

KRITERIJI KVALITETE ZA MUZEJE: RAD NA OBRAZOVANJU I POSREDOVAJU

Prijevod:

Mila Škarić

Lektura: Julitte Janušić

Hrvatski nacionalni Komitet ICOM-a

Deutscher Museumsbund e. V.

Bundesverband Museumspädagogik e.V.

Österreichischer Verband der KulturvermittlerInnen im Museums- und
Ausstellungswesen

Mediamus - Schweizerischer Verband der Fachleute für Bildung und
Vermittlung im Museum

Impresum:

Kriteriji kvalitete za muzeje: rad na obrazovanju i posredovanju

Izdavač: Deutscher Museumsbund e.V. , Bundesverband Museumspädagogik e.V. u suradnji s Österreichischen Verband der Kulturvermittlerinnen im Museum und Ausstellungswesen und Mediamus-Schweizerischer Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum

Redakcija: Dr. Hannelore Kunz-Ott , Stefan Bresky, Antje Kaysers, Karin Maaß, Peter Schüller, Ralph Stephan, Prof. Dr. Gisela Weiß

Lektura: Klaus Bździach

Ūblika: blum Design & Kommunikation | Hamburg

Tisak: Holzer Druck und Medien, Weiler i. Allgäu

Podpomagano sa sredstvom Kultur Stiftung der Länder

Deutscher Museumsbund e.V., Berlin November 2008
ISBN 978-3-9811983-2-

Sadržaj:	4	Predgovor
	5	Uvod
	6	I. Misao vodilja
	8	II. Sadržaj posredovanja
	10	III. Ciljane skupine
	12	IV. Metode posredovanja
	15	V. Kvalificirano osoblje
	17	VI. Partneri
	18	Uvjeti za rad na obrazovanju i posredovanju
	20	Primjedbe
	21	Autorice i autori

Predgovor

Izdanje Njemačkog muzejskog društva pod nazivom "Standardi za muzeje" potaklo je, zajedno s nekim drugim činjenicama (društveni uvjeti, važnost vođenja brige o posjetiteljima u muzeju kao i sve učestalije rasprave o muzejskim standardima), *Bundesverein Museumspädagogik e. V.* (u daljnjem tekstu: BVMP) na postavljanje novih temelja za kvalitetan rad u muzejskom posredovanju.

Pomoću ove bi se publikacije, razrađene od BVMP-a i objavljene u suradnji s Njemačkim muzejskim društvom, trebalo potaknuti proces profesionalizacije i poboljšanja kvalitete rada na muzejskom obrazovanju i posredovanju. Razrađeni su prijedlozi kolegica i kolega iz različitih muzeja i institucija koje se bave obrazovanjem. Osobito nas veseli da je ovaj pothvat ostvaren u suradnji sa stručnim društvima iz Njemačke, Austrije i Švicarske.

Na ovome mjestu želimo zahvaliti svima koji su svojim idejama, prijedlozima i kritikama pridonijeli oblikovanju teksta Kriteriji kvalitete za muzeje: rad na obrazovanju i posredovanju. Bez njihovog velikog angažmana ova publikacija sigurno ne bi nastala. Na prvome mjestu treba spomenuti predstavnike *Landesarbeitskreise BVMP-a*, kao i kolegice i kolege iz institucija s kojima smo surađivali, a koji su još početkom 2007. g. položili kamen temeljac za ovaj rad.

Posebna zahvala ide uredništvu u sastavu: Stefan Bresky, Antje Kaysers, Karin Maaß, Peter Schüller, Ralph Stephan i prof. dr. Gisela Weiß.

S obzirom da terminologija nije jedinstvena u njemačkom govornom području, uredništvo se odlučilo za riječi "muzejska pedagogija" i "muzejsko posredovanje".

Ovom publikacijom želimo potaknuti daljnju raspravu o kvalitetnijem obrazovanju i posredovanju u muzejima.

Dr. Hannelore Kunz-Ott, predsjednica Sekcije za muzejsku pedagogiju
(*Bundesverband Museumspädagogik*)

Dr. Claudia Peschel-Wacha, predsjednica Austrijskog društva za posredovanje kulture u muzeju i na postavu (*Österreichischer Verband der Kulturvermittlerinnen im Museums- und Ausstellungswesen*)

Dr. Simone Thalmann, predsjednica Mediamusa - švicarske udruga stručnjaka za obrazovanje i posredovanje u muzeju (*Mediamus-Schweizerischer Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum*)

Dr. Michael Eissenauer, predsjednik Njemačkog muzejskog društva (*Deutscher Museumsbund*)

Uvod

“Muzej je od javne potrebe, stalna i javnosti dostupna institucija u službi društva i njegovog razvoja, koja nabavlja, čuva, istražuje, predstavlja i izla materijalna svjedočanstva o ljudima i njihovoj okolini u svrhu proučavanja i obrazovanja, zabave i užitka.

