

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FILOZOFSKI FAKULTET

Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti

Katedra za muzeologiju

OBLIKOVNI ELEMENTI IZLOŽABA
IZ PERSPEKTIVE OSOBA S INVALIDITETOM

Diplomski rad

Mentor: Prof. Dr. Sc. Žarka Vujić

Student: Ivana Vinko

Zagreb, 2017.

Sadržaj

UVOD	3
1. MUZEJSKA IZLOŽBA	4
1.2. Priprema izložbe.....	4
2. OBLIKOVANJE MUZEJSKE IZLOŽBE	7
2.1. Oblikovni elementi izložbe	8
2.1.1. Orijehtacija i organizacija	8
2.1.2. Okoliš izložbe	11
2.1.3. Ritam	13
2.1.4. Osvjetljenje	14
2.1.5. Boja	15
2.1.6. Materijal ili tekstura	16
2.1.7. Vitrina – simbol muzejske izložbe.....	16
2.1.8. Predmeti i odnos prema predmetima	18
2.1.9. Grafički elementi.....	19
2.1.10. Modeli	22
2.1.11. Vizualni i novi mediji.....	23
2.1.12. Računalo kao element izložbe.....	24
2.1.13. Legende	24
3. POSJETITELJI	26
3.1. Posjetitelji s invaliditetom.....	27
4. OBLIKOVNI ELEMENTI IZLOŽABA IZ PERSPEKTIVE OSOBA S INVALIDITETOM	28
4.1. Orijehtacija i organizacija iz perspektive osoba s invaliditetom	28
4.2. Okoliš iz perspektive osoba s invaliditetom	29
4.3. Dodir	31
4.3.1. Taktilna percepcija kod slijepih.....	32
4.4. Boje, svjetlost i tekstura iz perspektive osoba s invaliditetom	34
4.5. Predmeti	35
4.6. Grafički elementi iz perspektive.....	35
osoba s invaliditetom.....	36
4.7. Modeli	36
4.8. Nove tehnologije	36
4.9. Legende.....	37
4.10. Publikacije.....	37
5. ZAKLJUČAK	39
6. LITERATURA	40
7. DODATNI IZVORI:	41

Uvod

Neki od ciljeva muzejske izložbe su prezentiranje određene poruke, omogućavanje određenog iskustva, obrazovanje u neformalnom okolišu. Oni su neostvarivi bez posjetitelja koji će te poruke primiti i apsorbirati. No, postoje različite vrste posjetitelja kojima se izložbe moraju prilagoditi kako bi i oni ravnopravno mogli sudjelovati u svemu onom što izložba nudi. Jedna od takvih osjetljivijih skupina su posjetitelji s invaliditetom. Za njih su potrebne prilagodbe od pristupačnosti cijeloj zgradi muzeja, do same muzejske izložbe čiji se pojedini elementi mogu prilagoditi kako bi u posjetitelju izazvali očekivani odgovor. O tim će prilagodbama biti riječi u ovom radu.

Prvi dio rada govorit će o pojmu muzejske izložbe, njezinoj pripremi te općenito o oblikovnim elementima. Držat ću se elemenata obrađenih u okviru predavanja na kolegiju Muzejske izložbe prof. Žarke Vujić.

U drugom dijelu rada također će se govoriti o oblikovnim elementima muzejske izložbe, ali ovoga puta iz perspektive osoba s invaliditetom. Bit će navedene prilagodbe svakog pojedinog elementa kako bi izložba bila što pristupačnija. Najviše ću se koncentrirati na oblikovanje izložbe slijepim i slabovidnim osobama jer i sama pripadam toj populaciji, no, navest ću i prilagodbe nužne posjetiteljima s drugim vrstama invaliditeta.

Uglavnom ću se oslanjati na vlastito iskustvo stečeno pri posjetu muzejskim izložbama, ali i navesti neke primjere iz literature koji se bave osobama s invaliditetom.

1. Muzejska izložba

Muzejska izložba je glavni oblik muzejske komunikacije kojom se uspostavljaju komunikacijski procesi između posjetitelja i predmeta koji čine izložbu. Ti predmeti, uz pomoć muzeografskih pomagala, formuliraju poruku koju prenose posjetitelju. Kako bi poruku uspješno primio, posjetitelj mora biti otvoren prema novim znanjima i iskustvima koja mu izložba pruža, ali i imati naznačeno stanovište prema stvarima čije poruke želi konzumirati. Pomoću izložbe muzej prezentira društvenoj i kulturnoj javnosti poruke sadržane u muzejskim predmetima. Muzejska izložba ovisi o materijalu kojim muzej raspolaže, a relevantna je u pogledu vremena u kojem nastaje i prostora u kojem se zbiva. Ona je oblik muzejskog komuniciranja izlaganjem i interpretacijom muzejskih predmeta.¹

1.2. Priprema izložbe

Postavljanje muzejske izložbe zahtijeva detaljnu kvalitetnu pripremu. U njoj sudjeluje muzejsko osoblje, kustosi, dizajneri te ostali koji mogu doprinijeti uspješnosti izložbe. Postupak pripreme uključuje nekoliko faza.

Kao prvo, važno je da se prepozna **potreba za postavljanjem izložbe**. Ona se može javiti kao ideja pojedinca ili na prijedlog posjetitelja. Povod može biti i darovana zbirka koja se želi predstaviti publici ili pak obilježavanje neke važne obljetnice.

Početni prijedlog uključuje potrebe i načine na koje će ih izložba zadovoljiti. Potrebno je predložiti vrstu publike, moguću lokaciju te vrijeme i sredstva. Ukoliko se postavlja izložba za osobe s invaliditetom, potrebno je navesti i taj podatak.

Studijom izvedivosti definira se projekt, ciljevi i svrha i uključuje koncept izvedivosti. U tom se dijelu pripreme uređuje dostupnost predmeta i osigurava njihova kvalitetna zaštita. Osoblje dobiva specifične zadatke, dogovara se mjesto, vrijeme trajanja i izračunavaju troškovi.

¹ Maroević, I. Uvod u muzeologiju, 1993.

U **razmatranje studije izvedivosti**, kao sljedeće faze pripreme, spada imenovanje osoblja zaduženog za izložbu, radne grupe i traženje sponzora.

U fazi **daljnjih istraživanja** dizajner i kustos obilaze druge slične ustanove i izložbe konzultirajući stručnjake kako bi riješili neke probleme u postavljanju. Ukoliko se izložba želi učiniti pristupačnom osobama s invaliditetom, u toj je fazi pripreme potrebno konzultirati potencijalnu publiku i stručnjake s tog područja.

Potom kustos detaljno razrađuje studiju izvedivosti i **formulira konceptualni plan** birajući **predmete** koje će uključiti u izložbu. Odabirom predmeta koji će biti prezentirani, kustos započinje postupak pripreme predmeta za izložbu.

Priprema izvještaja sadrži detaljne ciljeve i svrhu izložbe te ostale potrebne informacije kako bi dizajner mogao razumjeti problem i raditi na oblikovanju prostora i okoliša. Kvalitetno napisan izvještaj rezultirat će kvalitetnom izložbom. Stoga je to najvažniji dio pripreme izložbe. Piše ga obično kustos koji se po potrebi konzultira sa stručnjacima. Dizajner razmatra rješenja i savjetuje kustosa kako da se raspodjeli prostor. Pritom treba obratiti pažnju na prilagođenost prostora za osobe u invalidskim kolicima.

Po predloženom izvještaju dizajner **oblikuje izložbu** testirajući razne ideje. Prvi je zadatak kreirati okoliš izložbe. Svaka cjelina mora imati svoj prostor. Posjetiteljima treba osigurati obrazac kretanja kako bi se dijelovi izložbe na kraju spojili u cjelinu. Skicama, modelima i nacrtima grube ideje pretvaraju se u grafike kako bi se dobio pregled izložbe prije nego se ona postavi. Sve se to mora izvoditi s budžetom kojim muzej raspolaže, što često predstavlja problem zbog minimalnih financijskih sredstava. Poželjno je da se dizajner u toj fazi konzultira s kolegama zbog mogućih novih ideja.

Formalno odobravanje potrebno je kako bi se moglo krenuti dalje s postupkom pripreme. Može se dogoditi da se moraju napraviti neke promjene, te je stoga važno da svi koji sudjeluju u pripremi izložbe odobre dosadašnji tijek kako se ne bi potkrale greške koje će se kasnije teže ispraviti. U ovoj fazi je osobito važno konzultiranje osoba s invaliditetom.

Dovršavanje prijedloga je sljedeća stavka kojom se dovršava izbor predmeta, ilustracija, tekstova i legendi. Nužno je donošenje konačnih odluka. Svaka pogreška u ovom stadiju pripreme mogla bi biti kobna jednom kad se krene u konačnu realizaciju izložbe.

Za **nabavu predmeta od vanjskih dobavljača** valja pripremiti ponude, dokumente sa specifikacijama i crtežima za svaki predmet posebno. Sve se to potom prosljeđuje ponuđačima. Ovisno o veličini izložbe, postupak može potrajati i do nekoliko tjedana. **Ugovaranjem** se postiže cijena i datum dostave te se naručuju odabrani predmeti. Stvaranje izložbe mora biti pod strogim nadzorom dizajnera. Testira se osvjetljenje, sigurnost i ostali uvjeti važni za zaštitu predmeta. Predmeti se postavljaju tek nakon provjere svih uvjeta.

Otvaranje, nadgledanje i održavanje tijekom trajanja uključuje promociju izložbe, najave putem medija, promotivne letke. Tim za održavanje mora poduzeti sve kako bi izložba protekla u najboljem redu. Izložbu je potrebno dokumentirati fotografijama.²

² Vujić, Ž. bilješke u okviru predavanja Muzejske izložbe

2. *Oblikovanje muzejske izložbe*

Govoreći o oblikovanju izložbe, moramo imati na umu da je to zahtjevan posao kombiniranja vizualnih, prostornih i materijalnih elemenata u cjelinu. Loše dizajnirana izložba izazvat će negativne reakcije posjetitelja, bez obzira na njezin sadržaj. Posjetitelj se na izložbi mora osjećati dobrodošlo, ugodno i sigurno. Premali prostor izazvat će kod posjetitelja osjećaj klaustrofobije, dok će se u prevelikom prostoru javiti osjećaj izloženosti. Mali, jarko osvijetljeni predmeti u malom prostoru bit će vidljiviji i izazvati više pažnje, nego u velikom prostoru gdje neće doći do izražaja. Međutim, posjetiteljima se mora ponuditi dovoljno osobnog prostora kako bi u miru razgledali izložbu.

