

Utjecaj pandemije na komuniciranje muzeja putem izložaba

Bolšec, Dorotea

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:951144>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
Ak. god. 2021./2022.

Dorotea Bolšec

**Utjecaj pandemije na komuniciranje muzeja putem
izložaba**

Završni rad

Mentor: prof. dr. sc. Žarka Vujić

Zagreb, 2022.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(potpis)

Sadržaj

| | |
|---|----|
| 1. Uvod..... | 1 |
| 2. Muzeji i pandemija | 2 |
| 2.1. Kontaminacija koleksijskog materijala i zadržavanje virusa na površinama | 2 |
| 2.2. Transport i uvoz koleksijskog materijala | 3 |
| 3. Statistika utjecaja pandemije koronavirusa na muzeje u svijetu..... | 4 |
| 3.1. Posjećenost hrvatskih muzeja tijekom pandemije..... | 5 |
| 4. Muzejska izložba kao karakterističan oblik komuniciranja u muzeju | 7 |
| 4.1. Tipologija izlaganja..... | 9 |
| 5. Izložbe u muzejima u doba pandemije..... | 10 |
| 5.1. Noć muzeja 2021. i 2022. godine..... | 13 |
| 6. Pojačana prisutnost muzejskih virtualnih izložaba kao posljedica pandemije | 16 |
| 7. Zaključak..... | 20 |
| 8. Literatura..... | 21 |
| 9. Popis slika i grafova..... | 24 |
| Sažetak | 25 |
| Summary..... | 26 |

1. Uvod

Tema ovog završnog rada je Utjecaj pandemije na komuniciranje muzeja putem izložaba. Rad se fokusira na to kako je pandemija koronavirusa utjecala na organizaciju izložaba u muzejima. Pandemija je situacija u kojoj se onemogućuje normalno djelovanje te uzrokuje otežano poslovanje određenih djelatnosti. Organizacija događaja bila je uvelike otežana kako je pandemija jačala pa čak i u ljetnim mjesecima kada su epidemiološke mjere bile slabije. Najveće posljedice osjetile su se u kulturi, odnosno u kulturnim ustanovama u koje spadaju i muzeji. Hrvatsku su, uz pandemiju, tijekom 2020. godine pogodili i snažni potresi. Posljedice i opterećenja prouzročena tim potresima stavile su muzeje, posebice one zagrebačke, u nezavidnu situaciju.

Cilj ovog rada jest istražiti utjecaje pandemije na funkcioniranje izložaba u muzejima te što se promijenilo u njihovoj organizaciji. Izazov je bio održavanje događanja u prostorima muzeja jer su to zatvoreni prostori u kojima se nije moglo na siguran i propisan način pridržavati mjera i uvjeta distance. Također, jedna bitna stavka ovog završnog rada je analiza prisutnosti muzeja na Internetu te kako je pandemija pridonijela razvoju *online* sadržaja te većoj virtualnoj posjećenosti muzejskih sadržaja.

Rad se sastoji od ukupno sedam poglavlja. U uvodnom poglavlju predstavlja se tema, ciljevi i struktura rada. U drugom poglavlju govori se općenito o muzejima u pandemiji te se poglavlje dotiče i kontaminacije kolekcijskog materijala, zadržavanja virusa na različitim površinama, pravila kod transporta i kretanja kolekcijskog materijala. Treće poglavlje osvrće se na statistiku utjecaja pandemije koronavirusa na muzeje u svijetu te na posjećenost hrvatskih muzeja u tom periodu. Četvrto poglavlje ističe komunikacijsku funkciju muzeja, tj. ulogu muzeja da prenese poruke sadržane u predmetima društvu kroz izložbe. Također, u radu se ukratko opisuje i tipologija izlaganja (stalni postav, povremena izložba, pokretna izložba i virtualna izložba). Nadalje, u petom poglavlju govori se o izložbama u doba pandemije koronavirusa, kako je ona utjecala na poslovanje muzeja i organizaciju izložaba, odnosno kakav je utjecaj na pripremu izložaba imalo novo društveno ponašanje u skladu s epidemiološkim mjerama. U ovom poglavlju posebno se prikazuje i situacija organiziranja izložaba u Hrvatskoj za vrijeme pandemije te nekoliko primjera inovacija u izložbama. Opisuje se i održavanje vrlo važne manifestacije Noć muzeja u posljednje dvije godine. Šesto poglavlje govori o virtualnim izložbama i kako je njihov razvoj povezan s pandemijom. Na kraju se nalazi zaključak te popis korištene literature.

2. Muzeji i pandemija

Muzeji su jedne od institucija koje su najviše bile zahvaćene posljedicama pandemije. Tijekom zadnjih godinu dana mnogi muzeji su ponovno otvorili svoja vrata uz pridržavanje svih mjera i protokola. Muzeji se suočavaju s velikim gubitkom prihoda sve dok pandemija ne bude potpuno pod kontrolom. Broj posjetitelja znatno je pao što prisiljava muzeje na propitivanje modela poslovanja te na traženje novih pristupa i ideja kako bi omogućili pristup posjetiteljima. Pandemija je ukazala na to kako nedostatak fleksibilnosti, vještina, znanja kao i raznoliki izvori prihoda mogu dovesti do ukidanja glavnih aktivnosti ili čak do trajnog zatvaranja muzeja. S druge strane, postoje muzeji koji napreduju digitalno te pokazuju kreativna rješenja i učinkovitost, pokušavajući ublažiti posljedice pandemije (NEMO, 2021).

2.1. Kontaminacija kolekcijskog materijala i zadržavanje virusa na površinama

Kanadski institut za konzervaciju (CCI) objavio je završnu verziju svog „vodiča“ za muzeje u kolovozu 2021. godine koji sadrži informacije i preporuke za one koji su odgovorni za sigurnost kolekcija i baštinskih materijala. Jedna od glavnih točaka bila je kontaminacija kolekcijskog materijala koronavirusom gdje su odgovorili na neka bitna pitanja. Što se tiče prenošenja virusa putem predmeta i površina ljudi se mogu potencijalno zaraziti dodirivanjem kontaminiranih površina, a zatim dodirivanjem očiju, usta ili nosa. No, kako se kolekcijskim predmetima rijetko rukuje i kako se virus deaktivira izvan ljudskog tijela, vjerojatnost za prijenos je niska. Rizik je veći tamo gdje se češće koriste predmeti kao što su knjige, zapisi ili studijske zbirke kojima rukuje više korisnika, a taj rizik se može smanjiti ako ljudi nose maske, redovito peru i dezinficiraju ruke. Projekt ponovnog otvaranja arhiva, knjižica i muzeja (REALM) objavio je rezultate osam krugova testiranja zadržavanja virusa na muzejskoj i knjižničnoj građi pa tako postojanost virusa varira ovisno o karakteristikama površinskog materijala i prisutnosti drugih zagađivača. Glatke površine, poput metala i tvrde plastike, pokazuju veću postojanost virusa i dopuštaju veći prijenos od površina kao što su papir i tekstil. Virus također opstaje dulje kada su materijali poput kutija za DVD, omota knjiga ili plastičnih omota naslagani, kao, na primjer, knjige na policama. U kontekstu baštinskih zbirka koje se sastoje od različitih materijala i struktura, CCI je preporučio izolaciju od najmanje sedam dana na sobnoj temperaturi za materijale za koje se sumnja da su kontaminirani virusom. Važni čimbenici za opstanak virusa na površinama su uvjeti okoline poput temperature, relativne vlažnosti, pH vrijednosti i prisutnost ultraljubičastog zračenja i ozona (CCI, 2021).

- Temperatura – hladnije temperature (2°-6°C) produžuju postojanost virusa dok jako tople (60° i više) rezultiraju brzim gubitkom virusa,
- relativna vlažnost – niska relativna vlažnost (20-30%) produžuje trajanje virusa, ali može smanjiti transfer s površine na površinu,
- pH vrijednost – neutralni pH produljuje dok „kisela“ područja skraćuju postojanost virusa; niska temperatura zahtijeva ekstremniji pH kako bi se postigao sličan gubitak infektivnosti kao na sobnoj temperaturi (CCI, 2021).

Projekt REALM popunio je praznine u znanju i pojačao početna zapažanja o kraćoj duljini postojanosti Covid-19 na papiru i metalnim površinama i duljoj postojanosti na papirnatim materijalima obloženim plastičnim ili drugim premazima. Da ponovimo, iako su trendovi opadanja postojanosti virusa tijekom vremena općenito jasni, brojevi u studijama i materijalima razlikuju se ovisno o početnoj koncentraciji virusa, stabilizacijskim učincima matrice, efektima površinske kemije i teksture na oporavak i metodama analize. Ono što značajno utječe na vrijeme gubitka infektivnog kapaciteta je koliko dobro površina omogućuje stvaranje finih ostataka kapljica koje štite virus od razgradnje (CCI, 2021).

