

# Živio muzej!

Muzeji već duže vrijeme nisu pusta mjesta u koje zalaze školske ekskurzije. Njihov "tihi rad" - prikupljanje, valorizaciju, zaštitu i obradu građe - danas nadopunjuju predstave, kokteli, multimedijalna događanja i interaktivni servisi. O svojoj složenoj i dinamičnoj profesiji govore troje ravnatelja zagrebačkih muzeja

## Božica Škulj: Kemija na pozornici

Božica Škulj po matičnoj je vokaciji inženjer biologije, ali njezin se otac, kaže, bavio slikarstvom tako da je odmalena bila na neki način bliska i umjetnosti i muzejima.

U Tehnički muzej došla je stjecajem okolnosti, ali je uskoro tamo otkrila prostor u kojem se može baviti područjem koje ju zanima. Staklene košnice u Muzeju njezin su projekt, još

iz dana dok je bila kustos, a također njezina je ideja i program posjeta Nuklearnoj elektrani Krško u koji se odlazi svake srijede. - Odaziv je fantastičan, najčešće se prijavljuju srednjoškolci i studenti, podjednako oni koji su "protiv" i "za" nuklearku. Posjetitelje anketiramo prije i nakon posjete elektrani. A bez obzira bili "za" ili "protiv" ono što vas mora fascinirati prilikom posjete nuklearki je sam pogon, upravljanje elektranom, visoki stupanj sigurnosne kontrole ulaska, tehničko obrazovanje ljudi, disciplina, sigurnost, red, rad.

Projekt posjeta financira *Hrvatska elektroprivreda*, a najveći su sponzori ostalih projekata u Muzeju, ZET, *Gredelj*, *Končar*, Privredna banka, Zagreb osiguranje, Croatia osiguranje, dodaje Božica Škulj. Osim po tematskoj bliskosti po kojoj sponzori biraju projekt, oni dobivaju od Muzeja i prostor za svoje prezentacije i aktivnosti. - U Bečkom se muzeju organiziraju noćenja i rođendani. Svagdje je došlo do "otvaranja" i promjene u načinu rada muzeja. Nije dovoljno predmete samo vizualno doživljavati, po stroгом principu "ne dirati". Tehnički muzej organizira tako izložbe u kojima posjetitelji izravno sudjeluju, a ako postoji opasnost od oštećivanja originala, stavljaju se vjerne kopije.

- Na izložbi deset kemijskih pokusa imali smo tako priručni laboratorij, u kojem su studenti PMF-a izvodili pokuse, a uz teatralni nastup kostimiranog voditelja projekta, bila je to u stvari svojevrsna predstava. Na našoj posljednjoj izložbi "4 fizike" interaktivnost je omogućila posjetiteljima da sami izvode pokuse, slijedeći pismena objašnjenja. To je unijelo posebnu živost, zanimljivost i kvalitetu prezentacije te uveliko pridonijelo lakšoj spoznaji



osnovnih zakona fizike. Izložbu i stalni postav Muzeja posjetilo je u dva mjeseca 24.000 posjetitelja. Došlo bi ih vjerojatno i više, ali kapacitet izložbenog prostora Muzeja i broj pokusa bio je ograničavajući faktor.

- Svako događanje u Muzeju posebno s interaktivnim sadržajem plijeni posebnu pozornost posjetitelja. Imidž koji gradi Tehnički muzej upravo je spoznavanje tehnike i kroz "igru", možemo to i nazvati praktičnim obrazovanjem u jednom širem smislu, a svakako popularizacija tehničkih znanosti što je, uz "tihi rad muzeja" prikupljanje, valorizaciju, zaštitu i obradu građe, u stvari i razlog postojanju muzeja, a bitno je da muzej "zna" razlog svog postojanja i opravdava ga brojem posjetitelja. - Dobri programi i bolja valorizacija kroz posjetu upravo je ono što bi i moglo unaprijediti suradnju muzeja i sponzora odnosno promijeniti oblike financiranja u kulturi. Drugi segment je naravno dugoročna strategija razvoja ne samo našeg Muzeja već naše kulture uopće - objašnjava Božica Škulj.

U ljepši dio ravnateljske profesije Božica Škulj ubraja međunarodnu suradnju: - Mi nudimo uvijek ono što drugi nemaju, a za Tehnički muzej to su: izumi Nikole Tesle, Slavoljuba Penkale, Fausta Vrančića. Tehnički muzej je član međunarodnog savjeta muzeja ICOMA, član međunarodnog komiteta tehničkih muzeja CIMUSETA, a sa Srednjoeuropskom unijom Tehničkih muzeja radi na izdanju leksikona poznatih izumitelja.

### Damodar Frlan: Muzej ne treba biti Disneyland

Frlan Damodar nakon našeg je razgovora jurio na dogovor s gradonačelnikom talijanskog grada Sutrio, vezano, rekao je, uz program Interreg III B Cadeses u kojem članica Europske unije treba naći partnera među državama kandidatima za Europsku uniju. - Riječ je o jednoj prigodnoj božićnoj izložbi, u kojoj ćemo sudjelovati zajedno sa Slovencima, Austrijancima i drugima, a suradnja će se proširiti i na neke talijanske muzeje, što će vjerojatno značiti i znanstvenu, stručnu suradnju, a i razmjenu izložbi - komentirao je Damodar Frlan.

Ravnatelj Etnografskog muzeja bio je isprva kustos zadužen za programe izvaneuropske kulture, a još uvijek se bavi i tom aktivnošću, s tim što je poratnih godina ipak više programa bilo vezano uz domaću baštinu, što je zbog okolnosti, kaže, naravno i logično.