Ljudi će dodirivati sve što im je u doseg. Umorni posjetitelji sjest će na sve što je odgovarajuće visine ili će se nasloniti na izdržljiviji predmet. To je automatska reakcija i stoga bi se kao rješenje trebalo ponuditi dovoljno mjesta za odmor. Ponekad fizičke prepreke, poput vitrina, uništavaju dizajn. Stoga je potrebno eksponate maknuti iz dosega ili postaviti barijere kako bi se zaštitili. Ekspoziti i legende će privući više pažnje ukoliko se nalaze na razini očiju.

Ulaz u galeriju najavljuje posjetitelju što ga očekuje te određuje uzorak kretanja.

Osim fizičkih karakteristika, dizajner mora uzeti u obzir i ponašanje posjetitelja. Većina će osoba pri ulasku u galeriju skrenuti desno. Pretpostavlja se da je to zbog toga što su većina dešnjaci. Isto će se tako držati desne strane prostorije. Najviše će se pažnje posvetiti prvom izlošku na desnoj strani, dok će prvi s lijeva dobiti najmanje pažnje. Proporcionalno s blizinom izlaza, opada interes za izložbu. Ukoliko je neka prostorija mračna, potrebno je potaknuti zanimanje posjetitelja za ulazak. Jarke boje i veliki predmeti brže će privući pažnju. Najduže očekivano vrijeme koncentracije je trideset minuta. Sve nakon toga izaziva umor.³

³ Dean, D. *Museum exhibition : Theory and practice*, 1994.

2.1. Oblikovni elementi izložbe

Da bi izložba ostvarila svoje ciljeve prezentiranja određene poruke, obrazovanja u neformalnom okolišu i omogućavanja određenog iskustva, treba je najprije oblikovati. Tome služe elementi koje dizajner kombinira i time stvara kvalitetnu izložbu zanimljivu posjetiteljima.

2.1.1. Orijehtacija i organizacija

Cohen (1974.) definira orijentaciju kao logičan odnos jedne prostorne situacije prema drugoj.⁴

To je također fizičko i intelektualno orijentiranje i snalaženje u prostoru. Za posjetitelja je orijentacija ključna za razumijevanje ciljeva izložbe. Nejasna orijentacija rezultira nesnalaženjem u prostoru te dovodi do dosade, umora i razočaranja.

Postoje četiri tipa orijentacije koji utječu na posjetitelje:

- zemljopisna orijentacija odnosi se na poznavanje prostora nekog mjesta i njegovog odnosa prema drugim mjestima u okolici, kao i sposobnost smještaja samoga sebe unutar postojećeg prostora. Ovaj oblik orijentacije važan je psihološki jer ljudi koji su upoznati s mjestom na kojem se nalaze su opušteniji, samopouzdaniji i bolje primaju informacije za razliku od izgubljenih posjetitelja koji su uzrujani i rastreseni. Prvi zadatak za posjetitelja muzeja je pronaći lokaciju samog muzeja. Potom slijedi snalaženje po zgradi. Za povremene posjetitelje ili strance to bi mogao biti problem ukoliko je snalaženje komplicirano, stoga im je potrebno olakšati raznim putokazima i uputama.
- intelektualna orijentacija bavi se procesom učenja gdje posjetitelj prije odlaska na izložbu dobiva osnovne informacije o predmetu kako bi doživljaj bio u

⁴ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

skladu s ciljem izložbe. Ovakav način ima prednosti jer stečeno znanje oslobađa vrijeme prilikom razgledavanja za usredotočenje pažnje na same predmete. To povećava razumijevanje izložbe i produbljuje doživljaj. Na taj se način može dalje razvijati tema koja je posjetitelju već poznata. Ovaj tip orijentacije vrlo je dobar za organizirane obrazovne posjete jer se posjet može proširiti nastavnim programom.

- konceptualna orijentacija bavi se idejama koje se pokušavaju prenijeti putem izložbe. Razumijevanje osnovne zamisli same izložbe vrlo je važno za razumijevanje izložbe kao cjeline. Ovakva priprema omogućit će planiranu i smislenu posjetu koja će rezultirati zadovoljstvom i biti oslobođena svakog stresa.
- psihološkom orijentacijom želi se omogućiti pozitivan stav posjetitelja prema izložbi. Motiviranim posjetiteljima izložba je mnogo učinkovitija i oni su mnogo zadovoljniji od nemotiviranih. Pozitivan stav prema posjetu izložbama potrebno je razvijati već od najranije dobi. Otvorenost učenika prema posjetu izložbama pružit će mogućnost stvaranja novog društva okrenutog znanju i njegovom korištenju.⁵

Nakon što posjetitelj krene u obilazak izložbe, on provede određenu količinu vremena promatrajući predmete, no kako napreduje prema izlazu, sve manje vremena i pažnje posvećuje razgledavanju. Tu pojavu već sam spomenula kao Meltonov učinak. Kako bi se to spriječilo, potrebna je dobra organizacija izložbe. Načini organizacije ovise o samom prostoru. Najčešće se koristi kružni smjer jer se pretpostavlja kako posjetitelji kruže u smjeru čitanja, s lijeva na desno. No, ako takav smjer nije moguć, mogu se koristiti tehnike privlačenja zvukom, bojom ili svjetlom. Cjeline se mogu označiti brojevima kako bi se postiglo lakše snalaženje. Melton predlaže da se taj problem riješi postavljanjem ulaza i izlaza na isto mjesto. Lehbruck je 1974. uveo tipologiju uzoraka kruženja i definirao pet osnovnih:

- arterijalan oblik može se primijeniti na neprekidnu stazu bez obzira da li je ravna, pod kutem ili zavojita, a koja ne nudi posjetitelju drugu mogućnost izbora

⁵ Gregurović, G. Muzejska izložba u školi. Diplomski rad, 2003.

kretanja. Glavno ograničenje je krutost jer vrši pritisak na posjetitelja prisiljavajući ga da se kreće samo u jednom smjeru. Međutim, takav je oblik primjeren za školske prostore i izložbe kojima se želi prikazati napredak nekog dostignuća kroz određena vremenska razdoblja. U slučaju velike posjećenosti izložbe, posjetitelju je onemogućeno da se vrati do predmeta koji je već vidio. Predmeti bi trebali biti postavljeni samo na jednoj strani kako se ne bi dogodilo da se u gužvi nešto propusti.

- oblik češlja sastoji se od glavne staze kojoj je dodano više odvojenih manjih kutaka. Prednost je u tome što oblikuje područja izvan glavnih pravaca kretanja, te tako posjetitelj može proučavati predmete bez ometanja ostale publike. U idealnom slučaju svaki kutak može biti namijenjen posebnoj temi i pri tome biti različite veličine. Ovakav bi način bio primjeren u školi za prikaz iste teme koju su različiti autori različito interpretirali.
- oblik lanca sličan je arterijalnom obliku u smislu linijskog kretanja, ali je složeniji utoliko što se sastoji od niza samostalnih prostora od kojih svaki može imati različitu stazu unutar samog sebe. Prednost mu je što dozvoljava priličnu slobodu kretanja unutar prostora.
- Oblik zvijezde pruža više različitih smjerova kretanja koji izlaze poput zraka sunca iz središnje točke. Prednost tog načina je mogućnost odvajanja pojedinih područja za određene teme.
- Blok daje slobodu kretanja ovisno o tome koliko koji predmet privlači pažnju posjetitelja. Na taj način posjetitelj sam bira smjer kretanja, zadovoljavajući tako svoje potrebe.⁶

Ovih pet uzoraka može se koristiti individualno ili u kombinaciji kako bi odgovarali većini situacija.

⁶ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

2.1.2. Okoliš izložbe

Za prepoznavanje, a time i posjećenost nekog muzeja važan je njegov okoliš. On ne obuhvaća samo unutarnji prostor izložbe, već i cjelokupnu zgradu, zajedno s vanjskim prostorom.

Okoliš prostora obuhvaća vanjski prostor oko zgrade muzeja, ali i samu otvorenost muzeja prema prezentiranju svojih sadržaja posjetiteljima. Udaljeni okoliš odnosi se na smještaj muzeja. Muzej koji je otvoren prema van, koji privlači pažnju sugrađana, potaknut će ih na posjet i izvan svojih zidova. Vrlo je važno primjereno označiti muzej zbog putnika namjernika, ali i onih koji su zainteresirani za posjet nekoj izložbi, a nalaze se u nepoznatom području. Otvorenost se može izraziti i suradnjom s lokalnim medijima predstavljanjem raznih oglasa, letaka, karata, izvještaja. Web stranice muzeja najbolji su medij za distribuciju svih važnih informacija. Potencijalni posjetitelj se iz udobnosti svog doma može na jednom mjestu informirati o konkretnoj izložbi, te dobiti jasne upute o dolasku do mjesta održavanja izložbe.⁷

Lokacija muzeja mora se nalaziti i u planu grada. Uz to je važno navesti postoje li i gdje se nalaze parkirna mjesta. Posjetitelj koji je nervozan jer nije mogao pronaći parkirno mjesto u blizini muzeja sigurno se neće posvetiti izložbi, ukoliko je uopće posjeti. Vanjski bi okoliš trebao izazvati osjećaj dobrodošlice u svakom posjetitelju.

Bliži okoliš također može predstaviti muzej i time zainteresirati ili odbiti potencijalnog posjetitelja. On obuhvaća vanjski prostor građevine i svojim uređenjem pruža prvi dojam. Vanjski dio zgrade ili okoliš mogu biti dio izložbe i time joj dati novu dimenziju. Kao primjer može poslužiti prozor koji predstavlja izlog u kojem je izložen plakat o aktualnoj izložbi ili neka vrsta prijenosnog panoa. Posjetitelji se mogu privući i izborom privlačnih boja, fotografija, crteža ili natpisa.⁸

⁷ Nikolić, M. Muzeološka koncepcija izložbe o pionirima. Diplomski rad, 2015.

⁸ Budiselić Gržan, P. Boja, glavni element pri postavljanju izložaba, diplomski rad, 2008.