U pogledu dezinfekcije predmeta i materijala baštine ono se ne preporuča jer takva vrsta otopina sadrži alkohol, izbjeljivač ili druge kemikalije koje mogu oštetiti mnoge površine i materijale. Također, neprikladna uporaba može uzrokovati trajna oštećenja (CCI, 2021).

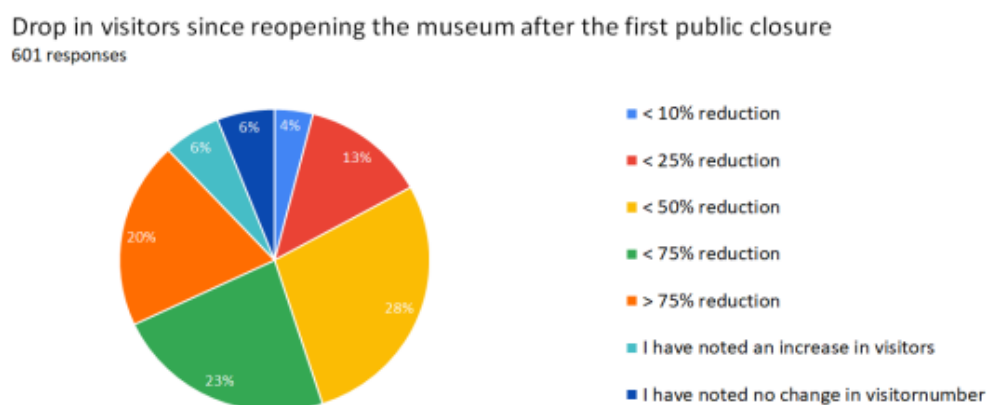
2.2. Transport i uvoz kolekcijskog materijala

Među raznim smjernicama Kanadskog instituta za konzervaciju nalazi se i odgovor na pitanje o sigurnom transportu i uvozu kolekcijskog materijala pa su tako naglasili da se tijekom zatvaranja institucije odgode povrati i produženja posudbe kao smanjenje rizika za objekte i ljude. Protokoli dostave i primanja morali su uzeti u obzir nova pravila i izazove poput ograničenja međunarodnih putovanja. Što se tiče predmeta koji dolaze u sanducima potrebno je pripaziti na područje iz kojeg dolazi sanduk i trenutna razina rizika tamo, vrijeme tranzita (npr. četverodnevno putovanje skratit će trajanje karantene, sanduci često prolaze kroz 24-satnu aklimatizaciju prije otvaranja što također skraćuje karantenu), čišćenje i dezinfekciju vanjske strane sanduka što se smatra razumnim i potrebnim, savjetuje se ukloniti i transportirati predmete dalje od sanduka na obradu te pridržavati se protokola pranja ruku i nošenja maske (CCI, 2021).

3. Statistika utjecaja pandemije koronavirusa na muzeje u svijetu

Prema UNESCO-ovom istraživanju provedenom u ožujku 2020. godine, skoro 90% muzeja bilo je prisiljeno zatvoriti svoja vrata. Važna uloga muzeja tijekom pandemije zadržana je uz pomoć njihove *online* prisutnosti jer se nastojalo što bolje održati kontakt s javnošću, kako putem web stranica, tako i putem društvenih mreža (UNESCO, 2021).

Mreža europskih muzejskih organizacija (NEMO) također je provela istraživanje u obliku upitnika vezano uz posljedice pandemije na muzeje u Europi čiji su rezultati objavljeni u siječnju 2021. godine. Upitnik je ispunilo 600 muzeja iz 48 zemalja. Kada su muzeji ponovno otvorili svoja vrata javnosti tijekom ljetnih mjeseca 2020. godine, 5 od 10 muzeja zabilježilo je pad od 25-75% posjetitelja dok su 2 od 10 muzeja zabilježila pad čak i više od 75%. Pad posjećenosti pripisuje se padu globalnog turizma, diskontinuitetu školskog programa i društvenih programa općenito, povećanim sigurnosnim protokolima koji su dozvoljavali samo određen broj posjetitelja u isto vrijeme (NEMO, 2021).

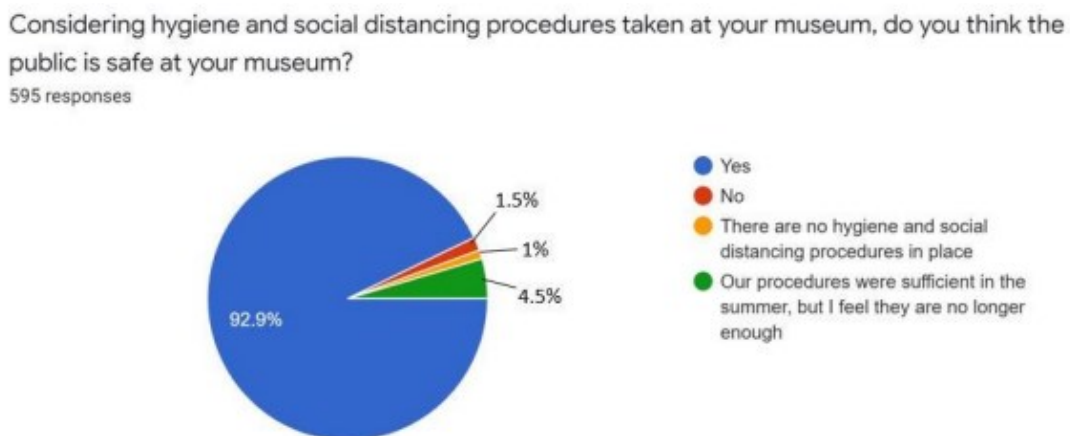


Slika 1. Pad posjetitelja od ponovnog otvaranja muzeja nakon prvog *lockdowna*¹

Pandemija je također utjecala i na smanjenje prihoda pa je tako 75% muzeja zabilježilo pad prihoda od 1000 do 3000 eura tjedno čak i kada su bili otvoreni za javnost, posebice u ljetnim mjesecima. Što se tiče financijske potpore, 66% muzeja zabilježilo je primanje vladine potpore najviše za investicije u digitalnu infrastrukturu i digitalne programe, za sigurnosne i zdravstvene značajke te im je djelomice kompenziran pad prihoda. Čak 50% muzeja nije razmišljalo o traženju alternativnih izvora financiranja što ukazuje na potrebu muzeja da traže nove i inovativne financijske prilike. Nažalost, 7 od 10 muzeja očekuje smanjenje proračuna u idućim godinama (NEMO, 2021). To je rezultiralo smanjenim plaćama i otpuštanjima za niz

¹ Preuzeto s: https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf

radnika. Prema istraživanju koje je provelo Međunarodno vijeće muzeja, 6% privremenog osoblja muzeja nije obnovilo ugovor ili ga je raskinulo, dok je 16,1% slobodnih muzejskih djelatnika otpušteno (OECD, 2020). Zanimljivo je da je više od trećine muzeja povećalo budžet i resurse za povećanje *online* prisustva ili komunikacije u pandemiji. Od muzeja koji su ispunili upitnik, čak 93% je povećalo ili počelo sa *online* uslugama. Najpopularnije digitalne ponude bile su aktivnosti na društvenim mrežama kao što su video sadržaji (42%) te virtualni obilasci (28%). Što se tiče higijene i sigurnosnih protokola, 9 od 10 muzeja smatra da su i posjetitelji i radnici sigurni u prostorima muzeja (NEMO, 2021).



Slika 2. Sigurnost javnosti u muzeju ovisno o higijeni i mjerama fizičke distance²

3.1. Posjećenost hrvatskih muzeja tijekom pandemije

Za razliku od europskih muzeja, hrvatski muzeji prošle godine nisu bili zatvarani zbog epidemioloških mjera. U odnosu na 2020. godinu, u 2021. muzeji u Hrvatskoj zabilježili su porast posjetitelja od 74% što je nažalost još uvijek 48% manje od predpandemijskih godina. Najviše posjetitelja privukla su tri muzeja koji su i inače najposjećeniji:

1. Arheološki muzej Istre – porast od 91%³
2. Muzej grada Splita s Dioklecijanovim podrumima – porast od 228%
3. Dubrovački muzeji – porast od 166%

Zagrebački muzeji su uz pandemiju morali zatvarati svoja vrata i zbog posljedica izazvanih potresom (Muzejski dokumentacijski centar, 2022).

² Preuzeto s: https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf

³ Arheološki muzej Istre bilježi tako veliki broj posjetitelja ne samo zbog svog postava koji je u izradi, nego i zbog činjenice da brine o poznatoj pulskoj Areni te iskazuje i broj posjetitelja tom spomeniku.

