

Filozofski fakultet u Zagrebu
Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti
Katedra za muzeologiju i upravljanje baštinom

Zagreb, rujan 2015.

MUZEOLOŠKA KONCEPCIJA IZLOŽBE O PIONIRIMA

DIPLOMSKI RAD

Mentorica:
Dr. sc. Žarka Vujić

Studentica:
Melita Nikolić

Sadržaj

Sažetak	3
Summary	3
1. Uvod	4
2. Važnost muzeja u očuvanju identiteta zajednice	5
2.1. Muzeološka funkcija komuniciranja	6
3. Izložba	8
3.1. Muzejski predmet i njegovi aspekti kao dijelovi komunikacijskog procesa unutar muzeja	9
4. Tipologije izložaba i izlaganja	12
4.1. Povremena (i/ili) tematska izložba	14
5. Temeljni elementi izložbe	15
5.1. Orijentacija	15
5.2. Okoliš izložbe	16
5.3. Osvjetljenje i boja	17
5.4. Odnos prema predmetima	18
5.5. Grafički i ostali pomoćni materijali	18
5.6. Legende	19
6. Posjetitelji - publika	20
6.1. Vrednovanje izložbe	22
7. Muzeološka koncepcija izložbe o pionirima	25
7.1. Promišljanja o izradi muzeološke koncepciji na temelju teorije	25
7.2. Etnološko istraživanje kao okosnica muzeološke koncepcije	26
7.3. Konkretizacija sadržaja kroz dosadašnji doseg znanja o temi pionirstva	29
7.3.1. Veza totalitarnog režima i odgoja djece	29
7.3.2. Odgoj „socijalističkog čovjeka“ od najranije dobi	30
7.3.3. Svečanost primanja u pionire i simbolički značaj	33
7.3.4. Kult Josipa Broz Tita i pioniri	36
7.3.5. „I poslije Tita, Tito!“	37
7.4. Prijedlog prostornog rješenja izložbe	38
8. Zaključak	44
Literatura	46
Dodatni izvori	49
Prilozi	50

Sažetak

Ovaj rad prijedlog je muzeološke koncepcije izložbe o pionirima. Prvi dio rada donosi sažet prikaz relevantne literature u svrhu obuhvata bitnih teorijskih postavki o muzeju i muzejskoj izložbi te muzejskom predmetu kao dijelu komunikacijskog procesa. Drugi dio rada čini dosadašnji doseg znanja o temi pionira te prijedlog prostornog smještaja izložbe u prostoru za povremene izložbe Etnografskog muzeja u Zagrebu. Kroz pisanje muzeološke koncepcije pokušalo se razraditi razne interpretacijske strategije koje bi se koristile na izložbi, multimedijalna rješenja i popratni materijali te interaktivnost na izložbi. Pisanju ove muzeološke koncepcije prethodilo je etnografsko istraživanje sjećanja i priče prikupljene na takav način čine njezinu okosnicu te zauzimaju važno mjesto kod osmišljavanja interpretacijskih strategija.

Ključne riječi: muzej, izložba, komunikacija, interpretacija, muzeološka koncepcija, pioniri, Tito

Summary

This paper is a presentation of museum concept of the exhibition about Yugoslavian pioneers. First part of the paper is a concise review of relevant theory about museum and museum exhibition and also about museum object as the essential part of the communication process in museum. Second part of this paper is a short review of reached knowledge on the Yugoslavian pioneers and a suggestion of physical seating of the exhibition in the Ethnographic Museum in Zagreb, in the room for temporary exhibitions. This paper proposes several interpretation strategies that will be used on the exhibition, and also several multimedial setups and interactivity. What preceded writing this museum concept of the exhibition about Yugoslavian pioneers was ethnographical research. It was based on human memory and remembering and its transformation in personal stories. These memories were framework in presentation of museum concept of the exhibition.

Key words: museum, exhibition, communication, interpretation, museum concept of the exhibition, Yugoslavian pioneers, Tito

1. Uvod

Kako se razvijamo kao osobe, ali i kao akademski građani, kroz psihički i intelektualni rast i razvoj dolazimo do spoznaje da smo u velikoj količini informacija i znanja dobivenih kroz studij uspjeli iskristalizirati i vlastitu užu interesnu sferu. Moja je – istraživanje i interpretiranje razdoblja socijalizma. Razdoblje socijalizma pojavnost je koja kroz sve svoje društvene, kulturne i političke manifestacije daje kompleksne i slojevite interesne niše iz kojih mogu crpiti beskrajno znanje i u kojima mogu naći gotovo neiscrpe izvore istraživanja.

Studij muzeologije i upravljanja baštinom i kolegij profesorice Žarke Vujić *Muzejske izložbe* pokazao se kao izvrstan način da se zanimanje za socijalizam još više kontekstualizira i konkretizira i to upravo kroz prizmu muzeološke koncepcije izložbe o pionirima.

Cilj ovoga rada je, uz obradu relevantne literature u svrhu obuhvata bitnih teorijskih postavki o muzeju i muzejskoj izložbi, predložiti muzeološku koncepciju izložbe o pionirima. Kroz nju se pokušalo razraditi razne interpretacijske strategije koje bi se koristile na izložbi, multimedijalnarješenja i popratni materijali te interaktivnost na izložbi. Pisanju ove muzeološke koncepcije prethodilo je etnografsko istraživanje sjećanja. Priče prikupljene na takav način čine njezinu okosnicu te zauzimaju važno mjesto kod osmišljavanja interpretacijskih strategija.

Kada Tomislav Šola u knjizi *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji* postavlja pitanja jesu li nam muzeji uopće potrebni i što će nam muzeji te mogu li pridonijeti razvoju, otvara se novi pogled na problematiku muzeja i njegove uloge u društvu. Muzej kao institucija igra važnu ulogu u društvima u tranziciji, jer osim što treba služiti zajednici, biti učitelj i utjeha, treba i pomoći ljudima u definiranju i učvršćivanju identiteta te ih podučiti o prošlosti, sadašnjosti, ali i o budućnosti. On mora biti mjesto u kojem se osjećamo dobro, sigurno i ravnopravno. „Baštinske institucije nisu tu da prikupe, sačuvaju i predstave materijalnu supstancu nekog identiteta, nego da posluže kao ohrabrenje kulturnog i svakog drugog stvaralaštva u realnom vremenu i sa stvarnim ljudima“ (Šola 2014: 41). Tako danas svjedočimo velikom broju novootvorenih muzeja pa možemo zaključiti kako je potreba za očuvanjem identiteta i učenjem o prošlim i sadašnjim fenomenima posredstvom muzeja i dalje prisutna.

Tema socijalizma u zadnje je vrijeme sve popularnija i na našim prostorima se o tome već pisalo i istraživalo. Izdvojit ćemo dvije izložbe relevantne za ovu temu. Tako je tu izložba 'Refleksije vremena 1945. – 1955.' u Klovićevim dvorima i izložba u Muzeju suvremene umjetnosti 'Socijalizam i modernost: Umjetnost, kultura, politika 1950-1974.'. Obje izložbe

fokus imaju na cjelokupnoj kulturi socijalizma u specifičnom vremenskom razdoblju. Izložba „Refleksije vremena“ prikazivala je politiku, umjetnost, kulturu i svakodnevicu socijalizma u vremenskom razdoblju od 1950. do 1974. godine. Bilaje strukturirana kronološki i tematski od dolaska partizana i uspostave vlasti, preko vremena obnove i izgradnje, radnih akcija, do Tita i njegove transformacije iz maršala u *dandyja*. Izložba je nastala suradnjom galerije Klovićevi dvori, Hrvatskog državnog arhiva, Muzeja istorije Jugoslavije i brojnih drugih partnera. Izložba „Socijalizam i modernost; umjetnost, kultura, politika 1950.-1974.“ kroz svojih tristotinjak izložaka ispričala je priču o važnom razdoblju naše nedavne prošlosti. Također se bavila umjetnošću, kulturom, politikom i urbanizmom u specifičnom vremenskom razdoblju, od početka 50-ih do sredine 70-ih godina 20. stoljeća. Izložba je nastala koristeći gotovo isključivo građu iz tridesetak muzejskih i privatnih zbirki u Hrvatskoj.

Postojanje interesada se postave izložbe koje tematiziraju našu nedavnu prošlost i sve preživjele mitove govori da postoji zanimanje za temu socijalizma i dodatni su poticaju istraživanju teme pionira, tog specifičnog vida društvenog ponašanja u vremenu socijalizma.

Cilj ovog rada je stvoritimuzeološku koncepciju izložbe o pionirima koja bi neke ljude vratila u blisku prošlost i podsjetila ih na ta vremena, a nekima dala prozor u tadašnji svijet i kolektivnu svijest te na taj način ispunila jednu od temeljnih funkcija izložbe – edukaciju, ali i osjećaj društvene dostupnosti i otvorenosti.

2. Važnostmuzeja u očuvanju identiteta zajednice

Muzej je banka kulturnog sjećanja i memorije čovječanstva. Iako su mu primarni medij materijalni predmeti, informacija sadržana i prenesena posredstvom materijalnih predmeta ono je nezaobilazno u prirodi muzeja. I druge se institucije bave informacijama, ali jedinstvenost muzeja su njegove primarne funkcije: sabiranje, čuvanje, istraživanje i izlaganje (Dean 1994: 1). ICOM-ova definicija iz 1974. godine muzej određuje kao „neprofitn[u], staln[u] ustanov[u] u službi društva i njegova razvoja“ (Maroević 1993: 74 prema P. van Mensch 1992: 225), otvorenu javnosti, koja kroz zbirke klasificira, proučava, znanstveno obrađuje, izlaže i prezentira javnosti materijalnu i nematerijalnu baštinu, sve dijelove ljudske stvarnosti koje vrijedi sačuvati i komunicirati (Gob i Drouguet 2007: 15).

Očekivanja društvene zajednice i zahtjevi publike u odnosu na muzeje i na vrijeme u kojem živimo sve su veća i obuhvatnija, a zadatak muzejskih ustanova, njihovih voditelja i idejnih tvoraca je da usavrše mehanizme djelovanja kojima bi mogli odgovoriti na potrebe zajednice (usp. Gob i Drouguet 2007: 15). U drugoj polovici prošloga stoljeća došlo je do procvata

novooizgrađenih i obnovljenih muzeja, ali i promjene paradigme shvaćanja što to muzej uopće jest. Muzej je postao „kompleksna, multiformna i multifunkcionalna institucija“ (Gob i Drouguet 2007: 15). David Dean navodi kako bi muzej trebao biti i prijateljsko okružje te bi morao naći načine kako se čim više okrenuti potrebama korisnika i oslušivati njihove potrebe i interese (1997: 1).

Muzeji su bitni za očuvanje identiteta i kolektivnog pamćenja. Oni su institucije koje pridonose „samospoznavanju i djelotvorno su sredstvo preko kojeg upoznajemo svijet oko sebe u njegovoj prostornoj i vremenskoj dimenziji“ (Šola 1997: 18). Muzeji su pokretačka sila društva i bez njih i njima srodnih institucija identitet bi bio na kušnji te izložen potencijalno nestajanju. Identitet je sam po sebi vrlo kompleksan fenomen i do danas nema konačnog konsenzusa oko samog pojma, ali i oko obuhvatnosti. Muzeji ne postoje radi predmeta koji su pohranjeni u njima, nego zbog koncepata, informacija, znanja koje ti predmeti pomažu prenijeti (usp. Šola 1997: 24). U njima je oprostora informacija ponuđena posjetitelju i svojevrsna dramatizacija znanja o raznim temama koja daje mogućnost učenja i osvještavanja (usp. Šola 1997: 21). Uloga muzeja je dokazivanje da nismo s prošlosti povezani samo preko mitova i sjećanja, nego je prošlost tlo iz kojeg izrasta identitet i to nam pokazuje da je svijest o prošlosti po sebi oblik afirmacije identiteta te je tako dominantno obilježje poslanja muzeja obrana identiteta i njegovog kontinuiteta (usp. Šola 1997: 26). Muzeji niču zato što ih „stvora stanovit broj potreba suvremenog društva“ (Šola 1997: 19). „Muzeji govore o životu i imaju smisla samo ako njemu služe. Oni moraju podržavati vitalne snage kontinuiteta i identiteta te njihove prilagodbe promjenjivim uvjetima“ (Ibid.: 147)

Muzej je vrlo kompleksna i vrijedna ustanova, s velikim edukacijskim i obrazovnim potencijalom. Vrlo je slojevit i obuhvatan s obzirom na svoju društvenu, edukacijsku i funkcionalnu vrijednost. Muzej bi trebao biti tu da pomogne ljudima da bolje žive tako što će shvaćati svijet oko sebe i pomagati ljudima da spoznaju i sebe i druge.

2.1. Muzeološka funkcija komuniciranja

Odnos prema stvarnosti u kontekstu muzeja i muzejskoga rada izražava se u muzeološkim funkcijama. Muzeološke funkcije muzeja su skupljanje, čuvanje, proučavanje, komuniciranje i izlaganje materijalnih svjedočanstava čovjeka i njegove okoline (Maroević 1993: 160).

Ovaj rad temelji se na muzeološkoj koncepciji izložbe, koja se smatra oblikom komunikacije u muzejima te ćemo se u ovom odlomku približe osvrnuti na muzeološku funkciju komunikacije.

Muzeologija proučava primjenu više oblika komunikacijskog djelovanja, a ovisno o odnosu u kome se predmet ili cjelina kulturne ili prirodne baštine, muzejski predmet i zbirka nalaze prema potencijalnom korisniku informacija koje su sadržane u svakom od predmeta ljudske baštine (Maroević 1993: 93). Tako poruka koja se izražava muzejskom izložbom „kao smislenim kontekstualiziranjem takvih informacija“, jedan je od sadržaja, specifično muzejskog komunikacijskog djelovanja. A izložba je oblik takvog djelovanja (usp. Ibid.). Muzeološka funkcija komunikacije poruka baštine „direktno unosi kulturnu baštinu u realni život ljudi i njihovih zajednica i samim tim ugrađuje baštinu, kao jedan od konstitutivnih elemenata, u kvalitetu življenja, poput vode, zraka, hrane, stanovanja, socijalnog i duhovnog ambijenta“ (Maroević 1993: 199). Funkcija komunikacije odnosi se i na predstavljanje predmeta javnosti. No, nije važna sama prezentacija predmeta, nego se ova funkcija odnosi i na prezentiranje i interpretiranje znanja o predmetima i njihovim kontekstima putem kataloga i publikacija, a i ostalih oblika koji pripadaju općoj komunikaciji. Dakle, komunikacijski proces odvija se u komunikaciji čovjeka s predmetom i predmetnim svijetom (Maroević 1993: 167).

Spomenut ćemo i jednu od muzejskih teorija Z. Z. Stránskoga, a to je teorija muzejske komunikacije, jer je u uskoj vezi s muzeološkom funkcijom komuniciranja. Stránsky ovu teoriju smatra „vrhuncem procesa saznanja“ (Maroević 1993: 167 prema Stránsky 1970b:61) jer se ona bavi izlaganjem onoga što je iz stvarnosti izdvojeno, da bi se nanovo vratilo u stvarnost, ali obogaćeno vrijednostima tezaurusa u kojem je našlo svoju novu stvarnost (usp. Maroević 1993: 167). Muzej tako postaje medij putem kojeg se društvu komunicira muzealnost muzealija (usp. Ibid.). Unutar ove teorije Stránsky povezuje muzeološku funkciju istraživanja i muzeološku funkciju komuniciranja.

Gob i Drouguet navode animacijsku funkciju muzeja kao posljednju od priznatih uz zaštitu, proučavanje i izlaganje. Ta se funkcija, „[p]otpuno (...) uklapa u muzejsku zadaću komuniciranja“ (2007: 221). Muzej se tako ne može svesti samo na puko čuvanje predmeta baštine i njihovo pokazivanje javnosti. Danas mu se dodjeljuje dinamičnija i aktivnija uloga: „valja ići ususret publici, pobuditi njeno zanimanje, privući je i pomoći joj u razumijevanju baštine“ (Gob i Drouguet 2007: 221). Prezentiranje zbirki, muzeografska koncepcija i scenografija bitno utječu na stvaranje privlačnije i dostupnije slike muzeja: „[m]uzej se konačno mora okrenuti prema publici, pokazati joj svoju ugodniju stranu i susretljivo je dočekati“ (Gob i Drouguet 2007:222). Primjerenom politikom komunikacije muzej pokazuje svoju otvorenost prema publici. Otvorenost se potvrđuje kroz specifične i pojedinačne akcije

kojima se muzej uključuje u sveukupni život društva (Gob i Drouguet 2007: 222) odnosno kroz izložbu, svoj glavni *modus operandi* i temeljni oblik muzejske komunikacije.

Kroz muzeološku funkciju komuniciranja uočavamo koliko je bitan informacijski potencijal predmeta baštine. Muzejski kontekst iskorištava informacijski potencijal predmeta baštine za stvaranje poruke koju komunicira publici. Koliko je informaciju odnosno edukativni potencijal sadržan u predmetima bitno komunicirati i dalje pretvarati u znanje, ovaj će rad pokušati prikazati kroz ono što David Dean naziva osnovnim muzejskim identitetom (1994: 1), a Maroević jezgrom muzejske komunikacije – kroz izložbu.

3. Izložba

Funkcija izlaganja i komuniciranja kroz muzejsku izložbu najviše dolaze do izražaja. Izložba predstavlja „djelo funkcionalnog dizajna s ciljem obavljanja specifičnog zadatka – prezentiranja određene poruke, omogućavanja određenog iskustva, obrazovanja u neformalnom okolišu i sl.“¹. Izložba je tipično muzejski instrument za komuniciranje s publikom, poseban način muzejskoga govora (usp. Gob i Drouguet 2007: 101). Gob i Drouguet donose definiciju izložbe Jeana Davallona, gdje on za izložbu kaže kako je ona „sustav koji je nastao raspoređivanjem stvari u prostoru s namjernom da budu dostupne društvenim jedinkama“ (2007: 102 prema Davallon 1999: 11). Poblje ćemo pojasniti sastavnice Davallonove definicije. Pod sustavom on smatra da označava situacije ili stvari koje nisu stvari u klasičnom smislu, već su one nositelji smisla. „Stvari i procesi koje uz sebe vežu pokušavaju funkcionirati poput stvari i činjenica u jezičnom sustavu, s tom razlikom da nisu prvenstveno određeni društvenom uporabom“ (Davallon 1999: 25-26). Raspoređivanje stvari podrazumijeva to da izložba daje na uvid predmete, dokumente, stvari iz stvarnog života koje nisu postavljene samo jedna do druge bez smisla, nego tek raspoređene po određenom načelu stvaraju cjelinu koja prenosi poruku (Gob i Drouguet 2007: 102). Izložba se širi u tri dimenzije prostora, posjetitelj je u njejoj unutrašnjosti u kojoj se kreće i koju fizički doživljava. Osnovna namjera izložbe i sama njezina bit je u pokazivanju, ali ona ne omogućava samo razgledavanje, već omogućava stvaranje mehanizama koji posjetitelju daju ključ za razumijevanje prikazanoga.

