

Inovacije i posjetitelji muzeja

Cukrov, Tončika

Source / Izvornik: **Zbornik I. kongresa hrvatskih povjesničara umjetnosti, 2004, 363 - 368**

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:254:254494>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



Repository / Repozitorij:

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

Inovacije i posjetitelji muzeja

Suvremeno doba promijenilo je muzejsku praksu pa stoga muzej uz tradicionalnu ulogu prikupljanja, zaštićivanja i istraživanja društveno valoriziranih muzejskih predmeta usvaja novi zadatak koristeći se komunikacijskim sistemima i sve veću pažnju posvećuje predstavljanju građe javnosti. Muzej je, prema riječima Hodgea i D' Souza, a posebice se to odnosi na izlagačku djelatnost, jedna grana mass medija.¹ Ukorak s razvojem komunikacijske tehnologije, sve je veće težite na primjenjivanju novih metodologija rada, što uvjetuje da se »muzejska praksa pomiče od sakupljanja prema komunikaciji«².

Promjene koje prate muzeje posljednjih desetljeća tiču se i broja muzeja koji je u velikom porastu. Najviše novih muzeja nastalo je od 60-ih do 80-ih godina, tako da se u nekim zemljama u prosjeku osnivalo 1-3 muzeja tjedno, kao što je to bilo u SAD-u, Njemačkoj, Kanadi, Kini, Velikoj Britaniji, Norveškoj... Koji je razlog tomu? Prema riječima prof. T. Šole, to bi se moglo objasniti na sljedeći način: »Vjerojatno se ne radi o većoj brizi za baštinu, već se zbog osjećaja ugroženosti nastoji zaštititi moćnim institucijama u svrhu kontinuiranja identiteta...« U 80-im i 90-im godinama osnivaju se muzeji koji su drugačijeg karaktera od tradicionalnih, a oni tradicionalni osuvremenjuju neke svoje dijelove (Louvre u Parizu, interaktivni i multimedijalni postav Naturhistorisches Museuma u Londonu...). Koji je razlog tomu? Nastoji se zainteresirati posjetitelje za dolazak u muzej, a oni, s obzirom na suvremeni stil življenja i nove interese, imaju drugačije potrebe nego što je to bilo ranije. Takvom zahtjevu odolijevaju jedino poznati muzeji zahvaljujući »slavnim« eksponatima koje posjeduju; oni uvijek jednako plijene pažnju, kao što je to u slučaju British Museuma u Londonu. Novost su novi »kulturni« muzeji (Baubour i Gare d'Orsay u Parizu, Gugenheim u Bilbaou, Jüdisches Museum u Berlinu, Tate Modern u Londonu itd.), a osnivaju se i novi specijalizirani muzeji, kao što su tehnički muzeji³ te muzeji za ciljano publiku, među kojima su najčešće oni namijenjeni djeci.⁴ Takve muzeje karakterizira interaktivni i multimedijalni pristup izlaganju. Drugi muzeji unose te suvremene aspekte tako da u svojim privremenim izložbama ili stalnim postavima prezentiraju nekolicinu interaktivnih predmeta ili pak samo jedan izloženi predmet predstave na način da ga se taktilno doživi kako bi se steklo iskustvo određenog fenomena. U suvremenoj muzejskoj praksi taktilni doživljaj se visoko

cijeni, pa tako u škotskim muzejima postoji posebna prostorija s određenim muzejskim predmetima vezanim uz muzej/izložbu gdje se mogu dodirivati i istraživati (discovery room).⁵ Najnoviji načini prezentacije uključuju i konstruiranje šireg konteksta izložene muzealije, gdje je naglašena dinamičnost te se ciljano koriste npr. artefakti drugačijeg karaktera i provenijencije kako bi se interdisciplinarnije predstavio neki problem (pri prezentaciji, na primjer, prirodoslovni muzej koristi artefakte umjetničkih muzeja).⁶ Recentno su se pokrenuli i neki zanimljivi projekti, kao npr. u Londonu projekt *The Museum of... (rijeke Temze, emocija, sakupljanja, filozofije)* koji je okupio različite stručnjake — umjetnike, muzičare, psihologe, sociologe, lokalno stanovništvo i biznismene. Izložbeni dio istražuje odnos između muzeja i pitanja što bismo mi mogli željeti od njega u budućnosti, a predstavljen je interaktivno, s ciljem stjecanja osobnog iskustva u kontekstu teme. Načinjena su četiri takva projekta koja su, s obzirom na način njihova osmišljavanja, pomaknuli granice shvaćanja muzeja kao institucije.