Prema istraživanju Muzejskog dokumentacijskog centra o utjecaju pandemije na hrvatske muzeje provedenog krajem listopada i početkom studenog 2020. gotovo polovica ispitanih muzeja (od 162 muzeja iz Upisnika javnih i privatnih muzeja u RH na anketu je odgovorilo njih 92) bila je zatvorena za javnost u vremenu od pet do šest tjedana, odnosno u okviru *lockdowna* u Hrvatskoj. Razdoblje za koje su prikupljeni podaci bilo je od 1. siječnja do 31. listopada 2020., a ispitivalo se dugotrajnost i stupanj zatvorenosti muzeja, pad posjećenosti u usporedbi s istim razdobljem 2019., korištenje digitalnih kanala za komuniciranje s publikom, postotak povećanja objava o muzejskim sadržajima te postotak *online* korisnika, gubitak dijela odobrenih sredstava za programsku djelatnost, gubitak vlastitih prihoda te prilagodba u planiranju troškova za sljedeću godinu. Pad broja posjetitelja od 50-100% zabilježilo je gotovo 74% ispitanih muzeja te povezano s tim gubitak vlastitih prihoda veće od 50% zabilježilo je čak 63% muzeja. Što se tiče komunikacije s publikom putem digitalnih kanala, 88 ispitanih muzeja odgovorilo je da su se i prije *lockdowna* koristili digitalnim putevima komunikacije. Od društvenih mreža, među muzejima u Hrvatskoj najkorištenija platforma je Facebook kojom se koristi 45% ispitanih muzeja, na drugom mjestu je Instagram s 25%, zatim Youtube sa 17% te Twitter sa 7%. Zagrebački muzeji su, uz pandemiju, pretrpjeli i posljedice razornih potresa koji su se desili u ožujku i prosincu 2020. godine pa su tako zabilježili pad od 78,5% posjeta (Informatica Museologica, 2021).

4. Muzejska izložba kao karakterističan oblik komuniciranja u muzeju

Kao najčešći oblik muzejskog komuniciranja, izložba se može definirati kao svojevrsno zbivanje, odnosno stvaralački čin u kojemu se prikazuju i tumače pojedini fenomeni i znanje kroz odnos prošlosti i sadašnjosti te muzealnog i realnog svijeta (Maroević, 2003).

Muzejska izložba je element muzejske politike te se njome uspostavljaju neprekidni komunikacijski procesi između onoga što predstavlja izložbu kao informacijski sustav i posjetitelja. Važno je i da posjetitelj ima neke određene osobine kao što su otvorenost, izraženo zanimanje, znanje i sposobnost praćenja sadržaja. Izložba u muzeju je organizirani sustav pomoću kojeg muzej prezentira društvenoj i kulturnoj javnosti poruke koje sadrže muzejski predmeti te se zato smatra bitnim oblikom prezentativne komunikacije muzeja (Maroević, 1993).

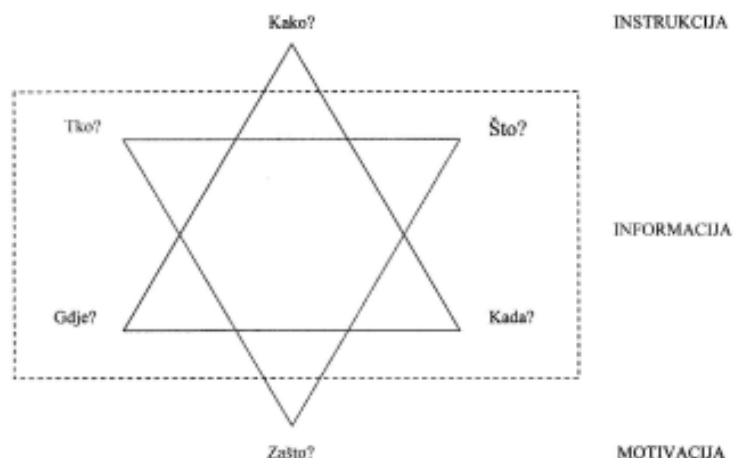
Muzejska komunikacija ponajprije se bavi komuniciranjem poruka koje se temelje na vrijednostima materijalne baštine uz nezanemariv udio nematerijalne baštine. Ono se ostvaruje na više razina i u više smjerova pa je tako fenomen virtualnog muzeja otvorio nove oblike muzejske komunikacije kao rezultat razvoja računalne tehnologije i mrežnog povezivanja podataka. No, iako posjeduju mnogo kvalitetnih obilježja, ne mogu nadoknaditi iskustva i rezultate komuniciranja sa stvarnim predmetom. Vrijeme komuniciranja izložbe vezano je uz njeno stvarno trajanje te se zato smatra specifičnim oblikom komuniciranja i medija koji ima rok trajanja. Zbog složenosti muzejske poruke koja se prenosi izložbom, sama kreacija zahtijeva posebno znanje i sveobuhvatni pristup autora (Maroević, 2003).

Prema Maroeviću (1993), koristeći Težakov model ljudskog komuniciranja⁴ te ako postavimo niz pitanja: *što, tko, gdje, kada, kako* i *zašto*, mogu se „strukturirati osnovne pretpostavke za razgovor o muzejskoj prezentativnoj komunikaciji.“

Prvo pitanje koje se postavlja je *što* se prezentira, a odgovor uvijek glasi muzejski predmeti. Oni se prezentiraju u određenim međusobnim odnosima uz pomoć muzeografskih pomagala te stvaraju poruku koja prikazuje razinu znanja o problemu te obvezu prikazivanja tog znanja na određen način. Sljedeće pitanje, čiji je odgovor kompliciraniji, je *tko* prezentira. Autor izložbe može imati specifičnu viziju muzejske poruke koja se interpretira kroz muzejski

⁴ Zapravo nije riječ o modelu ljudskog komuniciranja već o tipologiji komunikacijskih poruka. Vujić, Ž. (2009) Korisnički aspekt u sustavu muzeologije Ive Maroevića: od pažljive analize do smjernica dopune. U: Vujić, Ž. & Špikić, M. (ur.) *Ivi Maroeviću baštinici u spomen*. Zagreb, Odsjek za informacijske znanosti, str. 73-87. <https://www.bib.irb.hr/458837>

predmet. Kao autor mogu se pojaviti i grupa stručnjaka ili muzej kao institucija. Najčešće je to grupa stručnjaka sastavljena od najmanje tri osobe: kustos muzeja (daje koncepciju i osnovni scenarij, formulira poruku izložbe i njezinu realizaciju), dizajner (stvara okolinu i prostor izložbe u kojoj se događa i prenosi poruka) te pedagog (osigurava da se poruka prenese na prihvatljiv, logičan i edukacijski prigodan način). Njima se pridružuje i niz drugih stručnjaka poput restauratora, likovnih umjetnika, razne vrste obrtnika koji pomažu u određenim segmentima procesa. Jasan odgovor može se dati na pitanje *gdje* se prezentira. Muzejske izložbe održavaju se prvenstveno u muzeju, ali isto tako može se održati i u nekom povijesnom ili drugom odgovarajućem ambijentu. Ti prostori zapravo su prostori gdje dolazi do ostvarivanja posebne realnosti, tj. umjetno konstruirane stvarnosti. Pitanje *kada* također je zamršeno s obzirom na to da je povezano s fenomenom vremena. Svaka izložba u muzeju ima uvijek trajanja koji je ograničen te je vremenski jasno određena. Pitanje *kako* ovisi o mnogo različitih čimbenika. Prvenstveno ovisi o odnosu raspoloživih muzejskih predmeta i pomagala. Kreatori doznaju od posjetitelja je li izložba i njima stvorila željeni efekt i prenijela poruku koja mijenja osobu tako da gleda stvari drugačije nego prije. Posljednje pitanje koje se postavlja je *zašto*, a odgovor je prilično jasan. Predmeti se izlažu kako bi se prenijela jasna i definirana poruka te prikazalo znanje. Jedan od glavnih ciljeva izložbe je educirati posjetitelja, a ono se ne provodi samo serviranjem određene količine znanja već i motivacijom posjetitelja da ostvare interes prema određenim procesima te da aktivno sudjeluju i pronalaze kvalitete koje drugi posjetitelji možda neće naći (Maroević, 1993).



