

jorge glusberg

„hladni“ i „vrući“ muzeji

k muzeološkoj kritici

s originalnim crtežima Luisa Benedita

cayc

Centar za umjetnost i komunikaciju
Buenos Aires

1. IDEJA OPSTANKA

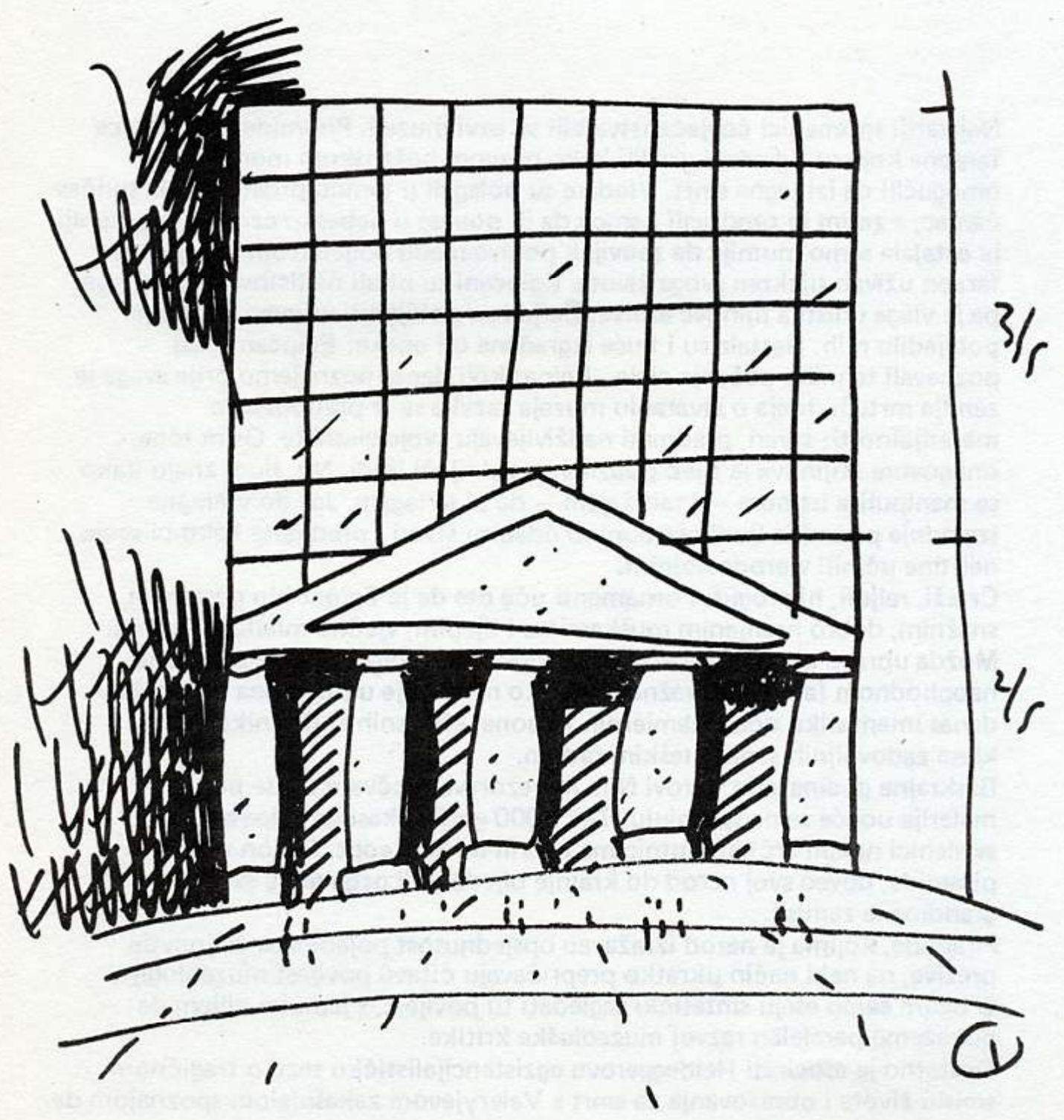
Najstariji spomenici čovječanstva bili su prvi muzeji. Piramide su grobnice faraona koje su Egipćani gradili kako bi svom božanskom monarhu omogućili da izbjegne smrt. Vladare su polagali u tamnu prostoriju uz sunčev čamac, a zatim ih predavali čamcu da ih ponese u nebesko carstvo. Na zemlji je ostajala samo mumija da zauvijek počiva među bogatstvom u kojem je faraon uživao tijekom svoga života. Egipćani su pisali na listovima papirusa, pa je vlaga uništila njihove arhive. Željeli su pobijediti vrijeme, a ono je pobijedilo njih. Nestale su i kuće izgrađene od opeke: Egipćani nisu poznavali tehniku pečenja cigle. Egipat koji danas poznajemo prije svega je zemlja mrtvih. Ideja o stvaranju muzeja razvila se iz predodžbe o materijalnosti: stvari, predmeti nadživljavaju svoje vlasnike. Osim toga, oni govore i njihova je riječ pouzdanija od riječi ljudi. No, ljudi znaju kako se manipulira istinom — i sadržajem — da bi se lagalo. Još do vremena izgradnje piramida ljudi oštromno odabiru stvari i predmete kako bi svoje neistine učinili vjerodostojnim.

Crteži, reljefi, hijeroglifi i ornamenti uče nas da je Egipat bio nastanjen snažnim, dobro hranjenim muškarcima i lijepim, vječno mladim ženama. Možda upravo zbog toga što je umjetnost nekrologa već tada smatrana neophodnom (a malo je važno što nitko ne vjeruje u pogrebna veličanja), danas imam sliku dobronamjernih faraona, efikasnih službenika i nižih klasa zadovoljnih svojim teškim radom.

Beskrajne godine suša, hirovi Nila ili nezdrave močvare Delte pune malarije uopće se ne spominju. Tek 2000 godina kasnije egipatski su svećenici nekim grčkim putnicima otkrili da ke Keops, faraon velike piramide, doveo svoj narod do krajnje bijede radi ostyarenja svoje grandiozne zamisli.

Piramide, kojima je narod izražavao opsjednutost pojedinaca željom da prežive, na neki način ukratko prepričavaju čitavu povijest muzeologije. U ovom ćemo eseju sintetički sagledati tu povijest, s jedinim ciljem da pokažemo paralelan razvoj muzeološke kritike.

Dostatno je asocirati Heideggerovu egzistencijalističku tezu o tragičnom smislu života i obrazovanja za smrt s Valeryjevom zakašnjelom spoznajom da



“mi, civilizacije, sada znamo da smo smrtni” da bi se dobio uvid u skrivenu pobudu koja tijekom povijesti tjera narode da skupljaju, čuvaju izlažu i ostavljaju budućim generacijama svoje umjetničko i kulturno nasljeđe kao osnovno sredstvo potvrđivanja svojeg identiteta.

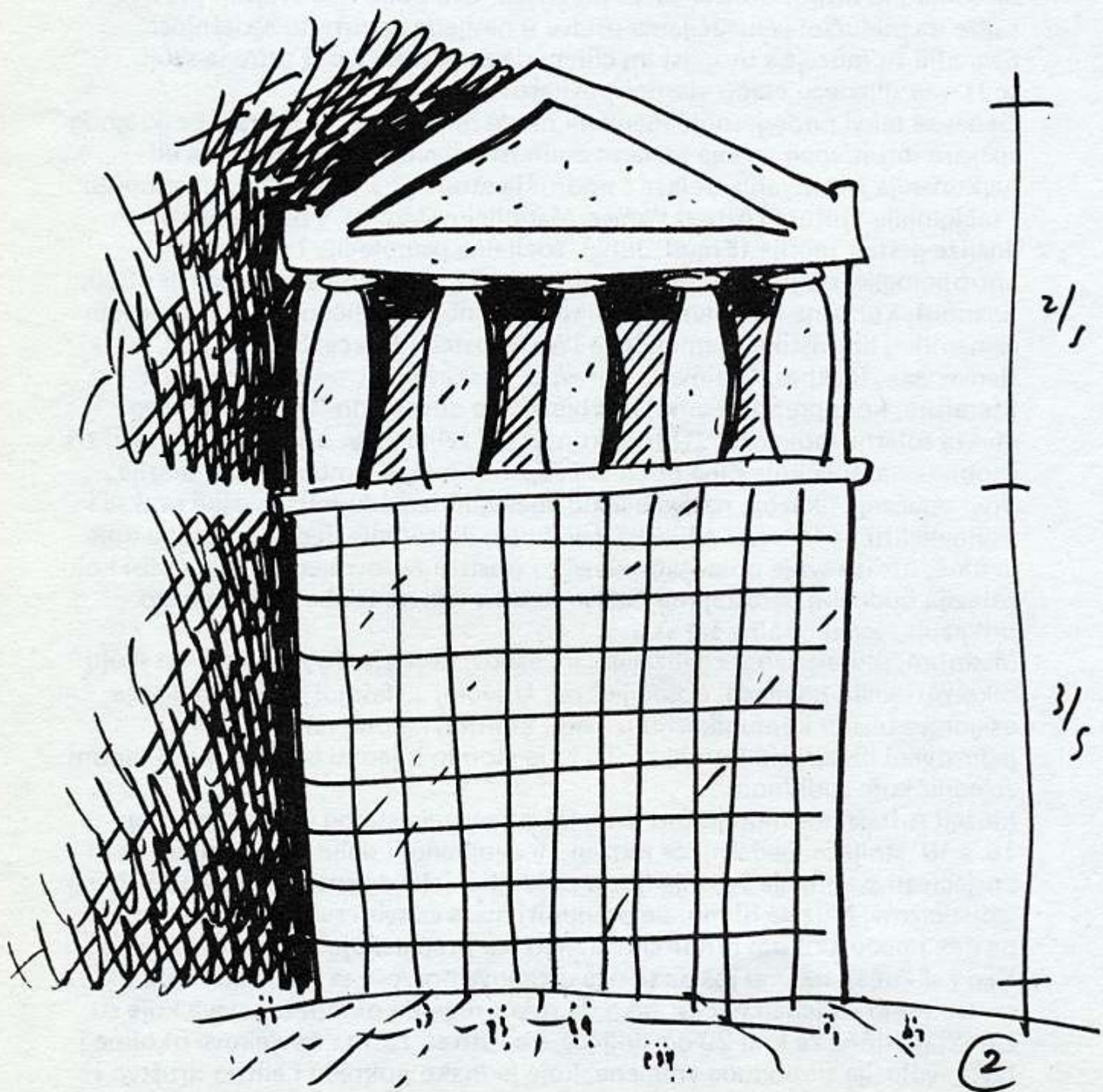
Kada umremo, ljudi će svakog od nas bolje pamtiti po datumu smrti nego po datumu rođenja. Na dan smrti ostavljamo provizoran, privremen život i stupamo u drugi, konačan i nepromjenljiv život u sjećanju drugih. Premda razara i posljednju nadu, smrt u naš kratak boravak na svijetu unosi smisao. Čitav život mi se samo pripremamo prihvatiti vlastitu smrt, a da toga nismo ni svjesni.

Narodi koji su možda više svjesni svoje prolaznosti protiv nje se upuštaju u bjesomučnu bitku. Bore se da bi preživjeli. Oni bdiju nad svojom prošlošću i teže da budućim generacijama ostave u nasljeđe nedirnutu sadašnjost. Sagradili su muzeje s utopijskim ciljem da zamrznu život i prirede svoju smrt kao slijedeću etapu vlastite povijesti.

Danas se takvi podsvjesni mehanizmi mogu proučavati uz pomoć beskrajnog spektra intuitivnog znanja i znanstvenih istraživanja. Nezamjenljiva ili najkorisnija istraživanja dolaze s područja etnologije (Frobenius, Malinowski) i sociologije kulture (Alfred Weber, Mannheim, Moles), s područja psihoanalize-geštalt teorije (Freud, Jung), socijalne psihologije i socijalne antropologije, uključujući teoriju informacija, te teoriju komunikacije (Bell, Shanon), kulturne i društvene kritike (Adorno, Horkheimer), te s područja semantike, lingvistike i semiologije (Wittgenstein, Peirce, Schaff, Eco, Benveniste, Barthes, Greimas). Naravno, ovakav širok raspon pomoćne literature, koju preporučamo, neizbježno će dovesti do “zasljepljujućeg efekta solarne radijacije”. U tom kontekstu željeli bismo samo predstaviti tri osobna opažanja koja čine pozitivni supstrat moguće muzeološke teorije. Prvo opažanje ukazuje na svojevrstu analogiju između muzeološke prakse i psihoanalitičke katarze. Ljudska zajednica, ili, točnije, jedna od grupa koje je čine, uzdiže svoje pokretačke snage i postiže zadovoljenje slike o sebi koju ostavlja budućim naraštajima. Snaga te slike leži ne toliko u onome što prikazuje, već u onome što skriva.

Međutim, pluralizmu civilizacija, na osnovi kojeg je Toynbee razvio svoju rekonstrukciju povijesti, došao je kraj. U svojoj sadašnjoj fazi tehnologija osigurava blisku komunikaciju između kulture, pa one tako dolaze u jedinstveni historijski kontekst. To ih je stopilo u jednu civilizaciju s jednom zajedničkom sudbinom.

Muzeji sutrašnjice moraju biti drukčiji od muzeja starog vijeka ili muzeja 18. i 19. stoljeća. Sadašnji će muzeji, nedvojbeno, i dalje postojati, ali će ih posjećivati sve manje i manje ljudi: poklonici jalovog snobizma i hotimičnog sofisticizma. Muzeje bi morale prepuniti mase sa svim svojim oduševljenjem, pa čak i nedostatkom rafiniranosti, kao što preplavljaju sportske stadione. Kao zaključak recimo još da se ova ustanova posvećena prošlosti može spasiti samo na jedan način: tako da se promijeni i uklopi u pojave koje su karakteristične za kraj 20-og stoljeća, kao što su zaštita čovjekove okoline i tzv. revolucija slobodnog vremena, koje jednako pokreću i elitno društvo i mase.



2. „HLADAN“ I „VRUĆ“ MUZEJ

Neki smjerovi u teoriji komunikacije daju nam pojmove koji služe za razjašnjavanje različitih društvenih i institucijskih pojava; drugim riječima, ti smjerovi nude cjelovitije zahvaćanje fenomena participacije i društvenog suočavanja. Jedna od razina na kojoj se analizira društvo u cjelini jest kolektivna komunikacija koja uključuje svo ono što, estetički gledano, njeguje produktivnu razmjenu i zajedništvo interesa na polju umjetnosti, znanosti, filozofije, sociologije itd. Komunikacijske kategorije, poput onih koje koristi suvremena lingvistika, osiguravaju osnovu za dublje razumijevanje društvenih pojava kao što su pojave povezane s institucijama. Muzeji umjetnosti čine složene mreže komunikacija našeg doba. Valjalo bi ih shvaćati kao sredstva one vrste komunikacije koja povezuje izlagače s publikom unutar mreže institucija koja je ugrađena u društvo. Ta se mreža posebno razlikuje od drugih sredstava komunikacije kao što su tisak, televizija i kinematograf.

Same komunikacije pružaju razumljive izgleda da se muzeji proučavaju kao nešto više nego što je mjesto ili zgrada za izlaganje i/ili skladištenje umjetnina.

Tako je čitava društvena i komunikativna strana ovih ustanova zasjenjena važnošću koja se pridaje funkciji muzeja u pogledu napretka komunikacija. Preovladavanje funkcionalnog aspekta u umjetnosti, npr. u arhitekturi, bilo je tijekom povijesti prepreka za adekvatno razmatranje njezine komunikativne uloge koja znatno nadilazi puko praktičko djelovanje i postaje sredstvom povezivanja i javnog angažiranja, sredstvom oblikovanja društvenih odnosa. Ljudi su, dakle, uvidjeli da je komunikacijski pristup neophodan kako bi se načeli problemi muzeologije u vezi s njenom ulogom posrednika između stvaralaca i "potrošača" umjetnosti.

Muzeološka kritika (ovaj termin upotrebljavamo u tradicionalnom filozofskom smislu istraživanja muzéja kao institucijskih struktura) teorija je koja se tek razvija. Teorija komunikacije trebala bi dodati pojmove ovoj tek započetoj teoriji kako bi se mogla na odgovarajući način odrediti njena prava uloga u društvenoj dinamici i međuljudskim odnosima u zajednici. Možda još nije vrijeme za predviđanje forme koju bi muzeologija dobila

uključivanjem ovih polja znanja. Međutim, istovremeno je sasvim jasno da su učinjeni napor da bi se postiglo pojmovno obnavljanje u različitim granama znanja, uključujući i korištenje različitih disciplina. Zato bismo kao uvod dali nekoliko razjašnjenja u smislu dodatka početnim pojmovima.

Kao prvo, muzeološka kritika danas, kada artistska komunikacija doseže takve stupnjeve razvoja o kakvim se donedavno nije moglo ni sanjati, nije samo korisna nego i neophodna.

Drugo, – kao rezultat proširenja komunikacija, muzeološka se kritika više ne može ograničiti na deskriptivnu analizu muzeja. Morala bi također uključivati i velik broj sredstava kolektivne komunikacije koja u društvu djeluju kao "paramediji" artistske komunikacije (stručne publikacije, kritika umjetnosti i sl.).

Treće, za ispravan pristup budućnosti muzeologije koja razmatra promjene kroz koje institucije moraju neizbježno proći, uzimajući pri tom u obzir progresivan razvoj komunikacija i oblika umjetničkog izražavanja, neophodne su zdrave teoretske osnove.

U svjetlu jedne takve slike valja naglasiti da teorija komunikacije (uključujući i teoriju jezične komunikacije), iako može dati značajan doprinos muzeološkoj kritici, ne isključuje pozivanje na područja kao što su teorija informacija, kulturna antropologija, arhitektura i mnoge druge discipline koje se upravo stvaraju i razvijaju.

To će reći, da bilo koji pristup problemu muzeološke kritike zahtijeva kombinirano korištenje mnoštva disciplina koje obogaćuju i osuvremenjuju pojmove vezane uz muzeje.

Informacija nasuprot komunikaciji

Kategorija "vruć" i "hladan" (orig. "cool" i "hot", op. prev.) poznate su širom svijeta iz mnogih djela kanadskog znanstvenika s područja teorije komunikacije, Marshalla McLuhana.

Te se komunikacijske kategorije odnose na pojmovno razlikovanje komunikacijskih sredstava.

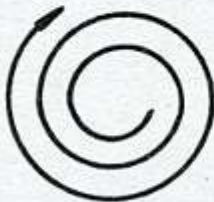
Prema McLuhanu, vrući medij je onaj koji proširuje jedno jedino osjetilo u "potpunoj definiciji", to jest sredstvo izrazito bogato za publiku informativnim podacima i koje, prema tome, od nje traži manje sudjelovanja. Publika medija kao što su radio, kino ili tisak ne osjeća se podstaknuta da pridonosi značenja, budući da su ona već u potpunosti osigurana za to odgovarajućim komunikacijskim kanalima.

Suprotno tome, hladni su mediji relativno siromašni informacijama, kao što je to slučaj s telefonom, pa zbog toga podstiču publiku na veće sudjelovanje. Telefon je hladan jer uho dobiva vrlo malu količinu informacija pa je slušalac prisiljen nadopunjavati ih kako bi interpretirao ono što je čuo. Svakodnevni je razgovor hladan medij budući da, prema semiološkim terminima posuđenim od Peircea, osoba koja sluša izgovaranu poruku mora i sama sudjelovati velikim brojem znakova. Prema tome, jezični fenomen je hladan.

S druge strane, vrući mediji primaocu ostavljaju veoma malo za nadopunjavanje i ne podstiču na sudjelovanje.

Navedene kategorije čine osnovu teorije o **djelovanju** medija. Na primjer, radio će kao vrući medij imati sasvim drukčije djelovanje na primaoca od telefona koji je hladan medij.