U Americi su istraživanja muzejske publike i načina na koji ona reagira doprinijeli nekim zanimljivim atraktivnim izložbama kao što je npr. izazovna izložba *Degenerativna umjetnost* — borba avangarde u nacističkoj Njemačkoj⁷ ili izložba za najmlađe *Vrijeme letenja Barbike*⁸ itd. U Velikoj Britaniji popularan je muzej *Cadbury World: the Chocolate Experience* (Burnvill kraj Bringham)⁹, gdje se pored muzejskog postava mogu kupiti čokolade po znatno nižim cijenama. *Le musée en herbe* u Parizu (Francuska) priređuje izložbe posvećene djeci (umjetničke i znanstvene) koje se zasnivaju na igri i humoru i razvijaju senzibilitet znatiželje i kreativnosti kod djece.¹⁰ Ovakve izložbe i postavi, kako obrazovnog, tako i zabavnog karaktera, osiguravaju veći broj posjetitelja. Zbog toga je od osobite važnosti njihovo osmišljavanje.¹¹

Informativni materijal namijenjen posjetiteljima

Suvremeni postav podrazumijeva i pažljivu prezentaciju, ne samo idejno i u načinu postava, već se to odnosi i na informativni dio kao što je pisani tekst vezan uz izložbu, bilo da su to nazivi muzejskih izložaka, informativne table, objašnjenja, obavijesti i sl.¹² Pored tekstova pisanih na brajlovom

pismu namijenjenih slabovidnim i slijepim posjetiteljima, informacije se sve češće i zvukovno oblikuju.

Od velike su važnosti i pisani vodiči namijenjeni različitim starosnim i interesnim grupama. Različito se pišu tekstovi namijenjeni stručnjacima od onih namijenjenih turistima ili pak tekstovi za mlađi uzrast. Posljednjima su namijenjeni i posebni pedagoški materijali koji se, ovisno o temi i dobi djece, različito oblikuju. Često se tiskaju prigodne slikovnice¹³, igrice¹⁴, radni listići najrazličitijih oblika, ali se objavljuju i multimedijalne aplikacije. Cilj je da se građa muzeja pedagoško-didaktički obradi i na taj način predstavi i približi različitim tipovima publike i istovremeno aktivno uključi u spoznavanje teme koja se obrađuje.

Događanja u muzeju

Od posebne je važnosti osmišljavanje događanja u muzeju te informacije o njima. Radionice za djecu i odrasle postale su sastavni dio organizacije edukativne djelatnosti. Kao sjajan primjer za to može nam poslužiti program *Didactica* Musei Civici u Padovi (Italija).¹⁵ Izdanje programa estetski je nezanimljivo (fotokopija), ali je sadržajno bogato. Program muzeja pripremljen je za građane i za škole.

Za građane

— večeri s predavanjima na određenu muzejsku temu uz prigodni koncert

— radionice i predavanja iz arheologije te stručni posjet kulturnim spomenicima grada u suradnji sa Sveučilištem u Padovi

— za članove Društva prijatelja muzeja organizira se serijal predavanja iz povijesti umjetnosti

— organiziraju se tzv. — matineje za sjećanje — na kojima se, na primjer, obilazi najstariji samostan Padove i upoznaje se s njegovim svakodnevnim životom kroz stoljeća

— organiziraju se i popularna predavanja iz povijesti umjetnosti koja završavaju izletom u neki od venecijanskih muzeja.

Za škole

— predavanja koja se uklapaju u školski program

— predavanja na temu muzeologije, arheologije, umjetnosti, kulturnih spomenika, medaljarstva i numizmatike

— serija radionica za učenike

— posebni programi načinjeni u suradnji sa sveučilišnim profesorima, a uključeni su u edukativne projekte UNESCO-a...

