintetičku obradu dokumenata (evidencija, klasifikacija, inventiranje),
- c) sistematizacija i konzervacija zbirki,
- d) reprodukcija i objava informacija (oblici prezentacije i komunikacije).

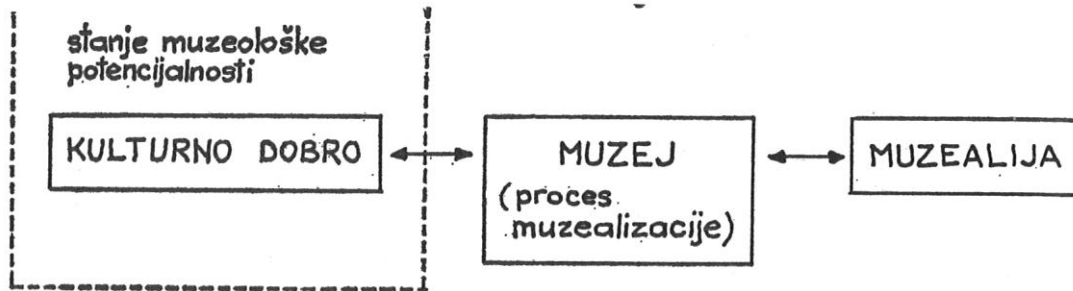
15. M. Makluan, *Poznavanje opštila*, Beograd 1971. Pojam medija (opštila) je osnovna kategorija Makluanovog shvaćanja. Autor smatra da su mediji tehnološka sredstva koja zamjenjuju i dopunjuju rad čovjekovih organa ili zamjenjuju neku njegovu drugu sposobnost. Postoje dva tipa sredstava društvene komunikacije koje Makluan naziva »vrućim« i »hladnim«. »Vruć« je onaj medij (»opštilo«) koji se karakterizira visokim stupnjem određenosti: on pruža obilje podataka i zato stvara nizak stupanj uključenosti, učestvovanja kod primaoca. »Hladni« medij emitira poruke nižeg stupnja određenosti, prouzrokuje da primalac poruke sam dopunjuje informaciju i na taj način se uživljava u situaciju, povezuje se s onim koji šalje poruke, stvara kulturu »dubinskog učestvovanja«.

16. J. Glusberg, »Hladni« i »vrući« muzeji, *Muzeologija*, 23/1983, str. 65.

17. I. Maroević, *Muzeologija i muzej budućnosti*, *informatica Museologica*, 1—4/1987, str. 52

Međutim, treba razlikovati muzejski predmet (dio ontološkog plana) i informaciju (dio gnoseološkog plana), jer muzejska dokumentacija i osnivanje muzejskih zbirki je nešto specifično, što izvire iz potreba čovjeka i što simbolizira izraz zasebnog pristupa stvarnosti. Muzejski predmet ne predstavlja bilo kakvu prirodnu ili društvenu realiju, već je on objekt koji je nadaren da prezentira stvarnost u smislu onih zakona koji predstavljaju za čovjeka i društvo izvjesnu vrijednost. Vrijednost kulturnog dobra izravno svojim postojanjem obogaćuje materijalnu kulturnu i posrednu kulturnu savjest društva.<sup>18</sup> To znači da muzejski predmet nije determiniran samo vlastitim znakovima i njihovim relacijama u stvarnosti, nego, prije svega, vrijednosnim prosuđivanjem promatrača ili društva. U tom kontekstu je i fundus muzejskih zbirki »legitimacija prošlosti«, jer odabiranjem iz kompleksa prošle ili suvremene stvarnosti muzealni objekti bitno mijenjaju svoju funkciju i prestaju biti direktna stvarnost.

Kulturno dobro (potencijalni muzejski predmet) traje u svom ambijentu i vremenu, gdje obavlja određene funkcije koje zadržava ili s vremenom gubi u odnosu na svoj izvorni ambijent. Ono ima svoju uporabnu vrijednost i značenje, a njegova muzeološka vrijednost može se naslutiti ili pretpostaviti.<sup>19</sup> Otkrivanjem muzealnosti predmeta (svojstva koja su imanentna predmetu ili koja mu mi pridodajemo)<sup>20</sup> započinje proces muzealizacije kojim predmet postaje muzealija. Tek se u muzeju predmet (kulturno dobro) stručnom i znanstvenom obradom valorizira i postaje dokument vremena, izvor stručnih i znanstvenih spoznaja, a isto-vremeno i bitan element muzejske ekspozicije. (Sh. 5).



