

Muzej antropologije - idejni koncept

Biličić, Lucija

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:131:371414>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-12-04**



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 – studij Muzeologije i upravljanja
baštinom

Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju – studij Antropologije

Diplomski rad

Muzej antropologije – idejni koncept

Lucija Biličić

Mentori: dr. sc. Darko Babić, doc.

dr. sc. Emil Heršak, izv. prof.

Zagreb, srpanj 2020.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem pod punom moralnom odgovornošću da sam diplomski rad *Muzej antropologije – idejni koncept* izradila potpuno samostalno uz stručno vodstvo mentora dr. sc. Darka Babića, doc. i dr. sc. Emila Heršaka, izv. prof. Svi podaci navedeni u radu su istiniti i prikupljeni u skladu s etičkim standardom struke. Rad je pisan u duhu dobre akademske prakse koja izričito podržava nepovredivost autorskog prava te ispravno citiranje i referenciranje radova drugih autora.

Vlastoručni potpis studentice

Lucija Biličić

Sadržaj

Uvod	6
1. Muzeji 21. stoljeća	7
1.1. Muzejska izložba kao sredstvo komunikacije	11
1.2. Društvena uloga muzeja – kritički dijalog o sadašnjosti	13
1.3. Muzeji kao središta kulture	16
1.4. Muzeji za sve	17
1.5. Participacija	19
2. O antropologiji	21
2.1. Podjela antropologije	21
2.1.1. Peta grana antropologije – primijenjena antropologija	24
2.2. Kratka povijest antropologije	25
2.3. Antropologija u Hrvatskoj	29
2.4. Zašto muzej antropologije?	30
3. Muzeji antropologije u svijetu	32
3.1. Musée de l'Homme, Paris – Muzej čovjeka, Pariz	34
3.2. Världskulturmuseet, Göteborg – Muzej svjetskih kultura, Göteborg	35
3.3. Tropenmuseum, Amsterdam	36
3.4. Museum of Archaeology and Anthropology, University of Cambridge – Muzej arheologije i antropologije Sveučilišta Cambridge	37
3.5. Museum of Anthropology, University of British Columbia, Vancouver – Muzej antropologije Sveučilišta Britanska Kolumbija, Vancouver	38
3.6. Museo Nacional de Antropología, Madrid – Nacionalni muzej antropologije, Madrid	39
3.7. Canadian Museum for Human Rights, Winnipeg – Kanadski muzej ljudskih prava, Winnipeg	40

3.8. Antropologija u hrvatskim muzejima	40
3.8.1. Muzej krapinskih neandertalaca, Krapina	42
3.8.2. Etnografski muzej, Zagreb	43
3.8.3. Arheološki muzej Zagreb	43
3.8.4. Hrvatski prirodoslovni muzej, Zagreb	43
3.9. Muzejske zbirke : korisnici muzeja	44
4. Muzej antropologije – idejni koncept	46
4.1. Muzejski predmeti i edukativna uloga muzeja	46
4.2. Vrijednosti, misija i vizija	47
4.3. Zakonodavni okvir i strateški plan	48
4.4. Upravljanje, djelatnici i odnos prema posjetiteljima	49
4.5. Istraživački rad, studenti i volonteri	50
4.6. Muzejska zgrada	51
4.7. Stalni postav	55
4.7.1. Čovjek kao kulturno biće	55
4.7.2. Etnocentrizam i kulturni relativizam	56
4.7.3. Antropocentrizam – ljudska vrsta u kontekstu biološke evolucije	57
4.7.4. Rase i rasizam	58
4.7.5. Sažeti pregled stalnog postava – interpretacija priče o čovjeku	60
4.8. Povremene izložbe	64
4.9. Edukativni programi i prostor za zajednicu	65
4.10. Dodatni sadržaji	66
4.11. Ciljane skupine korisnika	67
4.12. Društvene mreže i promocija	68
4.13. Financiranje	68

5. Idejni koncept u realnom kontekstu	69
Zaključak	71
Popis literature	73
Popis mrežnih izvora	76
Sažetak / Abstract / Zusammenfassung	79

Uvod

Antropologija je u Hrvatskoj mlada i općoj populaciji relativno nepoznata znanost. U najširem smislu, kao znanost o čovjeku¹, antropologija se javlja davno u prošlosti, no njezina institucionalizacija, odnosno utemeljenje znanstvene discipline, dogodilo se tek u 19. stoljeću. Danas je antropologija široko primjenjiva znanost, a zbog holističkog² pristupa koji je karakterizira, može pridonijeti rješavanju različitih izazova s kojima se suvremeni svijet suočava te pridonijeti „društvenoj pravednosti, globalnoj jednakosti i planetarnoj dobrobiti“³.

Muzeji⁴ su, iako tradicionalno mjesta koja prikupljaju, čuvaju i izlažu materijalna svjedočanstva ljudske povijesti, zapravo izvori znanja – mjesta na kojima ljudi (posjetitelji ili korisnici muzeja⁵) mogu doznati nove informacije, naučiti nove stvari, doći do novih spoznaja, dobiti nove ideje, kritički promišljati pa i preoblikovati vlastite perspektive i poglede na svijet. Stoga muzeji imaju mogućnost utjecaja na društvo, a uz kvalitetan rad i pristup, mogu dovesti do pozitivnih promjena u društvu.

Cilj je ovoga rada predstaviti idejni koncept muzeja antropologije u Hrvatskoj. Argumentirat će se potencijal takvoga muzeja, njegova važnost te uloga u kontekstu hrvatskoga društva i tržišta. Koncept muzeja temeljit će se na suvremenim muzeološkim teorijama, stoga će se u prvome dijelu rada pojasniti koje su to promjene i nove ideje koje muzeji u današnje vrijeme implementiraju u rad. Antropologija će kao znanost biti predstavljena u drugoj cjelini, u kratkom povijesnom pregledu te razvoju u Hrvatskoj, no naglasak će se staviti na potencijal koji znanost ima u okviru suvremenosti.

¹ http://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=fVhmXw%3D%3D (datum pristupanja: 15.01.2020.)

² Holizam (grčki ὅλος: sav, potpun - <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=25947> datum pristupanja: 21.6.2020.) – ideja da se određeni sustav treba promatrati kao cjelina, a ne pojedinačno po segmentima. U antropologiji temeljni pristup prema kojemu su za razumijevanje čovjeka potrebna saznanja o svim aspektima njegova kulturnoga i biološkoga postojanja (Sujoldžić 2015:90).

³ Kraj novopredložene definicije muzeja (ICOM, 2019.); slobodan prijevod, <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

⁴ Muzej – pojam dolazi od grčke riječi Mouseion grč. (Μουσείον - <https://en.wikipedia.org/wiki/Museum#Etymology> datum pristupanja: 21.6.2020.) – mjesto u kojem obitavaju božice umjetnosti – Muze (Vujić 2007:17).

⁵ Pojam *posjetitelji* označava ljude koji posjećuju izložbe; pojam *korisnici* odnosi se na sve pojedince koji koriste bilo koju uslugu koju muzej pruža (radionice, knjižnicu, virtualni sadržaj muzeja) (Miklošević 2017:12).

Treća cjelina obuhvatit će kritički osvrt i komparativnu analizu drugih muzeja antropologije u svijetu. Pod pojmom „muzej antropologije“ u ovome se kontekstu obuhvaćaju muzeji koji imaju etnološke, arheološke i/ili zbirke vezane uz evoluciju čovjeka, a koji se na određeni način bave cjelokupnim razvojem čovječanstva i kultura te progovaraju o suvremenim temama u globalnom kontekstu. Četvrta cjelina prikazat će idejni koncept muzeja antropologije u Hrvatskoj – ukratko će biti opisani muzejska zgrada i muzejski postav te svi dodatni sadržaji.

Muzejski postav temeljit će se na četverodijelnoj⁶ podjeli antropologije, no dijelovi neće biti striktno odvojeni, već će se ispreplitati – takvo će oblikovanje naglasiti holizam kao jednu od glavnih karakteristika antropologije. U posljednjoj, petoj cjelini, argumentirat će se potencijal muzeja antropologije u Hrvatskoj te će se analizirati mogućnost osnivanja muzeja i njegov potencijalni učinak u kontekstu hrvatskoga društva, tržišta i turizma. Obrazložit će se ciljevi djelovanja muzeja, a samim time i važnost antropologije kao suvremene znanosti.

Potrebno je napomenuti da je koncept muzeja prikazan u radu, iako uklopljen u realnu sliku hrvatskoga društva i tržišta, idejni, time i idealni, odnosno zamišljen na „najbolji“ mogući način – prema mišljenju autorice: onakav kakav bi jedan novoosnovani muzej trebao biti.

1. Muzeji 21. stoljeća

Klasično poimanje muzeja podrazumijeva zgradu u kojoj se nalaze predmeti izloženi u vitrinama koje razgledavaju visokoobrazovani pojedinci s afinitetom prema kulturi, odnosno kulturnoj baštini. Prema riječima danske muzeologinje Jette Sandahl, to je „intuitivna“ definicija muzeja: riječ *muzej* intuitivno se shvaća u svojoj višeslojnosti i složenosti, uz nepromjenjivu jezgru pojma koja podrazumijeva zbirku, odnosno predmete koji prenose informacije, emocije, sjećanje i znanje (2019:6). Nekoć je tome doista i bilo tako, no što su muzeji danas i tko su njihovi korisnici?

Prema trenutnoj⁷ definiciji ICOM-a⁸ muzej je „neprofitna, trajna ustanova u službi društva i njegova razvoja, otvorena javnosti, koja nabavlja, čuva, istražuje, komunicira i izlaže

⁶ Antropologija se tradicionalno dijeli da biološku/fizičku antropologiju, kulturnu/socijalnu antropologiju, lingvističku antropologiju i arheologiju. Petim poljem antropologije smatra se primijenjena antropologija, koja ima sve veću ulogu diljem svijeta (usp. Jurmain et al. 2011).

⁷ Definicija usvojena 2007. godine.

⁸ *International Council of Museums* – Međunarodni savjet za muzeje

materijalnu i nematerijalnu baštinu⁹ čovječanstva i njegove okoline u svrhu edukacije, istraživanja i uživanja¹⁰. Dakle, muzej je institucija koja služi društvu, koja postoji za društvo, odnosno za ljude. Bez ljudi, odnosno korisnika muzeja, svrha muzeja nije u potpunosti ispunjena. Uz to, svrha muzeja i dalje je očuvanje baštine. Zato muzeji prikupljaju, istražuju i čuvaju baštinu. Kako ta baština, najčešće u obliku muzejskih predmeta, ne bi isključivo postojala pohranjena u posebnim uvjetima u muzejskim čuvaonicama i bila skrivena od očiju javnosti, odnosno posjetitelja, potrebno ju je komunicirati. Glavni je oblik komunikacije muzejskih predmeta muzejska izložba, medij pomoću kojega posjetitelji imaju priliku vidjeti i upoznati baštinu. Drugi oblici komunikacije mogu biti edukativne radionice, muzejske publikacije, predavanja, tribine, virtualni sadržaji... sve to pridonosi upoznavanju javnosti s baštinom tako da ljudi mogu doznati nove informacije o baštini, istražiti je i uživati u njoj (usp. Maroević 2003).

Suvremeni svijet zahtijeva nova poimanja muzejskih institucija. Današnja publika¹¹ sve je zahtjevnija, tehnologija je postala sveprisutna, a muzeji se moraju boriti za svoje mjesto u moru aktivnosti koje konkuriraju kao potencijalan odabir za aktivnosti kojima ljudi mogu ispuniti slobodno vrijeme – boravak u prirodi, izleti, kino, koncerti, ali i, u najvećoj mjeri, *online* platforme za praćenje različitih audiovizualnih sadržaja te društvene mreže, no i virtualni oblici prezentiranja baštine – sve su to privlačne aktivnosti koje mogu „pobijediti“ odlazak u muzej. Stoga muzeji danas moraju ponuditi i nešto više.

Usto, svijet se kontinuirano mijenja i pred globalnu zajednicu postavlja nove izazove nastale uslijed globalizacije, masovnih migracija, klimatskih promjena, oružanih sukoba, društvene nejednakosti, globalne politike i raznih drugih fenomena s kojima se čitav planet danas susreće. Struka je prepoznala nove izazove, tako da se muzeji sve više mijenjaju i nastoje udovoljiti novim izazovima i zahtjevima. Važno je istaknuti da i hrvatski muzeji prate suvremene trendove, neki u većoj, a neki u manjoj mjeri.

Iako trenutna ICOM-ova definicija naglašava važnu ulogu društva u okviru cjelokupnijega poimanja baštine, posljednjih je desetljeća postalo jasno da je fokus rada

⁹ Baština – naslijeđe; kulturna baština – ukupnost materijalnih i nematerijalnih obilježja i praksa naslijeđenih iz prošlosti (Sujoldžić 2015:129); nastaje pridavanjem značenja nečemu što za onoga tko pridaje značenje ima određenu vrijednost.

¹⁰ http://archives.icom.museum/hist_def_eng.html; slobodan prijevod (datum pristupanja: 15.1.2020.)

¹¹ Pojam *publika* ovdje se odnosi na svekoliku javnost koja konzumira različite oblike kulturnih i društvenih sadržaja.

muzejskih institucija uvelike prešao s muzejskoga predmeta na korisnike muzeja te da muzeji moraju biti društveno odgovorni i angažirani. Stoga je u jesen 2019. godine na ICOM-ovoj konferenciji u Kyotu trebala biti usvojena nova definicija muzeja. Ona je trebala obuhvatiti suvremeni značaj i karakteristike muzeja, odnosno, postati „relevantnija i primjerenija muzejima u 21. stoljeću“ (Sandahl 2019:3). Predložena je definicija glasila:

„Muzeji su inkluzivni, polifoni prostori koji demokratiziraju i u kojima se odvija kritički dijalog o prošlostima i budućnostima. Odražavaju i bave se sukobima i izazovima sadašnjosti i za društvo koje im ih je povjerilo čuvaju artefakte, izložke i raznolike uspomene, čuvajući ih za buduće naraštaje, te jamče jednaka prava i jednaku mogućnost pristupa baštini svim ljudima. Muzeji su neprofitni. Omogućavaju sudjelovanje i transparentni su, a u aktivnome odnosu surađuju s i za raznovrsne zajednice radi prikupljanja, očuvanja, istraživanja, interpretiranja, izlaganja i poboljšanja razumijevanja svijeta, u nastojanju da pridonese čovjekovu dostojanstvu i društvenoj pravednosti, globalnoj jednakosti i planetarnoj dobrobiti.“¹²

Predložena definicija nije usvojena, odnosno, odluka o usvajanju nove definicije većinom je glasova odgođena¹³. U ovome se radu neće ulaziti u problematiku izglasavanja nove službene definicije muzeja, nego će se fokus staviti na pojedinačne elemente koje predložena definicija sadrži, a koji su relevantni za suvremeno poimanje muzeja.

Iz predložene je definicije jasno koje su temeljne funkcije muzeja: prikupljanje, očuvanje, istraživanje, interpretiranje, izlaganje. Muzeji i dalje služe kao mjesta čuvanja baštine, najčešće materijalne. Oni čuvaju baštinu za „buduće naraštaje te jamče jednaka prava i jednaku mogućnost pristupa baštini svim ljudima¹⁴“. Primarna djelatnost svih muzeja i dalje je organiziranje izložaba na kojima se izlažu muzejski predmeti. Ipak, muzeji danas trebaju nuditi bogatiji i raznolikiji sadržaj.

Suvremeni muzeji trebaju odgovarati kompleksnosti suvremenoga društva. Trebaju uzeti u obzir „kulturološki, društveni, ekonomski, politički i bilo koji drugi bitan kontekst unutar kojeg muzej nastaje te svakodnevne izazove s kojima se muzeji i kulturna zajednica

¹² Slobodan prijevod; <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

¹³ <http://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-10-9-2019/?fbclid=IwAR1ahQNqimgvWUVMgZsVuI8lsfT7Cu3LtaXFu3uy0aV1vcQQzYwvsmofh10#Kyoto> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

¹⁴ Slobodan prijevod; <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

susreću¹⁵. Muzeji trebaju biti društveno angažirani te poticati kritički dijalog. Stoga, u fokusu rada muzeja trebaju biti korisnici muzeja – ljudi. Muzeji su namijenjeni ljudima. Da nema ljudi, ne bi bilo ni baštine. A kako bi muzeji pridonijeli društvu zbog kojega postoje, osim komuniciranja prošlosti, trebaju biti usredotočeni na sadašnjost i okrenuti prema budućnosti. Kao što govori i predložena nova definicija, muzeji su prostori „u kojima se odvija kritički dijalog o prošlostima i budućnostima“ te koji „odražavaju i bave se sukobima i izazovima sadašnjosti“¹⁶.

Muzeji su inkluzivni, što znači da su otvoreni za sve i za svakoga. Trebaju, dakle, slušati zajednicu u kojoj djeluju te je na različite načine uključivati u svoj rad i kreiranje sadržaja. Time muzeji daju glas „malome čovjeku“, odnosno društvu zbog kojega i za koje muzej uopće i postoji (usp. Ames 1990:161). Na taj se način ostvaruje kritički dijalog i muzeji postaju društveno angažirani. Osim toga, inkluzivnost podrazumijeva da je muzej prostor u kojemu se svaki pojedinac osjeća ugodno, dobrodošlo i neugroženo. Bilo da se radi o osobi s invaliditetom ili osobi koja pripada određenoj nacionalnoj manjini, u muzejima nema mjesta za diskriminaciju i netoleranciju bilo kakve vrste.

Na kraju, predložena definicija opisuje „više“ ciljeve čijem ostvarenju muzejske institucije mogu doprinijeti: muzeji mogu pridonijeti poboljšanju „razumijevanja svijeta“ te „čovjekovu dostojanstvu i društvenoj pravednosti, globalnoj jednakosti i planetarnoj dobrobiti“¹⁷. Iako takve riječi zvuče pomalo *klišeizirano* te bi neki rekli da je takvo što možda i nemoguće (pogotovo ako su u pitanju manji, lokalni muzeji), muzeji doista imaju potencijal za ostvarivanje navedenih ciljeva. To je ujedno i jedna od dodirnih točaka muzeologije i antropologije – u samoj je srži antropologije da u javnosti nastoji podignuti razinu razumijevanja i poštivanja drugih [kultura] (usp. Omohundro 2008:361).

Iako je predložena definicija naišla na mnogobrojne kritike, kao što je već navedeno, definicija sama po sebi nije tema ovoga rada. No, iz nje je jasno vidljivo da se prioriteta muzejskih institucija mijenjaju te da je danas potrebno sagledati muzeološki rad u mnogo širem kontekstu.

¹⁵ <http://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-10-9-2019/?fbclid=IwAR1ahQNqimgvWUVMgZsVuI8lsfT7Cu3LtaXFu3uy0aV1vcQQzYwvsmofh10#Kyoto> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

¹⁶ Slobodan prijevod; <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

¹⁷ Ibid.

1.1. Muzejska izložba kao sredstvo komunikacije

Izložba je „najčešći oblik muzejskog komuniciranja“ (Maroević 2003:13). Komuniciranje će se ovdje definirati na najjednostavniji način – kao prenošenje poruke, odnosno informacija. Izložba je „stvaralački čin u kojemu se prikazuju i tumače pojedini fenomeni i znanje o njima u specifičnom odnosu prošlosti i sadašnjosti“ (Ibid.) – to je raspored predmeta i muzeografskih pomagala u prostoru kojemu je cilj prenijeti određenu informaciju ili izazvati određeni doživljaj osobi koja želi primiti poruku. Komunikacija se u muzejima odvija i na druge načine, primjerice putem edukativnih radionica, tematskih predavanja, tribina ili publikacija, no muzejska je izložba ipak temeljni medij (Ibid. 14). To je „oblik prezentativne muzejske komunikacije, (...) organizirani sustav unutar kojega i pomoću kojega muzej prezentira društvenoj i kulturnoj javnosti poruke sadržane u muzejskim predmetima“ (Maroević 1993:201).

Okosnica su muzejske izložbe muzejski predmeti koji se izlažu na izložbi. To su najčešće predmeti materijalne baštine koji se čuvaju u muzeju u kojemu se organizira izložba ili su posuđeni od drugih muzeja, institucija ili pojedinaca. Uz originalne muzejske predmete, na izložbi su nužna i muzeografska pomagala koja nadopunjuju interpretaciju muzejskih predmeta – bilo da se radi o tekstu, slici, audiovizualnome zapisu, digitalnome mediju ili nekome drugom predmetu. Muzeji su „institucije utemeljene na predmetima“ – „to je ono što ih razlikuje od drugih društvenih i kulturnih institucija“ (Hooper-Greenhill 1995:10). Ipak, sve se češće muzejski postavi oblikuju uz pomoć slika, teksta, digitalnih tehnologija, interaktivnih sadržaja i „običnih“ predmeta - predmeta koji nisu originalna svjedočanstva materijalne baštine. Takvo je oblikovanje posljedica suvremenih poimanja uloge muzeja kao baštinske institucije – cilj muzeja više nije samo izložiti sakupljene predmete, već je potrebno prenijeti određenu ideju, odnosno poruku. Sagledavajući razvoj muzeja tijekom 20. stoljeća, jasne su promjene vezane uz količinu muzejskih predmeta izloženih u muzejskim postavima: početkom stoljeća bilo je važno izložiti što je moguće više predmeta iz zbirke. Do tada se smatralo da izloženi predmeti najbolje komuniciraju upravo samim time što su izloženi (usp. Vergo 1989:48). Postupno se velika količina predmeta počela nadopunjavati tekstualnim legendama. Nakon toga, muzeji su počeli organizirati razne edukativne programe. Kako su se uvodile inovacije, tako se izlagalo sve manje predmeta (usp. Conn 2010:25). Danas, kada se od muzeja očekuje da pruže posebno iskustvo, odnosno doživljaj, potrebno je upotrebljavati najrazličitije alate i medije kako izložba ne bi bila „samo“ niz izloženih muzejskih predmeta – posjetitelji žele interakciju, sudjelovanje, nezaboravno iskustvo. Takvo je što teško postići isključivo s

predmetima i pripadajućim legendama. Prema riječima Tomislava Šole, od „muzeja se najprije tražilo da postanu pristupačni publici¹⁸. Nakon toga tražilo se da postanu razumljivi. Danas se (...) zahtijeva da postanu privlačni“ (2011:130).

Bez obzira na sadržaj izložbe, cilj izložbe u teoriji je uvijek isti – prenijeti poruku. No, prenesena poruka nije uvijek ista. Za početak, ono što će sam muzejski predmet prenijeti ne ovisi isključivo o njemu samome. Određeni predmet može ispričati više od jedne priče – što će predmet „govoriti“ ovisi o interpretaciji onoga tko stvara priču (izložbu) (usp. Vergo 1989:54). Prema riječima Ludmille Jordanove, predmeti pokreću nizove ideja i slika koje nadilaze inicijalnu početnu točku. Ipak, način na koji su predmeti prezentirani samo djelomično određuje ono što će posjetitelj primiti kao poruku ili doživjeti kao iskustvo (1989:23). Shvaćanje poruke ovisi o društvenome kontekstu iz kojega svaki pojedinačni posjetitelj dolazi. Svaki je čovjek rođen u određenoj društvenoj zajednici, odgojen na određen način, svatko ima drugačije obrazovanje, interese, mišljenja, imaginaciju, poglede na određene stvari. Svatko je „oblikovan“ na način na koji je na tu osobu utjecala neposredna okolina u kojoj je odrasla i u kojoj živi, uz tradicije i ostale kulturne prakse kojima je bila izložena. Dakle, svatko ima svoj pogled na svijet. U tome je kontekstu značenje predmeta arbitrarno, a samim time i promjenjivo (usp. Taborsky 1990). S obzirom na to da je kultura sama po sebi društveni konstrukt (usp. Omohundro 2008:42), tako će i poruka koju primatelj – posjetitelj izložbe – dobije biti drugačija od pojedinca do pojedinca, konstruirana na temelju njegova iskustva. Stoga muzejski „predmet ima značenje¹⁹ samo unutar [određenog] društvenog okvira“ (Taborsky 1990:69).

Cilj je izložbe prenijeti „zanimljivu i stimulativnu poruku“ (Šola 2011:128 prema Wittlin 1971) koju su zamislili kustosi. Kako bi posjetitelj primio poruku, za to ponajprije treba pokazati interes. Definira li se izložba kao skup znanja i ideja o određenoj temi koje su do tog trenutka poznate (Maroević 2003:15), informacije o toj temi koje će posjetitelj primiti ovise o društvenome kontekstu iz kojega posjetitelj dolazi. Ipak, izložba nije konačan skup informacija, ona „uvijek otvara i neke nove horizonte, upućuje na neka nova promišljanja suodnosa stvari što ga je moguće očitati tek u atmosferi doživljaja cjeline izložbene zamisli“ (Ibid. 15). Stoga

¹⁸ Prema Ž. Miklošević pojam *publika* „dolazi iz medijskog istraživanja gledatelja/slušatelja kasnih šezdesetih godina, a danas se njime u engleskom jeziku u muzejskom kontekstu koristi u širokom značenju za sve ljude koji se u nekom svojstvu mogu staviti u odnos s muzejom“. U hrvatskom je jeziku *publika* zamijenjena pojmovima *korisnik* i *posjetitelj* (2017:12).

¹⁹ Predmet nema značenje sam po sebi. Značenje je uvijek dodijeljeno predmetu, ono je društveno konstruirano. Ovdje je važno istaknuti da predmet ne mora imati (i često nema) isto značenje za kustosa i za posjetitelja izložbe, a značenje može ovisiti i o mjestu i vremenu u kojemu se predmet izlaže (usp. Maroević 1995; Taborsky 1990:70).

je muzejska izložba iznimno pogodan medij za poticanje novih ideja i kritičkoga promišljanja kod posjetitelja – prema riječima T. Šole, prevladavajuće je mišljenje da se u muzejima moraju pojavljivati jasni zaključci, a ne teze (Šola 2011:96). S obzirom na to da muzejski predmeti odražavaju (objektivnu) „realnost“ (usp. Maroević 1995), a svako društvo interpretira „objektivnu realnost“ na svoj način (čime ta realnost postaje subjektivna, pa je time i značenje predmeta subjektivno) (usp. Park 2008:386) – upravo muzeji mogu poticati na promišljanje i donošenje vlastitih zaključaka temeljenih na vlastitome znanju i perspektivama, ali i novim idejama i znanjima proizašlima iz poruke koju je muzejska izložba poslala.