Primjer upečatljivog okoliša je Muzej krapinskih neandertalaca. Nalazi se u prirodnom okolišu u sklopu nalazišta neandertalaca na brdu Hušnjakovo. Okružen je biljkama koje su rasle u doba neandertalaca, a do ulaza u muzej vodi pošljunčana staza. Fasada je izrađena od žutog miocenskog pijeska s Hušnjakova brda, a staklena ploha nepogrešivo zrcali okoliš.⁹

Unutarnji okoliš počinje već ulaznim prostorom. Posjetitelj se pri ulasku u zgradu mora osjećati dobrodošlo i sigurno, čemu uvelike mogu pridonijeti djelatnici koji će mu pružiti potrebne informacije. U ulaznom prostoru posjetitelji se mogu zadržavati zbog dobivanja informacija, odmora ili okrepe. Stoga je važno da se tu nalazi informacijski pult na koji se posjetitelji u svakom trenutku mogu obratiti.

Okoliš same izložbe prostor je u kojem je ista postavljena. To može biti predvorje, hodnici, zasebne odvojene galerije, pa čak i radni prostori djelatnika. Ulaskom u prostor izložbe potrebno je posjetitelju ponuditi vodič orijentacijskih znakova sa sadržajem uvodnih informacija o temi i samoj svrsi izložbe.¹⁰

Također je potrebno organizirati mjesta za odmor poput restorana, suvenirnice ili pak sanitarija. Unutar same izložbe, cjeline se moraju jasno odvojiti, a poželjno je da se posjetiteljima i između cjelina ponude zaustavna mjesta. Tu mogu prodiskutirati viđeno ili se pripremiti za dalje razgledavanje. Prostor za odmor može se označiti raznim zvukovima poput tihe glazbe, fontane, ili pak drugačijom teksturom zidova ili poda.¹¹

⁹ Muzej krapinskih neandertalaca. <http://www.arheologija.hr/?cat=242> pristup: 06. 05.2015.

¹⁰ Budiselić Gržan, P. Boja, glavni element pri postavljanju izložaba. Diplomski rad, 2008.

¹¹ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

2.1.3. Ritam

Ritam je važan element svake izložbe. Može se definirati kao tempo, intenzitet i raznolikost poticaja kojima je posjetitelj izložen prolazeći kroz izložbu. Ponavljanje stvara monotoniju i djeluje zamarajuće. Stoga je važno da ritam izložbe pruža raznolikost poticaja kojima će posjetitelj biti izložen. Poželjno je da se razdoblja uzbuđenosti razmjenjuju s mirnima u kojima će posjetitelj srediti dojmove i pripremiti se za nove izazove. Nažalost, često se ne posvećuje dovoljno pažnje ovom elementu izložbe, pa posjetitelj ima osjećaj da prolazi pored atraktivno uređene proizvodne trake gdje je obavezan pogledati izložke i krenuti dalje. Suprotan učinak ima koncept tzv. Aladinove spilje, gdje se ostavlja dojam da su izložci pobacani bez naročitog reda. To kod posjetitelja izaziva kreativni napor da pronađe svoje točke interesa krećući od jedne do druge, stvarajući svoj vlastiti ritam. Time se posjetitelja namjerno stavlja u aktivniju ulogu, a ne da samo mehanički prolazi pored niza vitrina. Elementi koji pridonose stvaranju poželjnog ritma su:

- svjetlo kojim se stvaraju kontrasti tame i svjetlosti
- boja u rasponu od svjetlih do tamnih tonova
- tekstura koja omogućuje kontrast glatkog, grubog, čvrstog i mekanog
- raspon veličine izložaka od sićušnih do monumentalnih
- prostor kod kojeg se mogu kontrapostirati otvoreni slobodni prostori sa zatvorenim i intimnim. Mogu biti prolazni, statični, dinamični ili relaksirajući
- oblik koji se javlja u rasponu od zavnutog i mekog do uglatog i oštrog
- intenzitet koji pruža raspon od gusto koncentriranog izložbenog materijala do rijetkog po principu „*manje je više*“
- raspored koji može biti simetričan, nesimetričan, formalan ili neformalan
- pokret koji također može biti dinamičan, statičan, aktivan ili pasivan
- temperatura, kontrastiranje toplog s hladnim.¹²

¹² Budiselić Gržan, P. Boja, glavni element pri postavljanju izložaba. Diplomski rad, 2008.

Uspostava dobre ravnoteže ritma znači kvalitetnu izložbu kojom će posjetitelj biti zadovoljan od ulaska na izložbu do izlaska.

2.1.4. Osvjetljenje

Svjetlo je također jedan od ključnih elemenata izložbe. Istovremeno je i jedan od najkompleksnijih jer zahtijeva poznavanje zakona percepcije i ljudskog ponašanja, kao i estetike. Osim što olakšava gledanje, može pružiti i estetski doživljaj za posjetitelja, pa i izazvati različita raspoloženja. Može izazvati auru sjaja i blistanja predmeta koji su sami po sebi tamni i ne otvaraju se lako prema gledatelju. Imitacijom dnevnog svjetla dobiva se dojam da se izložba odvija vani, na sunčevom svjetlu. Kod izložbe slika postavlja se pitanje je li je najbolje gledati pri onakvom svjetlu pri kakvom je nastala ili pri onakvom pri kakvom je autor želio da se ona gleda. Korištenje dnevnog svjetla tako je dosta nesigurno jer ovisi o vremenskim uvjetima. Stakleni krov je dobra zamisao, ali ista slika pri oblačnom vremenu može djelovati tmurno i depresivno ili blistavo pri svjetlom danu. Najdramatičniji efekti dobivaju se kad se kroz oblake probije snop sunčeva svjetla i obasja predmet u dvorani. No, u muzejskom kontekstu korištenje dnevnog svjetla nije prvenstveni odabir. Osim sunčevog svjetla, javlja se i problem topline. Zrak u vitrini se grije i toplina na taj način može oštetiti izložak.¹³

Današnje rasvjetne tehnike nude čitav niz mogućnosti. Za normalne potrebe sasvim su zadovoljavajuće fluorescentne cijevi ili reflektori.¹⁴

¹³Museum lighting. <http://www.nouvir.com/pdfs/MuseumLighting.pdf> pristup: 12.08.2015.

¹⁴ Budiselić Gržan, P. Boja, glavni element pri postavljanju izložaba. Diplomski rad, 2008.

2.1.5. Boja

Da bi boja bila vidljiva, potrebna je interakcija ljudskog oka, mozga i svjetlosti. Svjetlost putuje pravocrtno dok ne naiđe na neku prepreku od koje se odbije mijenjajući pritom smjer i brzinu. Ako to svjetlo dođe do rožnice ljudskog oka, podražaj se prenosi do centra za vid u mozgu i tako čovjek vidi određenu boju. Bijela sunčeva svjetlost sastoji se od spektra boja. Spektar boja nazivamo još i dugine boje. Čini ga šest čistih boja: žuta, narančasta, crvena, ljubičasta, plava i zelena. Crvena, žuta i plava su osnovne boje od kojih nastaju sve ostale. Sekundarne boje nastaju miješanjem primarnih, a tercijarne primarnih i sekundarnih.¹⁵

Uloga boje je posebno značajan element izložbe, te joj pri postavljanju treba dati posebnu pažnju. Neki ljudi imaju dobar osjećaj za boje te ih mogu intuitivno birati i kombinirati postižući tako dobar učinak, dok je drugima to puno teže. Osim vizualnog doživljaja, boja posjeduje psihološko i simboličko djelovanje koje se također mora uzeti u obzir. Međutim, treba obratiti pažnju i na modu. Tako se u viktorsko doba kao podloga slika koristila tamnocrvena boja, dok su okviri bili zlatni kako bi sve djelovalo bogato. Izbor boje ovisi o zahtjevima i prirodi same izložbe. Pritom treba uzeti u obzir predmete koji se izlažu posebno ako je njihova boja značajan čimbenik i raspoloženje koje se pokušava postići u izložbenom prostoru. Boja u prostoru ne postoji sama za sebe, nego je uvijek u odnosu prema drugoj boji ili podlozi. Boje mogu biti povezane s asocijacijama koje izazivaju. Tako će nautički predmeti ili izložba za dan voda biti u mornarskoplavoj boji, dok će izložba vezana uz dane kruha biti vezana uz boje zemlje. Čimbenik koji treba uzeti u obzir u odnosu na boju je njezin ton. Mnogo je lakše dobro uočiti oblik predmeta kada se vidi nasuprot pozadine suprotnog tona, bez obzira da li je tamnija ili svjetlija nego predmet sam posebi. Leonardo da Vinci otkrio je da će tamni predmet koji se gleda na svjetlijoj pozadini djelovati manji nego što jest, dok će svjetliji predmet na tamnoj pozadini djelovati veći. Boja mnogo pridonosi ozračju koje se stvara na izložbi. Mnoga istraživanja dokazala su da boje utječu na ljude i izazivaju reakcije. Eksperimentalno je dokazano da neke boje psihološki djeluju toplije, a druge hladnije.

¹⁵ Budiselić Gržan, P. Boja, glavni element pri postavljanju izložaba. Diplomski rad, 2008.