Shema 5.

U procesu muzealizacije stvara se svijet značenja, koji nije samo puki odraz stvarnosti, realnog svijeta, nego kriterij vrednovanja cjelokupne društvene zbilje, jer obuhvaća korelaciju čovjeka i stvarnosti. Muzejski predmet »svojom materijalnošću uvijek ostaje element u vremenu jer egzistira i traje, nezavisno o tome koliko smo u stanju pročitati i definirati sve informacije koje u sebi krije nosilac informacija«. <sup>21</sup> To znači da se svakom dokumentu (muzejskom predmetu) može u njegovoj konkretizaciji pridodati neko od mogućih značenja, jer poruka može da uvede u igru različite nivoe stvarnosti: tehnički nivo materije od kojih su sačinjene oznake, nivo diferencijalne specifične oznake: nivo denotiranih značenja, nivo konotiranih značenja: nivo psiholoških, logičkih i naučnih sistema očekivanog

18. Z. Stransky, Jesu li društvu još potrebni muzeji?, Spone, 30/87, str. 63

19. A. Bauer, Muzejski predmet kao eksponat, Zbornik radova, 1/1975, Sarajevo, str. 18

20. I. Maroević, o.c. str. 52

21. I. Maroević Identitet kao sastavni dio muzealnosti, Informatica Museologica, 1—4/1987, str. 58.



na koje nas znaci upućuju.<sup>22</sup> U tom smislu identifikacija muzealnosti nekog predmeta upućuje na sadržajnost muzealija, jer se očitovanjem njenih značajki stvaraju informacije koje penetriraju u društvu u obliku jednoznačajnih znanstvenih (informacija je analitička) i višeslojnih kulturnih (informacija je sintetička) informacija.<sup>23</sup> Ova distinkcija koja donekle razlikuje muzejski predmet kao izvor znanstvenih disciplina i muzealiju kao kulturnu vrijednost, naglašava veliku ulogu korisnika u otkrivanju i usvajanju sadržajnosti muzealija.

Korisnik koji neko djelo želi da doživi iz prošlosti u svoj njegovoj svježini, ne smije ga primati samo u svjetlu vlastitih kodova (koji su se od pojave djela i njegove asimilacije od strane društva već dopunjavali i mijenjali); on mora da pronade ideološku sferu i komunikacijske okolnosti iz kojih je djelo poteklo, jer djelo, kao i svaka druga poruka, sadrži sopstvene kodove.<sup>24</sup> Ako ovu misao U. Eca primjenimo na tumačenje muzealija (svaki kulturni fenomen je komunikacija, sustav znakova), uočavamo da je to dinamičan proces, ispunjen neprekidnim osciliranjem, u kojem se od djela (kulturnog dobra) ide ka otkrivanju prvobitnih kodova koje ono nagovještava, a odatle ka pokušaju njegovog vjernog tumačenja. Prema tome, svako tumačenje djela, ispunjavajući prazninu i otvorenu formu prvobitne poruke novim značenjima (fizičku formu koja je vijekovima ostala nepromijenjena), stvara nove poruke — značenja, koje obogaćuju naše kodove i ideološke sisteme, rekonstruiraju ih i pripremaju korisnike na novu interpretacijsku situaciju u odnosu na djelo.<sup>25</sup>

U tom smislu muzejski predmet nije samo onaj materijal koji vidimo, nego je to objekt koji sam sobom nosi apstraktnu vrijednost jedne spoznaje — a to je njegova muzeološka vrijednost koja se otkriva tek u komunikacijskom procesu. U procesu efikasne komunikacije podjednaku ulogu imaju i emiter i korisnik, koji svojom djelatnošću konkretizira potencijalna mjesta dokumenta. Tu djelatnost sačinjava:

- a) određeni stupanj otvorenosti — spremnost korisnika da prihvati određenu vrstu dokumenta i njegov sadržaj,
- b) određeni stupanj znanja — sposobnost da se uoče prepoznaju i razumiju određeni elementi dokumenta, pomoću kojih se odstranjuju polja neodređenosti u sadržaju poruke,
- c) određeni stupanj sposobnosti imaginacije da se aktualiziraju potencijalna mjesta dokumenta i da se zaobiđe nedvosmislena struktura poruke,
- d) sposobnost korisnika da stvori adekvatan stav u kojem se iskazuje njegov odgovor na predmet poruke.<sup>26</sup>

Odnos prema kulturnom dobru izvan muzeja i muzealizacija, tj. valorizacija u muzeju govore o muzejskoj djelatnosti kao dinamičnom procesu, koji zahtijeva veliku angažiranost znanja (kadrova) u muzeju i materijalnih sredstava da bi kulturno dobro postalo svjedočanstvo vremena i kroz razne oblike muzejske komunikacije (komunikaciju prezentacije, komunikaciju edicije, opću komunikaciju) odgovorilo potrebama društva.

22. U. Eko, *Kultura, informacija, komunikacija*, Beograd, 1973. str. 74

23. I. Maroević, o.c. str. 58

24. U. Eko, o.c. str. 108

25. Ibid. str. 109

26. M. Tudman, *Struktura kulturne informacije*, Zagreb 1983.

## IV

Muzejske ustanove služe zadovoljavanju kulturnih potreba određene sredine, jer muzejska djelatnost kao cjelovit radni proces, obuhvaća sistematsko sakupljanje, čuvanje, stručnu i znanstvenu obradu, stručnu zaštitu i idejno-obrazovno prezentiranje kulturnih dobara. Tri su, dakle, primarna zadatka muzeja kao ustanove u području kulture:

- a) da čuva kulturnu baštinu,
- b) da se bavi znanstveno-istraživačkim radom,
- c) razvija kulturno-prosvjetnu i obrazovnu djelatnost.

Osim primarnog zadatka skupljanja i čuvanja spomenika, muzeji i galerije postaju jaka središta kulturno-povijesnih kretanja u smislu popularizacije i proširivanja znanja iz raznih oblasti. U novije vrijeme muzej je prerastao u kulturnu ustanovu, čiji su prostori i sadržaji dostupni posjetiteljima svih uzrasta i naobrazbe. Nekad je muzej postojao radi predmeta, a danas je muzejska djelatnost usmjerena na dva tipa korisnika — čovjeka i društvo. Ali društvene potrebe u odnosu na muzej još su nedefinirane, što se očituje i u parcijalnim relacijama pojedinih segmenata društva i muzeja (na primjer, muzej-škola). Razloge za nedovoljnu iskorištenost muzejskih potencijala, ne samo u nastavno-obrazovnom procesu, treba tražiti u zaostajanju pomoći i podrške uže i šire društvene zajednice.

Prosvjetni rad muzeja s djecom kao naročit muzeološki problem star je, gledano u svjetskim razmjerima, oko pola stoljeća. Prve forme pedagoške aktivnosti muzeja krajem 19. stoljeća očitovale su se u organiziranju grupnih posjeta školske djece, održavanju predavanja i o tom se periodu može govoriti kao »akademskom razdoblju kada se koriste konvencionalni oblici rada«. Ali već tada muzeji traže načine kako da njihove zbirke i djelatnost postanu značajni čimci odgoja i obrazovanja u vlastitoj sredini, koja ih je i za koju su osnovani. U suradnji s različitim forumima, muzeji i muzejska društva organiziraju niz savjetovanja, na kojima se raspravlja o problemu pedagoškog rada muzeja. Tako su na II internacionalnom kongresu ICOM-a u Londonu 1950. godine referenti iz raznih zemalja obradili problem razvitka suradnje muzeja i škola i na osnovu provedene ankete doneseni su slijedeći zaključci:

1. umjetnički muzeji i muzeji primjenjene umjetnosti treba da budu centri kulture svoga kraja,
2. muzeji pored izložbi treba da upoznaju posjetioce sa svojim fondovima i djelatnostima. Muzej mora biti organizator predavanja, seminara, tečajeva za popularizaciju svih vrsta umjetnosti; mora uvesti službu informiranja i propagande,
3. muzeji moraju pronalaziti nove oblike suradnje sa školama, proučavati i usavršavati metodiku nastave, tako da posjete postanu dio nastavnog plana,
4. muzeji moraju koristiti svoje prostorije za koncerte, razne priredbe, kazališne i baletne programe koji nisu vezani za njihovu djelatnost,
5. muzeji treba da pomognu školama kod stvaranja školskih zbirki,
6. muzeji treba da osposobe nastavnike za korištenje muzeja u nastavi.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> M. Todorović, Pedagoška funkcija biblioteka, muzeja i arhiva i oblici suradnje sa školama, S. Karlovci, 1977, str. 53, Vidi: D. Hein, Muzeji i škole, magistarski rad, Zagreb, str. 15—16,

Drugi seminar UNESCO-a u Ateni 1954. godine konkretno je formulirao preporuke koje bi unaprijedile odgojni i obrazovni rad u muzejima:

1. svaki muzej mora imati bar jednog kustosa za rad na tim poslovima,
2. trebala bi postojati intenzivnija suradnja u cilju korištenja muzeja u obrazovanju,
3. muzeji trebaju osigurati prostor za obrazovne aktivnosti i odgoj,
4. obrazovanje nastavnog kadra trebalo bi uključiti i korištenje muzeja,
5. muzeji bi trebali organizirati obrazovne pokretne izložbe,
6. treba postaviti zbirke izvan muzeja, gdje postoje uvjeti,
7. škole moraju obezbijediti prostor namijenjen izložbama.<sup>28</sup>

Kao što vidimo teorijske mogućnosti za organizaciju osmišljenog boravka i korištenje muzejskog materijala, prostora i fundusa su veoma široke, ali stvarne mogućnosti današnjih muzeja vrlo su ograničene. Ako se apstrahiraju neke subjektivne slabosti, kako u radu muzeja tako i škola, i pokušaju sustavno otkriti uzroci slabe korelacije muzeja i škola, činjenica je da se škola nedovoljno otvara prema kulturnom životu sredine, dok muzeji djeluju u dotrajalim i nefunkcionalnim zgradama, nedostaju izložbene i radne prostorije, manjkaju depoi, stručni, tehnički i animatorski kadrovi. Drugim riječima, za optimalnu suradnju muzeja i škola potrebno je osigurati muzeju:

- a) kadrove,
- b) prostor za rad,
- c) sredstva za rad.

Praktična realizacija ovih potreba omogućila bi muzeju:

- modernizaciju koncepcije i prilagodavanje novim programskim orijentacijama,
- jačanje inicijative za čvršće povezivanje sa školama,
- aktivniji interes za šire potrebe društva,
- razvijanje suvremene informacijsko-propagandne aktivnosti.

Sve dok se u muzeju ne obezbijede, navedeni uvjeti i škola ne postane angažiraniji suradnik, a ne samo korisnik muzeja, može se jedino na teorijskom nivou govoriti o realizaciji komplementarne,<sup>29</sup> planske, organizirane,<sup>30</sup> sistematske,<sup>31</sup> slojevite,<sup>32</sup> alternativne suradnje muzeja i škola.

Međutim, analiza posjeta pokazala je da su najveći korisnici muzejskih potencijala učenici osnovnih škola. Zbog toga je prije nekoliko godina sastavljen upitnik, kojim se nastojala snimiti postignuta razina suradnje Muzeja Slavonije škola, kao i mogućnosti Muzeja u ostvarivanju sadržaja i zadataka iz nastavnog plana i programa povijesti. Težište je u upitniku stavljeno na različite aspekte unapređivanja i obogaćivanja suradnje novim, aktualnim sadržajima i suvremenim oblicima, koji će osigurati uspješnije upoznavanje i prezentiranje sadržaja regionalne povijesti.

28. V. Zgaga, Razvitak ideje o odgojno-obrazovnom radu muzeja na međunarodnom planu, Zbornik radova »Odgojna i obrazovna djelatnost muzeja«, Zagreb, 1980, str. 28.