1.2. Društvena uloga muzeja – kritički dijalog o sadašnjosti

U antropološkom je kontekstu važno napomenuti da se pojam muzeja veže uz zapadnjačku, točnije europsku povijest. Muzeji su arhetipske institucije, stvorene kao jedan od karakterističnih elemenata europske kulture, a svrha im je očuvanje predmeta i uzoraka kojima mogu prenositi vlastitu izravnu i jedinstvenu poruku (Pearce 1995:15). Iako je to tema koja zaslužuje zaseban rad, potrebno je istaknuti da se i koncept muzeja antropologije predstavljen u ovome radu temelji na europskim poimanjima muzeja te da je poruka koju prenosi prvenstveno namijenjena „Zapadnjacima“ – upravo kako bi se osvijestila činjenica da „naša realnost“ nije svačija realnost.

Cijela je zemaljska kugla danas u vrtlogu dinamičnih promjena. Gotovo da nema kutka svijeta koji nije podlijegao nekome globalizacijskom procesu. Cijeli je svijet dostupniji nego ikada prije, bilo fizički ili virtualno. Čovječanstvo svjedoči nevjerojatnome razvoju tehnologije i medicine, što u većini dijelova svijeta rezultira poboljšanjem kvalitete života. Ipak, razvoj za sobom donosi i niz negativnih posljedica. Tako se svijet danas suočava s klimatskim promjenama, prirodnim katastrofama, različitim vrstama migracija, siromaštvom, bolestima i pandemijama, oružanim sukobima i ratnim razaranja te sve većim nejednakostima (socijalnim i ekonomskim). Mnogi u svakodnevnome životu tih promjena nisu ni svjesni, no oni kojih se navedeni procesi tiču itekako osjete posljedice suvremenoga načina života.

Suvremeni je način života dosegao kritičnu točku – sve je jasnije da svijet više nije održiv na način na koji trenutno funkcionira. Suvremeni trendovi i promjene koje se događaju na direktan ili indirektan način utječu i na rad muzeja pa se muzeji neprestano moraju

prilagođavati različitim situacijama²⁰ (usp. Sandahl 2019:6). No, to im daje i veliku mogućnost za pozitivne promjene i djelovanje u vlastitoj okolini. Muzeji bi trebali adekvatnije progovarati o složenosti suvremenoga života i kompleksnim temama (Ibid. 3) koje nadilaze okvire većine stalnih postava mnogobrojnih muzeja. Muzejske institucije svojim radom i djelovanjem imaju potencijal senzibilizirati društvo o izazovima s kojima se svijet susreće, kako na lokalnoj, tako i na globalnoj razini, te potaknuti ljude na društveni angažman i aktivno djelovanje.

Muzejski postavi najčešće predstavljaju prošlost (usp. Jordanova 1989:25) – ipak se radi o predmetima istrgnutima iz određenoga vremena i prostora, iz njihove realnosti iz koje su premješteni u novi, muzejski kontekst te na taj način predstavljaju originalni kontekst – pričaju svoju priču²¹. „Muzejska je izložba svojevrsna imaginarna stvarnost prošlosti ostvarena zbiljskim muzejskim predmetima u sadašnjosti“ (Maroević 2003:17). No, žele li muzeji danas biti društveno odgovorni i angažirani, trebaju se usredotočiti na sadašnjost i okrenuti prema budućnosti.

Muzeji nisu i ne mogu biti neutralni. S obzirom na karakteristike suvremenoga muzeja istaknute u predloženoj novoj definiciji, od muzeja se očekuje da budu društveno angažirani – to podrazumijeva da muzej zauzima određeno stajalište u vezi s relevantnim suvremenim temama. Stoga više nije upitno drže li muzeji do određenih vrijednosti, nego je važno znati koje su to vrijednosti i na koji ih način muzej komunicira (usp. Sandahl 2019:6). Mogućnosti kojima baština sama po sebi, ali i u obliku različitih oblika rada muzeja i programa koji iz toga rada proizlaze, može doprinijeti kvaliteti života, baštinskim su institucijama dodijelile ulogu društvene odgovornosti. S druge strane, i u čovjekovoj su percepciji muzeji institucije koje predstavljaju „istinu“ (čija god to istina bila) – muzejski su postavi utemeljeni na znanstvenome radu, što uglavnom podrazumijeva rezultate u obliku potvrđenih činjenica²². Osim toga, muzeji su institucije prema kojima ljudi iskazuju povjerenje (usp. Brown 2019:2)²³. Stoga muzeji i

²⁰ Za primjer se može navesti aktualna pandemiju koronavirusa koja je prisilila muzeje u svim dijelovima svijeta da privremeno zatvore svoja vrata. Mnogi su se muzeji, ali i druge kulturne institucije, vrlo brzo prilagodile novonastaloj situaciji i svoje djelovanje premjestile u virtualni prostor.

²¹ Usp. van Mensch 1990 prema Stransky 1974; usp. Maroević 1995 prema Stransky 1970; usp. Maroević 1995:36.

²² Usp. <https://icom.museum/en/news/museums-do-not-need-to-be-neutral-they-need-to-be-independent> (datum pristupanja: 4.1.2020.)

²³ Karen Brown u članku *Museums and Local Development: An Introduction to Museums, Sustainability and Well-being* (2019.) spominje istraživanje o percepciji muzeja u javnosti koje je 2013. godine u Velikoj Britaniji

druge baštinske institucije imaju veliku društvenu odgovornost prema zajednicama u kojima djeluju (Ibid.), dok istovremeno imaju i potencijal biti pokretačima društvenih promjena. Zato muzeji ne bi trebali ignorirati izazove s kojima se zajednice susreću, kao ni vlastiti potencijal, stvarajući pritom dojam neutralnosti²⁴ - odluka da muzej ne progovara o društvenoj nejednakosti, diskriminaciji ili klimatskim promjenama ne predstavlja neutralnost, već odabir, odnosno jasno iskazivanje stavova²⁵.

Bez obzira na tip muzeja, odnosno temu i sadržaj zbirke, svaki postojeći muzej može postati društveno angažiran. Uz jasno postavljene ciljeve i dozu kreativnosti, umjetnički muzej može pričati priču o (de)kolonizaciji, povijesni muzej o feminizmu, a etnografski o socijalnoj nejednakosti. Okretanje prema društvenoj angažiranosti ne znači da se u drugi plan stavljaju temeljne muzeološke aktivnosti – sabiranje, istraživanje, zaštita baštine i njezina prezentacija. Bez toga muzej ne bi niti postojao, stoga ne treba misliti da su te temeljne funkcije ugrožene. Potrebno je ostvariti ravnotežu između njih i novih nastojanja da muzej počne djelovati u zajednici – to je izazov koji je vrijedno prihvatiti kako bi muzej ostao relevantan u svojem okruženju²⁶.

Neovisno o tome radi li se o većemu muzeju u urbanome središtu ili malome, lokalnom muzeju u manjem gradiću ili ruralnom području – muzeji mogu biti mjesta društvenih promjena te ujedno služiti kao primjer svojim zajednicama u vezi s time kako svaki pojedinac može potaknuti i ostvariti pozitivne promjene²⁷. Potrebno je podsjetiti ljude da težište premjeste s prošlosti na sadašnjost te da svatko ima ulogu u stvaranju budućnosti, kako vlastite, tako i zajedničke²⁸. Muzeji u tome mogu pomoći tako da se uz pomoć povijesti koju sadrže usredotoče na sadašnjost i gledaju u budućnost.

provela britanska organizacija Museum Association - <https://www.museumsassociation.org/news/03042013-public-attitudes-research-published> (datum pristupanja: 4.5.2020.).

²⁴ Usp. <https://medium.com/@steward.lindsey/museums-are-not-neutral-a-discussion-on-why-there-is-no-museum-neutrality-in-museum-education-526e8de21f77> (datum pristupanja: 19.12.2019.)

²⁵ <https://icom.museum/en/news/museums-do-not-need-to-be-neutral-they-need-to-be-independent> (datum pristupanja: 4.1.2020.)

²⁶ Usp. <https://medium.com/@steward.lindsey/museums-are-not-neutral-a-discussion-on-why-there-is-no-museum-neutrality-in-museum-education-526e8de21f77> (datum pristupanja: 19.12.2019.)

²⁷ Ibid.

²⁸ Usp. <https://time.com/5670807/museums-definition-debate> (datum pristupanja: 15.4.2020.)

1.3. Muzeji kao središta kulture

„Muzeji kao središta kulture: budućnost tradicije“ bila je tema prošlogodišnjega (2019.) Međunarodnog dana muzeja. Iako se dan službeno obilježava 18. svibnja, tema je aktualna tijekom cijele godine. Fokus prošlogodišnje teme bio je upravo na promjenama koje se događaju u cjelokupnome poimanju muzeja. Iako su nekoć bili „statične“ institucije, „muzeji se danas redefinišu i postaju više interaktivni, usmjereni na korisnike, orijentirani na zajednicu, fleksibilni, prilagodljivi i mobilni. Postali su kulturnim središtima koja djeluju kao platforme u kojima se kreativnost udružuje sa znanjem i u kojima posjetitelji također mogu stvarati, dijeliti i ostvarivati interakciju“. Muzeji navedene nove ciljeve ostvaruju uz pomoć već postojećih zbirki, tražeći nove načine njihove prezentacije, odnosno komunikacije – tradicijama pridaju nova značenja s namjerom da prenesu poruke budućim generacijama i vrlo raznolikoj suvremenoj publici²⁹.

Mnogo je razloga zbog kojih ljudi posjećuju muzeje: želja za novim znanjem, potraga za informacijama, osjetilno iskustvo, kontemplacija, provođenje kvalitetnog vremena s obitelji ili prijateljima, nova iskustva... Koji god bio povod za odlazak u muzej, on podrazumijeva odabir posjeta muzeju kao načina ispunjavanja slobodnoga vremena. No, muzeji danas mogu i trebaju osigurati i nešto drugo: „javno mjesto pogodno za druženje, kreativan odmor, duhovnu rekreaciju, priliku za kontemplaciju, za stjecanje znanja, za neformalno školovanje, za društveni aranžman“ (Šola 2011:132). To su razlozi zbog kojega se na muzeje sve više gleda kao na mjesta koja djeluju kao mjesta susreta – središta kulture u kojima se sastaju i isprepliću različiti ljudi i različite ideje.

Prema riječima T. Šole, „suvremeni muzej ne informira, on komunicira“ (Ibid. 141). Komunikacija obično podrazumijeva dvosmjernan proces, što znači da muzeji trebaju težiti uspostavljanju aktivnijega odnosa s korisnicima, kako bi se ostvarila komunikacija u smjeru posjetitelj-muzej. Način za postizanje takve komunikacije upravo je participacija – bilo da se radi o sudjelovanju kroz interaktivni muzejski postav ili da muzej služi zajednici kao društveni centar – mjesto na kojemu se ljudi mogu susresti, razgovarati, razmjenjivati ideje, osmišljavati projekte, učiti, a sve to s ciljem osnaživanja lokalne zajednice i zajedničke izgradnje bolje

²⁹ <https://icom.museum/en/news/imd2019-museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition> (datum pristupanja: 2.2.2020.)

budućnosti. Na taj se način i muzej kao javna institucija, ali i svaki aktivni pojedinac zalaže za zajedničku dobrobit, kako na osobnoj, tako i na kolektivnoj razini (usp. Brown 2019:3).

Muzej na različite načine može uključiti pojedince u zajedničke aktivnosti. Te aktivnosti ne moraju nužno uvijek biti usko vezane uz muzejske zbirke – nužno je prepoznati potrebe lokalne zajednice i djelovati u tom smjeru (usp. Dufresne-Tassé 1995:245). Muzej može organizirati edukativna predavanja, interaktivne radionice, projekte koji obuhvaćaju suradnju muzejskoga osoblja i pripadnika zajednice, ali može i ponuditi svoj prostor pojedincima koji imaju vlastitu ideju za određenu aktivnost, a nemaju je gdje provesti u djelo. Važno je prepoznati potrebe zajednice i izazove koji se nameću u suvremenome društvu te podržati inicijative koje potiču suočavanje s tim izazovima. Stoga muzej treba okupljati ljude radi razmjene ideja, stvaranja osjećaja pripadnosti i identiteta, empatije, razumijevanja i svijesti o razlikama, sve s ciljem da se promiče refleksivnost i kritičko promišljanje te da se stvori prostor za dijalog i djelovanje. Jednostavnije rečeno – treba težiti poboljšanju kvalitete života zajednice (usp. Sandahl 2019:5).

Nužno je još jednom napomenuti da okretanje muzeja prema zajednici ne podrazumijeva zanemarivanje temeljnih muzeoloških aktivnosti i rada s muzejskim predmetima. Područje djelovanja muzeja na ovaj se način samo širi i pridodaje u fokus muzejske korisnike. Potrebno je pronaći ravnotežu između uloge stručne institucije i uloge društvenoga središta u službi lokalne zajednice (Ibid. 9).

1.4. Muzeji za sve

Ustaljeno je mišljenje da muzeje posjećuju visokoobrazovani ljudi te da kulturu konzumiraju privilegirani pojedinci s interesom za umjetnost ili povijest. U nekim prošlim vremenima, ta je teza uvelike bila i točna, no danas su muzeji pristupačniji svim društvenim skupinama više nego ikada prije. Osim toga, podigla se i svijest o tome da muzeji trebaju biti namijenjeni svima, da među muzejskim posjetiteljima trebaju postojati najrazličitija demografska obilježja te da muzeji trebaju biti otvoreniji prema marginaliziranim skupinama. Svi trebaju imati jednaka prava pristupa baštini (Ibid. 8).

Mnogi muzeji rade na prilagođavanju svojih postava osobama s invaliditetom – i osoba oštećena vida ili sluha, osoba koja se kreće uz pomoć invalidskih kolica ili osoba s

intelektualnim teškoćama³⁰ može uživati u muzejskoj izložbi i doživjeti nova iskustva. Također, posjetitelji se u muzeju ne smiju susretati ni s kakvom vrstom diskriminacije. Na muzejima je, između ostaloga, odgovornost da senzibiliziraju javnost o tome koliko su ljudi međusobno različiti i da potiču poštovanje prema svakom obliku različitosti, ali i da pojasne da su svi ljudi, bez obzira na razlike, u biti zapravo isti.

Hrvatsko je društvo relativno homogeno³¹, stoga se u vijestima svakodnevno ne čuju priče o diskriminaciji na temelju etničke pripadnosti, roda, religijskih uvjerenja ili nekog drugog obilježja. Važno je naglasiti riječ *svakodnevno*, jer to ne znači da takvih priča u stvarnosti nema. No, svijest većine, kao i fokus medija, većim je dijelom usmjerena na druge teme³². Ipak, i u takvim se društvima pojedinci susreću s različitim oblicima diskriminacije³³, a većina je društva „programirana“ tako da prema nekome tko je na bilo koji način drugačiji osjeća određene predrasude. Predrasude obično proizlaze iz drugačije kulturne perspektive, a upravo je u moći muzeja da potiče kulturnu razmjenu i razvijanje međusobnog razumijevanja među ljudima te doprinosi suradnji i toleranciji među različitim skupinama ljudi³⁴. Tim ciljevima doprinosi i antropologija, stoga će upravo na temama različitosti, sličnosti i kulturne tolerancije biti fokus muzeja antropologije.

Muzeji moraju i kritički sagledati svoje izložbene postavke kako bi uvidjeli ima li u njima elemenata društvene nepravde. Gledajući ponovno hrvatski kontekst, problem repatrijacije ili podzastupljenost određene etničke zajednice u određenome muzejskom kontekstu u Hrvatskoj nisu glavni problemi³⁵, no važno je biti svjestan činjenice da i muzejski postavi moraju biti pravedni, time i inkluzivni.

³⁰ <https://posi.hr/pojmovnik> (datum pristupanja: 15.4.2020.)

³¹ U odnosu na države čije je stanovništvo u većoj mjeri multikulturalno, primjerice SAD ili Velika Britanija.

³² Teme poput, primjerice, politike ili ekonomije, koje su u stvarnosti i same izvor diskriminacije i nejednakosti.

³³ Kao primjer se mogu navesti pripadnici nacionalnih manjina (u Hrvatskoj posebice Romi), migranti, žene, beskućnici...

³⁴ Usp. <https://icom.museum/en/news/imd2019-museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition> (datum pristupanja: 2.2.2020.)

³⁵ Kao u velikim svjetskim muzejima čije su zbirke prepune predmeta dopremljenih iz nekadašnjih kolonija ili muzeji koji u svojim postavima zanemaruju priču o određenoj etničkoj skupini koja je imala važnu ulogu u povijesti lokalne sredine.

Uspostavljanje inkluzivnog muzeja nije proces koji ima kraj. Uvijek postoje mogućnosti za poboljšanje i uvijek će se naći pojedinci ili skupine koje će se iz određenoga razloga osjećati zakinjuto. No, biti inkluzivan znači biti svjestan drugih – biti orijentiran prema drugim ljudima, prema posjetiteljima koji dolaze iz najrazličitijih životnih okolnosti. Biti inkluzivan znači biti svjestan potreba drugih i pokušati omogućiti sve kako bi se posjetitelji osjećali ugodno, sigurno i dobrodošlo³⁶. Preduvjet za inkluziju upravo je „vođenje komunikacije u ozračju poštovanja i uvažavanja različitosti životnih prilika i stilova. Važno je i znati da inkluzija počinje autorefleksijom, introspekcijom i da nikad ne završava“³⁷. Važnost ove teme ove je godine u fokus stavio ICOM određivši temu ovogodišnjeg Međunarodnog dana muzeja – „Muzeji za jednakost: različitost i uključivost“³⁸.

1.5. Participacija

Komunikacija kao dvosmjernan proces od suvremenog posjetitelja očekuje, odnosno posjetitelju se treba ponuditi – participacija (Šola 2011:122). A participacija je ništa drugo nego „oblik povratne informacije“ (Ibid. 124). Očekivanja korisnika muzeja danas su zahtjevnija nego prije. Ljudi više ne želi pasivno iskustvo, ne žele „samo“ prisustvovati kulturnom događaju ili posjetiti kulturnu instituciju – žele na određeni način sudjelovati, biti dio nečega i doživjeti posebno iskustvo – posjetitelji traži sudjelovanje (usp. Simon 2010:ii; Maton-Howarth 1990:188³⁹).

Tradicionalni muzejski postavi koji ne pružaju mnogo više od samih muzejskih predmeta i tekstualnih legendi sve teže privlače široki spektar korisnika. Interaktivna iskustva mnogo su privlačnija od pukog promatranja i upijanja teksta (usp. Maton-Howarth 1990:189). Interaktivni postavi jedan su od načina participacije u muzeju, a mogu se postići na različite

³⁶ Usp. tekst Cecile Shellman na <https://www.aam-us.org/2019/02/20/a-totally-inclusive-museum> (datum pristupanja 15.4.2020.)

³⁷ T. Cukrov, <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-2-7-2019/#mdm> (datum pristupanja: 19.3.2020.)

³⁸ <http://imd.icom.museum/international-museum-day-2019/museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition> (datum pristupanja: 3.2.2020.); s obzirom na to da se Međunarodni dan muzeja održavao usred pandemije koronavirusa, tema je bila prilagođena pa je fokus prešao na digitalnu inkluziju: <https://icom.museum/en/news/less-than-one-month-to-imd-2020-lets-talk-digital-inclusion> (datum pristupanja: 25.4.2020.).

³⁹ Maton-Howarth prema Museum Association 1977:1.

načine, primjerice aktiviranjem drugih osjetila osim vida (izložci koji se mogu doživjeti taktilno, olfaktivno, auditivno ili čak gustativno), tehnološkim rješenjima ili igrom. Koji god odabir bio, interakcija mora rezultirati otkrivanjem nove informacije (Ibid. 194).

No, participacija je i dio šire slike muzeja, težnje da se muzej ostvari kao središte kulture. Da bi se to postiglo, posjetitelje treba poticati na sudjelovanje u različitim aktivnostima – bilo da su one fizički dio izložbe ili dio popratnog programa – ali i poticati na međusobnu komunikaciju i suradnju (usp. Simon 2010:26). Muzeji su mjesta na kojima se pojedinac može povezati s drugim pripadnicima svoje zajednice. Tako se stvara homogenija zajednica ljudi. U današnjem svijetu u kojemu tehnologija i društvene mreže upravljaju čovjekovim životom, ljudi su otuđeni gotovo pa i sami od sebe, a posebno od drugih oko sebe. Muzeji mogu doprinijeti stvaranju čvršćih veza među pojedincima, razumijevanju među ljudima, prihvaćanju različitosti i stvaranju svijesti o tome da nitko nije sam na svijetu – da stranac na ulici ne mora biti stranac, da svaka osoba u sebi nosi jedinstvenu životnu priču i da svaki pojedinac s kojim se osoba susretne može postati znanac, suradnik, prijatelj⁴⁰.

Nina Simon institucije koje potiču posjetitelje na participaciju definira kao mjesta na kojima posjetitelji mogu stvarati sadržaj, dijeliti ga i pomoću njega se povezivati. Pri tome „stvarati“ znači doprinositi vlastitim idejama ili predmetima; „dijeliti“ znači razgovarati, diskutirati, ponijeti kući, razmjenjivati, redistribuirati; „povezivati“ znači socijalizirati se s drugim ljudima koji dijele zajednički interes, kako zaposlenicima, tako i posjetiteljima (usp. 2010:ii). Kreativne su mogućnosti participacije bezbrojne, no svaki oblik participacije mora biti pomno dizajniran. Upute i ciljevi moraju biti jasni (Ibid. 22), a aktivnost treba aktivirati kognitivne, kreativne i/ili fizičke sposobnosti (Ibid. 18). Ako određena aktivnost nije promišljeno dizajnirana, onda nema svrhu – posjetiteljima čak može biti odbojna, a ne ostvaruje nikakve ciljeve (primjerice, ako upute nisu jasne ili ako je tablet postavljen tek toliko da u muzej bude uvedena digitalna tehnologija, bez jasnih ciljeva). Osim toga, nužno je biti svjestan činjenice da participacija nije za svakoga ili da određene vrste participacije ne odgovaraju svima (Ibid.). Svaki je posjetitelj individualan i ne može se očekivati da će svakoj osobi biti ugodno ulaziti u interakciju s drugim, nepoznatim posjetiteljima ili da će htjeti pridonijeti izložbi ostavljanjem vlastite poruke na zidu. Ipak, svrha je participacije da muzej uspostavi osobniji pristup prema posjetiteljima. A uz osobniji pristup ljudi se osjećaju dobrodošlo i ugodnije – muzej na taj način posjetiteljima daje do znanja da mu je stalo do svakog pojedinog posjetitelja,

⁴⁰ Usp. Nina Simon, TEDx Talk 2012. *Opening up the Museum*
<https://www.youtube.com/watch?v=aIcwIH1vZ9w&t=2s> (datum pristupanja: 1.5.2020.)

svake osobe individualno. Samim time, osobni pristup potiče ljude na participaciju upravo zbog toga što pruža osjećaj samopouzdanja i motiviranosti za sudjelovanjem (Ibid. 32). Na kraju, važno je istaknuti da participativnim aktivnostima profitiraju i posjetitelji i muzej. „Najbolji participativni projekti stvaraju nove vrijednosti za instituciju, sudionike i one članove javnosti koji nisu sudjelovali“ (Ibid. 5). Ako muzej nije usredotočen na korisnike, „ako mu nije stalo do ishoda posjetiteljeva sudjelovanja, zašto bi posjetitelji trebali sudjelovati“ (Ibid. 17)?

2. O antropologiji

Antropologija (grč. *anthrōpos* – čovjek + *logos* – znanost)⁴¹ je holistička znanost koja proučava ljudsku vrstu u vremenu i prostoru – istražuje podrijetlo, biološka i kulturna obilježja, ponašanje te univerzalnosti i varijabilnost (usp. Sujoldžić 2015:14; Haviland 2004:5). Istražuje ljudsku prošlost, sadašnjost i budućnost, biologiju, društvo i kulturu (usp. Kottak 1994:2). Holistički je pristup svojevrsni zaštitni znak antropologije jer znanost proučava sve aspekte postojanja ljudske vrste, kao i međusobnu povezanost pojedinih aspekata (usp. Park 2008:12). Stoga antropologija proučava cjelokupnu kompleksnost čovjekova postojanja.

2.1. Podjela antropologije

Antropologija se tradicionalno dijeli na četiri grane: biološku ili fizičku antropologiju, kulturnu ili socijalnu antropologiju, lingvističku antropologiju i arheološku antropologiju. To je američki tip podjele, no i unutar njega postoje varijante. W. Haviland antropologiju dijeli na fizičku/biološku antropologiju i kulturnu antropologiju koja ima tri podgrane: arheologiju, lingvistiku i etnologiju (Čapo Žmegač 1993:12; Haviland 1994:8). S druge strane, podjela J. Pandiana obuhvaća iste grane, no svaka je zasebna: fizička/biološka antropologija, arheološka antropologija, lingvistička antropologija, kulturna antropologija/etnologija (Čapo Žmegač 1993:12 prema Pandian 1985:17).

Razlike u nazivima rezultat su različitoga shvaćanja i razvoja znanosti unutar društveno-političkoga konteksta u kojemu se znanost razvijala u pojedinoj državi (usp. Čapo Žmegač 1993:11). Fizička antropologija bio je prvotni naziv jer je interes antropologa bio usmjeren na fizičke varijacije među ljudima. Kada se interes proširio i na šire biološke aspekte, poput

⁴¹ Grčki *ἄνθρωπος* + *λόγος*; pojam nastao na latinskom jeziku u doba renesanse
https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_anthropology#Etymology (datum pristupanja: 5.2.2020.).

genetike, prehrane, rasta i razvoja ili biološke adaptacije, naziv fizička antropologija zamijenio je naziv biološka antropologija (usp. Jurmain et al. 2011:9).

Količina znanja i interesa do danas se toliko proširila da je teško ovladati svim područjima istraživanja pojedine grane, a još manje svim granama antropologije (usp. Čapo Žmegač 1993:14). Unatoč tome, srž antropoloških istraživanja i dalje je holistički pristup jer je to jedini način na koji se može sagledati ljudska vrsta. Kultura i biologija povezane su više nego se na prvi pogled čini. Vidljivo je to, primjerice, na povezanosti genetike i jezika, pomoću kojih je moguće analizirati drevne migracije, ili na samome međusobnom utjecaju jezika i gena (usp. Cavalli-Sforza 2008). I unutar pojedinoga područja, primjerice biološke antropologije, nužan je holistički pristup, a istraživanja su danas najčešće interdisciplinarna. Bez obzira na interese i specijalizaciju, svaki je školovani antropolog upoznat s temeljima svih navedenih grana, bez obzira na podjelu kojoj je priklonjen. Upravo je holizam ono što antropologiju razlikuje od ostalih humanističkih znanosti (Kottak 1994:12).