ICOM-ova definicija muzeja prema Etičkome kodeksu za muzeje, 2003.

Međunarodno muzejsko vijeće u ovoj definiciji navodi temeljne funkcije muzeja koje služe učenju i obrazovanju kao i veselju, radosti i užitku posjetitelja.¹ Muzeji su ujedno i mjesta komunikacije u čijem centru stoje različite veze, posebice veza između posjetitelja i izložaka. Muzejska pedagogija odnosno posredovanje kulture u muzeju uspostavljaju most postavljen između njih.

Muzeji su posljednjih godina, kao i društvo u cjelini, izloženi raznim izazovima uvjetovanim političkim, ekonomskim, kulturnim i socijalnim promjenama. Aktualne rasprave o obrazovanju pojačavaju pritisak koji se vrši na muzeje te naglašavaju njegovu važnu ulogu u društvu. Uz klasične muzejske zadatke - sabiranje, čuvanje, istraživanje i posredovanje – rad na obrazovanju i posredovanju dobiva sve vrijednije i značajnije mjesto u muzeju. Rad s posjetiteljima prepoznat je kao vodeći i važan zadatak muzejske djelatnosti.²

Ova promjena paradigme, povezana sa sloganima “Od muzejskog hrama do mjesta učenja”³ i “Kultura za sve”⁴, započela je 1970-tih godina. Tijekom dvodnevnog sastanka Njemačkog muzejskog društva 2006. godine u Leipzigu i 2007. godine u Frankfurtu na Maini dogovoreno je da će posvećenost obrazovanju ubuduće biti važna orijentacija muzeja. Pritom se nije mislilo samo na kratkotrajne događaje (*evente*) i na povećani broj posjetitelja, nego na kvalitetan i sadržajan doživljaj pun individualnih i različitih procesa u priklanjanju muzeju kao obrazovnoj instituciji.⁵ Muzeji svojim jednostavnim pristupom kulturnoj baštini potiču sve društvene slojeve na sudjelovanje u obrazovanju u području kulturnoga naslijeđa.

Daljnji kriteriji kvalitete u predstavljanju širokog spektra rada na obrazovanju i posredovanju odnose se na politički odgovorne osobe, ali i na one odgovorne u muzejima. Također nude i daju stručnjacima na području muzejske pedagogije i muzejskog posredovanja pomoćna priručna sredstva kako bi svoj rad mogli bolje preispitati i ocijeniti.

Već na samome početku studije “Standardi kriterija” utvrđena su kao misli vodilje razna područja rada te zadaci i ciljevi u radu na muzejskom posredovanju. Na njih se nadovezuje šest tematskih cjelina kao što su sadržaji, ciljane skupine, metode u posredovanju, prikladna kvalifikacija osoblja, partneri i potrebni uvjeti.

I. MISAO VODILJA

Tijekom muzejskog posredovanja stvara se dijalog između posjetitelja ili posjetiteljice, predmeta i muzejskog/ izložbenog sadržaja. Muzejsko posredovanje približava sadržaje, osmišljava pitanja, provocira, stimulira i tako otvara nove vidike. Ono se obraća svim posjetiteljima i postavlja ih u situaciju da na različite načine profitiraju od muzeja i njegovih sadržaja kako bi sami mogli iskoristiti muzej kao skladište znanja, ali i kao mjesto doživljaja. Posrednički je rad sastavni dio muzejske institucije, a ostvarenje obrazovne uloge važno i održivo.

Zaduženje/obveza/odgovornost

Muzejska je pedagogija zadužena za sva pitanja koja se odnose na posjetitelje i na specifičan muzejskoposrednički rad. Ona stoga od samoga početka mora biti uključena u koncepciju svih muzejskih prezentacija. Tako se putem susreta s muzejskim izlošcima osigurava obrazovni proces za sve ciljane skupine. Muzejska pedagogija planira i potiče obrazovni proces za sve posjetitelje.

