



**Goran Zlodi**  
Filozofski fakultet  
Zagreb

UDK 069(497.5 Samobor):004.738.5  
004.738.5:069.5  
Stručni članak  
Professional paper

## **MUZEJSKA KOMUNIKACIJA U NOVOM OKRUŽENJU: WEB-STRANICA ETNOGRAFSKE ZBIRKE SAMOBORSKOG MUZEJA**

*U članku se, na primjeru web-stranica etnografske zbirke Samoborskog muzeja, obrađuju neka pitanja muzejske komunikacije u novome multimedijском okruženju. Kroz usporedbu tradicionalnog i virtualnog muzeja prati se zanimljiv put muzejskih predmeta kroz različite medije muzejske komunikacije, koji na različite načine posreduju stvarnost. Multimedijско okruženje (integracija slike, videa, zvuka) te interaktivna navigacija kroz sadržaj (hipertekst, hipermedija) pružaju nove mogućnosti komunikacije. Međutim, koliko god bile privlačne mogućnosti novih medija, nema bojazni da će oni zasjeniti ili čak zamijeniti muzejske oblike komunikacije i tako muzej ostaviti bez publike. Boljim upoznavanjem, s jedne strane, posebnosti i ograničenja muzejske komunikacije i, s druge, posebnosti i ograničenja novih medija, njihov bi se budući razvoj trebao odvijati kroz međusobno nadopunjavanje.*

**ključne riječi:** Samoborski muzej, virtualni muzej, etnografska zbirka

### **Uvod**

Prvog svibnja 1998. otvoren je stalni postav Etnografske zbirke Samoborskog muzeja. Unutarnji inventar seoske kuće postavljen je u nekadašnjoj služinskoj kući Livadićeva dvorca (danas u sastavu Samoborskog muzeja): "Dakle služinska kuća Livadićeva dvorca nije seoska kuća, ali bi zbog svojih konstrukcijskih predispozicija mogla biti dobra podloga da se u njoj pokuša postići ugođaj seoske kuće." (Ročenović, 1997:212) Uz otvorenje postava, započelo je i oblikovanje web-stranice Etnografske zbirke (autora Čedomila Kolića i Gorana Zlodija) te njeno postavljanje na već postojeće stranice Samoborskog muzeja na internetu (<http://www.samobor.net/muzej>). Uz brz razvoj tehnologije i alata za oblikovanje multimedije, danas nas ove web-stranice manje zanimaju u užem metodološkom smislu (oblikovanje, kodiranje u HTML-u, tehnička izvedba), a više kao podloga za promišljanje konteksta, svrhe i značenja primjene multimedije u muzejima te, naposljetku, njihovo obogaćivanje novim, poticajnim sadržajima i oblicima komunikacije.

### **Tradicionalni i virtualni muzeji kao mediji muzejske komunikacije**

Kroz primjer oblikovanja ovog stalnog postava u novom mediju, multimedijским interaktivnim web-stranicama, možemo pratiti zanimljiv put muzejskih predmeta te mijenjanje njihova konteksta. Taj put prijenosa, koji na različite načine posreduju stvarnost, započinje već u tradicionalnom ("trodimenzionalnom") muzeju u kojem uočavamo nekoliko virtualnih stvarnosti muzejskih predmeta: "Jedna se odnosi na svijet čuvanja i izlaganja predmeta u kojemu ih ljudi tumače na svoj način, tako da se u muzeju stvara virtualna stvarnost u odnosu na okolinu i vrijeme u kojem su predmeti izvorno živjeli. Ona na svoj način slični kazalištu predmeta, ali se još uvijek odvija u trodimenzionalnom okruženju realiteta koji nas okružuje. Druga virtualna stvarnost nastaje u sferi informacija o predmetima, čiji je materijalni svijet dokumentacije" (Maroević, 2000:13). Prenosjenjem predmeta iz konteksta u kojem je živio u muzej gdje se čuva, proučava i izlaže, njegov se kontekst mijenja. Prenosjenjem pak u virtualnu realnost web-stranice predmet je prisutan samo preko svog digitaliziranog odraza, a kontekst se gradi na sličan način kao u muzeju, naravno, uz primjenu novih mogućnosti koje medij donosi.