Maroević ističe kako je izuzetno važno imati na umu osobine muzejskih predmeta posredstvom kojih muzej provodi svoju komunikaciju izložbom. Cjelokupni napor izlaganja u muzeju zasniva se na ideji „komuniciranja znanja posredstvom muzejskih predmeta“ i u tome

¹ Žarka Vujić, u okviru predavanja na kolegiju Muzejske izložbe.

je upravo specifičnost muzejske izložbe, jer je prikaz znanja postavljen kroz međuodnos muzejskog predmeta i cjelokupne muzejske izložbene tehnologije (Maroević 1993: 211-213). Izložba je u najširem smislu oblik i sredstvo komunikacije. Ona tvori jedan diskurs, nositeljica je smisla i poruke (Maroević 1993: 213).

Temeljno je obilježje izložbe kao oblika komunikacije činjenica da ona primatelju odnosno posjetitelju prepušta odlučujuću ulogu u otkrivanju smisla. Za posjetitelja je okruženje izložbe primarni medij komunikacije (Dean 1994: 3 prema Loomis 1987: 160). Važno je da poruka koju izložba nosi stigne u informacijsku struju društva, a još je bitnije da ta poruka odjekne na način da se stvore kritička razmišljanja i potreba ponovne posjete. Edukacija je jedan od primarnih ciljeva izložbe (Dean 1994: 5). Muzejska izložba ne smije biti samo prijenos nekog već ustaljenog i unaprijed fiksiranog znanja nego se treba stremiti tome da se na njoj osim usvajanja tog ustaljenog, formira i novo znanje koje se potencijalno može prenijeti i nekim budućim posjetiteljima neke buduće izložbe (usp. Maroević 1993: 206). Maroević odlično sažima važnost i smisao izložbe. Ona je za njega sredstvo kojim se „mnogoznačne poruke koje prenose predmeti baštine priopćuju posjetiteljima kao korisnicima i oni u tom procesu postaju dionicima onih vrijednosti, značenja i spoznaja kojih su svjedoci raznovrsni predmeti ili njihove cjeline izdvojeni u muzeološki kontekst“ (1993: 199). Noviji je pristup upravo takav da se ne nudi samo jedna moguća interpretacija, nego se posjetiteljima daje mogućnost izbora. Izložbu možemo još pobliže pojasniti kroz Maroevićevo razumijevanje izložbe koje je opisao na temelju onoga što je mislio da je Težakov model ljudskog komuniciranja (Maroević 1991: 288-289, Vujić 2009: 74-75). Tu Maroević koristi novinarski pristup kroz pitanja: što, gdje, kada, kako i zašto. Kada ta pitanja stavimo u kontekst komunikacije izložbom, dobivamo cjelokupnu sliku kako se ona odvija u okolišu muzeja (usp. Maroević 1991: 288-289, Maroević 1993: 201).

Izložba posjeduje svoj vlastiti jezik koji je stvoren od verbalnih i neverbalnih elemenata koji mogu biti vizualni, auditivni, taktilni i olfaktivni, a u iznimnim slučajevima i gustativni. Ni jedan od ovih elemenata nema značaj sam po sebi u kontekstu izložbe, nego se značaj, smisao i poruka stvaraju tek kad se ti elementi stave u međuovisnost i međuodnos. Suradnja svih materijalnih i nematerijalnih entiteta pokazanih izložbom stvara konačnu poruku koja se komunicira posjetitelju (usp. Gob i Drouguet 2007: 103).

3.1. Muzejski predmet i njegovi aspekti kao dijelovi komunikacijskog procesa unutar muzeja

Muzejski predmet je nezaobilazni entitet koji se reprezentira na muzejskoj izložbi, trodimenzionalna je činjenica i izvor podataka unutar kompleksa muzejske informacije. Poznato nam je određenje muzejskog predmeta kao „predmet[a] baštine koji je izdvojen iz svoje realnosti da bi u novoj muzejskoj stvarnosti u koju je prenesen bio dokumentom stvarnosti iz koje je izdvojen“ (Maroević 1993: 120). Predmet baštine označava nam predmet koji svojim izgledom i oblikom dokumentira realnost u kojoj je nastao i s kojom je ušao u sadašnjost (usp. Ibid.). Muzejski je predmet spona između muzeologije i temeljne znanstvene discipline. Ivo Maroević gajoš oslikava i kao „dokument određene realnosti, temelj identiteta, svjedok[a] zbivanja i rezultat vještine čovjeka ili djelovanja prirode, dokaz mnogih tvrdnji i znanstvenih teza u nizu temeljnih znanstvenih disciplina“ (1993: 11). Muzejski predmet Maroević shvaća i kao znak, sadržan od triju komponenti: oblika, materijala i značenja. Peter van Mensch ga shvaća i kao izvor i nositelj informacija (1985: 2). Predmet sam za sebe nije statičan. U interakciji s publikom, ali i zbog česte upotrebe, konzervacije ili restauracije mogu se javiti promjene u obavijesti o njemu, u smislu fizičkih i vidljivih promjena, ali se javljaju i promjene obavijesti koja je u njemu sadržana (Ibid.: 3).

Osim važnosti informacijskog potencijala sadržanog u muzejskom predmetu, veliku važnost predstavljaju i njegovi identiteti. Pod tim se misli na tri, odnosno pet osnovnih identiteta muzejskih predmeta i cjelina koje preuzimamo iz teorijskog pristupa Petera van Menscha (1989). Spoznavanje identiteta muzejskih predmeta omogućuje razumijevanje izgleda i značenja na konceptualnoj razini u glavama stvaratelja (idejni identitet), u trenutku njegova nastanka (stvarni identitet) i u trenutku susreta publike s predmetom (zbijski identitet). Valja uzeti u obzir i sve što se s predmetom protekom vremena događalo u smislu njegove materijalnosti (ili pojavnosti u kontekstu nematerijalne baštine), čime proučavamo strukturalni identitet, ali i njegove uporabe, funkcije i značenja (funkcionalni identitet) (Vujić 2009: 80). Istraživanje i spoznavanje svih identiteta predmeta je nešto što može uvelike doprinijeti izlaganju i konstruiranju izložbe, jer se dobiva cjelokupna lepeza znanja o tom predmetu, odnosno oni omogućuju široku skalu izbora moguće interpretacije predmetnog svijeta u muzejskoj komunikaciji (Maroević 2003: 14). Na taj način upoznajemo predmet na svim razinama i možemo ga smjestiti na adekvatan način u prostor te omogućiti da ispunjava svoj potpuni potencijal kao nositelj i prenositelj informacije.

Uz ovakav kontekstualni pristup neraskidivo se veže i pojam interpretacije, čija je zadaća publici otkriti sva značenja i kontekste sadržane u muzejskom predmetu te ju potaknuti na vlastito razmišljanje i emotivno odgovaranje (usp. Vujić 2009: 80). Interpretacija jest

komunikacija vrijednosti određenog baštinskog resursa prema publici. Dean u svojoj knjizi *Muzejska izložba* (Museum exhibition) objašnjava da je “interpretacija čin ili proces tumačenja ili razjašnjavanja, prevođenja ili predstavljanja osobnoga shvaćanja u vezi s nekom temom ili predmetom” (Dean,1994:6). Nadalje, Freeman Tilden, kojeg smatramo ocem interpretacije u svojoj knjizi *Interpretiranje baštine* kaže kako je to edukacijska aktivnost koja teži otkrivanju značenja i odnosa upotrebom izvornih predmeta, neposrednim osobnim iskustvom i sredstvima koja tumače više nego jednostavnim komuniciranjem činjenične informacije (Tilden 1957). Tilden govori i o šest principa interpretacije kroz koje ju pobliže pojašnjava. Interpretacija će biti sterilna ako se iskustvo ili osobnost posjetitelja na neki način ne poveže s prikazanim. Interpretacija uključuje informaciju, ali ona nije informacija; interpretacija je otkriće zasnovano na informaciji. Interpretacija je umjetnost koja kombinira mnoge umjetnosti, bilo da su prezentirani predmeti znanstveni, povijesni ili arhitektonski. Njezin glavni cilj nije podučavanje, nego izazivanje reakcije. Ona bi trebala prezentirati cjelinu, a ne samo dio te biti upućena čovjeku kao cjelini, a ne nekoj njegovoj fazi ili preferenciji. Kad je riječ o djeci, interpretacija upućena njima ne bi smjela biti pojednostavljena verzija od one za odrasle, već bi trebala imati potpuno drugačiji pristup i zahtijevati odvojeni program. Interpretacija nije davanje obavijesti niti podučavanje; ona je poticaj i sredstvo kojim se posjetitelja navodi na samostalno razmišljanje. Takav poticaj najprije mora nadahnuti posjetitelja da sam poželi otkrivati stvari, a zatim da shvati i razumije stvari koje gleda (Winfree Papuga 2011: 156 prema Tilden 1967: 33). Interpretacija je složen i slojevit proces u kojem je značajna uloga interpretatora, posjetitelja. Proces je to u kojem se uzimaju u obzir znanja i interesi posjetitelja, njihova osjetila te izazivanje reakcija, holistički pristup koji ne staje na površinskom tumačenju, nego podrazumijeva pobuđivanje emocija i produbljivanje znanja.

Osvrnut ćemo se i na još jedan važan aspekt i osobinu muzejskoga predmeta, a to je muzealnosti. Zbyněk Zbyšlav Stránský, češki muzeolog i filozof, definirao je muzealnost kao osobinu predmeta da u jednoj realnosti bude dokumentom neke druge realnosti, da u sadašnjosti bude dokumentom prošlosti, da u muzeju bude dokumentom realnog svijeta (Maroević 1993: 96). Muzealnost je uvjet da se dogodi i ostvari značenje predmeta, koje uvijek dodjeljuju ljudi, kustosi, stručnjaci i posjetitelji. Dio muzealnosti predmeta je i identitet i on kao dio muzeološke poruke postaje spoznaja o postojanju, o porijeklu koje seže u prošlost onih struktura koje su u nama i među nama. Muzealnost i muzejski predmet u međuzavisnom su odnosu, gdje jedan bez drugoga ne bi postojali. No, pojam muzealnosti nije samo vezan uz

pokretnu baštinu. Muzealnost može postojati i *in situ*, kao kakva građevina ili prostor. Muzejski predmet nije nužno materijalan, pa muzealnost također možemo povezati i s nematerijalnom baštinom. UNESCO-ov dokument pod nazivom *Konvencija o zaštiti nematerijalne kulturne baštine* iz 2003. godine nematerijalnu baštinu definira kao „prakse, reprezentacije, izričaje, znanja, vještine koje zajednice, skupine i, u nekim slučajevima, pojedinci prepoznaju kao dio svoje kulturne baštine“ (Ceribašić 2013:295). Odnosi se, dakle, na područje onoga što se nekada nazivalo folklorom. Prema spomenutom dokumentu, u nematerijalnu kulturnu baštinu ubrajamo tradicijsku duhovnu kulturu, narodnu umjetnost i blago ili neki manje ili više srodni i sličan termin od kojih su svi usko i vjerojatno nerazdvojivo povezani s etnologijom i folkloristikom (Hameršak i Pleše 2013: 7). Bitno je spomenuti kako je pojam nematerijalne kulturne baštine prisutan i u javnom diskursu, kulturnom i znanstvenom kontekstu, ali i u kontekstu turizma, pa i politike. Neraskidivo je povezan s ljudima, jer zajednice neprestano iznova stvaraju svoju baštinu. Ona im daje osjećaj identiteta i kontinuiteta (Ceribašić 2013: 296 prema UNESCO 2003, čl. 2, st. 1). Autoritet, djelovanje i moć u ponovnom stvaranju baštine u načelu pripadaju običnim ljudima. Za ovo istraživanje, temeljeno na sjećanjima običnih ljudi i njihovoj transformaciji u priču, važno je to da i te fenomene možemo svrstati pod srodne termine koji su povezani s etnologijom i folkloristikom te ih stoga opravdano možemo smatrati nematerijalnom baštinom. Sjećanja su, kao nematerijalna kulturna baština, u pozadini ljudskog življenja i djelovanja. U njima su sadržana znanja i vještine, priče i iskustva koja su nam kao etnolozi i folkloristi od iznimne važnosti. Sjećanja običnih ljudi koja su prikupljena kroz ovo etnografsko i folklorističko istraživanje i kroz pisanje muzeološke koncepcije su muzealizirana prenošenjem u potencijalni muzejski kontekst i postala su nositeljima i prijenosnicima poruka i znanja. Kako Maroević kaže, muzejski predmet, materijalan ili nematerijalan, dio je informacijskog sustava koji u muzejskom kontekstu zovemo izložbom, stvaralačkim činom i glavnim oblikom muzejske komunikacije (1991: 288).

4. Tipologije izložaba i izlaganja

Nekoliko je načina izlaganja i oblika izložaba te ih možemo podijeliti prema određenim kriterijima. Za našu temu je značajna tipologiju izlaganja Z. Z. Stránskoga iz 1970. godine u kojoj razlikujemo četiri tipa izlaganja. U ovu tipologiju ubrajamo muzejsku ekspoziciju ili stalni postav, muzejsku izložbu ili povremenu izložbu, izložbu ili pokretnu izložbu i naposljetku, veliku tematsku izložbu (kojom je Maroević nadopunio tipologiju Stránskoga). Stalni postav je konkretizacija poruke zbirnog fonda i treba pokazati što muzej radi, njegovu

osnovnu djelatnost, vrste, kvalitetu i vrijednosti predmeta, specifičnosti itd. Drugim riječima, stalni postav je odraz funkcioniranja muzeja kao institucije koja skuplja, čuva i izlaže predmete. Povremena izložba također koristi materijal zbirnog fonda, ali ga ne upotrebljava u cijelosti, već tematizira određeni problem i u skladu s time koristi fond odnosno pokazuje jedan segment znanja o nečemu te prenosi poruku užeg kruga predmeta. Tema mora biti zanimljiva, privlačna, atraktivna i aktualna. Dolazimo do pokretne izložbe, čija je značajka to da je to izložba bez muzealija, koja se koristi isključivo sekundarnim načinima priopćavanja, a ne primarnim načinom – predmetom odnosno dokumentom. Koristi kopije, reprodukcije, modele, tekstualna pomagala i slično te je prostorno i vremenski ograničena. Takve su izložbe u pravilu animacijske ili didaktičke. Velika tematska izložba je posljednji oblik izlaganja unutar ove taksonomije. Takve izložbe bave se raznoraznim temama, od kulturoloških, umjetničkih, povijesnih do tehničkih ili znanstvenih. Obično prate velike istraživačke i konzervatorske projekte i s obzirom na to koriste fondove više muzejskih zbirki, ovisno o vrsti i opsegu teme. Osnovni im je selektivni faktor tematika (Maroević 1993: 233-235).

Važna je i tipologija Petera van Menscha. On govori o strukturalnom identitetu izložbe unutar kojeg postavlja kriterije za tipologiju izlaganja. Tako određuje kriterij strategije, kriterij stila te kriterij tehnike. Kriterij strategije ili organizacije materijala na izložbi podrazumijeva tri pristupa: taksonometrijski, situacijski i narativni pristup. Kod taksonometrijskog pristupa izložbe su linearne, što podrazumijeva da su predmeti poredani izvan konteksta. Cilj ovakvih izložbi je prikazati što je više moguće materijala svrstanih po skupinama. Situacijski pristup izložbama omogućuje stvaranje privida realnosti jer se prikazuju ambijenti i uspostavljena je koherencija među predmetima, što pridonosi visokom stupnju konkretnosti izložbe. Narativni pristup podrazumijeva pripovijedanje kao temeljni organizacijski princip. Po svojoj naravi situacijske i narativne izložbe su tematske izložbe, ali razlikuju se po tome što situacijske izložbe vizualiziraju jedan odabrani povijesni trenutak u zatečenim i sačuvanim unutrašnjostima pojedinih palača, građanskih kuća ili crkava, a narativne izložbe posredstvom muzejskoga materijala pričaju i objašnjavaju ideju prikazanu izložbom. Sljedeći kriterij koji Peter van Mensch postavlja je kriterij stila. Prema stilu odnosno karakteru, a i odgovoru koji se očekuje od publike on razlikuje estetske, evokativne i didaktičke izložbe. Estetske izložbe za cilj imaju postići da posjetitelji uoče ljepotu odabranih predmeta i stoga bi se prateći materijal trebao svesti na minimum kako ne bi odvlačio pažnju. To su obično izložbe umjetničkih djela. Evokativna izložba rekonstruira ljudsko življenje i djelovanje u pojedinom vremenskom razdoblju, odnosno evociraju razdoblje, zemlju, ambijent, stil vremena i služe se

izložbenim prostorom kao kazališnom scenom. Didaktičke izložbe priopćuju znanje ravnopravno koristeći muzejski materijal i muzeografska pomagala. Služe se metodičkim modelima učenja i proučavanja u muzejskom okolišu. To je učenje u kojem sudjeluju sva osjetila, koje je kognitivno i afektivno te su stoga takve izložbe nezamislive bez muzejskog pedagoga. Preostaje nam još obraditi zadnji kriterij van Menschove tipologije, a to je kriterij tehnike. Ovaj kriterij naviše će utjecati na međudnose predmeta. Tako imamo statične i dinamične izložbe. Statične izložbe se, kako sama riječ kaže, ne mijenjaju i njih vežemo uz stalni postav. Dinamične izložbe su participatorne, odnosno podrazumijevaju sudjelovanje publike. To su obično povremene, pokretne i tematske izložbe. Promjenjive su i s obzirom da podrazumijevaju dijalog s posjetiteljima, omogućuju stvaranje individualne vizije izložbe.²

Obradili smo za ovaj rad važne dvije tipologije izlaganja i možemo zaključiti kako je svaka klasifikacija zapravo „nasilno“ uvrštavanje i odjeljivanje pojedinih tipova izlaganja. Vidjeli smo već kroz pojašnjavanje pojedinih kriterija ili vrsta izložbi kako svaka od njih u sebi sadrži elemente i neke druge vrste. Tako i u praksi teško da ćemo pronaći izložbu isključivo s karakteristikama jedne vrste. Ujedno, svaka izložba je već po svojoj biti pomalo edukativna, tako da se ne može reći kako je ta značajka rezervirana samo za didaktičku ili pokretnu izložbu. Također, svaka povremena izložba ujedno je i tematska, a pokretna može sadržavati elemente tematske i povremene. Razmišljajući o prezentiranjutemu pionira evidentno je da bi se ona najbolje mogla prikazati kroz koncept povremene i tematske izložbe. Stoga ćemo u idućem poglavlju pobliže obraditi povremenu odnosno tematsku izložbu.