Ovakve i slične programe muzeji izdaju mjesečno, kvartalno ili godišnje, što ovisi o veličini muzeja, brojnosti aktivnosti te o publici kojoj su namijenjeni. Među stručnim pro-

gramima koji su ilustrirani s programom Musei Civici u Padovi (Italija): muzeji uključuju i

Zabavni programi:

— proslave rođendana, promocije, jubileje ili vjenčanja

— organiziraju za slavljenike posebna vodstva po muzeju

— organiziraju s muzejskom kavanom tematsku gastronomsku zakusku — organiziraju se i specijalna vikend vodstva po muzeju;

Posebni programi:

— priređuju se za posjetitelje s posebnim potrebama — slabovidne i slijepe, distrofičare i dr. — posjet muzejima i radionicama. Za njih se osiguravaju parkirališta, hodni pristup prostorima, kao i specifično uređeni toaleti i kavanae

— za porodice — organiziraju se kraća vodstva po muzeju, radionice i sl., vodeći računa o uključivanju porodice u cjelinu. U tom smislu Muzej osigurava ono što je potrebno takvoj publici — u kavanama je posebna ponuda za djecu — slatkiši, grickalice, piće i dr., u toaletima se uređuje kutak za presvlačenje male djece itd.¹⁶

Iz predočenih primjera može se reći da su muzeji postali atraktivna, neobična, ali i vrlo ugodna mjesta. Tomu, osim samog muzeja, doprinosi i kulturna politika na razini država. Tako su npr. u Sjedinjenim Američkim Državama muzeji dostigli nevjerojatnu popularnost kao mjesta gdje se provodi slobodno vrijeme stajući uz bok sa sportskim zabavama. Za Amerikance je muzej mjesto gdje djeca nastavljaju učenje, ali su istodobno i mjesto izazova za odrasle.¹⁷

* * *

Suvremeni pristup posjetiteljima u muzejskoj praksi Hrvatske

U kontekstu novina koje se događaju u muzejskoj praksi, Hrvatska ne zaostaje potpuno. Ne možemo biti zadovoljni, no ne možemo ni osporiti nastojanja naših muzealaca da slijede suvremena stremljenja. Ovom prigodom istaknula bih samo neke edukativne projekte kako bi se dao pregled aktivnosti hrvatskih muzeja.

Tehnički muzej posljednjih godina ima uvjerljivo najviše posjetitelja. Taj muzej nema interaktivnih izložaka koji privlače posjetitelje, kao što je to u mnogim istovrsnim muzejima u svijetu, a zabilježeno je više od 60 000 posjeta. Nadalje, izdvaja se Muzej za umjetnost i obrt s nizom zanimljivih i marketinški sjajno osmišljenih izložbi. Među inima, nedavno je održana izložba *Don't worry, be healthy!*, koja je pobudila veliku pozornost javnosti. Ta interdisciplinarna i multimedijaska izložba plod je suradnje muzeja MUO-a, tvrtke Belupo i Dizajn studija Rašić. Izložba je osmišljena tako da se prije svega prikaže cjelovito marketinško djelo jedne

tvrtke koja je predstavila nekoliko svojih proizvoda — bezreceptnih lijekova. Oni su predstavljeni u jednom pažljivo dizajniranom i iskonstruiranom izložbenom prostoru, tako da je posjetitelj imao višestruki doživljaj, i to ne samo vizualni, već i glazbeni i kinetički. Oblikovan je poseban ugođaj prostora koji je provocirao emotivno raspoloženje posjetitelja.