Što se tiče kulturne antropologije, situacija s nazivljem još je složenija. Znanost koja se bavi proučavanjem kulture posjeduje nekoliko sinonima nastalih u pojedinim državama: kulturna antropologija u SAD-u, socijalna antropologija u Velikoj Britaniji, etnologija u mnogim zemljama kontinentalne Europe... (usp. Čapo Žmegač 1993:11). Nekoliko je i objašnjenja pojedinih naziva, ali i teorija o njihovim izvorima. Jedno je od njih da etnologija proučava kulturu u prošlosti, a kulturna antropologija kulturu u sadašnjosti; socijalna antropologija engleski je naziv za znanost o društvu i u fokusu su sociološke teme; kulturna antropologija američki je naziv za – proučavanje kulture. S obzirom na to da se jedno teško može u potpunosti odvojiti od drugoga, u SAD-u je skovan i naziv sociokulturna antropologija (usp. Ibid. 18). Bez obzira na naziv – kulturološke su teme uvijek u fokusu istraživanja.

Neovisno o terminologiji, jasno je koliko je antropologija sveobuhvatna i holistička znanost. U srži je znanosti proučavati ljude, sve aspekte njihova života, kako one u dalekoj prošlosti, tako i one u sadašnjosti, neovisno o geografskome području (usp. Jurmain et al. 2011:8). U ovome će se radu predstaviti četverodijelna podjela antropologije te će se koristiti nazivi biološka i kulturna antropologija.

BIOLOŠKA ANTROPOLOGIJA grana je antropologije koja se bavi istraživanjem ljudi kao bioloških organizama (Haviland 2004:9). Jedno od područje interesa bioloških antropologa je biološka evolucija – razvoj ljudske vrste i njezinih prethodnika, ali i primata, posebno čovjekolikih majmuna, najbližih ljudskih srodnika (usp. Jurmain 2011:4). Osim evolucije, koja

se odnosi na povijest ljudske vrste i temelji na fosilnim nalazima (paleoantropologija), biološka antropologija bavi se i suvremenim čovjekom. Ljudska je raznolikost glavni interes toga područja, a osim fizičkih osobina, razlike se proučavaju i na molekularnoj razini. Traže se objašnjenja za određene biološke razlike među ljudima, kao i međuodnos gena i okoline u kojoj čovjek živi (usp. Haviland 2004:10; Kottak 1994:10). Kako se spektar tema koje biološka antropologija zahvaća s vremenom širio, danas se u ovome području istražuju i zdravlje i bolesti, rast i razvoj, prilagodbe i utjecaj na okoliš, fiziologija, ali i ponašanje, a područje obuhvaća i bioarheologiju, osteologiju i forenzičnu antropologiju⁴².

KULTURNA ANTROPOLOGIJA istražuje kulturni aspekt ljudske vrste, objašnjavajući pritom sličnosti i razlike te proučavajući ponašanja uvjetovana kulturom (usp. Omohundro 2008:6; Jurmain et al. 2011:8). John Omohundro predlaže definiciju kulturne antropologije iz aspekta humanistike – „kulturna antropologija je interpretacija i uvažavanje načina života drugih ljudi“ – „teži tome da razumije, sudjeluje, ponekad i slavi, brani, vrednuje ili štiti drugačije načine života radije nego da ih objašnjava“ (2008:7). Omohundro smatra da je takvo poimanje kulturne antropologije cilj, odnosno smisao, a da je znanstveni aspekt, koji definira kulturnu antropologiju kao „opisivanje i objašnjavanje sličnosti i razlika u mišljenju i ponašanju među grupama ljudi“ – metoda (2008:6). Jer, da ljudska vrsta nema kulturu, ne bi postojao ni interes za istraživanje i objašnjavanje te pojave, odnosno, ne bi bilo ni antropologije (Ibid.). Neke od tema koje zaokupljaju pažnju kulturnih antropologa su: običaji, tradicije, vjerovanja, rituali, razmjena kulture, jezik i komunikacija, društvena organizacija, obiteljski odnosi, brak, srodstvo, religija, migracije, etnička pripadnost, globalizacija, politika, ekonomija (usp. Ibid. 7)...

LINGVISTIČKA ANTROPOLOGIJA istražuje ljudski govor i jezike (Jurmain et al. 2011:9). Osim samoga razvoja govora kao oblika komunikacije i različitih jezika i njihova podrijetla, lingvistička antropologija proučava i kontekst i način na koji se jezik koristi te utjecaj pojedinog jezika na misli i poimanje svijeta. Bavi se i pitanjima o nastanku jezika, načinu na koji se uči, promjenama kroz koje svaki jezik prolazi te kako se koristi, piše, čita, izgovara... (Ottenheimer 2009:2). Važno je istaknuti da jezik ne mora biti isključivo verbalan, stoga lingvistička antropologija proučava sve načine ljudske komunikacije. Govor je specifičnost ljudskoga roda, a interdisciplinarna istraživanja jezika otkrivaju povijesne migracije različitih naroda. Jezik je,

⁴² Usp. Jurmain et al. 2011:13; Park 2008:xi, 12; Kottak 1994:9.

između ostaloga, važan aspekt kulture jer omogućava njezin prijenos⁴³ (usp. Haviland 2004:13). To je oblik komunikacije koji se temelji na čovjekovoj mogućnosti da simbolički razmišlja⁴⁴ (Jurmain et al 2011:177).

ARHEOLOŠKA ANTROPOLOGIJA „rekonstruira, opisuje i interpretira ljudsko ponašanje i kulturne obrasce pomoću materijalnih ostataka“ (Kottak 1994:8). Važna je za upoznavanje zajednica koje iza sebe nisu ostavile pisane tragove. U fokusu arheologije kao znanstvene discipline su artefakti, odnosno svjedočanstva materijalne kulture koja su ljudi izradili ili preoblikovali (Ibid.). Pomoću artefakata arheolozi rekonstruiraju ljudsku povijest, a osim toga, nove se informacije mogu spoznati i iz samoga okoliša (primjerice ostaci flore i faune, stratigrafija), kao i iz osteoloških ostataka. Arheološka antropologija najčešće proučava prapovijesna društva pa novim spoznajama doprinosi širenju znanja o kulturnoj, ali i biološkoj evoluciji čovjeka.

2.1.1. Peta grana antropologije – primijenjena antropologija

Antropologija je u novije vrijeme „dobila“ još jednu granu – primijenjenu antropologiju. Tu je granu najjednostavnije definirati kao primjenu teorije u praksi. To je primjena antropoloških spoznaja, perspektiva, teorija i metoda na suvremeni kontekst, odnosno za identificiranje i rješavanje suvremenih problema (usp. Kottak 1994:7). Zbog širokog spektra tema kojima se antropologija bavi, njezina je praktična primjena vrlo raznolika. Od uloge u javnome zdravstvu, odnosu zdravlja i bolesti ili forenzike, preko područja ekonomije, obrazovanja ili utjecaja globalizacije, do zaštite primata ili posljedica klimatskih promjena, antropolozi mogu pružiti praktična rješenja za brojne suvremene izazove i na taj način pomoći ljudima (Ibid. 11). Upravo je to jedan od „viših“ ciljeva antropologije – pridonijeti kvalitetnijem životu i ravnopravnosti svih ljudi.

⁴³ Važnost jezika kao dijela kulture na samom je početku institucionalizacije antropologije isticao otac američke antropologije Franz Boas. Interes za jezik prenio je i na svojeg studenta Edwarda Sapira, lingvističkog antropologa koji se posvetio proučavanju odnosa jezika i poimanja svijeta, odnosno utjecaja jezika na kulturnu perspektivu (Ottenheimer 2009:8, 5). Od suvremenijih znanstvenika, valja spomenuti talijanskoga genetičara Luigija Lucu Cavallija-Sforzu koji je u svom radu, posebno u knjizi *Geni, narodi i jezici*, naglašavao važnost jezika kao osnove za kulturu.

⁴⁴ Vezano uz simboličko razmišljanje, važno je istaknuti da se kultura temelji na simbolima. Tim se aspektom posebno bavio američki antropolog Clifford Geertz koji je definirao kulturu kao „povijesno prenesen obrazac značenja sadržanih u simbolima, sistem naslijeđenih koncepcija izraženih u simboličkim oblicima pomoću kojih ljudi komuniciraju, objektivuju i razvijaju svoje znanje i stavove prema životu“ (Geertz 1973:89).

2.2. Kratka povijest antropologije

Neformalni početak antropologije vremenski se može smjestiti u doba antike. Interes antičkih filozofa i putnika uključivao je temu čovjeka u različitim aspektima. U kasnijim stoljećima, tijekom srednjega vijeka (iako je prevladavalo mišljenje da je Bog stvorio čovjeka) i renesanse (posebice u doba početka dalekih putovanja) nastajale su svojevrsne etnografije putnika, istraživača, kasnije filozofa i znanstvenika, koji su u tome smislu bili prethodnici antropologa⁴⁵. Njihova zapažanja vezana uz društvo, kulturu ili, primjerice, ljudsku prirodu, u ono su vrijeme doprinosila znanju o čovječanstvu (usp. Barnard 2011:32). Ipak, zapažanja su često bila kriva, temeljena na etnocentričnim predrasudama i kršćanskoj dogmi (usp. Eriksen 2013:6).

Za potrebe rada neće se ulaziti u detaljan pregled filozofske misli 17. i 18. stoljeća, no istaknut će se pojedini elementi bitni za daljnji razvoj antropologije kao znanstvene discipline. Važno je istaknuti da je čitavo to vrijeme postojala određena podjela ljudi te se smatralo da nisu svi ljudi pripadnici iste rase, a kultura je također bila evolucijski stupnjevana. U doba kolonijalizma, kada su se Europljani proširili po svim dijelovima svijeta, došlo je do većeg broja susreta i interakcije s drugim narodima i kulturama, time i novim informacijama i opažanjima. Europski je stav prema Drugima bio superioran i etnocentričan, a pripadnike različitih naroda Europljani su smatrali egzotičnima i primitivnima. Iako je bilo pojedinaca čija su stajališta, ili barem pojedinačne misli, bile na tragu kulturnoga relativizma i drugih temeljnih antropoloških teorija, razvoj antropologije u današnjem smislu javio se ipak još nešto kasnije. Svi su dotadašnji podaci bili ili putopisna zapažanja ili filozofska promišljanja – nije bilo ciljanog istraživanja pojedinih fenomena (Ibid. 10). Tek su se u doba prosvjetiteljstva definirala konkretnija antropološka pitanja poput, primjerice, definicije ljudskoga bića ili razlike između čovjeka i životinje (usp. Barnard 2011:37), a do odgovora se pokušavalo doći znanstvenijim metodama. Ono što je svakako prethodilo antropologiji bilo je zapažanje da europski način života nije jedini koji postoji – bilo je očito da se kulture i društva razlikuju i da za to mora postojati objašnjenje. Tako su se u doba prosvjetiteljstva počele razvijati nacionalne etnologije. Uz to, do 19. se stoljeća ustalilo mišljenje da su svi ljudi pripadnici iste vrste, a da za sve razlike među njima postoji kulturološko ili biološko objašnjenje.

⁴⁵ Zanimljivo je istaknuti španjolskoga franjevca Berdardina de Sahagúna koji je živio u 16. stoljeću – iako mu je misija bila širiti kršćanstvo po teritoriju današnjega Meksika, među pripadnicima naroda Azteka, Sahagún je bio prvi „pravi“ antropolog – istraživao je i učio o lokalnoj kulturi, naučio lokalni jezik te prikupio veliku količinu podataka koje je kasnije i sistematizirao (León-Portilla 2002:3).

Početak antropologije kao akademske discipline karakterizira osnivanje etnografskih muzeja početkom 19. stoljeća. Razni „egzotični“ predmeti u europskim su se zbirkama predmeta nalazili već stoljećima, no osnivanjem muzeja oni su postali sastavni dio općega znanja. U osnivanju etnografskih muzeja prednjačile su Njemačka i Austrija. Njihovi su istraživači počeli istraživati lokalne (seoske) običaje (*Volkskunde*) (Eriksen 2013:19). Bio je to početak formalnih etnografskih istraživanja.

Također, 19. je stoljeće obilježila teorija evolucionizma, teorija prema kojoj su „kulturne razlike među društvima posljedica različitoga stupnja napretka njihova razvoja“ (Sujoldžić 2015:69). Smatralo se da sva društva prate isti put razvoja – da su oni koji su na razini civilizacije nekoć bili na razini divljaštva, a oni koji su u to vrijeme prema kategorizaciji pripadali razini divljaštva, jednoga će dana dostići razinu civilizacije⁴⁶. Takve su podjele, naravno, podrazumijevale da su Europljani na najvišoj ljestvici kulturnoga razvoja. Ipak, korak bliže relativističkome shvaćanju svijeta bila je činjenica da su ljudi bili svjesni da razlike među određenim skupinama postoje, a da su, unatoč tome, svi pripadnici iste vrste.

Za razvoj antropologije potrebno je istaknuti i teoriju (biološke) evolucije. Godine 1859. Charles Darwin objavio je svoje najznačajnije djelo, *Podrijetlo vrsta*⁴⁷ (kasnije i *Podrijetlo čovjeka*⁴⁸), u kojemu je prvi opisao mehanizme koji pokreću evoluciju svih živih organizama (usp. Jurmain et al. 2011:26). Djelo je izazvalo prekretnicu u razumijevanju cjelokupne prirode, pa tako i razvoju ljudske vrste. Važno je napomenuti da su ljudi prije objave teorije evolucije bili svjesni bioloških (kao i kulturnih) razlika među ljudima, samo ih nisu znali objasniti sve dok Darwin nije podijelio svoja zapažanja (usp. Park 2008:38). Teoriju evolucije kasnije je dodatno poduprlo i razjasnilo otkriće Gregora Mendela vezano uz nasljeđivanje. Evolucija čovjeka i ljudska genetika do danas su ostala jedna od glavnih područja interesa bioloških antropologa.

Sljedeći pomak u shvaćanju ljudske različitosti označila je teorija difuzionizma. Difuzionizam je „teorija kulturne promjene prema kojoj se elementi jedne kulture kulturnim dodiranjem šire u drugu“ (Sujoldžić 2015:37) – elementi kulture prenose se migracijama, utjecajem, razmjenom, a svaka kultura ima svoju povijest i drugačije ishodište. Unutar

⁴⁶ Klasifikacija evolucionista Lewisa Henryja Morgana. On je kulturnu evoluciju podijelio na tri stupnja: divljaštvo, barbarstvo i civilizaciju (Eriksen 2013:24).

⁴⁷ Puni naziv *O podrijetlu vrsta posredstvom prirodne selekcije ili očuvanje povlaštenih rasa u borbi za život*

⁴⁸ *Podrijetlo čovjeka i selekcija u odnosu na spol*

difuzionizma razvila se i teorija kulturnih areala koja je definirala skupine kulturnih elemenata koje se javljaju na određenim geografskim područjima. Uz to, difuzionisti su počeli intenzivnije razvijati etnografsku metodologiju (usp. Eriksen 2013:37).

Za detaljan bi opis razvoja antropologije bilo potrebno spomenuti čitav niz imena i pojmova relevantnih za povijesni razvoj discipline kroz 19. i početak 20. stoljeća, no zbog opsega rada to nije moguće. Usto, razvoj antropologije u različitim državama i na dvama kontinentima (Europi i Sjevernoj Americi) nije tekao jednako. Stoga se u ovome kratkom povijesnom pregledu predstavljaju najopširnije generalne ideje koje sumiraju razvoj antropološke misli prije njezine institucionalizacije.

Početak 20. stoljeća bio je bogat već razrađenim teorijama o različitim aspektima društvenih i kulturnih promjena, no interes za te teorije polako je jenjavao. Sve su postojeće teorije nastale na temelju povijesnih podataka i suvremenih izvješća, vrlo rijetko na temelju zapažanja iz prve ruke⁴⁹. Jačala je potreba za kvalitetnijim i preciznijim osobnim empirijskim spoznajama (usp. Eriksen 2013:47). Uslijedilo je razdoblje razvoja antropologije u današnjem smislu riječi, iako su u to vrijeme još uvijek bile prisutne razlike između „nacionalnih antropologija“. Za to je zaslužno nekoliko pojedinaca, a među njima je ponajprije potrebno istaknuti Franza Boasa (1858.-1942.). Antropologija je tada već postala akademska disciplina, kao i profesija, a istraživači su provodili vlastita istraživanja i upoznavali se s radovima drugih istraživača.

Franz Boas, podrijetlom Nijemac, emigrirao je u Sjedinjene Američke Države te ondje pridonio razvoju antropološke discipline. Postao je poznat kao „otac američke antropologije“. Njegova je teorija kulturnoga relativizma do danas ostala jedna od temeljnih antropoloških odrednica. Formalno obrazovan na području fizike i geografije, vrlo se brzo našao na terenu među kanadskim Inuitima. Iako je ideja njegova istraživanja bila istražiti fizičku okolinu u kojoj Inuiti žive, terenski je rad rezultirao spoznajom o kulturom uvjetovanoj percepciji (usp. Barnard 2011:163). Boas se zainteresirao za ljude, njihovu kulturu i način života pa je karijeru preusmjerio u područje antropologije. Zalagao se za odlazak na teren i opsežno prikupljanje podataka na temelju kojih su se potom oblikovale teorije; protivio se rasizmu i predstavljao „rase“ kao društveni konstrukt; zalagao se za holistički pristup; a teorija kojom je u potpunosti promijenio poimanje Drugih bila je teorija kulturnoga relativizma – teorija koja izjednačuje sve zajednice i sve kulture, prema kojoj svaka kultura ima vlastitu jedinstvenu povijest i vrijednosti

⁴⁹ 19. stoljeće i početak 20. obilježeni su tzv. *antropologijom iz naslonjača* – istraživači nisu osobno odlazili na teren, već su istraživanja provodili pomoću već prikupljene građe.

(historijski partikularizam) te svaku kulturu treba promatrati iz perspektive nje same – ne postoji kultura koja je superiornija ili inferiornija od druge. Boas je, između ostaloga, bio profesor na Sveučilištu Columbia u New Yorku, a njegov je odsjek postao glavno središte antropologije u Sjedinjenim Američkim Državama (Ibid. 164). Uza sve to, upravo je Boas podijelio antropologiju na spomenute četiri grane, a sam se bavio istraživanjima na području svijeta.

U antropološkom kontekstu Velike Britanije potrebno je istaknuti Bronisława Kaspera Malinowskog (podrijetlom Poljaka rođenog u Krakovu). Njegovo je terensko istraživanje na Trobrijandskom otočju rezultiralo metodom istraživanja koja je postala temelj kulturnoantropoloških istraživanja – promatranje sa sudjelovanjem je „metoda prikupljanja podataka promatranjem ponašanja ljudi i sudjelovanjem“ u njihovim aktivnostima (Sujoldžić 2015:210). To podrazumijeva promatranje kulture „iznutra“, a uključuje učenje jezika, sudjelovanje u različitim aspektima života (onome što se istražuje), „odbacivanje“ vlastite kulture i uranjanje u ulogu pripadnika „nove“ zajednice. „Samo se tako može dobiti direktan pristup kulturi“ (Eriksen 2013:52). Malinowski je poticao razumijevanje prema Drugima, tumačeći kako su druge kulture jednostavno drugačije od vlastite (Barnard 2011:111). Predstavio je čak i teoriju u kojoj kulturu percipira kao adaptaciju ljudske biologije, no ta teorija u ono vrijeme nije postigla značajniji uspjeh (Ibid. 113). Kao i Boas, Malinowski je bio profesor antropologije koji je iza sebe ostavio mnogo sljedbenika.

Predstavljene su faze razvoja antropologije doista ključne, no istovremeno izdvojene iz mora sastavljenoga od niza drugih teoretičara i istraživača i njihovih zapažanja koja su u većoj ili manjoj mjeri doprinijeli današnjem obliku znanosti o čovjeku. Potrebno je istaknuti da je biološka antropologija u početku bila prisutnija u SAD-u, a europski su se istraživači usmjerili na etnologiju. Etnologija se s vremenom proširila na područje kulturne antropologije jer je (u kontinentalnoj Europi) došlo do pomaka fokusa istraživanja s tradicijske kulture seoskih zajednica i njihove povijesti na istraživanje suvremenoga života u svim slojevima društva. Cilj je postao stvoriti društveno angažiranu znanost (usp. Čapo Žmegač 1993:20). Razlike u stručnoj terminologiji i danas su prisutne, kao i razlike u podjeli same antropologije, no sasvim je jasno da je antropologija postala holistička znanost koja proučava sve aspekte ljudskoga života u vremenu i prostoru.

A antropologiju danas karakterizira upravo odmak od proučavanja Drugih – antropolozi više ne istražuju daleka „egzotična“ društva, već vlastite zajednice u kontekstu suvremenosti. Proučava se jednako ljudska biologija, kao i kultura. Antropologija je i dalje društveno

angažirana znanost koja nastoji pridonijeti kvaliteti ljudskoga života. Interes antropologije danas je širi nego ikada, pa tako antropolozi u 21. stoljeću proučavaju primjerice i proces globalizacije, feminizam, ljudsku psihu, bioetiku, turizam ili popularnu kulturu.

2.3. Antropologija u Hrvatskoj

Antropologija je kao institucionalizirana znanost u Hrvatskoj relativno mlada i, prema mišljenju autorice, relativno nepoznata znanost. Često se zamjenjuje, odnosno poistovjećuje, s arheologijom (što u umovima pojedinaca s takvom percepcijom podrazumijeva iskopavanje osteoloških ostataka), a popularna je i asocijacija na forenzičnu antropologiju zahvaljujući seriji *Kosti*. Gotovo da nema onih koji antropologiju poistovjećuju sa sada već romantičarskom idejom o putovanjima u daleke krajeve i proučavanju „egzotičnih“ naroda. Oni koji znaju da je antropologija znanost o čovjeku, nisu svjesni njezine širine i interdisciplinarnosti te obično ne mogu definirati čime se antropolog točno bavi⁵⁰.

Institut za antropologiju u Zagrebu osnovan je 1992. godine. Institucionalizacija antropologije u Hrvatskoj proizašla je iz medicinske znanosti – Institut je nastao reorganizacijom Instituta za medicinska istraživanja i medicinu rada Sveučilišta u Zagrebu. Institut karakterizira kontinuirani znanstveno-istraživački rad na području antropologije kao „medicinske, prirodne, društvene i humanističke znanosti“⁵¹. Istraživački rad temeljen je na holističkom pristupu, a neka su od područja interesa: medicinska antropologija, biološka antropologija, ekologija čovjeka, populacijska genetika, antropološka biometrija, dentalna antropologija, etnologija i kulturna antropologija, lingvistička antropologija, matematičko modeliranje i biostatistika, primijenjena antropologija, medicina rada, epidemiologija, zdravstvena preventiva, socijalna medicina, forenzika, arheologija i mnoga druga. Institut provodi i sudjeluje u različitim projektima u Hrvatskoj i inozemstvu.

Ključnu je ulogu za pojavu antropologije u Hrvatskoj imao akademik Pavao Rudan, koji je svoju znanstvenu karijeru započeo na Medicinskom fakultetu u Zagrebu, usmjerivši se s vremenom na biološku antropologiju. Institucionalizaciji antropologije u Hrvatskoj prethodilo je osnivanje Sekcije za biološku antropologiju Hrvatskog liječničkog zbora 1974. godine te Hrvatskog antropološkog društva i časopisa *Collegium Antropologicum* 1977. godine. P.

⁵⁰ Opisano je zapažanje rezultat osobnih iskustava autorice kao studentice antropologije.

⁵¹ <https://inantro.hr/o-institutu/antropologija-u-hrvatskoj> (datum pristupanja: 7.2.2020.)

Rudan je, zajedno s Hubertom Maverom i drugim europskim antropolozima, sudjelovao i u inicijativi osnivanja Europskog antropološkog udruženja koje je osnovano u Zagrebu 1976. godine⁵². Prije toga, a još u većoj mjeri i nakon godine osnivanja, u Hrvatskoj su se održavali različiti stručni skupovi⁵³, između ostaloga i 12. Kongres antropološke i etnološke znanosti (Zagreb, 1988.) – kongres koji okuplja znanstvenike i predstavlja teme iz svih područja antropologije (isti se Kongres u Hrvatskoj održao i 2016. godine, a trebao bi se održati i 2020.).

Fakultetska katedra za antropologiju osnovana je 1998. godine na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu te se od 2000. godine u sklopu katedre izvodi Studij antropologije⁵⁴ (danas pod Odsjekom za etnologiju i kulturnu antropologiju).

U kontekstu antropološkog djelovanja u Hrvatskoj potrebno je istaknuti i Institut za etnologiju i folkloristiku, Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu, Odjel za etnologiju i antropologiju Sveučilišta u Zadru te Antropološki centar Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti, specijaliziran prvenstveno za analizu osteoloških ostataka pronađenih na arheološkim lokalitetima.

2.4. Zašto muzej antropologije?

Svrha muzeja antropologije u Hrvatskoj prvenstveno bi bila upoznati javnost s antropologijom kao znanstvenom disciplinom. Osim popularizacije znanosti, muzejski bi postav svojim sadržajem doprinio suvremenim ciljevima muzeološke prakse. Jer, suvremena muzeologija i antropologija, iako možda na prvu pomisao nemaju ništa zajedničko, zapravo u suštini imaju jednake ciljeve – (ponovno citirajući novopredloženu definiciju muzeja) pridonijeti „društvenoj pravednosti, globalnoj jednakosti i planetarnoj dobrobiti“⁵⁵.

Muzeji su danas okrenuti prema ljudima i svojim radom nastoje promicati međusobno razumijevanje i toleranciju te poticati na aktivan angažman u društvu u svrhu stvaranja pozitivnih promjena. Kako bi ljudi poštivali jedni druge, potrebno je razumjeti one koji su i ono

⁵² Ibid.

⁵³ Od 1974. u Zagrebu se svake godine odvija Škola biološke antropologije; prvi kongres Europskog antropološkog udruženja održan je u Zagrebu 1977. godine (Ibid.)...;

⁵⁴ <https://etno.ffzg.unizg.hr/studij-antropologije/o-studiju> (datum pristupanja: 7.2.2020.)

⁵⁵ Kraj novopredložene definicije muzeja (ICOM, 2019.); slobodan prijevod, <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

što je drugačije od vlastitoga postojanja i poimanja svijeta. Kako bi se razumjelo cjelokupno postojanje ljudskih bića, potrebno je proširiti vlastita gledišta i to u vremenskom i prostornom kontekstu (usp. Jurmain et al. 2011:19). Antropologija svim svojim aspektima odgovara toj zadaći. Stoga izložba antropološke tematike može potaknuti veće razumijevanje i poštovanje prema Drugima (usp. Pierson Jones 1995:261) – drugim kulturama i drugačijim fenotipskim karakteristikama – ali može i potaknuti ljude na autorefleksivno sagledavanje vlastitoga postojanja.

