

PRISTUP OBLIKOVANJU IDEJNOG RJEŠENJA STALNOG POSTAVA MUZEJA SLAVONIJE U OSIJEKU

DR. SC. ŽELJKA MIKLOŠEVIĆ

Filozofski fakultet Sveučilišta u

Zagrebu

zmiklose@ffzg.hr

DENIS DETLING

Muzej Slavonije

denis.detling@mso.hr

UVOD

Izložbena aktivnost zasigurno je jedno od ključnih obilježja muzejskih ustanova. Naime, izložbama muzej komunicira sa svojim posjetiteljima, a mnogi će ustvrditi da je, u muzeju modernog doba, svrha sabiranja predmeta materijalne i nematerijalne baštine upravo njihovo izlaganje i predstavljanje javnosti. Komunikacija upotrebom materijalne baštine, kao osnovno određenje muzeja, ujedno razlikuje muzeje od knjižnica i arhiva kao baštinskih ustanova. Pritom je, naravno, potrebno istaknuti da je razlikovni čimbenik među ovim ustanovama poseban oblik komunikacije – trajna izložba ili stalni postav.

Stalni postav je, kako ga određuje Ivo Maroević, „najsloženiji komunikacijski oblik muzejske prezentacije“¹. Stalni postav relativno je dugotrajan odraz sveukupne građe koja se godinama sabirala u nekome muzeju. Njegova složenost i posebnost

proizlaze iz činjenice da se poruke velikog broja, često raznorodnih predmeta, s pomoću drugih medija usmjeravaju prema integralnoj poruci kojom se stvara dojam cjelovitosti i predstavlja muzej kao cjelinu. U tom je procesu iznimno važna interdisciplinarnost koja podrazumijeva dugotrajan timski rad.² Stalni postav također upućuje na politiku sabiranja i izgradnju identiteta nekog muzeja – na ono *što* ili *koga* muzej predstavlja, vrijednosti koje promiče i načine na koje ostvaruje odnos s korisnicima.

Na važnost stalnih postava u Hrvatskoj, odnosno načina na koji su koncipirani i oblikovani, upućuje i odredba Ministarstva kulture i medija prema kojoj su, radi standardizacije muzejske djelatnosti, svi muzeji registrirani u Republici Hrvatskoj dužni Hrvatskomu muzejskom vijeću predstaviti muzeološku koncepciju svojega stalnog postava te proći postupak odobrenja. Prema danim uputama muzeološka koncepcija stalnog postava određuje se kao „dokument koji muzej prilaže molbi za odobrenje izrade novog stalnog postava, odnosno izmjene ili dopune postojećeg, neovisno o tome jesu li radovi financirani sredstvima Ministarstva kulture i medija Republike Hrvatske ili iz drugih izvora (primjerice fondova Europske unije)“⁴. Postupak predstavljanja koncepcije provodi se u dvjema fazama, od kojih je prva izrada idejne, a druga glavne muzeološke koncepcije.³

Obvezni elementi sadržajnog dijela idejne koncepcije koje je propisalo Ministarstvo u svojim uputama uključuju imena autora, opis postojećeg stanja prostora na kojemu se planira postaviti izložba, idejno rješenje tematsko-prezentacijskih cjelina stalnog postava, idejno rješenje raspodjele prostora za stalni postav, početni odabir

građe za stalni postav te idejno rješenje prezentacije i interpretacije građe u stalnom postavu.⁴ Iako nisu izričito navedeni kao dijelovi dokumenta koncepcije, nije naodmet istaknuti sljedeće aspekte kojima se autori koncepta mogu voditi ili bi se trebali voditi: ciljevi izložbe u odnosu na muzejsko poslanje, izvori potencijalnih posudbi, moguće korištenje različitim medijima te utvrđene ciljne muzejske skupine i njihove značajke.⁵

Posljednji aspekt, koji se odnosi na korisnike, posebice se čini važnim jer ovisi o odabranom pristupu izradi koncepcije. Naime, koncipiranju izložbi, bez obzira na to jesu li stalne ili povremene, može se pristupiti na tri načina. Najčešći pristup u Hrvatskoj, kako barem prikazuje istraživanje koje je proveo Muzejski dokumentacijski centar (o kojemu su pisale Dunja Vranešević i Tea Rihtar Jurić u ovom izdanju *Muzeologije*), onaj je koji ispunjava zadaće koje su odredili muzejski djelatnici vodeći se postizanjem stručno-znanstvenih ciljeva muzejskog poslanja. Takav pristup ne podrazumijeva uključivanje publike u konceptualizaciju postavâ, odnosno oni ne izrastaju na poznavanju različitih aspekata korisničkih znanja i iskustava. Kod takvih izložbi, prema tvrdnjama nekih autora, ciljevi često znaju biti postavljeni previše stručno, pa se posjetitelji prosječnog poznavanja teme moraju sami pomučiti kako bi shvatili što im se prenosi, a ako nisu skloni to učiniti, najvjerojatnije će odustati od daljnjeg posjećivanja i tako se postupno udaljavati od muzeja.⁶ Taksonomski izložene zbirke predmeta jedan su od primjera vrlo stručnih pristupa oblikovanju izložbe. Međutim, u muzejima se javlja i druga krajnost, ponajviše u suvremenim okolnostima financijskog preživljavanja muzeja i drugih kulturnih ustanova i or-

ganizacija, a to je tržišni pristup stvaranju izložbi pri čemu se nekritički podilazi publici, odnosno u prvom se redu zadovoljavaju potrebe publike. Savjetovanje s postojećim ili potencijalnim korisnicima radi dobivanja uvida u njihove želje i potrebe pogrešno je ako se shvati isključivo kao proces u kojemu muzejski tim prihvaća sve prijedloge korisnika pa se, posljedično tom stajalištu, istraživanja, kao što je preliminarna evaluacija, izbjegavaju.⁷

Treći pristup, kojim se pokušava uvesti ravnoteža između dviju krajnosti, zasniva se na recipročnosti ili, kako to Belinda Crawford Seagram i suradnici nazivaju, transakcijskom odnosu, a podrazumijeva stvaranje izložbe, od koncepta do ostvarenja, u kojemu djelatnici muzeja istodobno uzimaju u obzir i ciljeve muzejske struke i muzejskih (ne)korisnika te njihova iskustva i doživljaje muzeja.⁸ Transakcijski model pruža dobre temelje za konceptualizaciju postava jer omogućuje niz prihvatljivih i nužnih ishoda za informativno, a ugodno muzejsko iskustvo. Kod njega se, za razliku od tržišnog pristupa, ciljevi ustanove zadržavaju bez žrtvovanja stručne vizije.

U sljedećim poglavljima predstavljaju se pojedini aspekti muzejskog sabiranja, istraživanja i komunikacije koji su utjecali na izradu idejne muzeološke koncepcije stalnog postava Muzeja Slavonije u Osijeku. Budući da se pri konceptualizaciji odabrao upravo pristup recipročnosti, u tekstu se daju dvije osnovne perspektive – stručna (muzejska) i korisnička – a koje slijede odrednice poslanja ustanove.

PERSPEKTIVA MUZEJA

Muzej Slavonije u Osijeku danas je nacionalni muzej i vodeći regionalni muzej općeg tipa koji pripada među deset naj-

starijih muzeja u Hrvatskoj. Osnovan je 1877. godine kao Muzej slobodnoga i kraljevskog grada Osijeka, a današnji naziv dobio je 1947. godine, kada mu je dodan regionalni atribut. Nakon Domovinskog rata osnivačka prava preuzela je 1994. godine Republika Hrvatska, odnosno Ministarstvo kulture Republike Hrvatske. Nerijetko se isticalo da je tim potezom država pomogla gradu koji je tijekom rata pretrpio znatnu štetu. No Muzej svojim bogatstvom građe i važnošću koja nadilazi grad, pa jednim dijelom i samu regiju u kojoj djeluje, to i zaslužuje.