Sljedeći zanimljiv primjer jesu edukativni projekti zagrebačkih muzeja. Njihov pokretač bio je Muzejski dokumentacioni centar, koji je pod vodstvom Želimira Laszla i suradnice Tončike Cukrov, potaknuo na realizaciju dvije edukativne nagradne igre.¹⁸ Cilj tih projekata bio je poticanje individualnog dolaska djece i mladeži u muzej. Zagrebački muzeji, njih 15, okupili su se u 1996. oko projekta *Što je u muzeju oduševilo profesora Baltazara?* (vodio ga je Želimir Laszlo iz MDC-a) te u 1997. oko projekta *Cvijet* okupilo se 19 zagrebačkih muzeja (vodila ga je prof. Mila Škarić iz Arheološkog muzeja u Zagrebu). Ideja projekta nastavila se i idućih godina te su slijedili projekti: 1998. — *Put pod noge* (vodila ga je Vesna Leiner iz MGZ), 1999. — *Od ... do* (vodila ga je Elizabeta Serdar iz HŠM), 2000. — *2000* (vodila ga je Željka Jelavić iz Etnografskog muzeja Zagreb) i 2001. — *Jačajmo se* (vodio ga je Zdenko Jajčević, Hrvatski športski muzej). Projekt se nastavlja i u 2002. godini pod nazivom *Kuća*. Broj muzeja sudionika s vremenom se povećava, tako da se od 1999. u igru uključuju muzeji iz Krapinsko-zagorske županije, od kojih je *Muzej Staro selo Kumrovec* u 2002. glavni koordinator igre.

Namjera tih projekata bila je, kao što je rečeno, poticanje na individualni dolazak u muzej djece i mladeži, ali i omogućavanje uvida u brojnost i raznolikost muzeja te upoznavanje s njihovom građom. Osmišljavanje vedrih izložbi na određenu temu i aktivnosti vezanih uz njih trebalo je u mladim posjetitelja potaknuti, kako znatiželju, tako i istraživački duh. Njihov posjet na kraju je i nagrađen ako su uspjeli obići određen i broj muzeja (10) koji su sudjelovali u igri, i to na završnoj svečanosti i nagradnom izvlačenju upriličenom za Međunarodni dan muzeja (18. svibnja).¹⁹

Analizirajući rezultate ovih edukativnih muzejskih igara muzeja Zagrebačke i Krapinsko-zagorske županije zaključujemo da je u njima sudjelovao veći broj djece osnovnoškolske dobi kojima je bio namijenjen. Za muzeje to je sjajan statistički podatak, jer do organiziranja ovih edukativnih igara u muzejima nije bilo značajnijeg individualnog posjeta djece.²⁰ U projektu *Cvijet* bila su uključena i djeca s poteškoćama u razvoju te djeca iz Specijalne bolnice za probleme dišnih organa u Zagrebu. Takav trend nastavio se i u sljedećim projektima. Ove su igre inspirirale i druge muzeje te su osmišljavali slične projekte.²¹

Muzeji sudionici ovih edukativnih igara izdali su za potrebe svojih posjetitelja nekolicinu publikacija namijenjenih djeci²², kao što je muzejska slikovnica *Priča iz pčelinjeg grada* u izdanju Tehničkog muzeja (1997.). Raznoliki radni listići nastali uz projekt *Cvijet* vrlo su maštovito izrađeni, a posebno se to odnosi na radnu knjižicu — *Od cvijeta do cvijeta po Strossmayerovoj galeriji*.

Novina u muzejskoj pedagogiji Hrvatske su veseli vodiči za djecu kao što je to *Šalabahter* — vodič Muzeja za umjetnost i obrt. U Arheološkom muzeju u Zagrebu ulogu vodiča za djecu preuzeo je simpatični lik Arhimir za kojeg je izrađena mapa s odjećom iz različitih povijesnih razdoblja (od prethistorije do srednjeg vijeka). Arhimiru se pridružuje Herald u Hrvatskome povijesnom muzeju koji vodi najmlađe po Heraldčkoj zbirci.

U posljednje vrijeme realizirali su se i drugi edukativni projekti na drugačijim osnovama za različitu publiku, kako za djecu i mladež, tako i za osobe s posebnim potrebama ili za osobe treće životne dobi, kao i za one koji žive u socijalnim ustanovama.²³ Uz zanimljive radionice i performanse u muzejima je sve prisutnija multimedija. Ona se koristi u svrhu edukativnih igara vezanih uz izložbe, ali i u cilju prezentacije izložbe i muzeja elektronskih vodiča.