Flora E. S. Kaplan, profesorica antropologije i muzeologije, predstavila je zanimljivu usporedbu antropologije i muzeologije. Ona muzeje definira kao društvene institucije u kojima se izlažu određene⁵⁶ poruke koje se prenose i pretvaraju u značenja kroz dva smjera, a to su muzejski djelatnici koji postavljaju izložbu i posjetitelji koji procesuiraju informacije. Muzejsku izložbu naziva „kolektivnim ritualom“, a kustosi su oni koji ritual iniciraju i održavaju. Time su oni posrednici između dvaju svjetova (usp. 1995:38) – onog vlastitog i onog drugog, tuđeg. Pomoću izložbe, kojoj je zadatak prenijeti ideje u nešto što se može doživjeti osjetilima u trodimenzionalnom prostoru (Ibid. 39), ljudima se mogu predstaviti antropološke ideje poput kulturnoga relativizma, etnocentrizma, kulture, položaja čovjeka kao biološkog bića u vremenu i prostoru te mnoge druge, a s ciljem upoznavanja, shvaćanja i prihvaćanja. Prema riječima T. Šole „muzej je kreativni mehanizam društva kojem je smisao u unapređenju razine svijesti“ (2011:122) – stoga bi muzej antropologije svojim djelovanjem nastojao unaprijediti svijest sudionika rituala.

⁵⁶ Kaplan koristi riječi „političke poruke u najširem smislu“, aludirajući pri tome na činjenicu da muzeji ne mogu biti neutralni.

3. Muzeji antropologije u svijetu

Antropologija je od samoga početka institucionalizacije vezana uz muzeje. Antropološke zbirke toga vremena primarno bi se mogle definirati kao skupine predmeta Drugih naroda koje su u Europu i Sjevernu Ameriku dospjele kolonijalnim putevima. Bili su to dijelovi materijalne baštine naroda diljem zemaljske kugle koji su predstavljali kulturnu evoluciju čovjeka. No, antropološke su zbirke bile samo dio nekog većeg muzejskog postava. S obzirom na to da su se muzeji u 19. stoljeću uglavnom dijelili na umjetničke i prirodoslovne, kategorizacija muzeja koju je 1895. godine osmislio G. B. Goode⁵⁷ bila je velika novina – on je muzeje svrstao u šest kategorija⁵⁸: 1. umjetnički muzeji; 2. povijesni muzeji; 3. antropološki muzeji; 4. prirodoslovni muzeji; 5. tehnički muzeji; 6. komercijalni muzeji. Goode je smatrao da uspostavljene kategorije predstavljaju sveukupno znanje koje se u fizičkom obliku može predstaviti u muzeju (usp. Conn 2010:8).

Kategorija antropoloških muzeja nije u potpunosti zaživjela. Antropološke zbirke uglavnom su se izlagale kao dio postava prirodoslovnih muzeja (u SAD-u), dio arheoloških ili povijesnih zbirki (u Europi) ili su se osnivali muzeji antropologije u sklopu sveučilišta⁵⁹. Njima se upravljalo kao i prirodoslovnim zbirkama – predmeti su se sabirali, organizirali i izlagali tako da predstavljaju progresivan, evolucionistički narativ, samo što se time prikazivala društvena i kulturna evolucija, a ne biološka. Predmeti antropoloških zbirki predstavljali su kulture iz kojih potječu, a te su se kulture u ono vrijeme uglavnom smatrale primitivnima (Conn 2010). Na taj su se način Zapadnjaci mogli upoznati s Drugima.

Sam je Boas na početku karijere radio u muzeju. Upravo mu je, uz terenska istraživanja, rad sa zbirkama koje su predstavljale evolucionističku perspektivu razvoja kulture pomogao u kreiranju vlastite perspektive i odmaku od tadašnjih narativa. S vremenom je napustio muzejski posao i posvetio se daljnjim terenskim istraživanjima i učvršćivanju antropologije kao akademske discipline. Kako je antropologija kao znanost tijekom 20. stoljeća napredovala, tako se sve više oslobađala bliske povezanosti s muzejima, što je rezultiralo prebacivanjem fokusa s materijalne na nematerijalnu kulturu (Ibid.). Antropolozi su prestali sakupljati materijalnu

⁵⁷ George Brown Goode – ihtiolog, bavio se muzejskim poslovima u Smithsonianu.

⁵⁸ Kategorizacija je nastala u američkom kontekstu, no uz SAD se veže i institucionalizacija antropologije.

⁵⁹ Herle 2016: <https://www.anthroencyclopedia.com/entry/anthropology-museums-and-museum-anthropology> (datum pristupanja: 20.2.2020.)

baštinu različitih naroda i počeli istraživati nematerijalnu kulturu, odnosno aspekte svakodnevnoga života u njegovoj cjelokupnosti (usp. Čapo Žmegač 1993:21), kako drugih naroda (promatrajući je kroz perspektivu samih pripadnika tih naroda), tako i vlastitih zajednica⁶⁰.

Ni danas Goodeova kategorija muzeja antropologije nije u potpunosti ostvarena. Sama sintagma „muzej antropologije⁶¹“ i dalje je u većini slučajeva vezana uz muzeje u sklopu sveučilišta. U svijetu postoji nekoliko nacionalnih muzeja antropologije i muzeja koji u svom nazivu sadrže riječi koje sugeriraju antropološku tematiku – muzej čovjeka, svjetskih kultura, europskih kultura, civilizacije... Ono što su krajem 19. i početkom 20. stoljeća bile antropološke zbirke danas su dijelovi etnografskih, arheoloških, prirodoslovnih ili velikih nacionalnih muzeja. U nastavku teksta analizirat će se nekoliko „muzeja antropologije“ iz različitih dijelova svijeta. Važno je napomenuti da antropologija u tome kontekstu označava holističku znanost koja je primjenjiva u današnjem svijetu i koja sadrži potencijal za stvaranje boljega društva i nadilaženje prepreka i izazova s kojima se suvremena društva susreću. Dakle, za analizu su odabrani muzeji posvećeni razumijevanju kompleksnosti ljudske vrste, poticanju međukulturnog razumijevanja i aktualiziranju tema relevantnih na globalnoj razini.

⁶⁰ Odmak od muzeja prvenstveno se dogodio na području kulturne/socijalne antropologije. Oni koji su se bavili biološkom i arheološkom antropologijom, svoja su istraživanja i dalje temeljila na materijalnim svjedočanstvima (usp. Conn 2010).

⁶¹ Jedan od rijetkih, a ujedno i prvih muzeja koji u svom nazivu sadrže riječ „antropologija“ je Muzej antropologije i etnologije u Firenci (Museo di storia naturale sezione di antropologia ed etnologia). Osnovao ga je 1869. godine talijanski antropolog (izvorno liječnik) Paolo Mantegazza, koji je zaslužan za institucionalizaciju antropologije u Italiji <https://brunelleschi.imss.fi.it/itineraries/place/MuseoStoriaNaturaleFirenzeSezioneAntropologiaEtnologia.html> (datum pristupanja: 28.6.2020.). Zanimljivo je spomenuti i prvi muzej u Rusiji, jedan od najstarijih muzeja uopće – godine 1727. u Sankt Petersburgu je otvoren tzv. *Kunstkammer* (soba umjetnosti, kabinet čudesa; ruski *Kunstkamera*, Кунсткамера), a za njegovo je osnivanje zaslužan Petar Veliki. Godine 1879. antropološka i etnografska zbirka preseljene su u novoosnovani Muzej antropologije i etnografije Petra Velikoga (ruski Музей антропологии и этнографии имени Петра Великого Российской академии наук) (<https://en.wikipedia.org/wiki/Kunstkamera> datum pristupanja: 29.6.2020.)

3.1. Musée de l'Homme, Paris – Muzej čovjeka, Pariz

Naslovna rečenica odjeljka „povijest muzeja“ na mrežnoj stranici Muzeja čovjeka u Parizu dobro opisuje povijest ovog muzeja: „Od muzeja etnografije, do muzeja čovjeka“⁶². Muzej čovjeka od početka je bio muzej antropologije – postav je obuhvaćao i biološki i kulturni aspekt ljudske vrste. Početak institucije seže na kraj 19. stoljeća kada je osnovan Etnografski muzej Trocadéro, a postav muzeja temeljio se na ondašnjim evolucionističkim i etnocentričnim shvaćanjima te je bio sastavljen od artefakata sakupljenih u raznim dijelovima svijeta tijekom kolonizacije. Nakon razdoblja neuspješnoga upravljanja te raznih izazova i premještanja zbirke, 1937. godine otvoren je Muzej čovjeka, nastao spajanjem etnografske zbirke iz dotadašnjeg muzeja s biološkom zbirkom iz Nacionalnog muzeja⁶³. Dugogodišnji ravnatelj i osnivač, antropolog Paul Rivet, zamislio je muzej kao multidisciplinarnu instituciju koja bi obuhvaćala i pružala akademsko obrazovanje, muzej, laboratorij za istraživanja i knjižnicu. „Novi“ je muzej od samoga početka bio u koraku sa suvremenim antropološkim diskursom, a Rivet je s kolegama i pomoću samoga muzeja pružao otpor fašizmu koji je u to vrijeme jačao na europskoj sceni – odnosno, borio se protiv rasizma. Muzejski je postav bio i ostao usmjeren na cjelokupan razvoj čovječanstva – biološku evoluciju, kulturnu evoluciju, odnos čovjeka prema okolišu i okolini u kojoj živi⁶⁴.

Suvremenu je obnovu muzej prošao u razdoblju od 2009. do 2015. godine – 2015. otvoren je trenutni postav. Tijekom desetljeća koje je prethodilo otvaranju novoga postava, etnografska se zbirka iselila u druge muzeje⁶⁵, no svrha je Muzeja čovjeka i dalje ostala ista – svjedočiti o čovječanstvu. Prema riječima P. Riveta: „Ljudi su kao jedno i nedjeljivi [su] u prostoru i vremenu“⁶⁶. Muzej je veliki multidisciplinarni istraživački centar u kojemu se iz svih aspekata pristupa kompleksnoj temi čovjeka – čovjeka kao biološkog, kulturnog i društvenog

⁶² *From the Musée d'Ethnographie to the Musée de l'Homme* – preuzeto s mrežne stranice Muzeja čovjeka u Parizu <http://www.museedelhomme.fr/en/museum/musee-dethnographie-musee-lhomme-3920> (datum pristupanja 17.4.2020.)

⁶³ Muséum national d'Histoire naturelle – antropološki odjel koji je vodio P. Rivet.

⁶⁴ <http://www.museedelhomme.fr/en/museum/musee-dethnographie-musee-lhomme-3920> (datum pristupanja 17.4.2020.)

⁶⁵ Zbirka europskih predmeta preseljena je u Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MuCEM) u Marseillesu, a zbirke predmeta s drugih kontinenata u Musée du Quai Branly u Parizu.

⁶⁶ <http://www.museedelhomme.fr/en/history-research-3927> (datum pristupanja: 17.4.2020.)

bića, u najširem mogućem vremenskom okviru – od pojave čovjeka, preko sadašnjosti, do pitanja vezanih za budućnost⁶⁷.

Muzejski se postav objedinjuje sintagmama poput „priča o čovjekovu putovanju“ i „saga o čovječanstvu“⁶⁸. Glavna pitanja koja se provlače kroz postav su tko smo, odakle dolazimo i kamo idemo. Važno je istaknuti da je dio postava posvećen sadašnjosti, odnosno da problematizira odnos suvremenog čovjeka i okoliša te posljedice globalizacije, a nastoji i osvijestiti važnost očuvanja planeta i cjelokupne bioraznolikosti. Iako se na prvi pogled čini da naglasak oblikovanja trenutnog muzejskog postava više naginje biološkoj antropologiji, odnosno biološkoj evoluciji, priča koju postav komunicira uključuje cjelokupnu kompleksnost ljudske vrste, a o suvremenim kulturološkim i društvenim temama progovara se putem povremenih izložbi. Stoga ovaj muzej u punome smislu predstavlja „muzej antropologije“.

3.2. Världskulturmuseet, Göteborg – Muzej svjetskih kultura, Göteborg

Muzej⁶⁹ otvoren 2004. godine, također je bio zasnovan na etnografskoj zbirci nekadašnjega Etnografskog muzeja u Göteborgu. Muzejske zbirke, a time i izložbe, sastoje se od etnografskih predmeta, odnosno različitih predmeta koji dolaze iz svih dijelova svijeta i predstavljaju tisuće godina ljudskog stvaranja i kreativnosti. Raznolike izložbe, koje obuhvaćaju širok spektar kulturoloških i društvenih tema, usmjerene su na sadašnjost, a s ciljem usmjerenosti na bolju budućnost, pa je tako u Muzeju svjetskih kultura moguće upoznati se s temama poput utjecaja suvremenog čovjeka na planet, održivosti, klimatskih promjena, migracija, jednom riječju – suvremenošću ljudskoga postojanja – ali i, primjerice, arktičkim narodima, kimonima, AIDS-om, LGBTIQ zajednicama ili pojedinačnim narodima i kulturama pojedinih zemalja. Tako muzej pruža povijesne, suvremene, nacionalne i internacionalne perspektive različitih aspekata života i raznih dijelova svijeta. Cilj je djelovanja muzeja približiti suvremeni svijet, omogućiti da on postane razumljiviji pomoću pružanja znanja i perspektiva. Taj se cilj nastoji ostvariti suvremenim pristupom u kojemu muzej djeluje kao kulturno središte – nastoji se potaknuti dijalog s posjetiteljima, potiče se na prihvaćanje

⁶⁷ Ibid.

⁶⁸ <http://www.museedelhomme.fr/en/museum/museums-history/museum-design-3928>
(datum pristupanja: 17.4.2020.)

⁶⁹ Muzej je dio organizacije The National Museums of World Cultures koja okuplja još nekoliko švedskih muzeja slične tematike.

različitosti i općenito se nastoji doprinijeti globalnom razvoju. Muzej nastoji služiti kao platforma za dijalog i promišljanje, mjesto na kojemu se mogu čuti najrazličitiji glasovi, ali i mjesto na kojemu se može progovarati o provokativnim i kontroverznim temama. Muzej nastoji biti mjesto na kojemu se ljudi osjećaju kao kod kuće i prelaze vlastite granice⁷⁰.

3.3. Tropenmuseum, Amsterdam

Tropenmuseum⁷¹ je dio Nacionalnog muzeja svjetskih kultura⁷² koji još čine Etnografski muzej u Leidenu (Museum Volkenkunde), Muzej Afrike u Berg en Dal-u (Afrika Museum) i, odnedavno, Etnografski muzej u Rotterdamu (Wereldmuseum). Etnografska zbirka, začeta u vrijeme dok je Nizozemska bila kolonijalna sila, danas prezentira sasvim druge priče. Muzej iz perspektive kulturne antropologije tematizira ljudskost – što je to zajedničko svim ljudima, kako se te kulturne univerzalije razlikuju među kulturama, kako se ljudi danas osjećaju i definiraju. Otvaranjem stalnog postava pod nazivom „Stvari koje su važne⁷³“ muzej se odmaknuo od geografske raspodjele muzejskih predmeta i okrenuo prema predstavljanju onih aspekata života koji povezuju ljude na cijeloj zemaljskoj kugli. Uz to, izložbe problematiziraju suvremene teme poput identiteta, migracija, posljedica kolonizacije i globalizacije, često u lokalnom kontekstu, no uz dozu globalne perspektive jer „lokalno“ u povijesnom kontekstu za Nizozemsku znači mnogo više od današnjega europskog teritorija. Svaki predmet u zbirci priča neku ljudsku priču, ovaj je muzej o ljudima i za ljude, stoga nastoji aktivno uključiti zajednicu u svoj rad. Cilj je muzeja pokazati da su, unatoč svim razlikama, svi upravo i samo – ljudi, a da istovremeno postoji još više stvari koje ljude međusobno povezuju. Podizanjem svijesti o takvoj perspektivi muzej doprinosi otvorenosti zajednice prema drugima i potiče promjene, kako na lokalnoj, tako i na globalnoj razini⁷⁴.

⁷⁰ Informacije preuzete s <http://www.varldskulturmuseerna.se/en> i <https://artsandculture.google.com/partner/national-museums-of-world-culture> (datum pristupanja: 20.4.2020.).

⁷¹ U doslovnom prijevodu „tropski muzej“.

⁷² Nationaal Museum van Wereldculturen

⁷³ *Things That Matter*

⁷⁴ Informacije preuzete s <https://www.tropenmuseum.nl/en> (datum pristupanja 20.4.2020.).

3.4. Museum of Archaeology and Anthropology, University of Cambridge – Muzej arheologije i antropologije Sveučilišta Cambridge

Ovaj je sveučilišni muzej nastao tako što su njegove zbirke izgradili studenti i istraživači Sveučilišta koji su provodili antropološka i arheološka terenska istraživanja u raznim dijelovima svijeta, kao i oni koji su studirali na Sveučilištu i kasnije radili kao kolonijalni upravitelji, pomorci ili misionari. Muzej je i danas usko povezan sa Sveučilištem – osoblje muzeja podučava i mentorira studente i provodi različite projekte. Jedna je od glavnih djelatnosti muzeja istraživački rad, stoga se zbirke i dan-danas nadopunjuju predmetima s terena, a predmeti koji su prikupljeni tijekom povijesti još uvijek imaju vrijednost, kako za istraživače, tako i za potomke pripadnika zajednica koje su te predmete stvorile (usp. Herle 2016⁷⁵). Istraživački projekti, bilo arheološki ili kulturnoantropološki, uvijek završavaju postavljanjem izložaba o istraživanoj temi. Fokus je muzeja na razmjeni znanja i stručnim suradnjama, a izložbe koje se kreiraju pružaju različite perspektive o određenim muzejskim predmetima (Ibid.).

Muzejske zbirke pružaju uvid u gotovo 2 milijuna dugu povijest ljudske vrste na svim naseljenim kontinentima. Najstariji muzejski predmet potječe s nalazišta Olduvai Gorge⁷⁶, a najmlađi je djelo suvremene umjetnosti. Muzej često surađuje s domorodačkim zajednicama i spaja suvremene umjetnike sa svojim povijesnim zbirka⁷⁷. Antropološka zbirka muzeja zapravo je etnografska zbirka prepuna raznolikih svjedočanstva materijalne baštine, a arheološka zbirka sadrži artefakte vezane uz kompleksan razvoj ljudske materijalne kulture. Osim ljudske povijesti i dalekih krajeva svijeta, muzej prezentira i recentniju povijest britanskoga otočja, ali i suvremenost u globalnom smislu. Fokus je muzeja na predmetima, odnosno materijalnoj baštini, no „*ljudi susreću predmete/predmeti susreću ljude*“⁷⁸.

⁷⁵ <https://www.anthroencyclopedia.com/entry/anthropology-museums-and-museum-anthropology> (datum pristupanja: 20.2.2020.)

⁷⁶ Paleoantropološko nalazište u Tanzaniji, jedno od ključnih i najvažnijih nalazišta vezanih uz ljudsku evoluciju.

⁷⁷ Informacije preuzete s <https://maa.cam.ac.uk> (datum pristupanja: 15.4.2020.).

⁷⁸ Natpis koji se nalazi na zidu unutar muzeja, originalno vizualna igra riječima „*people encountering objects encountering people*“ <https://maa.cam.ac.uk> (datum pristupanja: 15.4.2020.).

3.5. Museum of Anthropology, University of British Columbia, Vancouver – Muzej antropologije Sveučilišta Britanska Kolumbija, Vancouver

Ovaj je muzej posvećen podizanju razine svijesti i razumijevanja prema različitim kulturološkim shvaćanjima svijeta putem različitih izazovnih i inovativnih programa i suradnje s domorodačkim, lokalnim i globalnim zajednicama. Posebnost je ovoga muzeja bliska suradnja s lokalnom domorodačkom zajednicom (Indijanci Musqueam⁷⁹), s posebnim fokusom na umjetnost – muzej nastoji popularizirati domorodačku umjetnost, tradicionalnu i suvremenu, i stoga sabire i izlaže umjetnička djela lokalnih umjetnika. Izložbe i popratni programi povezuju umjetnost, zajednicu i suvremeni društveni i politički kontekst u kojemu se održava i komunicira lokalna tradicija. Osim što je muzej kulturni centar u službi svoje zajednice i što mu je jedan od glavnih ciljeva očuvanje lokalne baštine, važna je i njegova uloga u akademskom obrazovanju – tako su djelatnici muzeja ujedno i profesori na sveučilištu, a studenti imaju priliku u muzeju dobiti dodatnu edukaciju i odrađivati praksu.

Muzejske zbirke obuhvaćaju predmete sa svih kontinenata, a dio fundusa čini i terenska dokumentacija antropologa, istraživača, putnika i misionara. Koliko je muzeju važna emska perspektiva, govori podatak da muzej surađuje i s domorodačkim zajednicama iz drugih dijelova svijeta te da se njihova baština na muzejskim izložbama prezentira prema njihovim kriterijima. Time muzej šalje jasnu poruku da se svijet ne može promatrati isključivo iz vlastite perspektive i da postoji više različitih „stvarnosti“, a muzej u svojem prostoru nastoji predstaviti što više njih. Povremene izložbe ovoga muzeja uglavnom su posvećene kulturnoantropološkim temama i predstavljanju tradicionalnih i suvremenih aspekata kulture različitih naroda svijeta (ne isključivo domorodačkih)⁸⁰.

⁷⁹ Na jeziku halkomelem: *xʷməθkʷəy̓əm* (https://en.wikipedia.org/wiki/Musqueam_Indian_Band datum pristupa: 16.4.2020.)

⁸⁰ Informacije preuzete s <https://moa.ubc.ca> (datum pristupanja: 16.4.2020.).

3.6. Museo Nacional de Antropología, Madrid – Nacionalni muzej antropologije, Madrid

„Više od 140 godina povijesti i puno budućnosti⁸¹“ – najstariji muzej antropološke tematike u Španjolskoj osnovan je u drugoj polovici 19. stoljeća kao muzej anatomije, no odmah je postao poznat i pod nazivom muzej antropologije. Zbirku su u početku činili anatomske uzorci uz posebnu teratološku skupinu izložaka – i danas je jedan od najpoznatijih izložaka kostur Agustína Luenga, čovjeka-diva, takozvanog Diva iz Ekstremadure⁸². Osim toga, zbirka je sadržavala i botaničke i zoološke primjere te antikvitete i etnografske predmete, stoga je muzej u početku bio tipični kabinet čudesa. Krajem 19. stoljeća, muzej je postao dio Nacionalnog muzeja prirodnih znanosti te je u njega preseljena antropološka zbirka iz toga muzeja. Ta je zbirka bila sastavljena od predmeta sakupljenih na različitim istraživačkim ekspedicijama 18. i 19. stoljeća. Tijekom tog se vremena u druge institucije počela razmještati originalna zbirka anatomske, botaničke i zoološke izložaka. Početkom 20. stoljeća antropološki odjel Nacionalnog muzeja prirodnih znanosti postao je samostalan i preimenovan u Muzej antropologije, etnografije i prapovijesti. Za vrijeme španjolskoga građanskoga rata, muzejska je građa bila iseljena, a kada je došlo vrijeme za povratak građe, odlučeno je da će se unutrašnjost muzeja drastično promijeniti – tako je nastao Nacionalni etnološki muzej. Muzej anatomije tako je postao muzej etnologije. Svrha muzeja tada je bila izložiti materijalnu kulturu drugih naroda, posebno onih sa španjolskih kolonijalnih teritorija te time svjedočiti o moći Španjolskoga carstva i kolonijalnim „uspjesima“. Tako je muzejski postav bio u potpunosti posvećen „egzotičnim kulturama“ koje su bile klasificirane u 3 onovremene klasične kategorije: divljaštvo, barbarstvo i civilizacija⁸³. Ipak, s vremenom se, tijekom 20. stoljeća, muzej odmaknuo od kolonijalističkoga narativa i postao mjesto na kojemu se različite kulture predstavljaju ravnopravno. Godine 1993. muzej je ponovno postao Nacionalni muzej antropologije i pod tim nazivom djeluje i danas. Cilj je muzeja nadići podjelu na „nas“ i „druge“ te širiti vrijednosti međukulturnog razumijevanja i kulturnih različitosti. Uz poneke suvremene

⁸¹ <http://www.culturaydeporte.gob.es/mnantropologia/en/museo/historia.html> (datum pristupanja: 16.4.2020.)

⁸² <https://agustinluengocapilla.com/the-extremaduran-giant> (datum pristupanja: 16.4.2020.)

⁸³ Razine društvene evolucije prema L. H. Morganu.

promjene u postavu, najveća je promjena oku nevidljiva: muzej nastoji biti otvoren i društveno relevantan prostor u kojemu se „različitost ne uči, nego živi, doživljava“⁸⁴.

3.7. Canadian Museum for Human Rights, Winnipeg – Kanadski muzej ljudskih prava, Winnipeg

Ovaj muzej nije temeljen na zbirci materijalnih svjedočanstava čovječanstva, već na ideji, odnosno konceptu ljudskih prava – temeljnome načelu ljudskoga života. Koncipiran je oko ideje da „poštivanje i razumijevanje ljudskih prava može služiti kao pozitivna sila u mijenjanju svijeta“. Iako dijelom usmjeren na lokalni kontekst, muzej nastoji promicati međusobno poštovanje i poticati globalni dijalog. Muzej ističe važnost ljudskih prava i potiče posjetitelje da prepoznaju relevantnost prošlih i sadašnjih događaja vezanih uz ljudska prava u suvremenome kontekstu.

Domorodačke zajednice, radnička prava, izbjeglištvo, ratovi, sloboda, samo su neke od tema koje se problematiziraju na izložbama ovoga jedinstvenog muzeja. Interaktivni postav namijenjen je svima, a muzej karakteriziraju inkluzivnost i „univerzalna pristupačnost“. Izložbe i popratni programi omogućuju susret s tisućama različitih priča o ljudima, događajima i idejama sa svih krajeva svijeta. S obzirom na to da su ljudska prava važan dio kanadskoga nacionalnog identiteta, muzej svojoj zajednici pruža jačanje vlastitoga identiteta i siguran prostor za međusoban dijalog, a njegov je sadržaj zasnovan na ljudskim pričama⁸⁵.

3.8. Antropologija u hrvatskim muzejima

U radu je predstavljeno nekoliko muzeja u kojima je antropologija prisutna u najširem kontekstu i kojima najuži fokus nije na zbirkama u smislu materijalne baštine, nego na predstavljanju suvremenih društava, njihovih kultura i globalnih fenomena s kojima se ta društva susreću te koji u rad aktivno uključuju pripadnike zajednica u kojima djeluju. Ne smije se zaboraviti da su „antropološke“ zbirke sastavni dio svih nacionalnih, etnografskih, arheoloških i prirodoslovnih muzeja, no za potrebe rada izdvojeni su oni muzeji čiji nazivi

⁸⁴ Informacije preuzete s <http://www.culturaydeporte.gob.es/mnantropologia/en/museo/historia> (datum pristupanja: 16.4.2020.).