Zadaci

Zadaci muzejskoga posredovanja :

- osmisлити obrazovne sadržaje koji se podudaraju s muzejskoposredničkom djelatnošću;
- analizirati potrebe posjetitelja te razvijati programe za sve ciljane skupine;
- ponuditi mogućnosti kulturnog obrazovanja svim posjetiteljima muzeja putem raznolike ponude;
- razviti i ostvarivati osobne i medijske koncepte posredovanja;
- pridonijeti stvaranju slike prilagođenog i prijateljskog muzeja te tako omogućiti posjetiteljima spoznaju i užitek;
- uspostaviti dugoročne veze između muzeja i drugih obrazovnih i kulturnih institucija;
- redovito vrednovati posredovanje radi provjere uspješnog/neuspješnog djelovanja i osiguravanja kvalitete posredovanja.

Izazovi i perspektive

- *Cjeloživotno učenje:*
Promijenjene predodžbe o učenju vrijede i za muzej te slijedom toga muzej mora nuditi mogućnost doživotnog učenja, i to u neformalnim uvjetima i na individualan način.
- *Napredno pluralističko društvo:*
Rad na posredovanju u muzeju nudi preduvjete za proces kulturne integracije i stjecanje interkulturalne kompetencije.
- *Zadatak utvrđivanja identiteta u muzejima:* Stručnjaci u obrazovanju i posredovanju surađuju i podupiru institucije u ispunjavanju njihovih zadataka, odnosno omogućuju im biti forum za informiranje i rasprave. Potiču sudjelovanje na upoznavanju kulturnog naslijeđa i društvene svijesti o pitanjima prošlosti, sadašnjosti i budućnosti.
- *Proširenje zbirke, različitost u tumačenju značenja i slobodan prostor za nešto novo:* Muzejske su zbirke „nikada završena cjelina“, jer uvijek postoji mogućnost povećavanja zbirke. Tumačenje značenja muzejskoga predmeta i način prezentacije ne treba gledati jednostrano. Stoga su stalno potrebne

nove kreativne metode posredovanja. Kako bi ih se moglo oblikovati, treba postojati slobodan prostor za eksperimentiranje, za razvoj novih metoda ili neobičnih, nesvakodnevnih načina posredovanja.

II. SADRŽAJI POSREDOVANJA

Muzejska pedagogija posreduje informaciju i nudi doživljaj putem muzejskih zbirki i izložbi na kojima prikazuje međusobnu povezanost samih predmeta, stručno ih povezujući sa sadašnjnošću. Muzejsko posredovanje prezentira muzej kao transparentnu instituciju koja potiče svoj specifičan pristup prema posjetiteljima i prezentacijama.

Posredovanje specifične zbirke

Zbirke su polazna točka i središte muzejske pedagoške djelatnosti. Raspon djelatnosti seže od arheoloških muzeja preko muzeja na otvorenom, spomen-domova, povijesnih muzeja, muzeja za umjetnost i obrt, muzeja suvremenih umjetnosti, prirodoslovnih, tehničkih i industrijskih do etnografskih muzeja. S obzirom na različitost muzeja, postoje i različiti načini i pristupi u posredovanju jer je potrebno uzeti u obzir specifičnost sadržaja i oblik zbirke, koji su različiti toliko koliko i sami muzeji. Primjerice prikazivanje tehnike rukovanja starim alatima, prikaz povijesnih aparata i strojeva, prikaz povijesti umjetnosti i njezinog utjecaja na razvoj arhitekture, namještaja i slikarstva, senzibilizacija za razne estetske simbole, objašnjenje povijesnih povezanosti, jačanje demokratske spoznaje, buđenje razumijevanja za strane kulture, za opći razvoj i svijest o okolišu...

Prilagođenost predmetu

Muzeji prikazuju izložke kao svjedoke prošlosti te posreduju svu složenost njihova sadržaja i strukture poruka. Predmeti se prikazuju u različitim kontekstima kako bi se moglo steći iskustvo njihove višeslojnosti. Kvalitetan obrazovni i posrednički rad jedini je pravedan stav prema sadržajnim i konzervatorskim zahtjevima predmeta.

Odnos prema sadašnjosti

Muzeji sakupljaju svjedoke prošlosti kako bi ih sačuvali za budućnost, dok bi u sadašnjosti trebali ponuditi mogućnost orijentacije. Posrednički rad u muzejima ima osobit zadatak: posjetiteljima transparentno predočiti povezanost sa sadašnjnošću. Povezanost sa sadašnjnošću olakšava spoznajni proces.

Orijentacija djelovanja

Za posjetitelja ili posjetiteljicu posebno su značajni motivirajući aktivni elementi izložbe i programi posredovanja pri kojima mogu sami istraživati, otkrivati i oblikovati. Takvi programi podupiru proces učenja, olakšavaju razumijevanje muzejskih sadržaja i njezinih znanstvenih radnih metoda.

