

Muzej za svakoga

Ribičić-Županić, Anica

Source / Izvornik: **Zbornik I. kongresa hrvatskih povjesničara umjetnosti, 2004, 373 - 374**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:254:476707>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-04**



Repository / Repozitorij:

[PODEST - Institute of Art History Repository](#)

Muzej za svakoga

Ekonomska globalizacija potaknuta informatizacijom i mogućnošću pristupa mreži podataka kao rezultat računalne revolucije s kraja proteklog tisućljeća stvorila je nove odnose u društvu. Ako vjerujemo da muzeju pripada jedna od najvažnijih uloga u očuvanju povijesnog, znanstvenog i umjetničkog naslijeđa, moramo slijediti promjene i prilagođavati muzej kao instituciju novom društvu i njegovim potrebama.

Tema ICOM-ove generalne skupštine u Barceloni 2001. godine otvara dijalog pod naslovom *Muzej pred ekonomskim i društvenim izazovima*.

Ponovno se postavlja jednostavno pitanje: Komu (čemu) služi muzej?

Njegova osnovna namjena čuvanja, zaštite, stručne obrade i prezentacije zbirki ostaje, ali društvo zahtijeva nove službe i aktivnosti, nove načine financiranja, novu organizaciju i, na temelju toga, novu ulogu muzeja.

Mjerilo značenja nekog muzeja ostaje broj posjetitelja, ali se njegova uspješnost mjeri i brojem posjetitelja koji su u muzeju nešto naučili. Broj izloženih predmeta i veličina izložbenih dvorana ne predstavljaju i veličinu muzeja. Danas želimo muzej po mjeri posjetitelja, otvoren u svakom smislu, poučan, privlačan u odabiru predmeta koje izlaže i načinu na koji ih izlaže i ugodan po svom prostornom uređenju. Želimo muzej koji živi za publiku, a u određenoj mjeri i od publike.

Od muzeja 20. st. baštinili smo sistematizirane zbirke s klasificiranim i znanstveno obrađenim predmetima, koje u 21. st. trebamo prezentirati publici na nov način, vodeći računa o ekonomskim i društvenim aspektima muzeja, koji je sve manje institucija, a sve više javna ustanova.

Do jučer tih i nenametljiv, pognut nad zbirkama i samim sobom, muzej 21. stoljeća prilagođava se standardima koje su europske zemlje zakonski propisale i objavile u priručnicima koji se primjenjuju prilikom preuređenja postojećih ili gradnje novih muzeja. Ukratko, njima su preciznim, detaljno razrađenim mjerama obuhvaćeni prilazi muzeju i parkirna mjesta za invalide, ulazne rampe s obaveznim ravnim dijelovima za odmor te rubom, barem s jedne strane, osiguranim rukohvatom i obavezom uklanjanja svih prepreka na podu i u zraku, kao i mračnih dijelova i jakih svjetlosnih prijelaza; izgled i oprema ulaza; oprema izložbenih dvorana s propisanim visinama postamenata, vitrina, slika na zidu i pi-

sanog sadržaja, mjesta za odmor; raspored zvučnih elemenata i ekrana te označavanje prostora u svrhu točne orijentacije publike. Udobnost posjeta ovisi i o ispravnom ozvučenju zgrade i neophodnoj zvučnoj izolaciji pojedinih dvorana. Studije o ozvučenju i buci u zgradi odnose se na eliminiranje vanjske buke (promet, određena postrojenja u blizini muzeja) i na neutralizaciju unutarne (ventilacija, kretanje posjetitelja s kata na kat, suzbijanje jek i sl.) te posebnu obradu određenih dijelova muzeja (ulaza, stepenica) i dvorana različitih namjena (izložbene, konferencijske, dvorane za projekcije).