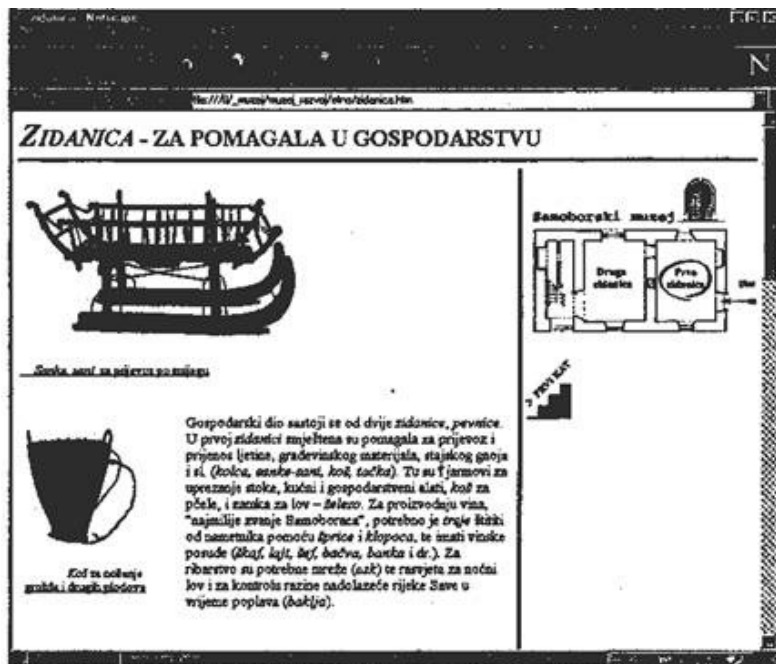
Informacijska je tehnologija ušla u suvremenu muzejsku praksu. Ona je sve prisutnija u ispunjavanju muzeoloških funkcija zaštite, istraživanja te posebice komuniciranja. Uz izložbu, kao najvažniji oblik komuniciranja u muzejima, sve važnije mjesto zauzima i interaktivna multimedija kao novo sredstvo komunikacije. U porastu je broj muzejskih CD-ROM naslova, web-stranica te multimedijških sadržaja koji postaju sastavnim dijelovima samih izložbi ili pak samostalne informacijske točke u predvorjima muzeja. Riječju, multimedijско okruženje (integracija slike, videa, zvuka) te interaktivna navigacija (hipertekst, hipermedija) pružaju nove mogućnosti komunikacije.

Koliko god bile privlačne mogućnosti novih medija, nema bojazni da (će one zasjeniti ili čak zamijeniti muzejske oblike komunikacije ostavivši muzej bez publike. Svaki medij ima svoj specifičan način posredovanja

svijeta, pa tako i muzejski. Govoreći o muzeju kao mediju, Roger Silverstone ističe da takav iskaz implicira postojanje nečeg posebnog u muzejskom posredovanju svijeta, što utječe na naše poimanje značenja muzeja (Silverstone, 1994:161).



Teško zamjenjiv osjećaj "aure" samog predmeta te bliski kontakt s trodimenzionalnim predmetima samo su neke od osobitosti muzejskog doživljaja svijeta. Posebnosti i ograničenja muzejske komunikacije, kao i posebnosti i ograničenja novih medija, trebale bi se u budućnosti međusobno nadopunjavati. O takvu suživotu govorio je i David Bearman u svojem izlaganju održanom na Godišnjoj konferenciji CIDOC-a 1997. u Nürnbergu: "Smisao je stavljanja građe na internet, a time i njene dostupnosti drugima, da se privuče pažnja onih koji inače muzeje ne bi smatrali izvorima digitalnih sadržaja, i da čitavo bogatstvo detalja koje nam je poznato o našim zbirkama postane dostupno širokoj javnosti" (Bearman, 1997)



## Web-stranice stalnog postava Etnografske zbirke

Pri oblikovanju web-stranica ključne su odluke kako organizirati sadržaj te kako ga povezati odgovarajućim sustavom veza koji će korisniku omogućiti jednostavnu navigaciju kroz taj sadržaj. Ono što najčešće određuje organizaciju sadržaja jest koncept, u ovom slučaju koncept seoske kuće, *hiže*. Koncept kuće u velikoj mjeri odražava njezin tlocrt. Kako se i pri oblikovanju samog postava ustvrdilo da je služinska kuća Livadićeva dvorca svojim rasporedom i veličinom prostorija vrlo slična autentičnoj seoskoj kući, za sustav navigacije preuzeti su tlocrti koji, obrađeni kao interaktivne mape, omogućuju prelazak u željene prostorije. Tako je pomoću hiperteksta, odnosno hipermedije, omogućena interaktivnost, koju CIDOC-ova Radna grupa za multimediju definira kao "mogućnost korisnika da sam bira vlastiti smjer kretanja kroz sadržaj" (ICOM/CIDOC, 1996). Uza sliku stepenica, koje na isti način omogućuju "penjanje" i "silazjenje", jedan je tlocrt namijenjen kretanju prizemljem kuće (*prvim podom* u kojem je smješten gospodarski dio kuće), a drugi katom (*drugim podom* tj. stambenim dijelom, *stanovanjem*) (Ročenović, 1998:3).

Svojevrsna projekcija prostora stvarnog muzeja, vrlo se često, a malo kad opravdano, prenosi u nov medij. Pritom se često prenose i prostorna ograničenja i neadekvatnost same zgrade za muzejsku funkciju, a cijeli postupak nije ni na koji način utemeljen u konceptu. U našem primjeru, sretna je okolnost bila što je koncept korespondirao s postojećom arhitekturom, iako su i tako promakle neke nedosljednosti: "Raspored i veličina dviju prostorija u prizemlju odgovaraju gospodarskom dijelu seoske kuće, a u samoborskom kraju ih nazivaju *pevnice* ili *zidanice*. Obično su dvije, svaka s posebnim ulazom (što ovdje postoji), ali za razliku od ovih, one najčešće nisu povezane. Za budući postav ova povezanost ne smeta, dapače, sasvim odgovara prolasku posjetitelja". (Ročenović, 1997:213). Prolaz između prostorija nije se trebao "preslikati" u virtualnom okruženju: "prolazak" posjetitelja u virtualnom okruženju nije nikakav problem, a bili bismo bliže konceptu seoske kuće. Potpuno preslikavanje postojećih prostora opravdano je kod velikih muzeja ako se radi o multimedijским interaktivnim "kioscima" pomoću kojih se olakšava snalaženje i eventualno omogućuje planiranje puta posjeta.