Razumijevanje muzejske institucije i njezine stručnosti

Potrebno je predstaviti muzejsku instituciju, njezinu stručnost i znanstvenost te postavljene ciljeve. Posjetitelje se, već prema potrebi, upućuje u metode određene znanosti (arheologija, biologija, etnologija, povijest umjetnosti itd.).

Popis za provjeru posredovanja:

- sakupljačko
- prilagođeno objektu
- prilagođeno i povezano sa sadašnjnošću
- orijentirano na neposredno djelovanje
- sveobuhvatno

- stručno
praćeno stručnim znanstvenim metodama
- ispunjeno zadacima, funkcijama i osobitim načinom rada muzeja
- . . .

III. CILJANE SKUPINE

Svim posjetiteljima, tj. svim ciljanim skupinama i njihovim različitim potrebama stoje na raspolaganju muzejski posrednici, muzejski pedagozi i njihovi suradnici. Osmišljavaju i razvijaju mnoštvo ponuda prilagođenih svim grupama muzejske populacije, ali i potencionalnim novim posjetiteljima, kako bi što većem broju populacije omogućili sudjelovanje u kulturnom obrazovanju u muzeju.

Različitost grupa posjetitelja

Muzejski posjetitelji pripadaju različitim dobnim skupinama ali i različitim narodima. Ova različitost zahtijeva posebnu diferencijaciju ciljanih skupina, kako kod konkretne izrade programa tako i kod promoviranja istih. Spoznaja o ciljanim skupinama, njezinoj kulturnoj pozadini, njezinim interesima i očekivanjima, razlogu muzejskog posjeta, emocionalnoj i fizičkoj potrebi kao i o njihovom predznanju, temelj je svakom kvalitetnom radu u posredovanju. Ovi uvjeti određuju muzejski posjet te ishod susreta posjetitelja s izlošcima i sadržajem izložbe.

Muzejski posrednički posao jednim je dijelom usmjeren na osobe koje već jesu muzejska publika i koje to trebaju i dalje ostati. Drugim dijelom posrednički je posao usmjeren na "ne-posjetitelje", one kojima nije prirodno i uobičajeno sudjelovati u obrazovanju u muzeju.

Popis za provjeru ciljanih skupina:

Pojedinačni i grupni posjetitelji

- pojedinci
- parovi
- obitelji
- prijatelji
- stalni posjetitelji
- turisti
- posjetitelji po prvi put u muzeju
- korisnici interneta
- djelatnici tvrtki i poduzeća

Starost

- predškolska djeca
- učenici
- polaznici srednje ili obrtničke škole
- studenti
- odrasli
- treća životna dob

Podrijetlo

- lokalno
- regionalno
- nacionalno
- međunarodno

Posebne ciljane skupine

- osobe s teškoćama

- populacija koja se doselila
- populacija “(još) ne -posjetitelja”

Motivacija

- obrazovanje
- zabava
- užitak
- ispunjavanje slobodnog vremena
- stručan interes
- komunikacija
- društveni kontakti

Profil institucije

- dječji vrtići
- sve vrste škola
- institucije za osmišljavanje slobodnog vremena mladih
- institucije za obrazovanje odraslih
- sveučilišta, fakulteti i akademije
- udruge

Promidžba

- prijenosnici
- „multiplikatori“
- sponzori
- članovi kluba prijatelja

Dostupnost

U djelatnost muzejskog posredovanja ubraja se i zadatak da se bez ikakvih prepreka, putem različitih ponuda, svim skupinama omogući *intelektualni, društveni, emocionalni i fizički* pristup muzeju i doživljaj u muzeju.

Popis za provjeru dostupnosti:

- muzejska i izložbena arhitektura bez prepreka
- ponude i događaji dostupni
- sve usluge posjetiteljima dostupne
- stalno prisutna osoba za kontakt za osobe s teškoćama
- prisutnost suradnika koji su osposobljeni za rad s osobama s teškoćama kako bi se one mogle samostalno kretati muzejskim prostorom
- suradnja odgovarajućeg osoblja za kontakt i komunikaciju s osobama iz drugih govornih područja, osobama s ograničenim mobilitetom, osobama s oštećenjem sluha, slijepim i slabovidnim osobama te osobama s tjelesnim i intelektualnim ograničenjima.

IV. METODE POSREDOVANJA

Kvalitetan obrazovni i posrednički rad služi se mnoštvom metoda kako bi olakšao susret s izlošcima, sadržajima izložbe i samom muzejskom institucijom. Taj rad potiče spoznajne mogućnosti posjetitelja i na različite ih načine vodi prema samostalnom učenju putem svih osjetila.