Najopćenitiji zaključak koji se može izvući iz McLuhanovih ideja jest vrući mediji **isključuju**, a hladni mediji **uključuju**; drugim riječima, vrući se medij, ponaša centrifugalno, a hladni centripetalno prema publici.



centrifugalna sila



centripetalna sila

Ova je distinkcija primjenljiva sa stajališta komunikacije, iako, prirodno, ne isključuje druge komplementarne poglede na klasifikaciju komunikacijskih sredstava. Vrijednost McLuhanove distinkcije ne isključuje opću kritiku njegovih pogleda. Ukazali smo samo na ona područja njegovih razmišljanja koja smatramo vrijednim. Postoji obilje razloga za tvrdnju, na primjer da je ova distinkcija, iako djelotvorna, ipak i parcijalna: neki mediji, kao što su umjetnost ili ekonomska propaganda, kombiniraju vruću i hladnu formu. Međutim, osim manihejskih aspekata bilo koje apstraktne konceptualizacije stvarnosti, ovo je razlikovanje korisno za našu klasifikaciju muzeja umjetnosti koju ćemo pokušati provesti tako da ne zanemarimo druge vrste teoretskih mogućnosti, iako će navedena distinkcija biti osnova našeg razmatranja.

Umjetnička su iskustva bogata oblicima i načinima izražavanja, te nizom drugih obilježja koja je teško svrstati u kategorije. Na primjer, za "Nacionalni centar Georges Pompidou" jedan od njegovih konstruktora, arhitekt Piano (drugi je Rogers) rekao je da ga je zamislio kao "mašineriju" u pokretu.

U slučaju ovog muzeja, koji je primjer najsuvremenijeg kada se radi o zgradama u vezi s komunikacijom i informacijom, smatram da nema podjele funkcija. Umjesto toga, muzej je kreiran na temelju pretpostavke da kulturni pristup gledaoca ne priznaje izolirane prostorije.

Muzeji ove vrste izazivaju šizofreničnu reakciju kod publike koja pokušava na razini osjetilnog obratiti pozornost na način koji graniči sa šaljivošću, na sve što se može dodirivati (zidovi, djela, itd.).

Centar "Georges Pompidou" smješten je u zgradu od gotovo milijun kubnih metara koja izgleda kao potencijalni muzej, a ne kao primjerak "potrošačke arhitekture" izveden isključivo za pasivno primanje posjetilaca. Zamisao muzeja kao jedne velike "mašinerije" podrazumijeva da se na njega gleda kao na proces. Ukoliko načinimo razliku između informacijskih i komunikacijskih aspekata, takav je pristup moguć.



Uzeli smo za primjer centar "Pompidou" jer on predstavlja muzejsku kreaciju koja teži da postane pravi centar komunikacije.

Razlika između komunikativnog muzeja i čisto informativnog muzeja leži u činjenici da je prvi opremljen tako da podstiče na sudjelovanje, dok drugi jednostavno prenosi pripremljen sadržaj u obliku koji priječi takvo sudjelovanje.

Za komuniciranje s posjetiocima muzeja potrebni su novi modeli jezika.

U akademskom pristupu, funkcija muzeja uglavnom se sagledava više u informacijskim nego u komunikacijskim terminima. Takav pristup ukazuje na razlike između informacijske i komunikacijske kulture: rečeno drukčije, ukazuje na hladne i vruće institucijske kulturne medije.

U stvari, informacijski je aspekt oduvijek bio vezan uz vruće medije povezane s muzejima ili izložbenim centrima: velika količina informacija u odvojenim sobama, izolirane prostorije, gotove sheme namijenjene su za mehaničku potrošnju. S druge strane, na hladni pristup nailazimo u muzejima čija se funkcija mijenja i postaje komunikativna: sudjelovanje, koncepcija otvorene, ne-elitne kulture. Međutim, to bi moglo dovesti do kulturnog gigantizma, kao što je to slučaj s centrom "Pompidou": nešto što u sebi sadrži sve, neka vrsta velike utrobe ispunjene umjetnošću.

Da dobar muzej mora pružati malo informacija, može izgledati paradoksalno. No, to je samo prividno tako: komunikacija se postiže samo kada sudionici te komunikacije mogu dopunjavati poruku. Dakle, nedostatak informacija ne bi bila jedina karakteristika hladnih muzeja; obilježavala bi ih i mogućnost da postanu komunikativne strukture.

Velikim centrima umjetnosti često nedostaje kreativna strana. Oni dobivaju značenje dokumentacijskih centara ili velikih memorijala, ili su jednostavno sami sebi svrha.

Promjena iz takvog stanja u prostor posvećen semantičkoj kreativnosti, koja će se u potpunosti ostvariti doprinosom publike (primaraca), prelazak je s područja informacije na područje komunikacije.

Bilo kakv pokušaj uvođenja publike u kreativnu akciju predstavlja korak u podsticanju artističke osvještenosti.

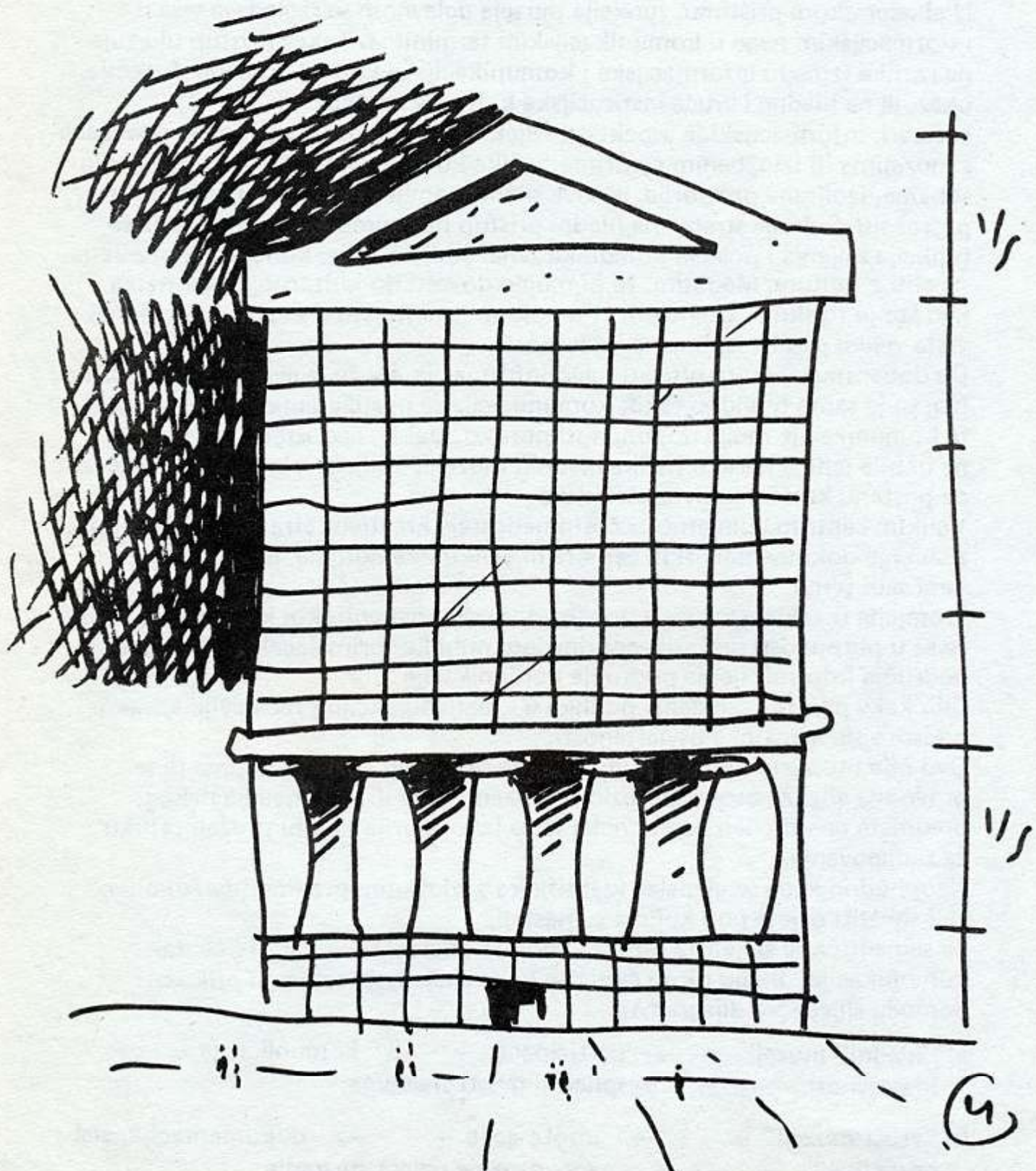
Ovo nije utopijski model. Zamisao je da se osnuju centri u kojima bi se provodila analiza osnovnih razloga prezentiranja ili oblikovanja nekog predmeta na određen način; neka vrsta laboratorija koji bi pružali priliku za sudjelovanje.

Neophodno je da se gledalac identificira s izloženim predmetima, ukoliko želi shvatiti uvjete pod kojima su nastali.

Sa semantičkog stajališta termini "dokumentacijski centar" i "centar komunikacija" imaju bitno različite konotacije koje se mogu prikazati pomoću slijedećeg dijagrama:

a) "hladni" muzeji — — → participacija — — → komunikacija — — →
kreativnost — — — → eksplicitni uvjeti stvaranja;

b) "vrući muzeji" — — — → informacija — — — → dokumentacija, slaba
participacija — — — — → nepoznavanje uvjeta stvaranja.



3. PARTICIPACIJA I „HLADNI“ MUZEJI

Kao što smo vidjeli, informacijski i komunikacijski orijentirane kulture međusobno se suprotstavljaju.

Muzeološka kritika nadalje ovisi o urazličenju sadržaja povezanih s društveno—kulturnim odrednicama u okviru kojih se javljaju umjetnički fenomeni. Kritika pojedinih vidova društvene prakse pretpostavlja da je u obzir uzeta sveukupna dinamika društva koja se razmatra. „Hladni“ su muzeji rijetkost u našem informacijskom društvu kojim dominiraju vrući mediji koji zamjenjuju komunikaciju.

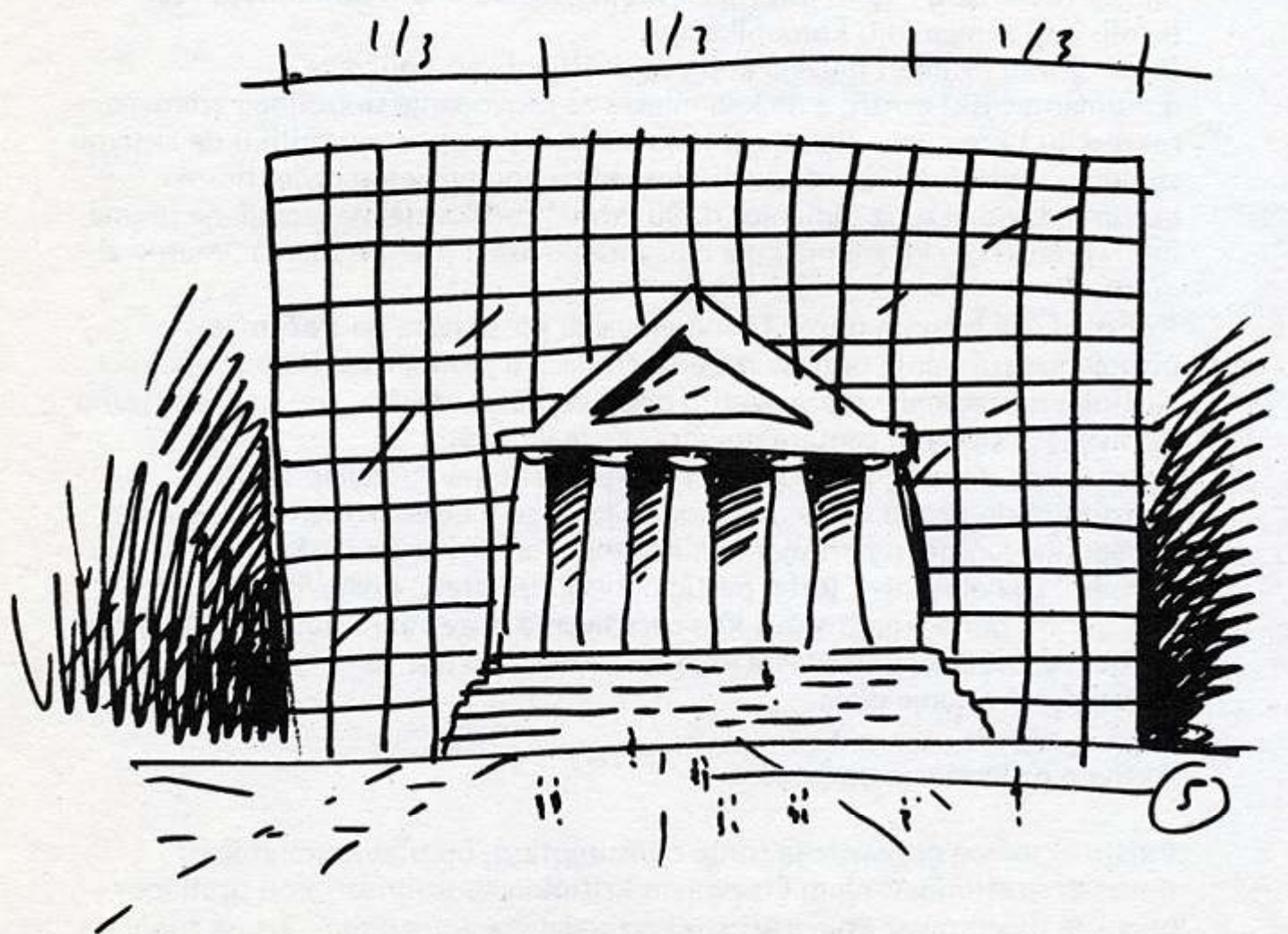
Bezbrojni su primjeri muzeja koji su zamišljeni kao knjižnice ili dokumentacijski centri, a ne kao mjesta za provođenje slobodnog vremena, rekreaciju i kreativnu djelatnost koja posjetiocima pružaju priliku da aktivno surađuju u dizajnu i konstrukciji. Posljedice komercijalno orijentirane kulture razvidne su iz činjenice da su arhitektonske cjeline izgrađene prema interesima ili očekivanjima koja uglavnom ovise o predrasudama „masovne kulture“.

Konstrukcija hladnih muzeja i sudjelovanje posjetilaca podrazumijeva promjenu društvenih odnosa između činilaca u jednoj specifičnoj zajednici. Kriička muzeologija mora uzeti u obzir različite aspekte koji nadilaze puko opisivanje muzeja ili centara umjetničke djelatnosti.

To znači da u razvoj muzeološke kritike ulazi čitav niz socioloških i antropoloških problema, a neophodno je da se u obzir uzme i razlikovanje između kategorija, na primjer razlikovanje komunikacije i informacije. Termin „sudjelovanje“ (orig. participation, op. prev.) postavlja jedno pitanje: moramo li ga shvatiti kao surađivanje u stvaranju umjetničkih djela? Ne obavezno. Sudjelovanje na koje ovdje mislimo jest sudjelovanje kroz aktivno prihvaćanje djela.

Aktivno prihvaćanje umjetnosti

Pojam aktivnog prihvaćanja (orig. consumption, op. prev.) umjetnosti povezan s razumijevanjem i razvojem kritičkih sposobnosti kod primaoca s obzirom na predmet koji, s artističkog stajališta, konzumira. To ne znači da



primatelj mora "razraditi" umjetničko djelo, već da mora biti u stanju razviti vlastite kriterije i, u okviru njih, integrirati se s djelom ili mu pridodati svoje poglede.

Međutim, za integriranje gledaoca s mehanizmom muzeja, te za iznošenje vlastitih stavova preduvjet je odgovarajući stupanj razvoja njegovog razumijevanja djela, te njegova spremnost za vrednovanje i kritiku. Time se od samog muzeja zahtijeva da, putem različitih mehanizama, preuzme odgovornost za razvoj takvih uvjeta.

Impresionisti su radili s relativno nepostojanim materijalima, tako da muzeji koji izlažu njihova djela moraju koristiti poseban sustav za klimatizaciju.

U prostorijama za izlaganje mora sustavno biti osigurana odgovarajuća temperatura, osvjetljenje i drugi izričito tehnički uvjeti. No, muzeološko se istraživanje ne može ograničiti na takve tehničke pojave. Ono mora razmatrati njihovo značenje u odnosu na sveukupnu sposobnost muzeja da razvijaju aktivno prihvaćanje djela.

Očito je da tehničke ili arhitektonske osobine mogu olakšati to aktivno prihvaćanje. Međutim, kritika ide dalje od toga: osim funkcionalnih i tehnoloških vidova, ona razmatra i one općedruštvene i kulturne.

Aktivno prihvaćanje može u određenim uvjetima biti u potpunosti olakšano osobinama konstrukcije i okoline.

Na primjer, muzej "Ahmedabad" u Indiji, koji je otvoren 1963. godine, izgrađen je u spomen na Ghandija i djeluje kao centar za proučavanje njegove misli i filozofije.

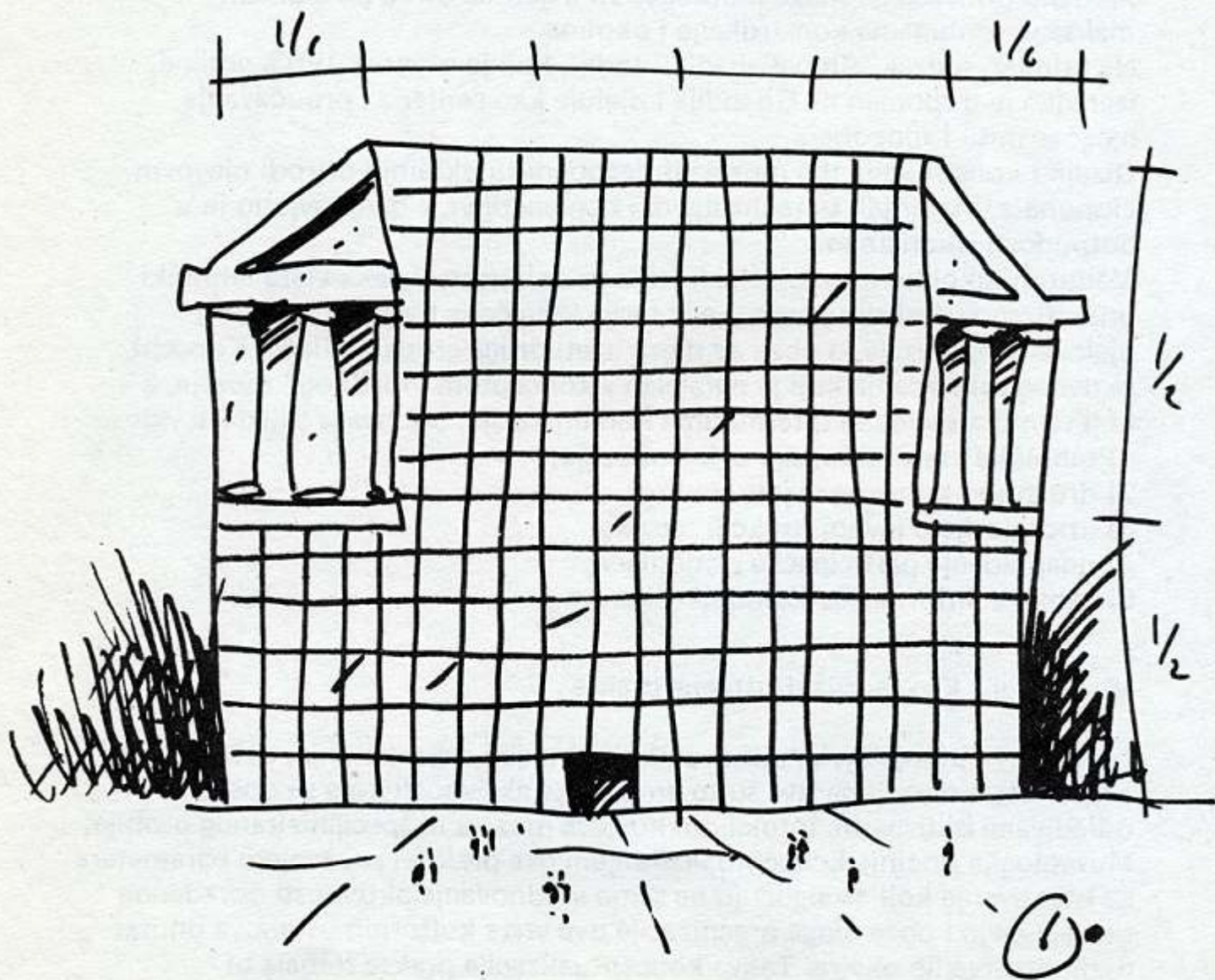
Dizajn i konstrukcija tog muzeja prilagođeni su okolini i prirodi njegovih eksponata; materijali su jednostavni i nenametljivi, a danje svjetlo je u potpunosti iskorišteno.