## Budući razvoj web-stranice: problemi i perspektive

Problemi koji se javljaju pri nastajanju nove realnosti, koju Umberto Eco (1987) i Jean Baudrillard (1980) nazivaju "hiper-realnošću" (hyper-reality), gdje imitacija (digitalizirana) nadvladava izvornost, izazivaju bojazan od iskrivljavanja i manipuliranja "pravom" stvarnosti. Nadvladavanje izvornosti ne bi smio biti cilj pri oblikovanju komunikacijskog procesa, slično kao ni kod primjene zamjena za izvorni predmet (replika, modela, maketa...) na klasičnoj izložbi, već dočaravanje željena konteksta. U slučaju već spomenuta drugog oblika virtualne stvarnosti muzejskih predmeta - dokumentacije o predmetima, problemi su još ozbiljniji. Kako je svrha dokumentacije postizanje što preciznije predodžbe o predmetu, svaki gubitak nastao prenošenjem u druge medije krajnje je nepoželjan. Stvaranje kvalitetne dokumentacije dugotrajan je i složen proces pri čemu je potrebno pridržavati se muzejskih informacijskih standarda koji nam pomažu da greške i gubici budu što manji.

Općenito govoreći o medijima, nije dobro kad oni preslikavaju ograničenja drugih medija (primjerice, kad se unatoč mogućnosti hipertekstualnog povezivanja prenosi linearnost knjige). Multimedija unutar muzejskog okruženja ima velike šanse već i zbog mogućnosti prevladavanja prostornih i vremenskih, ali i konceptualnih,

ograničenja (primjerice, kod prevladavanja ograničenja stalnog postava).

Etnografska zbirka Samoborskog muzeja zasad je na internetu predstavljena samo web-stranicama stalnog postava. Daljnji razvoj kretao bi se u dva smjera: omogućavanjem uvida u fundus zbirke (pretraživanjem postojeće baze podataka muzejske dokumentacije) te povremenim web-projektima etnološkog sadržaja. Prihvaćanjem tih dvaju razvojnih smjerova izbjegla bi se statičnost stranica te omogućilo daljnje širenje muzejske djelatnosti i izvan muzejskog prostora, u virtualni prostor interneta.

### Literatura:

- Bearman, D. (1997) Standards : Museum Metadata Integrated with the Metadata of Other Distributed Information Resources, u: *Qualitaet und Dokumentation: CIDOC Jahrestagung 1997*. str. 1-10.
- Baudrillard, J. (1980) *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, St. Louis: Telos Press
- Eco, U. (1987) *Travels in Hyper-Reality*, London: Picador
- ICOM/CIDOC/Multimedia Working Group (1997) *.Introduction to Multimedia in Museums*, <http://www.rkd.nl/pblctns/mmwg/tbl.htm>
- Maroević, I. (2000) Informacije i dokumentacija u muzejima, u: *Informatica Museologica* 31,1/2(2000), str. 13-16.
- Roćenović, L. (1997), O stalnom postavu Etnografske zbirke u Samoborskom muzeju, u: *Muzeologija*, 34, str. 212-214.
- Roćenović, L. (1998) *Etnografska zbirka Samoborskog muzeja* (katalog)
- Silverstone, R. (1994) The medium is the museum: on objects and logics in times and spaces, u: ur. R. Miles, L. Zavala, *Toward the museums of the future: new European perspectives*, str. 161-177, London, Routledge

## MUSEUM COMMUNICATION IN A NEW SURROUNDINGS - WEB SITES OF THE ETHNOGRAPHIC COLLECTION OF SAMOBOR MUSEUM

### *Summary*

This article describes some of the problems in museum communication in a new multimedia surroundings, as shown on the Samobor Museum's Ethnographic Collection Web Site. Information technology has become more and more involved in the contemporary museum's activities, fulfilling museum functions in conservation, research, and especially in communication. In addition to exhibitions as the most important way of communication in museums, multimedia and virtual museums are finding their place as an effective means of communication as well. Comparing traditional and virtual museums as a medium of museum communication, this article follows a museum object through various forms of media and examines the ways in which these are used in the world. The multimedia environment (integration of picture, video, and sound) and interactive navigation across contents (hypertext, hypermedia) offers new possibilities in communication. Although contemporary media is very attractive and seductive, there is no substitute for museums because each medium has their own distinctive characteristics. Greater understanding of both, museums and contemporary media, their possibilities and limitations, should result in their supplementation.

**Key words:** Samobor Museum, virtual museum, ethnographic collection