Koncept izložbe i postav prilagođen posjetiteljima

Izlaganje je uobičajen oblik muzejskoga posredovanja. Pri koncipiranju izložbe u obzir se uzima iskustvo i spoznaja u radu s posjetiteljima kao i didaktičke mogućnosti.

Popis za provjeru koncepta i postava izložbe:

- obvezatna prisutnost plana realizacije postava i vođenja sustava
- postavljanje predmeta
- opis predmeta, legende
- informacije o odgovarajućim medijskim oblicima posredovanja
- rasvjeta
- raspodjela prostora
- mogućnost za sjedenje
- ...

Mnoštvo osobnog posredovanja

U neposrednoj komunikaciji posrednici mogu na odgovarajući način odnosno primjereno reagirati i odgovarati na pitanja i interese posjetitelja. Prema svakoj se ciljanoj skupini prilagođavaju odabirom različitih metoda. Na raspolaganju im stoji mnoštvo mogućnosti.

Popis za provjeru osobnog posredovanja:

vodstva

- učenici vode učenike, odrasli odrasle itd.
- kružoci
- grupne rasprave, grupna događanja
- razgovori umjetnika i stručnjaka s posjetiteljima
- izlaganja
- tribine

Aktivno posredovanje

- akcije za sudjelovanje
- slikovito oblikovanje
- kopiranje, preslikavanje
- akcije s alatima
- predstavljanje tehničkih uređaja

Interdisciplinarnost:

- povijesna igra (oživljavanje povijesti)
- eksperimentalne metode (npr. u arheologiji)
- literarni pristupi

- glazbene usporedbe

Asocijativnost:

- igre asocijacije
- «kineska torba» (Muzejskopedagoška metoda koju je osmislila austrijska muzejska pedagoginja Heiderose Hildebrandt . Riječ je o igri asocijacije s posjetiteljima. U jednoj kineskoj košari nalazi se mnoštvo predmeta. Posjetitelja/icu se potiče na izbor jednog od predmeta kojega se zatim postavlja uz jednu izloženu umjetničku sliku. Na kraju se komentiraju asocijacije izazvane priloženim predmetima i tako se istovremeno na poseban način zbližava sa samim izlošcima. *Nap.prev.*)
- kreativno pisanje
- ...

Medijsko posredovanje

Ciljano se ulažu informativni interaktivni elementi izložbe - elementi s mogućnošću daljeg razvoja. Tu je riječ o različitim medijima koji posreduju sadržaje izložbe i uvijek iznova nude nove razloge za proučavanje i raspravu o izlošcima i temama izložbe.

Popis za provjeru medijskog posredovanja:

Didaktički predmeti

- pokusi / interaktivne situacije
- igre koje pridonose istraživanju i učenju
- „košara“ koja se koristi tijekom vodstva
- *hands-on* pristup (predmeti koji se mogu dirati)
- „muzejski kovčeg“

Tekstovi

- legende i grafički prikazi
- deplijani
- prostor za čitanje
- dječji katalozi
- info-kutić za učitelje
- radni listići
- kratko vodstvo
- tekstovi na brajici/mogućnost audio-vodstva

Mediji

- audio-vodiči, multimedijски vodiči
- audiovizualna prezentacija
- mogućnost korištenja računala
- ...

Prateći program događanja

Ponuda raznovrsnih odvojenih događanja stvara uvijek prostor za komunikaciju s izlošcima i temama izložbi. Tako se kompleksni sadržaji doživljavaju, probuđuju interese te se kroz obraćanje novim ciljanim skupinama ujedno vezuju za muzej.

Popis za provjeru programa događanja:

- vodstva
- razni komunikacijski forumi
- radionice
- niz izlaganja
- tečajevi i seminari
- tečajevi usavršavanja za prosvjetne radnike i sl.
- program tijekom školskih praznika
- dječji rođendani
- večernja događanja
- muzejske svečanosti (obilježavanja godišnjica i sl.)
- interkulturalne svečanosti i aktivnosti
- Međunarodni dan muzeja
- Noć muzeja
- dani raznih akcija, obilježavanja...
- ...

Dokumentacija, osvrti, vrednovanje

Obrazovni i posrednički posao proces je čija se kvaliteta mora redovito preispitati. Dokumentiranje tog procesa ne vrši se samo putem riječi i slike, već se njezine razvojne mogućnosti utvrđuju i putem vrednovanja te unapređenjem daljnjeg razvoja ponude programa.

Popis za provjeru vrednovanja:

- knjiga posjetitelja
- knjiga utisaka
- razgovori s pojedincima i odabranim grupama
- upitnici
- predvrednovanje
- prateće vrednovanje
- zbirno vrednovanje
- ...