4.1. Povremena (i/ili) tematska izložba

Povremena izložba vremenski je i prostornoograničena i njome tek možemo „zagrepsti“ površinu nekog većeg problema ili tematike. Ona sebi može dopustiti otvaranje pitanja za koja nemamo znanstvenu potvrdu i koja isprobavaju neka usmjerenja prema kojima bi muzej mogao krenuti ili, pak, interpretirati značenje i znanstvenu opravdanost neke teme koja se u muzeju zanemaruje ili je interpretirana na drugačiji način (Maroević 1993: 234). U takvoj izložbi koriste se mnogo slobodnija muzeografska rješenja. „Ona može biti vrlo provokativna u muzejskom izlaganju i istovremeno može upotrebljavati niz eksperimentalnih muzeografskih pomagala koja će pokazati da izložbe u muzejima mogu biti atraktivne“ (Ibid. 234-235). Povremene su izložbe najprikladniji način kojim muzej privlači publiku (Gob i Drouguet 2007: 224). One mogu omogućiti stalnu izmjenu zbirki, zaokružiti određenu temu i

²Žarka Vujić, u okviru predavanja na kolegiju Muzejske izložbe.

potkrijepiti je novim spoznajama, proširiti publiku muzeja te povećati financijsku dobit (Ibid. 226-227). Velike tematske izložbe se bave širokim temama i obično ih prate veliki istraživački i konzervatorski projekti. Takve izložbe često koriste različite muzejske zbirne fondove, kulturnu baštinu koja se čuva i u arhivima i knjižnicama, onu koja se nalazi *in situ*, do baštine koja se interpretira raznim vizualnim oblicima predočavanja. Zbog toga, osim u okvirima muzejske prezentativne komunikacije, ovakve izložbe okvirno možemo promatrati i u sklopu opće društvene prezentacije, jer obuhvaćaju specifični društveni ili kulturni fenomen određene zajednice (Maroević 1993: 235-236). Vremenski su ograničene, ali ne i u interpretaciji, jer pokušavaju sagledati određeni povijesni trenutak, ili temu kroz različita očišta.

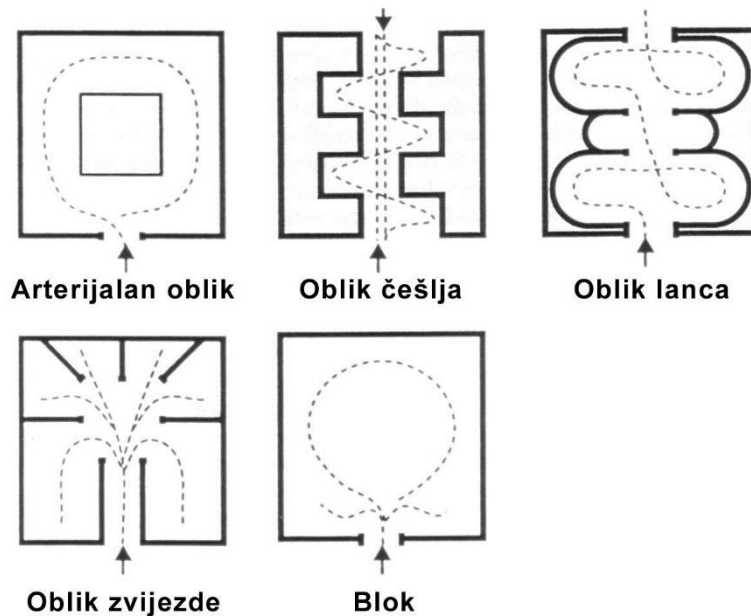
5. Temeljni elementi izložbe

Kreiranje muzejske izložbe je umijeće i znanost uspostavljanja vizualnih, prostornih i materijalnih elemenata unutar okoliša i time tvorenje koherentne i razumljive cjeline (Dean 1994: 32). Prezentacija teme ili ostvarenje cilja koji želimo postići određenom izložbom nikada ne smije biti prepušteno slučaju, nego se uvijek treba pomno razraditi koristeći sve glavne elemente. Zato prije nego krenemo u tematsku razradu koncepcije izložbe o pionirima, potrebno je obratiti pozornost i na glavne elemente izložbe. To su orijentacija, okoliš izložbe, osvjetljenje i boja, odnos prema predmetima, grafički i ostali pomoćni materijali i legende.

5.1. Orijentacija

Orijentacija je logičan odnos jedne prostorne cjeline prema drugoj. To je fizičko i intelektualno orijentiranje i snalaženje u prostoru. Važno je da koncepcija izložbenih cjelina bude uočljiva i da slijed razgledanja izražava muzejski diskurs u prostoru (Gob i Drouguet 2007: 110). Slijed izložbe odnosno orijentacija ne označava samo put obilaska već pomaže i kod razumijevanja same izložbe (Ibid.). Postoji zemljopisna odnosno prostorna orijentacija, intelektualna, konceptualna i psihološka orijentacija (Gregurović 2003: 4). Orijentaciju u muzeju valja pomno planirati, a najbolje ćemo to učiniti ako se postavimo na mjesto posjetitelja i zapitamo se dva jednostavna pitanja: „Gdje sam?“ i „Što ovo radi ovdje?“. Postoje mnogi načini organiziranja prostora i orijentacije, ali oni u najvećem broju ovise o samom prostoru. Najčešće se koristi kružni smjer, jer se polazi od pretpostavke kako posjetitelji kruže u smjeru čitanja tj. s lijeva na desno (usp. Dean 1994: 51), ali nije uvijek takav način moguć. Tada se za usmjeravanje posjetitelja mogu koristiti neke od posrednih metoda kao što su korištenje svjetla, boje ili zvuka kao elemenata koji privlače. Lehmbruck je

1974. g. uveo tipologiju uzoraka kruženja i definirao pet osnovnih uzoraka: arterijalan oblik, oblik češlja, oblik lanca, oblik zvijezde i blok (Gregurović 2003: 7) (slika 1.). Ovi oblici kretanja mogu se koristiti individualno ili se kombinirati, ovisno o prirodi teme koja se izlaže, o prostoru u kojem se izlaže i slično.



Slika 1. Primjer uzoraka kruženja prema Lehmbrocku

5.2. Okoliš izložbe

Okoliše izložbe dijelimo na udaljeni okoliš, bliži okoliš, unutarnji okoliš i okoliš same izložbe. Udaljenim okolišem smatramo grad ili mjesto u kojem je postavljena izložba. Tu se podrazumijeva stvaranje adekvatnog okruženja koji bi pobudio zainteresiranost publike, označavanje puta radi lakšeg snalaženja onih koji su zainteresirani za izložbu te suradnju s medijima koji su snažan komunikator (Gregurović 2003: 3). Slijedi bliži okoliš pod kojim podrazumijevamo vanjski prostor građevine, muzeja, galerije, ili nekog drugog izložbenog prostora ili baštinske ustanove. Ima važnu ulogu jer tu korisnik stječe prvi dojam o muzeju ili baštinskoj ustanovi, a to je na kraju važno zbog cjelokupnog dojma posjetitelja. Unutarnji okoliš izložbe je ono s čim se posjetitelj susreće već pri ulasku u zgradu i treba ga oblikovati na način da pruži dobrodošlicu i osjećaj sigurnosti. Tu je važna orijentacija i dobrodošlica djelatnika koji će, ako se za to ukaže potreba, usmjeriti posjetitelja i dati mu informacije koje zatraži (Ibid: 4). Dolazimo i do posljednjeg segmenta okoliša, a to je okoliš same izložbe. On predstavlja prostor u kojem je smještena izložba i samo tijelo izložbe.

Uspješno organiziran okoliš izložbe dovodi do kvalitetnog korisničkog iskustva i zadovoljstva videnim. Posjetitelji se ponašaju, kreću i reaguju na određene načine i u skladu s time valja promišljati izložbu i prostor. Također treba u obzir uzeti tjelesnost ljudi, koncentraciju i umor. Izložbu je potrebno kvalitetno i zanimljivo osmisliti, a važne i upečatljive predmete strateški rasporediti po izložbenom prostoru jer je dokazano kako pažnja i koncentracija posjetitelja pada prema izlazu. (Gregurević 2003: 6). Maksimalna koncentracija kod odraslih posjetitelja traje oko trideset minuta. Tako je kod većih izložaba unutar izložbenog prostora dobro osigurati zaustavna mjesta na kojima posjetitelji mogu sjesti, odmoriti, potiho razgovarati, nešto pročitati ili pogledati. Kod pisanja legendi također valja voditi računa o njihovom jeziku i duljini. Vrlo je važno imati na umu i to da posjetitelje privlače svijetle i upadljive boje, izložci većih dimenzija te da imaju averziju prema tamnim prostorima (Dean 1994: 51-52).

5.3. Osvjetljenje i boja

Gob i Drouguet svjetlo nazivaju važnim komunikacijskim sredstvom „koje na razne načine naglašava izložak i pridonosi stvaranju atmosfere izložbe i njenog stila" (2007: 141). Uporaba svjetla za isticanje različitih predmeta izložbe ovisi o prirodi samog predmeta, o njegovu značenju i okolnoj scenografiji (Ibid.: 142). Uvijek na umu treba imati i zaštitu predmeta od štetnih ultraljubičastih i infracrvenih zračenja, jer čak i obična svjetlost može izazvati fotokemijsku reakciju na materijalu ili osjetljivom predmetu (Gob i Drouguet 2007: 172).³Osvjetljenje je neizostavni element scenografije, ne samo zato što predmete čini vidljivima, nego ih prije svega ističe (Ibid.: 180), no svakako prije samog postavljanja izložbe valja istražiti koliko koji predmet ili materijal može podnijeti osvjetljenje i u skladu s time ih osvijetliti. Izvori svjetlosti u muzejima mogu biti prirodna svjetlost (svjetlost koju Zemlja prima od Sunca), električne žarulje, fluorescentno svjetlo, halogene žarulje i optički kabel.

Boja je usko vezana uz osvjetljenje i scenografiju izložbe. Da bi boja došla do izražaja i da bi bila vidljiva, potrebna je interakcija ljudskog mozga i svjetlosti odnosno svjetlosne energije. Svjetlost je elektromagnetska energija ili zračenje i ono se kreće u valovima čestica koje nazivamo fotoni. Brzina kojom fotoni putuju smatra se njihovom frekvencijom, a ljudsko oko prepoznaje samo određeni interval njihove frekvencije i to je ono što nazivamo svjetlošću. Svjetlost putuje pravocrtno sve dok ne dođe do neke prepreke, primjerice određenog objekta i od njega se odbije. Mijenja na taj način svoj smjer i brzinu. Ako to svjetlo dođe do rožnice ljudskoga oka, taj podražaj odlazi u centar za vid u mozgu i taj podražaj postaje odnosno

³Pod pojmom 'obična svjetlost' autori vjerojatno podrazumijevaju svjetlost nastalu zagrijavanjem tanke volframove niti u klasičnoj električnoj žarulji.

prepoznaje se kao određena boja. Boje su dakle male frekvencijske razlike u području vidljive svjetlosti. Najkraću valnu duljinu imaju ljubičasta i plava svjetlost, a najdulju crvena svjetlost. Boje se doživljavaju perceptivno i pripisuju im se značenja (Dean 1994: 33). Tako su crvena, žuta i narančasta boja tople boje jer ih kontekstualno smještamo uz osjećaj i vizualizaciju topline (vatra, Sunce), a one koje se nalaze na drugom kraju spektra, plava, ljubičasta i zelena su hladne boje, jer njih povezujemo sa bojom neba, vode i leda. To su takozvane kromatske boje. Crna, bijela i siva su akromatske boje. Kulturološki aspekt boje također je značajan, jer „ne vide“ sve kulture iste boje. Boja ovisi dakle i o očima gledatelja i kulturi kojoj pripada. Primjerice, bijela može značiti čistoću kod jedne kulture, žaljenje i smrt u drugoj, a u nekim kulturama joj se mogu pripisivati i magična svojstva.

5.4. Odnos prema predmetima

Muzejska izložba koristi se različitim izlošcima kao što su umjetnička djela, autentični predmeti, reprodukcije, makete, fotografije i slično. To su elementi odnosno osnovne jedinice jezika izložbe (Gob i Drouguet 2007: 103). „Izložak je sve ono što jest ili može biti izloženo, bez obzira na vrstu, bilo da je riječ o originalu ili reprodukciji, dvodimenzionalnoj ili trodimenzionalnoj stvari, umjetničkom ili uporabnom predmetu (...)“ i slično (Gob i Drouguet 2007: 104 prema Desvallées 1976: 290). No, ovdje nedostaje ključna specifična razlika koja običan predmet razlikuje od muzejskoga, a to je pridruženo mu značenje. Značenje predmetu dodjeljuje kustos koji smještanjem samog predmeta u prostoru određuje njegov odnos s drugim predmetima. Predmeti i njihovo značenje ostavljaju različit doživljaj na posjetitelje, a svako iskustvo posjetitelja nakon izložbe je jedinstveno. Kakvi predmeti će biti na izložbi, kakav će biti njihov smještaj i odnos, njihovo osvjetljenje i boja arbitrarni su čimbenici i ovise i o temi, a i o preferencijama kustosa i dizajnera. Bitno je da je predmet vidljiv koliko je to moguće te da je predmetu pridruženo toliko informacija da bi ga što veći broj posjetitelja mogao identificirati. Da bi muzejski predmet u potpunosti ispunio svoju funkciju, potrebno je da se osmisli njegova interpretacija, odnosno edukacijska aktivnost koja teži otkrivanju značenja i odnosa upotrebom izvornih predmeta, neposrednim osobnim iskustvom (iskustvom iz prve ruke) i sredstvima koja tumače više nego jednostavnim komuniciranjem činjenične informacije (Tilden 1957).

5.5. Grafički i ostali pomoćni materijali

Svrha učinkovite izložbe je privući i zadržati pažnju te prenijeti poruku i time potencijalno uvećati količinu dotadašnjeg znanja posjetitelja (Gregurinović 2003: 23). U tom procesu

uvelike pomažu grafička pomagala i ostali pomoćni materijali. Tu podrazumijevamo fotografije, karte, mape i dijagrame. Danas je i velika uloga fotografije i multimedijских sredstava. Fotografija je zamjena za realnost i osim što može biti i sama izložak, može biti i u službi pomoćnog materijala koji daje osnovne informacije za snalaženje posjetitelja ili pobliže pojašnjavanje izložka. Što se tiče multimedijalnih sredstava na izložbi, sve je veće zanimanje i potreba za njihovim korištenjem. Oni podrazumijevaju kombinirano korištenje teksta, vizualne građe i zvuka, a mogu i usko biti povezani s određenim tehnološkim rješenjima u vidu računala, info-kioska i dodirnika. Svi navedeni pomoćni materijali imaju veliku ulogu u vizualnoj komunikaciji na izložbi. Grafička sredstva kao oblik pomoćnih vizualnih sredstava mogu dati bogate činjenične podatke o jednom ili više predmeta, o tome gdje je izložen predmet pronađen, kako je izrađen, kako se danas koristi te pojasniti njegov kontekst. Nadalje se mogu koristiti kako bi se privukla pažnja ili kako bi se pokazale one osobine predmeta koje su ili premale da se vide golim okom ili nedostaju na originalnom predmetu. Mogu poslužiti i da se naglasi dio ukrasa ili natpis na novčiću i slično (Ibid.).

5.6.Legende

Muzej je mjesto neformalnog učenja. Svaka izložba ima svoju poruku i zadatak joj je tu poruku uspješno prenijeti posjetitelju. Sami predmeti i njihov smještaj u kontekst čine to, ali katkada je takvu situaciju potrebno popratiti i dodatnim pojašnjenjem u vidu teksta. Tu nam pomažu legende. Primjena tekstova u muzeju potpuno se razlikuje od one koju nalazimo u publikacijama, jer posjetitelj dolazi u muzej kako bi vidio predmete, kako bi uživao u prostoru i shvatio diskurs izložbe, stoga tekstovi moraju dopunjavati, pratiti i usmjeravati posjetitelje u procesu otkrivanja te biti osmišljeni tako da ih se lako čita i shvaća (Gob i Drouguet 2007: 120). Kod pisanja legendi valja paziti na strukturu. Njezin jezik ne smije biti naređivački, niti previše opterećen stručnim i nerazumljivim terminima. Također se treba obratiti pozornost i na duljinu teksta. Posjetitelj u muzej dolazi da bi vidio predmete, osjetio uzbuđenje, uživao u prostoru i shvatio poruku izložbe, a ne da bi čitao knjigu ili katalog, bilo da je riječ o pisanom tekstu u njegovoj ruci (izložbeni vodič) ili postavljeno na zid (Ibid.). Tekstovi moraju usmjeravati, pratiti i dopunjavati i biti tako osmišljeni da ih se može lako pročitati (Ibid.). Ciljevi legendi su raznoliki: one pobliže pojašnjavaju izložen predmet, obavještavaju posjetitelja o sadržaju izložbene dvorane ili prostora, pružaju opće podatke o temi, povremeno dokumentiraju izložbene predmete i prilažu dodatne informacije (usp. Gob i Drouguet 2007: 120). Moramo biti svjesni da količina pozornosti koja se pridaje legendama varira i ovisi o vrsti posjetitelja. Istraživanja potvrđuju da posjetitelji pročitaju jedva trećinu tekstova izložbe

s tim da opće tekstove (nazivi dvorana, opći pregled) čitaju radije od tekstova s objašnjenjem nekog dokumenta ili pojedinačnog predmeta (usp. Ibid.: 121). Tekstovi se razlikuju po svojoj ulozi na izložbi i u praksi razlikujemo četiri osnovne vrste tekstova, makar to ne moramo uzimati kao pravilo. Tako po Gobu i Drouguetu imamo naziv (riječ je o nazivu dvorane ili izložbene cjeline; tekst sastavljan od svega nekoliko riječi čija je uloga informativna), uvodnu legendu (na dosta sažet način daje kratak pregled sadržaja prostora čiji naziv pojašnjava), tematsku legendu (daje osnovno objašnjenje određenog izložbenog prostora), natpis (koji bismo pobliže mogli pojasniti kao predmetnu legendu, natpisnu pločicu koja prati i označava svako djelo ili predmet) te tekstovi za one koji žele znati više.