29. M. Špiljan, Muzej i škole — komplementarne djelatnosti, Zbornik radova »Odgojna i obrazovna djelatnost muzeja«, Zagreb, 1980.

30. A. Bežen, Organizirano komuniciranje sa školom — uvjet jačanja odgojno-obrazovne uloge muzeja, Zbornik radova »Odgojna i obrazovna djelatnost muzeja«, Zagreb 1980.

31. B. Aksentijević, Vaspitna uloga muzeja, Bilten Zajednice muzeja Srbije, 1/1971.

32. A. Babić, Mogućnosti unapređivanja likovnog odgoja putem suradnje škole i muzeja, Zbornik radova »Odgojna i obrazovna djelatnost«, Zagreb 1980.

Na upitnik je odgovorilo 80 osnovnih škola s područja zajednice općina Osijek. Upitnik su ispunjavali, uglavnom, nastavnici povijesti. Tokom školske godine muzeje na području zajednice općina Osijek posjetile su 63 škole. Među školama koje nisu posjetile muzej (17 škola), uglavnom, su područne škole ili škole koje su relativno udaljene od mjesta gdje postoji muzej. Mnoge škole obišle su muzeje i memorijalne centre izvan područja zajednice općina Osijek.

Broj učenika koji su posjetili muzej mijenja se s razredima, ovisno o nastavnom planu i programu:

I razred	—	184 učenika
II "	—	523 "
III "	—	3245 "
VI "	—	1180 "
V "	—	5632 "
VI "	—	3720 "
VII "	—	3240 "
VIII "	—	6152 "
		23882 učenika

Na dosadašnju suradnju muzeja i škola nije bilo većih primjedbi?! Opaske se odnose na nedostatak financijskih sredstava i teškoće oko organiziranja posjeta (»za posjete nema sredstava« ili »udaljenost muzeja«). Jedan dio zamjerki registrira slabo obavještanje muzeja o svojim djelatnostima, kao i na činjenicu da je školama potrebno ponuditi više stručnog, propagandnog materijala i konkretne sadržaje. Tako je Muzej Slavonije predložio za suradnju:

	DA	NE
— organizirane posjete muzeju	63	17
— tematska predavanja s demonstracijom slikovnog materijala u školi	46	34
— tematska predavanja s demonstracijom slikovnog materijala u muzeju	30	50
— pokretne tematske izložbe u školama	65	15
— stručni rad i pomoć u obradi i prezentaciji školskih zbirki	38	42

Da bi se što bolje koristila muzejska građa u nastavnom procesu i muzej aktivno uključio u odgojno-obrazovni rad s obzirom na potrebe škole, ponuđene su 34 teme za predavanja i organizaciju, odnosno postavljanje tematskih izložbi. Teme obuhvaćaju cijelu povijest civilizacije (od prethistorije do danas), a sadržajno se odnose na raznorodne oblasti (arheologija, povijest, etnografija, umjetnički obrt). U prosjeku su škole odabrale po 10 tema, a najviše tema se veže za rimsko razdoblje, radnički pokret i narodnooslobodilačku borbu u Slavoniji.

Upitnik je pokazao da škole ne poznaju dovoljno raznovrsnu djelatnost u muzejskim ustanovama. Većina anketiranih škola svoju suradnju svodi na (ne)organizirane posjete muzeju, dok su mnogi muzejski sadržaji i ogromne mogućnosti muzeja u suvremenoj edukaciji i odgojnoj praksi ostali zanemareni ili nedovoljno iskorišteni.