Slika 3. Oblici ljudskog komuniciranja⁵

⁵ Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/file/207119>

4.1. Tipologija izlaganja

Z. Z. Stransky donio je 1970. godine tipologiju izlaganja prema kojoj se razlikuju tri vrste izlaganja, a to su muzealna ekspozicija (stalni postav), muzejska izložba (povremena izložba) te izložba (pokretna izložba) dok je Belcher 1997. uveo nekoliko metoda razvrstavanja tipova izložbi prema vremenskim standardima, među kojima su stalni postav i povremena izložba osnovni tipovi izlaganja. Prvi i najznačajniji oblik je stalni postav. Prije svega, potrebno je naglasiti kako je to najsloženiji oblik komunikacije u muzeju, stoga mora posjedovati određene karakteristike koje ga razlikuju od ostalih oblika. Glavna i najbitnija karakteristika mu je stabilnost u odabiru materijala te otpornost na vremenske uvjete. U stvaranju stalnog postava treba izbjeći improvizacije, izbjegavati predmete i sadržaje koji nisu do kraja utemeljeni na znanstvenoj ili muzealnoj razini. Bitno je da sadržava sve tri kategorije izložbi, da je poučan i zanimljiv te da ima estetske pretpostavke. Zbog zaštite te uvođenja novih predmeta koji mogu bolje pridonijeti prenošenju poruke fonda, stalni postav može se teoretski promijeniti i zamijeniti. Sljedeći oblik izložbe jest povremena izložba. Ova izložba vremenski je i prostorno ograničena, stoga takva izložba može biti provokativna te dopustiti pitanja koja nemaju znanstvenu potvrdu ili pak interpretirati teme koje muzej zanemaruje i prikazuje na drugi način. Povremena izložba može se koristiti nizom muzeografskih pomagala te je tako puno slobodnija. Pokretna izložba je izložba kopija, reprodukcija, modela, tj. svega onoga što se može reći o temi nekome izvan muzeja, a da se što manje koristi originalna građa. One su u pravilu animacijske ili didaktičke te su vremenski i prostorno još više ograničene, no kako su pokretne, obilaze mjesta i njihove zajednice s ciljem da potaknu posjetitelje na dolazak u muzej (Maroević, 1993).

5. Izložbe u muzejima u doba pandemije

Institucije širom svijeta bore se s izazovima Covid-19 pandemije čije se posljedice još ne mogu u potpunosti sagledati. U travnju 2020. godine ICOM je izdao seriju „pandemijskih smjernica“ kako bi se pomoglo kulturnim institucijama u nošenju s konzervacijom tijekom pandemije te sa zaštitom na radu. Smjernice su bile sljedeće:

1. preporučalo se zatvaranje javnih institucija dok se ne uklone opasnosti prouzrokovane koronavirusom te boravak samo bitnog osoblja u institucijama (poput osiguranja, konzervatora ili menadžera kolekcija),
2. pripremanje liste osoblja koji će biti na redovnom dežurstvu te uspostaviti suradnju s obližnjim muzejima ili sličnim institucijama kako bi se moglo zamijeniti osoblje u slučaju zaraze,
3. češće čišćenje prostora gdje ljudi imaju pristup na dnevnoj bazi,
4. instalirati ili promijeniti filtere na ventilacijama,
5. u slučaju zaraze, staviti u karantenu relevantna područja na najmanje 10 dana.

U slučaju ponovnog otvaranja muzeja, savjetovalo se pridržavanje sljedećih mjera:

1. organizirati brisanje prašine u svim prostorijama muzeja kao i jako dobro čišćenje svih površina,
2. slijediti uobičajene upute što se tiče suhog/mokrog čišćenja, ali povećati čišćenje na barem jednom u danu,
3. za vitrine i slične površine mogu se koristiti voda, sapun, dezinfekcijsko sredstvo ukoliko se ne koristi na predmetima koji su izloženi, a također treba paziti na određene materijale i premaze koji su osjetljivi na alkohol,
4. osigurati istreniranost osoblja za čišćenje te ako je moguće koristiti osoblje koje je već upoznato s kolekcijama i prikladnim procesima čišćenja,
5. predmeti koji su izloženi mogu biti očišćeni samo od strane konzervatora ili istreniranih profesionalaca,
6. ograničiti pristup prostorima koji se ne mogu potpuno očistiti ili dezinficirati nakon svake uporabe,
7. budući da je nužna povećana pažnja za ispravnu konzervaciju djela te je potrebno osiguranje, može se razmotriti prilagodba broja zaštitarskog osoblja u muzejskim prostorima (ICOM, 2020).

U skladištima i radnim prostorima gdje javnost nema pristup preporučalo se sljedeće:

1. osigurati da osoblje ima pristup sanitarnim objektima s vrućom vodom, sapunom, dezinfekcijskim gelom te jednokratnim rukavicama,
2. osigurati da samo ograničen broj ljudi radi u istim prostorijama te da održavaju sigurnu distancu (preporuča se 1,5 do 2 metra između pojedinaca),
3. veće grupe osoblja mogu se podijeliti i raditi naizmjenično,
4. podijeliti osoblje na timove tako da samo isti članovi tima rade zajedno,
5. prati i dezinficirati čvrste površine, kvake, prekidače za svjetlo, aparate za kavu i sl.,
6. obavezno nošenje maske za lice,
7. odgoditi što je duže moguće sastanke, komisije za nabavu građe, grupne aktivnosti, skupštine ili bilo koju drugu aktivnost koja ne bi bila nužna za pravilno očuvanje djela,
8. ograničiti rukovanje sa zbirka ako je to moguće,
9. razmisliti o produženju posudbe sve dok su radovi sigurni za izbjegavanje transporta i rukovanja; predstavljanje stalnih zbirki ima prednost u odnosu na povremene izložbe dok se stanje ne normalizira,
10. muzeji bi trebali imati karantenu za predmete (trebalo bi imati prazne police, kabinete, kutije gdje predmeti mogu biti odloženi s najmanjom količinom diranja i rukovanja kao i jednostavan sistem označavanja koji ukazuje na datum, što, kako, zašto i od strane koga su predmeti stavljeni u karantenu) (ICOM, 2020).

Što se tiče posljednjih smjernica vezanih uz održavanje umjetničkih izvedbi, kulturnih programa i manifestacija te kinoprojeksijske i izložbe u muzejskim i ostalim prostorima u Hrvatskoj, Hrvatski zavod za javno zdravstvo objavio je 25. ožujka 2022. godine preporuke za sprječavanje zaraze koronavirusom. U izložbenim prostorima kao što su muzeji i galerije za održavanje izložaba nema ograničenog broja posjetitelja. Maske za lice obavezne su za događanja održavana u zatvorenom prostoru. Dozvoljeno je skidanje maske samo tijekom konzumiranja hrane i pića te za izvođače tijekom izvedbe. EU digitalne COVID potvrde nisu obavezne, o organizatoru ovisi hoće li se događaj održati sa ili bez COVID potvrda. Neke opće preporuke koje se preporučaju su prodaja *online* ulaznica koje posjetiteljima omogućuju direktan ulaz u prostor. Potrebno je postaviti obavijesti o higijenskim mjerama i mjerama fizičke udaljenosti te o maksimalnom mogućem broju osoba u prostoru na dobro vidljivom mjestu kao što su ulazi. Isto tako, na što dostupnijem mjestu potrebno je svim osobama u ustanovi osigurati dezinfekcijsko sredstvo za ruke popraćeno s obavijesti o obaveznom dezinficiranju ruku, a osoblje ima obavezu voditi brigu o količini dezinfekcijskog sredstva u

dozatorima. Svo osoblje, a i izvođači moraju prije dolaska u ustanovu izmjeriti tjelesnu temperaturu te ako je ona viša od normalne temperature (37,2°C) i osoba se osjeća bolesno, ima znakove i simptome bolesti, takva osoba dužna je javiti se nadređenom i liječniku obiteljske medicine te ne dolaziti na posao. Još jedna bitna smjernica je prozračivanje unutarnjih prostora koja bi se trebala odvijati otvaranjem prozora, a manje putem ventilacijskih sustava. Ako se više koriste ventilacijski sustavi, tada je potrebno obratiti pozornost na stanje filtara i održavanje odgovarajuće brzine obnove zraka kao i na pravilno funkcioniranje opreme. Posljednja dana smjernica tiče se čišćenja prostora. Površine koje dodiruje veliki broj ljudi (npr. ručke na vratima, radne površine, rukohvati, prekidači za struju, tipke u dizalima,...) treba dezinficirati na početku i na kraju izvedbe ili programa, a najmanje dvaput dnevno. Također, bitno je da se osigura dovoljna količina vremena između dva događanja za čišćenje i dezinfekciju (HZJZ, 2022).

U Nizozemskoj je na početku pandemije, točnije u kolovozu 2020. godine, sklopljeno partnerstvo između Muzeja Boijmans Van Beuningen i Rotterdam Ahoy: *drive-through* izložba. Na izložbu se moglo doći vlastitim automobilom (isključivo električnim) ili posuditi električni automobil te se njime provozati kroz dvoranu Rotterdam Ahoya. Više od 50 istaknutih umjetničkih djela iz zbirke Muzeja Boijmansa Van Beuningena bilo je izloženo. Izložba je bila u potpunosti rasprodana te je bila vrlo dobro prihvaćena od strane javnosti i medija. Drive-Thru nastao je kao odgovor na pravilo fizičke distance pa se tako vozilo kroz prostor, doživljavajući sve iz sigurnosti vlastitog automobila (Museum Boijmans Van Beuningen, 2020).