Budući stalni postav Muzeja trebao bi predstaviti njegovu građu, uputiti na trenutačnu orijentaciju Muzeja, prikazati što on jest, ali i što želi biti u budućnosti. Izrada koncepta suočena je s mnoštvom izazova koji su najvećim dijelom rezultat razvoja Muzeja tijekom više od 140 godina, nje-

gova djelovanja i postojanja, prikupljanja građe i u manjoj mjeri težnje usmjeravanja Muzeja posjetiteljima.

Muzej Slavonije je, nažalost, tijekom cijele svoje povijesti imao probleme s nedostatnim i neodgovarajućim prostorima za pohranu, ali i prezentaciju. Posljednja stalna izložba u Muzeju postavljena je 1977. godine, a uklonjena za vrijeme Domovinskog rata. Unatoč pokušajima izrade novoga, poslijeratnog postava, on se nije ostvario, a Muzej je nastavio djelovati u vrlo skućenim prostorima. U zadnjih dvadesetak godina pojavilo se, više kulturno nego službeno, nekoliko lokacija za proširenje Muzeja. Tek se, na inicijativu Grada Osijeka, u zadnjih nekoliko godina ozbiljnije pristupilo ostvarenju te ideje na lokaciji Donje oružarnice u Tvrđi, kolokvijalno znane kao Vega (sl. 1), što je podržao i osnivač Muzeja – Ministarstvo



Slika 1. Kompleks Donje oružarnice u Tvrđi, pogled iz zraka. Fotografirao Marin Topić.

kulture i medija Republike Hrvatske. Grad je angažirao arhitekta Sašu Randića za izradu projektne dokumentacije za građevinsku obnovu i adaptaciju zgrade, a u međuvremenu je ishođena i građevinska dozvola. S rješavanjem gorućega prostornog problema dolazi i do logičnog koraka prenamjene Donje oružarnice u muzej, odnosno potrebe izrade muzeološke koncepcije stalnog postava.

Obnovom zgrade i njezinom prenamjenom dobit će se 6000 m² zatvorenog prostora i 2500 m² otvorenog dvorišta što trenutačno odgovara prostornim potrebama Muzeja. Međutim, brojnost predmeta u stalnom postavu, kao i buduće sabiranje, moraju se prilagoditi cjelokupnom prostornom kapacitetu zgrade kojim će se koristiti za čuvaonice.

OSNOVNA IDEJA ILI INTEGRALNA PORUKA POSTAVA

U skladu s poslanjem Muzej Slavonije prikuplja, proučava i skrbi se o prirodnoj i kulturnoj baštini istočne Hrvatske (izuzev arheološke baštine) s posebnim naglaskom na grad Osijek i Osječko-baranjsku županiju, a posebno njeguje nacionalno važnu regionalnu baštinu. Samoodređenje Muzeja u poslanju temeljeno na muzejskoj građi uvelike je utjecalo na definiranje integralne poruke postava, za čime se posegnulo u početnim fazama konceptualizacije. Određenje integralne poruke ili krovne ideje nezaobilazan je korak pri promišljanju stalnog postava jer jasno izražava svrhu i obuhvat izložbe, što muzejskomu izložbenom timu pruža jednoznačno usmjerenje tijekom njezina oblikovanja.⁹ Pri izradi koncepta započelo se prvo s općim uvidom u građu, a

na temelju građe odabrana je nit vodilja same priče (budućega) stalnog postava. S obzirom na to da se Muzej i usmjerio, u prostornom smislu svojeg djelovanja, na navedeno područje, u izradi koncepcije odlučeno je dati prednost priči o Osijeku i njegovoj okolici.

Na daljnju razradu idejnog rješenja tematsko-prezentacijskih cjelina i načina, kao i prezentacije i interpretacije građe, utjecali su povijest djelovanja Muzeja, brojnost i raznovrsnost građe, podrijetlo i vremensko određenje građe te njezina važnost, pri čemu je, dakako, trebalo izraditi koncept koji je usmjeren posjetiteljima, odnosno krajnjim korisnicima.

KOLIČINA I RAZNOVRSNOST GRAĐE KAO POVIJESNA UVJETOVANOST

Fundus Muzeja danas ima oko tristo tisuća predmeta (etnografske, knjižne, kulturno-povijesne, numizmatičke, prirodoslovne, tehničke i umjetničke građe) raspoređenih u 116 muzejskih zbirki.

Muzej Slavonije osnovan je donacijom (numizmatičke građe, starog oružja i nešto literature) Franje Sedlakovića.¹⁰ U prilog raznovrsnosti građe koja je pristizala i utrla razvojni put Muzeja navodimo nekoliko primjera. Još u 19. stoljeću Karlo Franjo Nuber, među ostalim, poklanja zbirke rimskih lampica te numizmatičku zbirku sastavljenu od rimskih zlatnika do srednjovjekovnih srebrnjaka. Franjo Sedlaković nastavio je darivati Muzej, među ostalim i predmetima od fjanse (izrađenima od 17. do 19. stoljeća u srednjoeuropskim manufakturama), a darovao je i nekoliko porculanskih vaza iz Kine. Emerik Hild daruje još krajem 19. stoljeća bogatu zbirku školjaka i puževa,

ali i egipatske figurice, amulet i brončani privjesak iz Solina, afrički i azijski novac, kao i zbirku rimskoga, dalmatinskog, japanskog i indijskog novca. Intenzivno darivanje, najčešće obiteljskih predmeta, nastavilo se sve do Prvoga svjetskog rata.¹¹ Iako službeno nazvan Muzej slobodnoga i kraljevskog grada Osijek, Muzej je, utemeljen u skladu s težnjama vremena u kojemu je osnovan, prikupljao najraznovrsniju građu, najvećim dijelom donacijama, posebice imućnijih i obrazovanijih građana Osijek. Kako se u to vrijeme u Zagrebu nastoji osnovati Narodni muzej, javljaju se inicijative i naponi da se i u Osijeku utemelji kulturna ustanova koja će osnaživati kulturni identitet lokalne sredine i istodobno spriječiti odljev građe u nacionalno središte.

Nekoliko desetljeća nakon osnutka Muzeja bio je jedina ustanova koja je prikupljala materijalnu baštinu s područja današnje istočne Hrvatske. Donacije se ponovno pojačavaju osnutkom Arheološkog kluba *Mursa* koji je pomagao Muzeju i popularizirao ga, ali i prikupljao i otkupljivao predmete za njega.¹² Do Drugoga svjetskog rata pristigla građa dala je temelje za Knjižnicu, Povijesni i Numizmatički odjel te Odjel umjetničkog obrta. Nakon Drugoga svjetskog rata u Muzej pristi-

žu velike količine zaplijenjene imovine imućnih plemićkih i građanskih obitelji zahvaljujući djelovanju Komisije za sakupljanje i očuvanje kulturnih spomenika i starina (KOMZA-e). Nakon rata u znatnoj se mjeri počinje prikupljati i etnografska građa iz sela Slavonije i Baranje koja će postaviti temelje za Etnografski odjel.¹³