V. KVALIFICIRANO OSOBLJE

Mnoštvo zadataka unutar područja obrazovanja i posredovanja u muzeju iziskuje prilično zahtjevan angažman suradnika. Potrebno je stručno znanje o sadržaju zbirke kao i o pedagoškoj djelatnosti. Pritom su svakako neizostavni znanje o muzeologiji, komunikacijske vještine, veselje i užitek u radu s ljudima, kao i osobno zalaganje.

Školovanje

Formalna pretpostavka za obrazovanje stručnog osoblja na području muzejskoga posredovanja i obrazovanja jest akademsko obrazovanje iz barem jednog stručnog, znanstvenog, komunikološkog, muzeološkog ili obrazovnog predmeta .

Stručno znanje treba odgovarati vrsti muzeja, već prema njezinoj prirodnoznanstvenoj, tehničkoj, duhovnoj, materijalnoj ili kulturnoznanstvenoj tematici. Muzeološko znanje odnosi se na muzejsku instituciju, njezine mnogostruke zadatke, organizaciju i upravu. Potrebno je temeljno znanje iz opće pedagogije, poznavanje različitih teorija učenja te vladanje didaktičkim metodama za neposredan rad s posjetiteljima.

Specifične kvalifikacije i osobni preduvjeti

Znanje o djelatnosti istraživanja potreba posjetitelja značajno je za rad s ciljanim skupinama radi osmišljavanja i izrade ciljane obrazovne i posredničke ponude.

Govor je važan medij u muzejskoj pedagogiji. Retoričke sposobnosti su neophodne za dobru komunikaciju, jednako kao i za neverbalnu komunikaciju. Putem raznih medija odgovara se zahtjevima suvremenih prezentacija i posredovanja u muzeju.

Na području obrazovnog i posredničkog rada postoje stalno zaposlene, ali i privremeno zaposlene osobe koje rade na volonterskoj i dobrovoljnoj osnovi. Stoga muzejski pedagozi moraju imati i znanje u radu s osobljem. Uz brigu o suradnicima, potrebno je voditi brigu o njihovom usavršavanju i daljnjem obrazovanju.

Temeljno znanje o radu s osobljem neophodno je za uspješnu koncepciju, organizaciju, koordinaciju i realizaciju opsežne posredničke ponude.

U «osobne preduvjete» ubraja se spoznaja o društvu kao i svijest o sebi u ophođenju s posjetiteljima, kolegama i suradnicima. Nadalje potrebne značajke osobnosti su sposobnost prihvaćanja i davanja kritike te spremnost daljeg usavršavanja i razvijanja samoga/same sebe. Višeslojni zadaci mogu se uspješno odraditi samo uz visoku dozu oduševljenja, entuzijazma i angažmana. Posredovanje iziskuje fleksibilnu razradu posla uključujući prekovremeni rad, večernji rad i rad vikendom.

Mnoge od navedenih vještina te znanje mogu se s vremenom steći, ali svakako mora postojati spremnost za daljnjim usavršavanjem.

Popis za provjeru kvalificiranog osoblja:

- akademsko obrazovanje
- stručno znanje o zbirkama
- muzeološko znanje
- pedagoška kompetencija
- interkulturalna kompetencija

- poznavanje didaktičkih metoda
- sposobnost verbalne komunikacije
- sposobnost neverbalne komunikacije
- mediji
- sposobnost organizacije
- sposobnost vođenja projekata
- sposobnost rada s osobljem
- sposobnost vođenja odjela i koordinacije suradnicima
- sposobnost timskog rada
- angažman, sposobnost oduševljenja, entuzijazma
- spremnost za daljnje usavršavanje
- ...

VI. PARTNERI

Posrednici u muzejima surađuju s mnogim partnerima. Suradnja s drugim obrazovnim i kulturnim institucijama, udrugama i savezima važna je isto kao i mnogostrana razmjena informacija te podrška unutar cijeloga muzeja.

Unutarnji partner

Stručno osoblje za obrazovanje i posredovanje, kao i osoblje koje radi s posjetiteljima, mora biti na vrijeme uključeno pri svakoj izložbi i pri svakom planiranju zbivanja u muzeju. Navedeni stručnjaci zajedno s osobljem za rad s javnošću podupiru brigu o prijateljima, civilima/dobrovoljcima, donatorima i sponzorima muzeja u razvijanju programa posebnih događanja.