Muzej po svom sadržaju rada posjeduje odgojno-obrazovnu komponentu i škola nije jedina institucija za odgajanje, obrazovanje i razvoj stvaralačkih ličnosti. Škole su upućene na muzeje, unatoč preopterećenosti programima i prenapregnutosti nastavnih sadržaja, s ciljem da znanja koja učenici stiču budu lišena formalizma, radi obogaćenja nastavnih oblika rada i upražnjavanja aktivnih postupaka u usvajanju znanja. Transformacija stare škole u moderan, efikasan sistem odgoja u samoupravnom društvu naglašava totalizaciju odgoja i obrazovanja. U tom kontekstu muzej se tretira kao izvor informacija i proširuju se njegove edukativne mogućnosti. Muzej se smatra za:

- prezentanta kulturnih dobara,
- specijaliziranu učionicu,
- praktikum za razvijanje kreativne ličnosti.<sup>33</sup>

Muzej se i dalje shvaća kao inertna ustanova, kao pomoćno sredstvo u realizaciji nastave. Ako se u komunikacijskom procesu, a korelacija muzeja i škole je oblik komunikacije, učesnici (emiter-primatelj) komunikacije ponašaju pasivno ili predstavljaju statične dijelove, kvalitet informacija je loš i nedorečen, jer ni jedan sudionik ne djeluje na njeno sadržajno i formalno oblikovanje. U danom trenutku prezentira se ono što ima značenje ili što je zanimljivo za samo jednog, odnosno drugog učesnika. Zbog toga se događalo da muzeji zadovoljavaju svoje potrebe, uglavnom, egzistencijalne, a škole se zatvaraju u sebe i realizaciju propisanih nastavnih planova i programa. U toj klimavoj komunikaciji nikad nije bilo jasno izraženo što škola zapravo očekuje od muzeja i što muzej očekuje od škole u povratnoj sprezi. Zato je potrebno osmisliti zajednički program koji će omogućiti komunikaciju i interakciju muzeja i škole na razini dvosmjernog komuniciranja i na osnovi suradnje, dogovaranja i sporazumijevanja.

Problem korelacija u okviru muzejske djelatnosti može se promatrati samo ako se utvrdi mjesto i uloga muzeja u suvremenom društvu. Spoznaja funkcija muzeja u prošlosti i danas solidna je osnova za tumačenje specifičnosti u muzejskom radu, što ujedno uvjetuje i uočavanje mogućih oblika suradnje muzeja i škola, odnosno širu komunikaciju između muzeja i publike. U toj korelaciji između muzeja i publike potrebna je podjednaka aktivnost i muzeja kao kulturne institucije i publike kao korisnika. To znači da sadašnji trenutak zahtijeva neke promjene u muzejskoj djelatnosti, ali i obrazovanje korisnika, razvijanje svijesti o potrebi primanja, uočavanja, razumijevanja poruka i vrijednosti kulturnih dobara.

**M. A. Lazar Stojnović**

#### PROBLEM DER KORRELATION IM RAHMEN DER MUSEUMSTÄTIGKEIT

##### Zusammenfassung

Die Stelle und Rolle des Museums in der modernen Gesellschaft können im breiteren Kontext betrachtet werden, der das Bestimmen der Lage und Kultur und derer Bedeutung in der sozialen Struktur der Gemeinschaft umfaßt. Die Analyse der Kulturpolitik weist gleichzeitig auf die Erklärung einiger Phasen in geschichtlicher Entwicklung des Museums und auf die zukünftige Orientierung in der Entwicklung der Museumstätigkeit hin.

<sup>33</sup> N. Kujundžić, Odgojna uloga muzeja, Zbornik radova »Odgojna i obrazovna djelatnost muzeja«, Zagreb, 1980, str. 24.

Die erkenntnismäßige Funktion des Museums in der Vergangenheit ist Grundlage für die Interpretierung der Spezifitäten in der Museumstätigkeit, was als einziges auch zur Feststellung der möglichen Formen der Zusammenarbeit zwischen Museen und Schulen führt, bzw. zur breiteren Kommunikation zwischen dem Museum und dem Publikum. In dieser Korrelation zwischen dem Museum und dem Publikum ist eine gleichartige Aktivität des Museums als kultureller Institution als auch des Publikums als Nutznießers notwendig. Das heißt, daß der gegenwärtige Augenblick einige Änderungen in der Museumstätigkeit erfordert, aber er verlangt auch die Ausbildung der Nutznießer, die Entwicklung des Bewußtseins über die Notwendigkeit der Annahme, der Wahrnehmung, des Verständnisses und des Wertes des kulturellen Erbes.