Posljednji zanimljiv primjer u okviru ovog izlaganja tiče se izložbe *Muzej koji se skrio* i promocije edukativne knjige i CD-a istog naslova. Oni su rezultat višegodišnjeg rada udruge *Heureka*, koja već dulje vrijeme realizira različite projekte u svrhu promocije ideje Dječjeg muzeja. Cilj izložbe bio je da se problematika muzeja na interaktivan način predstavi ciljanoj publici — djeci. Izloženi predmeti dijelom su poklon djece, dijelom umjetnika, a dio je posuđen iz zbirke obuča *Childrens' museum*-a u Bostonu. Uz to, bilo je i izložaka koje su poklonili sami muzeji... Ovakva izložba prva je takve vrste kod nas i nadajmo se da će, uz podršku i kvalitetnu razradu projekta, voditi osnivanju jednog atraktivnog muzeja namijenjenog djeci.

Zaključak

Muzeji posljednjih godina mijenjaju način rada jer je u sadašnjem društvu njihova opstojnost postala upitna. Stoga se muzeji koji žele i dalje sudjelovati u životu svoje okoline mijenjaju, postajući kao takvi dobrobit društva na socijalnom, kulturnom, ekonomskom i političkom planu. Takvi muzeji pripadaju nekoj drugoj generaciji muzeja koji su u trendu sa suvremenim ukusom.²⁴ Uklapanjem u suvremene tokove muzej prije svega postaje komunikator te poslovi koji se odnose na publiku i odnose s javnošću postaju važan segment muzejske djelatnosti. Doprinos tomu daje i marketinška služba koja je prestala biti ograničena na izdavaštvo i odnose s javnošću. Nova osnova rada zasniva se na moći informacije, koja kazuje što se, kada i gdje događa i na uspostavljanju aktivne i atraktivne veze između predmeta koji se »konzumira« i publike.

Projekti naših muzeja idu u smjeru osuvremenjivanja pristupa publici kao što je to sa zajedničkim edukativnim nagradnim projektima muzeja Zagrebačke i Krapinsko-zagorske županije. U kontinuitetu je realizirano 5 projekata; kao rezultat suradnje više muzeja to je jedini takav primjer u svjetskim razmjerima (sličan tip projekata simultano je realiziran u Austriji i SAD-u). Visoko su valorizirani i od strane stručnjaka,²⁵ ne samo zbog svog edukativnog i zabavjačkog ka-

raktera, već i zbog svog inovativnog pristupa publici, koja svojim dolascima u muzej podržava te projekte.

U hrvatskim muzejima sve su prisutnije radionice različitog karaktera namijenjene širem krugu posjetitelja, od djece do osoba starije dobi, kao i osoba s posebnim potrebama. No, one su još uvijek ograničene na manji broj muzeja koji ih organiziraju. Uglavnom ti isti muzeji razvijaju i drugačije pristupe izlaganju te sve češće priređuju izložbe s elementima interdisciplinarnog i multimedijalnog. Jedan takav izuzetan primjer je izložba *Don't worry, be healthy!* organizirana u MUO, a nastala kao plod suradnje Muzeja, tvrtke Belupo i Dizajn studija Rašić.

Muzejska publika, kako u Hrvatskoj, tako i drugdje, najbolji je kritičar muzeja, odnosno izložbi. Što to danas znači? O izboru metode kojom se potiče komunikacija između izložbenog i posjetitelja ovisi prezentacija kvalitete izloženog materijala. Poželjno je da je suvremena, ali prije svega treba biti razumljiva, zanimljiva i pristupačna na način da zainteresira posjetitelja na dolazak u muzej i da ostvari dojam potrebe za ponovnim dolaskom.

Bilješke

1
E. Hooper-Greenhill, *Museums and their visitors*, London & New York, 1994., str. 35.

2
E. Hooper-Greenhill, *Museums and their visitors*, London & New York, 1994., str. 1.

3
Npr. *Technorama*, Winterthur, Švicarska i dr.

4
Prvi takav muzej otvoren je u Velikoj Britaniji 1992. **E. Hooper-Greenhill**, nav. dj., str. 18.; Nama najbliži takav muzej, čiji počeci također sežu u 1992., je *Otroški muzej* u Celju, Slovenija. Muzej je sastavni dio *Muzeja novije zgodovine* Celje.