Međutim, ukoliko muzeološka kritika ne želi postati neka vrsta tehnički orijentiranog deskriptivizma, već teorija koja će se baviti društvenim djelovanjem muzeja, u obzir se mora uzeti druga grupa činilaca. Koncept aktivnog prihvaćanja koji je paralelan s konceptom "hladnog" muzeja, a koji se mora sagledati u terminima komunikacije, obuhvaća slijedeće vidove:

- 1) tehničke i arhitektonske uvjete muzeja;
- 2) društveno-kulturne uvjete sredine;
- 3) informacije o javnoj funkciji muzeja;
- 4) unapređenje participacije posjetilaca;
- 5) zamjena informacije komunikacijom.

Muzeologija kao teorija društvene prakse

Izlaganje i čuvanje djela, njihovo klasificiranje i organiziranje, te raspored eksponata u muzejima, sve su to empirijske aktivnosti koje su dosad određivane iskustvom, intuicijom kustosa muzeja ili specijaliziranog osoblja. Muzeologija počinje konceptualiziranjem ove prakse i pružanjem parametara za istraživanje koji omogućuju ne samo vrednovanje aktivnosti određenog muzeja nego i opće uloge organizacije ove vrste kulturnih ustanova unutar datih društvenih okvira. Takva konceptualizacija prakse trebala bi



unaprijediti razvoj teorije o muzejima. Samo na osnovi takve teorije i potpunog poznavanja načina na koji djeluju različiti centri mogu se razviti kriteriji za razmatranje pojedinih slučajeva.

Govorimo u terminima koji se protežu od apstraktnih do konkretnih, što je tok bilo koje dosljedne teorije: prvo se proučavaju opći problemi, a zatim slijedi razmatranje pojedinačnih, konkretnih problema. Tu smo funkciju pokušali upotpuniti uvođenjem kategorija "hladan" i "vruć", "komunikacijski" i "informacijski", te "aktivno" i "pasivno" prihvaćanje. Međutim, zajedno s ovim korisnim razgraničenjima mogu se razmatrati i neke druge razlike koje olakšavaju sveukupno razumijevanje muzeoloških problema i otvaraju put kritici, u filozofskom značenju te riječi na koje smo već prije ukazali, to jest kritici kao istraživanju.

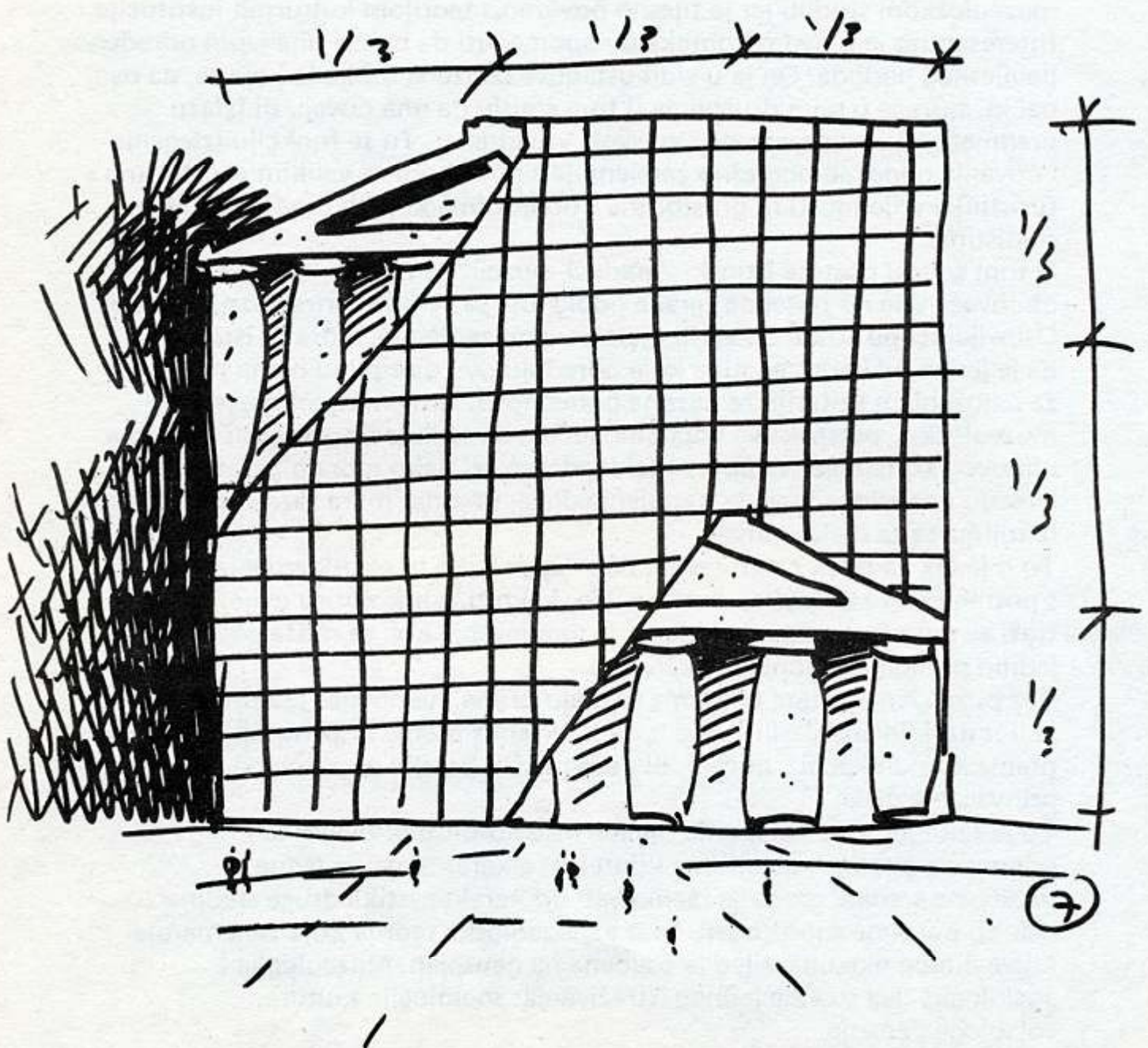
Svaka se teorija mora razvijati iz osnovnih distinkcija na kojima se temelji građa učenja ili istraživanja. Takvo razlučivanje je prijeko potrebno muzeološkom studiju jer je tijesno povezan s teorijom kulturnih institucija. Interesantno je u ovom kontekstu napomenuti da muzej nije izum određenog povijesnog perioda. On je u vidu ustanove izražena funkcija koja se, na ovaj način, susreće u svim društvima u tom smislu da ona čuvaju ili izlažu predmete kojima reprezentiraju svoje vrijednosti. Tu se funkciju izlaganja i čuvanja ponekad pogrešno zamjenjuje s potrebom za velikim prostorima s turističke vrijednosti ili prostorima s obilježjima koja ih čine atraktivnim središtima.

U tom smislu postoje istinski "gradovi-muzeji", a termin "muzeološki" obuhvaća više no posebne zgrade podignute sa svrhom priređivanja izložbi. Ostavljajući po strani opseg ili djelokrug muzeologije, mora se istaknuti da je jedna od karakteristika koje određuju ovu disciplinu njena potreba za iznoženjem kriterija za muzeje budućnosti: drugim riječima, jedna muzeološka perspektiva koja omogućuje da se muzeje prilagodi uvjetima njihovog korištenja. Vidimo, dakle, da muzej, iako mora olakšati kontakt između posjetioca i uvjeta nastajanja djela, također mora razmatrati uvjete u kojima se ta djela primaju.

To nije lak zadatak i zahtijeva stalan napor kako bi se uskladile izložbe s potrebama i zahtjevima publike. No, kako ti zahtjevi nisu uvijek jasni, traži se određeni stupanj uviđaja i razumijevanja koji se može postići jedino pomoću stručnog istraživanja.

Bez poznavanja uvjeta u kojima se djelo prima, nemoguće je odrediti je li muzej "hladan" ili "vruć": je li okrenut prema informaciji, ili prema komunikaciji: hoće li, ili neće pružiti priliku za aktivno prihvaćanje djela.

To je tako jer naše kategorije nikada nisu apsolutne: uvijek se odnose na okolinu, specifičan kontekst, a karakteristike jedne društvene sredine mogu se razlikovati od karakteristika druge sredine čak do potpune suprotnosti. Svaka muzeološka teorija koja zanemaruje takve čimbenike unaprijed je osuđena na neuspjeh. Muzeologija i sociologija dva su vida jednog istraživanja: sociologija kulture, sociologija znanja.



4. K OTVORENOJ MUZEOLOGIJI

Muzeološko istraživanje ima više neslućenih mogućnosti i zapravo obuhvaća predmet kojim se bavi: organizaciju muzeografskog materijala.

Želimo reći da, kako postoje razlike među građevinama koje smo nazvali muzejima, postoji urazličenost društvenih konteksta u kojim se obznanjuje umjetnost, te se muzeološke teorije mogu razlikovati od regije do regije. Zbog toga naglašavamo potrebu da učinimo jedinstvenim konceptualno polje koje usmjerava muzejsku praksu, a da pri tom ne ograničimo mogućnost lokalnog odlučivanja čiji je cilj odgovoriti na pojedine ljudske kontekste i pridružene potrebe.

Ovaj smo pristup nazvali "otvorena muzeologija" kako bi ga suprotstavili dogmatskoj i normativnoj muzeologiji koja je odredila nepromjenljive vrijednosti za svaki pojam i situaciju.

Razumljivo je da muzej koji je "hladan" u jednom kontekstu može biti "vruć" u drugom, te da ono što smo nazvali centripetalnim muzejem može postati centrifugalni muzej u drukčijoj kulturnoj sredini.

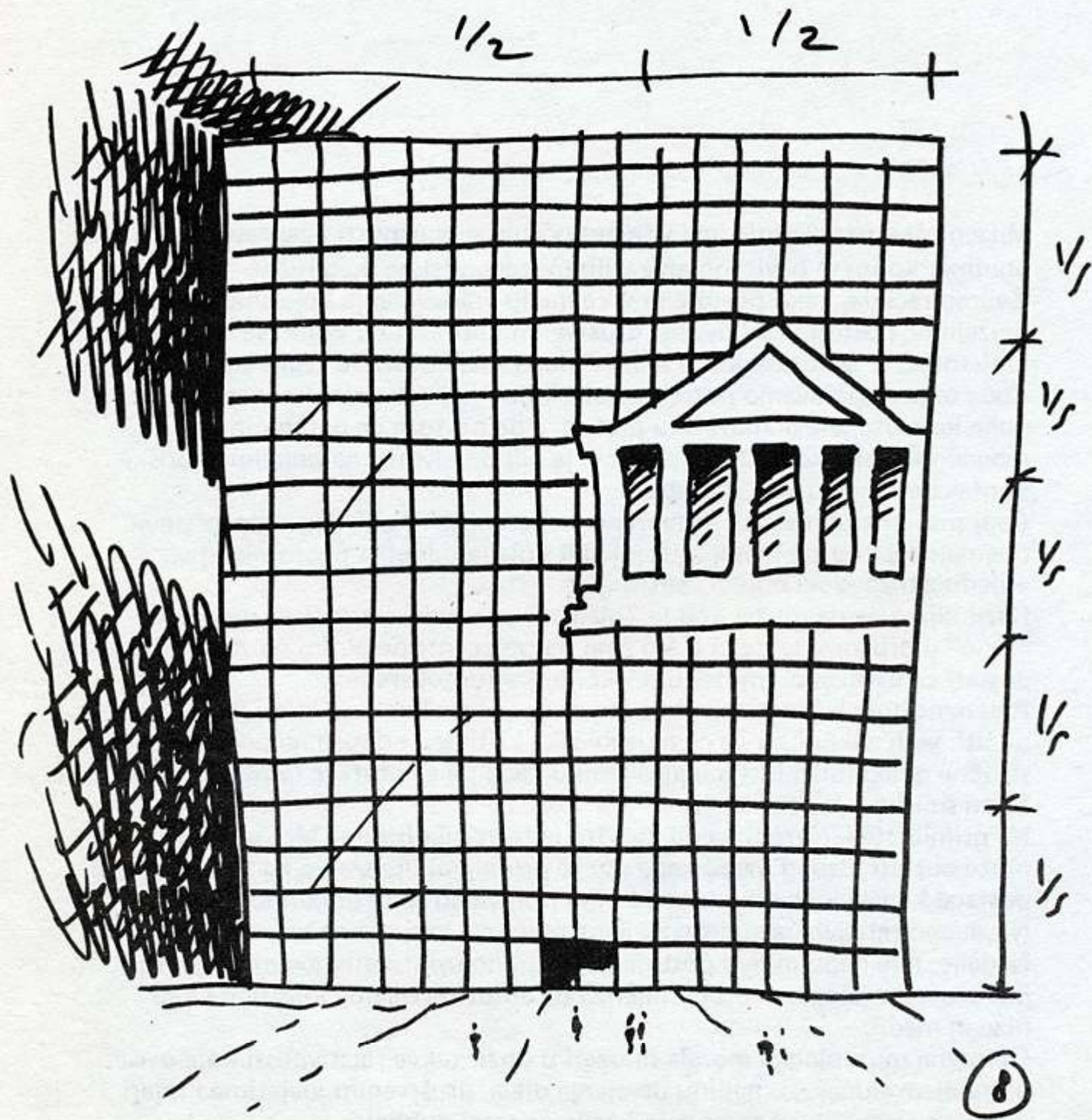
Relativnost ovih kategorija, kao što se to već u dovoljnoj mjeri moglo uočiti, vodi zaključku da će muzeološka kritika u odnosu na posebne stručne pojedinosti biti moguća jedino kada joj se postave temelji u širem smislu.

Na primjer, jedan vrući medij kao što je televizija (prema McLuhanu) može postati hladan medij kada mu se promijeni upotreba, kada, na primjer, postane kanal video-umjetnosti kojim upravljaju sami umjetnici.

Navedeno relativizira suprotstavljene pojmove kanadskog teoretičara.

Nadalje, nije nepojmljivo postojanje potpuno informativnog dijaloga, to jest vrućeg dijaloga, unatoč činjenici da autor taj dijalog klasificira kao hladan medij.

Otvorena muzeologija morala bi uzeti u obzir takve relativnosti koje ovise, u krajnjem slučaju, o načinu usvajanja djela, društvenim uvjetima i mjeri u kojoj su novi oblici te komunikacije poznati publici.



Ne možemo zanemariti činjenicu da je interpretiranje poruke proces namijenjen primaocu, a on je društveni subjekt određen mnoštvom struktura kao što su geopolitičke, psihološke i kulturne strukture.

Muzej kao poruka

Postoji tendencija da se muzej shvati kao struktura koja "pohranjuje" poruke. Ta pretpostavka nije netočna: iako muzej sadrži mnoštvo različitih djela, jedno je sigurno — on je ispunjen znakovima. Semiološke strukture pohranjene u muzeju su jednostavni sustavi znakova. Muzej je skladište informacija koje stoji na raspolaganju onima koji ih znaju interpretirati, kojima je omogućen pristup.

Međutim, propao je pokušaj da se u obzir uzme činjenica da je i ono što pohranjuje znakove, u ovom slučaju — muzej, također znak, jedan složeni znak nastao spajanjem svih znakova koje obuhvaća.

Muzej, oznaka kulture, semantički je činilac koji se ponaša kao spremište drugih znakova i poruka.

Globalna poruka koju muzej uobličuje može se razumjeti ako se u obzir uzme njegova uloga u prenošenju značenja: estetskih, funkcionalnih i kulturnih značenja.

Ideja o muzeju — znaku ili o muzeju — poruci podstiče nas da ga razmotrimo kao komunikativnu cjelinu koja transcendirira fizički sadržaj koji izlaže. Već samo svrstavanje pod pojam "muzej" izaziva u primaocu konvencionalna shvaćanja. Poći ćemo zato od toga da je muzej znak koji u sebi sadrži druge znakove. To je najvažnija i, vjerojatno, najslabije istražena dimenzija značaja koji ima muzej.

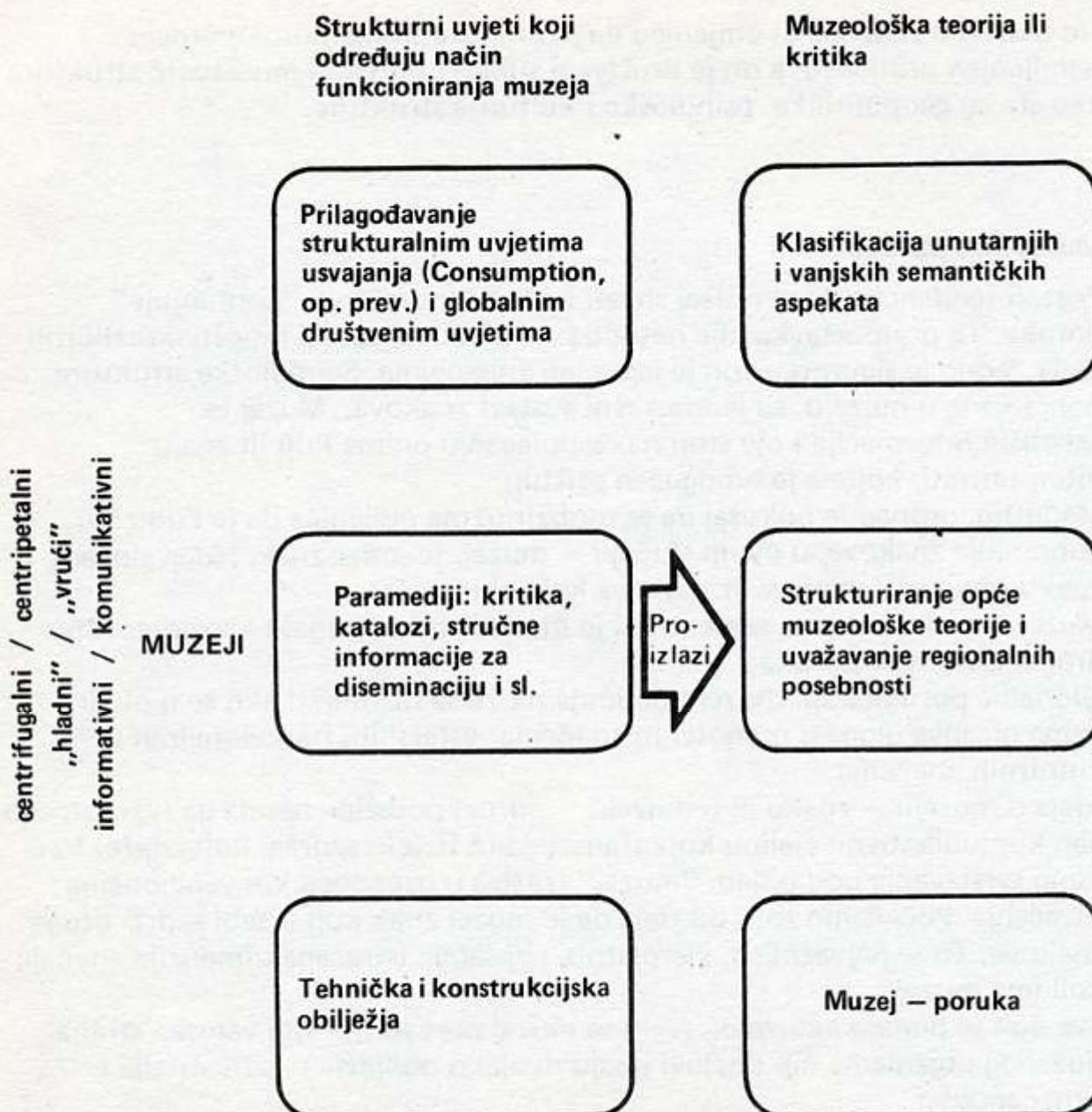
Sve dok se ponaša kao znak, svaki se muzej predstavlja kao vanjska strana složenog organizma čiji dijelovi imaju dvojako obilježje — označitelja i označenog¹.