⁸⁵ Informacije i citati preuzeti s <https://humanrights.ca> (datum pristupanja: 3.5.2020.).

sugeriraju da su posvećeni određenoj antropološkoj temi, a koji se bave promicanjem kulturne tolerancije i problematiziranjem suvremenih društvenih pojava. Neki su muzeji osnovani u 21. stoljeću, a neki su stariji u međuvremenu postali „muzeji društva“ – više nisu usko specijalizirani muzeji određene temeljne znanstvene discipline, već im je interes postao usmjeren prema društvu u cjelini⁸⁶. Većina predstavljenih muzeja temeljena je na etnografskim zbirkama, no uz interdisciplinarnu perspektivu koje su prisutne u takvim muzejima, oni nastoje ostvariti određeni cilj: pomoću zbirke predstaviti bogatstvo kulturne različitosti i osvijestiti činjenicu da svi ljudi, bez obzira na razlike, imaju mnogo toga zajedničkoga.

Naziv „muzej antropologije“ nosi još mnogo muzeja na svim kontinentima, ali većina je njih usmjerena na lokalni kontekst – lokalnu povijest, lokalne zajednice, lokalne kulture. Tako muzej antropologije imaju primjerice i Meksiko, Tajvan, Australija, Peru, Rapa Nui ili Angola, a u njima se čuva i prezentira lokalna (uglavnom arheološka i etnografska) baština. Postoji i još nekoliko sveučilišnih muzeja koji u radu nisu spomenuti, a prema riječima Anite Herle, kustosice sveučilišnog muzeja u Cambridgeu, sveučilišni muzeji ponovno dobivaju na važnosti jer svojim istraživačkim radom i interdisciplinarnim pristupom doprinose razvoju društvenih i humanističkih znanosti (usp. 2016⁸⁷). Zanimljivo je istaknuti i Antropološki muzej Sveučilišta u Ateni koji je posvećen biološkoj antropologiji, zatim Muzej čovjeka u San Diegu koji kreira izložbe širokog spektra antropoloških tema, te japanski „Mali svijet – muzej čovjeka“, muzej na otvorenom, odnosno svojevrsni zabavni park – riječ je o otvorenom prostoru na kojemu su izgrađene replike tradicionalnih kuća iz raznih dijelova svijeta. Posjetitelji ondje mogu isprobati i tradicionalnu odjeću raznih zemalja i čuti različite jezike. U sklopu parka nalazi se i zgrada u kojoj se čuva zbirka predmeta iz različitih dijelova svijeta te audiovizualni materijal koji svjedoči o životu pripadnika različitih kultura. Cilj je muzeja upoznati posjetitelje s drugim kulturama i tradicijama.

U Hrvatskoj ne postoji muzej koji u nazivu sadrži riječ „antropologija“, niti muzej koji se isključivo bavi problematiziranjem suvremenih društvenih izazova. Antropologija je u hrvatskim muzejima prisutna uglavnom u etnografskim i arheološkim muzejima te u etnografskim i arheološkim zbirkama gradskih i zavičajnih muzeja. Osim pojedinačnih zbirki, antropološkom bi se tematikom mogao izdvojiti Muzej krapinskih neandertalaca.

⁸⁶ Usp. https://www.mcq.org/documents/10706/28705/Projet_culturel_2014ang.pdf str. 6 - dokument Muzeja civilizacije u Québecu (Musée de la civilisation, Québec) (datum pristupanja: 3.5.2020.).

⁸⁷ <https://www.anthroencyclopedia.com/entry/anthropology-museums-and-museum-anthropology> (datum pristupanja: 20.2.2020.)

3.8.1 Muzej krapinskih neandertalaca, Krapina

Muzej je izgrađen pored nalazišta Hušnjakovo, jednog od najznačajnijih nalazišta neandertalaca. Godine 1969. u Krapini je osnovan Muzej evolucije. Na nalazištu su uređene staze i postavljene rekonstrukcije neandertalaca. Muzej je 1971. godine otvoren za javnost, a sadržavao je geološku, paleontološku i arheološku zbirku. Stalni postav prezentirao je geologiju Hrvatskoga zagorja, razvoj života na zemlji, time i razvoj čovjeka, s posebnim naglaskom na krapinske neandertalce. Današnji muzej, koji se ističe svojom arhitekturom, gradio se čitavo desetljeće, a otvoren je 2010. godine te je dio Muzeja Hrvatskog zagorja. Novi muzej prezentira identične teme na moderniji način, a postav obiluje multimedijским sadržajem.

Početak postava posvećen je Dragutinu Gorjanoviću-Krambergeru i Krapini s kraja 19. stoljeća. Slijedi kratak pregled razvoja europske znanosti pa predstavljanje samoga nalazišta, nalaza i suvremenih metoda istraživanja paleoantropoloških nalaza. Nakon toga, izložbeni prostor poprima oblike spirale, simbolizirajući pritom dvostruku zavojnicu DNK koja je i u obliku skulpture visine prostora izložena u prostoru. U tom se dijelu muzeja prezentira evolucija života – od stvaranja zemlje, preko pojave prvih živih bića, do pojave roda *Homo*, dizajn izložbe jasno sugerira koliko je povijest čovječanstva zapravo kratka. Tek se na samome kraju spiralnoga prostora dolazi do neandertalaca, odnosno krapinskoga pračovjeka. Slijede detalji o krapinskim nalazima, informacije o anatomiji neandertalaca i drugim važnim neandertalskim nalazima te usporedba s *Homo sapiensom*. Sami kraj izložbe posvećen je anatomski modernom čovjeku i evoluciji njegove kulture. Izlaz iz muzeja vodi do samoga nalazišta Hušnjakovo⁸⁸.

Osim interaktivnim postavom, muzej svoju tematiku korisnicima približava i pomoću edukativnih radionica (posebno namijenjenih učenicima i studentima) i specijalnih vodstava (Lončar Uvodić 2013:232). Inkluziju osoba s posebnim potrebama muzej ostvaruje kroz suradnju s različitim udrugama i osmišljavanje programa koji takvim osobama mogu približiti muzejski postav (Ibid. 234). Muzej sudjeluje u različitim međunarodnim projektima i bavi se popularizacijom znanosti i interpretacijom baštine vezane uz ovo iznimno značajno paleoantropološko nalazište.

⁸⁸ Informacije preuzete s <http://www.mkn.mhz.hr/hr> (datum pristupa: 23.4.2020.).

3.8.2. Etnografski muzej, Zagreb

Stalni postav zagrebačkog etnografskog muzeja odiše tradicijom u kontekstu oblikovanja muzejskoga postava. Muzejske zbirke obuhvaćaju različite vrste predmeta tradicijske materijalne kulture te materijalnu baštinu naroda s drugih kontinenata koju su tijekom 20. stoljeća prikupili hrvatski istraživači. Muzejski je postav pred suvremenom adaptacijom, odnosno kreiranjem novoga stalnog postava koji će na suvremeni način predstavljati tradicijsku baštinu⁸⁹. Povremene izložbe posvećene su širokom spektru tema vezanih uz materijalnu i nematerijalnu baštinu, kako hrvatsku, tako i onu drugih naroda. Karakterizira ih atraktivno vizualno oblikovanje i raznolik popratni program. Muzej ima vrlo aktivan pedagoški odjel, stoga kroz velik broj različitih edukativnih programa – namijenjenih svim dobnim skupinama – svojim posjetiteljima približava etnografsku baštinu, ali i problematizira suvremeni društveni kontekst.

3.8.3. Arheološki muzej Zagreb

Bogati fundus muzeja obuhvaća materijalne artefakte nastale od razdoblja prapovijesti do srednjega vijeka. Muzej je usmjeren na materijalnu arheološku baštinu, a u prapovijesnom dijelu stalnoga postava izloženi su artefakti vezani uz početak ljudske vrste i to uglavnom u obliku nalaza s hrvatskih lokaliteta. Taj dio muzejskoga postava svjedoči o evoluciji materijalne kulture od neolitika do željeznoga doba⁹⁰. Muzej provodi mnogobrojna arheološka istraživanja na lokalitetima diljem Hrvatske, a suvremenim pristupom i raznolikim programom doprinosi popularizaciji znanosti i upoznavanju javnosti s arheološkom baštinom.

3.8.4. Hrvatski prirodoslovni muzej, Zagreb

Zagrebački prirodoslovni muzej čuva zbirku originalnih nalaza s nalazišta Hušnjakovo – zbirku krapinskog diluvija (ostaci kostiju i artefakata), proglašenu nultom kategorijom spomeničke vrijednosti⁹¹. Ipak, zbirka nije izložena u stalnom postavu. Muzej se intenzivno

⁸⁹ <http://emz.hr/O%20muzeju/Povijest%20muzeja> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

⁹⁰ <https://amz.hr/hr/muzej/strucni-odjeli/pretpovijesni-odjel/zbirke/o-pretpovijesnim-zbirkama> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

⁹¹ Informacije preuzete s <http://www.hpm.hr/hr/Muzej> (datum pristupanja: 23.4.2020.).

bavi istraživačkim radom, a kako mu također slijedi obnova, odnosno novi izložbeni postav, u budućnosti će moći postati poučni primjer za djelovanje na području očuvanja prirode i bioraznolikosti, odnosno okoliša.

3.9. Muzejske zbirke : korisnici muzeja

Komparativnom analizom mrežnih stranica spomenutih muzeja uočena je razlika između hrvatskih i inozemnih muzeja. U inozemnim je muzejima vidljiv odmak od usmjerenosti na muzejske predmete, odnosno premještanje fokusa sa zbirke na posjetitelje te društvena relevantnost koja se očituje u društvenoj angažiranosti kroz kreiranje izložbi koje progovaraju o društveno relevantnim temama. S obzirom na to da u Hrvatskoj ne postoji muzej koji je u potpunosti posvećen razvoju čovjeka i njegovoj cjelokupnoj kompleksnosti te da hrvatski muzeji društvenu angažiranost uglavnom provode kroz popratne sadržaje, nije pravedno komparirati „antropološke“ zbirke koje su dio različitih hrvatskih muzeja sa spomenutim inozemnim muzejima. Ipak, jasno je da se fokus inozemnih i hrvatskih muzeja trenutno još ponešto razlikuje.

Na stranicama inozemnih muzeja mogu se pročitati rečenice poput: „saga o čovječanstvu“⁹² (Muzej čovjeka, Pariz); težiti tome da „današnji svijet postane razumljiviji“, „mjesto na kojemu se ljudi mogu osjećati kao kod kuće i prelaziti vlastite granice“ (Muzej svjetskih kultura, Göteborg⁹³); „(muzej) nastoji osigurati pristup mnogim alternativnim pogledima na stvarnost ili načine spoznavanja“ (Muzej antropologije Sveučilišta British Columbia, Vancouver⁹⁴); „različitost (se) ne uči, nego živi, doživljava (u muzeju)“ (Nacionalni muzej antropologije, Madrid⁹⁵)... Iz navedenih je riječi vidljivo da su muzeji usmjereni prema ljudima, svojim korisnicima, te da svojim radom nastoje doprijeti do umova posjetitelja i u

⁹² <http://www.museedelhomme.fr/en/museum/museums-history/museum-design-3928>
(datum pristupanja: 15.4.2020.)

⁹³ <https://artsandculture.google.com/partner/national-museums-of-world-culture:>
<http://www.varldskulturmuseerna.se/en/varldskulturmuseet/about-the-museum> (datum pristupanja: 20.4.2020.)

⁹⁴ <https://moa.ubc.ca/welcome> (datum pristupanja: 16.4.2020.)

⁹⁵ <http://www.culturaydeporte.gob.es/mnantropologia/en/museo/historia/cuarta-etapa.html>
(datum pristupanja: 16.4.2020.)

njima potaknuti osjećaj pripadnosti i međusobnog razumijevanja. Nastoje posjetiteljima ponuditi nove perspektive i potaknuti ih na kritičko razmišljanje i aktivno djelovanje. Sve to navedeni muzeji ostvaruju uz pomoć svojih zbirki.

Primijećeno je da se na mrežnim stranicama hrvatskih muzeja ne komuniciraju direktno ovakve ideje. Rečenice poput „prikupljanje i čuvanje prirodnina najvažnija je zadaća Muzeja“ (Prirodoslovni muzej, Zagreb⁹⁶) ili „Muzej će nastojati i u buduće brinuti se o hrvatskoj i svjetskoj tradicijskoj baštini“ (Etnografski muzej, Zagreb⁹⁷) jasno daju do znanja da su u fokusu rada navedenih muzeja muzejske zbirke. Ipak, to što se na mrežnim stranicama ne spominju „nematerijalni“ ciljevi ne znači da muzeji u praksi već nisu na putu promjena vezanih uz suvremena poimanja muzejskih institucija.

Navedeni su hrvatski muzeji vrsne institucije u svojim matičnim područjima te uvelike doprinose popularizaciji temeljnih znanstvenih disciplina i očuvanju raznolike baštine. Kvalitetni edukativni programi i raznoliki popratni sadržaji doprinose ostvarenju muzejskih ciljeva, kao i povećanju inkluzije svih društvenih skupina. Svi spomenuti muzeji u svojim poslanjima direktno iskazuju da je baština namijenjena ljudima te da je jedan od ciljeva stvoriti pozitivan odnos prema baštini i potaknuti razumijevanje svijeta, bilo da se radi o kulturnoj ili prirodnoj baštini⁹⁸. Na kraju, ipak su temeljne muzejske „dužnosti“ prikupljanje i očuvanje materijalnih svjedočanstva ljudi i prirode. No, danas je tim zadaćama potrebno pridodati važnost zajednica kojima muzeji služe. Potrebno je uravnotežiti nova poimanja muzeja s tradicionalnim praksama. Jer, muzeji se ne bave isključivo predmetima, već potiču bavljenje složenim odnosima među ljudima i predmetima (Herle 2016⁹⁹).

⁹⁶ <http://www.hpm.hr/hr/Muzej> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

⁹⁷ <http://emz.hr/O%20muzeju/Povijest%20muzeja> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

⁹⁸ Usp. <http://emz.hr/O%20muzeju/Povijest%20muzeja> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

⁹⁹ <https://www.anthroencyclopedia.com/entry/anthropology-museums-and-museum-anthropology> (datum pristupanja: 20.2.2020.)

4. Muzej antropologije – idejni koncept

U nastavku rada sažeto će biti predstavljen idejni koncept muzeja antropologije u Hrvatskoj.

4.1. Muzejski predmeti i edukativna uloga muzeja

Muzejska je zbirka temelj svakoga muzeja, no danas se fokus muzejskoga rada postupno premješta s predmeta na korisnike (usp. Weil 1999). S obzirom na to da je cilj hrvatskog muzeja antropologije prenijeti ideje i potaknuti na promišljanje, Muzej ne bi imao zbirku originalnih muzejskih predmeta, već bi izložbe bile oblikovane pomoću muzeografskih pomagala, što bi obuhvaćalo i kopije pojedinih originalnih predmeta. Takav bi pristup omogućio veću interakciju s izložbom (usp. Conn 2010:22). Cilj je ispričati priču o čovjeku, a ne predstavljati pojedinačnu estetsku, povijesnu ili kulturnu vrijednost predmeta. Takav bi se sadržaj izložbe mogao nazvati kontekstualnom izložbom, označavajući izložbu koja nastoji predstaviti i prenijeti ideje i stavove (usp. Vergo 1989:48).

Jedna je od kritika novopredložene definicije muzeja što se u njoj ne spominje riječ edukacija¹⁰⁰. S druge strane, postavlja se pitanje zašto bi muzeji trebali pružiti edukaciju – nije li svrha muzeja pružiti uživanje, zadovoljstvo, zabavu ili jednostavno, kontemplaciju (Ibid. 58)? Za početak, teško je definirati jasne granice između navedenih pojmova, a edukaciju je u ovome kontekstu potrebno shvatiti kao oblik neformalnoga učenja. No svaka izložba, bila ona u potpunosti i zabavnoga karaktera, zapravo sadrži novo znanje koje posjetitelj može usvojiti. Svaki doživljaj izložbe predstavlja potencijal proširivanja i obogaćivanja osobnoga iskustva, time i obrazovanja u smislu primanja novih informacija i doživljaja (Ibid.). Jer, muzejska je izložba upućena publici, koliko god ta publika bila raznolika. A oni koji kreiraju izložbu, očekuju da će posjetitelji iz nje nešto „izvući“, koliko god možda teško bilo definirati što je to „nešto“ (Ibid. 46). Ljudi posjećuju muzeje kako bi doživjeli nova iskustva, družili se, doznali nešto novo, raspravljali, istraživali misli i osjećaje, gledali i slušali, „pobjegli i mislili“, „pobjegli i ne mislili“ (usp. Kavanagh 1995:126). Kako bi se to ostvarilo izložbe trebaju „educirati i uzbuđivati um i osjetila“ (Kaplan 1995:41). Stoga muzeji moraju biti svjesni činjenice da mogu i trebaju ponuditi potpuno drugačije edukativno iskustvo (Maton-Howarth 1990:187).

¹⁰⁰ <http://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-10-9-2019/?fbclid=IwAR1ahQNqimgvWUVMgZsVuI8lsfT7Cu3LtaXFu3uy0aV1vcQQzYwvsmofhl0#Kyoto> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

Upravo je edukacija primarno sredstvo kojim se mogu postići ciljevi (muzeja) antropologije – razumijevanje, poštivanje, tolerancija. Prema riječima Michaela A. Parka upravo je „neznanje ono što nas dehumanizira“ (2008:43), a „bogatstvo muzeja nije samo u širenju na velik broj „konzumenata“ muzejskog proizvoda, nego u mogućnosti da kvalitetno utječe na svijest tog velikog broja ljudi“ (Šola 2011:205). Muzejska izložba stoga treba biti neformalni oblik učenja, što znači da treba pružati nove informacije kako bi se ljude potaknulo na promišljanje i prihvaćanje novih spoznaja. Istinski je muzejski predmet zapravo relevantna informacija (Ibid. 250), a „informacija [je] najsnažnije sredstvo moći“ (Ibid. 73).

4.2. Vrijednosti, misija i vizija

Vrijednosti Muzeja bile bi otvorenost, raznolikost, jednakost, tolerancija, suradnja. Muzej antropologije bio bi mjesto koje zagovara ravnopravnost svih ljudi te koje služi kao izvor znanja za uspostavljanje razumijevanja i poštovanja prema drugima i drugačijima.

Misija Muzeja prvenstveno bi bila popularizacija antropologije kao znanosti. Kroz to bi se, putem muzejskih izložbi i popratnih sadržaja, komunicirala priča o ljudskoj vrsti s ciljem upoznavanja ljudi s kompleksnošću vlastitoga postojanja i važnošću antropologije kao znanstvene discipline. Time bi se nastojalo pridonijeti mijenjanju svijesti o ulozi svakoga pojedinca u suvremenome društvu i poticanju pozitivnih društvenih promjena.

Vizija je Muzeja utjecati na društvo, lokalnu sredinu, i potaknuti pozitivne promjene u smjeru kolektivne svijesti o suvremenome životu. Muzej antropologije zamišljen je kao mjesto koje služi društvu, koje djeluje kao središte u kojemu se razmjenjuju ideje, stvaraju dijalozi, ostvaruju suradnje, i koje potiče zajednicu na zajedničko djelovanje u ostvarivanju vlastitih ciljeva, a to su promicanje međukulturnog razumijevanja i poštovanje prema svim živim bićima i čitavom planetu.

4.3. Zakonodavni okvir i strateški plan

Hrvatski Muzej antropologije osnovao bi se i djelovao sukladno Zakonu o muzejima¹⁰¹ i Etičkom kodeksu za muzeje¹⁰², pod pretpostavkom da bi bio osnovan kao javna ustanova i specijalizirani muzej.

Prije samoga osnivanja, potrebno bi bilo pripremiti strateški plan za sam proces osnivanja i prvo razdoblje djelovanja. Strateški je plan okvir koji daje smjer koji treba slijediti kako bi se ostvarili postavljeni ciljevi. To je utvrđivanje temeljnih dugoročnih ciljeva i usvajanje načina djelovanja te raspodjele financijskih sredstava potrebnih za ostvarivanje zadanih ciljeva. Kako bi se osmislio kvalitetan strateški plan, potrebno je napraviti analizu okoline, na temelju toga oblikovati jasne ciljeve, odrediti konkretne alate i zadatke kojima će se ciljevi nastojati ostvariti te redovito provoditi reviziju i evaluaciju (Kotler i Kotler 2008). Provođenje osmišljenog plana podrazumijeva organizaciju i koordiniranje svakog pojedinog segmenta muzeja¹⁰³, a unutar svakog segmenta također mora postojati detaljan i jasno definiran plan rada (usp. Lord i Lord 1997:48).

Prije početka rada, muzej bi se testirao, odnosno „isprobali“ bi ga pojedinci koji nisu bili uključeni u proces stvaranja kako bi se uvidjelo funkcionira li sve kako je zamišljeno te jesu li svi dijelovi muzeja fizički i intelektualno pristupačni i razumljivi korisnicima.

Posebna bi pozornost bila posvećena upravljanju u kriznim situacijama, odnosno što boljoj zaštiti samoga Muzeja od potresa, poplava, požara i drugih katastrofa, kao i edukaciji osoblja o ponašanju u kriznim situacijama.

¹⁰¹ Aktualna verzija iz 2018. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2018_07_61_1267.html (datum pristupanja: 10.5.2020.)

¹⁰² <http://www.icom-croatia.hr/wp-content/uploads/2011/11/Eticki-kodeks-za-muzeje.pdf> (datum pristupanja: 10.5.2020.)

¹⁰³ Primjerice, upravljanje zbirkama, izložbena djelatnost, zaštita zbirke, dokumentacija, edukativni programi, ljudski resursi, briga za korisnike, sigurnost... (Lord i Lord 1997:51).

4.4. Upravljanje, djelatnici i odnos prema posjetiteljima

Kvalitetno upravljanje rezultira uspješnim muzejom. Muzejima upravljaju i sve poslove izvršavaju ljudi. To su društvene institucije u kojima ljudi rade zajedno kako bi postigli zadane ciljeve i ostvarili ili se približili cjelokupnoj misiji institucije (Lord i Lord 1997:13). S obzirom na to da glavna preokupacija muzejskoga rada više nisu isključivo zbirke, nego i ljudi, dodatno se proširilo poimanje muzeja kao društvene institucije.

Djelatnici muzeja trebaju biti svjesni promjene koja se događa, kao i činjenice da su muzeji namijenjeni ljudima i da rad muzeja ima smisla samo ako ga ljudi koriste. Trebaju biti dobro upoznati s temom i misijom institucije. Osoblje koje je informirano i vjeruje u ono što muzej predstavlja te kvalitetno i savjesno obavlja svoj posao stvara pozitivnu sliku o muzeju (usp. Edson i Dean 1994:9) i pridonosi tome da se korisnici muzeja osjećaju ugodno¹⁰⁴. Nužno je da osoblje muzeja, prvenstveno kustosi i muzejski pedagozi, budu upoznati sa širokom slikom globalne situacije te da definiraju što se konkretno u muzeju može učiniti kako bi se pokrenule pozitivne promjene. Uz to, potrebno je osmisliti kako da različiti suvremeni izazovi postanu vidljivi široj javnosti, a rješenja dostupna (Ibid).

Kustosi Muzeja antropologije bili bi antropolozi ili stručnjaci pojedinačnih područja. Svaka bi grana antropologije imala po jednoga kustosa koji bi bio zadužen za kreiranje povremenih izložaba i edukativnih programa određene tematike svojega područja. Ovisno o temi, težilo bi se interdisciplinarnome pristupu i suradnji kustosa na zajedničkim izložbama. Kustosi bi se bavili i istraživačkim radom. Muzej bi imao i muzeologa koji bi kao stručnjak za rad u muzeju doprinio kvalitetnijoj organizaciji sadržaja i brizi za posjetitelje.

Odnos prema posjetiteljima jedan je od najvažnijih aspekata rada muzeja. Često se smatra da samo tzv. *front-line* osoblje ima i treba imati kontakt s posjetiteljima – moglo bi se reći „osoblje na prvoj liniji“: osoba na recepciji/pultu za informacije, osoba koja prodaje ulaznice, osoba koja radi u muzejskoj trgovini, a tu se još mogu ubrojiti biljeter i muzejski čuvari. Djelatnici na tim radnim mjestima svakako imaju najviše interakcija s posjetiteljima, no to ne znači da i ostali djelatnici ne bi trebali stupiti u kontakt s njima. Prema posjetiteljima muzeja ne smije se odnositi kao da su bezličan broj u statistici muzejskih posjeta (Simon 2010:39) i izvor zarade. Nužno je imati na umu da muzej postoji upravo zbog tih ljudi i da je

¹⁰⁴ „Ugodno“ u ovome smislu znači da se posjetitelj u muzeju osjeća dobrodošlo i sigurno. Tematika muzeja ili pojedinih izložbi ne mora biti ugodna – teme vezane uz tešku baštinu (npr. ratna stradanja) ili, primjerice, zagrebački Muzej prekinutih veza, kod posjetitelja mogu izazvati nelagodne osjećaje.

svaka osoba individua s imenom i prezimenom (usp. Lord i Lord 1997:52). Komunikacija je ključ uspjeha za „stvaranje“ zadovoljnih korisnika – ako se prema ljudima odnosi s poštovanjem i ljubaznošću, ako im se daje do znanja da su cijenjeni kao individualci te da je instituciji drago što su došli u posjet, tada će se ti isti ljudi rado vraćati u muzej i uvijek se osjećati dobrodošlo. Već i jednostavan izraz „dobar dan, dobrodošli“ doprinosi takvom osjećaju kod posjetitelja.

Kustosi se obično doživljavaju kao „osobe iza scene“. Osim vodstava i predavanja koja povremeno održe, ljudima su u stvarnosti nevidljivi. Tome ne pridonosi ni činjenica da kustosi obično nisu u muzeju tijekom vikenda ili praznika, kada u njima ima najviše posjetitelja (Ibid. 126). U Muzeju antropologije težilo bi se tome da se smanje hijerarhijske razlike između pojedinih poslova. Tako bi, primjerice, kustos jednom mjesečno mogao dočekivati posjetitelje na recepciji i prodavati karte. U direktnoj komunikaciji s posjetiteljima, odgovarajući na njihova pitanja i slušajući njihove interese, kustosi bi bolje poznavali vlastite korisnike muzeja i bili bi svjesni njihovih potreba i interesa (usp. Simon 2010:330). Tehničko bi osoblje, primjerice, moglo pomagati u organizaciji popratnih muzejskih sadržaja. Takve bi „zamjene“ bile svojevrsne jer treba uzeti u obzir da nisu svi ljudi jednako komunikativni, niti voljni „zamijeniti uloge“. No, težnja bi Muzeja bila zaposliti ljude s interesom za antropološke teme i voljom za blizak rad s ljudima jer bi ovakav način novih iskustava za zaposlenike rezultirao boljim međuljudskim odnosima unutar institucije, kao i boljim odnosom prema korisnicima muzeja.