Tople boje su žuta, žutonarančasta, narančasta, crvenonarančasta, crvena i crvenoljubičasta. Hladne su žutozelena, zelena, plavozelena, plava, plavoljubičasta i ljubičasta. Tople boje prostorno djeluju bliže od hladnih. Porter i Mikellides su 1976. istraživali utjecaj boje na ljudsko ponašanje i iznose da buka zvuči glasnije u sobi bijele boje nego kad se ta ista buka sluša u sobi ljubičaste boje. Ljudi u plavoj sobi podigli su termostat za četiri stupnja više nego u crvenoj sobi kao da nadoknađuju vizualnu hladnoću. Na identičnim predavanjima od 20 minuta u plavoj i crvenoj sobi, onima u plavoj sobi bilo je dosadno, dok je onima u crvenoj sobi bilo zanimljivo i vrijeme im je brže prošlo.¹⁶

2.1.6. Materijal ili tekstura

Materijal ili tekstura označava grubost ili glatkoću neke površine. Posebno se koristi kod reljefnih slika gdje se udubinama i uzvisinama mogu dočarati oblici i boje.¹⁷

2.1.7. Vitrina – simbol muzejske izložbe

Vitrina uglavnom služi za izlaganje malih ili vrijednih predmeta. Oblikovanje vitrine kakvu danas poznajemo u muzejskom kontekstu javlja se krajem 19. stoljeća, a veže se uz razvoj industrije stakla. Za mnoge posjetitelje vitrina je izvor smetnji, fizička i psihološka barijera između gledatelja i predmeta. Taj osjećaj još se više pojačava monotonim rasporedom pravolinijskih staklenih kaveza u izložbenom prostoru. Međutim, vitrina obavlja niz funkcija i u muzejskom je kontekstu neizbježna. Ona štiti

¹⁶ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

¹⁷ Dean, D. Museum exhibition: Theory and practice, 1994.

predmete od krađe i oštećivanja. U vitrini se omogućuje stvaranje mikroklimе sa stalnom razinom temperature, relativne vlažnosti i svjetla kako bi se izlošci zaštitili od ultraljubičastog svjetla, zagađenja, prašine, insekata. Također pruža mikroambijent u kojem izložak dolazi do izražaja omogućujući da se manji predmeti dobro vide. Dizajnerski je element koji premošćuje jaz između vrlo malog predmeta poput metalnog novčića, osobe i prostora izložbe. Djeluje kao vizualna i fizička komponenta unutar galerije, kao svojevrsna 3D skulptura koja može zainteresirati i privući posjetitelja. Može se iskoristiti kao element koji pomaže uspostavi obrasca cirkulacije posjetitelja unutar galerije.¹⁸

Iz navedenih razloga, vitrine su važan element izložbe jer su vizualno povezane s izloščima i pomažu u uspostavi konteksta u kojem se ti izlošci prezentiraju. Dizajneri se često susreću s problemom da li vitrinu učiniti što neprimjetnijom kako bi se pažnja posvetila izloščima, ili je uklopiti u izložbu kao svojevrsnu skulpturu koja će pojačati dojam i biti atraktivna. Danas je moguće spojiti oba ova zahtjeva.

Vitrine moraju biti dizajnirane tako da budu stabilne i ne vibriraju.

Brave i alarm osigurati će eksponate od mogućih krađa. No, potrebno je osigurati i laku dostupnost predmeta zbog premještanja. Materijal od kojeg su napravljene mora biti takav da izravno ili neizravno neće štetiti predmetu unutar njih, održavati jednak nivo svjetlosti, a istodobno omogućiti da se predmet dobro vidi, a da ne iskrive njegov oblik, materijal i boju. Materijal i metode konstrukcije moraju biti pogodni za dugotrajnost vitrine, ne smiju imati oštre kutove, opasne izbočine i moraju moći podnijeti neka oštećenja koja mogu prouzročiti posjetitelji. Potrebno je dozvoliti promjene, čišćenje i osnovno održavanje bez rizika za predmete.¹⁹

Iako su korisne za očuvanje i zaštitu predmeta, vitrine nose i svoje probleme. Jedan od njih je osobina stakla da reflektira svjetlo. Taj se refleks može smanjiti pažljivim postavljanjem reflektora, izbjegavanjem postavljanja jedne nasuprot drugoj, nagibom stakla ili smanjenjem ambijentalnog osvjetljenja. Ogromna većina današnjih vitrina je pravolinijska, no mogu se javiti i u sferičnim, kupolastim, piramidalnim ili cilindričnim

¹⁸ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

¹⁹ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

oblicima. Po tipologiji dijele se na samostojeće i zidne. Zidne su fiksirane uz zid, a samostojeće se sastoje od baze i gornjeg ostakljenog dijela. Zidne vitrine zauzimaju minimum prostora, ali omogućuju jedino frontalno gledanje. Stoga su prikladne za izlaganje malih predmeta koji zahtijevaju gledanje izbliza. Iskusan dizajner može koncipirati vitrine tako da usmjere ljudsko ponašanje i pažnju na način na koji to on želi. Osnovna svrha vitrine i jest sposobnost privlačenja pažnje. Kvalitetna vitrina mora privući pažnju posjetitelja dok je on udaljen nekoliko metara. To se postiže natpisima, fotografijama ili samim izloženim predmetima. Kompozicija unutar vitrine mora voditi pogled od natpisa do izloška i natrag. No, jednom kad je pažnja posjetitelja usmjerena na izložke, oni moraju biti dovoljno snažni kako bi prenijeli svoju poruku i izazvali odgovor u posjetitelju.²⁰

2.1.8. Predmeti i odnos prema predmetima

Muzejski predmet razlikuje se od običnog po tome što mu je pridruženo značenje. Kustos smješta predmet u određeni prostor i time ga stavlja u odnos s drugim predmetima. Zadatak muzejskog predmeta je komunikacija s posjetiteljem. On se može identificirati, pružiti informacije i biti interpretiran. Kontekst u kojem se nalazi važan je za poruku izložbe. U muzeju se predmet često predstavlja kao umjetničko djelo, a ne kao dio okoline kojoj inače pripada. Predmeti koji su sličnog materijala, istog proizvođača, s iste lokacije, ne moraju uvijek biti predstavljeni zajedno. Mora biti vidljiv koliko je to moguće i mora mu biti pridruženo toliko informacija da bi ga što veći broj posjetitelja mogao identificirati. Publici se mora omogućiti otkrivanje značenja i odnosa upotrebom izvornih predmeta neposrednim osobnim iskustvom i sredstvima koja tumače jednostavnim komuniciranjem činjenične informacije.²¹

²⁰ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

²¹ Nikolić, M. Muzeološka koncepcija izložbe o pionirima. Diplomski rad, 2015.

Kod posjetitelja se predmetima pokušava izazvati reakcija putem direktnog kontakta i njegovim sudjelovanjem, miješanjem razuma i osjećaja, nadogradnjom na prijašnja iskustva, vještine i znanja, poticanjem na stvaranje vlastitog mišljenja. Uspješna interakcija ovisi o spremnosti publike na sudjelovanje. Posjetitelji personaliziraju predmet, nastoje razumjeti smisao viđenog, angažiraju vlastito znanje. Vrlo je važno da posjetitelj posjeduje prethodno znanje o određenom predmetu kako bi ga mogao u potpunosti shvatiti. Uz predmete nužno je postaviti i legende koje će opisati o čemu se radi. Potrebno je voditi računa da one budu jasne i kratke, pisane na više jezika ili na posebnom pismu kao što je Brailleovo pismo. Legende komuniciraju o predmetima i obično se čitaju poslije interakcije.

2.1.9. Grafički elementi

U procesu vizualne komunikacije središnje mjesto imaju ilustracije, fotografije, mape i dijagrami. Njihova važnost za uspješnu vizualnu komunikaciju shvaćena je još za potrebe promidžbene industrije.

Uspješna komunikacija trebala bi biti oblikovana tako da zaokuplja pažnju ciljane publike, uključuje vizualne elemente koji se odnose na iskustvo primatelja, budi u posjetitelju njegova osnovna ljudska svojstva, koristi se simbolima i riječima koje publika može razumjeti.

Svrha učinkovite izložbe je privući, zadržati pažnju i prenijeti poruku, odnosno uvećati količinu naučenoga koliko je to najviše moguće u cilju da ono donese promjenu. Grafička sredstva mogu ponuditi odgovore na pitanja koja si posjetitelj postavlja. Ona mogu informirati o tome gdje je izloženi predmet pronađen, kako je izrađen ili kako funkcionira i pojasniti njegov originalni ili muzejski kontekst. Uz to, grafičkim se sredstvima može skrenuti pažnja na sitne detalje poput ukrasa na nekom predmetu ili natpisa na novčiću. Slike mogu izazvati različite reakcije kod gledatelja. Nickson je još 1926. godine uspoređivao velike i male ilustracije i njihovu sposobnost privlačenja

pažnje, te otkrio da su velike ilustracije puno učinkovitije u početnom privlačenju pažnje jer zahtijevaju puno manje koncentracije.²²

Fotografija je jedan od najjeftinijih i najčešće korištenih nadomjestaka za realnost. Često se smatra najboljom zamjenom kada se neki predmet ne može prikazati u originalu ili nabaviti njegova replika. Posjetitelji fotografije doživljavaju kao nešto što vjerno dočarava vrijeme, prostor i izgled nekog predmeta. Nijedan drugi medij ne može to postići. Prema mišljenju većine posjetitelja „*kamera ne laže*“.

Ipak, fotografije imaju i određena ograničenja. Mogu pružiti lažni dojam veličine ako se kao usporedba ne koristi neka poznata veličina kao mjera. Oblici se mogu prikazati neskladnima. Ponekad mogu sadržavati više informacija nego što je potrebno za samu izložbu, pa su često i izvor odvlačenja pažnje. Ipak, fotografija služi za mnoge namjene:

- omogućuje povećanu vizualnu informaciju dijela predmeta koji se ne može vidjeti poput ukrasa ili natpisa ili povećanje cijelog predmeta
- daje informaciju o okolini predmeta koju je teško prikazati poput zgrade ili staništa divljih životinja
- daje mogućnost prikaza predmeta u uporabi npr. Nekog stroja koji se koristio u prošlosti.²³

Ilustracija svoj nedostatak vjerodostojnosti nadoknađuje svojom prilagodljivošću. U nekim slučajevima može toliko sličiti fotografiji da je teško uočiti razliku, dok s druge strane može biti kratka, jednostavna vizualna izjava koja graniči sa simboličnim. Ipak, prema mišljenju posjetitelja, nikad ne dobiva vjerodostojnost fotografije iz dva razloga. Kao prvo, postoji svijest da točnost ilustracije ovisi o vještini i znanju umjetnika. Kao drugo, poznato je da umjetnici rade po nečijim uputama koje se mogu dovesti u pitanje. No, mnogi se tipovi ilustracija ipak prihvaćaju kao prema njihovim vlastitim vrijednostima. Primjer su ilustracije u biologiji kod kojih umjetnici nastoje biti što točniji. Neki materijali se ne mogu fotografirati niti biti izloženi pa ilustracija na tom području može biti vrlo važna. Zbog svoje prilagodljivosti, ilustracija može prikazati

²² Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

²³ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

predmete u različitim stupnjevima razvoja, povezati različite subjekte koji se inače ne mogu vidjeti istovremeno u stvarnom životu ili pak prikazati sakrivene strukture. Primjena ilustracija važna je i na polju vizualnih rekonstrukcija gdje se može prikazati kako su stvari nekad izgledale. Poseban oblik figurativne ilustracije je crtani film. Koristi se kao sredstvo za usmjeravanje pažnje poglavito mlađih posjetitelja, kako bi ih se zabavilo i prenijela se poruka. No ne smije se pretjerivati kako se posjetitelji ne bi koncentrirali samo na crtani film i zanemarili ostatak izložbe i njenu poruku.