Jedino na takav način muzej postaje doslovno pristupačan svima i svakomu, pripadnicima različitih jezičnih skupina, rastom visokima i niskima, slabovidnima i slijepima, nagluhima i gluhipima, osobama koje se kreću uz pomoć štapa i onima u kolicima, djeci različitog školskog uzrasta; ukratko, publici u cjelini koja dolazi vidjeti izložke, nešto naučiti i doživjeti.

Muzejsko iskustvo objedinjuje brojne i različite fizičke, osjećajne i intelektualne mogućnosti pojedinca u cilju razvijanja njegove osjećajnosti. Zato, kad govorimo o pristupačnosti, mislimo na prilaz muzeju i njegov obilazak, probleme premještanja unutar muzeja, orijentaciju i praktične primjene različitih službi u muzeju, ali i na pristupačnost izlošcima, višejezičnim informacijama o zbirci i izlošcima, dakle, na komunikaciju u najširem smislu riječi.

Novi izgled muzejskih zgrada i koncepcija postava u obnovljenim izložbenim dvoranama utječu na izbor, raspored i interpretaciju djela. Pomoć pri posjetu muzeju nužna je za snalaženje i orijentaciju, kao i za muzeološku prezentaciju zbirki.

Suradnjom pri postavu arhitekata, umjetnika, restauratora, stručnjaka za orijentaciju i marketing i inženjera dosadašnji individualni rad kustosa konačno prerasta u timski, a stručna interpretacija izložka prilagođava se novom izgledu dvorana, novim tehnologijama i novoj publici. Teorija percepcije i orijentacije te istraživanje mogućnosti koje nam pružaju nove tehnologije znanstvena su područja na čijim temeljnim postavkama kustos današnjice gradi prezentaciju zbirki.

U središtu zanimanja i stručnjaka i publike ostaje, dakako, izloženo djelo, ali se i svemu ostalom u prostoru prilazi s jednakom pažnjom — na primjer tekstovima na više jezika, čija je percepcija uvjetovana sadržajem u kojem je najvažni-

ja jasnoća poruke postignuta jednostavnom strukturom rečenice, izbjegavanjem kompliciranih stručnih izraza i izražavanjem jedne ideje po rečenici ili obliku i kvaliteti rasvjete, smještaju panoa, otisku na mat neprozirnom papiru dobre kvalitete, čija dužina ne treba biti veća od 20 redova s po 50 znakova u svakom, s veličinom i izgledom slova ne manjima od 5 mm. Preporuča se izbjegavanje pisanja samo velikim slovima, koja su lakše uočljiva, ali je tekst teže čitljiv, s 10-20 postotnim gubitkom efikasnosti. Preporučuju se podebljana, uspravna i ravna slova tipa *roman* ili *helvetica*, upotreba jakih kontrasta u odnosu na podlogu i stupnjevanje značenja informacija veličinom slova. Da bi ih zaista svaki posjetitelj mogao pročitati, optimalnom se smatra visina panoa između 90 i 140 cm, a tekstove izložene ispod 75 cm ili iznad 190 cm visine treba nakositi za 15-30°. Čitljivost jako ovisi i o rasvjeti, a razumijevanje poruke o smještaju u odnosu na predmet o kojem govori.

Prema europskim iskustvima, proces stvaranja novog muzeja zahtijeva znanje, vrijeme i novac. Zakoni temeljem kojih se pristupilo transformaciji muzeja doneseni su u većini europskih zemalja sredinom sedamdesetih godina prošlog stoljeća. U našim zakonima, usvojenim krajem 20. stoljeća, poput Zakona o očuvanju kulturnih dobara iz 1999., donesene su opće odredbe koje su u skladu s europskim standardima, ali nam nedostaje precizna izrada standarda sa zakonskom snagom. U Francuskoj je, na primjer, od 1991. do 1995. godine doneseno 9 zakona i zakonskih odredbi koje se odnose na reguliranje pristupačnosti javnim ustanovama, a propisali su ih vlada i ministarstva prostornog uređenja i unutarnjih poslova. Sve nacionalne institucije dužne su ih primjenjivati pri izgradnji ili preuređenju svojih zgrada.