4.5. Istraživački rad, studenti i volonteri

Osim izložbenom i edukativnom djelatnošću, kustosi i pedagozi bavili bi se i istraživačkim radom. Bilo da se radi o terenskim istraživanjima ili radu unutar muzeja, bavili bi se proučavanjem tema za koje posjeduju interes. Nove spoznaje i rezultati istraživanja predstavljali bi se na povremenim izložbama. Muzej bi provodio i različite istraživačke projekte, kako na lokalnoj, tako i na međunarodnoj razini. S obzirom na istraživački rad, postojala bi mogućnost da se s vremenom u Muzeju počnu stvarati zbirke predmeta.

Muzej bi zapošljavao studente antropologije i srodnih disciplina kao čuvaru, vodiče na izložbama i voditelje radionica. Studenti bi trebali biti kvalitetno upoznati sa sadržajem muzeja, a prije početka rada prošli bi edukaciju za detaljno upoznavanje sa stalnim postavom i muzejskim radom općenito. Muzej bi organizirao ljetne kampove za studente antropologije. Na njima bi studenti, pod vodstvom djelatnika muzeja-mentora odlazili na terene ili provodili

lokalne projekte kojima bi cilj bio doprinijeti određenoj zajednici ili podići razinu svijesti o određenom društvenom problemu ili nepravdi.

Volonteri bi trebali biti neizostavan i iznimno važan dio svakoga muzeja, no volonterizam u hrvatskim muzejima nije razvijen u jednakoj mjeri kao u pojedinim drugim zemljama. Muzej antropologije nudio bi mogućnost volonterskoga rada na pripremanju i realizaciji edukativnih programa i popratnih sadržaja svim dobnim skupinama. Na taj bi način pojedinci dobili priliku za stjecanje novih iskustava na području organiziranja sadržaja i događaja te komunikaciji s ljudima. Volonteri bi imali besplatan ulaz u Muzej i određeni popust u muzejskoj trgovini i ugostiteljskom objektu. Posebno volontersko mjesto obuhvaćalo bi rad s posjetiteljima s posebnim potrebama – Muzej bi, uz prethodnu najavu, nudio mogućnost vodstva za posjetitelje s posebnim potrebama. Tako bi volonteri s iskustvom rada u tom području mogli asistirati prilikom obilaska izložbe ili držati vodstvo na znakovnom jeziku.

4.6. Muzejska zgrada

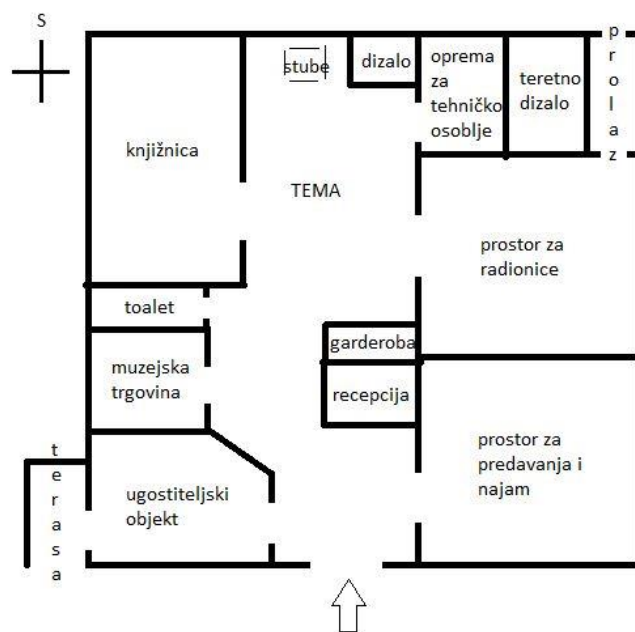
S obzirom na to da se u radu predstavlja idealni koncept muzeja, muzejska bi zgrada bila nova, planski građena za Muzej antropologije. S obzirom na to da i sama arhitektura komunicira te utječe na to kako će se posjetitelj snalaziti i osjećati, važno je da su zgrada i okolina funkcionalne. Treba biti jasno naznačeno da se u zgradi nalazi muzej, signalizacija oko i unutar muzeja također treba biti jasna, a sama zgrada treba biti pristupačna i bez prepreka. Zgrada muzeja antropologije bila bi kvadratnog oblika i sastojala bi se od prizemlja, podzemne etaže, prvog kata i potkrovlja. Oko zgrade bi bilo zasađeno zelenilo te postavljene klupe za odmor.

PRIZEMLJE (slika 1) - ulazna vrata na južnoj strani uvela bi posjetitelja u predvorje muzeja u kojemu se nalazi recepcija na kojoj se kupuju ulaznice i dobivaju sve potrebne informacije. Iza recepcije se nalazi garderoba. Desno od ulaza nalazi se prostor za predavanja, a iza njega prostor za radionice. Lijevo od ulaza nalazili bi se redom: ugostiteljski objekt s terasom, muzejska trgovina, toalet i knjižnica. Na sjevernoj bi se strani nalazile stube i dizalo te prostor za opremu tehničkog osoblja, teretno dizalo i stražnji ulaz.

Kupljena ulaznica služila bi kao kartica vjernosti – prva bi ulaznica bila kartica na kojoj bi se skupljali pečati. Za svaki novi posjet na karticu bi se dobio jedan novi pečat. Nakon 5 sakupljenih pečata, vlasnik kartice imao bi pravo na nagradu po izboru: besplatan ulaz pri sljedećem posjetu muzeju, besplatno piće u muzejskom ugostiteljskom objektu ili popust u

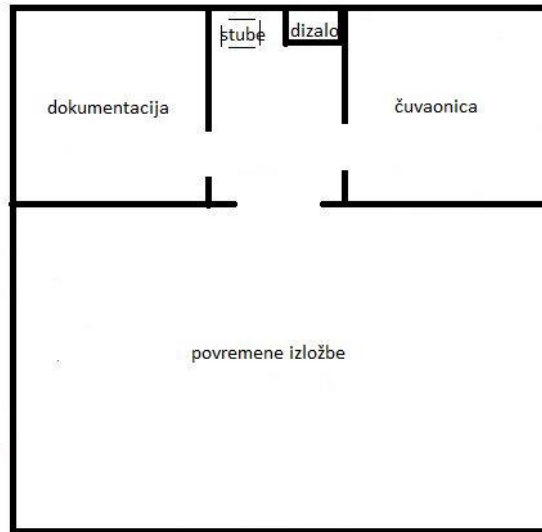
muzejskoj trgovini. Na taj bi način posjetitelj dobio osobni razlog za povratak u muzej (Simon 2010:73), a motivacija bi se potencirala i nagradom. Uz ulaznicu bi se dobio i tlocrt izložbenog prostora. Na recepciji bi se posjetitelje zamolilo da na ekranu na dodir označe dobnu skupinu kojoj pripadaju, državu iz koje dolaze i jezik kojim se služe. Na taj bi se način prikupljala demografska statistika.

Prostor između garderobe i stuba bio bi svojevrsni mali izložbeni prostor. Taj bi prostor svaki mjesec bio tematski dekoriran – predstavljali bi se različiti blagdani, praznici, svetkovine, festivali, rituali, proslave različitih zajednica iz različitih dijelova svijeta. Na jednom bi se zidu nalazile tekstualna legenda i vizualni materijal koji bi dočaravao odabranu temu.



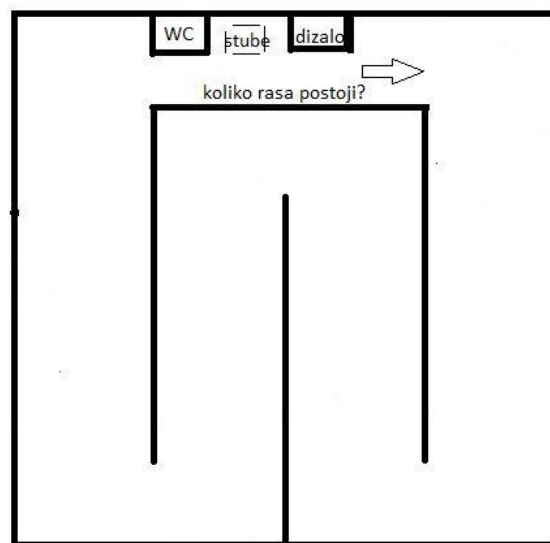
Slika 1: tlocrt prizemlja

PODZEMNA etaža (slika 2) – na sjevernoj bi se strani nalazio prostor za dokumentaciju (zapadno od stuba) te prostor koji bi, u slučaju potrebe, služio kao muzejska čuvaonica (istočno od stuba). Preostali prostor prizemlja služio bi kao izložbeni prostor za povremene izložbe.



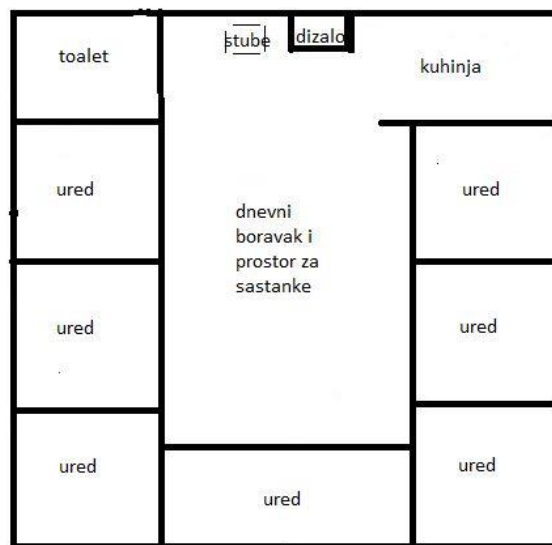
Slika 2: tlocrt podzemne etaže

PRVI kat (slika 3) služio bi kao izložbeni prostor stalnog postava. Smjer izložbe pratio bi smjer kazaljke na satu te bi bio moguć samo jedan smjer kretanja. Prostor bi pregradnim zidovima bio dizajniran u obliku staze, odnosno puta koji bi pričao priču o čovjeku. Zapadno od stuba nalazio bi se toalet. Smjer kretanja bio bi jasno označen, a prostor bi u određenim dijelovima imao zaustavna mjesta, odnosno mjesta za odmor (taburei).



Slika 3: tlocrt prvoga kata

POTKROVLJE (slika 4) bi bilo namijenjeno zaposlenicima muzeja. Zapadno od stuba nalazio bi se toalet, a istočno kuhinja. Uz vanjski dio potkrovlja bili bi smješteni uredi, a u sredini bi se nalazio prostor koji bi služio kao prostor za sastanke, ali i svojevrsni dnevni boravak u kojemu bi zaposlenici mogli boraviti. Taj bi prostor bio ugodan i prostran, kako bi se zaposlenici osjećali ugodno na poslu te kako bi atmosfera na formalnim sastancima bila ležernija. Uredi bi bili puni dnevnog svjetla i prozračni, a na krovu bi se nalazile solarne ploče u koje bi Muzej investirao kako bi se djelomično koristio održivom energijom.



Slika 4: tlocrt potkrovlja

4.7. Stalni postav

Stalni bi postav pričao priču o ljudima. S obzirom na to da je cilj Muzeja antropologije upoznati javnost s kompleksnom temom čovjeka te pridonijeti razumijevanju, toleranciji i sveopćoj dobrobiti, u stalnom bi postavu bilo nekoliko istaknutih i detaljnije razrađenih tema koje bi zajedno činile glavnu poruku muzejskoga postava: da su svi ljudi jednaki. Istaknute teme bile bi: čovjek kao kulturno biće; etnocentrizam i kulturni relativizam; ljudska vrsta u kontekstu biološke evolucije i antropocentrizam; rase i rasizam.

4.7.1. Čovjek kao kulturno biće

Ljudi su „životinje s kulturom“ (Omohundro 2008:71). Upravo je kultura¹⁰⁵ ono što razlikuje čovjeka od životinje (Kottak 1994:38). To je strategija adaptacije na prirodnu okolinu koja je odigrala ključnu ulogu u ljudskoj evoluciji (Jurmain et al. 2011:5). Najpoznatija definicija kulture upravo je ona britanskog antropologa Edwarda Burnetta Tylora: kultura je „kompleksna cjelina koja uključuje znanja, vjerovanja, umjetnost, moral, zakone, običaje i bilo koje druge mogućnosti i navike koje je čovjek stekao kao član društva“ (Eriksen 2013:31). Kultura je način života, to je skup običaja i mišljenja koji svakome pojedincu određuju što je prikladno, a što neprikladno ponašanje (Kottak 1994:2). Kultura je zajednička, dijele je svi pripadnici određene zajednice. Ona se uči, prenosi s generacije na generaciju, usvaja procesom enkulturacije. Temelji se na simbolima i integrirana je, što znači da svi pojedinačni dijelovi kulture tvore jednu integriranu cjelinu (Haviland 2004). Promjenjiva je, fluidna, mijenja se tijekom vremena. Rezultat je povijesnog iskustva naroda, ali i fizičke sredine u kojoj čovjek živi (Monaghan i Just 2003).

Svaka zajednica ima vlastitu kulturu, stoga se kulture razlikuju, od zajednice do zajednice, od okoline od okoline, a u detaljima čak i od pojedinca do pojedinca (Park 2008:13). Kultura je u umovima pripadnika zajednice (Jurmain et al. 2011:27), ona je društveno konstruirana, što znači da su njezine granice umjetno definirane (Park 2008:400). Kultura je subjektivna, iako zajednička. Ona upravlja ljudskim postupcima, ponekad u obliku pravila i znanja kojih je čovjek svjestan, a ponekad u obliku navika koje je usvojio nesvjesno, spontano,

¹⁰⁵ Kultura kao kompleksan skup značajki karakterističan za ponašanje ljudske vrste; i životinje modificiraju okolinu (Jurmain et al 2011:195), a pojedine vrste životinja imaju određene oblike ponašanja koji bi se mogli nazvati kulturom i jezikom (primjerice, društveno ponašanje primata ili „jezik“ verveta – majmuna koji, kada su u opasnosti, koriste različitu vokalizaciju za različite vrste predatora) (Ibid. 176).

oponašajući druge pripadnike kulture. Kultura nije potpuni konsenzus, niti je odraz realnosti. Točnije, ona stvara individualnu realnost (Omohundro 2008). Zašto je pojam kulture toliko važan za razumijevanje čovjekova postojanja, pojasnit će sljedeća tema.

4.7.2. Etnocentrizam i kulturni relativizam

Jedan je od ciljeva antropologije suzbiti etnocentrizam – tendenciju da se pripadnike drugih kultura promatra i procjenjuje kroz vrijednosti vlastite kulture (Kottak 1994:45). Takav pogled obično rezultira netolerancijom i diskriminacijom onih kod kojih se ne prepoznaju vlastite vrijednosti. Etnocentrizam je zapravo normalan i razumljiv – svaka je osoba etnocentrična jednostavno zato što ju je kultura koju posjeduje naučila vjerovati da je njezino ponašanje jedino ispravno i prirodno. Čovjek instinktivno uspoređuje tuđu kulturu s vlastitom smatrajući pritom da je njegova kultura istinita, ispravnija i bolja. Ipak, etnocentrizam je intelektualno nedopustiv. Ne postoji objektivna istina, kao što ne postoji ni univerzalna kultura prema kojoj se druge kulture mogu komparirati (Omohundro 2008). Svaka kultura kreira vlastitu realnost stvarajući subjektivne kategorije koje sadrže određeno značenje za pripadnike te kulture (Park 2008:386). Dakle, postoje samo individualni pogledi na svijet (Omohundro 2008:323).

Odgovor na problem etnocentrizma daje teorija kulturnoga relativizma koju je u antropološki diskurs uveo Franz Boas. Teorija je svojevrsni temelj antropološkog pristupa, a označava promatranje kulture iz perspektive nje same – druga se kultura može razumjeti jedino uz odmak od subjektivnoga pogleda na svijet i pokušaj promatranja druge kulture kroz standarde i vrijednosti te kulture (Hendry 2008:11). Nitko nema (ili, bolje rečeno, ne bi trebao imati) pravo postaviti vlastitu kulturu u superioran položaj u odnosu na tuđu kulturu koju se valorizira prema mjerilima vlastite jer "ponašanje koje može biti besmisleno, nezakonito ili nemoralno u jednom društvu možda je savršeno racionalno i društveno prihvatljivo u drugom" (Monaghan i Just 2003:50). Nerazumijevanje tuđe kulture nastaje upravo zbog nemogućnosti odmaka od subjektivne realnosti. Kategorizacija i doživljavanje druge kulture manje vrijednom rezultat su usporedbe vlastite kulture s tom drugom. Na taj način u većini slučajeva nastaje određena doza neprihvatanja i odbojnosti prema drugoj kulturi – prema drugačijemu, prema Drugome. Antropolozi mogu pridonijeti međukulturalnom razumijevanju tako da objašnjavaju kulturne razlike i približavaju ljudima ono što im je u potpunosti strano (Hendry 2008:281). Teorija kulturnoga relativizma izuzetno je važna za razumijevanje suvremenoga svijeta. Možda

nije moguće postići da kulturni relativizam, umjesto etnocentrizma, bude prirodna pozicija, odnosno instinktivna reakcija, no svakako je moguće osvijestiti činjenicu da se od vlastite kulture moguće odmaknuti, barem na trenutak, i sagledati nešto nepoznato kroz *insajdersku* perspektivu. Upravo je to načelo na kojemu bi se temeljila cjelokupna interpretacija muzejskoga postava Muzeja antropologije, kao i svi popratni sadržaji.

4.7.3. Antropocentrizam – ljudska vrsta u kontekstu biološke evolucije

Antropocentrizam je stajalište da je čovjek u središtu zbivanja, odnosno da je ljudska vrsta nadmoćna svim drugim živim bićima na planetu. Predstavljanje biološke evolucije čovjeka u muzejskome postavu nastojalo bi prikazati koliko je, u evolucijskim razmjerima, ljudska vrsta na Zemlji prisutna tek toliko kratko da je njezino postojanje vremenski gotovo zanemarivo. Unatoč tome, ljudska je vrsta utjecala i izmijenila svijet oko sebe više nego ijedna druga vrsta u cijeloj Zemljinoj povijesti¹⁰⁶. Danas je taj utjecaj dostigao kritičnu točku i pokazao malenom čovjeku da nije svemoćan. Cilj bi muzejskoga postava bio kod posjetitelja osvijestiti da na planetu nisu sami te da su samo malen i u potpunosti ravnopravan dio Zemljinog ekosustava.

Zemlja je nastala prije otprilike 4,5 milijardi godina. S obzirom na riječ milijarda, zapanjuje podatak da se intenzivan razvoj biljaka i životinja u današnjem smislu riječi dogodio tek prije oko 450 milijuna godina. Dinosauri su se pojavili prije otprilike 250 milijuna godina. Primati najvjerojatnije prije otprilike 65 milijuna godina (Heršak 2020). Posljednji zajednički preci čovjeka i čimpanze živjeli su prije otprilike 6 milijuna godina. Rod *Homo*, kojemu pripada i suvremeni anatomski moderan čovjek, pojavio se prije oko 2-2,5 milijuna godina¹⁰⁷. Usporedi li se povijest od 2 milijuna s povijesti Zemlje od 4,5 milijardi, dobije se perspektiva koja pokazuje koliko je ljudski rod kratko prisutan na Zemlji: usporedi li se starost Zemlje s kalendarskom godinom tako da nastanak Zemlje označava prvi dan nove godine, ljudski bi se

¹⁰⁶ Ljudska je vrsta samo jedna od više od milijun danas (čovjeku) poznatih vrsta organizama koji žive na Zemlji. I samo su ljudi, pomoću svoje kulture, uspjeli steći dominaciju na planetu (Jurmain et al. 2011:360).

¹⁰⁷ Evolucija čovjeka danas je iznimno dinamično područje istraživanja. Znanstvenici nisu usuglašeni oko taksonomije i datacija pa postoji mnogo različitih teorija o precima i povijesti suvremenoga čovjeka. Uz nova otkrića, napredak tehnologije i pregršt novih informacija, u ovom području znanstvenoga interesa novi podaci često zamjenjuju one zastarjele, a neslaganje znanstvenika oko pojedinih pitanja može rezultirati otežanim snalaženjem u moru podataka. Stoga je važno biti u toku s najnovijim podacima.

rod pojavio tek 31.12. u 23:30 sati. To je 0,04 % ukupne povijesti Zemlje (Park 2008:116). Još kraće od toga postoji anatomski moderan čovjek, *Homo sapiens* – tek oko 200 000 godina.

Istovremeno je zapanjujuće koliko se toga dogodilo i koliko je toga čovjek ostvario u tako kratkome vremenu. Muzejski bi postav na sažet i jednostavan način interpretirao priču o ljudskoj evoluciji te pratio suvremene spoznaje. U kontekstu suvremenosti i čovjekova utjecaja na okoliš, postav bi predstavio u kojoj se mjeri i na koji način čovjek kroz povijest prilagođavao na okoliš te kakve je posljedice suvremenija želja za ovladavanjem prirode ostavila na cjelokupni ekosustav.

4.7.4. Rase i rasizam

Sagledaju li se globalno suvremeni odnosi između različitih zajednica ljudi, neslavna kolonijalna i imperijalna ostavština Europe ponovno je jasno uočljiva u problemu rasizma, ideologije nejednakosti¹⁰⁸. Rasizam se definira kao hijerarhijska kategorizacija čovječanstva na temelju izravne povezanosti naslijeđenih fizičkih svojstava s psihičkim i intelektualnim sposobnostima (usp. Sujoldžić 2015:216). To je tendencija da se ljude kategorizira prema određenim fizičkim karakteristikama. Najčešće je obilježje za kategorizaciju rase boja kože.

Da je rasa¹⁰⁹ društveno konstruirani koncept dokazuje činjenica da se ne može biološki dokazati. Svi ljudi dijele jednake gene, a vanjska (fenotipska) obilježja rezultat su biološke adaptacije na okolinu. Fizička obilježja kojima se određuju „rase“ su poligenetička, što znači da ih oblikuje više gena. Različite kombinacije gena rezultiraju različitim fizičkim karakteristikama (Jurmain et al. 2011:307), a koja će se kombinacija gena razviti, ovisi o mnogobrojnim faktorima, između ostaloga i o okolini na koju je određeni genetski materijal

¹⁰⁸ <https://www.americananthro.org/ConnectWithAAA/Content.aspx?ItemNumber=2583>
(datum pristupanja: 12.5.2020.)

¹⁰⁹ Potrebno je napomenuti da se tijekom 20. stoljeća u većoj mjeri počeo propitkivati koncept rasa. Godine 1950. UNESCO je izdao „Izjavu o rasnom pitanju“ čiji je tekst sastavio britansko-američki antropolog Ashley Montagu. On je predlagao da se pojam *rasa* zamijeni pojmom *etnička skupina*. Iako s dobrom i pozitivnom namjerom, kako bi se osudio rasizam, pojam *etničke skupine* (skupina ljudi koji dijele kolektivni identitet utemeljen na ideji o zajedničkim kulturnim obilježjima), odnosno *etničnosti* (obilježje pripadanja etničkoj skupini) (Sujoldžić 2015:60) rezultirao je većim nejasnoćama i zabunama pri upotrebi pojmova. Pojam *etničnosti* odnosi(o) se više na kulturna obilježja određene skupine, a ne na fizička obilježja kao pojam *rasa*. Bez obzira na pojmove, danas je jasno da se objašnjenja za fizičke karakteristike nalaze na genetičkoj razini (Heršak 2020:97).

adaptiran¹¹⁰. Uzme li se za primjer boja kože, odgovor za razlike treba tražiti u količini sunca u pojedinom dijelu zemaljske kugle. Glavni je „krivac“ adaptacije na okolinu prirodna selekcija¹¹¹, što znači da boja kože ima određenu svrhu u određenim geografskim predjelima. Boju određuje količina melanina, pigmenta koji nastaje u koži, a koji štiti od štetnih sunčevih zraka (Jurmain et al. 2011:317). Što je više melanina u koži, to je koža tamnija, a to je ujedno i objašnjenje zašto afričke populacije imaju tamnu boju kože. Što su populacije bliže ekvatoru¹¹², to im je koža tamnija. S druge strane, populacije na sjeveru ne upijaju dovoljno sunčevih zraka potrebnih za sintetiziranje vitamina D. S obzirom na to da melanin na sjeveru ne treba štititi od Sunca, njegova je količina u koži manja pa je i koža svjetlija. Osim toga, melanin blokira apsorpciju UV zraka potrebnih za sintezu vitamina D, pa u područjima u kojima je ionako teško upiti vitamin D, melanin ne bi bio povoljna adaptivna karakteristika (Ibid. 319). Stoga se koža na taj način adaptirala na okolinu kako bi iz male količine dostupnih sunčevih zraka izvukla maksimum. Prirodnom selekcijom mogu se objasniti sve „rasne“ karakteristike, a da biološki koncept rasa nema nikakvoga smisla, govori i činjenica da se, statistički, genetski međusobno više razlikuje dvoje pripadnika iste populacije, nego dvoje pripadnika različitih „rasa“ (Park 2008:398).

Europska kolonizacija svijeta nije jedini uzročnik rasizma, no glavni je uzrok superiornosti bijelaca u novije doba. U vremenu prije formalnog oblikovanja antropologije, kada su europski istraživači počeli proučavati druge narode, svoja su zapažanja i zaključke temeljili na osobnoj percepciji da je njihova, bijela rasa, bolja od svih drugih. Nadmoć bijelaca u mnogim je segmentima života prisutna, nažalost, i danas, i to je jedan od izazova o kojima hrvatski muzej antropologije mora progovarati. No, rasizam postoji i u drugim dijelovima svijeta, a postojao je i davno u prošlosti (iako ne u današnjem smislu riječi). Egipćani su još u vremenu prije nove ere klasificirali ljude na temelju boje kože (usp. Jurmain et al. 2011:303), ali to nije nužno značilo da se ljude diskriminiralo na temelju fizičkih karakteristika. Rasizam može biti temeljen i na kulturnim obilježjima pa je tako primjerice u Japanu i danas prisutna

¹¹⁰ Adaptacija u genetičkom kontekstu označava dugoročnu genetsku promjenu koja je karakteristična za sve jedinke određene populacije (Jurmain et al. 2011:316).