Dijagrami se također mogu koristiti na različite načine. Njihova osnovna namjena je predstavljanje informacija u obliku podataka odnosno davanje objašnjenja na što učinkovitiji način u obliku lako razumljivih vizualnih izjava. Taj je pristup stoga po samoj prirodi shematičan s težnjom prema simbolizmu pa i apstrakciji. Dijagrami se mogu korisno upotrijebiti pri objašnjavanju i prikazivanju svih vrsta sustava, procesa i zamisli pri čemu njihova jasnoća omogućuje posjetiteljima brzo i lako razumijevanje. Važno je pojednostavljeno predstaviti predmete gdje se oni prikazuju ikonografskim znakovima. Svaki od tih znakova predstavlja i određenu količinu nečega. Pritom je potrebno objasniti što svaki ikonografski znak znači i na koju se količinu odnosi. Ostali korisni oblici dijagrama su oni koji prikazuju statistiku ili podatke na shematski način u obliku grafova, blok ili kružnih dijagrama. Takvi oblici pomažu posjetiteljima shvatiti napredak, postotke, odnose različitih veličina koji su u svom matematičkom obliku teško razumljivi.

Za točnu informaciju o položaju vrlo je važno korištenje mapa. One bi trebale uvijek biti pri ruci i koristiti razumljive simbole i boje. Mogu prikazivati političke granice povijesnih država, ali najvažnija uporaba je pri prikazivanju mjesta na kojima su izloženi predmeti pronađeni ili korišteni. Izvan izložbe mapa ili plan također je bitno sredstvo orijentacije u nepoznatom prostoru.²⁴

²⁴ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

2.1.10. Modeli

Uzimajući u obzir da je izložba trodimenzionalan medij, ponekad postoji potreba za predstavljanjem predmeta putem modela. Njihova je uporaba odgovarajuća i obrazovno učinkovita u mnogim situacijama. Međutim, postoji opasnost da se izgubi istina, tj. Da na izložbi prevladaju patvorine. Stoga modele treba koristiti umjereno. Dopušteno ih je koristiti kod povećanja ili smanjenja predmeta, za usporedbu nekih karakteristika ili prikazivanje predmeta koje je inače teško prikazati u njihovom prirodnom stanju.

Postoji nekoliko tehnika modeliranja. Prepariranje se koristi kad se tijelo neke životinje želi sačuvati od raspadanja u izvornom obliku i veličini. Iz tijela se uklanja mekano tkivo te se ono učvršćuje žicama, vunom ili nekim drugim materijalom. Na umjetno tijelo navlači se prava koža koja se prije dodatno obrađuje. Životinja se potom namješta u prirodan položaj.²⁵

Lijevanje, modeliranje i skulpturiranje još su neke vrste modela koje uz pomoć kalupa mogu dati zapanjujuće rezultate. Rekonstruirati se mogu cijela naselja ili kuće, ali se ne smije pretjerivati iskrivljavanjem realnosti i dramtiziranjem. Kvalitetne rekonstrukcije mogu posjetitelja educirati o prošlosti. Modelima se mogu dodati zvukovi ili mirisi. Rekonstruirani fosilni ostaci kostura mogu svjedočiti o izumrlim živim bićima. Modelima se najjasnije mogu predočiti jednostanični organizmi, DNA molekule ili nešto drugo što je vidljivo samo pod mikroskopom. Osim statičnih modela, mogu se koristiti i dinamični. Diorama je uprizorenje neke scene uz pomoć modela, maketa, figura, pozadinske slike, ambijentalnoga svjetla i sl. Koja se izrađuje u prirodnoj veličini ili u smanjenome mjerilu. Rabi se za prikazivanje bitaka, biljaka i životinja u prirodnom staništu ili za prikaz složenijeg industrijskog postrojenja u muzejima.²⁶

²⁵ prepariranje Hrvatska enciklopedija <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=50183> pristup 03. 07. 2014.

²⁶ Diorama Hrvatska enciklopedija <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=67913> pristup: 12. 08. 2015.

Replike se izrađuju u slučaju da se predmet nalazi negdje drugdje, npr. U nacionalnoj zbirci ili kad su predmeti rijetki ili previše vrijedni da bi se izlagali. Vješto izrađeni modeli mogu se teško razlikovati od originala. U slučaju izrade replika, reprodukcija ili kopija muzejskih predmeta, muzeji moraju poštovati integritet originala. Takve kopije trebaju biti trajno označene kao faksimili.²⁷

2.1.11. Vizualni i novi mediji

Multimedijalni sadržaji posebno su važni za izložbu jer mogu dati punu i suvislu informaciju o predmetnoj građi i njihovom ranijem kontekstu. Posjetitelji ih danas očekuju i u muzejima kao djelu svoga okoliša. Riječ je o proizvodima koji mogu služiti u funkciji sjećanja i edukacije i znatno poslije izložbe.

No, multimedijalni sadržaji na izložbi ne smiju preuzeti prednost i postati zabava. S druge strane, multimedijalni sadržaji mogu kombinacijom animacija i zvukova pružiti posjetiteljima više iskustva i ostati duže u sjećanju. Tehnologija olakšava automatsku i programiranu prezentaciju. Programi se lako i jeftino mogu umnožavati, ponavljati ili uzastopno ponovno pokretati. Postoji mogućnost umetanja različitih slika i prikaza. Multimedijalnim se sadržajima može u isto vrijeme postići interakcija s više posjetitelja. Također je moguće kombinirati raznovrsne tehnike zvuka i slike. Pod nedostacima možemo navesti visoke troškove proizvodnje, kako softwera tako i hardwarea. Tehnologiju je potrebno i adekvatno održavati. Na izložbi je potrebno osigurati miran prostor u kojem će se posjetitelju omogućiti razmišljanje i odabir prezentacije. Zvukovi mogu biti problem u odvlačenju pažnje drugim posjetiteljima. No, audiovizualni sadržaji mogu puno doprinijeti kvaliteti izložbe i dati joj autentičnost. Ukoliko se radi o izložbi glazbenih instrumenata ili, primjerice, ptica, puno će se više postići ako se pridoda i zvuk. Filmovi o znanstvenicima ili umjetnicima koji obavljaju svoj posao

²⁷ Etički kodeks. www.icom-croatia.hr/.../2011/.../Eticki-kodeks-za-muzeje.pdf pristup: 08.08.2014.

mogu posjetiteljima približiti izložene predmete ili djela. Duljina prezentacije ovisi o tome da li se nudi mogućnost sjedenja i ne bi smjela trajati duže od 20 minuta.²⁸

2.1.12. Računalo kao element izložbe

Računala su nedavno postala važan dio ljudske svakodnevice. Osim kao pomoć u obradi podataka i pružanju informacija, mogu služiti i kao odličan element izložbe. Muzeji se računalima koriste na razne načine, bilo kao pomoć pri snalaženju ili razgledavanju kataloga, ili pak kao strojem koji nudi interaktivne sadržaje. Već spomenuti multimedijalni sadržaji mogu se izvrsno prikazati pomoću računala. Istovremeno je moguće reproducirati vizualne sadržaje poput videa, slika i teksta te audiomaterijale. Računala mogu prenijeti poruku izložbe puno jasnije od samog predmeta. Primjer dobre iskorištenosti računala su razni ekrani osjetljivi na dodir pomoću kojih posjetitelji interaktivno sudjeluju na izložbi.²⁹

Računalo u muzeju pruža posjetiteljima veći osjećaj kontrole nad izložbom. Svatko može dodatno istražiti ono što ga zanima, a nije možda spomenuto na izložbi i tako proširiti svoje znanje. Time muzej ispunjava svoju obrazovnu ulogu. Virtualne šetnje po muzejima korisne su kako bi potaknule posjetitelje da razgledaju izložbe iz vlastitog doma, ali ih i posjete kad budu u mogućnosti.

2.1.13. Legende

Legende su glavni medij muzejske izložbe koji komunicira informacije o predmetima. Obično ih piše kustos. Moraju biti pisane jasnim jezikom za širu publiku bez stručnih

²⁸ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

²⁹ Dean, D. Museum exhibition: theory and practice. 1994.

izraza i nepotrebnih detalja poput datuma nabave predmeta. Najvažnija funkcija legendi je potaknuti posjetitelja da razumije i pozitivno odgovori na ono što promatra. Za lakše snalaženje legende bi se trebale nalaziti ispod predmeta. Mora biti jasno definirano na koji se predmet legenda odnosi. Veliki predmeti i legende morali bi biti tako postavljeni da se ne otimaju za pažnju posjetitelja. Najčitljivijim fontom smatra se sans serif. Kombinacija malih i velikih slova također rezultira jednostavnijim čitanjem. Najlakše se čita onakav materijal koji je čitatelju otprije poznat. To su na primjer knjige i novine s crnim slovima na bijeloj pozadini. Veličinu slova potrebno je prilagoditi kako bi se mogla vidjeti s veće udaljenosti. Za mali predmet koji se gleda iz blizine dovoljna je veličina slova 12 točaka. No, Carmel (1962) predlaže slova veličine od 24 do 30 točaka. Weiner (1963.) predlaže da glavni tekst bude veličine 48 do 60 točaka, a dužina reda 10 do 12 riječi, otprilike 60 do 70 znakova.³⁰

Potrebe posjetitelja zadovoljit će one legende koje

- Identificiraju predmet jednostavnim i razumljivim jezikom
- Stavljaju ga u kontekst pružajući općenite informacije
- Posvećuju pažnju posebnim karakteristikama
- Čine posjet zanimljivim.

Naslov ne bi smio sadržavati više od pet riječi. Kratko objašnjenje ne bi se smjelo sastojati više od 20 riječi. Razrada, u kojoj se opisuju ciljevi izložbe, ideje, organizacija i sadržaj morala bi imati maksimalno 100 riječi. Uvod u temu i kratka povijest predmeta može sadržavati maksimalno 200 riječi.³¹

³⁰ Belcher, M. Exhibitions in museums, 1992.