Svi programi osim što odlaze na natječaj Gradskom uredu za kulturu i Ministarstvu

financija i tako se financiraju, traže i sponzore među velikim korporacijama. - Prihodi od sponzora Etnografskog muzeja kao što su Croatia osiguranje i *Pliva* čine 8 % od ukupnog financiranja muzeja i to je rast u odnosu na prošle godine - komentira Damodar Frlan.

Sponzori najčešće imaju dodirne točke s temom izložbe i logično ih je i tražiti po tom ključu, iako oni rado biraju ono što će sponzorirati i po tome kako je uređen koji prostor, pa rado odlaze u novouređene muzeje poput Mimare i Muzeja primijenjene umjetnosti, u kojima ima više glamura. Zauzvrat muzeji nude svoj prostor za promociju proizvoda određene tvrtke, koktel partije, pa je tako i u Etnografskom muzeju priređeno nekoliko takvih domjenaka.

- Najbolje bi bilo kada bi se osmislio sistem kao u Velikoj Britaniji, gdje se muzeji financiraju iz prihoda državne lutrije. Kada je donesen takav propis, nastao je pravi procvat muzeja, preuređeni su, adaptirani, osmišljeni su novi programi. - Inače, devedesetih se desio veliki bum muzejske aktivnosti i u Europi i u Americi, ali je zatim došlo do određenog zasićenja - dodaje Damodar Frlan. - Možda su planovi bili ipak pretjerano ambiciozni, strahovito se puno ulagalo, a interes publike i prihodi poslije, nisu opravdavali uložena sredstva. I u našem je



muzeju usmjerenje na posjetitelja, jer uostalom, on kao porezni obveznik na neki način i financira Muzej. Od 15.000 posjetitelja, koliko prosječno posjeti Etnografski muzej, najveći dio je školskog uzrasta ili dolaze cijele obitelji, dok se pojedinačni odrasli posjetitelji vežu uz pojedine programe, već prema temama. Damodar Frlan se slaže da muzeji trebaju biti živi i otvoreni, ali da u tome ipak treba biti donekle oprezan. - U misiji da muzej treba imati sve moguće kako bi se privukli posjetitelji ponegdje se išlo i u ekstremna rješenja, pa tako u Americi primjerice Disney pokušava kao sponzor na neki način ući u muzej i u tom primjeru je stvarno realna opasnost pretvaranja muzeja u Disneyland. Takav način naravno može ići na uštrp znanstvene misije muzeja. U muzejskoj aktivnosti na ovim prostorima takvo je što ipak malo moguće, jer mi smo u srednjeeuropskoj tradiciji, s prošlim utjecajima Njemačke i Austrije, kod kojih je stručno istraživanje, znanstveni aspekt muzeja svetinja i pridonosi zapravo ugledu muzeja.

### Vladimir Maleković: Muzej je živ

Nekadašnji novinar *Vjesnika*, likovni kritičar i kustos, Vladimir Maleković došao je u Muzej primijenjene umjetnosti na godinu dana. - Kada

sam dolazio u Muzej na godinu dana, kako bih učinio nešto i na obnovi zgrade i njezinih programa nisam ni slutio da ću ostati tamo slijedećih 20 godina. Imao sam, poput mnogih, predrasudu da su Muzeji mrtve institucije i da meni više odgovara živahna atmosfera redakcije. Muzej je međutim "živ", pogotovo MUO, koji je sa svojih 32 dvorane stalnog postava i 15 dvorana povremenog, velik i u svjetskim razmjerima. Ima preko 7000 predmeta, dvadesetak zbirki koje bi bile najveći muzeji te vrste u Hrvatskoj, kada bi se osamostalile. Posao ravnatelja je, pogotovo zato jer se radi o toliko velikom Muzeju, vrlo usložnjen. - Ako se osim administrativnih stvari želite baviti i projektima, organizirati izložbe, pisati predgovore, raditi na organizaciji drugih programa, promocija i koncerata, rad traje cijelo vrijeme i traži totalni angažman - kaže Vladimir Maleković.

Publika muzeja, njih u prosjeku 35.000 godišnje, vrlo je heterogena što je Muzej i želio postići. Osim što dolazi prepoznavajući vlastite afinitete vezane uz pojedine teme prepoznaje i velike kulturne projekte kao što su primjerice oni "Kultura Pavlina u Hrvatskoj", "Bidemajer u Hrvatskoj" kada dođe najviše posjetitelja. Po uzoru na sve veće europske muzeje, MUO je otvoren za sve vrste događanja u Muzeju, ima ljetnu kazališnu terasu, promocije, kreativne radionice, multimedijalan je, komentira Vladimir Maleković. Posjetitelj, primjerice, na računalu, u predvorju, može pronaći određeni predmet i put do njega. Sve ovo čini Muzej privlačnim sponzorima. Za realizaciju programa Muzej dobiva čak 2/3 sredstava iz sponzorstva, kompanija kao što su *Olympus*, *Pliva* i *Belupo*. - Za to je zaslužna i izvršna propaganda i marketinška služba koju vodi Vesna Jurić Bulatović - dodaje Vladimir Maleković. Suradnja Muzeja i sponzora uvijek je dvosmjerna. Sponzorstvo se više ne gleda kao na "fehtanje love". Sponzori dobivaju prostor, dio sredstava im se vraća putem međunarodne suradnje Muzeja. Uvijek je riječ o obostranim interesima.

Mnogo bi se na poboljšanju stanja u kulturi moglo učiniti obrazovanjem i odgojem "dobrog ukusa", stvaranjem afiniteta za duhovne i umjetničke vrijednosti. Kako su škole opterećene programima, događa se primjerice da gimnazijalci prođu kroz cijelo školovanje, a da nisu posjetili muzej. Mi radimo na tome da se to promijeni.

Tekst: Dina Ivan  
Fotografije: Jasenko Rasol