Vanjski partner

Muzejski rad na obrazovanju i posredovanju razvija se putem umrežavanja s javnim institucijama, zakladama, uredima i privatnim osobama; svi oni mogu biti važni za unapređenje muzejskih pedagoških projekata. U neposrednom obraćanju posjetiteljima, potrebna je suradnja s političkim, društvenim, kulturnim i obrazovnim institucijama, kao i s partnerima u turizmu te institucijama za organizaciju slobodnog vremena, tiskom i medijima, savezima, tvrtkama i udrugama. Cilj je udružiti se s partnerima različitih profila u radu na zajedničkim projektima na lokalnoj, regionalnoj i široj, nacionalnoj razini. Ovakvu suradnju treba negovati kako bi se rad na obrazovanju i posredovanju širio i izvan vlastitoga muzeja. Iskustva i očekivanja vanjskih partnera mogu intenzivno djelovati na muzeje.

Popis za provjeru partnera:

- kontakt u kulturnoj politici
- muzeji
- tisak , mediji
- vrtići
- škole
- centri za mladež
- kulturne institucije za mladež
- neovisne obrazovne institucije
- turističke institucije
- udruge
- društva
- tvrtke
- zaklade
- sponzori
- stručnjaci
- ...

Uvjeti za rad na muzejskom obrazovanju i posredovanju

Za kvalitetno i profesionalno obavljanje zadataka, u muzejskom obrazovanju i posredovanju mora postojati idealna i uzajamna potpora unutar suradnika, ali i odgovarajuća infrastruktura, materijalni i financijski izvori.

Izložbene prostorije

Svi javni muzejski prostori moraju biti što prilagođeniji posjetiteljima i prijateljski im nastrojeni.⁶ Prostorije moraju biti funkcionalne, lako dostupne i bez prepreka, ugodne i estetski uređene s prilagođenim informacijama i širokom ponudom različitih vrsta komunikacija. Izloženi predmeti moraju biti dostupni odnosno vidljivi posjetiteljima, stručne informacije razumljive, a prostorije moraju pružati mogućnost za odmor, opuštanje, razgovore i rasprave.

Muzejske pedagoške prostorije

S obzirom da rad s posjetiteljima nije ograničen samo na izložbeni prostor, stvara se potreba za drugim prostorima koji bi stajali na raspolaganju muzejskom pedagogu ili muzejskoj pedagoginji: radionice, ateljei, laboratoriji, skladišta, prostor za izlaganja i za seminare. Za kontinuirani organizatorski rad s unutarnjim i vanjskim suradnicima potrebno je sve te prostore urediti u skladu sa suvremenim tehničkim zahtjevima.

Uslužni prostor (servis)

U uslužne prostore spadaju svi prostori namijenjeni posjetiteljima: mjesto sa svim potrebnim i općim informacijama, blagajna, garderoba, WC, muzejska trgovina te prostor za sastajanje. Uslužni prostori moraju biti centralno smješteni, uredni, svijetli, oku ugodni te prilagođeni svim ciljanim skupinama, bez prepreka bilo koje vrste.

Sastav osoblja

Stup uspješnog i trajnog rada na posredovanju su stalni zaposlenici u muzejskom obrazovanju i posredovanju. Njihov je rad sastavni dio rasporeda muzejskih poslova te su njihovo obrazovanje i rad sukladno tome i nagrađeni. Potporu im također pružaju kvalificirani/e nezaposleni/e kolege/ice koji/e su adekvatno plaćeni pa ih se na taj način može dugoročno vezati uz muzej. Financijska sredstva za osobni razvoj i daljnje usavršavanje određena su godišnjim planiranjem sredstava.

Financijska sredstva

Uz financijska sredstva za osoblje potrebno je dodatno se angažirati u osmišljavanju i ostvarenju radnog materijala i dokumentacije, raznih publikacija, oko informiranja, promoviranja i organizacije, kao i u realizaciji projekata i muzejskopedagoških izložbi. Prema potrebi, Odjel za posredovanje i sam pokušava pribaviti dodatna materijalna sredstva potrebna za rad.

Idealna potpora

Posrednički je posao sastavni dio misije muzeja. Uprava muzeja osigurava potrebne uvjete za ispunjavanje obrazovnog zadatka; uprava je zadužena za to da misao i ideja posredovanja postane sastavni dio muzeja.

Popis za provjeru uvjeta:

- ugodan izložbeni prostori
- muzejskopedagoški prostor
- prostor s raznim uslugama
- dovoljan broj kvalificiranog osoblja
- idealna potpora

- sastavni dio slike muzeja
- ...