¹¹¹ Glavni evolucijski mehanizam, mijenjanje učestalosti alela u korist onih zbog kojih jedinka lakše opstaje u okolini i reproducira se (usp. Sujoldžić 2015:206).

¹¹² U Africi; na drugim je kontinentima učestalost određene boje kože više rezultat migracija nego dugotrajnih procesa prirodne selekcije.

diskriminacija prema pripadnicima zajednice *burakumin*¹¹³. Iako genetički potpuno jednaki većinskoj skupini Japanaca, pripadnici zajednice *burakumin* još se uvijek smatraju najnižom ljestvicom hijerarhije japanskog društva. Netrpeljivost prema zajednici proizlazi iz daleke povijesti, a koliko je ona jaka i utkana u svijest Japanaca pokazuje činjenica da se zadržala sve do danas i da je zbog toga zajednica u potpunosti marginalizirana (Kottak 1994:80).

Prema mišljenju autorice, rasizam je jedan od najvećih problema današnjice. S obzirom na to da se rasistički stavovi uče, stječu kroz odgoj i utjecaj okoline, edukacijom i razumijevanjem mogu se „odučiti“ – a to bi bio jedan od glavnih zadataka Muzeja antropologije.

4.7.5. Sažeti pregled stalnog postava – interpretacija priče o čovjeku

Navedene su teme četiri glavna segmenta za oblikovanje poruke koju bi postav Muzeja antropologije prenosio posjetiteljima. Cilj bi izložbe bio proširiti znanje, pridonijeti razumijevanju te poticati na shvaćanje jedinstvenosti ljudske vrste, ali i kulturnih razlika.

U nastavku će se ukratko opisati zamišljeni stalni postav Muzeja, uz naznaku nekoliko glavnih segmenata. Izložba bi bila interaktivna i time pozivala na istraživanje i učenje. Interaktivni dijelovi bili bi jasno naznačeni, a upute za korištenje pojedinih interaktivnih elemenata trebale bi biti kratke i jasne. U prostoru bi uvijek bio barem jedan djelatnik-student koji bi bio na raspolaganju za eventualne nejasnoće i bilo kakve upite. Prostor bi maksimalno bio prilagođen osobama s invaliditetom te bi imao dovoljan broj odmornih mjesta. Svi bi tekstovi bili dvojezični (hrvatski i engleski jezik), a ponuda audio-vodiča obuhvaćala bi mnoge druge jezike. Legende bi bile sažete i pisane jednostavnim jezikom, a sadržavale bi i tekst na Brailleovom pismu. Većina bi se informacija, osim predmetima, nastojala prenijeti vizualno, pomoću ilustracija, mentalnih mapa, vizualno oblikovanoga teksta, kako bi se izbjegla velika količina tekstualnih legendi.

¹¹³ Japanski 部落民 („ljudi iz sela“) - marginalizirana skupina japanskog stanovništva koja je tijekom povijesti (od 17. do sredine 19. stoljeća) zauzimala najniži društveni položaj u Japanu. Pripadnici te skupine bili su poznati kao ljudi koji obavljaju „prljave“ poslove poput prerade mesa ili pokapanja mrtvih. Ostaci društvene stratifikacije prisutni su i danas. Pripadnici zajednice još uvijek se susreću s diskriminacijom pri traženju posla, dostupnosti školovanja, generalnim životnim uvjetima, pa čak i izbjegavanju sklapanja brakova s pripadnicima zajednice od strane pripadnika „većinske“ populacije Japanaca (Kottak 2008:77).

Na ulazu u stalni postav¹¹⁴ nalazio bi se ekran na kojemu bi prije razgledavanja izložbe posjetitelji odgovorili na pitanje „Koliko rasa postoji?“. Oko ekrana bi se nalazile fotografije ljudi iz različitih dijelova svijeta, očito različitih fizičkih karakteristika. Fotografije bi poslužile kao „inspiracija“ za odgovor. Na početku samoga postava nalazila bi se ilustracija u kojoj bi se čovjek prikazao u ravnopravnom odnosu s drugim organizmima unutar ekosustava. Od početka bi trebalo biti jasno da se čovjekovo postojanje mora sagledavati u široj perspektivi. Nakon toga bi se pružile informacije o antropologiji – što je antropologija, kako se znanost dijeli, koje su teme interesa, glavne točke razvoja (pojasniti da se antropologija razvila na krilima kolonijalizma; istaknuti Boasa i teoriju kulturnog relativizma). Kroz cijeli bi se postav pojavljivale posebne legende na kojima bi se nalazile zanimljive činjenice (predstavljene u jednoj rečenici) o različitim temama.

Nakon uvodnoga dijela, započela bi priča o evoluciji čovjeka. Pojasnili bi se temeljni pojmovi nužni za razumijevanje evolucije te bi se prikazao sažeti kronološki slijed vrsta i njihovi najznačajniji fosilni nalazi. Posjetitelji bi taktilno mogli istražiti odljeve fosilnih lubanja različitih ljudskih predaka, a na podu bi se nalazio odljev otisaka iz Laetolija¹¹⁵ po kojemu bi posjetitelji mogli hodati i tako na trenutak ući u „cipele“ davnih predaka. Ovdje bi započela i priča o kulturi kao obliku adaptacije na prirodu – za početak materijalnoj, onoj koja je pomogla prvim ljudima da lakše preživljavaju u prirodi. Predstavile bi se teorije o prvim migracijama, odnosno tome kako je *Homo sapiens* napustio Afriku i započeo osvajanje ostatka svijeta. Na izložbi bi se nalazio model ljudskoga kostura čije bi dijelove posjetitelji mogli slagati te se na taj način upoznati s anatomijom čovjekova bipedalnoga koštanog sustava. Pored bi se nalazio prikaz usporedbe kostura suvremenoga čovjeka i čovjekolikog majmuna. Osim toga, pomoću kostura bi se objasnilo koje je sve podatke moguće iščitati iz osteološkog materijala (dob, spol, bolesti i ozljede, ali i informacije koje skriva DNK osobe). Na taj bi se dio nadovezala priča o ljudskoj genetici – važno bi bilo predstaviti genetsko jedinstvo ljudske vrste te varijacije gena koje određuju pojedine fizičke karakteristike, ali i bolesti. Uz temu zdravlja i bolesti, pridodale bi se različite kulturološke perspektive vezane uz tu temu. Na tome bi se primjeru objasnile emska i etska perspektiva kao važni pojmovi u antropološki istraživanjima¹¹⁶. Zatim bi se

¹¹⁴ Na tlocrtu: zid nasuprot stuba i dizala.

¹¹⁵ Otisci iz Laetolija – poznato nalazište u Tanzaniji na kojemu su pronađeni otisci stopala *Australopithecusa afarensisa*.

¹¹⁶ Primjerice, ono što zapadna medicina poznaje kao određenu patološku bolest (etska perspektiva), netko drugi može percipirati kao bolest koju je uzrokovao demon (emski perspektiva). Pri tome „netko drugi“ ne označava isključivo pripadnike nezapadnjačke kulture. Primjer preuzet iz Kottak 2008:39.

pojasnile različite adaptacije – od već spomenute boje kože, preko odnosa veličine tijela i geografske širine ili (in)tolerancije na laktozu do prilagodbe na život u visokim predjelima. Različite biološke adaptacije pratile bi i kulturološke adaptacije.

Sljedeći bi dio predstavljao i pojašnjavao pojam kulture. Predstavila bi se i kulturnoantropološka metodologija istraživanja, a fokus razumijevanja bio bi na etnocentrizmu i kulturnom relativizmu. Kulturne razlike nastojale bi se objasniti tako da postanu sličnosti – predstavljali bi se običaji i predmeti koji na prvi pogled djeluju u potpunosti neobično, dok zapravo služe istoj svrsi kao i „uobičajeni“, zapadnjački. Posjetitelji bi mogli koristiti različite predmete¹¹⁷ drugih kultura (primjerice isprobavati odjeću, nakit, koristiti posuđe, instrumente...). Predstavili bi se i određeni običaji koji hrvatskom društvu djeluju potpuno strano, radikalno, možda i nemoralno, no njihovim bi se pojašnjenjem i relativističkom perspektivom nastojalo prouzročiti shvaćanje i razumijevanje kod posjetitelja¹¹⁸. Neizostavan je dio kulture jezik, stoga bi se istaknula njegova važnost i činjenica koliko je njegov utjecaj na svakodnevicu i um čovjeka nezapažen – određeni jezik oblikuje određeni pogled na svijet (važno je istaknuti da se jezik ne sastoji isključivo od govora). Jezik utječe na poimanje svijeta, percepciju, misli, osjećaje, ponašanje (Sapir-Whorfova hipoteza)... Jezik je, kao i cijela kultura, arbitran, stoga svaka pojedina skupina ljudi koja govori određenim jezikom, opisuje svijet riječima i na način koji je njima važan¹¹⁹ (Ottenheimer 2009). Nužno bi bilo predstaviti i biološku osnovu za nastanak govora, kao i razvoj samih jezika. Na izložbi bi bilo i zvučnih zapisa pomoću kojih bi posjetitelji mogli čuti različite jezike, a postojala bi i mogućnost za učenje novih riječi: zapis bi reproducirao određenu riječ na određenome jeziku, a posjetitelj bi trebao ponoviti izgovor. Posjetitelj bi mogao snimiti vlastiti glas kako bi ga mogao reproducirati i usporediti s originalom.

Jezik bi se na kraju povezao s migracijama, a migracije bi u priču ponovno uvele genetičku komponentu. Tema migracija dovela bi do kraja priče koji bio posvećen suvremenosti: činjenici da je svijet postao mjesto globalizacijskih procesa, multikulturalnosti,

¹¹⁷ Predmeti bi bili ili posebno nabavljeni za svrhu muzejskoga predmeta ili kopije – svrha bi bila u tome da se mogu koristiti, a ne da budu originalno svjedočanstvo materijalne kulture.

¹¹⁸ Takve bi teme mogle, primjerice, biti: poligamija, različite modifikacije tijela (pr. nošenje niza kolutova oko vrata kod žena plemena Padaung u Mjanmaru) ili obred inicijacije muškaraca pripadnika etiopskog naroda Hamar, koji, između ostaloga, uključuje bičevanje žena. Svi ti običaji, objašnjeni kroz emsku perspektivu, normalni su jednako kao i kršćansko polijevanje vodom prilikom krštenja ili ukrašavanje tijela tetovažom.

¹¹⁹ Uz ovaj bi se dio navodili primjeri povezanosti jezika i poimanja svakodnevica.

izmjene kultura, brisanja granica, ali i mjesto ozbiljnih problema koji ugrožavaju postojanje cijele ljudske vrste. Na samome bi se kraju postava nalazio svojevrsni kutak za igru – mjesto za još nekoliko interaktivnih sadržaja, od kojih bi neki služili za „utvrđivanje“ gradiva, a posljednji bi navodio na cjelokupnu poantu priče.

1. igra - kulturloški *memory* – klasična igra memorije u kojoj bi se spajale slike predmeta različitih naroda koji su izloženi u postavu s nazivom naroda te pojedine riječi na različitim jezicima s nazivom jezika.

2. igra - karta naroda – na zidu bi se nalazila karta svijeta na koju bi posjetitelji trebali smjestiti magnete s imenima naroda koji su se spominjali u postavu.

3. igra – pogodi tko – na ekranu bi se izmjenjivale fotografije različitih ljudi – različitih fenotipskih obilježja, u različitim prostornim kontekstima. Uz fotografiju bi bila ponuđena tri odgovora koja bi odgovarala na pitanja „odakle dolazi osoba s fotografije“ ili „čime se osoba s fotografije bavi“. Izabrane bi fotografije na prvi pogled trebale predstavljati očiti odgovor i navesti na njega. No, točan bi odgovor zapravo bio neki drugi¹²⁰. Cilj bi igre bio propitkivanje stereotipa i predrasuda koje vizualni doživljaj instinktivno stvara kod svih ljudi.

Treća bi se igra nalazila na samome kraju postava. Nakon toga bi se izlazilo u hodnik u kojemu je i ulaz na izložbu – hodnik pun fotografija različitih ljudi koje bi se sada trebalo doživljavati na nešto drugačiji način, a ondje bi se nalazio i odgovor na početno pitanje: postoji samo jedna rasa – ljudska rasa.

Prije odlaska s kata, posjetiteljima bi se pružila mogućnost evaluacije iskustva posjeta izložbi. Na ekranu bi se nalazila kratka anketa kojom bi posjetitelji mogli muzeju pružiti povratnu informaciju. Posjetitelji bi se mogli i fotografirati kako bi njihove fotografije završile u bazi fotografija od kojih bi se sastavljao kolaž – kolaž posjetitelja koji bi bio dostupan na mrežnim stranicama muzeja i koji bi prikazao ljude koji su posjetili muzej – ljude koji su na prvi pogled toliko različiti, a zapravo imaju mnogo toga zajedničkog. To bi bio osobni doprinos svakog posjetitelja Muzeju, a istovremeno bi se posjetitelji osjećali uključeno u priču i sadržaj muzeja (usp. Simon 2010:227).

Opisani je koncept postava generalna zamisao, predstavljen pojednostavljeno kroz nekoliko glavnih dijelova. S obzirom na širinu antropologije, potrebno bi bilo izrazito kvalitetno

¹²⁰ Primjer: fotografija žene čije bi crte lica navele da se radi o ženi indijskog podrijetla, dok bi žena zapravo bila rođena Nizozemka; fotografija muškarca u odijelu koja sugerira da se radi o Europljaninu koji se bavi uredskim poslovima, dok je na fotografiji u stvarnosti počinitelj teškoga zločina.

sažeti priču na najvažnije, a ujedno i najzanimljivije segmente te oblikovati izložbu na najefikasniji način.

4.8. Povremene izložbe

Povremene bi izložbe bile rezervirane za primijenjenu antropologiju, odnosno bavile bi se društveno i znanstveno relevantnim temama. Cilj takvih izložbi bio bi podići svijest o odabranim temama te potaknuti pojedince na društveni angažman. Neke od takvih tema mogle bi biti: globalizacija, migracije, ksenofobija, homofobija, klimatska kriza, globalna socijalna nejednakost, zdravlje i bolesti...

Na povremenim bi se izložbama povremeno detaljnije predstavljati pojedini segmenti iz stalnoga postava, primjerice povijest teorije evolucije, složenost jezika, Neandertalci ili koncept braka u različitim kulturama.

Muzej bi bio otvoren i prema mogućnosti da izložbe organiziraju pripadnici zajednice. Ako bi se organizirala izložba o nekoj nacionalnoj manjini ili određenoj religijskoj zajednici, na pripremi izložbe sudjelovali bi pripadnici zajednice koja će biti predstavljena. Time bi se izložbi pristupalo iz emske perspektive, što bi garantiralo osobniji i autentičniji pristup.

Muzej bi jednom godišnje otvarao natječaj za vlastito organiziranje izložbe. Na natječaj bi se mogao prijaviti bilo tko s vlastitom idejom za društveno angažiranu izložbu. Time bi Muzej „dao glas“ pripadnicima zajednice i pružio mogućnost kreativnoga izražavanja nekome tko za to inače možda ne bi imao priliku. Za ovakav bi oblik izložbe bio osiguran i određeni iznos financijskih sredstava, a organizator izložbe imao bi stručnu podršku muzejskih djelatnika.

Osim toga, Muzej bi studentima muzeologije, antropologije i ostalih srodnih disciplina pružao mogućnost volonterskoga sudjelovanja u kreiranju povremenih izložbi. Studenti bi mogli pratiti proces organiziranja izložbi i sami pripomoći u pojedinim fazama realizacije. Za njihovo bi iskustvo bio zadužen kustos-mentor.

4.9. Edukativni programi i prostor za zajednicu

Edukativni je odjel poveznica između izložbe i posjetitelja (Lord i Lord 1997:114), stoga je važno osmisliti kvalitetne i sadržajne edukativne programe. Studenti-vodiči održavali bi vodstva po stalnom postavu i povremenim izložbama. Stalni bi postav imao mogućnost audio-vodiča. Za osobe oštećena vida izradio bi se poseban, detaljniji audio-vodič. Audio-vodiči postojali bi na nekoliko stranih jezika, a na temelju podataka o jeziku koje bi posjetitelji ostavili na ulazu u muzej, s vremenom bi se dodavali jezici za kojima bi postojala dovoljno velika potražnja. Edukativne radionice vezane uz stalni postav bavile bi se posebno istaknutim temama, a svaka bi povremena izložba u organizaciji Muzeja imala popratan edukativni program. Različite radionice bile bi namijenjene širokoj publici i svim dobnim skupinama, a bilo bi moguće i radionicu prilagođavati pojedinačnim skupinama. Prostor za radionice sadržavao bi fotelje i okrugle stolove te bi se prostor „dizajnirao“ ovisno o vrsti radionice. Jednom tjednom u Muzeju bi se održavala edukativna predavanja različite tematike.

Nevezano uz izložbe, povremeno bi se održavale radionice plesa, pjevanja, sviranja ili nekog drugog umijeća karakterističnog za određenu kulturu. Takve bi radionice vodili pripadnici kulture kojoj umijeće pripada. Cilj bi radionica bio upoznati druge kulture i steći nove vještine.

Nekoliko je programa koji bi bili namijenjeni aktivnoj participaciji zainteresiranih posjetitelja:

1. Interaktivna audio igra: jednom tjedno održavala bi se interaktivna igra u stalnom postavu. Sudionici bi se unaprijed trebali prijaviti za sudjelovanje. Cilj bi igre bio povezati grupu ljudi koja se međusobno ne poznaje – uz zajedničko druženje u prostoru i otkrivanje stalnoga postava, stranci bi se međusobno upoznali i uvidjeli koliko zajedničkih karakteristika međusobno možda imaju. Svaki bi sudionik dobio audio-vodič sa snimkom uputa koje bi vodile kroz igru. Sudionici bi prolazili kroz postav izvršavajući „naredbe“ sa snimke. Bilo da se radi o proučavanju pojedinoga izložka, međusobnoj suradnji da se savlada određena prepreka ili postavljanju određenih pitanja na koja sudionici moraju odgovoriti tako da se grupiraju u određeni dio prostora, cilj je igre potpune strance „prisiliti“ na međusobnu interakciju te usput izvući pouku izložbe.
2. Ljudska knjižnica¹²¹ – Muzej bi odabrao „ljudske knjige“ tako da bi na sudjelovanje u programu pozvao pojedince voljne podijeliti svoje životne priče s neznancima. „Knjige“

¹²¹ Ideja preuzeta iz knjige N. Simon *Participatory Museum*.

bi predstavljali pripadnici često marginaliziranih skupina kao što su Romi, beskućnici, pripadnici LGBTIQ zajednice, migranti... U vrijeme održavanja programa, svaka bi „knjiga“ sjedila za stolom s jasno naznačenom temom o kojoj može pričati. Posjetitelji bi slobodno birali s kojom knjigom žele razgovarati i, sjedajući nasuprot, započinjali razgovor s Drugim. Cilj je programa poticanje dijaloga, brisanje predrasuda i širenje tolerancije prema marginaliziranim skupinama.

3. Čajanka – ovaj bi program bio namijenjen bakama i djedovima te njihovim unucima. Jednom mjesečno, muzejski bi se prostor za radionice pretvorio u dnevni boravak u kojem se odvija međugeneracijski dijalog. Djeca i njihove bake i djedovi imali bi priliku razgovarati međusobno, ali i s drugim sudionicima. Sve je veći jaz među različitim generacijama ljudi, stoga bi ovaj program djelovao s ciljem osiguravanja prostora za međusobno druženje djece i osoba starije životne dobi. Sudionici bi tako dobili vrijeme za dijeljenje različitih zanimljivih priča i upoznavanje članova obitelji za što inače možda nemaju dovoljno vremena, ali i za upoznavanje drugih ljudi.

Spomenuti oblik organiziranja povremenih izložbi s pripadnicima zajednice, kao i opisane aktivnosti, primjer su direktne suradnje Muzeja i zajednice, odnosno participacije korisnika muzeja (usp. Simon 2010). Muzej bi omogućavao i ustupljanje prostora za predavanja pripadnicima udruga civilnoga društva i pojedincima koji žele organizirati vlastiti događaj za koji nemaju adekvatan prostor. Takvi događaji moraju se temom i ciljevima uklapati u djelovanje Muzeja. Na taj bi način Muzej služio zajednici i osigurao prostor za dijalog i aktivan društveni angažman.

4.10. Dodatni sadržaji

U sklopu muzeja nalazili bi se ugostiteljski objekt, muzejska trgovina i knjižnica. Ugostiteljski bi objekt posluživao tople i hladne napitke i kolače, a imao bi i kutak za djecu u kojemu bi se nalazile drvene igračke i pribor za crtanje. Trgovina bi u ponudi imala posebno osmišljene i ručno izrađene suvenire koji bi predstavljali Muzej, zatim kataloge izložbi, ali i pojedine naslove stručne literature. Knjižnica bi imala zbirku stručne literature i vršila bi posudbe učlanjenim korisnicima. U knjižnici bi bilo i nekoliko stolova s računalima kojima bi se omogućio individualan rad.

4.11. Ciljane skupine korisnika

Priča o čovjeku namijenjena je – svima. Izložbe i radionice maksimalno bi bile prilagođene svim skupinama korisnika. Ipak, s obzirom na to da je muzej kao institucija „izum“ zapada, a jedan je od ciljeva Muzeja osvijestiti posjetitelje da njihov način i poimanje života nisu jedini i ispravni, Muzej je prvenstveno namijenjen upravo Zapadnjacima, točnije, Europljanima, Hrvatima – lokalnoj zajednici. Iako bi Muzej svakako bio dio turističke ponude, turisti nisu matična publika muzeja (Šola 2011:116). Muzej bi bio namijenjen lokalnom stanovništvu kako bi mogao unaprijediti njihovu razinu svijesti (Ibid. 122). Na taj bi se način stvarala tolerantnija, društveno angažirana zajednica koja bi aktivno djelovala u smjeru stvaranja pozitivnih promjena koje bi utjecale na kvalitetu života čitave zajednice – a to je cilj svakog suvremenog muzeja.

Muzej bi poseban fokus usmjerio i prema marginaliziranim skupinama i prema ljudima slabijega imovinskog stanja. Marginalizacija je proces u kojemu se pojedinci sustavno isključuju iz ravnopravnoga sudjelovanja u društvenim, političkim, ekonomskim, kulturnim i drugim aspektima života lokalne zajednice pa zbog toga ne mogu ostvariti vlastite potencijale i doživjeti osobno ispunjenje (Ng et al. 2017:144). Muzeji trebaju biti namijenjeni svima, a upravo se prihvaćanjem izazova da se u muzej privuku marginalizirane skupine muzej bori protiv elitističkog *imidža* koji karakterizira tipično poimanje muzejske institucije. Muzeji ne bi trebali isključivo idejno promicati društvene vrijednosti, već bi trebali provoditi konkretne akcije koje pridonose društvenoj pravdi (Ibid.) Osim toga, pripadnici marginaliziranih skupina sami su najbolji izvor društvenih promjena – iz prve ruke mogu svjedočiti o tome što i kako treba mijenjati.

Još jedna skupina korisnika koju posebno treba privlačiti u muzej su obitelji s djecom. Današnja su djeca budući odrasli posjetitelji muzeja. Istraživanja su pokazala da oni koji u djetinjstvu posjećuju kulturne ustanove, vjerojatnije tu naviku zadržavaju i u kasnijoj životnoj dobi (usp. Lord i Lord 1997:115). Osim toga, razinu dječje svijesti još je lakše unaprijediti, stoga se edukacijom najmlađih korisnika razvijaju tolerantni i angažirani građani društva. Osim obiteljskih ulaznica koje bi omogućile povoljniji pristup Muzeju, u Muzeju bi se održavale i različite radionice namijenjene prvenstveno obiteljima s djecom.

4.12. Društvene mreže i promocija

Da bi danas uspješno djelovali, muzeji moraju biti prisutni na društvenim mrežama. *Instagram*, *Facebook* i *Twitter* bili bi sada već standardne platforme za virtualnu komunikaciju, a Muzej bi imao i svoj kanal na *Youtubeu*. Na njemu bi se objavljivali razni edukativni sadržaji u obliku *podcastova*, odnosno razgovora o određenoj temi, te snimke socijalnih eksperimenata nastalih na ulicama lokalne sredine. Na mrežnoj stranici Muzeja nalazio bi se već spomenuti kolaž posjetitelja, a posebne marketinške kampanje koje bi problematizirale temu rasizma osmislile bi se i za *Instagram*.

Promocija bi se vršila prvenstveno putem društvenih mreža, a sve relevantne informacije nalazile bi se na mrežnoj stranici. Na stranici bi se mogle pronaći i virtualne izložbe te različiti tekstovi vezane uz raznolike teme kojima bi se Muzej bavio. Virtualni sadržaj vrlo je koristan za komuniciranje sadržaja većem broju korisnika, odnosno široj publici, no nikada neće moći zamijeniti iskustvo doživljaja uživo. Muzej bi se oglašavao i na stranicama Turističke zajednice te različitih internetskih portala posvećenim kulturnim i turističkim događanjima. Korisnicima muzeja u ponudi bi bila opcija dobivanja mjesečnog *newslettera* u kojemu bi se, osim novosti vezane uz Muzej, nalazile i vijesti vezane uz teme kojima se Muzej bavi.

4.13. Financiranje

Prema Članku 31. Zakona o muzejima sredstva za rad muzeja i posebne programe osigurava osnivač. „Sredstva za rad uključuju sredstva za plaće, sredstva za program, materijalne izdatke, kao i sredstva za investicije i investicijsko održavanje te otkup muzejske građe“. Financijska sredstva u određenim situacijama može osigurati i ministarstvo nadležno za poslove kulture, a sredstva se ostvaruju i iz „vlastitih prihoda, sponzorstvima, darovanjima i na drugi način u skladu sa zakonom“¹²². Muzej antropologije financijska bi sredstva osiguravao i putem različitih projekata, a osim toga, težio bi financijskoj samoodrživosti. Tome bi cilju pridonosila činjenica da ne bi bilo velikih financijskih izdataka vezanih uz muzejske zbirke.

Vlastiti prihodi uključivali bi naplatu ulaznica i pojedinih radionica (neke bi radionice bile besplatne), naplatu sudjelovanja u interaktivnoj audio igri, zaradu ugostiteljskog objekta i

¹²² https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2018_07_61_1267.html (datum pristupanja: 10.5.2020.)

muzejske trgovine. Muzej bi nastojao pronaći sponzore i donatore te adekvatno raspolagati budžetom.