6. Posjetitelji - publika

Nakon što smo pokrili sva potrebna teorijska razmatranja koja obuhvaćaju muzej i muzejske funkcije, muzejski predmet i izložbu u širem i užem smislu, vrijeme je da se osvrnemo i na, kako ih Belcher naziva, žilu kucavicu svake muzejske i baštinske ustanove, a to su posjetitelji (1992: 171). Izložba u stvari ne postoji sve dok nije viđena i posjećena, a ono najvažnije što proizlazi iz tog susreta jest ono kako ljudi reagiraju na ono što vide, na ono što im izložba nudi. Muzej i izložba zapravo postoje radi posjetitelja (Blecher 1991: 171 prema Gardner i Heller 1960). Ako se osvrnemo na domaći kontekst, u sustavu muzeologije Ive Maroevića posjetitelji su slabo vidljiv segment pri sagledanju muzeja kao cjeline. Poradi strukturalizma koji je obilježio njegov rad, muzejski predmeti i baštinske cjeline viđene su kao znakovne strukture i bile su važnije od pojedinaca i njihovih individualnih obrazaca doživljavanja i saznavanja (Vujić 2014: 12). U to vrijeme globalne informatizacije i usredotočenosti na informacije u središtu pozornosti bili su izvori i nositelji informacija, a to su muzejski predmeti (usp. Ibid).

Problematiziranje pojma muzealnosti na mala je vrata uvelo važnost korisnika u muzeološki svijet u Hrvatskoj. Stránský je tvrdio da je „muzealnost ona strana stvarnosti koju možemo upoznati samo u prikazu odnosa čovjeka prema stvarnosti“ (Vujić 2014: 12 prema Maroević 1993: 96), time jasno pokazavši kako je ona rezultat ljudske djelatnosti, da se ona događa u tom trenutku susreta predmeta⁴ i čovjeka. Maroević je 1996. godine i sam postao svjestan uloge čovjeka, kustosa, interpretatora, posjetitelja⁵. Upravo zahvaljujući problematici oko pojma muzealnosti, te je godine napisao kako „čovjek – kustos, sabirač, istraživač, amater“-

⁴ Osim predmeta na umu imamo i fenomene izvan muzeja, kao što su parkovi prirode, spomenici kulture, arheološka nalazišta i slično.

⁵ Svi ovi pojmovi u određenom smislu označavaju čovjeka kao korisnika muzeja.

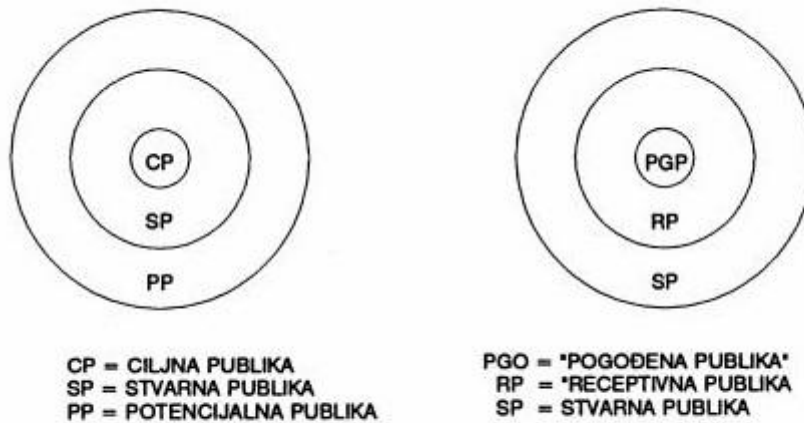
atribuira predmetima svojstvo muzealnosti (usp. Vujić 2014: 12). Vujić nadalje piše kako interpretatora treba shvatiti u širokom rasponu: „od onoga koji dolazi prvi u kontakt s predmetom/baštinskom cjelinom, istražuje ju i interpretira, preko stvaratelja komunikacijskih oblika pa do posjetitelja i korisnika koji s njima dolaze u dodir“ (Ibid.) I tako je pojam posjetitelja, tiho, skriven u pojmu interpretatora⁶ stupio u teorijsku muzeologiju u Hrvatskoj na kraju 90-ih godina 20. stoljeća (Vujić 2014: 12).

I Gob i Drouguet govore kako je suvremena muzeologija u zadnjoj trećini 20. stoljeća muzeju zamjerala isključivu usmjerenost na zbirke i kako traži da publika, odnosno posjetiteljev doživljaj, a ne predmet, bude u središtu muzealnog pristupa (2007: 83). Muzej prije svega mora poznavati svoju publiku i tome prilagoditi svoj pristup izlaganju. Ovi autori posjetitelje razvrstavaju u nekoliko osnovnih kategorija. Prva kategorija je najšira publika i ona je vrlo heterogena kategorija. U nju ubrajaju i turiste. Dalje navode školsku publiku i napominju kako unutar ove kategorije valja razlikovati posjetitelje dječjeg uzrasta od adolescenata. Zadnja kategorija koju Gob i Drouguet navode su obrazovani ljubitelji umjetnosti. Svaka od navedenih kategorija razlikuje se po tipu muzejskog posjeta (individualni, grupni, uz animacijske aktivnosti) što onda zahtjeva organiziranje specifičnih djelatnosti od strane muzeja (Gob i Drouguet 2007: 84-85).

Maroević donosi još jednu klasifikaciju muzejske publike i posjetitelja, primatelja muzejske poruke i navodi kako jestrukturiranje poruke na više razina pretpostavljenih mogućnosti posjetitelja ključno u kreiranju svake dobre izložbe kako bi odgovorilo na očekivane zahtjeve (Maroević 2003: 16). On klasificira posjetitelje pomoći Vennovih dijagrama koje preuzima od Rogera Milesa (1988) u kojima razlikuje više tipova publike (slika 2.). Najširi krug predstavlja potencijalnu publiku, koju na izložbu privlačimo određenim promidžbenim aparatom i kojoj je namijenjen najširi i elementarni sloj izložbe. Unutar tog kruga nalazi se uži krug koji predstavlja aktualnu ili stvarna publiku, za koju se smatra da joj je tema izložbe primjerena i da će na njoj naći svoj interes. Najuzi krug je ciljana publika prema kojoj se usmjeravaju „strukovne finese i stručno najdelikatniji i najspecijalističkiji“ dijelovi izložbe. Njima je namijenjen najdublji sloj izložbe i pretpostavlja se da ovaj krug posjeduje najveće poznavanje izloženoga (Maroević 2003: 16). Maroević nastavlja s dubljom analizom tipova posjetitelja. Opet pomoću Vennova dijagrama dodatno raščlanjuje aktualnu publiku (slika 2.), s obzirom da je taj tip publike onaj koji „je zainteresiran“ (Maroević 2003: 16) pa mu stoga

⁶ Semioza muzejskog predmeta u činu sabiranja osim standardne trijade elemenata od kojih je sačinjen muzejski predmet (materijal, oblik, značenje) dodaje još i 4 točku – interpretatora.

poklanja dodatnu pozornost. Tako dijagram razlikuje receptivnu publiku, koja će bez poteškoća čitati odaslane izložbene poruke i „pogođenu“ publiku, koja će biti potpuno zadovoljena viđenim i koja će smatrati da je izložba upravo njoj posvećena (Ibid.).



Slika 2. Primjeri Vennovih dijagrama tipova publike u muzejima

Izložba mora imati svoju publiku. Bez nje ona ne ispunjava do kraja svoju ulogu. Važno je u početnoj fazi rada na izložbi provesti prethodno vrednovanje i istraživanje korisnika jer to pomaže u razumijevanju razine interesa publike i prethodnog znanja o temi, jer „dužnost je svake muzejske ustanove da upozna svoju publiku“ (Stublić, Bavoľjak i Srdarev 2014: 145). Prethodno vrednovanje koristi se za razvoj tema, poruka i interpretativnih strategija. Ono pomaže i kod razumijevanja potencijalne publike, odnosno njenih prethodnih znanja i interesa i pomaže pri testiranju teorija o ponašanju posjetitelja i učenju u muzejskom okolišu. Posjetitelji u kontekstu muzeja nikako nisu homogene grupe i pasivne osobe već osobe s vlastitim potrebama, s preferiranim načinima učenja i društveno kulturnim karakteristikama. Svako naše iskustvo, pa tako i posjet izložbi, jedinstvena je funkcija naše osobne prošlosti.⁷ Osim prethodnog vrednovanja izložbe još je nekoliko načina kojima istražujemo potrebe posjetitelja čime osiguravamo kvalitetno prenošenje poruke izložbe. Obradit ćemo ih u sljedećem poglavlju.

6.1. Vrednovanje izložbe

Vrednovati izložbe znači propitivati njihovu djelotvornost i učiti iz uspješnih, ali i pogrešnih odluka. Učenje i sazrijevanje traži kontinuirano vrednovanje i, svjesno ili ne, svaki kustos je

⁷ Žarka Vujić, u okviru predavanja na kolegiju Muzejske izložbe

dio tog procesa (Dean 1994: 91). Kontinuirani proces vrednovanja podrazumijeva spoznavanje, učenje i napredovanje i najbolje ga je provoditi kroz procjenu muzejskog posjetitelja. Paullete McManus izradu procjene temelji na „zdravorazumskoj pretpostavci da je, želimo li saznati kako ljudi koriste zgradu izložbe, za to najbolji način gledati ih što rade (tj. PROMATRATI IH), i razgovarati s njima (tj. POSTAVLJATI IM PITANJA) o njihovim dojmovima“ (1994: 70). Ovakvim postupcima osiguravamo poboljšanje kvalitete posjetiteljeva iskustva, a istodobno poboljšavamo i provodivost i djelotvornost postupka planiranja izložbe. McManus predlaže četiri vrste istraživanja: demografsko istraživanje, uvodno određivanje, oblikovno vrednovanje i sveukupne procjene.

Demografsko istraživanje najbolji je primjer kvantitativnog istraživanja. Istražuje se putem upitnika, podrazumijeva velik broj ispitanika (nekoliko stotina) i podatke prikupljenje takvom metodom možemo podvrgnuti statističkoj analizi. Neka od osnovnih obilježja koja se koriste pri demografskom istraživanju su: dob, spol, socijalno-ekonomska skupina, naobrazba, kvalifikacije u određenim akademskim područjima, udaljenost prebivališta od muzeja i slično. Ovo istraživanje je, po McManus, najvažnija vrsta proučavanja muzejskih posjetitelja (1994: 71) jer upoznajemo svoju publiku na više razina. Demografsko istraživanje je potrebno kako bismo saznali tko posjećuje muzej, tako da na odgovarajući način oblikujemo i usmjeravamo poruke koje se odnose na izobrazbu i širenje kruga posjetitelja i da kreiramo tržišne i ostale potrebe vezane uz prikupljanje novca. Putem ovog istraživanja saznajemo i što posjetitelji očekuju od posjete muzeju i kako zamišljaju svoj posjet, omogućavajući nam promjenu trendova u skladu s očekivanjima posjetitelja. Demografsko istraživanje dopušta nam i da posjetitelje pitamo za mišljenje o muzeju i izložbi, da olakšamo planiranje povremenih izložbi i naposljetku, da odredimo koje skupine stanovništva podržavaju rad muzeja (McManus 1994: 71).

Uvodno određivanje oblik je procjene koji provodimo u početnoj fazi pripremanja izložbe. Ono pomaže u planiranju dobre izložbene komunikacije, a cilj mu je „određivanje vjerojatnog primanja planirane komunikacije istodobno sa stjecanjem uvida u to kako što bolje iskoristiti posjetiteljevo razumijevanje i kakose poslije uhvatiti u koštac s mogućim pogrešnim shvaćanjem“ (Ibid.). Već smo spomenuli da je ovakvo istraživanje važno prije kreiranja izložbe radi razumijevanja potencijalne publike i njezinih interesa i prethodnih znanja, u svrhu kreiranja uspješne izložbe. Za provođenje ovoga istraživanja broj ispitanika daleko je manji nego kod demografskoga istraživanja (nekoliko desetaka), a mogu se koristiti i kvalitativne i kvantitativne metode, s tim da je ipak težište na kvalitativnim metodama. Teško je očekivati

da ćemo kroz pitanja „zatvorenog“ tipa uspjeti detektirati stvarne potrebe i interese publike, stoga se kroz upitnike koriste pitanja „otvorenog“ tipa, dajući ispitaniku razne mogućnosti odgovora. Osim upitnika, koriste se i strukturirani razgovori, a i slobodni neformalni razgovor (McManus 1994: 72). Iako je kvalitativni način subjektivniji od kvantitativnog, on ipak pruža bogate i korisne informacije koje izostaju „koristite li kruto zamišljen upitnik“ (Ibid.).

Oblikovno vrednovanje sljedeća je vrsta istraživanja koju predlaže McManus. Ovo vrednovanje provodimo tijekom pripreme izložbe, legendi, vodiča. Za cilj ima „ispitivanje komunikativnih vrijednosti ponovljenim ispitivanjem posjetiteljeva razumijevanja dobro osmišljene komunikacije“ (McManus 1994: 72). Ovo ispitivanje ponavlja se sve dok ne budemo sigurni da će većina posjetitelja razumjetikomunikacijsku poruku onako kako smo ju zamislili. Autori izložbe trebali bi kod posjetitelja ispitati jesu li njihove zamisli i načini prezentiranja dovoljno olakšali „put k dobroj komunikaciji“ (Ibid). McManus navodi kako se ovo istraživanje vrlo rijetko provodi jer zahtjeva puno vremena i odgovarajući kadar koji bi provodio takva istraživanja. Istraživanje se provodi na način da posjetitelje upoznajemo sa prikazom izložka, takozvanim „lažnjakom“ i pitamo ga što o njemu misle. Ispitivač postavlja pitanja i bilježi posjetiteljeve primjedbe i odgovore, odnosno koliko razumije prikazano, koliko je do njega doprla poruka.

Sveukupna procjena zadnja je vrsta istraživanja koju McManus navodi kao važno za vrednovanje izložbe i posjetitelja. Ovo se istraživanje bavi cjelokupnom izložbom i to u njezinom završnom stupnju. To podrazumijeva da se u stvarnoj situaciji koristimo „pravim muzejskim posjetiteljima“ (McManus 1994: 72).⁸ Tu se osvrćemo i na društvo, gužvu, buku, umor, sve ono što pri oblikovanim vrednovanjima ne uzimamo u obzir. Ovo je finalno vrednovanje koje osim što pomaže sagledati cijelu sliku konačno kreirane izložbe, omogućuje nam da iz iskustva učimo. McManus sveukupne procjene opisuje kao izvještaje sponzorima, kojise nakon toga odlučuju hoće li ili ne nastaviti s programom podrške ili će ga možda i proširiti na pojedine aktivnosti. Ove procjene služe i kao temelj za reviziju i kao smjernice za sljedeće projekte i izložbe, a provode se pomoću raznih istraživačkih tehnika, od upitnika, kritičkih osvrti, razgovora, pa sve do opažanja i praćenja (usp. McManus 1994: 72-73).

Navedeni oblici vrednovanja izložaba i korištene metoderebese ovisno o potrebi i situaciji, a najučinkovitije je kombinirati ih. U Hrvatskoj se te metode rijetko ili uopće ne provode. Bitno je napomenuti da provođenje ovih metoda u vrednovanju izložbe uvelike pomaže pri boljem

⁸Pod pojmom „pravi muzejski posjetitelj“ autorica vjerojatno misli na posjetitelja koji nije podvrgnut istraživačkoj situaciji i istraživačkim uvjetima.

razumijevanju odnosa muzej – posjetitelj. Razumijevanje interesa publike i razine znanja o izloženoj temi, uvid u ponašanje i reakcije publike, razumijevanje posebnih potreba nekih posjetitelja, potreba za odmorom tijekom izložbe, ali i upoznavanje s manjkavostima projekta - sve su to informacije koje istraživanje korisnika osvjetljava pomažući tako u razvoju izložbe i komunikacijskih procesa u muzeju.

7. Muzeološka koncepcija izložbe o pionirima

7.1. Promišljanja o izradi muzeološke koncepciji na temelju teorije

Muzeje je mjesto na kojem komuniciramo poruke putem izlaganja odabranih predmeta, dokumenata, umjetničkih djela i slično. Dok god je predmet u kontekstu muzeja, on u međudjelovanju s drugim predmetima uspostavlja svoj diskurs i polazište je za interpretaciju (usp. Antoš, 2010: 46). Muzejska izložba smješta se u muzejski prostor i ima svoj začetak u ideji izložbe. Ideja kustosa može biti rođena sasvim slučajno, primjerice dok se uz jutarnju kavu listaju novine ili pak može biti rezultatom dugogodišnjeg promišljanja. Ovakav „format“ muzejskoga djelovanja, komunikacija putem izložbe, pokazao se kao najpogodniji za prenošenje znanja dobivenih putem etnološkog istraživanja koje smo proveli za potrebe ovoga rada. Određene aktualizacije socijalizma još uvijek su vrlo zanimljive i plijene pažnju, stoga ne čudi kako istraživanje razdoblja socijalizma doživljava svoj akademski, a i društveni procvat. Tako smo odlučili ovom muzeološkom koncepcijom izložbe o pionirima dati vlastiti doprinos istraživanjima na temu socijalizma, a izložba kao simbioza okruženja neformalnoga učenja i formalnog dodjeljivanja značenja izloščima savršen je alat za prikaz teme pionira.