Do 1949. godine i osnutka Gradske (danas i sveučilišne) knjižnice muzejska je knjižnica prikupljala svu relevantnu knjižničnu građu. U šestom desetljeću 20. stoljeća uspostavljena je međuknjižnična razmjena sa srodnim ustanovama u zemlji i inozemstvu, čime dolazi do bogaćenja knjižnog fonda.¹⁴ Osim priručno-stručne literature, tijekom rata i neposredno poslije (osobito posredovanjem KOMZA-e) u Muzej su došle Gimnazijska knjižnica, knjižnice plemićkih obitelji, knjižnica osječkog odvjetnika Hermana Weissmanna te mnogih ugašenih ustanova i društava, a poslije donacijama i mnoge privatne zbirke knjiga. Danas je Knjižnica, prema količini građe, najveća muzejska knjižnica u Hrvatskoj. Muzejski fundus nastavio se puniti do danas, najvećim dijelom donacijama, ali i otkupima te terenskim istraživanjima (sl. 2 i 3). Osim navedenih odjela, 1994. godine osnivaju se i Prirodoslovni i Tehnički odjel. Prirodoslovna i tehnička građa



Slike 2 i 3. Postav izložbe Tvrđa u Osijeku. Fotografirao Domagoj Topić, 2017.

prikupljala se u Muzeju i prije, no njihovim službenim osnutcima ta vrsta građe počinje se sustavno sabirati i obrađivati. Muzej Slavonije danas ima osam odjela koji predstavljaju građu o kojoj se Muzej skrbi – Povijesni odjel, Odjel umjetničkog obrta, Etnografski odjel, Dokumentacijski odjel, Numizmatički odjel, Tehnički odjel, Prirodoslovni odjel i Odjel knjižnice.

Dubljim uvidom u građu Muzeja gotovo svaki odjel (izuzev Dokumentacijskoga) mogao bi se odvojiti u zasebnu, specijaliziranu muzejsku ustanovu, što se uostalom i dogodilo 1954. godine osnutkom Galerije likovnih umjetnosti (danas Muzeja likovnih umjetnosti) i 2018. godine osnutkom Arheološkog muzeja u Osijeku.

BROJNOST I NEUJEDNAČENA ZASTUPLJENOST GRAĐE

Građa, kojom bi se potkrijepio koncept stalnog postava i priča koja se njime želi ispričati, za pojedina je razdoblja i neke teme unutar vremenskih okvira manjkava. Uzroke treba tražiti u politici sakupljanja građe, povijesnim okolnostima djelovanja Muzeja, kroničnom nedostatku stručnih djelatnika i drugome. Građa se vremenski proteže od najstarije geološke prošlosti Zemlje (poput minerala, okamina, fosila, ali i ostataka izumrlih životinja) do danas. U oblikovanju povijesne priče o gradu postoje diskontinuiteti u smislu građe, a time i izazovi.

PODRIJETLO I VAŽNOST GRAĐE

Paradoksalna je činjenica da se s promjenom naziva koji je geografski proširio područje njegova djelovanja (na Slavoniju) Muzej sve više okretao gradu Osijeku i okolici. Građa je danas najvećim dijelom

povezana s Osječko-baranjskom županijom, no nemali je broj predmeta izvan tih granica. S obzirom na podrijetlo, Muzej posjeduje predmete s Dalekog istoka, Bliskog istoka, iz Afrike, europskih država, ali i raznih dijelova Hrvatske. Uz provenijenciju, izazov za izradu koncepta bila je i važnost građe. Iako priličan dio svojom važnošću nadilazi okvire Osijeka i njegove okolice, u nacionalnome i nadnacionalnom smislu, navodimo samo nekoliko primjera iz izabrane građe: rukopis prvoga hrvatskog baleta *Jela Bele Adamovića Čepinskoga* (čija je praizvedba bila u Zagrebu 1898.), rukopis *Jelačićeva marša* iz glazbene ostavštine Gustava Prandaua (prvog predsjednika Hrvatskoga glazbenog zavoda), Napoleonov stolac ili *Anatomski atlas* Andreasa Vesaliusa iz ostavštine obitelji Prandau-Normann, papinske assignate (dar poznatoga osječkog trgovca Miroslava Friedmanna), prvu arheološku raspravu u Hrvata *Disertacija o miljokazu* Matije Petra Katančića iz Essekiane (zbirke osječkih izdanja) ili pak djelo *O kraljevstvu Dalmacije i Hrvatske u šest knjiga* oca hrvatske historiografije Ivana Lučića koje se čuva u Gimnazijskoj zbirci (Gimnazijskoj knjižnici koja je prešla u vlasništvo Muzeja).

PERSPEKTIVA KORISNIKA

Kako bi se izbjeglo stajalište da muzej najbolje zna kakvo iskustvo izložbe treba biti, pri čemu se gotovo uvijek cilja na nekoga idealnog posjetitelja, kod stvaranja izložbe provode se istraživanja korisnika. Ono što se namjerava postići istraživanjem korisnika pri konceptualizaciji stalnog postava jest osigurati učinkovitu izložbu koja omogućuje edukacijsku i ugodnu interakciju s predstavljenim sadržajem, ali i

cijelim muzejom, tako da postav odražava, u manjoj ili većoj mjeri, željeni i potreban pristup učenju ili stjecanju muzejskog iskustva kod što većeg broja korisnika.

Uključivanje korisničkih mišljenja i znanja u stvaranje izložbe nije novina. To je jedan od ključnih elemenata na kojemu se temelje izložbe i cijela djelatnost u muzejima kojima je poslanje i djelovanje usko povezano sa zajednicom, poput ekomuzeja, muzeja susjedstva ili muzeja zajednice.¹⁵ Kod muzeja općeg tipa, koji slijede tradiciju muzejskih ustanova iz raslikih i stasalih tijekom 19. i polovicom 20. stoljeća, takav odnos prema izložbenoj djelatnosti koja nastaje na temelju želja korisnika moguće je naći u sudioničkim odnosima između muzeja i korisnika, i to onima u kojima su korisnici poticatelji i imaju glavnu riječ u konceptualizaciji.¹⁶ No takve su izložbe najčešće povremene i bave se vrlo jasno definiranim temama važnima određenoj zajednici ljudi (kako god tu zajednicu definirali). Iako u puno manjoj mjeri omogućuje sudjelovanje, evaluacija je dio iste paradigme okretanja prema korisniku.

U idealnom slučaju evaluacija je sastavni dio institucijskog djelovanja koji pomaže u donošenju odluka, a pomaže i ustanovi da uči na svojim greškama ili uspjesima te se mijenja i raste u skladu s naučenim. Stoga je cilj evaluacije odrediti jake i slabe točke programa ili aktivnosti kako bi se na istoj ili sljedećoj izložbi mogli primijeniti slični ili drukčiji pristupi izlaganju.¹⁷ Ako je riječ o istraživanju korisnika radi evaluacije, tada te jake i slabe točke određuju korisnici. Evaluacijska se pitanja u anketama, koje su najrašireniji način prikupljanja podataka od posjetitelja u hrvatskim muzejima, vrlo često nalaze uz puno brojnija pitanja koja su primjerenija marketinškom

istraživanju (npr. demografski podatci, način na koji se muzej posjećuje ili se čuje o muzejskim programima, dojam o izložbi, spremnost na ponovni dolazak ili vjerojatnost za preporuku izložbe nekome drugom itd.). Međutim, ta pitanja, iako donose vrijedne podatke o korisnicima, ipak ne nude informaciju o tome što bi se na izložbi trebalo mijenjati i na koji način ili pak zadržati kao dobro za buduće izložbe. Marketinško istraživanje provodi se da bi se shvatilo kako i komu „prodati“ muzejske programe, dok se evaluacija provodi kako bi se istražila korisnička iskustva ili odredila mjera do koje je izložba uspjela postići svoj cilj. Naravno, kako bi se to moglo odrediti, potrebno je definirati cilj izložbe. Organizaciju izložbe, u njezinim fazama od početne ideje do otvorenja, prate različiti pristupi evaluaciji, a mogu se provesti na svakoj vrsti izložbe. Međutim, kod stalnih postava, posebno onih koji podrazumijevaju uključivanje velike količine građe i nešto manje ciljnu publiku, faze evaluacije provode se mnogo duže nego kod povremene izložbe.