Označitelj je povezan s institucijskom funkcijom, s uobičajenim značenjima naziva "muzej", kao izraza jedne epohe i kulture, iako ne u fizičkom smislu. Kao označeni, muzej je dio globalne svijesti društva, a formiran je u skladu s određenim kulturnim uzorima, u osnovi u skladu s njihovim kulturnim sadržajem, bilo da su to knjige, slike, video, snimke ili skulpture.

Promatramo li muzej kao poruku, moramo imati na umu paramedije koji se uz njega javljaju: kritiku, medije, javno informiranje. Svi kanali informacija kojima je zadatak prenošenje obavijesti o djelatnosti muzeja, kao i sama ta djelatnost, svrstavaju se u kategoriju muzeoloških "paramedija", kako smo ih nazvali.

Nemoguće je, dakle, prići predmetu muzeologije, a da se pri tom ne uzmu u obzir svi kanali koji su strukturalno povezani s djelatnošću muzeja i koji pridonose njenoj društvenoj djelotvornosti.

Da bi potvrdila da njen pristup nije isključivo klasifikacijski ili ilustrativan, nego stvarno teorijski, te da osigurava objašnjenje ove dimenzije društva, muzeologija bi se mogla baviti slijedećim važnijim pojavama:



Muzeografija i muzeologija

Pristup koji ovdje ocrtavamo ne isključuje muzeografske spoznaje koje bi obuhvaćale pojave povezane s poviješću razvoja muzeja, s naročitim obilježjima različitih muzeja, s opisom njihove okoline, njihovom arhitekturom, s pojedinostima njihovih funkcionalnih obilježja itd. S druge strane, muzeologija bi bila strukturalistička teorija koja koristi muzeografske podatke, a da se ne ograničuje na njih. Ovakav pristup omogućuje razlikovanje čiste opisne i historiografske djelatnosti od zadatka stvaranja konceptata na području umjetnosti, posebno u vezi s izlaganjem umjetničkih djela.

Ipak, muzeologija i muzeografija komplementarna su područja. Darwinovo djelo nije se moglo ostvariti bez Linnaeusa, a konstruktivna konceptualna

djelatnost može se razviti jedino na teoretičkom polju na osnovi iskustvenih podataka i unaprijed uspostavljenih klasifikacija.

Ne postoji nedostatak djela čistog muzeografskog karaktera, kao što su detaljni opisi muzeja diljem svijeta, funkcionalne studije arhitekture i sl. Ipak, najteži vid zadatka, točnije razvijanje koncepata da bi se sjedinila aktivnost koja uključuje stvaranje, još je uvijek na početku razvoja.

Doprinos iz više različitih disciplina, kao što su bibliotekarstvo ili informacijske znanosti, istovremeno šire i muzeografska i muzeološka znanja. Načelno govoreći, oni omogućuju muzeologiji da usvoji kategorije korisne u razvijanju područja rada koje znatno nadilazi razmatranja na osnovi okolnosti ili situacija.

Uspostavljanje ove ili bilo koje druge discipline u osnovi zahtijeva oboje: i uključivanje različitih modela i povijest koja se prvenstveno zasniva na iskustvu. U tom smislu možemo postaviti dva glavna izvora muzeoloških spoznaja koji djeluju zajednički, iako ne u istoj mjeri. To su:



Tako se disciplina koja se bavi razvojem teorije o muzejima i institucionalnoj strukturi zasniva na kritici muzeografskog znanja.

Nadalje, promatramo li muzeje kao poruke, glavna uloga pripada disciplini kao semiologija – teoriji znakova i komunikacije – kao jednom od glavnih izvora teoretskih shema za razvoj muzeologije.

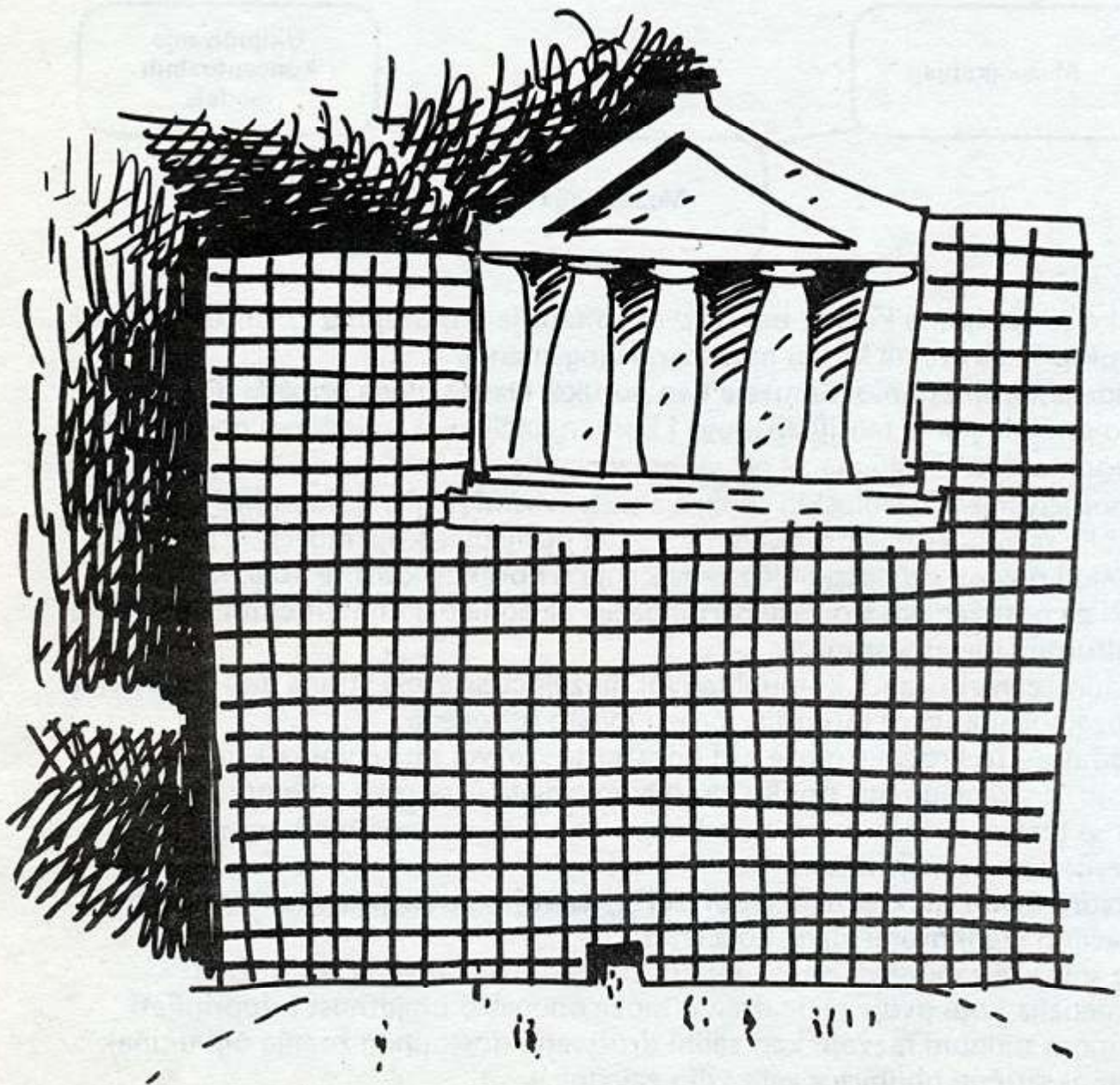
Obogaćivanje muzeoloških spoznaja putem semiologije nesumnjivo će pružiti dublje razumijevanje društvenih uzroka i posljedica koje muzeji – poruke imaju i dovesti do potpunijeg zahvaćanja u korijene kulture koja, kao naša, teži za postizanjem što veće participacije zajednice u umjetničkim i kulturnim djelatnostima.

Hladni, centrifugalni, komunikativni muzeji će sa svoje strane dati podstreka muzeologiji koja će biti prihvaćena i čvrsto osnovana.

Međutim, to kretanje može biti i obrtnuto: razvoj muzeološke kritike sa svoje će strane pružiti priliku za stvaranje djela – poruke koje omogućuju da se govori o otvorenim muzejima, – na osnovu toga može se ponovo razvijati početna kritika.

Otvoreni muzeji, kreativni laboratoriji, osjetljivi su na potrebe sredine i na pravilno vrednovanje djela koja izlažu.

Ne smije se zaboraviti da je umjetnost višedimenzionalna. Teoretska dimenzija koju ovdje razmatramo može obogatiti umjetnost i doprinijeti njenom stalnom razvoju kao zalihi društveno dostupnog znanja čiji učinak demokratski obuhvaća veliki dio zajednice.



5. KRITIKA I MUZEJI

Postoji bliska međuzavisnost svih čimbenika života i razvitka umjetničkog procesa i elemenata koji, na ovaj ili onaj način, tvore široki krug okrenut diseminaciji i afirmaciji umjetnosti. Ta je činjenica pojačana stalnim napredovanjem masovnih medija u svijetu već zasićenim posljedicama neprestane aktivnosti, čiji je najčešći cilj „pokrivanje“ (da upotrijebimo novinski izraz) što je moguće većeg broja tema i događaja putem informacijskog metajezika.

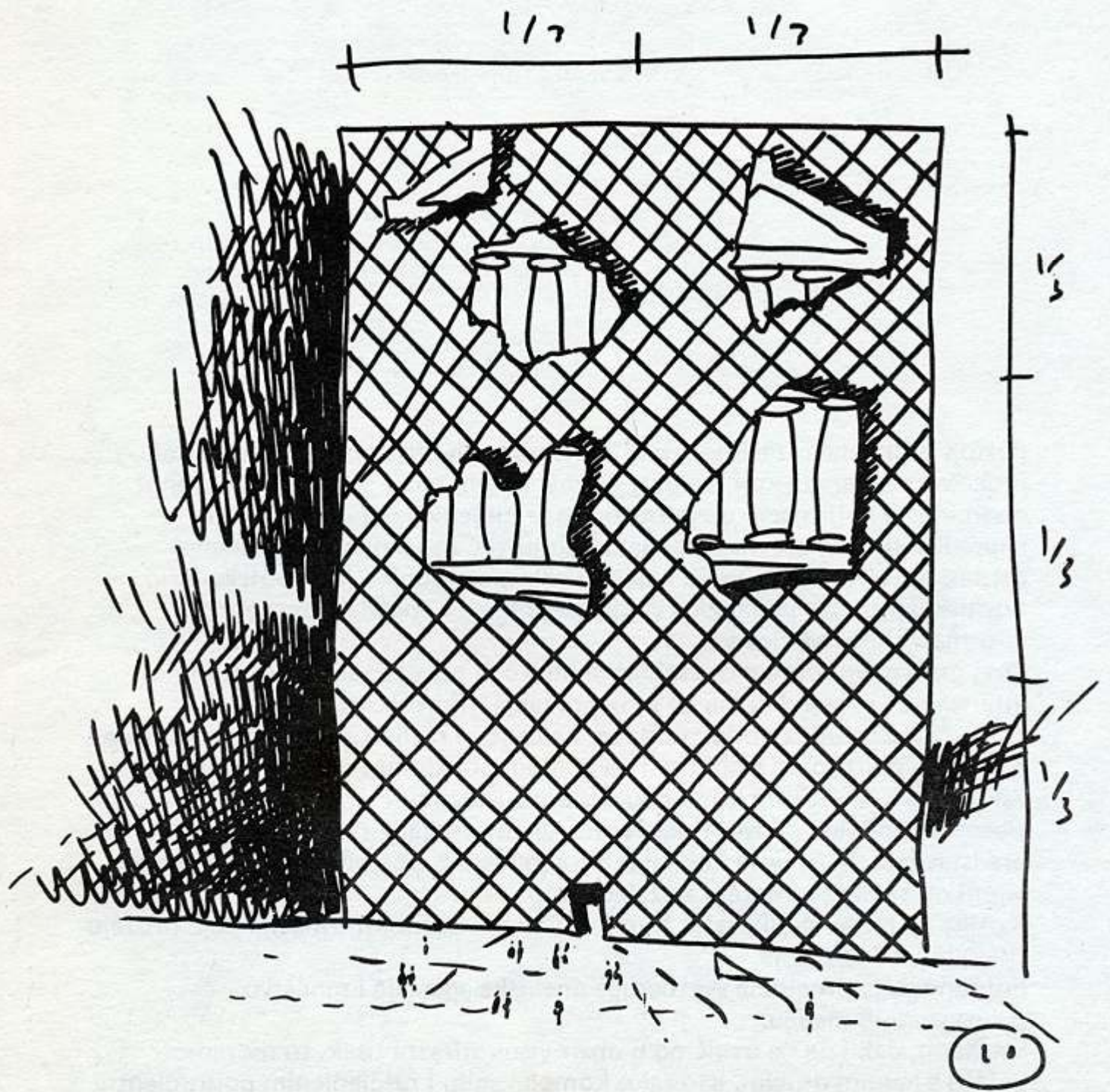
Ovaj progresivni proces diseminacije blisko je povezan sa sektorskim interesima čiji je jedini cilj da se iz pružanja informacija o određenim područjima izvuče dobitak ili da se, na osnovu različitih kriterija koji vladaju o svakom pojedinom trenutku i na svakom pojedinom mjestu, traži prestiž, zaklanjajući se pri tom komunikacijskim sustavom.

Časopisi, tjednici, dnevni tisak i razne vrste specijaliziranih izdanja predstavljaju more tinte koja bilježi kako najbeznačajnije događaje, tako i vijesti od stvarnog interesa za zajednicu.

Kritika ne može ići ukorak s tom šarolikom masom informacija koje pružaju tisak, radio i televizija.

Potpuno su je progutale svežderuće novinske agencije i mnoštvo propagandnih medija.

Svejedno, čak i da ne uzmemo u obzir visokotiražni tisak, to moramo učiniti s jednim drugim, isto tako kompleksnim i raščlanjenim područjem:



s industrijom knjiga; izdavačka poduzeća koja ne uključuju časopise, pa čak i izdavači časopisa, djeluju na drukčijoj osnovi od izdavača novina i zabavnih časopisa.

To je kontekst koji možemo nazvati „specijalizirana kritika“ ili „teorijski razvoj“ na području umjetnosti, arhitekture ili komunikacija.

U ovom je području, možda, spekulacija najprerušenija i zahtijeva odijeljene distribucijske kanale: knjižare ili posebne sajmove knjiga. To zaista priječi da se u novinskim kioscima prodaju knjige, a ako je to već slučaj, riječ je uvijek o bestselerima ili knjigama koje prođu u smislu distribucijskih količina, zasnivaju na istom principu kao i zabavni časopisi.

Kritika i visokotiražna izdanja

Takav je, dakle, kontekst kritike koja, kao poseban jezik u sredstvima masovnih komunikacija i u industriji knjiga, sadrži iznenađujuće širok i raznovrstan registar. Bez obzira na to što su joj djela isključivo teoretska i apstraktna, kritika umjetnosti, književnosti i drugih oblika kreativne aktivnosti stapa se s drugim vrstama informacija i teško ju je, ponekad, razlikovati od konteksta u koji je postavljena.

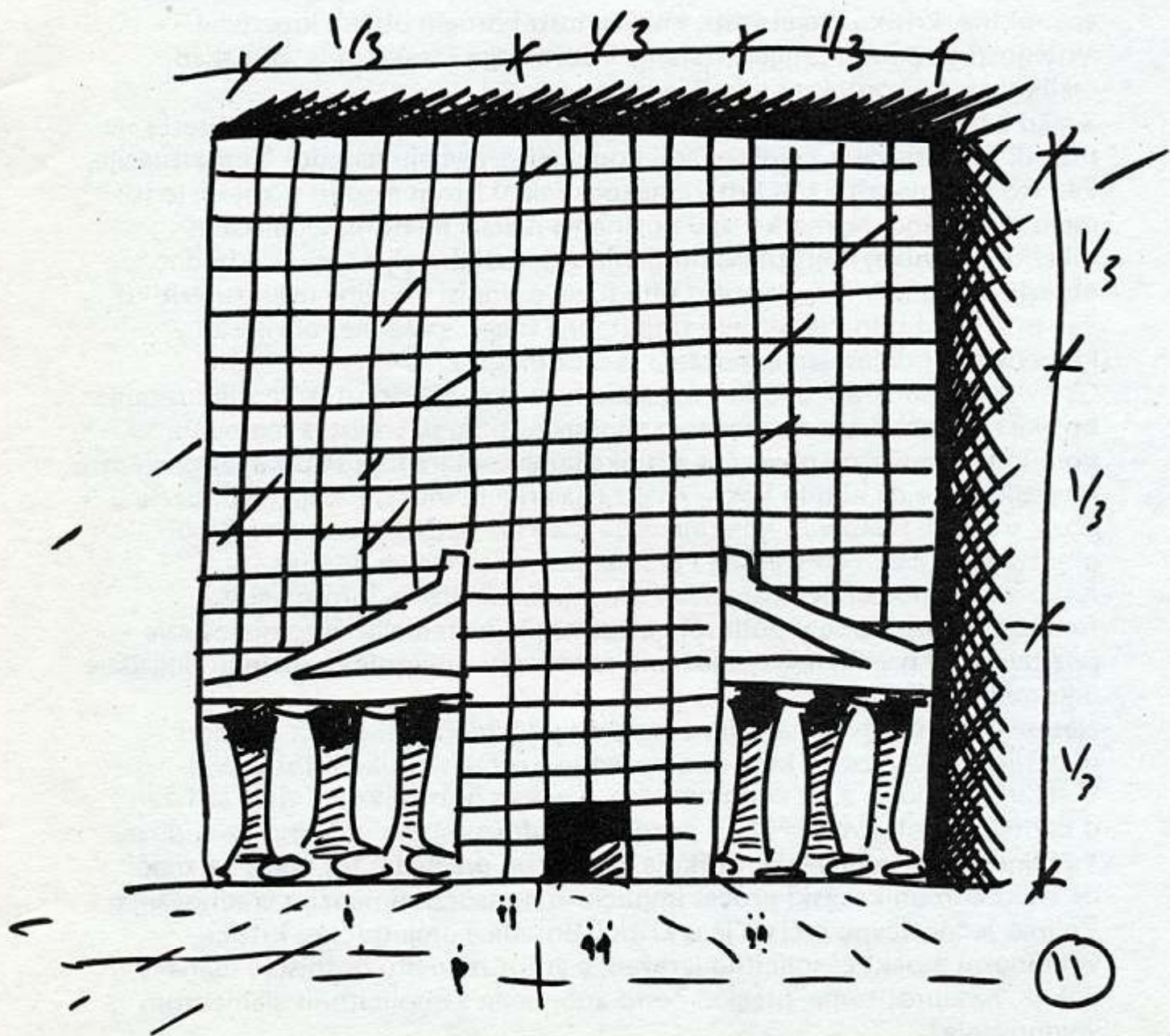
Svako značajnije glasilo ima dio namijenjen kritici, neovisno o kvaliteti i prirodi publikacije o kojoj se radi. Ponekad se javljaju paradoksalne situacije, kao što je samokritika ili kritika nekog djela u istom mediju u kojem je to djelo objavljeno. Nerijetko se u novinama nailazi na pisma čitalaca ili bilješke urednika, koji iznose mišljenje o pojedinim vijestima prethodno objavljenim u istim novinama. Osim toga, časopisi i novine uveli su kritiku kao posebno područje osobite trenutačne snage: posebne rubrike za komentare ili objašnjenja mnoštva različitih djela.