Italija je bila jedna od najteže pogođenih zemalja koronavirusom. Nakon smanjenja broja oboljelih, muzejima je ponovno bilo dopušteno otvaranje svojih vrata uz stroge sigurnosne mjere. Jedna od takvih mjera bio je uređaj pod nazivom EGOpro Active Tag koji je osiguravao da ljudi drže dovoljnu distancu. Prva kulturna institucija koja je testirala ovaj uređaj, bila je firentinska katedrala Santa Maria del Fiore, odnosno Duomo. EGOpro razvila je tvrtka Advanced Microwave Engineering iz Firence, a gadget izgleda poput ogrlice (ili onih audio uređaja koji koriste neki muzeji) te koristi radio tehnologiju za mjerenje udaljenosti između dvije oznake. Dakle, ako prekoračite preporučenu sigurnu udaljenost od 2 metra, uređaj počne treptati crvenim svjetlom i vibrirati. Riješeno je i pitanje grupa pa se tako uređaji mogu unaprijed kalibrirati tako da se može hodati zajedno bez isključivanja. Posjetiteljima su uređaji bili besplatno uručeni na vratima te su bili dezinficirani nakon svake uporabe. Galleria Borghese i Scuderie del Quirinale u Rimu također su ograničavale broj posjetitelja i koliko se

vremena može provesti unutra. Galleria Borghese omogućavala je 120-minutne posjete za 80 ljudi odjednom, dok je stražar u Scuderie del Quirinale uvodio šest osoba u galeriju u intervalima od pet minuta te su grupe imale 80 minuta za pogledati izložbu. Zahvaljujući uređaju EGOpro, muzejske službe mogle su pratiti i koliko je koja osoba provela vremena unutar muzeja (Departures, 2020).

Na malo drugačiji način svoje posjetitelje dočekaao je i francuski muzej Louvre. Nakon prvog *lockdowna* u 2020. godini, muzej je ponovno otvorio svoja vrata 6. srpnja te godine. Kao novu sigurnosnu mjeru, Louvre je uveo *online* rezervaciju određenih termina. Od ostalih mjera bilo je prisutno obavezno nošenje maske (za sve starije od jedanaest godina) te korištenje gela za dezinfekciju ruku prije ulaska u zgradu Muzeja. Poseban plan bio je osmišljen za jednu od glavnih atrakcija Louvrea, Mona Lisu. Naime, u prostoriju gdje je slika izložena bilo je dopušteno samo dvoje posjetitelja na 10 do 15 minuta, a narančasti krugovi na podu označavali su mjesto gdje treba stajati kako bi se snimio *selfie* bez kršenja pravila fizičkog distanciranja (Departures, 2020). Što se tiče najnovijih mjera i preporuka, od 14. travnja 2022. godine potvrda o cijepljenju više nije potrebna za posjet muzeju, no i dalje se zahtijeva pridržavanje distance. Nošenje maske se preporuča, ali nije obavezno. Nezavisni vodiči smiju dovesti grupe do 25 ljudi koji će morati nositi slušalice i mikrofon. Na stranici Muzeja naglasili su kako restorani i kafići mogu raditi drugačije obzirom na trenutnu situaciju pa stoga pozivaju posjetitelje da provjere sve informacije prije dolaska. Također, posebno je istaknuto da će se u salu gdje je izložena Mona Lisa ulaziti i izlaziti kroz različita vrata (Louvre, 2022).

U Hrvatskoj je, pak, kombinacija pandemije i potresa natjerala muzeje da razmišljaju izvan svojih okvira. Muzejsko-galerijske djelatnosti ovisile su o stupnju zaraženosti i oštećenjima uzrokovanim potresima. Izložbe, koje su bile vrlo rijetke, premjestile su se u vanjske prostore te su bile realizirane u fizičkom obliku unatoč mnogobrojnim *online* izložbama. Jedan takav primjer je izložba Davida Maljkovića *Nekoliko dana premijere* prezentirana na travnjaku ispred HNK u Zagrebu. Umjetnik je preselio scenografske rekvizite koji su trebali biti korišteni u raznim kazališnim predstavama, no nisu se izvele zbog mjera izazvanih pandemijom (Informatica Museologica, 2021).

5.1. Noć muzeja 2021. i 2022. godine

Noć muzeja kulturna je manifestacija koja se u Hrvatskoj održava od 2005. godine u organizaciji Hrvatskog muzejskog društva (HMD). Danas ona predstavlja važno sredstvo za ostvarivanje ciljeva Hrvatskog muzejskog društva i provođenje muzejskih aktivnosti te se

„aktivnostima u manifestaciji Noći muzeja potiče na prepoznavanje muzeja kao dinamičnih institucija koje povezuju ljude s globalnim izvorima informacija te idejama i stvaralaštvom za kojim tragaju; na prepoznavanju muzeja kao institucija koje čine bogatstvo ljudskog izraza i kulturnu raznolikost dostupnu svim korisnicima i na svim medijima te na poticanje aktivnosti razvijanja znatiželje kao motiva za posjet muzeju, muzeja kao ustanova znanja, ali i prostora za zabavu i smislenu provođenje slobodnog vremena“ (HMD, 2015). Program je koncipiran tako da je zadnji petak u siječnju rezerviran za održavanje manifestacije. Od 18 sati pa do ponoći omogućen je besplatan ulaz u muzeje te ostale kulturne ustanove gdje se organiziraju razna događanja poput otvorenja izložbi, radionica, predstava, predavanja, promocija, koncerata te ostalog. Noć muzeja podržana je od strane Grada Zagreba, Ministarstva kulture, Turističke zajednice grada Zagreba uz mnoge druge sponzore (HMD, 2015).

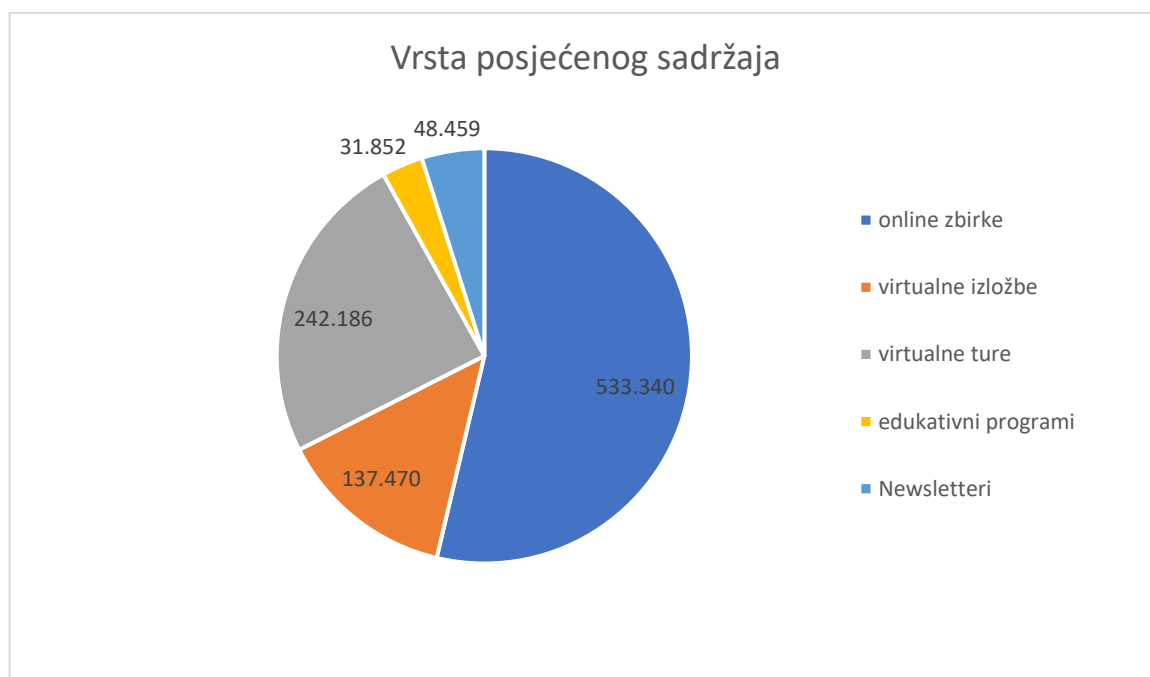
Šesnaesta po redu Noć muzeja održala se 29. siječnja 2021. godine, a tema joj je bila „Zadaće muzeja u uvjetima krize“. Obilježile su je, tada aktualne, teme realizirane od strane muzealaca i njihovih suradnika te pitanja vezana uz muzeje u uvjetima kriza, zadaću muzeja u takvim situacijama, ali i muzejskih stručnjaka, tehnologiju i digitalne kanale te nove metode komuniciranja s publikom, misiju muzeja i održivost muzeja, utjecaj Interneta na aktivnosti muzeja vezane uz PR i marketing, dobre primjere komuniciranja u *lockdownu* te dodatne prihode koje muzej može ostvarivati. Organizirana od strane Hrvatskog muzejskog društva, Noć muzeja 2021. godine održala se pretežno kroz korištenje digitalnih medija (npr. virtualne izložbe i virtualne šetnje na stanicama nekih muzeja) omogućavajući publici obilaženje, sudjelovanje i uživanje u događanjima. Hrvatsko muzejsko društvo zajedno s Hrvatskom muzejskom zajednicom pazilo je na epidemiološke uvjete pa se tako jedan dio događanja odvijao na otvorenom (ulice, trgovi, gradovi i mjesta koja su proteklih godina pokazala podršku i potporu HMD-u čime se htjelo ukazati na važnost lokalne zajednice za muzeje), a gdje je to bilo moguće, Noć muzeja odvijala se u prostoru muzeja, ali uz ograničen broj posjetitelja te pridržavanje propisanih mjera. „Temeljni ciljevi manifestacije Noć muzeja je poticanje i ukazivanje javnosti na važnost utjecaja muzeja na razvoj zajednice, kao i utjecaja zajednice na formiranje muzejskih programa i njihovu održivost, daljnje prepoznavanje muzeja kao dinamičnih institucija, koje potiču istraživanje, inovativnost, kreativnost, a promoviranjem baštine i njenog utjecaja na suvremene tendencije, promiču važnost interakcije muzeja s okruženjem, stvaranje nove publike i održivi razvoj muzeja i zajednice, organizatori šesnaeste po redu Noći muzeja otvarajući navedena pitanja važna za opstojnost muzeja, zajedno s muzejskom zajednicom i publikom“ (HMD, 2021). Svoje sudjelovanje i doprinos pokazao je i