³¹ Vujić, Ž. Bilješke u okviru predavanja muzejske izložbe.

3. Posjetitelji

Pokazatelj uspješnosti nekog muzeja mjeri se brojem posjetitelja koji su u njemu nešto naučili. To se mjerilo može primijeniti i na muzejsku izložbu. Svaka izložba mora biti privlačna, pristupačna i poučna za sve vrste posjetitelja.³²

Muzejski posjetitelj je svaka osoba koja posjeti muzej ili neku određenu izložbu. Bez posjetitelja se izložbe ne bi ni postavljale, stoga su oni ključan faktor u muzejskoj djelatnosti. Posjetitelj može biti svatko, bez obzira na dob, spol, nacionalnost, stupanj obrazovanja. Postoje različiti tipovi posjetitelja. Prvi tip su posjetitelji koji kroz muzej prolaze brzo, ne pokazujući prevelik interes za izložbu. Oni smatraju da bi bilo dobro kvalitetno provesti svoje slobodno vrijeme, i da posjetom muzeju to i čine. Drugom tipu pripadaju osobe zainteresirane za predmete koji izazivaju interakciju. Oni ne čitaju legende, nego ih privlače predmeti koji će izazvati njihovu reakciju. Nakon što zadovolje znatiželju, kreću dalje u potrazi za drugim izazovima. Trećem tipu pripada malo posjetitelja. Oni s interesom razgledavaju izložbu, čitajući legende i promatrajući eksponate s velikom pažnjom. Karakteristični za njih su česti posjeti muzejima. Većina posjetitelja preferira aktivno sudjelovanje nad pasivnim promatranjem. Skulptura će tako automatski potaknuti želju za dodiranjem jer posjetitelj želi osjetiti teksturu. Iako je vid primarno osjetilo, više će se toga osoba sjećati ako je mogla na neki način sudjelovati.³³

Posjetiteljima je važno znati kojim danima mogu posjetiti muzej ili izložbu. Opće je poznato da će manje posjeta biti u vrijeme trajanja školske godine ili u doba dana kad većina ljudi radi. Stoga bi muzeji trebali pružiti mogućnost posjeta tijekom vikenda, večernjih sati i školskih praznika. Kako bi privukao što veći broj posjetitelja, muzej

³² Ribičić-Županić, A. Muzej za svakoga. <http://www.ipu.hr/uploads/documents/508.pdf> Pristup: 21. 11. 2014.)

³³ Dean, D. Museum exhibition : theory and practice, 1994.

mora obratiti pažnju na interese i potruditi se izazvati znatiželju, ali i motivirati potencijalnu publiku. Marilyn Hood navodi šest najčešćih motivatora:

- socijalna interakcija
- rad na nečemu vrijednom
- stjecanje novih iskustava
- prilika za učenje
- aktivno sudjelovanje
- osjećaj udobnosti.³⁴

3.1. Posjetitelji s invaliditetom

Kako je u ovom radu riječ o oblikovanju izložaba za osobe s invaliditetom, u nastavku ću opisati na koji način se izložba može prilagoditi takvoj publici. Opća deklaracija o ljudskim pravima (1948) u čl. 27. kaže da „*svatko ima pravo slobodno sudjelovati u kulturnom životu svoje zajednice, uživati u umjetnosti, pridonositi znanstvenom razvoju i koristiti njegove prednosti*“.³⁵

³⁴ Dean, D. Museum exhibition : Theory and practice, 1994.

³⁵Opća deklaracija o ljudskim pravima. NN d.d. http://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2009_11_12_143.html pristup: 13.11.2016.

4. Oblikovni elementi izložaba iz perspektive osoba s invaliditetom

U prethodnim poglavljima obradila sam elemente potrebne za oblikovanje muzejske izložbe. U nastavku ću obraditi svaki element zasebno iz perspektive osoba s invaliditetom, navodeći pritom neke razlike u prilagodbi.

4.1. Orijentacija i organizacija iz perspektive osoba s invaliditetom

Zemljopisna orijentacija važna je svim posjetiteljima, pa tako i onima s invaliditetom. Snalaženje u prostoru bitno je za izložbu jer će se posjetitelj koji se dobro snalazi u prostoru osjećati ugodno i sigurno i moći će se potpuno posvetiti izložbi. Slijepim se posjetiteljima snalaženje može olakšati taktilnim kartama, audio opisom ili obilaskom kako bi se osoba na licu mjesta upoznala s prostorom. No, često to nije moguće zbog veličine muzeja ili raznih prepreka te je najbolje da takvi posjetitelji izložbu razgledaju u pratnji muzejskog osoblja ili neke druge videće osobe.

Intelektualna orijentacija uvodi posjetitelja u temu izložbe i proširuje njegovo znanje. Posjetitelji s invaliditetom mogu se putem web stranica ili medija prije posjeta informirati o sadržaju izložbe kako ne bi gubili vrijeme nastojeći odgonetnuti što, primjerice, predstavlja neka skulptura ili predmet.

Upoznajući ideje izložbe kojima se bavi konceptualna orijentacija, posjetitelj s invaliditetom saznat će što ga očekuje i kvalitetno se pripremiti za posjet izložbi. Ukoliko se, na primjer, radi o posjetu izložbi apstraktnih skulptura, slijepi posjetitelj neće gubiti vrijeme nastojeći otkriti što skulptura predstavlja. Umjesto toga, posvetit će više pažnje drugim detaljima. Figurativne će skulpture posjetitelj probati samostalno taktilno doživjeti i prepoznati.

Velik problem kod osoba s invaliditetom je nedostatak motivacije za posjet izložbi, čime se bavi psihološka orijentacija. Mnoge muzejske zgrade još uvijek su

nepristupačne osobama u invalidskim kolicima. Druge su pristupačne, no sam dolazak do njih nije jednostavan. Pri posjetu muzejima u okviru nastave, od najranije se dobi upozoravalo učenike da ne diraju eksponate i to je vrijedilo za sve. Iz vlastitog iskustva mogu posvjedočiti da hodanje za grupom svojih razrednih kolega po velikom nepoznatom prostoru slušajući površan opis nekog djela, a da ga pritom ne mogu doživjeti, nije nimalo motivirajuće za nastavak posjeta izložbama.

Kao što je već spomenuto u prethodnim poglavljima, smjerovi kretanja po muzeju mogu biti različiti. Slijepim osobama, a i drugim posjetiteljima, snalaženje mogu olakšati taktilne podne trake, no uvijek će dobro doći i pomoć muzejskog osoblja.

Neki će posjetitelji s invaliditetom u muzej doći s pratnjom pa je stoga potrebno navesti koliko je vremena potrebno za razgledavanje izložbe. Iako je to zakonom određeno, dobro je navesti da se u muzej može doći u pratnji psa pomagača, te da posjetitelj ima dovoljno prostora za nesmetano kretanje sa psom.

4.2. Okoliš iz perspektive osoba s invaliditetom

Prilagođen ulaz u zgradu, galerija, sama izložba, ali i popratni sadržaji poput restorana, suvenirnica, sanitarija, dio su pristupačnog okoliša za osobe s invaliditetom. Takvu osobu će privući posjet muzeju ili izložbi ukoliko naiđe na okoliš koji samim svojim uređenjem izaziva osjećaj dobrodošlice. Za početak, potrebno je na web stranicama muzeja objaviti sve potrebne informacije vezane uz pristupačnost osobama s invaliditetom. Tekstovi bi trebali biti pisani uvećanim fontom kako bi bili čitljivi slabovidnim korisnicima. Također bi bilo poželjno da posjetitelj sam odabere veličinu fonta i pozadinske boje. Dokumenti bi trebali biti pisani u formatima koje podržava čitač zaslona. Slike i videomaterijali bi trebali biti opisani zvučnim ili tekstualnim zapisima.³⁶

³⁶ Webrošura : vodič za izradu dobrog školskog weba. CARNET : hrvatska akademska i istraživačka mreža. http://www.carnet.hr/portal/za_skole?only_mod_instance=241_91607_0&mfs_dwn=1096. pristup: 13. 08. 2015.

Slijepim i slabovidnim posjetiteljima pomoći će detaljne upute dolaska do prostora u kojem se održava izložba. Dobar je primjer naveden na web stranicama Tiflološkog muzeja u Zagrebu:

Ako dolazite tramvajem broj 2, 4, 6, 9 ili 13 (Branimirovom) iz smjera zapada (Glavni željeznički kolodvor), siđite na prvoj stanici (Branimirova) i skrenite lijevo u Draškovićeve ulicu. Od stanice do ulaza u zgradu Muzeja na kućnom broju 80 vode vas podne taktilne trake.

Ako dolazite tramvajem broj 4, 8, 9 ili 13 iz smjera sjevera (Draškovićeve), siđite na stanici Sheraton i nastavite po Draškovićevoj ulici do zgrade Muzeja. Od stanice do ulaza u zgradu Muzeja vode vas podne taktilne trake.

Ako dolazite tramvajem broj 2, 6 ili 8 (Branimirovom) iz smjera istoka (Autobusni kolodvor), siđite na stanici Branimir centar. Od stanice do ulaza u zgradu Muzeja vode vas podne taktilne trake.

Ako dolazite vlastitim automobilom, parkirno mjesto možete naći oko zgrade Muzeja koji se nalazi u drugoj parkirnoj zoni (8 kn/sat). Označeno je i parkirno mjesto za invalide.³⁷

Bilo bi poželjno navesti treba li posjetitelj prijeći zebru, gdje se ona nalazi, te postoji li zvučni semafor i spuštene pločnike. Prilikom samog dolaska u muzej, posjetitelj s invaliditetom trebao bi biti upoznat s informacijom postoji li i koliko stepenica, te gdje se nalazi rukohvat i rampa. Izložbu koja se nalazi na katu zgrade bez lifta teško će posjetiti osobe u invalidskim kolicima. Slijepim i slabovidnim osobama problem su lokacije kojima se nisu nikad kretale. Stoga su posjetitelji s invaliditetom, žele li posjetiti neku izložbu, primorani sami organizirati putovanje ili dolazak do muzeja. Taj bi se problem mogao riješiti na način da muzeji na svojim web stranicama navedu mogućnost prethodne najave dolaska gdje će potencijalni posjetitelj navesti i vrstu

³⁷ Tiflološki muzej - o nama <http://www.tifloloskimuzej.hr/page.aspx?id=23> pristup: 12. 08. 2015.

pomoći koja mu je potrebna. Muzejsko osoblje trebalo bi biti na raspolaganju u slučaju da posjetitelji zatraže pomoć pri razgledavanju izložbe.