Prva faza evaluacije ili **preliminarna evaluacija** provodi se na razini izložbenog koncepta prije negoli se počne s postavljanjem izložbe, a njome se želi dobiti uvid u načine na koje će publika reagirati na izložbu, u prvom redu na njezin koncept. Njome se podrazumijeva prikupljanje informacija od (ne)korisnika o razini njihova poznavanja teme, poteškoćama kod shvaćanja određenih koncepata, odnosu korisnika prema temi, njihovu zanimanju za nju, sklonosti prema pojedinim detaljima ili dopuni temi i sl. Primjerice, kod preliminarnе evaluacije dvaju izložbenih koncepata o povijesti grada Chicaga istraživači su dobili različite informacije od adolescenata. Uz prvi koncept mladi

su ispitanici uočili da izložba prikazuje povijest kakvu uče u školi, dok su za drugi tvrdili da daje novi način na koji se može promišljati o povijesti njihova grada.¹⁸ Iako krajnja odluka o konceptu nije na korisnicima, već na muzeju, uvidi u način korisničkog promišljanja i doživljaj izložbenog koncepta mogu svakako dovesti do promjene i nadogradnje prvotne ideje ili pomoći u odabiru koncepta koji bi bio primjereniji ciljnoj skupini.

Formativna evaluacija provodi se u ranim fazama oblikovanja izložbenog dizajna, a cilj je istražiti „muzeografska“ sredstva kako bi se otkrila učinkovitost prijedloga. Podatci koji se dobiju od korisnika omogućuju organizatorima i dizajnerima prilagodbu rješenja kako bi ona bila usklađenija s komunikacijskim ciljevima izložbe. Formativna evaluacija vrlo često podrazumijeva korištenje simulacijama ili prototipovima kojima se testiraju, primjerice, jasnoća uputa, upotrebljivost interaktivnih izložaka, položaj legendi, razumljivost i čitkost tekstova, razumljivost i lakoća korištenja digitalnim vodičima i drugim sadržajima, značenja koja posjetitelji stvaraju na temelju testiranja itd.

Sumativna ili završna evaluacija provodi se kada je izložba već otvorena javnosti, a svrha joj je istražiti interakciju publike i muzeja. Proučavaju se percepcije, stajališta, stupanj i način učenja na izložbi i sl. Ovom se vrstom evaluacije također provjerava učinkovitost, odnosno uspješnost ispunjavanja prethodno određenih ciljeva. Podatci koji se dobiju od ispitanika mogu upućivati na to koje je promjene potrebno učiniti da bi se izbjegli negativni dojmovi na sljedećoj izložbi.

Dok kod povremenih izložbi sumativna evaluacija dolazi posljednja, pri izradi

stalnog postava njezini rezultati mogu biti važni za budući korak, posebice kod muzeja koji započinju izradu novoga stalnog postava na temelju već postojećega koji treba dopuniti, osuvremeniti i sl.¹⁹ Neke od dobrobiti sumativne evaluacije za koncept novog postava mogu biti dobivanje uvida u načine ponašanja posjetitelja u prostoru i s kojim su medijima (od predmeta do različitih vrsta interpretacija) u interakciji, kakav i koliki učinak izložba ostavlja na posjetitelje i sl. Od ispitanika je na postojećemu stalnom postavu puno lakše dobiti mišljenja jer ih mogu navesti na konkretnim elementima. Rezultati istraživanja mogu se primijeniti na novi postav u smislu, primjerice, bolje prostorne organizacije, uključivanja novih interpretacijskih medija i niza drugih poboljšanja koja mogu povećati angažman posjetitelja i time pridonijeti boljemu informativnom, obrazovnom ili zabavnom iskustvu. Provođenje sumativne evaluacije na postojećem postavu nema smisla ako se pri izradi novog postava ne primijene dobivena saznanja iz rezultata istraživanja. Za potrebe izrade muzeološkog koncepta Muzeja Slavonije autori su slijedili recipročni ili transakcijski pristup slijedom čega se nakon promišljanja o stručnim aspektima postava posegnulo za provođenjem nekoliko vrsta istraživanja korisnika o kojima će više riječi biti u sljedećem poglavlju.

ISTRAŽIVANJE PUBLIKE ZA POTREBE IDEJNOG KONCEPTA MUZEJA SLAVONIJE

Uz samoodređenje koje se odnosi na sabiranje i zaštitu građe, Muzej Slavonije svoje poslanje ostvaruje i prosljeđivanjem informacija o baštini o kojoj se skrbi

te predstavljanjem Muzeja kao mjesta društvenih susreta, dokolice i krajnjega turističkog odredišta. Nadalje, u suradnji s odgojno-obrazovnim i znanstvenim ustanovama u gradu Osijeku i Osječko-baranjskoj županiji te popularizacijom znanosti Muzej se želi predstaviti kao mjesto za formalnu i neformalnu izobrazbu. Iz ovakvog određenja mogu se „izvući“ široko postavljene ciljne skupine: školske grupe kao najčešći sudionici formalne i neformalne izobrazbe, strani i domaći turisti kojima je Osijek odredište te individualni posjetitelji koji u muzej dolaze u svoje slobodno vrijeme da bi nešto naučili, o nečemu se informirali te uživali i zabavili se tijekom posjeta. Ove su tri skupine također one o kojima se prikupljaju podatci za godišnja izvješća Muzeja od 2015. godine, pa su se za potrebe planiranja istraživanja korisnika, a radi izrade koncepta, analizirali broječni podatci o različitim vrstama posjeta preuzeti iz godišnjih izvješća Muzeja. Samostalan i obiteljski posjet vrste su individualnog posjeta, odnosno onoga koji se ostvaruje samomotiviranim i samoiniciranim dolaskom u muzej i pri kojemu iskustvo nije strukturirano posredstvom stručne osobe. Za razliku od individualnoga, u skupnim posjetima postoji posrednik kao informacijsko-komunikacijska spona između izložbe i posjetitelja (muzejski pedagog, kustos, muzejski vodič, turistički vodič, interpretator, nastavnik...). Kod skupnog posjeta kvaliteta muzejskog iskustva povezana s muzejskom građom i informacijama o njoj u prvom redu ovisi o posredniku, njegovim interpretacijskim i komunikacijskim sposobnostima. Kod individualnog posjeta iskustvo ovisi o sadržaju izložbe i njegovoj formi, odnosno komunikacijskim oblicima, što podrazumijeva način na

koji se informacije prenose posjetiteljima različitim medijima (tekstom, vizualno, instalacijom, muzejskim predmetom itd.). Upravo stoga što je motivacija osobna, a ne posredovana trećom osobom (kao kod školskih grupa), a muzejsko iskustvo neposredno povezano s medijima, naglasak u istraživanjima stavljen je na pojedince – njihove razloge posjećivanja i neposjećivanja, interese, načine doživljavanja Muzeja itd.

No pri izradi koncepta ipak je bilo potrebno promisliti o školskim posjetima, tako da građa i priča koja iz nje proizlazi pronalaze svoju poveznicu s kurikulumima pojedinih predmeta.

Odjel edukacije i promidžbe Muzeja Slavonije u Osijeku proveo je, u suradnji s Ekonomskim fakultetom u Osijeku, **marketinško istraživanje** u nekoliko ciklusa. Istraživanjima se ciljalo dobiti podatke o učestalosti posjećivanja Muzeja Slavonije među osječkim stanovnicima, a posebice mlađom populacijom. Podatci su pokazali da je velik udio onih koji nikada nisu posjetili Muzej, posebno kod studentske populacije. Kao razloge neposjećivanja Muzeja navode nezainteresiranost, neinformiranost i nedostatak vremena. Ovakva vrsta istraživanja dala je dobar uvid u razloge neposjećivanja i prepoznala skupinu na koju bi trebalo obratiti više pozornosti pri postavljanju nove stalne izložbe. To su generacije koje će u dogledno vrijeme biti mladi zaposlenici, obiteljski ljudi i veliko tržište za individualne posjete koji u Muzeju mogu biti puno brojniji. Marketinško je istraživanje usmjerilo put prema preliminarnoj evaluaciji koja je uključivala mlade osobe kao jednu od ciljnih skupina.