Ostavljajući po strani bilo kakvo prosuđivanje o vrijednosti stvarnih kretanja kritike u našem društvu, možemo napomenuti da su sredstva masovnih komunikacija tijesno povezana s funkcijama centara koji se bave izlaganjem umjetnosti, te da bi bilo kakva analiza galerija ili muzeja, koja ne bi uzela u obzir sredstva masovnih komunikacija, završila neuspjehom tako što bi predstavljala jedan apstraktan i previše pojednostavljen pristup.

Kako smo započeli ovo istraživanje kratkom analizom informacijske funkcije, našli smo se u području informacije na temelju čijeg djelovanja – pozitivnog ili negativnog – možemo razmatrati umjetničko djelo ili događaje u kontekstu.

Naslov ovog poglavlja navodi na moguće početno razlikovanje između materijala povezanog s kritikom općenito i ostalih oblika informacija.

U stvari, kritika – a ne samo umjetnost – sadrži metajezik koji je sadržan u kontekstu informacije i koji prirodno podrazumijeva vrijednosne sudove. Ta **dimenzija vrednovanja** razlikuje kritiku od **pregleda**: to, opet, ne znači da svaki komunikacijski proces implicitno ne sadrži dimenziju vrednovanja. Želimo jednostavno reći da je u kritici, posebice umjetničkoj kritici, vrijednosni aspekt eksplicitno izražen, a autor redovito potpisuje članak, dok je, nasuprot tome, pregled često anoniman s implicitnim elementom vrednovanja.



Da li je to, u novinama, zbog žarke želje za intelektualnim fer-plejom? Ne! Stvar je jednostavno u tome da potpis na kraju kritičkog članka pridonosi važnosti predmeta kritike i dodaje mu element persuasivnosti osnovane na autoritetu kritičara. Što je kritičar poznatiji, to će se veća važnost pridavati njegovom kritičkom djelu, a povećat će se i prestiž te novinske rubrike.

Izlaganje umjetnosti

Nakon što smo ukratko pregledali područje kritike i njeno mjesto u sredstvima masovnih komunikacija, morali bismo ispitati i proces koji povezuje ustanove odgovorne za izlaganje umjetnosti (muzeje, galerije i sl.) sa specijaliziranom mrežom komunikacija, koja na sebe preuzima vrednovanje i širenje takvog sadržaja.

U stvari, postoje različiti oblici posredovanja između izložbe u muzeju umjetnosti i gledaoca. Pretežno gledalac nije izravno povezan s umjetničkim djelom. Naravno, to ne priječi sudionika da dođe u doticaj s kritikom, pa bilo to samo da bi dobio obavještenje o postojećoj izložbi ili se informirao putem posebno pripremljenih izložbenih kataloga. U okviru ovog konteksta jedan od najodlučnijih činilaca jest likovni kritičar. Kritičar je pravi komunikator i semantičar u odnosu na umjetnička djela te se, zahvaljujući njemu, ostvaruje niz različitih funkcija:

- 1) vrednuje se djelo;
- 2) daje se informacija o novim zbivanjima u umjetnosti;
- 3) proširuje se djelatnost muzeja; u protivnom, bili bi ograničeni na uski krug poznavalaca i ne bi ispunjavali ni jednu istinsku društvenu svrhu.

Kako kritičar provodi ovu, doista odlučujuću, ulogu na planu umjetničkog izražavanja?

Koje medije i elemente mora uzimati u obzir u provedbi tog zadatka?

Najprije, morao bi biti potpuno svjestan svoje društvene uloge. Za razliku od umjetnika koji se može zakloniti iluzijom da stvara za sebe — kao što to bezbrojnim izjavama tvrde talentirani kreativni umjetnici — kritičar mora stvarati za aktivno prihvaćanje (orig. consumption, op prev.) i pri tome biti potpuno svjestan svog položaja.

To je, dakle, prva značajna razlika koja odgovara podjeli rada koja je neophodna na svim razinama umjetničke komunikacije.

Kritičar ne može pisati „za sebe“, niti se može pozivati na to pravo da bi obranio nerazumljivo kritičko djelo. Međutim, takvo stajalište ne isključuje upotrebu najsuvremenijih pomagala u izvršavanju kritičarskog zadatka.

Unatoč tome, budući da nije umjetnik, kritičar mora sasvim jasno obrazložiti svoju analizu, premda se mnoga kritička djela, u pogledu sklada i ljepote njihova sastava, mogu smatrati umjetničkim djelima.

Ta pojava ponekad izaziva suparništvo koje, paradoksalno, čini kritičko djelo kompleksnijim od samog djela o kojem se piše kritika. Osim toga, ništa ne priječi umjetnika da bude i likovni kritičar, i obratno. Ipak, ako se odredi prava granica između funkcije jednog i drugog, bit će moguće prilagoditi se zahtjevima umjetničke komunikacije primjereno njenoj složenoj mreži za diseminaciju.

Uza sve to, proizvodnja za potrošnju zahtijeva određeno znanje o potrošaču kritike umjetnosti, o njegovu stupnju razvoja prema estetskom vrednovanju djela i o drugim čimbenicima, kao što su: jezik, položaj u društvu, te razne „učene“ predrasude koje je, možda, apsorbirao.

U tom smislu jedan od osnovnih zadataka kritike jest stalno osuvremenjavanje, ne samo na planu artistskih inovacija nego i povezivanje s razvojem ideja i očekivanjem kod čitalaca.

Ukoliko želi da njegova aktivnost ima ikakvih društvenih odjeka i svrhu koja će odgovarati sredini i situaciji, kritičar se mora staviti u položaj čitaoca svoga djela. Osim toga, njegovo poznavanje umjetnosti mora ići ukorak sa suvremenim zbivanjima na tom području. To se posebice odnosi na nova međunarodna kretanja u ovom desetljeću trenutne komunikacije.

Doista, ova dva uvjeta (potreba za jezikom koji je pristupačan i prikladan za primaoca i, drugo, potreba da se ide ukorak s vremenom) veoma su važni vidovi u ostvarivanju uloge kritičara kao komunikacijskog čimbenika u procesu koji ide od muzeja ili umjetničke galerije do potrošnje umjetnosti od strane gledalaca.

Odnos između ta dva uvjeta postaje jasan kada se kritičar suočava s potrebom da širi jedan novi umjetnički jezik. U tom će pogledu samo vrednovanje biti efikasno i podređeno razvoju pogodnih ideja u tolikoj mjeri da se mijenja oblik rasprave kako bi odgovarao razini razumijevanja publike. Ova dva uvjeta koja su, kao što smo vidjeli, komplementarna, ne isključuju druge zahtjeve koji su na poseban način povezani s komunikacijskim zadatkom kritičara.

U toj aktivnosti stručnjak za umjetnost može imati znatno veću publiku od one koja obično prisustvuje umjetničkim događajima.

U našem društvu muzeji su, sa stajališta društvene komunikacije, uključeni u zadatak približavanja umjetničkih događaja publici pa, prema tome, vrše komplementarnu djelatnost koja je centrifugalno usmjerena od muzeja k publici. Međutim, kritičar vrši dalekosežniju i manje očiglednu djelatnost u vezi sa samim strukturiranjem umjetničkog djela. Možemo ukratko opisati tu aktivnost ako kažemo da je kritičar u velikoj mjeri odgovoran za organiziranje teoretskih sustava koji ističu i podupiru djelatnosti muzeja u našem društvu. Ova funkcija posve je različita od prethodno spomenute funkcije, makar i može postati pristupačna široj publici putem velikog broja različitih publikacija i tako biti sadržana u procesu masovnih medija.

Naravno, ne razvija svaki kritičar teoretske sustave ili kategorijske strukture kao osnovu artistskog fenomena. Kako god bilo, iskustvo pokazuje da likovni kritičar naglo prerasta u autentičan instrument institucijske dinamike muzejske djelatnosti. Ovaj se trend odnosi na stalnu podršku koju pružaju društvene znanosti i na napredovanje umjetničke prakse.

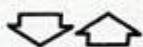
Kritičko djelo postaje sve složenije i složenije te od likovnog kritičara zahtijeva da u sebi razvije širok raspon sposobnosti.

Jednostavan dijagram poslužit će pojašnjenju kritičarevog odnosa prema:

a) institucijskoj strukturi muzeja;

- b) teorijskim osnovama i organizaciji muzejske djelatnosti;
- c) diseminaciji i komunikaciji na različitim razinama umjetničke prakse.

a) muzej (institucijska struktura)



b) kritika (osigurava sistematičnost i teoretsku cjelovitost)



c) komunikacija (masovna diseminacija a/ i b/)

Uloga kritike u smislu razvoja sustavnoga pristupa kompleksnom procesu umjetničkog stvaranja odlučujući je vid teoretske strukture koja služi kao osnova djelovanja svake institucije namijenjene izlaganju umjetničkog djela; u ovom slučaju muzej je uzet kao primjer organizacija ove vrste.

Koliko možemo procijeniti, komunikacijske mreže koje se koriste u procesu „muzej-kritika-publika“ nisu linearne.

Kritičar reorganizira a priori postav izložbenih prostora na a posteriori osnovi. To čini na osnovu svog znanja i osjetljivosti za razna umjetnička djela o kojima je riječ. Takvo znanje i osjetljivost su, u stvari, poželjne značajke svakog gledaoca ili potrošača umjetnosti.

U organizacijskoj strukturi javnih izložaba kritičar igra sve veću ulogu u međuodnosima, a to ga čini neophodnim za uspješno razvijanje područja koje je u potpunosti okrenuto prema publici.

U okviru ove temeljne funkcije kritičar je ključna veza u mreži posredničkih činilaca koji dovode do toga da umjetnički proizvod postaje kulturnom svojinom značajnih širokih slojeva društva.

Sa sociološkog stanovišta, svi prethodno navedeni činoci — muzeji, kritičari, publika — tvore organiziranu, od čvrstih veza sačinjenu mrežu.

Osim toga, trojstvo (koje čine mjesta za izlaganje umjetničkih djela, kritika i potrošnja) — ima još jednu posebno relevantnu značajku: ono je, prema riječima Charlesa S. Peircea, istinsko trojstvo.

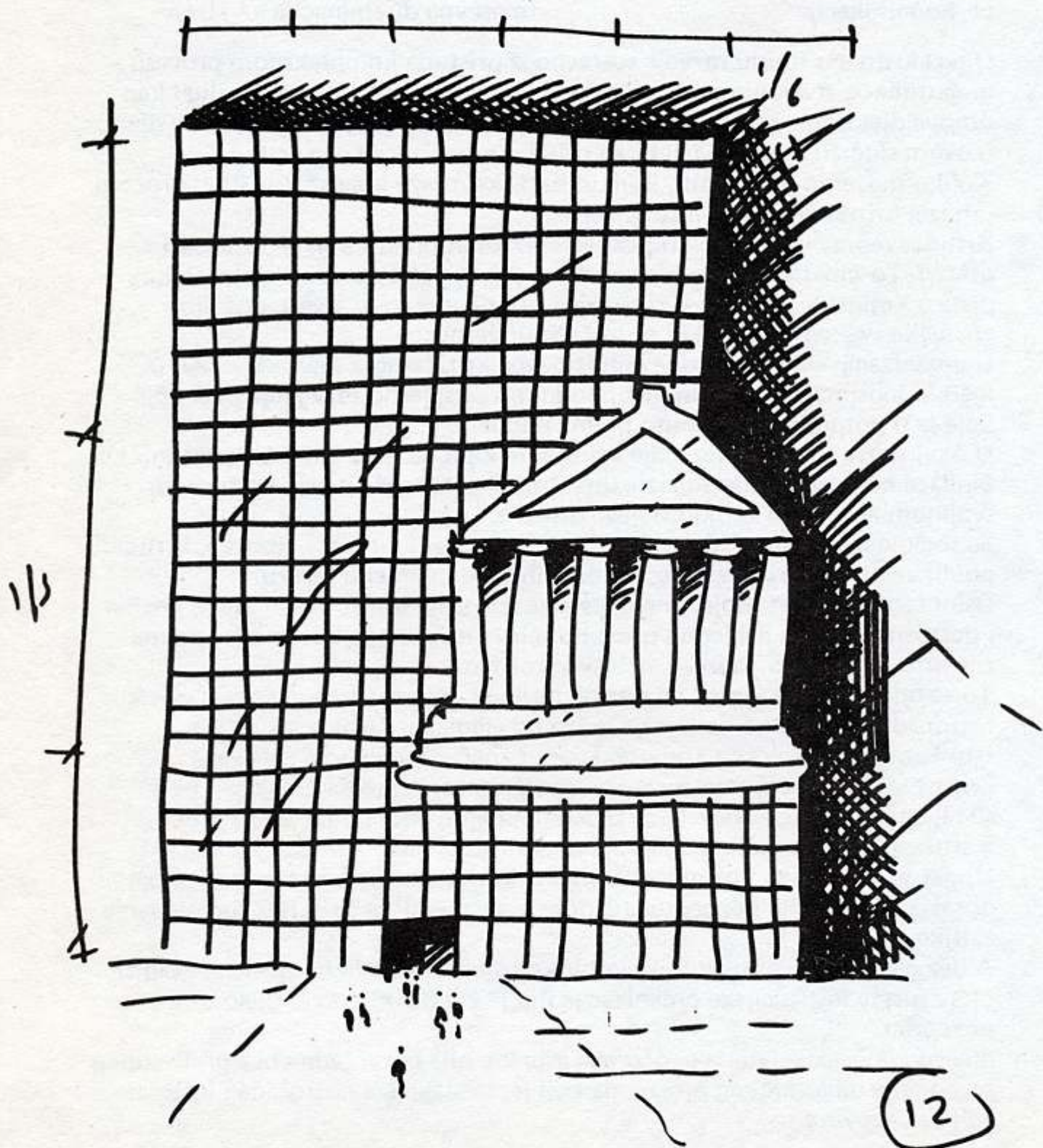
To se odnosi na činjenicu da postoji rizik da proces o kojem se radi postane neprirodnim, ukoliko nedostaje jedan od elemenata trojne strukture.

Isto kao što semiološko-komunikativni i značenjski proces zahtijeva prisustvo triju elemenata — znaka, interpretatora znaka i „nečega“ na što se taj znak odnosi, — navedene tri komponente neophodne su za proces institucijskog širenja i organizacije umjetnosti.

Umjetnički proizvod ne može se organizirati u teoretskom smislu — svoje opravdanosti, svoje konceptualne povezanosti — ili se širiti bez sudjelovanja kritike.

A bez gledaoca — primaoca umjetničkog djela — bilo bi besmisleno graditi čitav sustav institucijske organizacije čiji je cilj da određeno djelo učini poznatim.

Suvišno je naglašavati da bi oba ova aspekta bila bezvrijedna bez prethodnog postojanja umjetničkog proizvoda koji je, sa stajališta potrošača i kritičara, istinska sirovina.



6. SKLEROTIČNA EVOLUCIJA

Hugues de Varine-Bohan, bivši direktor ICOM-a, upozorava: "Nisam potpuno siguran da muzeji mogu postojati ovakvi kakvi jesu neko duže vrijeme. Za to postoje dva razloga: njihov dinosauruski karakter, u smislu da su na pragu izumiranja, i rivalstvo povezano, kako bih ja to nazvao, s monetarizacijom kulture. Muzej se izlaže opasnosti da ga iznenada nadjača fenomen kulture koji je kreirao: komercijalizacija, monetarizacija u doslovnom značenju te riječi."

Opomena je dobro usmjerena: ta je opasnost stvarna. Isti autor pretpostavlja da "historijski značaj ustanove znane kao muzej postaje sve manji. Očuvanje kulturnog nasljeđa ne može se opravdati jednostavnim oživljavanjem prošlosti ili istraživanjima koja provode intelektualci u korist drugih intelektualaca."

Koja je to društvena klasa to prouzročila? Da li odumire čitav poredak ili samo neki elementi u njemu? Da li je sve izgubljeno, a ništa promijenjeno? Poželjno je da se kultura širi. Ipak, u krajnjem slučaju, zašto je intelektualci ne bi međusobno prenosili? Nije li grčka misao do nas došla preko srednjovjekovnih monaha i arapskih filozofa?

Za Varina, u predindustrijskom društvu nije postojao ni jedan muzej dostojan tog imena. "Kultura se ne može gomilati, jer je prema definiciji nešto živo".

Ipak, na ovom stupnju "kulturna inicijativa je među stanovništvom; svaki pojedinac i svaka društvena grupa stvaraju kulturu".

Očigledno, muzeolog idealizira daleku prošlost.

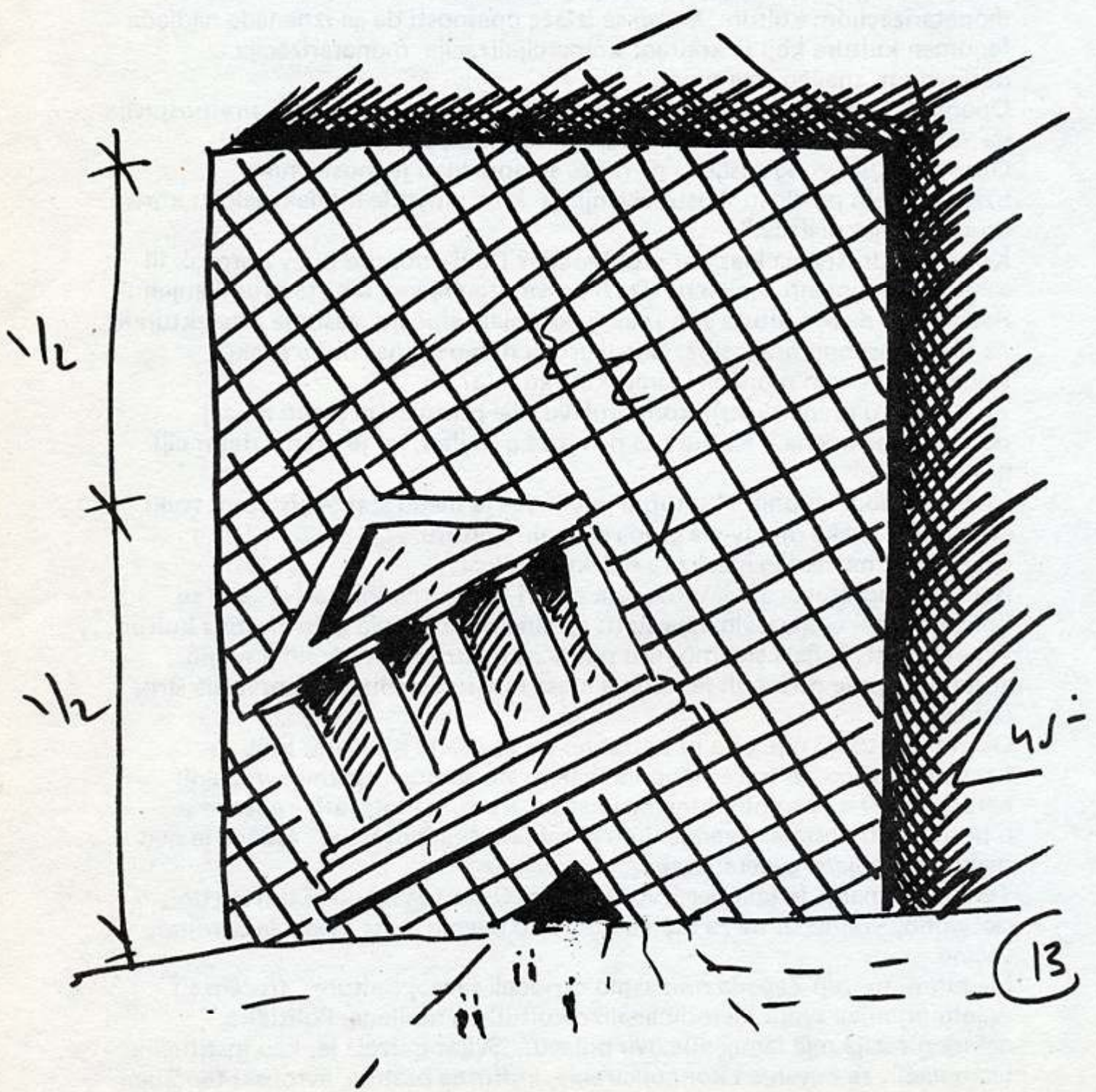
Naprotiv, od drugoga svjetskog rata centri "kulturne inicijative" bili su koncentrirani u gradovima na štetu ruralne sredine koja gubi vlastitu kulturu i kreativnost. Seljaci sigurno nisu posjećivali muzeje u dvorcima svojih gospodara prije no što ih je srednja klasa institucionalizirala i otvorila široj publici.