5
E. Hooper-Greenhill, nav. dj., str. 78.

6
Nav. dj.

7
Izložba *Degenerativna umjetnost* — borba avangarde u Njemačkoj (1991.-1992. Washington & Berlin) pobudila je ogromno zanimanje američke i njemačke javnosti. To je rekonstruirana izložba iz 1937.-1941. održana u Münchenu. *Curator the museum journal*, br. 40/2, 6/1997., str. 127-142.

8
Flight time Barbie, National Air and Space Museum, Smithsonian Institution u Washingtonu, 1995., *Curator the museum journal*, br. 40/1, 3/1997., str. 56-68.

9
E. Hooper-Greenhill, nav. dj., str. 31.

10
S. Girardet et C. Merleau-Ponty, *Portes ouvertes: les enfants*, Musée en Herbe, Pariz, 1994.

11
Pored organizacijskih i tehničkih korektnosti, važno je usjeti humor i u način postava, i to ne samo na izložbama s kulturološkim temama, već i prirodoslovnim. »De l'humor au musée...«, *La lettre de l'Ocim*, 54/1997., str. 28-30.

12
E. Hooper-Greenhill, nav. dj., str. 115-139.

13
F. Dürr Reinhard, K. Katze, Bündner Kunstmuseum Chur; **S. Girardet et C. Merleau-Ponty**, Nestor Salas, *L'art de Léonard*, Réunion des Musées Nationaux, 1994. itd.

14
Bilderspiel mit Motiven des Bündner Künstnerr Giovanni Gicometti (1868-1933), Bündner Kunstmuseum, Chur.

15
Program *Didactica* Musei Civici Padova, 1995., Padova.

16
E. Hooper-Greenhill, nav. dj., str. 101-103.

17
Museum News, March/April 1998., **John H. Falk**, *Visitors — Who Does, Who Doesn't, and Why*, str. 38-40.

18
Više o projektima vidi u temi broja IM 28 (1-4).

19
Više o igrama vidi tekst Ž. Laszla i M. Škarić u istom broju IM (op. a.).

20
Iz izvještaja Hrvatskog povijesnog muzeja koji je prof. J. Jeličić, autor igre *Što je u muzeju oduševilo profesora Baltazara?* u istom muzeju, napisao po njenom završetku.

21
I ribe se ? (I ribe se pitaju) projekt je organiziran u Splitu (1997.-98.), u Našicama je načinjena u eksperimentalnom obliku (1997.). Pri prezentaciji edukativnih projekta MDC-a T. Cukrov organizirala je slične igre za studentsku populaciju seminara *Pharos — antička kultura hrvatskog Sredozemlja* — Stari Grad 1996. i za nastavnike i učitelje Vijeća Europe na seminaru *Heritage — a Way to Live Europe* — Stari Grad 1997.

22
Brojni muzeji prilikom svojih edukativnih projekata izrađivali su radne listiće, a Galerija Matije Skurjenija mali vodič i igru po Novim dvorima, Zaprešić.

23
Kao što je to projekt *Pamtimo povijest i kulturu* Pedagoškog fakulteta u Puli i Arheološkog muzeja Istre (1992.), zatim izložba za slijepe i slabovidne *Dodirom u prošlost* autorice Mile Škarić iz Arheološkog muzeja u Zagrebu (1996.), edukativni projekt organiziran prigodom izložbe *Kartografij, geognostičke projekcije za 21. stoljeće* koju je priredio Muzej suvremene umjetnosti (1997.) te edukativni projekt uz izložbu *Arhitektura secesije u Rijeci* Moderne galerije u Rijeci (1997.) itd. Gotovo bi se za sve edukativne projekte moglo reći da su od velike vrijednosti, bilo da se radi o uobičajenoj redovitoj suradnji muzeja i prosvjetnih institucija, o organiziranju likovnih radionica za mladež i odrasle ili drugim oblicima, jer oni doprinose uključivanju baštine, pa prema tome i muzejske građe, u obrazovni proces. U tom smislu valjalo bi pohvaliti i pojedince u školama koji u svojoj nastavi unose dinamiku i sadržaje čine realnijima. Ovo posljednje posebno se odnosi na one koji su

uključeni u UNESCO-v projekt *Sudjelovanje mladih u očuvanju i promicanju svjetske baštine*.¹

24

Ivo Janusek govori o četiri generacije tehničkih muzeja u tekstu *The Context museum: integrating science and culture*, objavljenom u: *Museum International*, no. 208, no. 4, 2000., str. 22-23.