HRT koji je pripremio posebno izdanje emisije pod nazivom Digitalna Noć muzeja 2021. Emisija se mogla pratiti od 21 sat na Prvom programu Hrvatske televizije te na njihovom Youtube kanalu (HRT, 2021).

Sljedeća po redu Noć muzeja, održana 28. siječnja 2022. godine, suočila se sa sličnim uvjetima i okolnostima kao i ona prošlogodišnja. Muzeji i kulturne institucije morali su se priviknuti na novu stvarnost. Obavezne COVID potvrde, smanjen broj posjetitelja te skoro pa nepostojeći grupni turistički posjeti muzejima, samo su neke od stvari koje su obilježile početak 2022. godine. Iako je doživljaj posjeta muzeja uživo nezamjenjiv, i ove godine zbog epidemiološke situacije većina događanja premještena je *online*, tj. u digitalni oblik. Noć muzeja vrlo je popularna manifestacija koja je obilježena masovnim posjetima muzejima prelazeći nekad i 300.000 posjeta u jednoj noći. Ove godine ta brojka je značajno manja (91.101) zbog pandemije koronavirusa pa su se tako institucije i posjetitelji morali pridržavati određenih mjera koje su stupile na snagu 11. siječnja 2022. te trajale do kraja mjeseca (HMD, 2022). Neke od tih mjera bile su obavezno nošenje maski za lice u zatvorenim prostorima, trajanje događanja ograničilo se do 24:00h bila ona na otvorenom ili u zatvorenom, COVID potvrde bile su obavezne u onim slučajevima kada nije bilo ograničenja broja osoba, ali u tom slučaju organizatori su morali osigurati svim posjetiteljima sjedeća mjesta uz obavezu predocjenja ulaznice. Što se tiče događanja na otvorenom, COVID potvrde nisu bile obavezne, ali je najveći broj dopuštenih osoba bio 50, a u slučajevima kada je taj broj bio veći, bilo je potrebno imati COVID potvrdu (Ministarstvo kulture i medija, 2022). Ovogodišnja tema bila je „Muzeji – između stvarnog i digitalnog“ čime se istaknula važnost digitalnih kanala i nova stvarnost funkcioniranja muzeja i izložaba. No, mogle su se pronaći lokacije u raznim gradovima gdje su se izložbe održavale uživo. Primjerice, u gradu Zagrebu uživo su se mogle posjetiti izložbe poput one u Meštrovićevom paviljonu ili u Oris kući arhitekture. Muzej čokolade privukao je pažnju održavanjem radionice izrade pralina koju je vodila čokolatijerka Mirela Samirić. U Galeriji AMZ mogla se posjetiti gostujuća izložba *Ivan Meštrović – Portreti suvremenica i suvremenika* sa petnaest skulptura iz zbirki Muzeja Ivana Meštrovića, Galerije umjetnina iz Splita te Nacionalnoga muzeja moderne umjetnosti iz Zagreba. U Noći muzeja sa izložbama uživo sudjelovala je i Galerija ULUPUH te Muzejsko-memorijalni centar Dražen Petrović (Journal, 2022).

6. Pojačana prisutnost muzejskih virtualnih izložaba kao posljedica pandemije

Pandemija koronavirusa uvelike je pridonijela pojavi i razvoju muzejskih virtualnih izložaba. Mnogi muzeji svoj su fokus okrenuli k upravljanju svojim internetskim stranicama i većoj prisutnosti na društvenim mrežama. Muzejski dokumentacijski centar proveo je analizu istraživanja o *online* posjećenosti koje se temeljilo na podacima koje su dostavili muzeji. U 2020. odaziv muzeja je iznosio 69,7%. Analiziralo se posjet mrežnim stranicama i društvenim mrežama te videokanalima muzeja. Postojala su neka ograničenja kao što je pitanje stupnjevanja angažiranosti *online* publike, svi parametri nisu primjenjivi na sve vrste kanala te postoji mogućnost razvoja i prilagodbe potrebama. Svoje posjete mrežnim stranicama bilježila je polovica službenih muzeja, a za 2020. godinu oni su iznosili 5 551 275 pojedinačnih posjeta, no ako uzmemo u obzir činjenicu da dva velika muzeja nisu dostavila tražene podatke o Internet posjećenosti, brojevi bi mogli biti mnogo veći. Što se tiče vrste sadržaja koji su posjećivali korisnici na prvom mjestu nalazile su se *online* zbirke, zatim slijede virtualne izložbe, virtualne ture, edukativni programi, programi uživo, *Newsletteri* te ostali sadržaji mrežnih stranica. Podatci o *online* posjećenosti pokazali su velik broj pregleda korisnika, reakcija, komentara te dijeljenja sadržaja, no u nekim kategorijama nedostaje ujednačenost te neki relevantni podatci (Informatica Museologica, 2021).



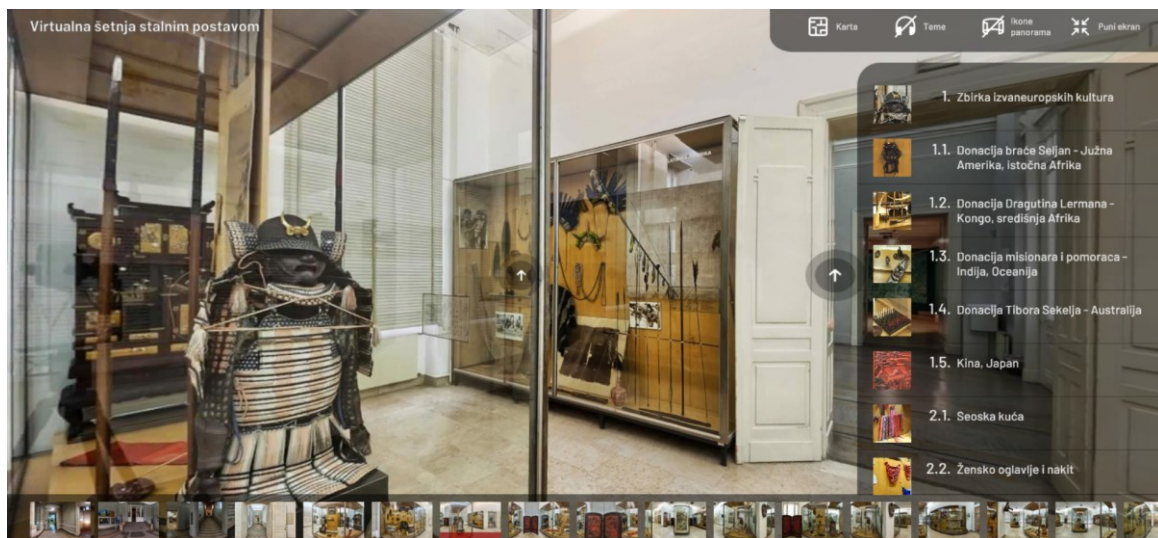
Graf 1. Vrsta posjećenog sadržaja

Dobra strana digitalnih tehnologija vidljiva je u činjenici da mogu pomoći muzejima da povećaju sigurnost za osoblje i posjetitelje, umiriti javnost i doprijeti do publike koja nije spremna osobno posjetiti muzej. No, nažalost, digitalna rješenja zahtijevaju vrijeme, obuku i integraciju uz velike troškove. U lipnju 2020., tijekom prvog vala zatvaranja, većina muzeja izvijestila je da koristi neki oblik digitalnog angažmana kako bi ostala u kontaktu s javnošću. Neki od tih napora bili su posebno zamijećeni, a nekoliko muzeja povećalo je svoje sljedbenike na društvenim mrežama kada je njihov sadržaj postao viralan. No, teško je izmjeriti ukupni uspjeh tih napora jer su u mnogim slučajevima muzeji uskočili u proizvodnju digitalnog sadržaja bez jasnih očekivanja ishoda. Da bi postavili korisne ciljeve oko javnog angažmana, muzeji moraju identificirati što javnost želi u smislu digitalnog sadržaja, onoga što zapravo koriste i što muzej dobiva zauzvrat (Merritt, 2020). Masovna digitalizacija posljednjih mjeseci u kulturnom i kreativnom sektoru nije privremena te bi mogla stvoriti nove oblike iskustva i poslovne modele s tržišnim potencijalom. Mogući je veliki inovacijski napredak kroz uvođenje najsuvremenijih tehnologija koje omogućuju "prisutnost na daljinu" (umjetna inteligencija, virtualna i obogaćena stvarnost, Internet stvari, itd.) za izgradnju nove "ekonomije iskustava". Novi oblici digitalno posredovane proizvodnje omogućuju suradnju s većim i širim zajednicama. Taj bi trend mogao dovesti do inovativnijih oblika kolektivne proizvodnje kreativnog sadržaja. Postoje mogućnosti da inicijative javnog sektora podrže te procese i stvore nove platforme za širenje kreativnog sadržaja, ali to zahtijeva dobru digitalnu infrastrukturu (OECD, 2020).