Preliminarna evaluacija provela se nakon što je stručni tim odredio krovnu ideju ili integralnu poruku stalnog postava,

odnosno ono što točno želi predstaviti i pokazati izložbom. Kako je već spomenuto, preliminarnom se evaluacijom na (ne)korisnicima „testira“ koncept koji su oblikovali stručnjaci. Evaluacijom se također otkrivaju stajališta i odnosi prema krovnoj ideji, kao i prema temi ili temama izložbenog prijedloga, identificiraju potrebe ispitanika, odnosno muzejskih posjetitelja, i načini na koje se one mogu zadovoljiti.²⁰ Što su jedna ili više ideja specifičnije i bolje definirane, to je lakše istražiti te poveznice.

U slučaju krovne ideje Muzeja Slavonije, odnosno Osijeka kao kulturnoga i gospodarskog središta Slavonije, istraživanje je podrazumijevalo i određeni profil ispitanika – dakle ne samo stanovnike Osijeka nego i okolice. Cilj je bio ispitati konceptne i emotivne poveznice između ideje i ispitanika. Izbjegavala su se pitanja poput *što sve znate* ili *koliko znate* o određenoj temi ili *što vas zanima* kako se ne bi stvorio osjećaj testa ili srama ako netko nešto ne zna. Osim toga, pitati što sve znaju o Osijeku ili Slavoniji je preopćenito. Takva su pitanja primjerenija kod manjih i vrlo uskih tema koje su i puno bliže ispitanicima. Stoga se razgovor više vodio o asocijacijama – pozitivnima i negativnima – koje su se prvo zapisivale na papir te se nakon toga poveo skupni razgovor. Pokazalo se da su asocijacije o Slavoniji povezane s rezidencijalnim područjem ispitanika, a baštinske asocijacije s već standardnim predodžbama o slavonskoj ili osječkoj baštini koje se najčešće pojavljuju u medijskom prostoru. Dužim razgovorom i detaljnijim ispitivanjem dolazi se do posebnijih tema koje se, naravno, uvijek povezuju s osobnim sjećanjima, interesima ili emocijama. Od općih sadržaja koje su ispitanici istaknuli

najviše se razgovaralo o cjelovitom prikazu prošlosti grada i regije i zanimljivostima povezanim s pojedinim njihovim aspektima (poput Tvrđe, secesijske arhitekture, gradskog kazališta, gradske promenade i sl.). Pretpostavka je da su ispitanici svjesni važnosti pojedinih aspekata otprije, pa očekuju da se oni nađu pojašnjeni i prikazani u Muzeju. Cjelokupni pregled razvoja grada i regije također je bio očekivan odgovor jer se od devedesetih godina 20. stoljeća u Muzeju moglo posjetiti izložbe na kojima se predstavljala kulturna povijest grada, no tek djelomično. Od stalnog se postava dakle očekuje da u punom opsegu i cjelovito obuhvati sve dosad obrađene i prethodno predstavljene dijelove koji će biti stalno ili barem dugotrajnije dostupni. Osim znamenitosti, ispitanici su naglasili da žele saznati nešto više i o manje poznatim osobama iz Osijeka te dobiti informacije u vidu kratkih dosjetki ili zanimljivosti iz lokalne povijesti. Slavonski običaji kao nešto o čemu se naveliko govori, ali i što se prakticira, također su istaknuti kao željena i nužna tema (izrada slavonskih proizvoda, narodne nošnje različitih manjinskih zajednica itd.). Iako nije ključno za idejni koliko za glavni koncept, istražile su se i prevladavajuće značajke muzejskog iskustva, što se savjetuje uvrstiti u preliminarno istraživanje.²¹ Osim tema i koncepta izložbe, ispitanike bi trebalo ispitati i o načinu ponašanja i učenja, odnosno o načinima kojima daju prednost u stjecanju muzejskog iskustva. Stoga je jedan dio evaluacije u vezi s postavom Muzeja Slavonije bio posvećen ispitivanju željenoga ili pretpostavljenog angažmana posjetitelja u odnosu na izloženi sadržaj.

Kako su ispitanici općenito posjetili određen broj muzeja, svoje mišljenje mogli su temeljiti na prethodnom iskustvu.

Naravno, što je veći raspon iskustva, to su iscrpniji odgovori.

Ispitanicima je bilo bitno da se građa predstavi na način koji je blizak životu, da su tekstovi kratki i da daju osnovne informacije, te su istaknuli interaktivna iskustva. Interaktivnost je danas već naširoko prihvaćena potreba i najmlađih i starijih korisnika. Međutim, važno je napomenuti da je praktičan, takozvani *hands-on* pristup, u smislu manualne manipulacije izlošcima, besmislen ako sadržaj nije zanimljiv i informativan jer ne zadovoljava kognitivne potrebe. Korisćenje digitalnom tehnologijom često se pogrešno shvaća kao interakcija, bez previše razmišljanja o tome što korisnik od digitalnih sadržaja zapravo može dobiti u smislu nove informacije iz koje će nešto novo naučiti. Od najopćenitijih potreba ispitanika važno je istaknuti dinamično iskustvo u vidu izmjene sadržaja i aktivnosti iz prostorije u prostoriju, što je također već davno usvojeno pravilo „ne previše svega i ne previše istoga“.²² Druga potreba jest omogućiti „nešto novo i drukčije“, što ispitanici nisu znali kako pobliže pojasniti ili ilustrirati, pa je ona shvaćena u smislu vrste iskustva koje se ne može dobiti nigdje drugdje.

Aspekte muzejskog iskustva, na temelju prvotnih uvida, istražilo se kvantitativnom metodologijom uz oslanjanje na teoriju preferencijalnog iskustva koju je nakon dugogodišnjih analiza razvio Smithsonianov tim u Washingtonu.²³ Teorijom se identificiraju četiri dimenzije iskustva koje su predstavljene terminima *ljudi, ideje, predmeti i fizičko iskustvo*, a primjenom rezultata istraživanja kojemu ona daje okvire može se uputiti na smjer oblikovanja izložbe kako bi se omogućilo zadovoljavajuće iskustvo za muzejske