25

Projekti su predstavljeni na godišnjim konferencijama ICOM-ova Komiteta za kulturnu akciju i edukaciju CECA — u Beču 1996. i Riu de Janeiru 1997.

Summary

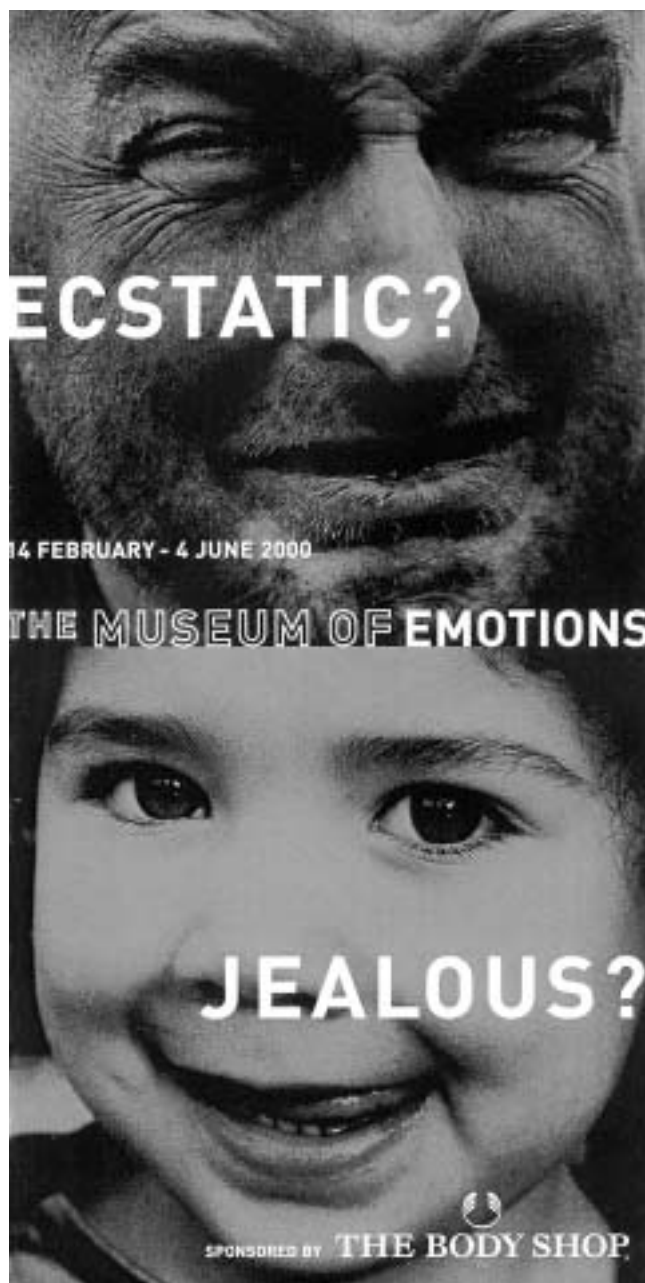
Tončka Cukrov

Innovation and Museum Visitors

The world trend of democratisation, which has reached Croatia, as well as the technological progress and the rise of standard of living, exert an ever greater pressure upon museums in order to change them in accordance with general needs. Such museums belong to a new generation, they have adapted to the modern taste: they are characterised by an approach to exhibition that presupposes attractiveness — exhibits are presented in an interactive and multimedia way. The most recent ways of presentation include interdisciplinarity, which means that the museum exhibits are presented in a broader context and are sometimes of varied character and provenance.