Pri ulasku u muzej, prvo što će osoba s invaliditetom zatražiti je audiovodič. U njemu bi trebale biti navedene upute o kretanju prostorom u kojem se odvija izložba, uz sve dodatne napomene poput stepenica ili drugih prepreka. Djela koja nisu prilagođena trebala bi biti ukratko opisana. Važno je navesti pojedinosti karakteristične za djelo, no ne treba pretjerivati s detaljima. Treba imati na umu da se slijepi posjetitelji moraju koncentrirati i na ostale zvukove u prostoru, te je u skladu s tim potrebno prilagoditi audiovodič. Previše zvukova odjednom izaziva prezasićenost i posjetitelj se nakon razgledavanja takve izložbe osjeća iscrpljeno.

Osobama u invalidskim kolicima potrebno je pružiti informacije o pristupačnosti cijelog muzeja, a ne samo izložbenog prostora. U muzeju na više etaža trebao bi se nalaziti dovoljno prostran lift za invalidska kolica. Informacijski pult trebao bi biti prilagođen komunikaciji s osobama svih vrsta invaliditeta. To znači da bi trebao sadržavati prostor za invalidska kolica, indukcijsku petlju za ravnopravnu komunikaciju s osobama oštećena sluha i prilagođene publikacije.

U izložbenom prostoru nužna su mjesta za odmor gdje će posjetitelji na miru proučiti vodič i obratiti pažnju na dijelove koji ih zanimaju.

4.3. Dodir

Slijepi osobe izložbu ne mogu doživjeti jednim od najvažnijih osjetila, vidom. Stoga im se treba omogućiti percipiranje izložbe pomoću ostalih osjetila. Jedno od njih je dodir, kojim se mogu dobiti informacije o obliku, teksturi i veličini predmeta ili sadržaju ilustracije. Na temelju tih podataka slijepa osoba stvara vlastitu sliku o izložbi. Kratki osvrt na taktilnu percepciju slijepih objasniti će kako slijepi dodiranjem doživljavaju prostor oko sebe.

4.3.1. Taktilna percepcija kod slijepih

Taktilna percepcija definira se kao proces stvaranja predodžbi u svijesti temeljem osjeta opipa. To je spoznajni proces putem kojeg primamo informacije iz okoline. Zbog nedostatka vida, slijepa osoba usmjerena su uglavnom na slušnu i taktilnu percepciju koja je uvijek pod utjecajem prošlih iskustava. Slijepa osoba ne može prepoznati oblik ili teksturu nečega ako se s tim nije već ranije susrela. U vizualnoj percepciji primarno prevladava oblik, a u taktilnoj prevladava struktura, odnosno analiza odnosa dijelova predmeta. U taktilnom doživljavanju pravilo je da se globalna perspektiva doživljava statičnom rukom, a taktilna percepcija za detaljnu analitičku informaciju drugom rukom koja se kreće. Perceptivni razvoj prati:

- svijest razlikovanja tekstura, temperature, vibracija, površina i različitih materijala
- strukturu i oblik koji se mogu opaziti kad se rukama obuhvati predmet različitih veličina
- odnos dijelova prema cjelini koji dijete može shvatiti kad mu osiguramo da predmete uzima zasebno i stavlja ih u skupine.

Grafičko predstavljanje u dvodimenzionalnoj formi je najviša razina taktilne percepcije gdje se prethodno upoznati trodimenzionalni predmeti predstavljaju u plosnatoj perspektivi. Prepoznavanje se može početi od jednostavnijih prema složenijim oblicima.

Zbog nedostatka vida osjetila ne postaju izoštrijenija, nego mijenjaju svoju funkciju. Ona na različite načine zamjenjuju vid. Kako bi se taktilnokinetička percepcija što više razvila i pružila što više informacija koje bi se inače dobile vidom, potrebno ju je razvijati od najranije dobi. Usavršavanjem osjetila moguće je utjecati na spoznajne procese, no mnogi predmeti nisu dostupni jer nije moguće stupiti s njima u neposredan dodir. Informacije također mogu biti neprecizne te ih je teško povezati u jednu cjelinu. Dodir ima ograničen doseg zbog male površine jagodica na prstima. Pamćenje je opterećeno velikim brojem informacija u prostoru pa je slijepoj osobi teško pojmiti cijelu sliku velikog predmeta i odnose dubine na slici. Slike s puno detalja najbolje je prikazati dio po dio. Ispitivanje dodirom ograničeno je na dvodimenzionalne uzorke

koji se opipavaju jednim prstom, ali je u prednosti kad se opipava trodimenzionalni oblik. Budući da taktilnokinestetička percepcija kod djece oštećena vida ima veliku spoznajnu vrijednost, predmeti koji nisu pristupačni mogu se kompenzirati upotrebom modela i maketa. No Taktilne informacije nisu toliko precizne kao vizualne pa je stoga potrebna cjelokupna stimulacija taktilnokinestetičkog sustava koja uključuje dodir, kretanje i poziciju tijela u prostoru. Zapostavljanje pak rezultira kasnijim kognitivnim razvojem. Razvijena taktilnokinestetička percepcija može slijepim osobama koristiti kasnije u kretanju s dugim bijelim štapom. Štap je snažan percepcijski alat pomoću kojeg vješti korisnici mogu percipirati materijal, nakrivljenje, izdignutost površine kojom hodaju i tako se lakše orijentirati. Sve osobe, bez obzira da li su slijepe od rođenja, kasnije oslijepjele ili videće, teže vizualizaciji prostora. Videće i kasnije oslijepjele osobe pokušavaju na temelju sjećanja konstruirati vizualne slike onoga što su dodirnule, a osobe slijepe od rođenja imaju vizualne predodžbe koje i one same mogu teško objasniti. Slijepe će osobe vizualizirati prostor ili predmet samo na temelju onoga što su doživjele osjetilnim iskustvima. Ono što se ne bi smjelo zanemariti kad se radi o taktilnoj percepciji je činjenica da slijepim osobama treba više vremena za taktilno istraživanje okoline. Slijepa osoba predodžbu o predmetu stvara analitičkosintetičkim putem i vrlo je važno dati joj dovoljno vremena da predmet ili prostor doživi u cjelini, stvori sliku, potom upozoriti na detalje na koje treba obratiti pažnju i tek na kraju ponovno cjelinu. Kod prepoznavanja trodimenzionalnih oblika slijepima se može pomoći ako ih se usmjeri na detalje poput oblika, kategorije npr. Voće, ili bilo kojeg specifičnog dijela tijela. ³⁸

Poznata priča o slijepima i slonu slikovito ilustrira taktilnu percepciju slijepih osoba.

„Šest slijepih susreće slona. Prvi mu dodiruje trup i kaže da je slon poput palminog stabla, drugi mu dodiruje bok i kaže da je slon poput grubog zida. Još jedan mu opipava rep i kaže da je slon poput komada užeta. Svaki dolazi u dodir s drugim dijelom slona i uvjeren je da je njegovo vlastito objašnjenje točno te da su drugi u krivu. Nitko

³⁸ Bosnar Salihagić, Ž. Taktilna percepcija, magistarski rad, 2011. <http://www.savez-slijepih.hr/hr/clanak/2-taktilna-percepcija-1553/> pristup: 14. 08. 2015.

*od njih ne shvaća da svi doživljavaju samo jedan dio slona i da nijedno od njihovih objašnjenja nije potpuno.*³⁹

4.4. Boje, svjetlost i tekstura iz perspektive osoba s invaliditetom

Poznavanje boja razlikuje se kod svake pojedine slijepice i slabovidne osobe. Ne postoji način da se osobama slijepima od rođenja jasno predoče boje i njihove nijanse. Njima se to može dočarati različitom teksturom predmeta ili različitim prikazom reljefa na slici. Već je spomenuto da i slijepi i videći nastoje vizualizirati ono što im se opisuje, pa tako i osobe slijepice od rođenja imaju neku predodžbu o bojama. Međutim, ta se predodžba razlikuje od pojedinca do pojedinca. Kasnije oslijepjele osobe uglavnom se sjećaju boja, tako da će njima puno značiti njihov opis. Međutim, boje i njihovi kontrasti najinformativniji su slabovidnim osobama. Pomoću njih se jasno mogu prikazati manji predmeti, legende, odvojiti izložbene cjeline, označiti promjene u razini poda i slično.

Osvjetljenje ima značajnu ulogu u izložbenom prostoru. Izvor svjetla ne bi smio biti u istoj ravnini s linijom oka kako bi se izbjeglo blještanje. Stvaranje sjena potrebno je svesti na najmanju moguću mjeru jer one, osim što otežavaju čitanje i iskrivljavaju sliku, mogu sakriti i zapreke poput stepenica, što može biti opasno za slabovidne posjetitelje. Osvjetljenje bi trebalo biti dovoljne jačine kako bi se omogućilo čitanje i promatranje slabovidnim osobama. Postavljanje osvjetljenja pod krivim kutem, preslabo ili prejako svjetlo ili preveliko zagrijavanje mogu pokvariti dojam ili prijenos poruke izložka, pa i čitave izložbe.⁴⁰

³⁹ Slijepi, slon i zoo. <http://www.savez-slijepih.hr/hr/kategorija/slijepi-slom-i-zoo-898/> pristup: 16.08.2015.

^{42,43} Maroević, I. Uvod u muzeologiju, 1993. i Čaldarević, Ž. C. Muzeji i osobe s invaliditetom s naglaskom na osobe oštećena vida. Diplomski rad, 2014

Materijal ili tekstura je, uz dodir, jako važan svakom slijepom posjetitelju. Pomoću njega dobivaju se informacije o predmetu koje pomažu u pridruživanju značenja i primanju poruke. Kod reljefnih prikaza ilustracija promjenama u teksturi mogu se dočarati boje, svjetlost i prostor. Odličan primjer dobro iskorištenog materijala jesu taktilni dijagrami Nataše Jovičić postavljeni u Modernoj galeriji.