Mnogi muzeji i kulturne organizacije na društvenim su mrežama angažirali, zabavljali i educirali svoju publiku. Jedan od poznatih primjera dolazi iz akvarija Shedd. Zatvoreni za javnost zbog epidemije koronavirusa, djelatnici akvarija dopustili su svojim pingvinima i dikobrazima da slobodno istraže muzej. Njihove izlete podijelili su na društvenim mrežama, prikupivši nekoliko milijuna pregleda. Jedan drugi primjer digitalne angažiranosti muzeja je Automobilski muzej Petersen u Los Angelesu koji nudi edukativne *live-streamove* za djecu, koji uključuju razne lekcije o automobilima te sesiju za stvaranje i ukrašavanje vlastite registarske pločice. Virtualne ture su za umjetničke i povijesne muzeje jedan od najučinkovitijih načina digitalizacije. Google Arts and Culture nudi više od 2500 besplatnih virtualnih obilazaka kulturnih organizacija širom svijeta. Veći muzeji željni novih tehnologija uložili su u programiranje i izložbe virtualne stvarnosti (VR) i proširene stvarnosti (AR). U području virtualne stvarnosti, muzeji poput Smithsonian American Art Museuma učinili su dijelove svojih zbirki dostupnima kroz projekt pod nazivom "Iza zidova", dok je Louvre

približio svjetski poznatu Mona Lisu javnosti s pjesmom "Beyond the Glass". Što se tiče proširene stvarnosti, već smo mogli svjedočiti zanimljivim primjerima. Apple je, primjerice, u partnerstvu s Novim muzejom u New Yorku postigao uspjeh projektom AR(T) Walks, odnosno javne umjetničke šetnje na AR pogon (Ciecko, 2020).

Etnografski muzej pokrenuo je 2020. godine edukacijski program „Muzej s kauča“ koji je bio koncipiran na način da su se u pojedinim danima predstavljali razni programi. Tako je utorak bio namijenjen ciklusu pripovjedaonica *Priče s raznih strana* u kojima su se mogle čuti narodne priče iz Hrvatske, BiH, Latinske Amerike i Afrike. Četvrtkom se moglo upoznati *online* zbirke Muzeja poput Zbirke tradicijskih glazbala, Zbirke Muvrin s afričkim predmetima te Istraživanja braće Mirka i Steve Seljana koja sadrži i fotografije, karte, pisma, bilježnice i knjige s istraživanja. Subotom su bili predstavljani *Predmeti s pričom* što znači da su iz fundusa obogaćenog raznim predmetima predstavljali one predmete koji imaju zanimljive i poučne priče. Također, Etnografski muzej omogućio je svojim posjetiteljima i virtualnu šetnju stalnim postavom popraćenu videozapisom u kojem muzejska savjetnica Željka Jelavić govori o povijesti i postavu Muzeja (Etnografski muzej Zagreb, 2022).



Slika 4. Virtualna izložba stalnog postava Etnografskog muzeja⁶

Arheološki muzej u Zagrebu također ima opciju virtualne šetnje prostorom Muzeja. Za razliku od Etnografskog muzeja, ne nudi se opcija audiozapisa koji prati postav, no mogu se vidjeti 3D modeli arheoloških predmeta čije skeniranje Muzej ostvaruje u suradnji s Katedrom za fotogrametriju i daljinska istraživanja Geodetskog fakulteta u Zagrebu. Svaki 3D model

⁶ Preuzeto s: http://vrgt.novena.hr/etnografski_muzej_zagreb/

popraćen je i opisom predmeta. Na njihovoj stranici mogu se naći i razni dokumentarni filmovi te igre za mlađu populaciju kao što je slaganje *puzzla*. Specifična stvar koju nudi Arheološki muzej je besplatna aplikacija Iron Age Danube s edukacijskim i zabavnim sadržajem o arheologiji (Arheološki muzej u Zagrebu, 2022).



Slika 5. Virtualna izložba Arheološkog muzeja u Zagrebu⁷

Muzej suvremenih umjetnosti pokrenuo je jedan od prvih programa virtualne produkcije *online* izložaba. Glavna ideja bila je stvaranje novog načina povezivanja te prikupljanje umjetničkih perspektiva i razmišljanja o pandemiji koronavirusa. Tako je napravljena važna baza podataka o djelovanju umjetnika, ponajviše onom iz prve faze *lockdowna*. Projekt *FB for your thoughts* (FB misao na dan) koji se nalazio na popularnoj platformi Facebook rezultirao je razmjenjivanjem misli, ideja i komentara raznih umjetnika iz različitih generacija pa je tako umjetnik Željko Badurina u radu *Napolitanka/Napolatanka* prikazao ironiju novih navika stvorenih u karanteni usmjerenu na prekomjerno jedenje i debljanje dok je umjetnica Tea Jurišić svoj umjetnički izričaj *Zadnji papir* prikazala upravo na zadnjem papiru toaletne role te je tako prenijela sliku panike koja se odvijala na početku krize kada su ljudi mahito kupovali zalihe toaletnog papira (Informatica Museologica, 2021).

⁷ Preuzeto s: <https://www.amz.hr/hr/virtualni-muzej/3d-virtualna-setnja/>

7. Zaključak

Pandemija koronavirusa uvelike je utjecala na sve javne ustanove i promijenila načine funkcioniranja te sam okoliš muzejske djelatnosti. Mnogi muzeji odlučili su se okrenuti prema virtualnom svijetu te se barem na taj način približiti svojim korisnicima i uspostaviti neku komunikaciju. Kao što se može vidjeti u poglavlju koje se tiče muzeja i pandemije, mnogi svjetski i hrvatski muzeji pretrpjeli su velike financijske i druge štete. Kako je kroz 2020. i 2021. godinu u različitim intervalima virus jačao, u mnogim državama je proglašeno stanje epidemije te su zatvarane razne ustanove, a među njima i muzeji. Prema istraživanju UNESCO-a iz 2020. godine, 90% muzeja zatvorilo je svoja vrata u ožujku iste godine. NEMO je također proveo istraživanje u kojem su neki bitni rezultati oni koji se tiču pada posjećenosti koja se pripisuje padu putovanja i turizma te strogim mjerama. Isto tako, važna stavka je i pad prihoda koji je djelomice bio kompenziran od strane vlada. Čak 9 od 10 muzeja smatralo je da su njihovi posjetitelji i radnici sigurni u muzeju što se tiče higijene. Muzeji u Hrvatskoj su, u odnosu na 2020. godinu, prošle godine imali značajan porast posjetitelja, no iako nisu bili zatvarani iz epidemioloških razloga, muzeji na području grada Zagreba morali su se zatvoriti i zbog posljedica od potresa te se njihova obnova odvija sporo što znači da će mogućnosti informacijske tehnologije i mreža i dalje biti važne za naše muzeje. Iako su mnogi muzeji pokazali spremnost na prihvaćanje izazova organiziranja izložaba uživo, sveprisutnije su one *online*. *Online* zbirke, virtualne ture, virtualne izložbe, veća prisutnost na društvenim mrežama samo su neki od primjera napora muzeja da se približe svojim posjetiteljima i javnosti u vremenu fizičke distance i ograničenja vremena za posjet. No, koliko digitalne inovacije bile korisne, toliko zahtijevaju i resurse, vrijeme, znanje i velike troškove. Kako pandemija smanjuje svoj intenzitet, tako se sve više otvaraju vrata kulturnih institucija te se normalizira situacija i polako putuje prema staroj realnosti bez maski za lice, dezinfekcijskih sredstava i COVID potvrda.