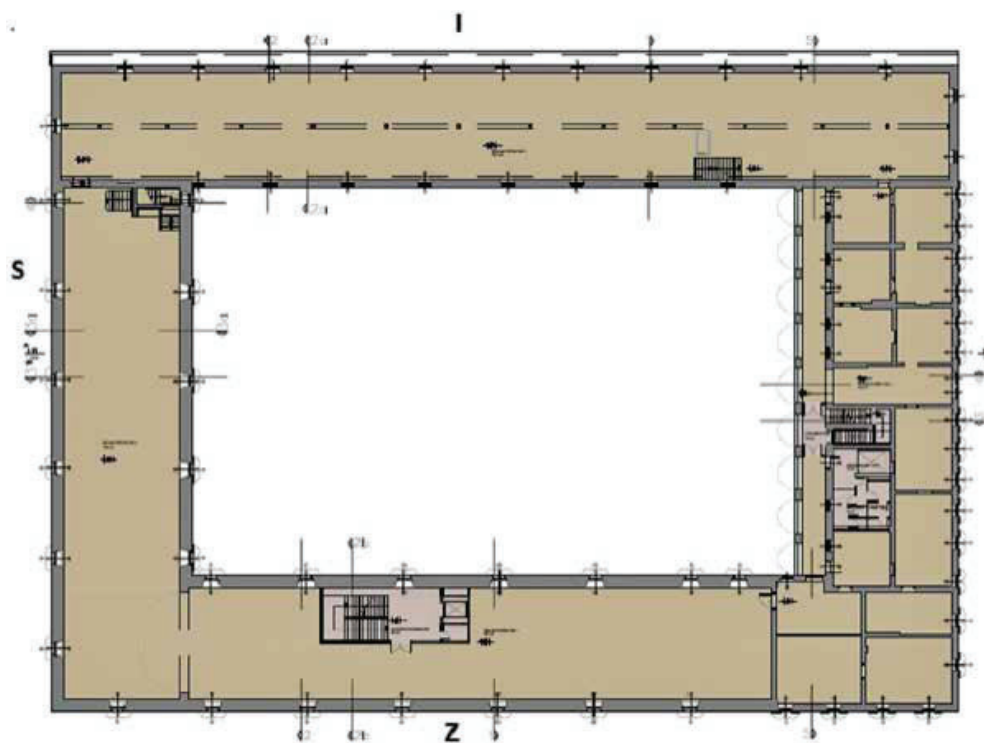
posjetitelje. Kada su ideje ili koncepti poželjno iskustvo, posjetitelji su skloni apstraktnom razmišljanju, od muzejskog posjeta žele da bude informativan, da nešto nauče i da im se predstavljeni koncepti pojasne kako bi ih bolje shvatili. Kod predmetne dimenzije iskustva posjetitelji daju prednost vizualnom govoru predmeta, prezentaciji načina na koji su izrađeni, dive se ljepoti i važno im je da je iskustvo povezano s nečim izvan njih samih, odnosno s materijalnom kulturom. Nasuprot tomu, ljudska dimenzija podrazumijeva da posjetitelje privlače povezanost s ljudima i dobivanje osjećaja pripadnosti, afektivna (emocionalna) iskustva, priče ljudi i njihovi međusobni odnosi, bez obzira na to jesu li odnosi među ljudima u prošlosti, s njima ili s onima koji muzej posjećuju. Posljednje, fizičko iskustvo označuje davanje prednosti somatskomu, osjetilnomu, kao što su dodir, zvuk, okus, svjetlost, miris, a uključuje i pokret. Svakog od posjetitelja određuju sve četiri dimenzije, no različitog stupnja zastupljenosti. Drugim riječima, kod svakoga od nas jedna od četiri dimenzije prevladava. Prema rezultatima ankete prevladavajućim su se pokazale dimenzije ljudi i fizičkog iskustva, a potom predmeti i ideje. Međutim, za dobivanje preciznijih podataka potrebno je anketu provesti na puno većem uzorku i na određenoj populaciji.

OBLIKOVANJE IDEJNOG KONCEPTA – OBJEDINJAVANJE PERSPEKTIVE MUZEJA I KORISNIKA

Budući da je krovna ideja, odnosno integralna poruka povezana s Osijekom i prostorom Osječko-baranjske županije,

a i velika većina građe, konceptu se pristupilo iz razvojne perspektive, odnosno oblikovan je društveno-povijesni okvir u kojemu se različitim temama može pratiti razvoj grada i okolice u širem kontekstu slavonske regije. Razvoj grada tijekom povijesti istaknuli su i ispitanici pri evaluaciji kao poruku i iskustvo koje bi željeli dobiti u stalnom postavu. Razvojni, kronološko-tematski diskurs također je u određenoj mjeri bio uvjetovan prostorom za stalni postav – trima krilima prvog kata zgrade u kojemu je omogućeno kružno kretanje (sl. 4). Na sveukupno 1837,1 m² površine namijenjene stalnom postavu potrebno je prikazati građu koja pokriva raspon od geološkog razvoja regije do kraja 20. stoljeća.

Pri izradi idejnog koncepta jedan od izazova bio je uskladiti postav s muzejima u Osijeku, ali i muzejima u neposrednoj blizini (Valpovu, Našicama, Vukovaru, Đakovu) s kojima se građa Muzeja Slavonije podudara, ali i kosi. Lokalni i zavičajni muzeji počeli su se osnivati tek nakon što je Muzej Slavonije ušao u osmo desetljeće svojeg postojanja, a do tog vremena Muzej je već prikupljao (i posjeduje) građu s područja na kojima oni djeluju. Arheološka građa koja pokriva razdoblja od prapovijesti do srednjeg vijeka, a koja je 2018. godine predana Arheološkomu muzeju u Osijeku, nalazi se svega četrjesto metara od lokacije budućega stalnog postava. Umjesto ponavljanja istih narativa i sličnih muzejskih predmeta, odlučeno je



Slika 4. Tlocrt kata prema projektu obnove i prenamjene zgrade Donje oružarnice u Tvrđi. Autor projekta i tlocrta: Randić i suradnici d.o.o.

medijski prikazati taj dio prošlosti te ga pojačati predmetima iz Muzeja, primjerice bogatim nalazima Numizmatičkog odjela u kojemu se čuvaju vrijedni primjerci antičkoga i srednjovjekovnog novca.

Tematske cjeline oblikovane su prema većim povijesnim razdobljima, otvaraju se političkim, ekonomskim i društvenim kontekstom regije i Hrvatske (u različitim političkim sustavima), a prate ih predmeti iz fundusa koji imaju regionalna i nacionalna obilježja. Takav kontekst uvod je za priču o gradu i okolici koja se unutar povijesnog razdoblja dijeli na hijerarhijski složene teme s izborom inventariziranih predmeta za izlaganje. Imajući na umu da je prostorno rješenje još uvijek na razini

projekta, napravljen je početni, duži popis građe koji će se u izradi izvedbenog koncepta stalnog postava zasigurno pročistiti jer će se po temama odabirati građa prema prednosti (što će olakšati izvedbenu stranu koncepta). Osim toga, iako možda neće biti izložen u fizičkom obliku, dio građe s popisa moći će se predstaviti digitalno, u vezi s definiranim temama.

Velik je broj predloženih predmeta, od kojih su neki malih dimenzija, koji po određenom kriteriju (stilskomu, kulturno-povijesnom, biografskom) mogu sveobuhvatnije ilustrirati određenu temu. Ta odluka temelji se i na stajalištima korisnika koji bitnim ističu prikazivanje građe na način blizak životu, što bi, primjerice,



Slika 5. Povijest gradnje nove župne crkve u Gornjem Osijeku, 1900. (Odjel knjižnice). Izvor: Muzej Slavonije.



Slika 6. Tabernakul-sat izrađen u Osijeku oko 1770. godine u urarskoj radionici Josepha Florianana. Izvor: Muzej Slavonije.



Slika 7. Lebdeći anđeo putto s glavnog oltara crkve sv. Petra i Pavla u Topolju, jedini sačuvani dio crkvenog inventara iz baroknog vremena. Izvor: Muzej Slavonije.

podrazumijevalo ambijentalne cjeline u kojima do izražaja dolaze priča i interdisciplinarnost (za razliku od taksonomski izloženih predmeta iz pojedinih zbirki). U literaturi će se takav pristup izlaganju nazivati tematskim ili kontekstnim, a podrazumijevat će grupiranje različitih predmeta koji pripadaju istom razdoblju ili prostoru kako bi se pokazao njihov međusobni odnos, dok će se interpretativnim medijima predmeti postaviti u povijesni, društveni, kulturni ili znanstveni kontekst.²⁴

Etnografskoj građi pristupilo se tako da je se ne izdvaja kao samostalnu cjelinu,



Slika 8. Pisači stroj Oliver netipičnoga oblikovnog rješenja, početak 20. stoljeća. Izvor: Muzej Slavonije.

nego se uključuje u društveno-povijesne teme kako bi se život u rubnim gradskim i ruralnim predjelima obradio na isti ili što sličniji način kao i građanski život. Sličan pristup proveo se i s prirodoslovnom građom koju se također pokušalo uključiti duž povijesnog pregleda, od nastanka Zemlje, tema urbanizacije i gradskih perivoja, do pokreta zaštite okoliša u drugoj polovici 20. stoljeća.