Obično je izložba rađena timski, a tim podrazumijeva suradnju svih muzejskih stručnjaka i pratećeg osoblja (u idealnom slučaju)⁹, dok je na čelu tima kustos. Postupak pripreme izložbe podrazumijeva prepoznavanje potrebe za izložbom u društvu. Kreće se sa početnim prijedlogom te studijom izvedivosti. Nakon što se sagledaju svi važni čimbenici za izradu izložbe i sama studija izvedivosti se uzme u obzir, kroz daljnje istraživanje formulira se konceptualni plan i vrši se početni odabir predmeta. Nakon konkretnog oblikovanja izložbe i odobravanja, slijedi izvedba, otvorenje te promatranje i održavanje izložbe tijekom trajanja¹⁰. Ovaj rad prijedlog je muzeološke koncepcije izložbe o pionirima i uključuje obrazloženje teme, svrhu i ciljeve izložbe te donosi okvirni prijedlog sadržaja, interpretacijskih strategija i tematske strukture.

⁹ Sjetimo se samo dr. sc. Milke Tice iz knjižnice Medveščak, koja samostalno, vlastitim zalaganjem, trudom i istraživanjem redovito postavlja izložbe u izlogu knjižnice.

¹⁰ Žarka Vujić, u okviru predavanja na kolegiju Muzejske izložbe

Muzej bi trebao, kao jednu od svojih funkcija, imati učvršćivanje identiteta te prijenos znanja ljudima o njihovoj prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, a to čini komunicirajući ju pomoću izložbe. Cilj ovog diplomskog rada je stvoriti muzeološku koncepciju izložbe koja bi, obrađujući temu pionira, vratila ljude u blisku prošlost i podsjetila ih na ta vremena te na taj način ispunila svoju temeljnu funkciju – društvenu dostupnost i otvorenost. Jer „[m]uzej predstavlja znanje zajednice i društva, ali i kulturnu raznolikost, te je njegova nova uloga u društvu uspostavljanje novih poveznica s različitim kulturama“ (Antoš 2010: 174), ali i s različitim fenomenima, temama i razdobljima.

Muzej shvaćen kao institucija koja komunicira poruke posredstvom predmeta na izložbi, također je i institucija koja stvara jedinstven kontekst u kojem se kroz odnos posjetitelj – izloženo događa i otkriva informacijski potencijal izložbe. Muzej kroz izložbu pruža ruku javnosti te komunicira i izlaže svjedočanstva čovjeka i njegova djelovanja. Kako se kroz najbitnije muzeološke funkcije, a to su zaštita, komunikacija i istraživanje, uviđa važnost informacije sadržane u muzejskom predmetu i njegov edukacijski potencijal, ova muzeološka koncepcija daje primat „najsirovijoj“ informaciji od svih, odnosno sjećanju običnih ljudi za koja pretpostavljamo da su izravna iskustva i nisu uljepšane priče. Etnološko istraživanje koje je prethodilo pisanju ove koncepcije u velikom se dijelu oslanja na prikupljanje informacija o istraživanome fenomenu posredstvom sjećanja na djetinjstvo, a kroz muzeološku koncepciju predlažemo načine da ga se prevede u muzejski kontekst. Sjećanja su riznice vrijedne istraživanja i pune iznenađenja te smatram da su dobro polazište i prožimajuće element za kreiranje idejnog sadržaja i tematske strukture muzeološke koncepcije izložbe o pionirima.

7.2. Etnološko istraživanje kao okosnica muzeološke koncepcije

Socijalizam i Jugoslavija naša su nedavna prošlost koja nerijetko kod ljudi izaziva nostalgiju. Da je nekada svima bilo bolje konstatacija je koja ne zaobilazi ni jedan razgovor o 'dobrim starim vremenima'. Moje zanimanje za razdoblje socijalizma i s njima povezanu društvenu djelatnost iskristaliziralo se kroz studiranje i sudjelovanje na raznim interdisciplinarnim istraživanjima čiji je uži interes bio upravo socijalizam i njegove društvene, kulturne, pa i političke manifestacije. Potreba za ovakvom izložbom, izložbom o pionirima kako sam sama uvidjela, a još dodatno se uvjerila u razgovoru s ljudima, u ovom postsocijalističkom vremenu, u našoj državi koja je u tranziciji, u doba liberalnoga kapitalizma, vrlo je izražena jer ne možemo zanemariti činjenicu da postoji svojevrсно nijekanje tog dijela prošlosti. Ljudi kao da su izbrisali taj dio svoje prošlosti i identiteta i možda ga se katkada i srame. Često bih u razgovoru s ljudima o socijalizmu i pionirstvu nailazila na rečenicu 'može reći tko što hoće

danas, ali nekada...!', implicirajući tom rečenicom da je socijalizam još uvijek tabuizirana tema.

Okosnica ove muzeološke koncepcije je sjećanje i pamćenje. Istražujući transformacije autobiografskog sjećanja na djetinjstvo u socijalizmu, iz prve ruke mogla sam se upoznati s fenomenom istraživanja sjećanja. Sjećanje je delikatan fenomen, vrlo slojevit i teško obuhvatan. Granice mu je nemoguće odrediti, a istraživati ga zadatak je koji je i najiskusnijem istraživaču zahtjevan posao. Socijalizam i komunizam, naša nedavna prošlost, sada živi samo u sjećanjima ljudi i pokojoj, od onih vremena zaostaloj, reprezentaciji u kulturi i društvu. Iako smo socijalizam pospremili u ladice povijesti, to vrijeme i njegovi kulturni i društveni označitelji ostali su u uspomenama ljudi koje vrlo lako možemo pobuditi postavljajući prava pitanja. Koliko je teško postaviti prava pitanja velika je tema koju ćemo u ovom radu tek spomenuti. U svojoj knjizi *Pričanja u djetinjstvu* Jelena Marković navodi kako metodologija pri proučavanju fenomena sjećanja ne može poslužiti u svom klasičnom obliku nego je potrebno pribjeći i malo nekonvencionalnim metodama. 'Transformacije metodoloških postupaka prema principu pokušaja i pogreške te kreativne improvizacije (...) proizlazile [su] iz metametodoloških i/ili predmetodoloških promišljanja istraživačkog procesa, odnosno iz metodologije izgradnje mreže upotrebljivanih metodoloških postupaka, što podrazumijeva osvješćivanje karakteristika istraživanog fenomena i prilagodbu metodologije kao i iznalaženje načina prevladavanja metodoloških nedostatnosti.' (Marković 2012: 17).

Sjećanja sam skupljala pomoću neformalnog polustrukturiranog intervjua, no postoji i još jedna metoda preuzeta iz etnografskih istraživanja, a koja se koristi kod istraživanja pamćenja i sjećanja, a to je oralna historija (Brkljačić i Prlenda 2006: 11). No, s obzirom na prirodu istraživanog fenomena, pokazala se tek djelomično pouzdanom, a mogu reći da je i odabrani polustrukturirani intervju pokazao ograničenja i nedostatnosti s obzirom na kompleksnost problema. No, obzirom da ne možemo biti „muha na zidu“¹¹ i prisustvovati razgovoru koji je „nekontaminiran“ nametnutim pitanjima i načinima prisjećanja, ovakve metode služe kao legitiman način prikupljanja podataka.

Kolektivno pamćenje kompleksan je sustav vrlo sličan jeziku, odnosno može se opisati kao sustav znakova, simbola i praksi: memorijalni datumi, imena mjesta, spomenici i slavoluci pobjede, muzeji i tekstovi, običaji i načini i slično. Individualno sjećanje trenutna je realizacija tih simbola, analogna govoru, odnosno, ne postoje dva čina prisjećanja koja bi bila

¹¹ Pojam preuzet iz knjige *Pričanja u djetinjstvu* Jelene Marković.

identična (usp. Brkljačić i Prlenda 2006: 12). Kolektivno pamćenje podrazumijeva aktivno strukturiranje, oblikovanje i reorganizaciju sjećanja (Ibid.: 17). Kolektivno sjećanje se, za razliku od kolektivnog pamćenja koje je definirano kao psihološki proces usvajanja i zadržavanja novih sadržaja, smatra obnavljanjem predodžbi o prošlosti u svijesti (Ibid.). Sjećanje *živi* u simbiozi sa „velikim događajima“, na neki način simboličnim i značajnim, pa se tako te predodžbe o prošlosti najbolje evociraju podsjećanjem upravo na takve upečatljive događaje i prekretnice.

Kao tvorcu ove muzeološke koncepcije, biti pionikom činilo mi se kao vrlo važan trenutak u životima djece. To je bila prva u nizu inicijacija u neku organizaciju djece koja su tek kretala u školu i koja su tek okusila odgovornost i rad, a koja je za ishod trebala imati potpuno aktualiziranog člana socijalističke zajednice. Pionirstvo je dijelom kolektivnoga sjećanja i vrlo plodno tlo za educiranje novih naraštaja.

Knjiga *O Titu kao mitu* urednica Nevene Škrbić Alempijević i . Kirsti Mathiesen zbirka je radova na temu preživjele mitologije vezane uz ličnost nekadašnjeg vođe fokusirane isključivo na Kumrovec i proslavu Dana mladosti. U uvodniku autorica piše kako se o liku Tita i socijalističkom razdoblju općenito u javnom diskursu vladaju uglavnom negativne konotacije, aludirajući na (i tada) nedavni rat i agresiju JNA. „U Hrvatskoj su od devedesetih godina nadalje teme vezane uz Tita u dobroj mjeri tabuizirane. Odrasli osjećao se i u akademskim krugovima pa se stoga problematici socijalizma posvećivalo relativno malo pozornosti u studijskim programima na hrvatskim sveučilištima. 'Ova nam je prošlost prebliska i zato je bavljenje njome problematično i složeno', kazao je sveučilišni profesor dok je tumačio studentima povijesti zašto se socijalistički segment povijesti 20. stoljeća još uvijek smatra vrućom temom“ (Mathiesen Hjemdahl i Škrbić Alempijević 2006: 11). Devedesetih godina vodio se Domovinski rat i na području Hrvatske prepoznatljivi socijalistički simboli jednostavno su utonuli u tišinu, „postali su po podrumima i tavanima zakopane krhotine onoga što Robert m. Hayden (...) naziva 'zaboravljenim povijestima'“ (1994: 167-169 prema Škrbić Alempijević 2006: 179). Bez obzira na strategiju „zamrzavanja“ sjećanja i spremanja nepoželjnih sjećanja u „zamrzivač povijesti“ (usp. Škrbić Alempijević 2006: 179) smatram da se tema socijalizma, bez obzira koliko nedavna prošlost nam to bila, treba i mora istraživati i potrebno je prikazati sve segmente društva i društvene djelatnosti onoga doba. Jer povijest je učiteljica života, a ponavljanje majka znanja i zato smatram da je izložba o pionirima dobar podsjetnik na nekadašnja vremena i prije svega vrijeme djetinjstva kojeg se većina sjeća s radošću i sjetom. Izložba o pionirima u doba socijalizma evocirat će ljudima sjećanja na ono

doba, na nekadašnje stanje stvari, na tadašnji identitet i društvenu uređenost, a onima koji nisu bili pioniri pružit će zanimljiv prikaz takve specifične društvene aktivnosti u socijalizmu.

Etnografski muzej u Zagrebu odabran je kao idealno mjesto za izlaganje ovakve teme. Zvezdana Antoš napominje kako su, od svojih početaka, etnografski muzeji simbol odnosa prema nacionalnom identitetu. Osim toga, etnografski muzeji promoviraju kulturni identitet, regionalnu raznolikost, a možemo i reći da su to ili bi trebala biti spremišta kulturnog, javnog, kolektivnog sjećanja. „Ta je uloga posebice važna danas, kada živimo u multietničkom društvu; kada pripadamo društvu koje uz veliku pomoć medija postaje multikulturalno, a zbog povijesti i otvaranja granica društvo postaje i multirasno“ (Antoš 2012: 49).

Iz tog razloga, etnografski muzeji sve se više miču od svojih starih temelja gdje se smatralo da je današnjem gradskom čovjeku potrebno pokazati njegove korijene u seljačkoj kulturi kraja 19. i početka 20. stoljeća, a sve više se okreću povremenim izložbama koje obrađuju suvremene i urbane teme, od kojih posjetitelji mogu višestruko profitirati. Jasno je da je svaka kulturna kontekstualizacija predmeta na taj način subjektivna i selektivna, ali bez obzira na to vrlo je važno znati kako je predmet proizveden unutar određene kulture i kakvo značenje on ima ljudima u kulturi na koju se odnosi (usp. Antoš 2012: 82-84). Interpretacija na izložbi stoga mora pružiti razumijevanje prikazanoga uvijek se oslanjajući na dinamičnost, promjenjivost i specifičnost kulturnih elemenata.

7.3. Konkretizacija sadržajakroz dosadašnji doseg znanja o temi pionirstva¹²

7.3.1. Veza totalitarnog režima i odgoja djece

Kraj Drugog svjetskog rata na našim prostorima donio je velike geopolitičke i društvene promjene. Komunisti i Komunistička partija jačali su svoj politički i društveni utjecaj još za vrijeme rata, a po završetku je njihova pobjeda na izborima i prevlast njihova svjetonazora u društvu dovela do rađanja *Druge* ili Titove Jugoslavije. Uspostava nove države i poretka bila je moguća kroz sintagmu bratstva i jedinstva svih naroda i narodnosti (Jakovina 2013: 311). Jugoslavija se smatra jednim od najzanimljivijih i najkontroverznijih državotvornih eksperimenata 20. stoljeća. Temelji su joj bili Tito, bratstvo i jedinstvo, revolucija, Partija, kasnije i društvena i privredna reforma te razvijanje samoupravljanja. Bratstvo i jedinstvo svih nacija i narodnosti bila je utopistička ideja socijalističkoga režima bivše nam države. Povijest jedne takve multinacionalne i složene države teško je prikazati, jer je prvenstveno nezahvalan zadatak odrediti kriterije što naglasiti, a što izbaciti. Ali jedan oblik društvene organizacije

¹² Ovaj odlomak predstavlja prijedlog znanja i informacija koje bi se prikazale kroz izložbu.

socijalizma bio je prisutan u svim sastavnicama Jugoslavije, a i drugim socijalističkim zemljama, a to je pionirstvo.

Za 20. stoljeće je posebno vezana (zlo)upotreba djece u političke i propagandne svrhe. Sportske, kulturne i druge organizacije za djecu i mlade postale su oruđe u rukama nacionalnih političkih i religijskih pokreta i lidera (Ristović 2001: 63). Nacionalna propaganda širila se putem škola, učeničkih organizacija, zborova, ali i pionirskih igara, koje su se počele održavati od 1961. godine. Svrha tih igara bila je da različitim sadržajima i oblicima rada unaprijede i obogate društveni život pionira u različitim područjima odgojno-obrazovnog rada i stvaralaštva (Stella, 1981: 5). Sudjelovanje djece i mladih na raznim političkim događajima također je bio način uključivanja u politiku i širenje ideologije. Nakon Prvog svjetskog rata iskorištavanje djece i mladih u političke svrhe steklo je poseban značaj pod utjecajem autoritativnih i totalitarnih režima (Ristović 2001: 63).

Totalitarna politika 20. stoljeća djecu i mlade koristila je za svoje potrebe propagande i odgoja, jer je to bila najpogodnijadobza „proizvodnju socijalističke osobe“¹³, što je bio ideal. Cjelokupno obrazovanje bilo je oblikovano u skladu sa preporukama Partije, pod nadzorom klasno i ideološki svjesnih nastavnika i pionirskih rukovodilaca koji su nadgledali i kontrolirali *pravilno* odrastanje. Mlade i djecu u totalitarizmima 20. stoljeća kontrolirale su političke stranke i pokreti. Neovisno o kakvom se totalitarnom režimu radilo, bio to komunizam, fašizam ili nacizam, razne organizacije pod kontrolom države i Partije imale su za cilj političku i ideološku indoktrinaciju. U Italiji je tako postojala organizacija *Figli della Lupa*, koja je okupljala djecu od 6 do 8 godina. Hitler je okupljao djecu od 10 do 14 godina u organizaciji pod nazivom *Deutsches Jungvolk*. U vrijeme NDH postojala je organizacija pod nazivom *Ustaška uzdanica* okupljajući djecu od 7 do 11 godina. SSSR je također imao pionirsku organizaciju pod nazivom *Lenjinovi pioniri* kojoj su pripadala djeca od 10 do 15 godina, Rumunjska je imala *Sokolove domovine* od 6 do 8 godina, a DDR pionirsku organizaciju pod nazivom *Ernst Thälmann*, koja je okupljala djecu u dobi od 6 do 14 godina.

7.3.2. Odgoj „socijalističkog čovjeka“ od najranije dobi

Osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje uvelike je utjecalo na odgoj mladih ljudi u politički i društveno vrlo ograničenom i kontroliranom smjeru. Nastavni programi bili su najvažniji mediji upisivanja ideje o novome „socijalističkom“ čovjeku u tadašnjem

¹³Sintagma preuzet od Ildiko Erdei (2006.).

jugoslavenskom društvu (Lugarić Vukas 2014: 137). Tako Milovan Đilas, jedan od vodećih suradnika Josipa Broza, izjavljuje u Rezoluciji Trećeg plenuma CK KPJ da je „veoma važno principijelno pitanje pravca u školstvu (...): Šta mi hoćemo da postignemo, kakvog čovjeka težimo da izgradimo? Svima nam je jasno da to treba da bude socijalistički čovek koji voli svoju zemlju i poštuje druge narode (...). To znači da on treba da bude čovek bogatog unutrašnjeg života, fizički i moralno zdrav, krepak i čio“ (Đilas 1949:13 prema Lugarić Vukas 2014: 137).