Izravni povod ovom izlaganju je stanje u našim muzejima, od kojih je nekoliko preuređeno nakon Domovinskog rata. Situacija je sljedeća: samo 29 muzeja u Hrvatskoj pristupačno je osobama s posebnim potrebama; 19 muzeja posjeduju parkirna mjesta za invalide; kod 10 muzeja vanjski je telefon dostupan djeci i osobama u kolicima; dizalo u koje se može ući invalidskim kolicima posjeduju 4 muzeja, a posebnu platformu samo jedan muzej; sanitarije za osobe s invaliditetom posjeduju 7 muzeja; pisani sadržaji dostupni su djeci i osobama u kolicima u 48 muzeja.

Podaci su preuzeti iz ankete o pristupačnosti muzejima koju je provelo Hrvatsko muzejsko društvo 1998. godine, a sastavio arhitekt Boris Koružnjak. Na anketu je odgovorilo 97 hrvatskih muzeja, što svjedoči o velikom interesu rukovodećih i stručnih djelatnika za poboljšanje pristupačnosti muzejskim zgradama i postavima.

Ne raspoložemo podacima o specijalnim izložbama za slijepe osobe u okviru stalnih postava muzeja i pisanim sadržajima na brajevu pismu te o programima za osobe s posebnim potrebama, kao ni podacima o informacijama i pisanim sadržajima na stranim jezicima u našim muzejima.

U zaključku nije potrebno posebno naglašavati da muzeji u Hrvatskoj danas nisu svima pristupačni. Na temelju ankete HMD-a uviđamo da su muzeji s omogućenim pristupom zgradi i postavima zbirki svima, iznimka. Predstoji nam istraživanje načina prezentacije zbirki i pisanih sadržaja, izgleda i opreme ulaza, prolaza, mjesta za odmor i izložbe-

nih dvorana, znakova za orijentaciju i postojećih posebnih programa, a tek na temelju toga izrada standarda koji će najbolje odgovarati našim muzejima i njihovo usklađivanje s već postojećim u Europskoj Zajednici.

Uklanjanje prepreka u muzejima dugotrajan je i skup proces, koji u pravilu započinje prevladavanjem prepreka u nama samima, sagledavanjem objektivnog stanja, promjenom odnosa naspram poteškoća i novim načinom razmišljanja. S tim je ciljem izneseno i ovo izlaganje.

Summary

Anica Ribičić-Županić

The Museum for Everybody

The globalisation of economy, spurred by the informatisation and the possibility of accessing the network of data, as a result of the revolution in computer technologies at the end of the past millennium, has created new social relations. If we accept that one of the foremost roles in the preservation of historical, scientific, and artistic heritage belongs to the museum, we must also accept the changes and adapt the museum as an institution to the new society and its demands.

The theme of ICOM's General Conference in Barcelona in 2001 opens the dialogue under the title »Managing Change: Museums facing economic and social challenges«. The principal question is simple: For whom (for what) is the museum intended? Its primary purpose is preservation, conservation, and presentation of collections, but the society demands new services and activities, new ways of financing, new organisation and, on the basis of that, new role of the museum. The significance of a museum is still measured by the number of visitors, but its success is also measured by the number of visitors who learned something there. The number of exhibits and the size of its halls do not necessarily mean its greatness. Today we want the museum to be humane, open in all ways, educational, attractive in its selection of objects it presents, as well as in the way it presents them, and also pleasant in its interior design. We want a museum that will live for its visitors, and that will, in a way, live on its visitors.

We have inherited from the 20th century museums systematic collections with classified and scientifically managed exhibits. In the 21st century, we should present them to our visitors in a new way, taking into account the economic and social aspects of the museum, since it has ceased being an institution and increasingly becomes public space.