Osim toga, to im nije bilo ni potrebno jer su i sami bili izvor kulture.

I tako dolazimo do trećeg stupnja, barem što se tiče zapadnoevropskih naroda, SAD-a i brojnih drugih zemalja. "Kulturna inicijativa gotovo je u potpunosti nestala, a zamjenjuju je tehnološke inovacije." Možda je ovo malo preuranjena generalizacija.

Tehničko znanje je također izvor kulture. Osim toga, ono je dovelo do slobodnog vremena: ne za šaćicu ljudi kao davnih dana, nego za ogromnu većinu.

Međutim, muzeji Zapada nisu samo otpočeli razvoj kulture: trećem su svijetu prenijeli svoju metodu analize kulturnog nasljeđa. Politička dekolonizacija nije izmijenila ovu pojavu. "Svijet muzeja je, kao institucija i kao način za čuvanje i komuniciranje, kulturna baština, evropski fenomen



koji se proširio jer je Evropa razvila dominantnu kulturu, a muzeji su jedna od ustanova koje je ta kultura stvorila", dodaje Varine.

Ne čini li se da čitamo riječi nekog latinskoameričnog revolucionara? Ako je evropska metoda analize kulturnog nasljeđa proširena, to je zato jer nije postojala nikakva druga metoda analize. Istina je da su se muzeji koje je osnovao Istok, a uništili azijski i afrički osvajači, razvili u Evropi.

Kolonizatori su opljačkali sve što je preostalo, te je sve kasnije kao uvozna roba razasrano diljem svijeta.

No, što se dogodilo s muzejima u razvijenim zemljama? "Ako isključimo izuzetke koji potvrđuju pravilo, možemo reći da se ništa nije promijenilo. Praktički, svaki muzej u svijetu postupno se prilagodio raznovrsnim novim situacijama jer bi, u protivnom, muzeji prestali postojati. Ipak, oni su vrlo daleko od toga da budu onakav tip muzeja kakav bi trebali biti. S kulturnog stajališta, nisu evoluirali." Kako to da su se prilagodili, a ne i razvili?

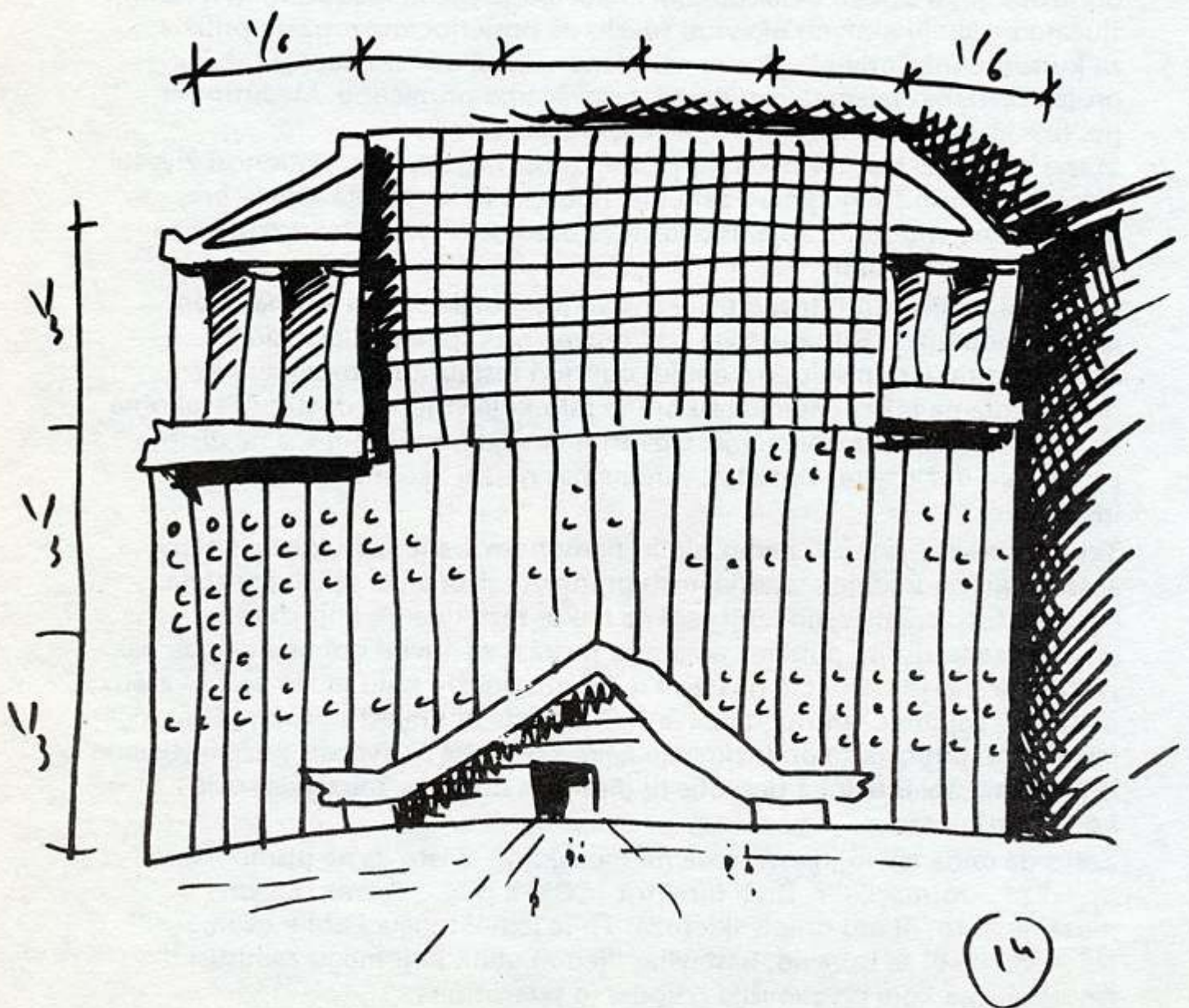
"Slijedili su običaje od prije 20 ili 50 godina, ovisno o kojoj se zemlji radi. Muzeji su i dalje ustanove namijenjene skupljanju, čuvanju, izlaganju i obrazovanju, u sasvim didaktičkom značenju te riječi. Međutim, ni u kom slučaju ne igraju aktivnu ulogu, u smislu da posjetiocima pružaju priliku za kulturnu inicijativu." Ako se navedeno odnosi na "izvlačenje" većeg broja kreativnih talenata iz publike, prihvaćamo primjedbu. Međutim, publika je, prema definiciji, sastavljena od gledalaca.

Muzej bi morao sadržavati ne samo umjetnost nego sve što pridonosi životu. "Kao što spremište podataka sakuplja podatke ili spremište krvi – krv, muzej bi bio spremište koje uskladištava predmete i različite dokumente koji se odnose na njih.

Mogao bi obuhvatiti čitavo čovječanstvo ili, možda, baviti se i načinom izrade kišobrana." Bitna je stvar da "muzeji prikupljaju, klasificiraju, dokumentiraju, popisuju, označuju, čuvaju i restauriraju predmete i dokumente na takav način da su oni, u bilo koje vrijeme, dostupni svakome kome su potrebni za korištenje. Govorimo ovdje o korištenju, a ne čistom promatranju izložaka. Ukratko, zanima nas muzej kao medij, kao instrument."

Takav bi muzej, na neki način, sličio narodnom sveučilištu koje verbalnu apstrakciju podređuje materijalnosti predmeta. Korisnici takvog muzeja mogli bi biti: znanstvenik koji radi na nekoj tezi, učenik koji izrađuje domaću zadaću, šira publika, amater u potrazi za novim dojmovima, pa čak i estetičar čiji je jedini cilj da uživa u ljepoti, poeziji koju može naći (a zašto ne bi?) u toj impozantnoj mješavini. Čini se da bi umjesto pružanja emocija, inspiracije, poticaja za poduzimanje neke kreativne aktivnosti ili znanstvenog istraživanja, metafizičke tjeskobe ili djetinjeg čuđenja, muzej donosio korisne informacije.

Zašto da onda takvo mjesto zovemo muzejom? Zašto ga ne bismo nazvali "ured za informacije"? Bivši direktor ICOM-a piše: "Prema mojem muzeju je ili to, ili mu prijeti skleroza. To je jedini mogući oblik evolucije." Na sreću, da bi se ispravio, nastavlja: "jedini oblik koji mogu zamisliti." No, evolucija koju on zamišlja također je sklerotična.



7. POZITIVAN UTOPIJSKI MODEL

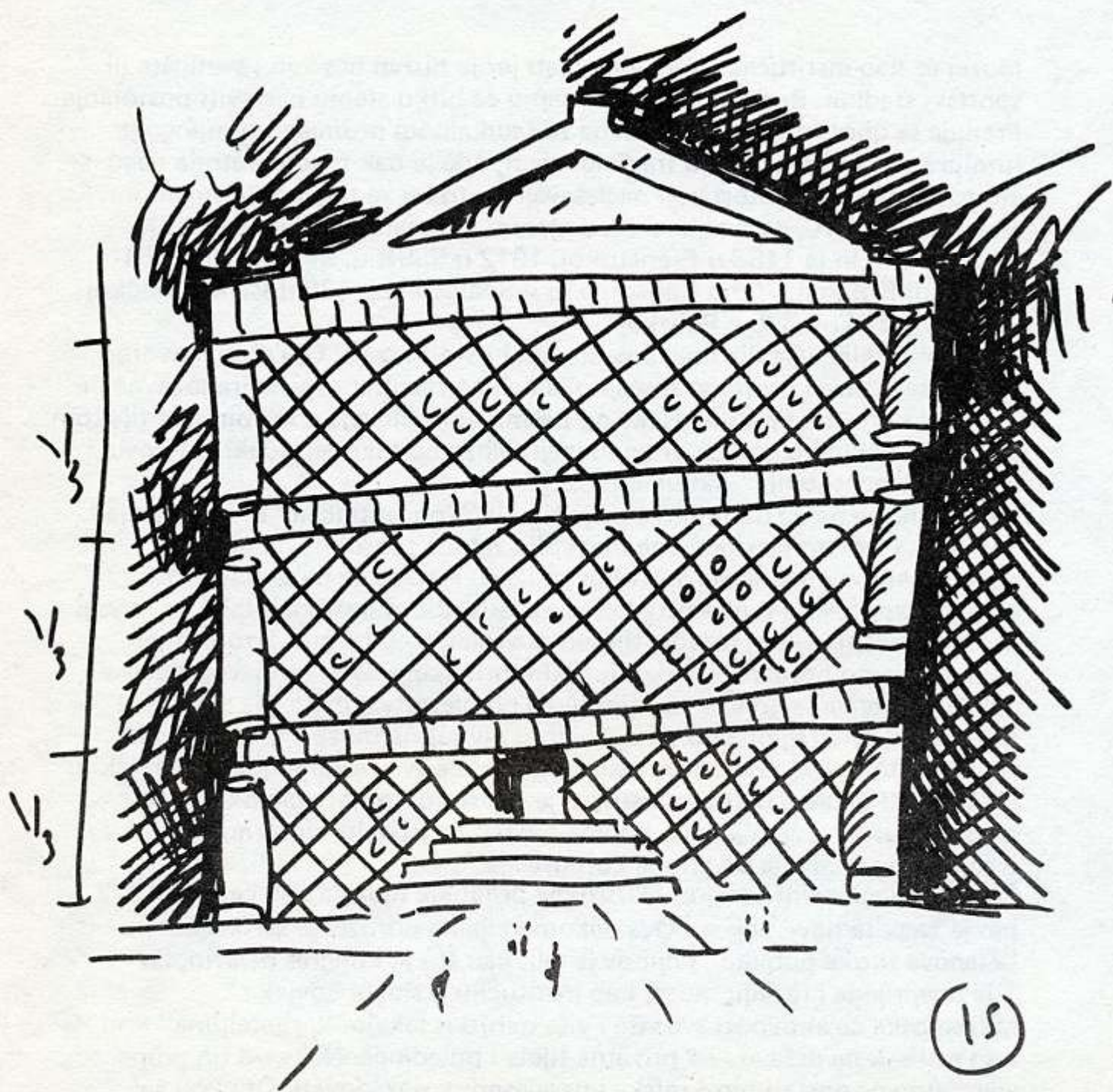
Muzej će kao institucija i dalje postojati jer je nužan baš kao i svetište ili sportski stadion. Bude li obnovljen, samo će biti u stanju nastaviti postojanje. Premda se obnova provodi, potreba za radikalnom promjenom mnogo je hitnija nego što to priznaju tradicionalisti; ona je čak mnogo hitnija nego što to uviđaju renovatori koji naglašavaju potrebu za takvom promjenom. Računalo se 1970. godine da u Sjedinjenim Državama ima više od 6000 muzeja. Bilo ih je 1183 u Francuskoj, 1012 u SSSR-u, 972 u Italiji, 964 u Velikoj Britaniji, 706 u Kanadi, 518 u Španjolskoj, 436 u Čehoslovačkoj, 368 u Švicarskoj, 335 u Poljskoj.

U većini ostalih zemalja ima između deset i sto muzeja. Općenito govoreći, oni su se osnivali potpuno slučajno, a ne kao rezultat organizirane javne ili privatne kulturne politike. Neke od besmislenih muzeja apsorbirat će tijekom slijedećih nekoliko godina drugi muzeji. Možemo također očekivati novu generaciju sposobnijih, aktivnih muzeja.

Opći trend se može definirati s dvije riječi: "koncentracija" i "integracija". U skladu s tim bit će izgrađene muzejske zgrade sposobne da udome različite komplementarne ili srodne muzeje. Planiranje će se povjeriti ekipama arhitekata i urbanista koje će predvoditi muzeolozi. Iako su mnogi uzorci skriveni iza tog razvoja tijesno povezani s kulturnim životom, on je prvenstveno prouzročen ekonomskim pritiskom. Dok se razvoj muzeja nekada pretežno zasnivao na prihodima od plemstva, moderna ga država (na općinskom, regionalnom i državnom nivou) ne može više podupirati. Nadalje, što muzej više osiromašuje, on postaje sve zastarjeliji i birokratskiji. Plemićki ili državni patronat ustupio je mjesto patronatu cjelokupnog društva, barem u zemljama u kojima muzeji ne uživaju sjevernoameričku tradiciju financiranja od strane korporacija.

Prvi internacionalni kongres Udruženja prijatelja muzeja (Barcelona, 1972.) bio je znak te nove svijesti. Ova nekomercijalna udruženja sastavljena su od "članova široke publike" i njihov je cilj, kao što je kongres najavio, da "da unaprijede i razviju muzej kao instituciju u službi čovjeka".

Muzeološka će aktivnost sve više i više ovisiti o takvim "prijateljima" koji vrše pritisak na državu i na privatna tijela i pojedince. Neke od tih grupa vjerojatno će postati birokratske i nesvjesno će nazadovati. Oni koji se



zavaravaju lakoćom (ili prividnom lakoćom) svog posla, napustit će svoj zadatak i muzeji će i dalje umirati.

Može se predvidjeti da će stalno postojati napetost između udruženja prijatelja (koja će utjecati na administrativno i tehničko osoblje) te udruženja umjetnika (koji bi morali biti odgovorni za upravljanje) i države koja bi trebala vršiti krajnju prosudbu.

Sistem samoupravljanja je najznačajniji s gledišta koordiniranja raznih funkcija i sfera nadležnosti. Najvjerojatnija posljedica je da će se umjetnici koji žele obnovu stalno sukobljavati s tradicionalističkom administracijom. Društvo je u cjelini mobilizirano da sačuva svoje kulturno nasljeđe najčešće tek u kriznim situacijama. Na njega se ipak ne možemo osloniti očekujući da stalno izravno ili neizravno financira muzeje u kojima je smješteno to kulturno nasljeđe; barem ne u obliku u kojem se to trenutno odvija.

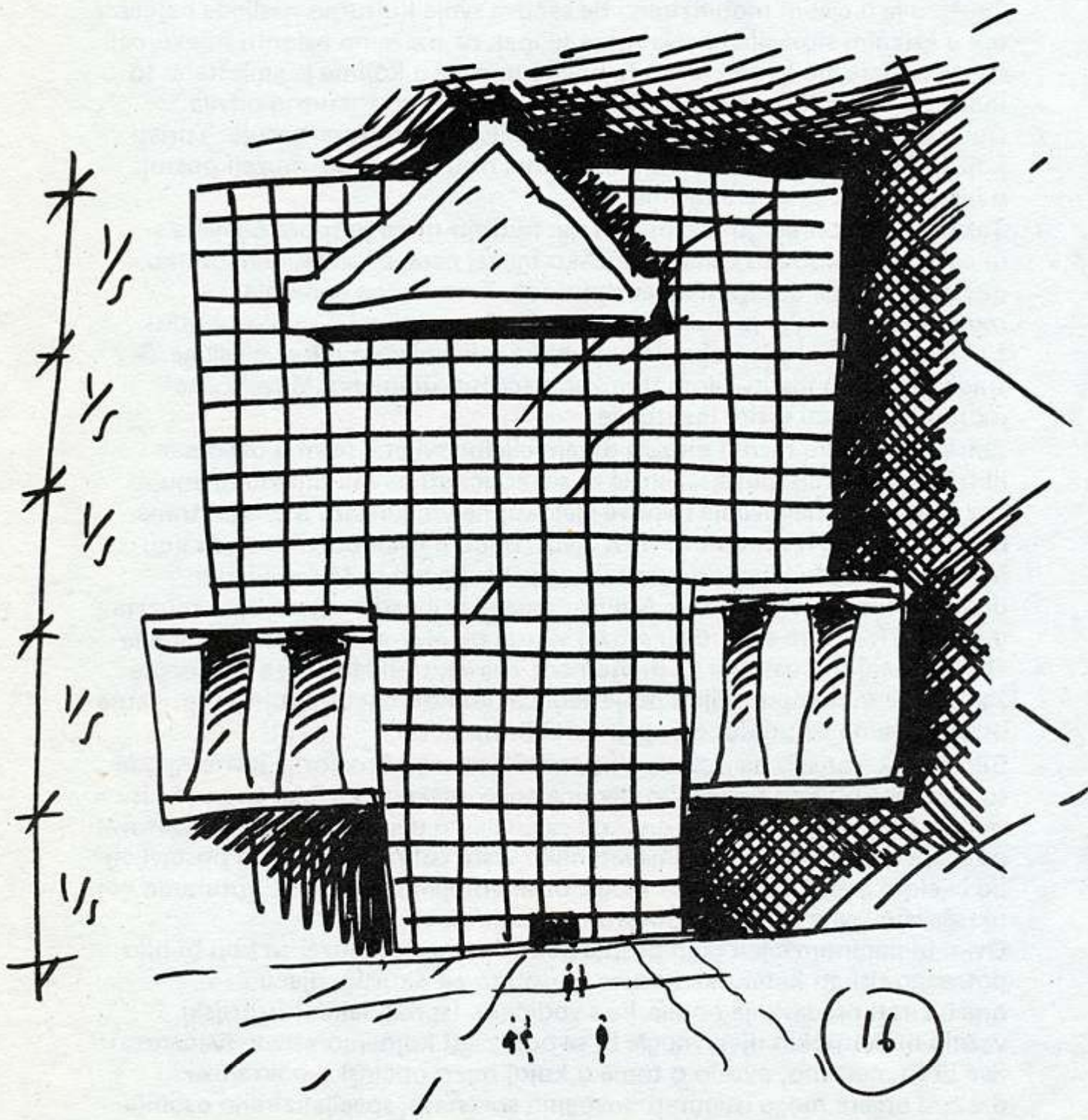
Čovjeku s ulice muzeji uopće nisu zanimljivi. On ih ne posjećuje. Turisti koji obilaze muzeje kada su u inozemstvu nisu svjesni da muzeji postoje u njihovim vlastitim gradovima.