Organizirajući razne sportske i kulturne aktivnosti, katkada i otvoreno političke, Udruženje pionira Jugoslavije je za cilj imalo politički odgoj i kontrolu djece. (Ristović 2001: 64). Tako su djeca sudjelovala na sletovima za Titov rođendan odnosno Dan mladosti. Zanimljivo je da jedan od najvažnijih fenomena za oblikovanje društvene realnosti socijalističke Jugoslavije bio upravo „fenomen jugoslavenskog tijela“¹⁴ pa su tako sportske aktivnosti organizirane većinom kroz nastavu tjelesne kulture za cilj imale konceptualno, fizički, prostorno i estetski organizirati jugoslavensko društvo (usp. Petrov 2014: 97). Militantna uloga sportskih aktivnosti bila je prisutna od prvih poslijeratnih godina i često se isticalo da bavljenje fizičkom aktivnošću dovodi do otpornosti, upornosti i boljitku, a organizacija toga kao najvažniji cilj je imala organizaciju, odnosno regulaciju i kontrolu slobodnoga vremena (usp. Ibid: 100-101).

Osim sletova i pisanja čestitki Titu za rođendan, djeca su slušala i učila o djeci herojima, malim partizanima koji su svoj život žrtvovali za domovinu. Likovi djece-heroja (stvarni i izmišljeni) služili su kao moralni uzori generacijama poslijeratne djece, kao primjerice Boško Buha ili Mirko i Slavko (Erdei 2006: 214). Dječji svijet socijalizma bio je sačinjen od značajnih prostora, organizacije vremena i raznih aktivnosti koje su, kao što je već spomenuto, imale za cilj suptilno odgajanje u duhu politike. Jedan od primjera prostora za organizaciju vremena djece socijalizma bio je Pionirski grad. Taj jedinstveni socijalistički primjer arhitekture javne namjene smješten je u podsljemenskoj zoni zagrebačke Dubrave, a sagrađen je krajem 40-ih. Taj prostor služio je kao izletište i prostor za zabavu i rekreaciju. Tamo se provodio i produženi boravak. Unutar *Pionirca* smještajni su paviljoni za glazbu, kazalište, škola, gospodarski paviljoni i drugi. Ovakve građevine i prostori bili su s namjerom da čim više slobodnoga vremena bude socijalistički opredijeljeno. Djeca su, dakle, puno vremena provodila pod okriljem Pionirske organizacije. Ljetovanje, kampiranje, dobrovoljan

¹⁴Sintagma preuzeta od Ane Petrov (2014). Označava konstrukt jugoslavenskoga režima koji je kontrolu širio i na ljudsko tijelo i tjelesnu formu.

rad, sve su to bile aktivnosti direktno organizirane i vođene od strane Pionirske organizacije, koja je pak bila pod kontrolom državnog aparata, a sve u svrhu društvene konstruktivnosti – svako djelovanje mora biti u neku svrhu.

Udruženje pionira Jugoslavije, osnovano 1942. godine u okviru partizanskog pokreta, jugoslavenska je dječja organizacija koja je okupljala djecu između sedam i devet godina starosti. Stvaranje „socijalističkog čovjeka“, kako je već napisano, čovjeka koji voli svoju zemlju, poštuje druge narode, bogatog unutarnjeg života, zdravog i čilog (Erdei, 2006: 216), trebalo je uvjeriti ostatak svijeta da je takvu ideju moguće izvesti, ali da je za njeno provođenje potrebno početi u što ranijem uzrastu (Ibid. 211). Idejno izrasla iz Narodnooslobodilačke borbe, s jasnim naznakama militarizma i njegovanja patriotskih osjećaja, Pionirska organizacija morala je biti prava dječja organizacija, obrazovno-zabavnog karaktera (Ibid. 216), suptilno odgajajući politikom i ideologijom. Cilj komunističke politike povijesti i sjećanja bio je održati uspomenu na herojska djela, brutalnost neprijatelja i na broj žrtava Drugog svjetskog rata (Sundhaussen 2006: 248). Osim mjesta pamćenja kao što su Kragujevac ili Jasenovac, sliku rata prenosili su i školski udžbenici i razne monografije, zbornici i članci o Narodnooslobodilačkoj borbi i socijalističkoj revoluciji. Putem udžbenika i drugih materijala mladim se generacijama prenosila poruka i ideali partizanskog rata, a paravojni odgoj koji je pripremao za budući „narodni rat“ ostao je dijelom obrazovnoga programa sve do početka devedesetih godina (usp. Ibid.). Omiljeni i psihološki učinkoviti mediji „povijesnog pamćenja“ bili su brojni partizanski filmovi, kao što su *Kozara*, *Bitka na Neretvi* i *Sutjeska* (usp. Sundhaussen 2006: 249).

„Da... A inače sam, ono... baš sam bila takva da sam uvijek voljela cvilit kad su neke tak znaš malo tužnjikave... Sjećam se nekog filma kad je nekakav dječak, ovoga... nekakva radijacija je u pitanju. Nešto poput Sadako samo je dječak u pitanju i taj smo film gledali i Isuse dragi... A Sadako kad sam čitala to sam tulila tri dana.“ – „Baš tužno...“ – „A oni partizanski filmovi...“ – „To mi je uvijek bilo strašno.“ – „To je uvijek bilo strašno.“ – „To... ne znam... Sanjala sam rat.“ – „Da, i oni bi stavili one glumce koje ti voliš, kužiš, i onda oni baš moraju ono... postradat... I onda budeš žalostan. Više zbog tog.“ – „Baš mi je to sve bilo žalosno, ono... Znaš šta mi je? Vjerojatno zato što se to moralo, zato mi je...“ (Kazivanje dvaju kazivačica, Vesne i Gordane iz Novske, 1964. i 1974. godište).

Osim filmova, postojali su i drugi načini i mediji putem kojih se idealističkim porukama dosežalo do najmlađih generacija. Tu su knjige, stripovi, crtani filmovi i igre. Omiljeni partizanski strip bio je *Mirko i Slavko*, priča o dva dječaka junaka u partizanskoj jedinici.

Izlazio je šezdesetih i sedamdesetih godina kao prilog dnevnih novina *Politika* i strip je bio iznimno popularan, te je 1973. godine prema njemu snimljen i film.

„To ti je bilo, ovoga... mi smo ti svi odrastali u smislu onoga moraš biti pošten, požrtvovan za familiju, domovinu i tako to. Ozbiljno. I to je jednostavno bilo tako. Mi smo ti kao mali znali da, kad ne znam, se u selu organiziraju akcije čišćenja ovoga i onoga, djeca isto sudjeluju. Skupljanje papira, recimo. I bilo je čast skupit čim veću hrpu. A ne ko danas kad se nešto radi, ruke u džepove i ne bi radio. Mirko i Slavko su bili primjer kakav čovjek, dijete treba bit. I onda naravno da je bila sramota ne slušat, sramota dobit lošu ocjenu, to je bilo al baš sramota. I kad ti kaže učitelj 'Kakav si ti pionir?', aaajme... gotovo. Suze do koljena.“ (Kazivanje kazivačice Senke Arčabić iz Novske, godište 1966.)

7.3.3. Svečanost primanja u pionire i simbolički značaj

Svake godine, na Dan Republike, 29. studenoga, djeca prvih razreda primana su u pionire. Tako piše, u vodiču za pionirske voditelje koji je služio pripremi djece za pionire, kako Dan Republike „slavi i pionirska organizacija. Pioniri su upravo ti, koji će naslijediti historijske odluke 29. XI., koji će prihvatiti našu društvenu stvarnost i istim zalaganjem i borbom kao i njihovi roditelji nastaviti daljnji pobjedonosni put naše zemlje. Zato je jasno, da se već u svojim mladim godinama pioniri upoznaju sa značenjem 29. XI. i da taj dan slave kao svoj praznik, kao dan koji je i njima omogućio lijep život i sretnu budućnost“¹⁵. Prianje je bilo dobrovoljno, ne obavezno, ali su bez obzira na to sva djeca primljena u Pionirsku organizaciju na svečanoj ceremoniji inicijacije. Jer, „[s]vako dijete treba osjetiti da je 29.XI. nj e g o v praznik“.¹⁶

„Bilo je važno to što ti si pionir, što već nešto znači. Nisi više dijete nekakvo, ono, krenuo si u školu... Moraš biti odgovoran.“ – „...pazit na ponašanje... I normalno da se trudiš. Od same te zakletve da to dobro... pazit na svoje postupke i za sve ostalo, moraš bit u školi, ne znam...“ – „Moraš bit' primjer!“ (Kazivanje dvaju kazivačica, Vesne i Gordane iz Novske, 1964. i 1974. godište).

„Prvi razred osnovne škole, 29. studenoga, Dan Republike i mi smo bili svi ponosni jer smo se od početka prvog razreda svi pripremali kako ćemo postati pioniri. Morali smo imati bijele bluže, plave suknjice, crvene marame smo dobili tom prilikom oko vrata i imali smo plavu kapu na glavi s crvenom zvijezdom petokrakom. I naša pionirska zakletva koju smo mi

¹⁵ Knjižica je u krhkom stanju. Datirana u 1953. te nedostaju korice. Iz tog razloga pouzadno ne možemo znati ime knjige niti autora.

¹⁶ Navod iz prije spomenute knjižice.

vježbali, vježbali, vježbali.“(Kazivanje kazivačice Danijele Pauković iz Novske, 1965. godišće).

Simboli ove dječje organizacije bili su uniforma, pionirska zakletva te sam ritual prijema u Organizaciju. Ključni dijelovi pionirske uniforme bili su plava kapa i crvena marama. Uniforma je ostala neizmijenjena od početka do kraja djelovanja Organizacije. Svaki element uniforme imao je svoje značenje. Plava kapa podsjećala je na „titovku“, dio partizanske vojne uniforme, a crvena marama predstavljala je metonimijski znak stradavanja u ratu i bila je simbolom otpora i hrabrosti u borbi¹⁷. Crvena marama bila je najvažnijim dijelom uniforme i vezivanje marame bilo je centralnim dijelom rituala. Taj trenutak bio je ključan i označavao je simbolički trenutak prelaska iz djeteta u pionira. Marama je uvijek bila podsjetnik na vrijednosti i dužnosti pionira. I u razgovoru s ljudima shvatila sam da je važnost marame ostala usađena u sjećanjima. Rekli bi mi da je taj trenutak vezanja marame za njih bio važan i da je bio ispunjen ponosom i srećom. Dok je ideologija živjela, djeca su željela biti pionirima jer se vjerovalo u neko magijsko djelovanje marame.

„Pa u ono doba nam je to bilo jako ono, bili smo svi jako ponosni što smo se primali u pionire. Imam čak i sliku kad smo se slikali, imali smo k'o nekakav domjenak, recimo. I onak', svi smo bili jako važni, imali smo kape i marame crvene oko vrata i to nam je bilo k'o nekakav, kak' da ti kažem, čast nam je bila, ponosan si što se primaš u pionire. Jer onda si k'o... nisi više baš tak mali...“ (Kazivanje kazivačice Vesne B. iz Novske, 1965. godišće).

„(...)kad je štafeta Titova dolazila, onda sam radooblačila tu pionirsku uniformu i odoru i to mi je bila čast. Drugi su već manje voljeli te kape, nisu htjeli imati ništa na glavama, ali ja sam se uvijek oblačila od-do, kako je trebalo, da to izgleda onak' kak' treba.“ (Kazivanje kazivačice Danijele Pauković iz Novske, 1965. godišće).

„(...) ... pa dobivaš onda svoju kapu i tu maramu, je l' (...), k'o Marija¹⁸ imam maramu... (...) crvena marama, to je nekakvo buntovništvo...“ (Kazivanje kazivačice Vesne Gajić iz Novske, 1964. godišće) [kazivačica ističe koliko je važnost imalo nošenje pionirske crvene marame]

„(...) Kad su nam vezali marame i stavili na glave plave kape, veselju nije bilo kraja. (Kazivanje kazivačice Jasne iz Novske, 1958. godišće).

¹⁷Popularno je shvaćanje crvene boje kao komunističke, a pripisuju joj se i magijska svojstva obrane od različitih zlih utjecaja.

¹⁸Marija Mica Vidović, jedna od partizanskih junakinja legendi; osnovna škola u Novskoj nosila je njeno ime do Domovinskoga rata.

„Ja sam onda bila dobar učenik pa sam bila privržena tom pionirstvu, je l', kažem, bila sam ja poslije drugim razredima pionirska i bila sam voditelj pionirske organizacije do 7. razreda; u 8. razredu smo se već primali u omladinu. I to mi je razdoblje bilo vrlo značajno, bili smo ponosi na to, i kako sam uvijek vodila neke priredbe, predstave, kao i dan danas, tako sam nekada morala, na Dan Republike, na 1. maj...“ (Kazivanje kazivačice Danijele Pauković iz Novske, 1965. godište).

Osim vezivanja crvene marame, izricanje pionirske zakletve bio je još jedan važan korak u tom specifičnom ritualu prelaska iz djeteta u pionira. U zakletvi djeca daju čvrstu pionirsku riječ da će biti marljivi, pošteni, biti vjerni i iskreni te da će „voljeti [svoju] samoupravnu domovinu Socijalističku Federativnu Republiku Jugoslaviju“. Jasno nam je, a i ljudi svjedoče, da su te riječi malenoj djeci bile nerazumljive, ali mitologija koja ih je okruživala činila ih je najvažnijim riječima koje valja čim glasnije i točnije izgovoriti. Ne bi bilo dobro da se pogriješi ili slučajno izostavi koji dio. Svi su prvašići vrlo rado vježbali svoju zakletvu i nestrpljivo čekali 29. studenoga kada će se održati ključna svečanost primanja u pionire. Pionirska zakletva uvježbavala bi se na satovima razredne zajednice ili tzv. *pionirskim satovima*, na kojima su ih njihovi pionirski voditelji ili pionirski instruktori (najčešće starija djeca, vjerojatno omladinci), osim učenja zakletve, učili i razne druge pjesmice, vodili na izlete, igrališta.

„Meni je to bilo u prvom razredu jako bitno, ne pogriješit tu zakletvu... (Kazivanje kazivačice Vesne Gajić iz Novske, 1964. godište).

„(...) Stajali smo u redovima po razredima i bili strašno uzbuđeni. (...) bilo je to obećanje koje se trebalo ispoštovati, a to nije bila mala stvar. Sigurno da je djelovala na budući život i rad barem nas koji smo bili dobri učenici i dobra i poslušna djeca“ (Kazivanje kazivačice Jasne iz Novske, 1958. godište).

„usjekla [mi se] ta zakletva. (...) Meni [je] jako puno [značila zakletva].¹⁹ Jer ja sam uvijek držala do tog nekakvog... i do tog prijateljstva i do tog nekakvog... iskrenosti, znaš ono... I sad, da li je to ili odgoj kod kuće utjecao na to... (...) puno mi je značilo!“ (Kazivanje kazivačice Vesne B. iz Novske, 1965. godište).

„I 29. 11. smo u kino dvorani svečano izašli svi prvi razredi, a predsjednik svih pionirskih voditelja, znači pionirski predsjednik je čitao zakletvu koju smo mi tada izgovarali. A kasnije, u 6., 7. razredu sam ja već bila pionirski voditelj pa sam ja drugima čitala tu zakletvu i to je

¹⁹ Postavljeno je pitanje „Što je za Vas značilo izreći tu zakletvu?“.

bila strašna čast i bili smo ono, svi strašno ponosi. Naravno, poslije te zakletve smo svi dobili kape i marame, to su nam svezale naše pionirske i onda smo imali malu zakusku; dobili smo Nara sok u bočici i dobili smo jedan sendvič i tako smo mi primljeni u pionire.“ (Kazivanje kazivačice Danijele Pauković iz Novske, 1965. godište).

7.3.4. Kult Josipa Broz Tita i pioniri

Josip Broz Tito bio je ključna ličnost jugoslavenskog socijalizma i vrlo prisutan u odgoju mladih umova. Junak nad svim jugoslavenskim junacima, vođa i vladar, on je upravljao državom i životima i svima je služio za primjer: „(...) *nije bilo 'Majke mi!' nego 'Tite mi!'*“ (Kazivanje kazivačice Senke Arčabić iz Novske, 1966. godište). Osobni kult u vrijeme jačanja socijalizma 40-ih godina 20. stoljeća bio je toliko jak da je nadvladao sve kritike i teorijske diskusije. Tito je bio Jugoslavija. Jugoslavija je bila Tito (Sundhaussen 2006: 252). Ni ponovno buđenje „nacionalnoga pitanja“ šezdesetih, ni „hrvatsko proljeće“ 1971. nisu mogli ugroziti njegov položaj (Ibid.). A koliko je kult ličnosti Josipa Broza Tita bio jak i usađen u sve slojeve društva jasno možemo iščitati sagledamo li vezu Tita i pionira, koja je bila živa još od 2. svjetskog rata. Pioniri su bili sastavnim dijelom svih važnih proslava i manifestacija, a posebno Dana mladosti, 25. svibnja, dana kada se slavio Maršalov rođendan. Dan mladosti ilustrativan je primjer organizirane upotrebe djece u političko-propagandne svrhe i sastavni dio kulta ličnosti Josipa Broza. U školama se za taj dan pripremalo pišući čestitke za rođendan, prikupljajući poklone i slanjem delegacije najboljih pionira na čestitanje. Svake godine uoči Dana mladosti tračala se štafeta mladosti, a glavna, takozvana saveznaštafeta prolazila je sve republike i svečano je predana Titu na stadionu JNA u Beogradu, gdje su se održavali i sletovi. Sletovi su bile velike skupne vježbe i prikazi, nevjerojatne preciznosti i složenosti, kojima se dočaravalo bratstvo i jedinstvo, sloga i rad. U društvu je Tito slovio kao vrlo vrijedan, hrabar čovjek kojeg su jako veselila djeca. „Najveći sin naših naroda i narodnosti“ znao je govoriti kako „svoje pionire voli više od svijeta, jer na mladima svijet ostaje“ (usp. Škrbić Alempijević 2006: 185). Tako jedna romantizirana Titova biografija autora Milivoja Matošeca piše kako je drug Tito „brezgranično volio djecu. Radovao se svakom susretu s njima. U društvu s drugom Titom djeca bi se brzo oslobodila zbunjenosti i postavljala mnoga pitanja. Jedan pionir pitao je drugu Tita koji mu je dan u životu bio najljepši. 'Dan kada je naša domovina bila oslobođena', odgovorio je drug Tito.“ (1980: 34).²⁰

²⁰ Ovaj očito naivan diskurs s razlogom donosim u ovim retcima, kako bih time približila koliko je zapravo bio jak kult ličnosti druga Tita.