8. Literatura

1. Arheološki muzej u Zagrebu. (2022). Dostupno na: <https://www.amz.hr/hr/naslovnica/> [18-7-2022]
2. Canadian Conservation Institute. (2021). *Caring for Heritage Collections During the COVID-19 Pandemic*. Government of Canada. Dostupno na: <https://www.canada.ca/en/conservation-institute/services/conservation-preservation-publications/canadian-conservation-institute-notes/caring-heritage-collections-covid19.html#shr-pg0> [12-7-2022]
3. Ciecko, B. (2020). *4 Ways Museums Can Successfully Leverage Digital Content and Channels during Coronavirus (COVID-19)*. Dostupno na: [4 Ways Museums Can Successfully Leverage Digital Content and Channels during Coronavirus \(COVID-19\) – American Alliance of Museums \(aam-us.org\)](#) [18-7-2022]
4. Departures. (2020). *The Louvre Is Letting Travelers See the 'Mona Lisa' Practically Alone When They Open Next Week*. American Express. Dostupno na: <https://www.departures.com/archive/travel/visit-mona-lisa-alone-at-louvre-paris> [29-6-2022]
5. Etnografski muzej Zagreb. (2022). Dostupno na: <https://emz.hr/> [18-7-2022]
6. Hrvatska radiotelevizija. (2021). *Digitalna Noć muzeja 2021*. Dostupno na: <https://hrtpriказuje.hrt.hr/hrt-preporucuje/digitalna-noc-muzeja-2021-103811> [15-7-2022]
7. Hrvatski zavod za javno zdravstvo. (2022). *Preporuke za sprječavanje zaraze COVID-19 tijekom održavanja profesionalnih umjetničkih izvedbi, kulturnih programa i manifestacija, kinoprojekcija i izložbi*. Verzija 9. Zagreb. Dostupno na: <https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2021/11/Preporuke-za-sprje%C4%8Davanje-zaraze-COVID-19-tijekom-odr%C5%BEavanja-profesionalnih-umjetni%C4%8Dkih-izvedbi-kulturnih-programa-i-manifestacija-kinoprojekcija-i-izlo%C5%BEbi.pdf> [27-6-2022]
8. Hrvatsko muzejsko društvo. (2015). *Noć muzeja*. Zagreb. Dostupno na: <http://hrmud.hr/noc-muzeja/> [17-7-2022]
9. Hrvatsko muzejsko društvo. (2021). *NOĆ MUZEJA 2021.GODINE- Zadaće muzeja u uvjetima kriza*. Zagreb. Dostupno na: <http://hrmud.hr/noc-muzeja-2021-zadace-muzeja-u-uvjetima-kriza/> [17-7-2022]

10. ICOM. (2020). *Conservation of museum collections*. Dostupno na: <https://icom.museum/en/covid-19/resources/conservation-of-museum-collections/> [16-7-2022]
11. Informatica museologica. (2021). *Muzeji u doba korone*. God. 52. Zagreb: Muzejski dokumentacijski centar.
12. Journal. (2022). *Noć muzeja 2022.: Gdje sutra možemo pogledati zanimljivu izložbu uživo?*. Dostupno na: <https://www.journal.hr/kultura/umjetnost-i-dizajn/noc-muzeja-2022-zagreb-sadrzaj-uzivo/> [18-7-2022]
13. Louvre. (2022). *Covid-19: advice for visitors*. Dostupno na: <https://www.louvre.fr/en/visit/covid-19-advice-for-visitors> [12-7-2022]
14. Maroević, I. (1993). *Uvod u muzeologiju*. Zagreb: Zavod za informacijske studije.
15. Maroević, I. (2003). *Muzejska izložba – muzeološki izazov*. IM 34 (3-4). Zagreb: Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti, Katedra za muzeologiju. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/file/207119> [15-7-2022]
16. Merritt, E. (2020). *Digital Tools for Pandemic Times*. American Alliance of Museums. Dostupno na: <https://www.aam-us.org/2020/11/18/digital-tools-for-pandemic-times/> [18-7-2022]
17. Ministarstvo kulture i medija. (2022). *Novom Odlukom propisane mjere za održavanje profesionalnih kulturno-umjetničkih izvedbi, programa i manifestacija*. Dostupno na: <https://min-kulture.gov.hr/vijesti-8/novom-odlukom-propisane-mjere-za-odrzavanje-profesionalnih-kulturno-umjetnickih-izvedbi-programa-i-manifestacija-21744/21744> [18-7-2022]
18. Museum Boijmans Van Beuningen. (2020). *Boijmans Ahoy drive-thru museum*. Dostupno na: <https://www.boijmans.nl/en/exhibitions/boijmans-ahoy-drive-thru-museum> [29-6-2022]
19. Muzejski dokumentacijski centar. (2022). *Posjećenost hrvatskih muzeja – kako posjetiteljima vratiti muzeje*. Newsletter, broj 160. Dostupno na: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-08-02-2022/> [2-6-2022]
20. NEMO. (2021). *Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe*. Dostupno na: https://www.nemo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf [9-6-2022]

21. Noć muzeja. (2022). *Noć muzeja '22*. HMD. Dostupno na: <https://nocmuzeja.hr/o-noci-muzeja/> [17-7-2022]
22. OECD. (2020). *Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors*. Dostupno na: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/> [18-7-2022]
23. UNESCO. (2021). *UNESCO report: museums around the world in the face of COVID-19*. Dostupno na: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376729_eng [9-6-2022]

9. Popis slika i grafova

| | |
|---|----|
| Slika 1. Pad posjetitelja od ponovnog otvaranja muzeja nakon prvog <i>lockdowna</i> | 4 |
| Slika 2. Sigurnost javnosti u muzeju ovisno o higijeni i mjerama fizičke distance..... | 5 |
| Slika 3. Oblici ljudskog komuniciranja | 8 |
| Slika 4. Virtualna izložba stalnog postava Etnografskog muzeja..... | 18 |
| Slika 5. Virtualna izložba Arheološkog muzeja u Zagrebu | 19 |
| | |
| Graf 1. Vrsta posjećenog sadržaja | 16 |

Utjecaj pandemije na komuniciranje muzeja putem izložaba

Sažetak

Prije tri godine pojavila se bolest Covid-19 koja je poharala svijet. Najednom smo se našli u situaciji u kojoj se činilo kao da nema izlaza. Bilo je potrebno mnogo mjera, zabrana, napora i inovacija kako bi se svijet vratio u predpandemijsko stanje. Od svih institucija, muzeji su bili jedni od jače pogođenih. U 2020. godini bili su prisiljeni zatvoriti svoja vrata. Normalno funkcioniranje muzeja omogućilo se ICOM-ovim smjernica koje su usmjerile muzeje i posjetitelje na neke bitne mjere te istaknule njihovu važnost. Hrvatski zavod za javno zdravstvo također je objavljivao tijekom posljednje 3 godine smjernice za razne institucije te kojih se epidemioloških mjera treba pridržavati kako bi se što više izbjeglo širenje virusa. Neke inovativne primjere održavanja izložaba uživo donijele su Nizozemska (partnerstvo između Muzeja Boijmans Van Beuningen i Rotterdam Ahoy), Italija (EGOpro Active Tag) te Francuska. No, većina muzeja okrenula se Internetu i digitalnim tehnologijama, pokušavajući se približiti svojim posjetiteljima. Važnost digitalnih kanala može se vidjeti u organizaciji manifestacije Noć muzeja koja je u posljednje dvije godine održana korištenjem Interneta te digitalne infrastrukture muzeja. Kako se pandemiji naizgled bliži kraj, tj. sve je manji broj zaraženih, tako se može vidjeti i vraćanje izložaba uživo, no uz prisutne epidemiološke mjere.

Ključne riječi: pandemija, muzej, muzejska izložba, tehnologija, digitalno

The impact of the pandemic on museum communication through exhibitions

Summary

Three years ago, the Covid-19 disease appeared and ravaged the world. Suddenly, we found ourselves in a situation where it seemed as if there was no way out. It took many measures, bans, efforts, and innovations to bring the world back to its pre-pandemic state. Of all the institutions, museums suffered the hardest and in 2020, they were forced to close their doors. The normal functioning of the museum was made possible by the ICOM guidelines, which directed museums and visitors to some important measures and emphasized their importance. During the last 3 years, the Croatian Institute of Public Health has also published guidelines for various institutions and which epidemiological measures should be followed to avoid the spread of the virus as much as possible. Some innovative examples of holding live exhibitions were brought by the Netherlands (partnership between Museum Boijmans Van Beuningen and Rotterdam Ahoy), Italy (EGOpro Active Tag) and France. However, most museums have turned to the Internet and digital technologies, trying to get closer to their visitors. The importance of digital channels can be seen in the organization of the Night of the Museum event, which was held in the last two years using the Internet and the museum's digital infrastructures. As the pandemic is ending, i.e., the number of infected people is decreasing, we can also see the return of live exhibitions, but with the current epidemiological measures in place.

Key words: pandemic, museum, museum exhibition, technology, digital