Children are generally the greatest visitors of museums, which is why special attention should be paid to them. The basis for educational projects, which target above all children, though they remain useful for other layers of population, can be found in the new, pedagogical/didactic approach, in which the importance of personal experience as the most valuable form of acquiring information and knowledge is particularly accentuated.

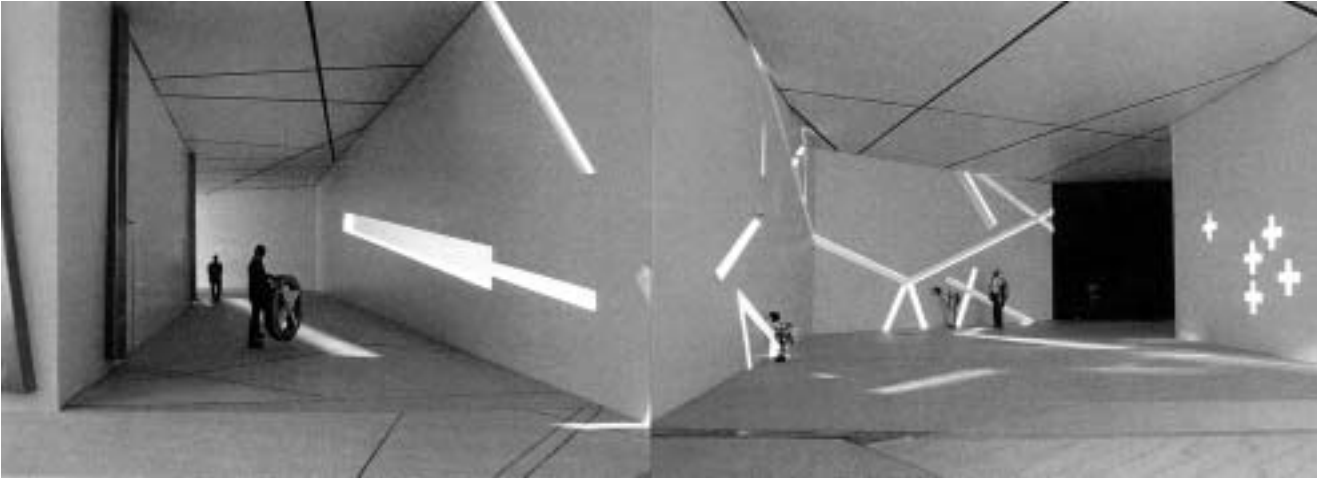
Modern types of educational projects in museums, which target children or other groups of visitors, are increasingly present in Croatian museums. For the children, the attractive visit of Zagreb museums began with the awarded educational project »What did Professor Balthasar Particularly Like in the Museum?«, which was created in 1996 by Museum Documentation Centre. The idea behind the projects organised in the following years: »Flower«, »On the Road, All Roads Lead to Rome«, »From... To«, »2000«, and »Let's Get Stronger«, was to promote individual visits to the museum. The museums that participated in the game were encouraged to present their programmes in a different way, to organise educational thematic exhibitions for targeted audiences, etc. The result was an increase in number of visitors and, still more important, the museum has won new »friends«. It was one of the many steps that museums should make in order to justify their existence and to bring national heritage closer to the common man.



The Museum of Emotions, London, 2000., Velika Britanija.

Nagrada muzejska edukativna igra zagrebačkih muzeja i muzeja Zagrebačke županije, *Što je u muzeju oduševilo Baltazara?*, 1996., Zagreb.





Jüdisches Museum u Berlinu, stalni izložbeni prostor.



Učenje o hiper svijetlećoj leći iz 1885., dizajn Messrs D & T. Stevenson, National Museums of Scotland, Edinburg, Velika Britanija.



Don't worry, be healthy!, Muzej za umjetnost i obrt, 2001., suradnja MUO-a, tvrtke Belupo i Dizajn studija Rašić, foto: Damir Fabijanić.



Edukativni katalog *Od cvijeta do cvijeta po Strossmayerovoj Galeriji*, uz nagradnu muzejsku edukativnu igru zagrebačkih muzeja i muzeja Zagrebačke županije *Cvijet*, 1997.

The Discovery Room, Izložba: *Discovering Japan*, Royal Museum of Scotland, Velika Britanija.