Sletovi za Titov rođendan i euforija koja je vladala jasno govori kolika je bila opčinjenost naroda njihovim vođom, a velika žalost i gubitak kad je Tito preminuo vladala je desetljećima koja su slijedila. Uvečer 4. svibnja 1980. godine jugoslavenske novinske agencije prenijele su sljedeću obavijest Centralnog komiteta Saveza komunista Jugoslavije i državnog Predsjedništva: *Radničkoj klasi, radnim ljudima i građanima, narodima i narodnostima SFRJ: umro je drug Tito.* (Sundhaussen 2006: 253). „Zadnji veliki vođa Drugoga svjetskog rata', 'stvaralac nove Jugoslavije', 'pobjednik nad Hitlerom i Staljinom' i 'tvorac pokreta nesvrstanih' napustio je političku pozornicu nešto prije 88. rođendana. Više od 35 godina upravljao je sudbinom druge Jugoslavije s autoritetom, neiscrpnom energijom i političkim instinktom“ (Ibid.).

„Bože, kad je Tito umro, pa plakali su svi. (...) mislim, ja se sjećam da sam bila kod kuće, sama, ja sam bila srednja škola, i točno se sjećam da kad su objavili na televizoru izišla van na dvorište i rasplakala se jer sam mislila 'Bože, šta će se sad dogoditi?' ono... Izbit će rat il šta će sad bit, znaš jer... jer si tak odgajan! Odgajan si u tom duhu da ti je Tito bio ono... Misliš, kad umre Tito, to će sve propast.“ (Kazivanje kazivačice Vesne B. iz Novske, 1965. godište).

„Gdje ste bili kad je Tito umro?“ – „Pa slučajno baš u Dubrovniku. Već sam studirao tada, ali slučajno sam se baš zatekao u Dubrovniku. Nisam gledao televizor, nešto sam malo čitao, onda je mama pokojna došla, i rekla Tito je umro... Pa sam išao malo na Stradun... Samo se sjećam da su, pa relativno utišani ljudi bili, ništa spektakularno... Dubrovčani inače nisu ljudi koji vole jako pokazivati emocije, ništa spektakularno osim što, znam, dva tri glasnjia razgovora su me, ono, iznenadila.“ (Kazivanje kazivača dr. sc. Antuna Paveškovića iz Dubrovnika, 1957. godište).

7.3.5. „I poslije Tita, Tito!“²¹

Tito nije bio samo simbol revolucionarne Jugoslavije nego su ga njegova osobna karizma i snaga kulta ličnosti nadživjeli i bili prisutni i u postrevolucionarnoj Jugoslaviji, ali prisutni su i danas. On je bio jedinstvena povijesna ličnost koja i danas egzistira u kolektivnoj svijesti naroda. Njegova slika na plakatima, markama, u uredima, krčmama i stanovima pratila je građane posvuda (Sundhaussen 2006: 253), a i danas srećemo preživjele rudimente šovanja tog kulta ličnosti. Danas se, svake godine uoči Dana mladosti, u rodnom selu Josipa Broza Tita

²¹Sintagma iz doba nakon Titove smrti kojom se impliciralo kako se stanje u državi neće promijeniti i kako je Titovo nasljeđe i dalje živo. Ovdje je korištena u kontekstu pokazivanja preživjelih ostavština Titova kulta ličnosti u današnje vrijeme.

u Kumrovcu okupljaju tisuće sudionika iz čitave bivše Jugoslavije i svijetakako bi obilježili Titov rođendan. Ova se manifestacija održava u organizaciji Saveza društava „Josip Broz Tito“. Činjenica da takvih manifestacija i danas ima još jedan je pokazatelj da, koliko god teme o Titu i socijalizmu bile tabuizirane, neosporno je zaključiti kako njegov utjecaj i sjećanje na njega još uvijek žive. Kod ovakvih pojava ne možemo ne spomenuti Hobsbawmanov fenomen „izmišljena tradicija“. On pod tim pojmom podrazumijeva „skupinu praksi ritualne ili simboličke prirode, kojima u načelu upravljaju javno ili prešutno prihvaćena pravila, a čiji je cilj ponavljanjem usaditi određene vrijednosti i norme ponašanja“ i one teže uspostaviti kontinuitet s odgovarajućom herojskom prošlošću (Hobsbawm 2006: 139). Posebnost ovoga fenomena je u tome što je taj kontinuitet uglavnom umjetan. Nastale kao odgovori na nove situacije, izmišljene tradicije se oblikuju kao aluzije na prošla događanja ili same ustanovljuju svoju prošlost (ups. Ibid.). Sve izmišljene tradicije, koliko je to moguće, koriste povijest kao legitimaciju akcije i vezivo za koheziju grupe (Hobsbawm 2006: 148), posebno jer su vrlo nespecifične i neodređene u pogledu prirode vrijednosti, prava i dužnosti koje su usađivale članstvu u grupi (Ibid.: 147.). Godišnja proslava Dana mladosti u Kumrovcu klasičan je primjer izmišljene tradicije koja gaji snažno sjećanje i osjećaj zajedništva, akonstruiranje naracija oko Titove figure, rodnog mjesta i proslave njegova rođendana jedno je od obilježja socijalističke epohe na našim prostorima (Mathiesen Hjemdahl i Škrbić Alempijević 2006: 19).

7.4. Prijedlog prostornog rješenja izložbe

Nakon pregleda dosad prikupljenoga znanja o temi i sadržaja koji bi izložba obuhvatila, pokušat ćemo predložiti smještaj spomenutoga u prostor zagrebačkog Etnografskog muzeja. Izložba će prostorno biti smještena u prizemlju Muzeja, u dijelu za povremene izložbe, a okolišno će se uključiti i ulazni prostor Muzeja i hodnik koji vodi do izložbene dvorane (prilog 1, dijelovi označeni crvenom bojom). S obzirom na prostorne ograničenosti, predlažem da se uvedu umjetne pregrade, koje će od cijeloga nedjeljivog prostora sačiniti nekoliko manjih prostorija kroz koje će se kretati pretpostavljeno, u jednom smjeru koji će jasno biti naznačen, no i sam razvoj teme nalagat će orijentaciju kroz prostor (prilog 1, dijelovi označeni zelenom bojom). Radi boljeg razumijevanja samog istraživana fenomena tematske cjeline se postepeno obrađuju. Važno je da koncepcija izložbe bude vidljiva. Slijed razgledavanja mora se izražavati u prostoru, u trodimenzionalnom muzejskom diskursu (Gob i Drouguet 2007: 110). Izložbena dvorana ili cjelina mora biti zaokružena i jasno odašiljati poruku. Put kroz izložbenu dvoranu pričat će jednu priču o jednoj temi, a opet svaki prostor za sebe bit će

odjeljak prošlosti, zasebna cjelina. Slijed izložbe pomaže u razumijevanju same izložbe, a raspored izložaka, njihovo povezivanje i nizanje moraju izraziti što je više moguće jasno strukturiranu poruku (Ibid.).

Potrebno će biti uložiti napor u zvučnu izolaciju prostorija, kako vizualni i auditivni materijali jednog prostora ne bi interferirali s drugima. Zidovi prostorija bit će obučeni u crne, crvene, bijele i plave tapete. Crna boja zidova odabrana je radi slaganja s tapetama koje bi imale uzorak fotografije sleta, petokrake, Titove biste ili primjerice grupe pionira koji trče štafetu ili mašu zastavicama, koje bi bile u crno-bijeloj tehnici. Crvena, bijela i plava boja odabrane su jer podsjećaju na boje jugoslavenske zastave. Legende bi također bile direktno na zidovima prostorija, otisnute u skladu s pozadinom, u svrhu što bolje vidljivosti i čitkosti. Font bi bio čist, čitak, veličina bi ovisila o vrsti teksta (naslov i podnaslov istaknutiji od ostatka teksta), a jezik legende bi trebao biti razumljiv i obavijestan. Obradit ćemo kratko u sljedećim recima svaku prostoriju i njen sadržaj te prateće aktivnosti i materijale.

Izložba bi se otvorila 29. studenog, simbolično, na nekadašnji Dan Republike. Uz ulaznicu bi se dijelio i deplijan na kojemu će, osim imena izložbe, informacija o vremenu i mjestu održavanja te vrlo sažetog sadržaja izložbe, biti otisnuta i pionirska zakletva. Ovo bismo izradili u suradnji s odabranom dizajnerkom tvrtkom s kojom bi se sklopio i sponzorski ugovor, na obostranu korist. U ulaznom prostoru Muzeja bili bi postavljeni plakati koji svim posjetiteljima Muzeja daju informaciju o održavanju povremene izložbe na temu pionira i putokaz koji ih usmjerava prema izložbi. Hodnik prije ulaska u izložbenu dvoranu bio bi crne boje s odgovarajućim osvjetljenjem, a na zidu hodnika mjestimično bi, sa svake strane hodnika, bile zalijepljene ranije spomenute tapete. Osim tapeta na zidovima hodnika, samo sa jedne strane, bile bi i uvodne legende koje bi bile istaknute u bijeloj boji i sažeto bi posjetitelje uvodile u temu i izdvajale najbitnije činjenice.

Kad se na desno krene u izložbenu dvoranu, posjetitelja dočekuje prvi prostor koji daje pregled dječjih organizacija 20. stoljeća u zemljama totalitarnog režima. Ovaj prostor zamišljen je da daje faktografske podatke. Informacije bi se nizale u formi stupaca, sa naslovom pojedine organizacije na vrhu, kratkim tekstom koji bi donosio najbitnije informacije o dobi polaznika i imenu organizacije te ime države i totalitarnog vođe uz koji je specifična organizacija vezana. Bile bi prikazane fotografije i ilustracije, parole i tipično znakovljeju svrhu pojašnjavanja određene dječje organizacije.

Sadržajno usko vezan uz prijašnji, prostor koji slijedi obrađivao bi zasebno nama najvažniju dječju organizaciju, a to je Savez pionira Jugoslavije. Tematska legenda na ulazu u prostordonijela bi sažet povijesni pregled o osnivanju, ciljevima i nasljeđima ove organizacije. Bili bi izloženi i sami predmeti povezani s pionirstvom i Savezom pionira Jugoslavije. Posebno bi bila istaknuta originalna pionirska uniforma sastavljena od pionirske plave kape, crvene marame i prstena za maramu, bijele košulje i plavih hlačica/suknjice te bi uz njih bila izložena i pionirska knjižica²². Ovo bi bilo smješteno u samostojeću vitrinu sa odgovarajućim osvjetljenjem koje bi bilo postavljeno unutar vitrine (koristila bi se optička vlakna ili LED rasvjeta, jer ne prenose toplinu što osigurava zaštitu izložaka). Uz ove predmete stajalabi legenda koja bi se sastojala od osnovnih podataka o predmetima. Još jedna tematska legenda davalabi kratku informaciju o simboličkom značenju tih predmeta. Postojala bi mogućnost probavanja dijela uniforme, recimo kape i marame i mogućnost fotografiranja za suvenir. Na taj bismo način pridonijeli interaktivnosti izložbe. U prostori bi bio postavljen i info-kiosk koji bi omogućio listanje digitaliziranih sadržaja. Tu bi se nalazio Vodič za pionirske voditelje i učitelje. Sadržajno vrlo zanimljiv, odiše ideologijom i parolama, a retorika je usmjerena na nacionalni ponos i svečanost prijema u Pionirsku organizaciju. Ovo je kutak za one „koji žele znati više“. Velika prednost ovakvog prikaza knjige je u tome što je na taj način maksimalno zaštićena, dostupna je u cijelosti i nismo izdvojili samo jedan dio kao najvažniji, što je slučaj kod prikaza knjiga u vitrinama. Po zidovima prostora bit će istaknuti citati ljudi koji su mi svoja sjećanja ispričali u istraživanju za ovaj rad. Ti citati davat će iskren i direktan uvid u emocionalnu i društvenu angažiranost djece pri prijemu u jednu takvu organizaciju. Sjećanja su to i svjedočenja koja nam govore koliko je bilo ili nije bilo bitno postati pioninom. Osim citata, izložilebi se i fotografije koje dokumentiraju primanje u pionire sa pripadajućim predmetnim legendama. Dio ovog prostorabio bi posvećen samo dijelu pionirske uniforme – crvenoj marami. To je dio uniforme koji je simbolički najsnažniji i koji dijete pretvara u pionira, to je ono što pionira čini pioninom. Dio zida tog dijela prostora bit će ispunjen kazivanjima o crvenoj marami i značaju koji je imala za male pionire. Kao zvučnu kulisu predviđeno je da se pušta pjesma *Rastu, rastu pioniri* dječjeg zbora Kolibri. Za ovaj prostor predviđena je i mogućnost donacije predmeta vezanih za djetinjstvo u socijalizmu i pionirstvo, što bi se jasno naznačilo i dalo do znanja posjetiteljima. Za takve predmete bi se uz legendu naznačio i donator.

²²Moguća suradnja sa Muzejom istorije Jugoslavije.

Država je neosporno imala veliki udjel u obrazovanju mladih umova i upravo postojanje Saveza pionira Jugoslavije vidljiv je dokaz toga. Prostor koja slijedi prikazivat će proces prijelaza od djeteta u pionira. Tematska legenda na ulazu u prostoriju donosi sažeti tekst o tadašnjem utjecaju države na obrazovanje mladih ljudi i u kolikoj mjeri je država bila „upletena“ u živote najmlađih, od škole preko provođenja slobodnog vremena i ljetovanja. Prostorija će biti uređena kao razred s potpuno funkcionalnom školskom pločomi na njoj će biti moguće upisivati mišljenja i sjećanja, jer će na ploči biti istaknute rečenice *Pionir je...* ili *Ja, pionir...* i aktivno će se poticati pisanje nastavka tih rečenica od strane posjetitelja. Osim toga, prostorija će prikazivati sat razredne zajednice, kada se najviše radilo na pripremanju učenika za primanje u pionire. Tapeta preko jednog zida predstavljat će crno bijelu fotografiju razreda koja će prikazivati učiteljicu, „drugaricu“ koja je ispred razreda djece koja stoje, a pokraj nje stoji, izdvojen iz mase, predsjednik ili predsjednica razreda otvorenih usta na pozdrav „Za domovinu s Titom! – Naprijed!“. Na klupama će biti izloženi udžbenici iz raznih školskih predmeta, bilježnice i školski pribor stvarnih ljudi, s kojima sam usko surađivala pri izradi ovoga rada, koji bi mi, osim svojih sjećanja, ustupili i predmete koji su im od značaja i za koje smatraju da nose simboliku onoga vremena i njihova djetinjstva. Legenda uz njih pojasnit će kako su neki udžbenici u socijalizmu sadržavali i kratke anegdote i priče o životu druga Tita. Također bi bili izloženi udžbenici iz predmeta ONO i DSZ, odnosno Općenarodna obrana i Društvena samozaštita. Ti predmeti uvedeni su u kurikulum obrazovanja 1969. godine sa svrhom provođenja i utvrđivanja samoupravnog socijalizma. Ove udžbenike bilo bi dopušteno listati i dodirivati, kako bi se ostvarilo i taktilno iskustvo i kako bi se uklonila predrasuda da se u muzeju ništa ne smije dirati. Ovom izložbom osim što prenosimo znanje, želimo ostvariti i odnos s publikom. Osim zida s prikazom razreda, na drugim zidovima bili bi poster s izraženim parolama, a izložila bi se i pionirska zakletva i odlike pionira - **Pošten, Iskren, Odan, Napredan, Istrajan, Radan**. Izložili bi se poster s pionirskim pjesmama i recitacijama, igrokazima i fotografije raznih igara i vježbi, koje su korištene na satovima razredne zajednice u pripremu djece za primanje u pionire. Za ovaj je prostor predviđen još jedan info-kiosk koji bi sadržavao audiovizualni sadržaj. Ideja je snimiti svjedočanstva ljudi o pionirstvu i simbolici. Audiovizualni sadržaj bi se sastojao od određenog broja kratkih videa koji bi bili samo krupni plan osobe koja priča svoje sjećanje na djetinjstvo ispred svijetle pozadine držeći fotografiju sebe kao pionira. Info-kiosk imao bi ekran osjetljiv na dodir i posjetitelji bi tako mogli birati koji sadržaj žele gledati. Uz ovaj info-kiosk postojala bi obavijest da posjetitelji mogu, ako žele, sudjelovati u nadograđivanju ovog sadržaja. nadograđivanja ovog panela, ako bi posjetitelji izrazili želju za sudjelovanjem. Za

ovaj prostor predviđeno je jedno zaustavno mjesto. Na jednom od zidova prostora stajalo bi platno na kojem bi se projicirao film „Mirko i Slavko“ iz 1973. godine redatelja Branimira Torija Jankovića. Uz projekciju filma stajala bi predmetna legenda koja bi davala informacije o imenu filma, godini snimanja, autori, bilo bi naznačeno trajanje filma (91 minutu), uz nju ili ispod nje stajala bi i tematska legenda koja bi kratko pojašnjavala kako su se takvi filmovi koristili kao sastavni dio osnovnog obrazovanja djece u socijalizmu.

Prikaz kulta ličnosti Josipa Broza Tita bio bi sadržaj sljedećeg prostora. Na zidovima bi bile izložene fotografije Tita i pionira u raznim situacijama: Titov rođendan, primanje Pionira u Titovu rezidenciju, razne društvene manifestacije, snimke sletova. Cilj je kroz takve fotografije naglasiti doktrinu koja se sustavno prenosila javnosti Jugoslavije: Tito je bio voljeni vođa posebno među djecom, a i za Tita se uvijek smatralo da mu je dječji uzrast bitan i da se u njega treba ulagati. Dan mladosti, Titov rođendan bio je najvažniji praznik u Jugoslaviji. Povodom proslave tog praznika provodilo se niz aktivnosti, a jedna od važnijih bilo je trčanje štafete. Svako i najmanje mjesto u Jugoslaviji na ovaj je način odavalo počast Titu za rođendan. Pionirima je ovaj događaj bio od posebne važnosti. U ovoj prostoru bi bila izložena kolekcija saveznih štafeta koje su predavane Titu na središnjoj proslavi na stadionu u Beogradu.²³ Osim fotografija i štafeta, izložile bi se i pjesme, pisma i crteži koje su djeca i Pioniri slali Titu za rođendan. Prikazali bi se i razni drugi prikazi štovanja kulta ličnosti Josipa Broza Tita: poštanske marke, tipične fotografije i ilustracije Titova portreta, značke, biste, propagandni materijal kako bi se pokazalo koliko je snažan utjecaj Tito imao na sve slojeve života u Jugoslaviji, što bi sažeto opisivala tematska legenda uz predmete. Usmena svjedočanstva kazivača i razne urbane legende i anegdote usko vezane uz život voljenoga vođe bile bi izložene na zidovima. I za ovaj prostor bit će otvorena mogućnost donacije osobnih predmeta, recimo crteža ili pjesama koje su ljudi kao djeca pisali Titu. Multimedijalni dio ovog prostora bio bi sastavljen od platna s projektorom na kojem bi se prikazivali isječci iz filma „Tito i ja“ iz 1992. godine redatelja Gorana Markovića.