Takvi činioци određuju razvoj muzeja. Muzeju treba potpora čovjeka s ulice i njegovo budno zanimanje. Ako muzej ostane i sadašnjem obliku, od njega se neće dobiti nikakav doprinos. Trenutačna je parola u muzeologiji da valja privući pozornost široke publike i u njoj probuditi živi interes za muzeje, tako da bi publika sama plaćala njihove usluge. S tradicionalnom institucijom to nikad neće biti učinjeno. Muzej će se morati integrirati u šire institucije.

Zbirke u sastavu raznih muzeja diljem cijelog svijeta, osim u dvadeset ili trideset glavnih muzeja, mogle bi se reducirati na minimalnu razinu, bez znatnijeg smanjivanja njihove cjelokupne vrijednosti. S druge strane, najvažniji dijelovi zadobit će novi život, budu li oslobođeni susjeda koji im smetaju. Specifičan primjer takvog pristupa bio bi Muzej lijepih umjetnosti u Buenos Airesu. Neki su muzeji prihvatili sistem "dva muzeja u jednom". U tom se slučaju muzej sastoji od glavnih prostorija za stalne zbirke, manjih prostorija za privremene zbirke, te skladišta za eksponate zanimljive samo upućenijim posjetiocima, koji bi mogli zahtijevati privatne obilaske samo uz predočenje primjerenih isprava.

Bilo bi čak korisno da postoje "trostruki" muzeji. Prostorije javne zgrade su ukrašene obično osrednjim slikama anegdotskog sadržaja, ako već nisu samo kopije. Takvi radovi i oni koji se čuvaju u depoima mogli bi "putovati" po zidovima ustanova i sačinjavati neku vrstu rotirajuće izložbe postavljene po cijelom gradu. Ista praksa mogla bi se primjenjivati i sa skulpturama koje ukrašavaju javne trgove, a dostatno su pokretne.

Ovim bi načinom cijeli grad postao golemi pokretni muzej za koji bi bilo potrebno tiskati kataloške kartice i, osobito za školsku djecu i organizirati predavanja i obilaske s vodičem. Ispred nekih historijskih važnih umjetničkih djela mogle bi se održavati komemorativne svečanosti. Sve bi to, naravno, ovisilo o tome u kojoj mjeri općinski, pokrajinski i državni organi mogu osigurati novčanih sredstava, specijalizirano osoblje i podoban sistem osiguranja.



8. SPORNI INTERVAL

Muzeji koji su izazvali najviše polemika svakako su MoMa (Muzej moderne umjetnosti) u New Yorku i Beaubourg (Centar Georges Pompidou) u Parizu. Gradsko vijeće New Yorka osnovalo je Metropolitan muzej, koji se smatra najznačajnijim muzejem na svijetu. Njegove zbirke pokazuju umjetnost drevnog Egipta, Dalekog i Bliskog istoka, te srednjeg vijeka, i sadrže djela svih škola, od talijanske renesanse i flamanske škole do najkasnijih impresionista.

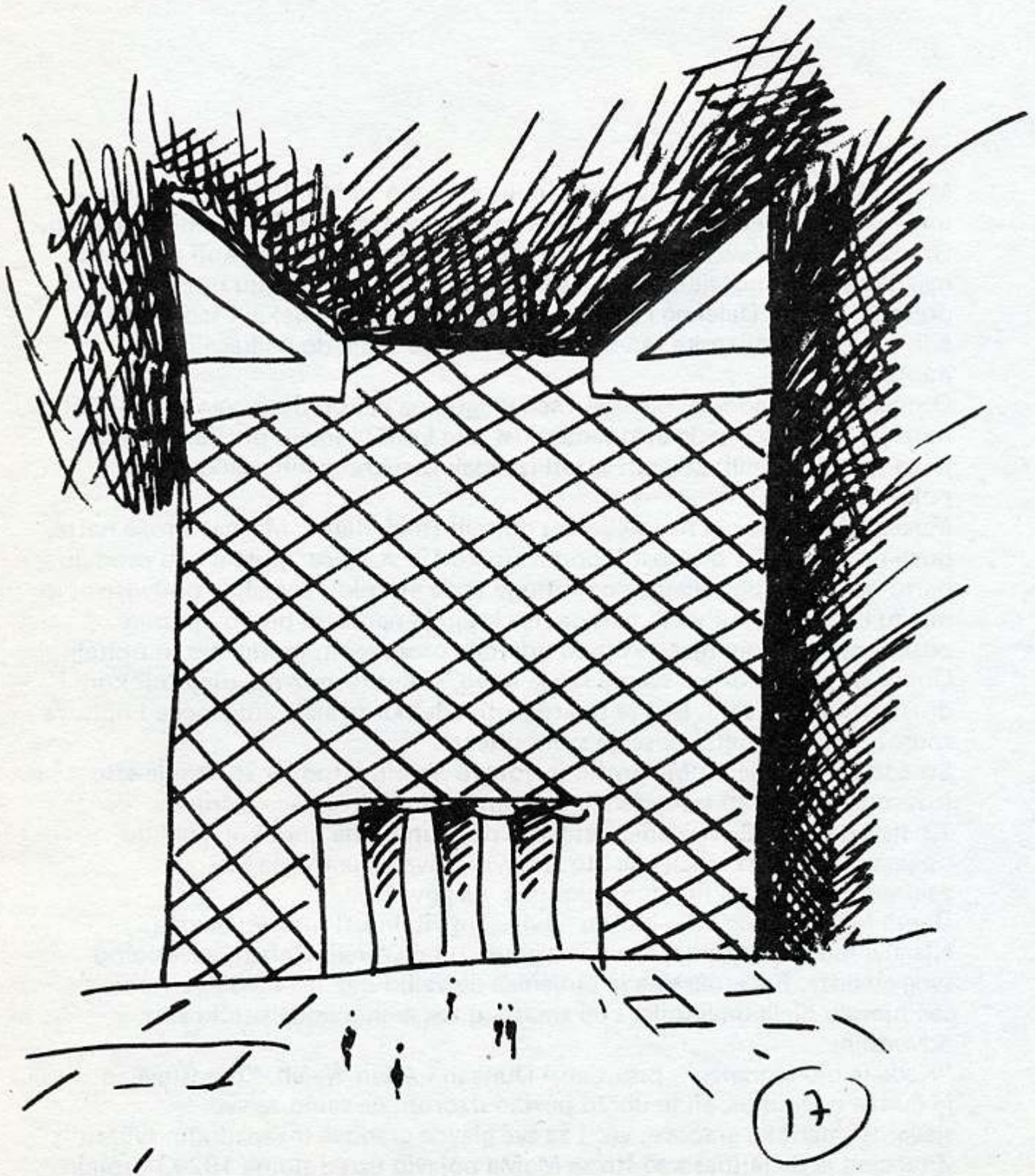
Osnovan 1929. godine, pedeset i sedam godina nakon osnivanja Metropolitan muzeja, MoMa je predstavio sadašnjost kao konkurenciju prošlosti. On je imao specifičan cilj: stvarati sažeti izvadak iz suvremenih avangardnih pokreta.

Muzej je bio osnovan na inicijativu obitelji Rockefeller. Magnat sirove nafte, pravi predstavnik "priprostih poduzetnika 19. stoljeća" pustio je u prodaju naftu iz Perzijskog zaljeva. Podmitio je vođe arapskih zemalja i podvostručio bijedu i neznanje njihovih naroda. Na kraju je napustio posao i prenio poslovanje na svoju djecu koja su odlučila promijeniti predodžbu o obitelji. Oni će pružati podršku svemu što je novo, nekonformizmu, umjetničkom i društvenom protestu. Bila je to arogantna demonstracija arogancije i njihove sposobnosti da upiju i posvoje svaki utjecaj.

Svečano otvaranje MoMa prošlo je gotovo neprimjetno jer se manje-više (užasnom ironijom) podudaralo sa slomom Wall Streeta – u srijedu 23. listopada 1929. godine. Zemlja s deset milijuna ljudi koji gladuju, opsjedaju Kongres i dižu vlastite zastave, jedva da je mogla biti zainteresirana za taj hir starog Johna i njegova sina.

Danas MoMa predstavlja himnu povijesnoj vitalnosti individualizma. Njegovi mu se posjetioci dive ili se gnušaju takve veličajnosti, zavisno od svog gledišta. Paradoksalna je činjenica da veliki dio od 25.000 eksponata sačinjavaju djela umjetnika koji smatraju takav individualistički stav odvratnim.

"Kada je bio sagrađen", pišu Carol Duncan i Allen Welch, "predstavljao je čudan novi ukus, ali je ubrzo postao uzorom ne samo za sve sjevernoameričke gradove, već i za sve glavne gradove u zapadnom svijetu". Značajno je da je (baš kao što se MoMa pojavio usred sloma 1929.) projekt



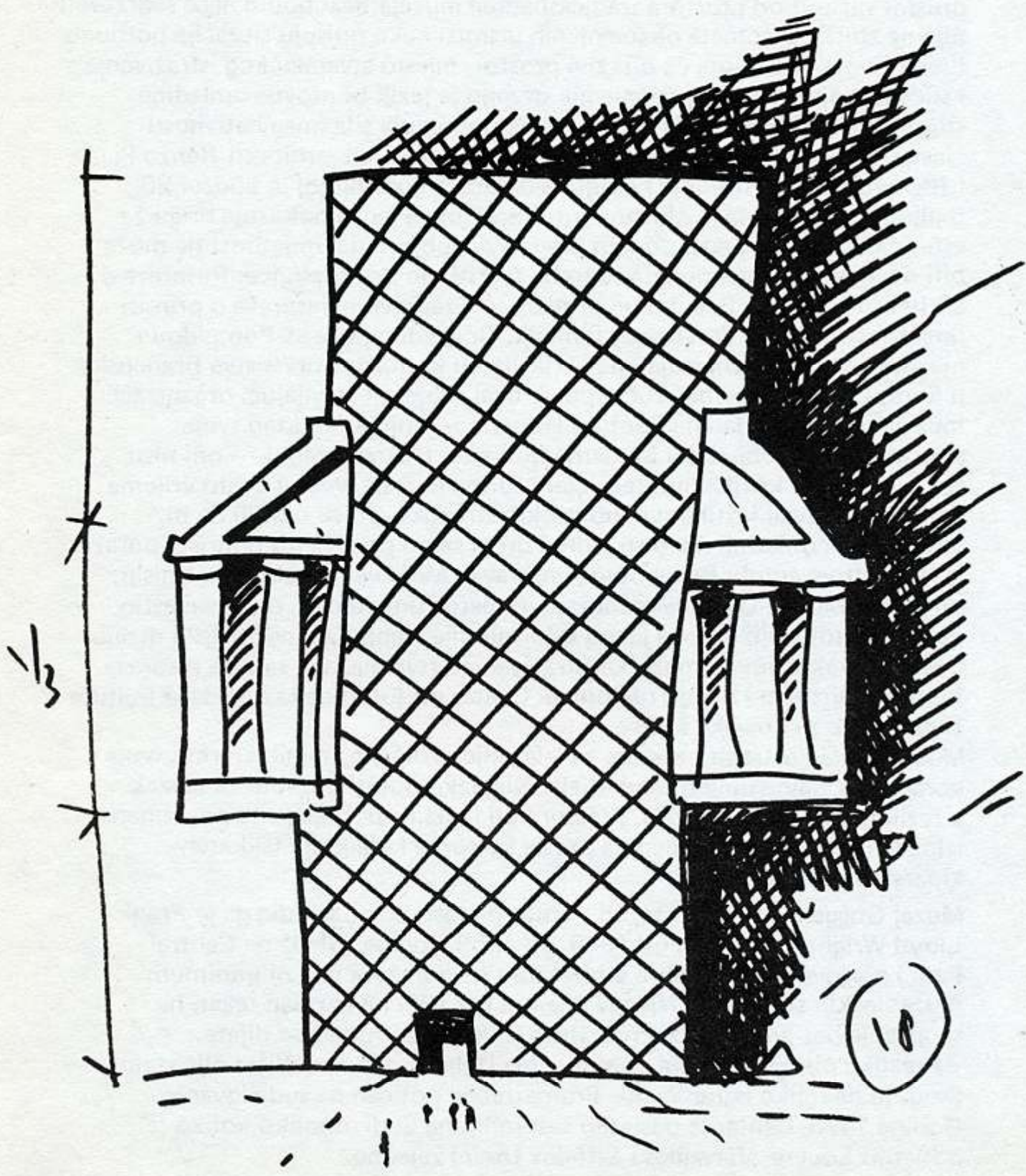
predsjednika Georges-a Pompidou-a nastao u konkretnim uvjetima uzbudljive atmosfere "svibnja 1968." u Francuskoj.

Potkraj 1972. godine Pompidou je zamislio "kulturni centar koji bi ujedno bio i muzej i središte stvaralačkog djelovanja, gdje bi vizualne umjetnosti bile tijesno vezane uz glazbu, film, knjige i audiovizuelna istraživanja." Dvije godine kasnije premijer Jacques Chirac – sadašnji gradonačelnik Pariza – obavijestio je Nacionalnu skupštinu da je "neophodno stvoriti prostor različit od prostora tradicionalnog muzeja. Beaubourg neće sadržavati nijeme zbirke predmeta okamenjenih u smrti kako opisuju situacije potpuno lišene života. Beaubourg će biti živi prostor, mjesto stvaralačkog istraživanja i sučeljavanja". Vladin predstavnik usvojio je jezik buntovne omladine. Imaginacija nije prigrabila vlast; vlast je pokrenula sila imaginativnosti. Nevjerojatna peterokatna zgrada, koju su projektirali arhitekti Renzo Piano i Richard Rogers, stoji 180 milijuna dolara, a godišnji joj je budžet 25 milijuna dolara. Ona je okrutno utilitaristička i jedva pokazuje brigu za estetičke osobine. Sama po sebi predstavlja objavu da umjetnost ne može biti odvojena od stvarnosti, već treba tvoriti dio svakidašnjice. Rasprava o arhitekturi, koju je Beaubourg prouzročio, zapravo je rasprava o prirodi umjetnosti i njevoj društvenoj funkciji. Očigledno je da su Pompidou i njegovi savjetnici uznastojali na obnavljanju kulturnog prvenstva Francuske u Evropi. Međutim, odabirući upravo ovaj projekt i stavljajući organizaciju muzeja u ruke Šveđanina Pontusa Hultena, – koji je pokazao svoje stvaralačke sposobnosti u Moderna Museet-u u Stockholmu, – oni nisu samo ignorirali kritike ljubitelja stare forme muzeja, već su u isto vrijeme otvoreno prizvali kritike svih političkih stranaka. To su učinili da bi, nesumnjivo, dokazali kako su jedni i drugi samo preživjeli s poprišta poraza. U stanovitom smislu Beaubourg je nastavak MoMa-e u drukčijem smislu; on je anti-MoMa. Osim ovog muzeja moderne umjetnosti, on je smjestio pod svoj krov knjižnicu za javno informiranje, centar za industrijski dizajn, institut za akustička i muzička istraživanja i stvaralaštvo, salu za rasprave, filmsku knjižnicu i dječju radionicu. Centar prešutno dokazuje da je kultura život i da je za čovjeka s ulice.

MoMa nema dostatno prostora za izlaganje različitih stalnih zbirki i svoje kompletne zalihe umjetničkih djela. Nije lako dobiti dozvolu za ulazak u različite knjižnice muzeja. Prostor koji je na raspolaganju za povremene izložbe malen je i ograničen na prošle kulturne kategorije (slikarstvo, kiparstvo i grafika).

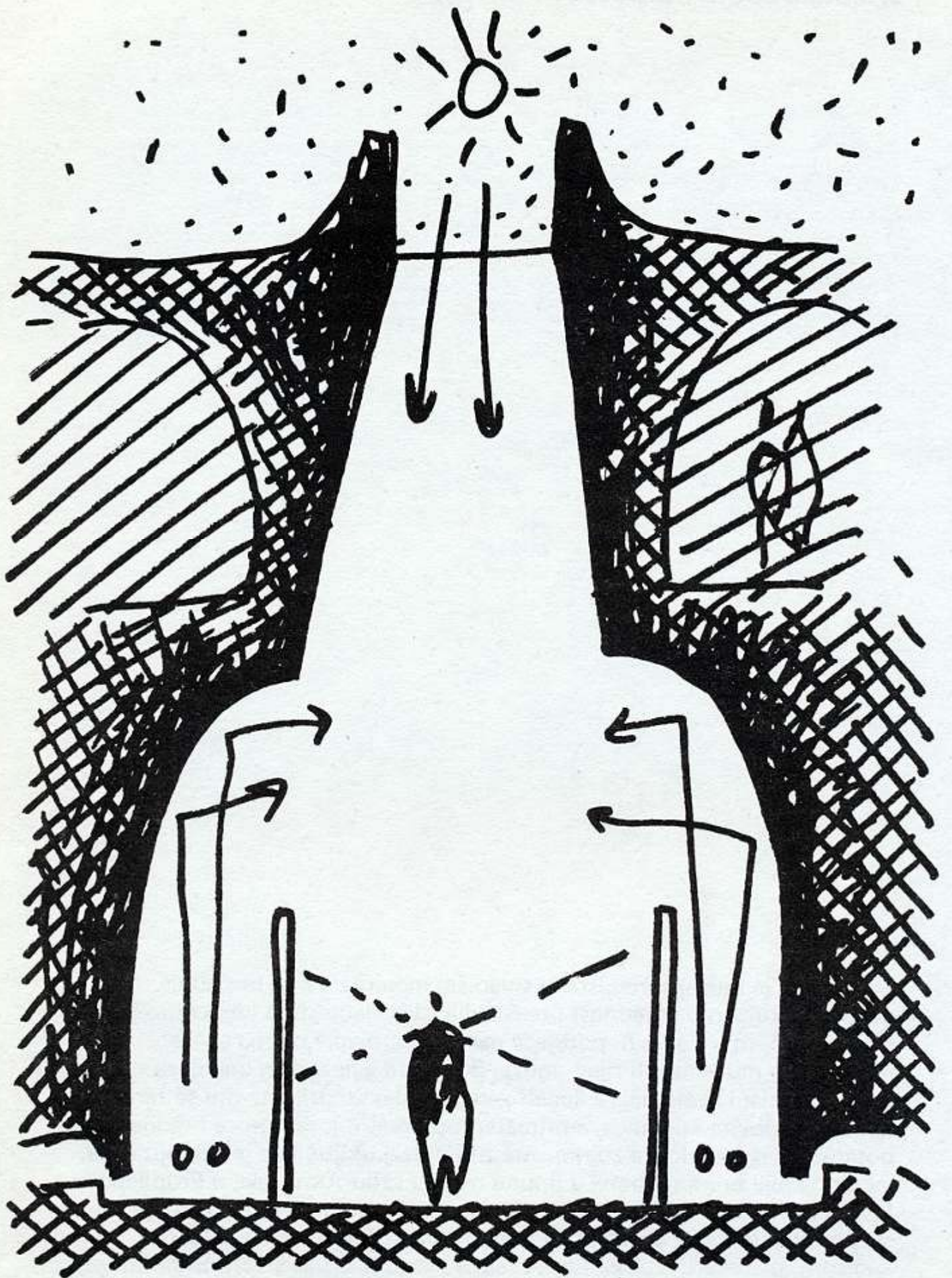
Muzej Guggenheim ima iste, ali i druge nedostatke. Sagradio ga je Frank Lloyd Wright u vremenu od 1946. do 1959. godine. Gleda na Central Park i njegova sjajna, hrabra arhitektura ne odražava čak ni minimum muzeoloških standarda. Njegov linearni tok slični na napisan tekst, na saopćenje bez alternativa. Promatrač je vođen za ruku kao dijete.