Važnost građe koja počiva na nacionalnim ili nadnacionalnim značajkama postavljena je u kontekst grada i okolice. Drugim riječima, i važnost i provenijencija podređene su regionalnom odnosno lokalnom diskursu. To bi značilo da se glavni narativ gradi s pomoću građe koja svjedoči o povijesnim događajima ili osobama na širem osječkom području. Tako su izvrsni primjerci građe umjetničkog obrta ili važni primjerci tiskovina postavljeni u kontekst svojih sabirača koji su osim kulturne imali i važne gospodarske i političke uloge, poput slavonske vlastele, ili su svojim djelovanjem promovirali vrijednosti i pridonosili utemeljenju i danas prisutnih kulturnih i baštinskih ustanova poput Muzeja. Potreba isticanja i univerzalnijeg značenja građe ostvarit će se

slojevitom interpretacijom. Interpretativni mediji (karte, audiovizualna građa) ili pak scensko oblikovanje dijela postava bit će važan dio izvedbenog rješenja jer će se njima nadomjestiti manjkavost građe koja je rezultat nesustavnog sabiranja. Suočavanje s ovim izazovom tijekom izrade koncepta osvijestilo je iznimnu potrebu sustavne politike upravljanja zbirkama, a još konkretnije sabiranja koje, čak i u nekomu skorom razdoblju, može određene nedostatke ispraviti. Također, vrlo važan aspekt potrebe racionalnoga i održivog sabiranja jesu i ograničene prostorne mogućnosti što je do određene mjere rješivo izlučivanjem, a u kontekstu budućega stalnog postava zamjenom predmeta s drugim muzejima.

U okviru svake teme istaknute su poznate i važne osobe iz političkoga i kulturnog života Osijeka i okolice, ali i one manje važne, više ili manje poznate, koje možda nisu ušle u službene baštinske narative. Osim što je građa bila dostatna za predstavljanje određenih poznatih osoba, i ispitanici različitih dobnih skupina skloni su povezivanju s ljudima, ljudskom pričom, što se uzelo u obzir pri izradi idejnog rješenja.

Dimenzija na koju upućuje istraživanje, a koja je važnija za glavni koncept, jest fizičko, odnosno višesjetilno iskustvo, što uz ljudsku priču može biti „nešto novo i drukčije“. Time se upućuje na smjer razrade izvedbenog koncepta kao i potencijal da upravo ove dimenzije budu



Slika 9. Diploma Elibertationis Liberae Regiaeque Civitatis Essekiensis – povelja o proglašenju Osijeka slobodnim i kraljevskim gradom iz 1809. godine. Izvor: Muzej Slavonije.



Slika 10. Glačalo na užareni ugljen s mjedenim zaporom poklopca u obliku lavlje glave, izrađeno 1935. godine u Osječkoj ljevaonici željeza i tvornici strojeva. Izvor: Muzej Slavonije.

temelj za kreativna rješenja. Međutim, nužno je istaknuti da kreativni izričaj koji donosi izložbeni dizajn mora pratiti i sadržajna kvaliteta kako doživljaj ne bi ostao samo na estetskom dojmu, što je, nažalost, raširena pojava kod novih postava u hrvatskim muzejima. Kvalitetan izvedbeni koncept ovisit će stoga o kreativno-komunikacijskim vještinama dizajnera te istraživačko-interpretacijskim vještinama kustosa koji će oblikovati postav imajući tijekom cijelog procesa na umu korisničko iskustvo i učenje.

ZAKLJUČAK

Pružanjem uvida u tek neke od aspekata pri izradi prve faze muzeološke koncepcije Muzeja Slavonije ovim se radom pokušala istaknuti važnost recipročnog pristupa koji podrazumijeva oblikovanje izložbe pridavanjem pozornosti stajalištima i pristupima struke uz uključivanje mišljenja i interesa publike.

Otvaranjem prema korisnicima istraživanjem, odnosno evaluacijom korisničkog iskustva, stajališta, potreba i sl., ustanova pokazuje da ne postoji samo za stručnjake ili one koji se moraju prvo sami obrazo-



Slika 11. Šarana tikva s dva razvijena figuralna prizora s vojničkom i vjerskom scenom iz 1734. godine. Izvor: Muzej Slavonije.

vati da bi shvatili stručni jezik muzejske izložbe, nego da su joj važni i drugi i drukčiji korisnici. Gubitak autoriteta koji nastaje zbog otvaranja korisničkim potrebama upućuje na spremnost ustanove da surađuje na različite načine sa svojim korisnicima, što se danas doživljava kao potrebna i željena promjena u muzejima jer time služe širim društvenim slojevima, a svakako može pozitivno utjecati na povećanje informiranosti i znanja korisnika. Kako je građa temelj muzeja, u svakom se projektu stalnog postava nailazi na izazov kako se njome koristiti u konceptu. Kada se, međutim, ti izazovi prošire uvidima u potrebe korisnika, moguće je promišljati i o građi iz različitih perspektiva. Konceptna rješenja i novine koje donose

u stručnom smislu treba uravnotežiti s potrebama korisnika koji će teško uočiti cjelovitost koncepta. Stoga je bitno istraživati i promišljati vrste sadržaja i načine komunikacije koji će postići željeni učinak na posjetitelja – u obrazovnome i doživljajnom smislu. To sve, kako se ističe u muzeološkoj literaturi kod nas i u svijetu, podrazumijeva interdisciplinski i timski rad u svim fazama – od koncepta do ostvarenja.