Na ulazu u zadnji prostor posjetitelje bi dočeka prikaz dijela dnevnoga boravka i televizijski prijemnik iz 80-tih godina 20. stoljeća. Na televizijskom prijemniku bi se u petlji prikazivao obavijest koja je stigla uvečer 4. svibnja 1980. godine: *Radničkoj klasi, radnim ljudima i građanima, narodima i narodnostima SFRJ: umro je drug Tito*. Legenda uz izložak pojasnit će kratko da se tu prikazuje obavijest Centralnog komiteta Saveza komunista Jugoslavije i

²³ Moguća suradnja sa Muzejom istorije Jugoslavije.

državnog Predsjedništva u trenutku smrti Josipa Broza Tita. Ostatak prostorije bit će posvećen prežiticima kulta ličnosti Josipa Broza Tita u današnje vrijeme, točnije bit će posvećen proslavama Dana mladosti u Kumrovcu. Izložit će se fotografije sa proslave, svjedočenja ljudi koji prisustvuju tim proslavama te neki specifični predmeti kao što su transparenti, Titov portreti te razni drugi osobni predmeti koje ljudi nose sa sobom ili na sebi pri takvom slavlju. Ovaj prostor čini se kao logičan završetak izložbe jer se osvrće na današnje vrijeme i činjenicu da se specifična obilježja socijalističkoga razdoblja i danas koriste. Vidljivo je dataj fenomen, osim što svjedoči o snazi utjecaja socijalističkog režima na živote ljudi, dokazuje kako on još uvijek živi u ljudskim sjećanjima. Tu bi bilo predviđeno mjesto na kojem bi bila knjiga u koju će posjetitelji moći upisati dojmove o izložbi, a aktivno bi se poticalo i zapisivanje sjećanja na djetinjstvo i pionirstvo starijih posjetitelja. Ovo bi bio svojevrsni dnevnik sjećanja koji će poslužiti za daljnja istraživanja o sjećanju na djetinjstvo i pionirstvo. Tako će se stvoriti riznica uspomena i povijest sadržanih u sjećanjima ljudi u postsocijalističkom društvu hrvatske.

Na kraju izložbe posjetitelje bi dočeka stol sa „zakuskom“. U pričama ljudi o primanju u pionire uvijek je izviralo sjećanje o zasluženju okrijepi poslije svečane priredbe. Bili su to sendvič i sok. Neki se sjećaju soka „iz vrećice“, neki Nare, a neki soka u tetrapaku. Za sveobuhvatno iskustvo muzeja prijatelja ljudi i muzeja bliskoga posjetiteljima, planira se poslužiti varijanta „zakuske“, s trokut-sendvičima, „Paris“ keksima i sokom „iz vrećice“ ili tetrapaka i to bi se direktno dijelilo zainteresiranim posjetiteljima. S obzirom da ovo nije uobičajeno činiti u muzejima, svakako će se povesti računa o kontroliranim uvjetima čuvanja i posluživanja hrane. Hladnjak koji bi sadržavao hranu i piće bi bio „skriven“ iza paravana u dijelu sa zakuskom.

Prije ulaza u hodnik izložbene dvoranestajao bi panel s fotografijom majke i malog pionira sa izrezima za glavu. Ovo bi služilo za fotografiranje zainteresiranih posjetitelja koje bi obavljao djelatnik Muzeja ili zaposlenik na izložbi. Takva fotografija bila bi suvenir i koštala bi određenu svotu novca – 10 kuna. Od ostalih suvenira prodavale bi se plave kape, crvene marame, grafičke olovke sa otisnutim parolama, blokići s dizajnom pionirske knjižice, majice s raznim otiscima, bedževi, replike štafeta i ostali materijali, koji bi bio načinjen i osmišljen u suradnji s odabranom dizajnerskom tvrtkom.

Na izlazu iz Muzeja zamolili bismo posjetitelje da odvoje malo vremena zaispunjavanje evaluacijskog upitnika koji bi ispitivao korisničko iskustvo na izložbi i zadovoljstvo viđenim.

Tako dobiveni podatci, kao i dnevnik sjećanja, poslužili bi u budućim istraživanjima i postavama izložbe.

8. Zaključak

Djetinjstvo bez priča o njemu uopće ne bi bilo djetinjstvo (Marković 2012:12). Kad odrasle pitate o njihovu djetinjstvu, priče o djetinjstvu, skrivene u sjećanjima i uspomenama postaju riznice informacija, znanja i predodžbi o prošlim vremenima, običajima, načinima života. Samo postavite pravo pitanje ili započnite priču, one izlaze na vidjelo i postaju uporabnim znanjem i predmetom istraživanja. To je nimalo lak zadatak i najiskusnijima zadaje istraživačke škrupce i komplikacije. No, u tome i jest ljepota i kompleksnost sjećanja kao predmeta istraživanja. Toliko slojevito, fluidno i krhko, a opet snažno prožeto značenjem i sadržajem vrijednim iščitavanja i zapisivanja. Sjećanje je fenomen koji je teško obuhvatan. Sjećanje se nikada ne može do kraja istražiti. Ono je uvijek ovisno o trenutku, o osobi koja priča, osobi kojoj se priča, kontekstu, situaciji, lokaciji i o mnogo čemu drugome. Treba imati na umu da etnografski „[t]eren (...) svakako nije nešto samo po sebi razumljivo ni nešto što, vrlo često, korespondira sa svakodnevicom“ (Marković 2012: 34). Ono što nastojimo snimiti kroz intervju te smo tu namjeru osvijestili i kazivaču, u „svakodnevnicu se neminovno miješa, u nju prodire, mijenja je, prilagođava, a naše poimanje terena koje je znanstveni konstrukt neprestano svakodnevicom manipulira. Kulturne pojave koje istražujemo uglavnom su konstitutivnim dijelom te svakodnevice, u nju smještene i kontekstualno mijenjane upravo tom istom svakodnevicom“ (Ibid). Zato je teško i nemoguće očekivati savršeno prirodne i nekontaminirane situacije. No, sjećanje je jedinstven i vrlo važan izvor podataka, a kao fenomen izrazito kompleksan. Jedna priča može biti pričana svaki dan, a može biti ispričana samo jednom i nikad više. Metapozicija istraživača u istraživanju ovakvoga fenomena izrazito je važna. Sjećanja su krhotine nekadašnje stvarnosti koja su znatno obilježena istraživačkom situacijom, istraživačem i istraživanima.

Muzej se katkada doživljava kao hladno i ekskluzivno mjesto. Da bi se takav dojam izbjegao, muzej treba biti mjesto znanja i podučavanja, treba uvijek tragati za novim i drugačijim

načinima interpretacije i prikazivanja i uvijek biti usmjeren i otvoren ljudima. Zna se reći kako živimo u vremenu u kojem je sve već viđeno i napravljeno u gotovo svakoj sferi života, od umjetnosti, hrane, stila života i tehnologije. Gob i Drouguet točno zaključuju da se nalazimo u vremenu koji pred muzeje stavlja sve teži i obuhvatniji zadatak ispunjavanja potreba zajednice (2007: 15). Kao okosnica muzeološke koncepcije sjećanje i istraživanje sjećanja donosi nove dimenzije u prikupljanju znanja o temi koju istražujemo i izložbom prikazujemo. Smatram da ovakvom metodom pronalazimo nove puteve do publike i posjetitelja, pobuđujemo neke nove interese, jer mišljenje „malog čovjeka“ moramo sve više aktualizirati.

Putem izložbe koja je medij kroz koji muzej komunicira poruke publici, možemo konkretizirati i probuditi sjećanja na djetinjstvo u socijalizmu i na pionirstvo, time prikazati na zanimljiv način znanje o periodu života koju su neki ljudi proživjeli dijeleći povijest, obrasce ponašanja i kolektivnu svijest i pamćenje. Neke podsjetiti, a druge podučiti o njima nepoznatom fenomenu pionirstva cilj je ove muzeološke koncepcije.

Ovaj rad pokušao je naglasiti važnost muzeja kao društvene institucije te pokazati da je izložba bitna kao medij prijenosa znanja i informacija i načinneformalnog učenjau muzeju. Tema pionirstva i djetinjstva u socijalizmu kao i istraživanje sjećanja bili su okosnica za muzeološku koncepciju izložbe. I na samome kraju, u nadi da je ovaj rad ispunio svoj zadatak i pružio prihvatljivo idejno rješenje izložbe o pionirima, preostaje zahvaliti se svim ljudima koji su midopustili „prekapanje“ po sjećanjima i uspomenama i dozvolili mi da u njima pronađem ispunjenje vlastitih istraživačkih ciljeva.

Literatura

ANTOŠ, Zvezdana. 2010. *Europski etnografski muzeji i globalizacija. Muzeologija 47.* Zagreb: MDC.

ASSMANN, Jan. 2006. „Kultura sjećanja“. U *Kultura pamćenja i historija*, ur. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda, 45-78. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.

BELCHER, Michael. 1992. *Exhibitions in Museums.* London, Leicester:Leicester University Press.

BRKLJAČIĆ, M. i Sandra Prlenda. 2006. „Zašto pamćenje i sjećanje“. U *Kultura pamćenja i historija*, ur. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda, 9-43. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.

CERIBAŠIĆ, Naila. 2013. "Novi val promicanja nacionalne baštine: UNESCO-ova Konvencija o očuvanju nematerijalne kulturne baštine i njezina implementacija". U *Proizvodnja baštine: Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi*, ur. Marijana Hameršak, Iva Pleše i Ana-Marija Vukušić, 295-312. Zagreb: Biblioteka Nova etnografija.

DEAN, David. 1996. *Museum exhibition: theory and practice.* London, New York: Routledge.

ERDEI, Ildiko. 2006. „Odrastanje u poznom socijalizmu – od 'pionira malenih' do 'vojske potrošača'“. U *Devijacije i promašaji. Etnografija domaćeg socijalizma*, ur. Lada Čale Feldman i Ines Prica, 205-240. Zagreb: Biblioteka Nova etnografija.

GOB, André i Noémie Drouguet. 2007. *Muzeologija: Povijest, razvitak, izazovi današnjice.* Zagreb: Izdanja Antibarbarus.

- GREGUROVIĆ, Gordana. 2003. *Izložba kao način komunikacije u školi*. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.
- HALL, Stewart. 2006. „Kome treba identitet?“. U *Politika teorije. Zbornik radova iz kulturnih studija*, ur. D. Duda, 357-374. Zagreb: Disput, d.o.o.
- HALL, Stuart. 1997. *Representation: cultural representations and signifying practices*. London: Thousand Oaks
- HAMERŠAK, Marijana i Iva Pleše. 2013. "Uvod u proizvodnju baštine". U *Proizvodnja baštine: Kritičke studije o nematerijalnoj kulturi*, ur. Marijana Hameršak, Iva Pleše i Ana-Marija Vukušić, 7-28. Zagreb: Biblioteka Nova etnografija.
- HOBBSAWM, Eric. 2006. „Izmišljanje tradicije“. U *Kultura pamćenja i historija*, ur. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda, 137-150. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- JAKOVINA, Tvrtko. 2013. *Trenuci katarze. Prijelomni događaji XX. stoljeća*. Zagreb: Frakutra.
- KLASIĆ, Hrvoje. 2012. *Jugoslavija i svijet 1968*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- LORD, Barry i Gail Dexter Lord. 2002. *The Manual of Museum Exhibitions*. Walnut Creek, CA: Altamira Press.
- MARKOVIĆ, Jelena. 2012. *Pričanja o djetinjstvu. Život priča u svakodnevnoj komunikaciji*. Zagreb: Biblioteka Nova etnografija.
- MAROEVIĆ, Ivo. 1991. „Izložba kao oblik muzejske komunikacije“. *Osječki zbornik XXI*. Zagreb: Muzej Slavonije Osijek, 287-299.
- MAROEVIĆ, Ivo. 2003. „Muzejska izložba – muzeološki izazov“. *Informatica muzeologica* 3-4: 13-18.
- MAROEVIĆ, Ivo. 1993. *Uvod u muzeologiju*. Zagreb: Zavod za informacijske studije.
- MATHIESEN, K. i Nevena Škrbić Alempijević. 2006. „Uvod. Politička mjesta u transformaciji“. U *O Titu kao mitu*, ur. Kirsti Mathiesen i Nevena Škrbić Alempijević, 9-39. Zagreb: FF Press i Srednja Europa d.o.o.
- MCMANUS, Polette. 1994. „Procjena: opisivanje i razumijevanje posjetitelja muzeja, njihovih potreba i reakcija“. *Informatica muzeologica* 1/4: 70-73.

- MENSCH, Peter van. 1989. „Museology as a Scientific Basis for the Museum Profession“. U *Professionalising the Muses*, ur. Peter van Mensch. Amsterdam: AHA Books.
- MENSCH, Peter van. 1985. „Muzeji i autentičnost“. *Informatica muzeologica*, 3/4: 2-5.
- MENSCH, Peter van. 1988. „Strukturalni pristup muzeologiji“. *Informatica Museologica*, 1-2: 99-103.
- MIKLOŠEVIĆ, Željka. 2014. „Kvalitativno istraživanje“. U *Istraživanje korisnika baštine*, ur. Žarka Vujić, 37-40. Zagreb: Zavod za informacijske studije.
- NOVAČIĆ, Dejan. 2010. *SFRJ za ponavljače: Turistički vodič*. Zagreb: Znanje.
- PETROV, Ana. 2014. „Telesni projekti i regulacija normativnog tela: uloga fizičke kulture u Jugoslaviji“. *Narodna umjetnost. Hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku* 51/2: 95-116.
- RISTOVIĆ, Milan i Dubravka STOJANOVIĆ. 2001. *Djetinjstvo u prošlosti: 19. i 20. vijek*. Beograd: Udruženje za društvenu istoriju.
- STUBLIĆ, Helena, Jasmina Bavoļjak i Katarina Srdarev. 2014. „Kad stvarnost pokuca na vrata ili o anketnim istraživanjima u području baštine“. U *Istraživanje korisnika baštine*, ur. Žarka Vujić, 145-166. Zagreb: Zavod za informacijske studije.
- SUNDHAUSSEN, Holm. 2006. „Jugoslavija i njezine države sljednice. Konstrukcija, dekonstrukcija i nova konstrukcija „sjećanja“ i mitova“. U *Kultura pamćenja i historija*, ur. Maja Brkljačić i Sandra Prlenda, 239-284. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- ŠKRBIĆ ALEMPIJEVIĆ, Nevena. 2006. „'Mi smo floklor'. Kumrovečki pioniri i druge preobrazbe na proslavi Titova 112. rođendana“. U *O Titu kao mitu*, ur. Kirsti Mathiesen i Nevena Škrbić Alempijević, 177-199. Zagreb: FF Press i Srednja Europa d.o.o.
- ŠOLA, Tomislav. 2003. *Eseji o muzejima i njihovoj teoriji*. Zagreb: ICOM.
- ŠOLA, Tomislav. 2014. *Javno pamćenje. Čuvanje različitosti i mogući projekti*. Zagreb: Zavod za informacijske studije.
- VUJIĆ, Žarka. 2009. „Korisnički aspekt u sustavu muzeologije Ive Maroevića: od pažljive analize do smjernica dopune“. U *Ivi Maroeviću baštinici u spomen*, ur. Marko Špikić i Žarka Vujić, 73-88. Zagreb: Zavod za informacijske studije.

VUJIĆ, Žarka. 2014. „Otkriveni i ojačani posjetitelji muzeja u Hrvatskoj: dijakroni pogled na istraživanje korisnika u nas“. U *Istraživanje korisnika baštine*, ur. Žarka Vujić, 11-30. Zagreb: Zavod za informacijske studije.

VUKAS LUGARIĆ, Danijela. 2014. „Boško Buha i Pavlik Morozov: novi (jugoslavenski/sovjetski) čovjek u tijelu malenoga dječaka“. *Narodna umjetnost. Hrvatski časopis za etnologiju i folkloristiku* 51/2: 133-154.

Dodatni izvori

Bilješke s predavanja dr. sc. Hrvoja Klasića u sklopu kolegija *Politika i propaganda u XX. stoljeću*.

Bilješke s predavanja dr. sc. Ildiko Erdei u sklopu interdisciplinarnog istraživanja Filozofskog fakulteta u Zagrebu i Filozofskog fakulteta u Beogradu „Sećanje na Maju; Prilog proučavanju kulture sećanja na detinstvo u jugoslovenskom socijalizmu“, Filozofski fakultet u Zagrebu i Filozofski fakultet u Beogradu.

Bilješke s predavanja dr. sc. Radine Vučetić u sklopu interdisciplinarnog istraživanja Filozofskog fakulteta u Zagrebu i Filozofskog fakulteta u Beogradu „Sećanje na Maju; Prilog proučavanju kulture sećanja na detinstvo u jugoslovenskom socijalizmu“, Filozofski fakultet u Zagrebu i Filozofski fakultet u Beogradu.

Bilješke s predavanja dr. sc. Žarke Vujić u sklopu kolegija *Muzejske izložbe*.

Vodič za pionirske voditelje, 1953., nema informacija o naslovu, autoru i izdavaču.

Prilozi

Prilog 1. Tlocrt prizemlja Etnografskog muzeja u Zagrebu (kopiju tlocrta ustupio Etnografski muzej u Zagrebu, koji je vlasnik istog)

Prilog 1. Tlocrt prizemlja Etnografskog muzeja u Zagrebu ucrtanim tematskim jedinicama postava izložbe (ustupio Etnografski muzej u Zagrebu)