Bilješke

¹ Prema službenom njemačkom prijevodu ICOM-ova nacionalnog odbora Njemačke, Austrije i Švicarske, engleska verzija «for purposes of study, education and enjoyment» nije doslovno prevedena. Standards für Museen,

hg. vom Deutschen Museumsbund e.V., gemeinsam mit ICOM-Deutschland, Kassel/Berlin 2006, S. 22, Anm. 1

² **Bernhard Graf**: Besucherorientierung als Leitziel der Museumsarbeit in der Bundesrepublik Deutschland. In: Geöffnet! Das Museum für den Besucher. Tagungsbericht des 10. Bayerischen Museumstags. München 2000, S. 21–29

³ **Ellen Spickernagel** und **Brigitte Walbe** (Hg.): Das Museum. Lernort contra Musentempel. Gießen 1979

⁴ So der Titel eines Buches von Hilmar Hoffmann, 1970–1993 Kulturdezernent der Stadt Frankfurt am Main;

Hilmar Hoffmann: Kultur für alle. Perspektiven und Modelle. Frankfurt am Main 1979

⁵ Das verdeutlichte vor allem die Tagung des Bundesverbandes Museumspädagogik (BVMP) 2000 in Bonn unter

dem Titel „Event zieht – Inhalt bindet“. Siehe hierzu die Tagungsdokumentation von **Beatrix Commandeur** und **Dorothee Dennert** (Hg.): Event zieht – Inhalt bindet. Besucherorientierung auf neuen Wegen. Bielefeld 2004

⁶ **Judy Rand**: The 227-Mile Museum, or, Why We Need a Visitors' Bill of Rights. In: Curator – The Museum Journal,

44, Nr. 1, Januar 2001, S. 7 ff.; **Hermann Schäfer**: Anlocken – fesseln – vermitteln. Was

Besuchersforschung uns lehrt(e): ein Plädoyer für die Grundrechte der Besucher. In: **Annette Noschka-Roos** (Hg.): Besuchersforschung in Museen. Instrumentarien zur Verbesserung der Ausstellungskommunikation. Deutsches Museum 2003, S. 83–109

Autorice i autori

- Ullrich Brand-Schwarz, Museum Herxheim
- Stefan Bresky, Deutsches Historisches Museum, Berlin
- Renate Dittscheidt-Bartolosch, Sprengel Museum Hannover
- Dr. Andreas Grünewald-Steiger, Bundesakademie für kulturelle Bildung, Wolfenbüttel
- Thomas Hafen, Schwarzwälder Freilichtmuseum Vogtsbauernhof, Gutach
- Antje Kaysers, Badisches Landesmuseum Karlsruhe
- Prof. Dr. Stephan A. Kolffhaus, Fachhochschule Solingen
- Elke Kollar, Bamberg
- Dr. Hannelore Kunz-Ott, Landesstelle für die nichtstaatlichen Museen in Bayern, München
- Ute Lefarth, Kunstmuseum Wolfsburg
- Karin Maaß, Saarbrücken
- Dr. Ulrich Paatsch, Arbeitsgruppe für empirische Bildungsforschung e.V. Heidelberg
- Elke Schaar, Stadtgeschichtliches Museum Leipzig
- Karin Schad, Rheinisches Landesmuseum Bonn
- Peter Schüller, K20 K21 Kunstsammlung Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf
- Ralph Stephan, Archäologisches Hegau-Museum, Singen
- Dr. Gisela Weiß, Studiengang Museologie, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur, Leipzig
- Dr. Claudia Peschel-Wacha, Österreichisches Museum für Volkskunde, Wien/Österreich und Vorsitzende des Österreichischen Verbands der Kulturvermittlerinnen im Museums- und Ausstellungswesen (predstavica Austrijskog društva posredovanja u kulturi)
- Dr. Simone Thalman, Präsidentin von Mediamus-Schweizerischer Verband der Fachleute für Bildung und Vermittlung im Museum, Heimberg/Schweiz (predsjednica Mediamusa)

Za recenziju rukopisa zahvaljujemo:

- Franziska Dürr, Aargauer Kunsthaus, Aarau/Schweiz, und Lehrgang Kuverum/Schweiz
- Dr. Carola Marx, Sächsisches Staatsministerium für Kultus, Dresden
- Dr. Rolf Voss, Vorstandsmitglied des Deutschen Museumsbundes, Regionalmuseum Neubrandenburg (član uprave Njemačkom muzejskog društva)
- Nicole Zellweger, freiberufliche Kulturvermittlerin und Vorstandmitglied von Mediamus, Bernex/Schweiz (posrednica u kulturi i članica vijeća Mediamusa, u slobodnoj profesiji)