BILJEŠKE

- ¹ Ivo Maroević, *Uvod u muzeologiju* (Zagreb: Zavod za informacijske studije, 1993), 223.
- ² Isto, 223–224.
- ³ Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske, „Upute Hrvatskog muzejskog vijeća za izradu muzeološke koncepcije stalnog postava“, <https://min-kulture.gov.hr/izdvojena-lijeva/kulturne-djelatnosti-186/muzejska-djelatnost-363/hrvatsko-muzejsko-vijece-535/upute-hrvatskog-muzejskog-vijeca-za-izradu-muzeoloske-koncepcije-stalnog-postava/21462> (pristupljeno 12. srpnja 2022.).
- ⁴ Isto.
- ⁵ Gail Dexter Lord i Barry Lord, *The Manual of Museum Management* (Lanham: AltaMira Press, 2009), 124.
- ⁶ Belinda Crawford Seagram, Leslie H. Patten i Christine W. Lockett, „Audience Research and Exhibit Development: A Framework“, *Museum Management and Curatorship* 12, br. 1 (1993): 30.
- ⁷ Randi Korn, „Making the Most of Front-end Evaluation“, *Visitor Studies Today* 6, br. 3 (2003): 22–24.
- ⁸ Crawford Seagram, Patten i Lockett, „Audience Research and Exhibit Development“, 33.
- ⁹ Beverly Serrell, *Exhibition Labels – An Interpretive Approach* (Lanham itd.: Rowman & Littlefield, 2015), 7–8.
- ¹⁰ Mladen Radić, „Muzej Slavonije u Osijeku 1877. – 1997.“, u: *Osnivači i prvi kustosi muzeja u Hrvatskoj: stručni skup u Osijeku, 11. – 12. prosinca 1997.*, ur. Mladen Radić (Osijek: Muzej Slavonije, 1999), 105.
- ¹¹ Željka Miklošević i Marina Vinaj, ur., *S druge strane ogledala* (Osijek: Muzej Slavonije, 2008), 9.
- ¹² Ante Grubišić, ur., *Arheološki klub Mursa: Zapisnici sjednica 1933. – 1944.* (Osijek: Muzej Slavonije Osijek, 2005), XIV–XVI.
- ¹³ Miklošević i Vinaj, *S druge strane ogledala*, 15.
- ¹⁴ Radmila Biondić i dr., *Tvrđa u Osijeku* (Osijek: Muzej Slavonije, 2017), 30.
- ¹⁵ Moira G. Simpson, *Making Representations: Museums in the Post-Colonial Era* (London i New York: Routledge, 1996), 72–80.
- ¹⁶ Nina Simon, *The Participatory Museum* (Santa Cruz, CA: Museum 2.0, 2010).
- ¹⁷ Randi Korn, „New Directions in Evaluation“, u: *From periphery to center: art museum education in the 21st century*, ur. Pat Villeneuve (Reston, VA: National Art Education Association, 2007), 217.
- ¹⁸ Korn, „Making the Most of Front-end Evaluation“, 22–24.
- ¹⁹ Maurice Davies i Christian Heath, *Evaluating Evaluation: Increasing the Impact of Summative Evaluation in Museums and Galleries* (London: King’s College London, 2013), 7, https://visitors.org.uk/wp-content/uploads/2004/01/Evaluating-Evaluation_November2013.pdf (pristupljeno 15. srpnja 2022.).
- ²⁰ Mark Walhimer, *Designing Museum Experiences* (Lanham itd.: Rowman & Littlefield, 2022), 103.
- ²¹ Isto.
- ²² R. S. Miles i dr., *The Design of Educational Exhibits* (London: George Allen & Unwin, 1982), 64.
- ²³ Andrew J. Pekarik i dr., „IPOP: A Theory of Experience Preference“, *Curator: The Museum Journal* 57, br. 1 (2014): 5–27.
- ²⁴ Barry Lord i Maria Piacente, *Manual of Museum Exhibition* (Lanham itd.: Rowman & Littlefield, 2014), 107.

LITERATURA

- Biondić, Radmila, Hermine Göricke-Lukić, Ante Grubišić, Ida Horvat, Tomislav Hršak, Grgur Marko Ivanković, Danijel Jelaš, Ksenija Katalinić, Ivana Knežević Križić, Marina Kovač, Branislav Miličić, Jasminka Najcer Sabljak, Mladen Radić, Andreja Šimičić, Sanja Vidović, Marina Vinaj i Daniel Zec. *Tvrđa u Osijeku*. Osijek: Muzej Slavonije, 2017.
- Crawford Seagram, Belinda, Leslie H. Patten i Christine W. Lockett. „Audience Research and Exhibit Development: A Framework“. *Museum Management and Curatorship* 12, br. 1 (1993): 29–41.
- Davies, Maurice i Christian Heath. *Evaluating Evaluation: Increasing the Impact of Summative Evaluation in Museums and Galleries*. London: King's College London, 2013. https://visitors.org.uk/wp-content/uploads/2004/01/Evaluating-Evaluation_November2013.pdf (pristupljeno 15. srpnja 2022.).
- Dexter Lord, Gail i Barry Lord. *The Manual of Museum Management*. Lanham: AltaMira Press, 2009.
- Grubišić, Ante, ur. *Arheološki klub Mursa: Zapisnici sjednica 1933. – 1944.* Osijek: Muzej Slavonije Osijek, 2005.
- Korn, Randi. „Making the Most of Front-end Evaluation“. *Visitor Studies Today* 6, br. 3 (2003): 1, 22–24.
- Korn, Randi. „New Directions in Evaluation“. U: *From periphery to center: art museum education in the 21st century*, ur. Pat Villeneuve, 213–219. Reston, VA: National Art Education Association, 2007.
- Lord, Barry i Maria Piacente. *Manual of Museum Exhibition*. Lanham itd.: Rowman & Littlefield, 2014.
- Maroević, Ivo. *Uvod u muzeologiju*. Zagreb: Zavod za informacijske studije, 1993.
- Miklošević, Željka i Marina Vinaj, ur. *S druge strane ogledala*. Osijek: Muzej Slavonije, 2008.
- Miles, R. S., M. B. Alt, D. C. Goslin, B. N. Lewis i A. F. Tout. *The Design of Educational Exhibits*. London: George Allen & Unwin, 1982.
- Ministarstvo kulture i medija Republike Hrvatske. „Upute Hrvatskog muzejskog vijeća za izradu muzeološke koncepcije stalnog postava“. <https://min-kulture.gov.hr/izdvojena-lijeva/kulturne-djelatnosti-186/muzejska-djelatnost-363/hrvatsko-muzejsko-vijece-535/upute-hrvatskog-muzejskog-vijeca-za-izradu-muzeoloske-koncepcije-stalnog-postava/21462> (pristupljeno 12. srpnja 2022.).
- Pekarik, Andrew J., James B. Schreiber, Nadine Hanemann, Kelly Richmond i Barbara Mogel. „IPOP: A Theory of Experience Preference“. *Curator: The Museum Journal* 57, br. 1 (2014): 5–27.
- Radić, Mladen. „Muzej Slavonije u Osijeku 1877. – 1997.“. U: *Osnivači i prvi kustosi muzeja u Hrvatskoj: stručni skup u Osijeku, 11. – 12. prosinca 1997.*, ur. Mladen Radić, 104–116. Osijek: Muzej Slavonije, 1999.
- Serrell, Beverly. *Exhibition Labels – An Interpretive Approach*. Lanham itd.: Rowman & Littlefield, 2015.
- Simon, Nina. *The Participatory Museum*. Santa Cruz, CA: Museum 2.0, 2010.
- Simpson, Moira G. *Making Representations: Museums in the Post-Colonial Era*. London i New York: Routledge, 1996.
- Walhimer, Mark. *Designing Museum Experiences*. Lanham itd.: Rowman & Littlefield, 2022.

APPROACH TO THE CONCEPTUAL DESIGN OF THE PERMANENT EXHIBITION OF THE MUSEUM OF SLAVONIA IN OSIJEK

The paper provides an insight into certain aspects of the process of creating the museological concept of the Museum of Slavonia, while highlighting the importance of a reciprocal approach to creating the concept, which implies basing decisions on the views and approaches of the profession while including the opinions and interests of the audience. Since the approach of reciprocity was chosen when conceptualising the Museum's displays, the text presents two basic perspectives, those of museum experts and users, while respecting the Institution's mission. Based on the museum's materials and the perspective of the profession on the narrative that is to be shaped, the first step was to shape the basic idea or the integral message of the exhibition, which influenced the selection of individual objects and the formation of themes. The number and variety of materials, uneven representation according to topics, and the provenance

and significance of the materials were some of the key challenges of conceptualisation in the context of the institutional perspective. In order to get the users' perspective, research was conducted with current and potential users. Marketing research was aimed at obtaining data on the frequency of visits to the Museum of Slavonia among Osijek residents, especially the younger population, as well as their perception of the Museum. The preliminary evaluation was carried out after the expert team determined the umbrella idea or the integral message of the permanent exhibition, i.e., what they wanted to present and communicate through the exhibition exactly, and its goal was to gain insight into ideas, attitudes towards the basic idea, themes of the exhibition proposal, and to identify the needs of the respondents and how they could be satisfied. The paper concludes that when designing a permanent exhibition, just like any exhibition, research and discussion about the types of content and ways of communication that will achieve the desired effect on the visitor are crucial, which implies interdisciplinary and team work with all stakeholders in the process and in all phases – from concept to realisation.