„Slika koja se prezentira postavljena je u originalu ili replici, kao fotografija, na zidu galerije kako bi je slabovidne osobe mogle vidjeti, a ispod nje na posebno izrađenom stalku postavlja se pet taktilnih dijagrama formata A4 otisnutih u staklu koji se dodiruju i koje slijepa osoba može vidjeti dodirom, ali i doživjeti boje.

Na prvom dijagramu je prikazana i objašnjena cjelina slike, na drugom su izdvojeni bitni detalji, na trećem se objašnjava svjetlost na slici, a na sljedećem prostor. Peti dijagram je dopunjen uzorcima kako bi se dočarala boja: smeđa je označena kvadratićima, crvena paralelnim horizontalnim prugama, zelena kosim, žuta valovitim prugama, a bijela ploha je točkasta.“⁴¹

4.5. Predmeti

Iako većina muzeja dolazi u sukob interesa kad govorimo o zaštiti predmeta i njihovoj dostupnosti slijepima, mnogi izlaze u susret takvim posjetiteljima, omogućujući taktilno percipiranje. Osjetljiviji predmeti mogu se dodirivati pomoću posebno izrađenih rukavica, no to ne daje potpunu informaciju o teksturi i obliku predmeta. Najbolje je rješenje da muzej, uz originalne predmete, posjeduje i replike istih kakobi se zadovoljila oba zahtjeva zaštite i pristupačnosti.

4.6. Grafički elementi iz perspektive

osoba s invaliditetom

U dijelu o taktilnoj percepciji spomenula sam da će slijepa osoba, u slučaju da se nije od najranije dobi susretala s dvodimenzionalnim oblicima, puno teže razlikovati ilustracije. Stoga je uz njihovo prilagođavanje potrebno putem legende ili audiovodiča navesti što one sadrže. Pritom treba obratiti pažnju na to da se na slici ne nalazi previše detalja jer to samo zbunjuje posjetitelja. Važno je da se reljefno prikaže poruka koja se želi prenijeti. Kod taktilnih mapa i dijagrama također je važno da ne sadrže previše detalja, te da se uz njih nalaze jasne legende s objašnjenjima.

4.7. Modeli

Modeli, makete i replike su slijepim posjetiteljima najzanimljiviji dio muzejske izložbe. Zbog trodimenzionalnog oblika lakše su shvatljivi od ilustracija. Dodirivanje predmeta koji su se koristili, primjerice, u srednjem vijeku te demonstracija njihovog korištenja slijepim posjetiteljima može biti poučna i zanimljiva. Umanjeni prikaz neke građevine slijepa će osoba percipirati puno lakše od prave jer se na maketi mogu istaknuti dijelovi do kojih često nije moguće doći, poput, primjerice, kupole.

4.8. Nove tehnologije

Nove tehnologije osobama s invaliditetom uvelike olakšavaju svakodnevni život i podižu kvalitetu života na višu razinu. Korištenje računala i ostale pripadajuće opreme može nepristupačnu izložbu učiniti dostupnom čak i onim osobama koje nisu u mogućnosti fizički posjetiti muzej. Primjer su virtualne izložbe, iako nisu zamjena tradicionalnima. Slijepe osobe također se mogu služiti računalom, pod uvjetom da je na njemu instaliran neki od govornih čitača zaslona. Tiflološki muzej posjeduje jedno takvo računalo, skener i brajev redak. Tako slijepi posjetitelji mogu samostalno istražiti ono što ih u tom trenutku zanima o izložbi, pa i odskenirati i pročitati neke materijale na crnom tisku.

Video materijali koji se prikazuju na izložbi trebali bi biti opremljeni naracijom, titlovima i slušalicama kako bi bili dostupni i slijepim i gluhim posjetiteljima.

4.9. Legende

Slijepim i slabovidnim posjetiteljima legende bi trebale biti dostupne na Brailleovom pismu i na uvećanom tisku. Pritom se mora voditi računa o tome da se one nalaze u visini očiju, te da budu dostupne i osobama u invalidskim kolicima. Za legende na Brailleovom pismu važno je da budu napisane na čvršćem materijalu, kako se s vremenom ne bi oštetile učestalim dodirom. Papir na kojem je pisana legenda trebao bi biti neproziran, kako ne bi zrcalio slova s poleđine. Muzej bi svojim slabovidnim posjetiteljima trebao omogućiti posuđivanje povećala. Tekstovi bi trebali, zbog lakšeg čitanja, biti poravnati po lijevoj margini i pisani sans serif fontom. Boje pozadine i teksta trebale bi biti u jasnom kontrastu. Posjetiteljima koji imaju poteškoća sa sluhom treba ponuditi mnogo vizualnih i interaktivnih sadržaja.

4.10. Publikacije

Katalozi, vodiči, programi izložaba i ostale publikacije trebale bi biti na raspolaganju svim posjetiteljima pa tako i osobama s invaliditetom zbog informacija koje sadrže. U katalozima i vodičima trebali bi se nalaziti opisi i ilustracije predmeta koji su zaštićeni u vitrinama i ne mogu se doživjeti dodirom. Publikacije također mogu upoznati posjetitelje s tematikom i potaknuti njihov interes za izložbu. Važno je da se u publikacijama nalaze i informacije o pristupačnosti muzeja i izložbe koje će biti korisne svim posjetiteljima s invaliditetom.

U ovom dijelu rada Opisala sam većinu elemenata za oblikovanje izložbe i potrebne prilagodbe posjetiteljima s invaliditetom. Neki elementi spomenuti su u dijelu rada gdje se govori općenito o oblikovanju, no nisam spomenula njihove prilagodbe, a neke sam elemente dodala. Razlog tome je što su neki elementi prilagodljivi osobama s

invaliditetom, dok drugi, poput vitrine, mogu predstavljati prepreku u kretanju ili ograničiti slijepe da dodiruju predmete.

5. Zaključak

Posjet muzejskim izlozbama jedan je od kvalitetnih načina provođenja slobodnog vremena. Osobe s invaliditetom imaju jednako pravo na posjet kao i ostali, no u praksi to često nije slučaj. Većina izložaba još je uvijek nepristupačna, bilo da govorimo o arhitektonskim barijerama ili o samom postavu. Ipak, u zadnjih nekoliko godina posvećuje se puno više pažnje osobama s invaliditetom i načinima prilagodbe izložaba. Cilj ovog rada bio je pokazati kako se muzeji, ali i izložbe, uz malo truda i dodatnog znanja mogu prilagoditi i učiniti pristupačnima posjetiteljima s invaliditetom. Sve je veći broj muzejskog osoblja koje izlazi u susret takvim posjetiteljima otvaranjem vitrina, prilagođavanjem fotografija, postavljanjem replika. No, tu su još uvijek često nepremostive arhitektonske barijere koje onemogućuju posjet muzejima osobama u invalidskim kolicima.

Muzejsko osoblje uključeno u pripremu izložbe trebalo bi se prilikom oblikovanja konzultirati s osobama svih vrsta invaliditeta kako bi izložba bila što prilagođenija njihovim potrebama. Ponekad je za prilagodbu potrebno više vremena, truda i financijskih sredstava. No, već i samo mali dio izložbe prilagođen osobama s invaliditetom velik je napredak u uključivanju takvih osoba u kulturni život zajednice.

6. Literatura

1. Belcher, M. Exhibitions in museums. Leicester; London : Leicester University Press, 1992.
2. Budiselić Gržan, P. Boja – glavni element pri postavljanju izložaba. Zagreb : Filozofski fakultet, 2008. Diplomski rad.
3. Čaldarević, Ž. C. Muzeji i osobe s invaliditetom s naglaskom na osobe oštećena vida. Zagreb : Filozofski fakultet, 2014. Diplomski rad.
4. Dean, David. Museum exhibition : Theory and practice. London, New York : Routledge, 1994.
5. Diorama. Hrvatska enciklopedija.
<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=67913> pristup: 12.08.2015.
6. Etički kodeks za muzeje. ICOM. <http://www.icom-croatia.hr/wp-content/uploads/2011/11/Eticki-kodeks-za-muzeie.pdf> pristup: 08.08.2014.
7. GREGUROVIĆ, G. Izložba kao način komunikacije u školi. Zagreb : Filozofski fakultet, 2003. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.
8. Maroević, I. Uvod u muzeologiju. Zagreb : Zavod za informacijske studije, 1993.
9. Museum lighting. <http://www.nouvir.com/pdfs/MuseumLighting.pdf> pristup: 12.08.2015.
10. Muzej krapinskih neandertalaca. <http://www.arheologija.hr/?cat=242> pristup: 06.05.2015.
11. Nikolić, M. Muzeološka koncepcija izložbe o pionirima. Zagreb : Filozofski fakultet, 2015. Diplomski rad.
12. Opća deklaracija o ljudskim pravima. Narodne novine d.d. http://narodne-novine.nn.hr/clanci/medunarodni/2009_11_12_143.html pristup: 13. 11. 2016.
13. Pravilnik o osiguranju pristupačnosti građevina osobama s invaliditetom i smanjene pokretljivosti. Narodne novine d.d. http://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_78_1615.html pristup: 13.08.2015.
14. Ribičić-Županić, A. Muzej za svakoga. Institut za povijest umjetnosti. <http://www.ipu.hr/uploads/documents/508.pdf> pristup: 21.11.2014.
15. slijepi, slon i zoo. <http://www.savez-slijepih.hr/hr/kategorija/slijepi-slون-i-zoo-898/> pristup: 16.08.2015.

16. Taktilna percepcija. Bosnar Salihagić, Ž. Magistarski rad, 2011.
<http://www.savez-slijepih.hr/hr/clanak/2-taktilna-percepcija-1553/> pristup: 14.08.2015.
17. Tiflološki muzej - o nama <http://www.tifლოსkimuzej.hr/page.aspx?id=23> pristup: 12.8.2015.
18. Webrošura : vodič za izradu dobrog školskog weba. CARNet : hrvatska akademska i istraživačka mreža. http://www.carnet.hr/portal/za-skole?only_mod_instance=241916070&mfs_dwn=1096 pristup: 13.08.2015.

7. Dodatni izvori:

Bilješke s predavanja prof. dr. sc. Žarke Vujić u okviru kolegija Muzejske izložbe