5. Idejni koncept u realnom kontekstu

U radu je predstavljen idejni koncept muzeja antropologije u Hrvatskoj. S obzirom na trenutnu¹²³ situaciju u Hrvatskoj, ali i svijetu, vrlo je teško objektivno smjestiti koncept muzeja u stvaran društveni i tržišni kontekst. Još je teže predvidjeti situaciju u bližoj budućnosti. Stoga će se, radi potrebe teorijskog okvira, koncept uklopiti u stvarnu situaciju koja je postojala donedavno.

Osnivanje novoga muzeja u Hrvatskoj vrlo je zahtjevan zadatak. Ekonomsko i gospodarsko stanje u državi ne pruža povoljnu klimu za takve projekte, a u sektor za kulturu općenito se ulaže nedovoljno sredstava. Ipak, ostvarivanje ovakvih zamisli nije nemoguće. Uz mnogo truda, kvalitetnu pripremu i još kvalitetniju izvedbu, novi muzej može biti profitabilno ostvarenje.

Prema statistici Muzejskog dokumentacijskog centra, hrvatski su muzeji u 2019. godini zabilježili preko 5 milijuna posjeta¹²⁴. Taj je broj nešto manji u odnosu na stanje iz 2018. godine, no u odnosu na prijašnje godine, vidljiv je blagi porast broja posjetitelja u hrvatskim muzejima¹²⁵. Kontinuirani rast broja posjetitelja vidljiv je u kategoriji stranih posjetitelja. Interes za muzeje u Hrvatskoj postoji, no činjenica je da se muzeji moraju izboriti za posjetitelje u jakoj konkurenciji koju čine drugi kulturni i, još više, zabavni sadržaji. Osim toga, muzeji se u javnosti ne percipiraju kao otvorene institucije¹²⁶. To su razlozi zbog kojega se kulturne i baštinske institucije danas nalaze pod povećanim pritiskom da društvu u kojem postoje dokažu svoju vrijednost (Brown 2019:5). Stoga muzeji danas sve više u svoju ponudu uključuju različita događanja koja nisu usko vezana uz njihovu primarnu funkciju. Organiziraju se koncerti, prikazivanja filmova ili modne revije, s ciljem konkuriranja drugim oblicima zabave.

¹²³ Stvaranje „nove realnosti“ nakon pojave koronavirusa.

¹²⁴ https://mdc.hr/files/file/muzeji/statistika/2019_tablica_final.pdf (datum pristupanja: 24.5.2020.)

¹²⁵ <https://mdc.hr/hr/muzeji/muzejska-statistika/statistika-hrvatskih-muzeja> (datum pristupanja: 24.5.2020.)

¹²⁶ Nina Simon, TEDx Talk 2012. *Opening up the Museum*
<https://www.youtube.com/watch?v=aIcwIH1vZ9w&t=2s> (datum pristupanja: 1.5.2020.)

Nerijetko se prostori muzeja iznajmljuju za različite skupove, ali i, primjerice, vjenčanja, čime si muzeji osiguravaju dodatnu financijsku potporu (usp. Conn 2010:57).

Kako bi novi muzej na suvremenom tržištu bio uspješan, trebao bi ponuditi nešto novo i drugačije. Muzej antropologije privukao bi posjetitelje novim, dosad „nepoznatim“ muzejskim sadržajem – u Hrvatskoj ne postoji muzej koji predstavlja priču o cjelokupnom čovjekovom postojanju, a ni u svijetu ne postoji muzej koji direktno predstavlja antropologiju kao znanost. Posebnost Muzeja bio bi i odmak od tradicionalnoga organiziranja muzejskih izložbi oko muzejskih predmeta. U današnjem smislu, po pitanju predmeta, antropologiji nije potreban muzej. No, po pitanju ideja koje može i treba prenijeti društvu – određeni oblik predstavljanja znanosti o čovjeku itekako je potreban. S obzirom na to da se među ciljevima djelovanja suvremenih muzeja i antropologije pronalaze mnoge sličnosti, upravo bi muzej bio adekvatan način da se antropologija predstavi društvu na inovativan, zanimljiv, atraktivan i poučan način.

Cilj bi muzeja prvenstveno bio privući lokalno stanovništvo, a zatim turiste. U radu nije definirano mjesto u kojemu se Muzej nalazi. S jedne strane, to bi mogao biti grad Zagreb, kao mjesto s najviše domaćega stanovništva, ali i rastućim brojem turističkih posjeta. Najveća koncentracija ljudi na tome području omogućila bi da ideje koje bi Muzej promicao dopru do većega broja ljudi, što bi povećalo mogućnost utjecaja na svijest građana i stvaranje tolerantnije i društveno aktivnije zajednice. S druge strane, Muzej smješten u nekom drugom, manjem urbanom središtu, bio bi dobar odabir jer bi doprinio decentralizaciji kulturnih sadržaja iz glavnoga grada. Muzej bi tako lakše imao fokus na lokalnoj zajednici, a sadržaj bi (posebno ako bi se radilo o gradu u kontinentalnoj Hrvatskoj) dodatno privukao turiste u područje.

Otvaranje novoga muzeja omogućilo bi stvaranje novih radnih mjesta. Muzeju bi bili potrebni antropolozi, muzeolog, muzejski pedagog, dokumentarist, knjižničar, recepcionar, tehničko osoblje, prodavači i ugostitelji te studenti.

Muzej antropologije u Hrvatskoj bi doprinio pozitivnim društvenim promjenama. Mišljenje je autorice da se muzeji u Hrvatskoj ne percipiraju u dovoljnoj mjeri kao mjesta za zajednicu – mjesta namijenjena prvenstveno ljudima, mjesta na kojima ljudi mogu potražiti inspiraciju za nove ideje, promišljanje i djelovanje, za upoznavanje i dijalog. S obzirom na to da je antropologija relativno nepoznat pojam u hrvatskome društvu, Muzej bi omogućio približavanje znanosti društvu. Omogućio bi ljudima upoznavanje sa samima sobom. Također bi pridonio podizanju razine svijesti o situaciji u kojoj se suvremeni svijet nalazi i izazovima s

kojima se suočava. Muzej bi svojim radom nastojao utjecati na pripadnike zajednice, služiti im kao poticaj za širenje vlastitih perspektiva i pogleda na svijet te društveni angažman. Muzej bi tako zajedno s ljudima nastojao pridonijeti širenju pozitivnih vrijednosti i kvaliteti života. Jer „shvaćanje je posljedica dobrog informiranja, komunikacije i edukacije“¹²⁷.

Zaključak

U radu je predstavljen idejni koncept Muzeja antropologije u Hrvatskoj. Koncept se temelji na suvremenim muzeološkim teorijama. Ciljevi djelovanja suvremenih muzeja u pojedinim su segmentima vrlo slični ciljevima čijem ostvarivanju u suvremenom kontekstu može pridonijeti antropologija. Antropologija, znanost o čovjeku, pomoću muzejske bi se institucije približila ljudima i time potaknula na razumijevanje suvremenih društvenih procesa, a suvremeni pristup muzeja omogućio bi stvaranje snažnije, međusobno povezanije lokalne zajednice i društveno djelovanje.

Rad u kratkim crtama predstavlja antropologiju kao znanost te opisuje njezin povijesni pregled i usku povezanost s muzejima na početku institucionalizacije. Komparativnom analizom drugih muzeja antropološke tematike u svijetu prikazana je jedinstvenost muzeja antropologije u hrvatskome kontekstu. Istaknute su glavne teme oko kojih bi Muzej kreirao poruku koju želi prenijeti posjetiteljima, kao i pojedine aktivnosti koje bi pridonijele atraktivnom načinu upoznavanja posjetitelja s temom. Koncept muzeja uklopljen je u kontekst hrvatskoga društva i tržišta.

U radu se naglašava važnost usmjerenosti suvremenih muzeja prema korisnicima te njihova „dužnost“ da budu društveno relevantni i komunikativni (usp. Šola 2011:11). Obrazlažu se i promjene koje su javljaju u poimanju muzejskih predmeta. Muzej antropologije bio bi muzej temeljen na idejama, a odabirom predmeta koji bi predstavljali i upotpunjavali određene ideje te njihovim pažljivim smještajem u dobro pripremljeni kontekst, muzej bi „apstraktnu ideologiju pretvorio u živa uvjerenja“ (van Mensch 2003:6). Antropologija kao holistička znanost može pridonijeti potpunom razumijevanju ljudske vrste te približiti ljudima suvremene izazove s kojima se svijeta suočava – iako mnogima globalni problemi često djeluju kao da ih

¹²⁷ <http://goo.hr/wp-content/uploads/2019/10/KAKO-STVARATI-MANJE-OTPADA-vodic-za-gradjane.pdf> str. 3 (datum pristupanja: 21.10.2019.)

se ne tiču osobno ili da će ih „netko drugi riješiti“, upravo je na svakom pojedincu da počne stvarati promjene tako da krene od sebe i time pridonese cjelokupnome društvu.

Koncept koji je u radu predstavljen otvara mogućnosti za daljnje promišljanje odnosa muzeja i antropologije u suvremenome hrvatskom kontekstu, kao i potencijal kojim bi muzej antropologije mogao doprinijeti ostvarenju ciljeva suvremene muzeologije. Jer, na kraju, i antropologija i muzejske institucije imaju mogućnost uspostavljanja dijaloga među kulturama, izgradnje mira i održive budućnosti¹²⁸, kao i prenošenja jasne poruke da „postoje normalni načini razmišljanja i djelovanja osim onog našega“ (Kottak 1994:2).

¹²⁸ <https://icom.museum/en/news/imd2019-museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition>

(datum pristupanja: 2.2.2020.)

Popis literature:

- AMES, Michael M. 1990. „Cultural Empowerment and Museums: Opening Up Anthropology through Collaboration“. U *Objects of Knowledge*, ur. Susan Pearce. London – Atlantic Highlands, NJ: The Athlone Press, 158-173.
- BARNARD, Alan. 2011. *Povijest i teorija antropologije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- BROWN, Karen. 2019. „Museums and Local Development: An Introduction to Museums, Sustainability and Well-being“. *Museum International* 71/3-4:1-13.
- CAVALLI-SFORZA, Luigi Luca. 2008. *Geni, narodi i jezici*. Zagreb: Algoritam.
- CONN, Steven. 2010. *Do Museums Still Need Objects?* Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- ČAPO ŽMEGAČ, Jasna. 1993. „Etnologija i/ili (socio)kulturna antropologija“. *Studia ethnologica Croatica*, 5:11-25.
- DUFRESNE-TASSÉ, Colette. 1995. „Andragogy (Adult Education) in the Museum: a Critical Analysis and New Formulation“. U *Museum, Media, Message*“, ur. Eilean Hooper-Greenhill. London – New York: Routledge, 245-259.
- EDSON, Gary, David DEAN. 1994. *The Handbook for Museums*. London – New York: Routledge.
- ERIKSEN, Thomas Hylland. 2013. *A History of Anthropology*. London: Pluto Press.
- GEERTZ, Clifford. 1973. *The Interpretation of Culture*. New York: Basic Books.
- HAVILAND, William A. 2004. *Kulturna antropologija*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- HENDRY, Joy. 2008. *Sharing our Worlds: An Introduction to Social Anthropology*. New York: New York University Press, Palgrave MacMillan.
- HOOPER-GREENHILL, Eilean. 1995. „Museums and Communication: an Introductory essay“. U *Museum, Media, Message*“, ur. Eilean Hooper-Greenhill. London – New York: Routledge, 1-14.
- JORDANOVA, Ludmilla. 1989. „Objects of Knowledge: A Historic Perspective on Museums“. U *The New Museology*, ur. Peter Vergo. London: Reaktion Books, 22-40.

JURMAIN, Robert, Lynn KILGORE, Wenda TREVATHAN. 2011. *Essentials of Physical Anthropology*. Belmont: Wadsworth, Cengage Learning.

KAPLAN, Flora E. S. 1995. „Exhibitions as Communicative Media“. U *Museum, Media, Message*“, ur. Eilean Hooper-Greenhill. London – New York: Routledge, 37-58.

KAVANAGH, Gaynor. 1995. „Museums in Partnership“. U *Museum, Media, Message*“, ur. Eilean Hooper-Greenhill. London – New York: Routledge, 124-134.

KOTLER, Neil G., Philip KOTLER, Wendy I. KOTLER. 2008. *Museum Marketing and Strategy: designing missions, building audiences, generating revenue and resources*. San Francisco: Jossey-Bass, A Wiley Imprint.

KOTTAK, Conrad Phillip. 1994. *Anthropology – the Exploration of Human Diversity*. New York: McGraw-Hill.

KOTTAK, Conrad Phillip. 2008. *Windows on Humanity – A Concise Introduction to Anthropology*. Boston: McGraw-Hill.

LEÓN-PORTILLA, Miguel. 2002. *Bernardino de Sahagún: First Anthropologist*. Norman: The University of Oklahoma Press.

LONČAR UVODIĆ, Lorka. „Priče fosilnih lubanja u Muzeju krapinskih neandertalaca“. *Informatica Museologica* 44/1-4:232-235.

LORD, Barry, Gail Dexter LORD. 1997. *The Manual of Museum Management*. London: Stationery Office.

MAROEVIĆ, Ivo. 1993. *Uvod u muzeologiju*. Zagreb: Zavod za informacijske studije.

MAROEVIĆ, Ivo. 1995. „The Museum Message: Between the Document and Information“. U *Museum, Media, Message*“, ur. Eilean Hooper-Greenhill. London – New York: Routledge, 24-36.

MAROEVIĆ, Ivo. 2003. „Muzejska izložba – muzeološki izazov“. *Informatica museologica* 34/3-4:13-18.

MATON-HOWARTH, Margriet. 1990. „Knowing Objects Through an Alternative Learning System: the Philosophy, Design and Implementation of an Interactive Learning System for Use in Museums and Heritage Institutions“. U *Objects of Knowledge*, ur. Susan Pearce. London – Atlantic Highlands, NJ: The Athlone Press, 174-205.

- MIKLOŠEVIĆ, Željka. 2017. „Društvena uloga muzeja: okretanje korisnicima i suradnicima“. *Muzeologija*. 54:7-27.
- MONAGHAN, John, Peter JUST. 2003. *Socijalna i kulturna antropologija*. Sarajevo: TKD Šahinpašić.
- NG, Wendy, Syrus Marcus WARE, Alyssa GREENBERG. 2017. „Activating Diversity and Inclusion: A Blueprint for Museum Educators as Allies and Change Makers“. *Journal of Museum Education*. 42/2:142-154.
- OMOHUNDRO, John T. 2008. *Thinking Like an Anthropologist : a Practical Introduction to Cultural Anthropology*. Boston: McGraw Hill.
- OTTENHEIMER, Harriet. 2009. *The Anthropology of Language: An Introduction to Linguistic Anthropology*. Belmont: Wadsworth.
- PARK, Michael Alan. 2008. *Biological Anthropology*. New York: McGraw-Hill.
- PEARCE, Susan. 1995. „Collecting as Medium and Message“. U *Museum, Media, Message*, ur. Eilean Hooper-Greenhill. London – New York: Routledge, 15-23.
- PIERSON JONES, Jane. 1995. „Communicating and learning in Gallery 33: Evidence from a Visitor Study“. U *Museum, Media, Message*, ur. Eilean Hooper-Greenhill. London – New York: Routledge, 260-275.
- SANDAHL, Jette. 2019. „The Museum Definition as the Backbone of ICOM“. *Museum International* 71/1-2:vi-9.
- SIMON, Nina. 2010. *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0.
- SUJOLDŽIĆ, Anita, ur. 2015. *Hrvatsko antropološko nazivlje*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
- ŠOLA, Tomislav. 2011. *Prema totalnom muzeju*. Beograd: Centar za muzeologiju i heritologiju; Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu.
- TABORSKY, Edwina. 1990. „The Discursive Object“. U *Objects of Knowledge*, ur. Susan Pearce. London – Atlantic Highlands, NJ: The Athlone Press, 50-77.
- THOMAS, Martin E. 2014. „Anthropology and the British Empire“. U *The Routledge History of Western Empires*, ur. Robert Aldrich i Kirsten McKenzie. London, New York: Routledge.

VAN MENSCH, Peter. 1990. „Methodological Museology; or, Towards a Theory of Museum Practice“. U *Objects of Knowledge*, ur. Susan Pearce. London – Atlantic Highlands, NJ: The Athlone Press, 141-157.

VAN MENSCH, Peter. 2003. „Obilježja izložbi“. *Informatica museologica* 34/3-4:6-12.

VERGO, Peter. 1989. „The Reticent Object“. U *The New Museology*, ur. Peter Vergo. London: Reaktion Books, 41-59.

VUJIĆ, Žarka. 2007. *Izvori muzeja u Hrvatskoj*. Zagreb: Art magazin Kontura.

WEIL, Stephen. 1999. „From Being about Something to Being for Somebody: The Ongoing Transformation of the American Museum“. *Daedalus*, 128/3:229-258.

Popis mrežnih izvora:

HERLE, Anita. 2016. *Anthropology museums and museum anthropology*.

<https://www.anthroencyclopedia.com/entry/anthropology-museums-and-museum-anthropology> (datum pristupanja: 20.2.2020.)

HERŠAK, Emil. 2020. *Pregled antropoloških tema iz prapovijesti*.

https://bib.irb.hr/datoteka/842124.Prapovijest_skripta.pdf (datum pristupanja: 20.4.2020.)

SIMON, Nina. 2012. TEDx Talk *Opening up the Museum*

<https://www.youtube.com/watch?v=aIcwIH1vZ9w&t=2s> (datum pristupanja : 1.5.2020.)

http://archives.icom.museum/hist_def_eng.html (datum pristupanja: 15.1.2020.)

<https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> (datum pristupanja: 1.2.2020.)

[http://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-10-9-](http://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-10-9-2019/?fbclid=IwAR1ahQNqimgvWUVMgZsVuI8lsfT7Cu3LtaXFu3uy0aV1vcQQzYwvsmofh10#Kyoto)

[2019/?fbclid=IwAR1ahQNqimgvWUVMgZsVuI8lsfT7Cu3LtaXFu3uy0aV1vcQQzYwvsmofh10#Kyoto](http://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-10-9-2019/?fbclid=IwAR1ahQNqimgvWUVMgZsVuI8lsfT7Cu3LtaXFu3uy0aV1vcQQzYwvsmofh10#Kyoto) (datum pristupanja: 1.2.2020.)

<https://medium.com/@steward.lindsey/museums-are-not-neutral-a-discussion-on-why-there-is-no-museum-neutrality-in-museum-education-526e8de21f77> (datum pristupanja: 19.12.2019.)

<https://icom.museum/en/news/museums-do-not-need-to-be-neutral-they-need-to-be-independent/> (datum pristupanja: 4.1.2020.)

<https://www.museumsassociation.org/news/03042013-public-attitudes-research-published>
(datum pristupanja: 4.5.2020.)

<https://time.com/5670807/museums-definition-debate/> (datum pristupanja: 15.4.2020.)

<https://icom.museum/en/news/imd2019-museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition/>
(datum pristupanja: 2.2.2020.)

<https://posi.hr/pojmovnik/> (datum pristupanja: 15.4.2020.)

<https://www.aam-us.org/2019/02/20/a-totally-inclusive-museum/> (datum pristupanja:
15.4.2020.)

<http://imd.icom.museum/international-museum-day-2019/museums-as-cultural-hubs-the-future-of-tradition/> (datum pristupanja: 3.2.2020.)

<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-2-7-2019/#mdm> (datum pristupanja:
19.3.2020.)

<https://icom.museum/en/news/less-than-one-month-to-imd-2020-lets-talk-digital-inclusion/>
(datum pristupanja: 25.4.2020.)

<https://www.scribd.com/read/262340149/Do-Museums-Still-Need-Objects>

https://www.mcq.org/documents/10706/28705/Projet_culturel_2014ang.pdf/ (datum
pristupanja: 3.5.2020.)

https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_anthropology#Etymology (datum pristupanja:
5.2.2020.)

<https://inantro.hr/o-institutu/antropologija-u-hrvatskoj/> (datum pristupanja: 7.2.2020.)

<https://etno.ffzg.unizg.hr/studij-antropologije/o-studiju/> (datum pristupanja: 7.2.2020.)

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2018_07_61_1267.html (datum pristupanja:
10.5.2020.)

<http://www.icom-croatia.hr/wp-content/uploads/2011/11/Eticki-kodeks-za-muzeje.pdf> (datum
pristupanja: 10.5.2020.)

<https://www.americananthro.org/ConnectWithAAA/Content.aspx?ItemNumber=2583> (datum
pristupanja: 12.5.2020.)

https://mdc.hr/files/file/muzeji/statistika/2019_tablica_final.pdf (datum pristupanja: 24.5.2020.)

<https://mdc.hr/hr/muzeji/muzejska-statistika/statistika-hrvatskih-muzeja/> (datum pristupanja: 24.5.2020.)

<http://www.museedelhomme.fr/en> (datum pristupanja: 17.4.2020.)

<http://www.varldskulturmuseerna.se/en/varldskulturmuseet/> (datum pristupanja: 20.4.2020.)

<https://artsandculture.google.com/partner/national-museums-of-world-culture> (datum pristupanja: 20.4.2020.)

<https://www.tropenmuseum.nl/> (datum pristupanja: 20.4.2020.)

<https://maa.cam.ac.uk/> (datum pristupanja: 15.4.2020.)

<https://moa.ubc.ca/> (datum pristupanja: 16.4.2020.)

<http://www.culturaydeporte.gob.es/mnantropologia/en/portada.html> (datum pristupanja: 16.4.2020.)

<https://agustinluengocapilla.com/the-extremaduran-giant/> (datum pristupanja: 16.4.2020.)

<https://humanrights.ca/> (datum pristupanja: 3.5.2020.)

https://www.mcq.org/documents/10706/28705/Projet_culturel_2014ang.pdf (datum pristupanja: 3.5.2020.)

<http://www.mkn.mhz.hr/> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

<https://www.amz.hr/hr/naslovnica/> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

<http://emz.hr/> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

<http://www.hpm.hr/> (datum pristupanja: 23.4.2020.)

<http://goo.hr/wp-content/uploads/2019/10/KAKO-STVARATI-MANJE-OTPADA-vodic-za-gradjane.pdf> (datum pristupanja: 21.10.2019.)

<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=25947> (datum pristupanja: 21.6.2020.)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Museum#Etymology> (datum pristupanja: 21.6.2020.)

<https://brunelleschi.imss.fi.it/itineraries/place/MuseoStoriaNaturaleFirenzeSezioneAntropologiaEtnologia.html> (datum pristupanja: 28.6.2020.)

Sažetak:

U radu je predstavljen idejni koncept muzeja antropologije uklopljen u hrvatski društveni i tržišni kontekst. Koncept se temelji na suvremenim muzeološkim teorijama, a najvažniji je segment suvremenog poimanja muzejskih institucija promjena fokusa s muzejske zbirke na korisnike muzeja. Muzej antropologije samom se tematikom uklapa u ciljeve koje suvremeni muzeji žele ostvariti. Rad obuhvaća teorijski okvir suvremene muzeologije, predstavljanje antropologije kao holističke znanosti koja proučava ljudsku vrstu u vremenu i prostoru, komparativnu analizu muzeja antropologije u svijetu te razradu idejnog koncepta Muzeja antropologije u Hrvatskoj. Cilj Muzeja antropologije bio bi upoznati posjetitelje s različitim aspektima ljudske vrste, pridonijeti međukulturnom razumijevanju i toleranciji, potaknuti društveni angažman kod pojedinaca i stvoriti mjesto koje bi služilo kao pokretač društvenih promjena. Cilj je rada predstaviti kako bi muzej antropološke tematike pridonio ostvarenju ciljeva suvremenih muzeja – stvaranju mjesta koje služi kao središte u kojemu se brišu granice i stvaraju društvene veze, razmjenjuju iskustva i ideje i u kojemu se gradi bolja budućnost – bez diskriminacije, predrasuda i nejednakosti.

Ključne riječi: antropologija, muzej, suvremenost, zajednica, društvena odgovornost.

Abstract:

This thesis presents a possible concept of an anthropology museum within the Croatian social and market context. The concept is based on contemporary museological theories and the most important part of the contemporary understanding of museum institutions is the change of focus from museum collections to museum public. The museum of anthropology fits into the goals that contemporary museums aim to achieve with its central themes. The paper includes the theoretical framework of contemporary museology, the representation of anthropology as a holistic science that studies human species in time and space, the comparative analysis of anthropological museums around the world and the elaboration of the idea for the Museum of Anthropology in Croatia. The aims of the Museum of Anthropology would be to familiarize the public with different aspects of the human species, to contribute to the intercultural understanding and tolerance, to encourage the individuals' social engagement and to create a space that would serve as an instigator of social changes. The purpose of this thesis is to show how a contemporary museum of anthropology would contribute to fulfilling the aims of

contemporary museum – creating a space that would serve as a hub where borders get erased, social relationships are made, experiences and ideas are exchanged and better future is created – without discrimination, prejudice and inequality.

Key words: anthropology, museum, modernity, community, social responsibility.

Zusammenfassung:

In dieser Masterarbeit wurde das Ideenkonzept eines Museums für Anthropologie im Rahmen der kroatischen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umstände vorgestellt. Dieses Konzept beruht auf den zeitgenössischen museologischen Theorien. Der wichtigste Teil des modernen Verständnisses von musealen Institutionen ist die Veränderung des Fokus von Museumssammlungen auf Museumsbesucher. Das Museum für Anthropologie entspricht mit seiner Thematik den Zielen, die zeitgenössische Museen erreichen möchten. Diese Arbeit umfasst den theoretischen Rahmen der gegenwärtigen Museologie, die Vorstellung der Anthropologie als die holistische Wissenschaft, die die Menschheit zeitlich und räumlich untersucht, die vergleichende Analyse der Museen für Anthropologie in der Welt und die Ausarbeitung des Ideenkonzeptes des Museums für Anthropologie in Kroatien. Das Ziel des Museums für Anthropologie wäre, Besucher mit der Komplexität der Menschheit vertraut zu machen, dem interkulturellen Verständnis und der Toleranz beizutragen, das gesellschaftliche Engagement bei Einzelpersonen zu unterstützen und einen Platz zu schaffen, wo man die gesellschaftlichen Änderungen fördern würde. Mit dieser Arbeit soll gezeigt werden, wie ein Museum der anthropologischen Thematik zur Verwirklichung der Zielen der zeitgenössischen Museen beitragen würde, wie es einen Platz schaffen würde, in dem es keine Grenzen, aber soziale Beziehungen gibt, man Erfahrungen und Ideen austauscht und eine bessere Zukunft bildet – ohne Diskrimination, Vorurteile und Ungleichheit.

Schlüsselwörter: Anthropologie, Museum, Modernität, Gesellschaft, soziale Verantwortung.