Za razliku od njega, Beaubourg mijenja izgled svaki dan. Ništa nije stalno. Svega je nekoliko ograničenja. Promatrač je potican na sudjelovanje. Godine 1978. Centar je posjetilo šest milijuna ljudi; onoliko koliko je posjetilo Louvre, Versailles i Eiffelov toranj zajedno.



9. MUZEOLOGIJA, ZNANOST I KRITIKA

Tvrdnja da je muzej spremište ili skladište materijala koji posjeduje povijesno-kulturnu vrijednost predstavlja iskrivljenu sliku ideje muzeja. Grčka riječ *museion* podsjeća nas na postojanje hrama u Ateni posvećenog muzama, ali riječ *muzej* dolazi od egipatskog imena za skup zgrada u palači Ptolomeja Filadelfijskog iz Aleksandrije. U tim se zgradama nalazila glasovita knjižnica, amfiteatar, opservatorij, radionice i radne sobe, botanički vrt i zoološka zbirka. Atenski muzej uključivao je galeriju slika, iako ona nije bila smještena u hramu nego u krilu Akropole, u Propilejima. U muzej mogu biti uklopljene knjižnice i umjetnička galerija, galerija sa svojim umjetničkim društvima i radionicama za restauriranje, teatar, auditorij, planetarij, zbirke flore i faune i mnoge druge stvari. Svaki muzej



kojem nedostaje takav opsežan pristup i enciklopedijska predanost svim nereligioznim i neproduktivnim duhovnim djelatnostima – ne zaslužuje da ga zovemo muzejom.

Rimljani su (anticipirajući Hermana Goeringa) sistematski pljačkali umjetnička djela antike. Njihove zbirke egipatskih i grčkih kipova pokazuju više ekonomsku moć, društveni položaj obitelji i sredine nego učenost ili senzibilnost pojedinaca.

Oni nisu bili veliki arheolozi niti su bili zainteresirani za istraživanje grobnica svojih izravnih predaka Etruščana. S druge strane, ostavili su iza sebe veliki broj svojih vlastitih spomenika koje su kasnije generacije često i nevjesto restaurirale tako da su zanimljivi jedino turističkoj industriji. Iako su vrijedan izvor državnih prihoda za Italiju, država danas nema sredstava za održavanje tog preteškog nasljeđa. Sljedstveno tome, te ruševine koje nisu autentične (premda podsjećaju), nesumnjivo su osuđene na nesretan završetak. U srednjem su vijeku papinstvo, Bizant i kršćanski vladari obnovili dio umjetničkih i kulturnih blaga spašenih od muslimanskog bijesa, a u isto vrijeme uništili dobar dio prefinjenih djela islamske civilizacije.

U doba renesanse prakticirao se patronat i prateća cenzura: cenzura putem obećanja nagrada. Narudžbe su pervertirale alegorijsku, preispitajuću prirodu cjelokupnog umjetničkog stvaralaštva. Novi način naglašavao je fetišističko preduvjeranje o besmrtnosti umjetničkog djela. Prezirao je i priječio razvoj sve efemerne umjetnosti i slučajno nastale umjetnosti, koje predstavljaju najvjernije svjedočanstvo o senzibilitetu i načinu života određenog razdoblja.

Kada je cenzura popustila, njenu ulogu su preuzele obilne nagrade. Mnogi umjetnici su se uspjeli izraziti tajnim ili inicijacijskim kodovima, ali su bili osuđeni proizvoditi cinički, perverzni oblik uživanja za plemstvo i više svećenstvo koje je spajalo prefinjenost s odsustvom vjere. Religija umjetnosti preuzela je mjesto religije. Retorička veličajnost i sjaj, bez obzira na to što su zahtijevali maštu, otupjeli su reagiranje običnih ljudi na ljepotu. Niže svećenstvo i seosko stanovništvo pretvorili su svoje svetište u muzej, a urbani proletarijat klonio se muzeja, videći u njemu poganski žrtvenik.

ARHEOLOŠKI ZADATAK

Arheologija je dominirala u srednjovjekovnom muzeju. Posjedovanje rimskog bareljefa bilo je dokaz dubokog podrijetla, a pokazivanje bizantskog ili islamskog trofeja bilo je dokaz sudjelovanja u križarskim ratovima. Slika i skulptura stekle su povlašten položaj. Povjeren im je zadatak – arheološki zadatak, u krajnjoj analizi – da za buduća pokoljenja stvore zapis o prefinjenosti dvorova i o zaštiti koju su umjetnici dobivali u zamjenu za prihvaćanje svjetonazora svojih vladara i gospodara. Muzej nije sakupljao slike; umjetnici su slikali za muzeje.

Nakon mračnog perioda reformacije i protureformacije, kraljevske i vladarske kuće ugledale su se na Vatikan i Medičejce. Gajili su



kolekcionarstvo kao maniju zgrtanja predmeta, koji su znak bogatstva, ne pomišljajući na njihovu kulturnu diseminaciju.

Dekretom Skupštine 1793. godine nacionalizirane su kolekcije francuskih kraljeva. Izložili su ih za publiku u palači Louvre i nazvali je "Muzejom Republike". Kasnije, kad je Napoleon zadužio muzej umjetničkim djelima – darovima nametnutim uvjetima, raznih mirovnih ugovora, ime je promijenjeno u "Muzej carstva".

Buržoaska revolucija je, čak i u onim zemljama koje su je provele bez uništavanja vladarske moći, dovela do stvaranja modernog muzeja kao oficijelne institucije u službi javnosti, pod kontrolom države.

Louis Bonaparte prisvojio je kolekcije Kuće Orange i 1809. godine osnovao Rijksmuseum (Kraljevski muzej) u Amsterdamu. Muzej Prado u Madridu datira iz 1820. godine. Engleska je otvorila Nacionalnu galeriju 1824. godine, a enciklopedijski British Museum 1852. godine u posebno projektiranim zgradama. Godine 1822. u Petrogradu je svečano otvoren Ermitaž, projektiran u skladu s umjetničkim, historiografskim i industrijskim kriterijima. S ambicioznim zadatkom da putem umjestnosti prikaže pet tisuća godina ljudske povijesti, osnovan je 1872. Metropolitan muzej u New Yorku. Godine 1882. Danci su izgradili galeriju slika u Kopenhagenu i dali joj neobično ime – Gliptoteka.

U isto vrijeme privatni su muzeji, jedan za drugim, prelazili u javno vlasništvo: u Firenci Galleria degli Uffizi obitelji Medici, u Milanu Brera obitelji Sforza, u Münchenu umjetnička galerija Wittelsbach.

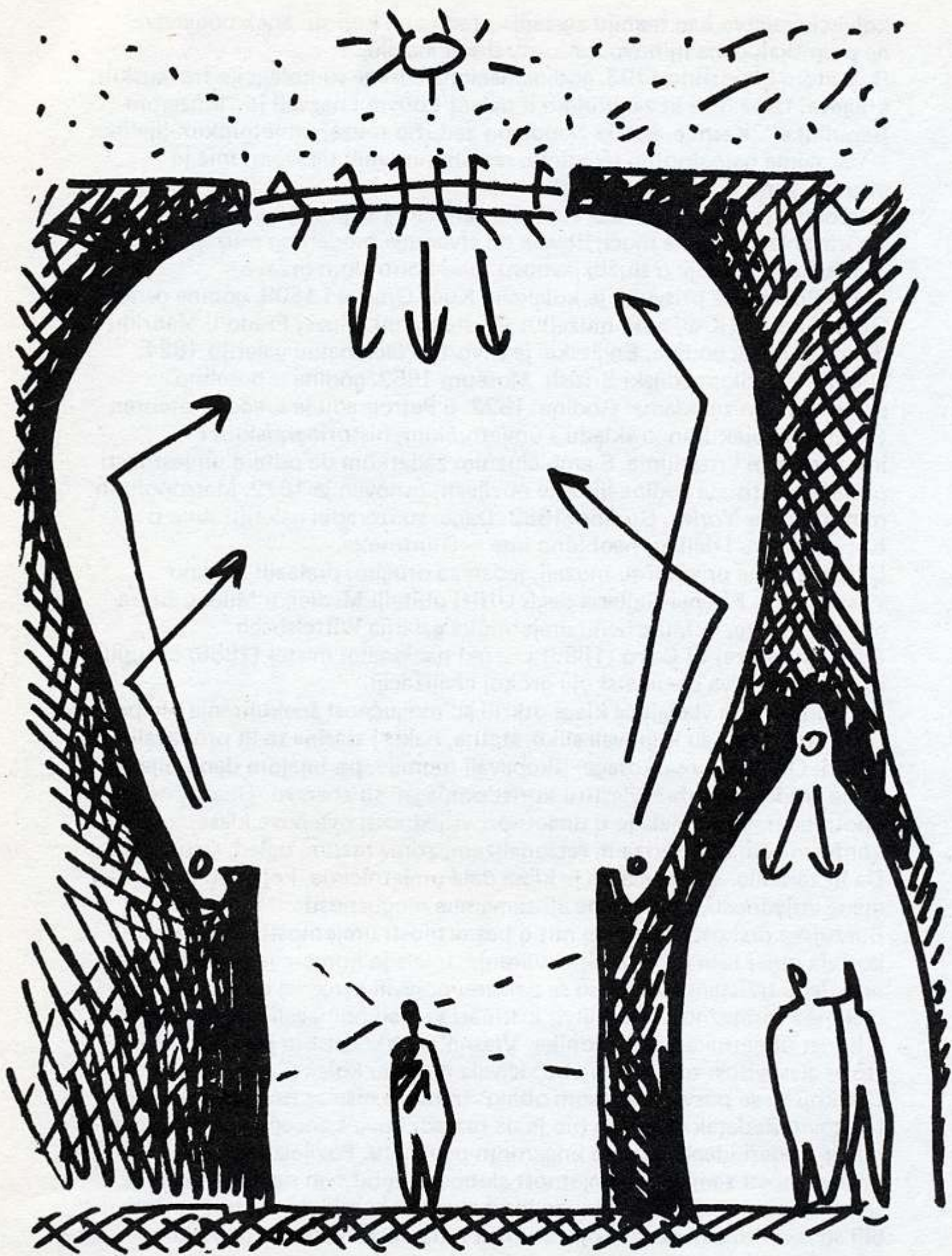
Egipatski muzej El Cairo (1885) i Grčki nacionalni muzej (1886) sakupili su svjedočanstva o egipatskoj i grčkoj civilizaciji.

Pripadnici nove vladajuće klase otkrili su mogućnost špekuliranja i ljepotom i kulturom. Oni su kupovali slike, statue, nakit i starine te ih prodavali državi. Otvarali su sarkofage, iskopavali mumije, po bijelom danu pljačkali cijele gradove. Tražeći vlastitu korist pomagali su znanost. Unatoč tome, upotreba novca unijela je u umjetnost vrijednosti ove nove klase:

konformizam, utilitarizam, racionalizam, zdrav razum, ugled, sigurnost. Da bi zaradila više novca, ta je klasa dala umjetnicima, koji nisu priznavali njene vrijednosti, ograničene ali zamamne mogućnosti.

Buržuska drskost uništila je mit o besmrtnosti umjetnosti. Umjetnost je postala objektom profita i špekuliranja; imala je komercijalnu vrijednost određenu tržištem. U tom su se periodu pojavili i trgovci umjetničkim djelima i (pretežno potkupljivi) kritičari koji su pomagali podizanje cijena u korist umjetnika ili posrednika. Vlasnik je također bio posrednik tako što je glasovitost umjetnika obogaćivala njegovu kolekciju.

Oni koji su se posvetili takvom obliku trgovine nisu se usudili da je tako i nazovu. Zadatak kritičara bio je da razradi novu koncepciju umjetnosti i da je obdaru idealističkom linearnom poviješću. Povijest i teorija imanentnosti zamišljaju umjetnost slobodnom od svih nečistih doticaja sa socijalnom poviješću. Ako povijest stvaraju heroji, heroji umjetnosti bili su individualni geniji koji su slikali i klesali zatvoreni u nebeskom kraljevstvu slobode.



Međutim, ekonomska moć nije mogla biti apsolutnom kao što su religijska ili vojna moć. Skupljati radove umrlih ili obožavanih umjetnika značilo je sigurnu dugoročnu investiciju. Pomaganje uzbudljivim mladim umjetnicima bilo je osobito plodna, iako vrlo riskantna investivija. Monopolistički trend vodio je do ekskluzivnog ugovora i plaćanja na račun.

AVANGARDNA UMJETNOST

Usporedo sa širokim poljem oficijelne umjetnosti, uključujući javne narudžbe i djela smišljena za članove žirija s konvencionalnim ukusima, nastajala je avangardna umjetnost stvorena da šokira. "Slobodna" izložba bila je organizirana u Parizu za vrijeme burne 1848. godine. Tako je buržoazija otkrila da su umjetnička djela izvan njene kontrole, osobito uperena protiv nje, također dobar posao. Godine 1863. Napoleon III organizirao je "Salon des Refusés" koji je odmah doveo do prihvatanja tih Refusés. Ostali slikari uputili su im izazov postavivši 1884. godine Salon des Indépendants na kojem nije bilo nikakvog žirija. Na isti način, pored tradicionalnih trgovaca i kritičara umjetnosti koji su podupirali raširen i obično zastarjeli ukus, stvorili su se ljubitelji umjetnosti koji su bili spremni "opeći prste". Istu vrstu dvosmislenosti nalazimo i u umjetničkoj kritici. S nekim iznimkama, ka npr. Diderot, najsamostaliji i najizrazitiji kritičari, od Baudelairea do Apollinairea, bili su reacionari. Mrzili su promjenu i napredak želeći da ih ograniče u umjetnosti. Baudelaire je ushićeno proglašavao da buržoazija treba preuzeti umjetnost i, pronicljivo, da bi umjetnici morali obrazovati buržoaziju.

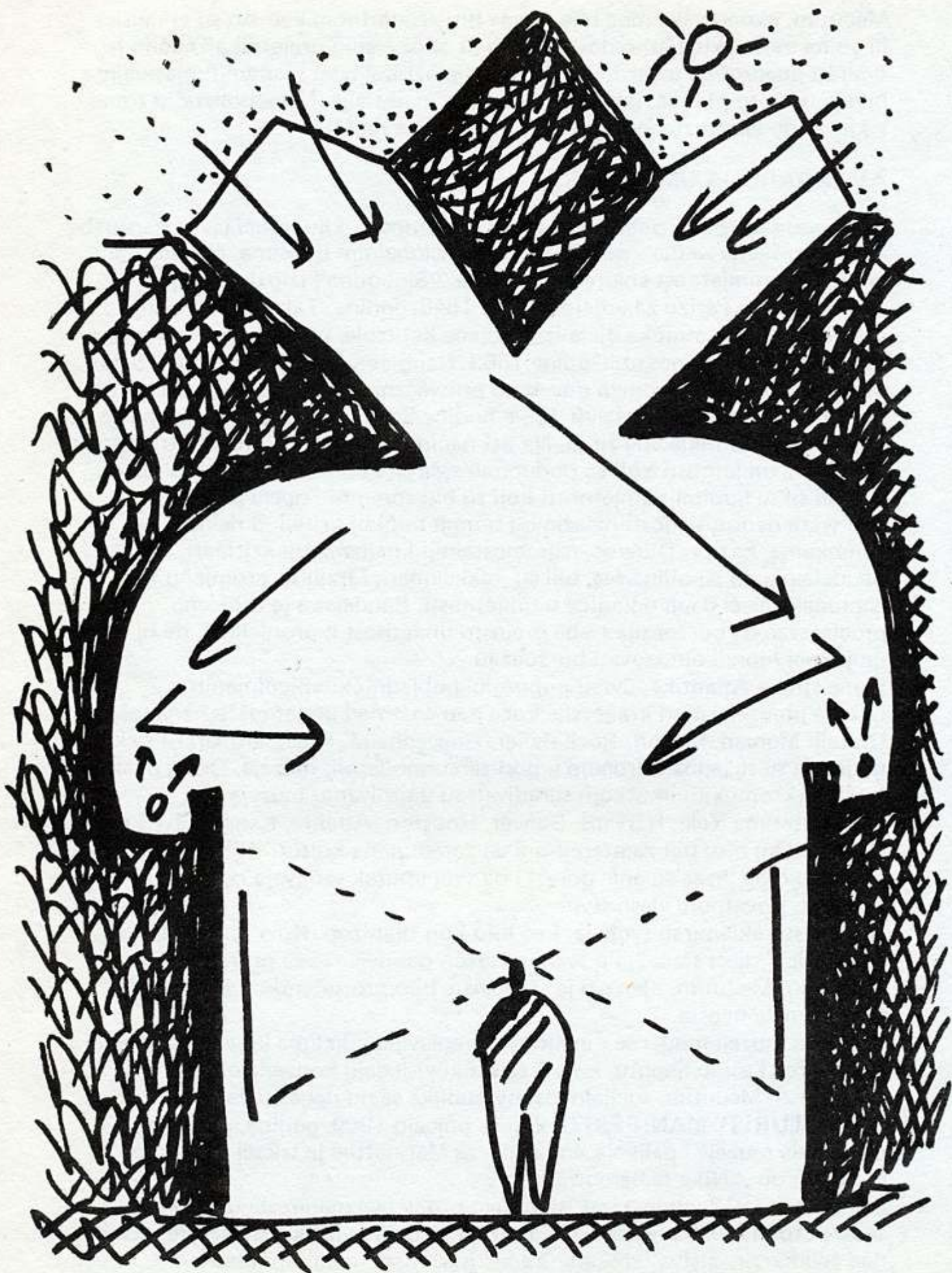
S one strane Atlantika, čvrsti pobornici pobjedničkih Sjedinjenih Država preuzeli su od kraljevske kuće patronat nad umjetnošću i znanostima. Obitelji Morgan, Mellon, Rockefeller, Guggenheim, Kree, Altman i Frick natjecale su se jedna s drugom u podizanju modernih muzeja. Drugi poslovni ljudi sa skromnijim imutkom surađivali su u osnivanju muzeja na univerzitetima Yale, Harvard, Denver, Houston, Atlanta, Kansas City i New Orleans. Oni nisu bili zainteresirani da zarađuju na kulturi. Njihov je glavni interes bio da im se smanje porezi i da svoj imetak sačuvaju od državne ruke – u privatnom vlasništvu.

Ujedno su reklamirali svoje ja, kao bilo koji filantrop. Novi muzeji bili su spomenici "djeci sreće". Po svemu sudeći, Baudelaireovo proročanstvo se obistinilo. Međutim, njegovo je stanovište bilo proročansko i dijalektika tu nije imala mjesta.

Danas su muzeji moderne umjetnosti preplavljeni djelima koja potkopavaju logiku, red i samu ljepotu, koja izazivački vrijeđaju konvencionalne vrijednosti. Međutim, socijalni osnov publike se do danas sužava.

Prvi **FUTURIST MANIFESTO**, koji se pojavio 1909. godine, pozivao je na rušenje muzeja i paljenje knjižnica; za Marinettija je trkaći automobil bio ljepši od "Nike sa Samotrake".

Manifest iz 1912. godine jest isključivo posljedica manifesta iz 1909. Zalaže se za potpuno ukidanje sintakse, muzeja verbalnog jezika, diktature mrtvih nad živima, prvenstva "disciplinirane" misli nad "nediscipliniranom".



Naravno, da futuristi nisu spalili muzeje; umjesto toga jurišali su na njih da bi u njih smjestili svoja vlastita djela, zacrtavajući na taj način put dadaizmu, kubizmu i nadrealizmu. Svi su avangardni pokreti, na posljetku, našli u muzeju.

Da bi bili sigurni da nisu ništa propustili, voditelji muzeja su od tih umjetnika kupovali gotovo sve.

Premda futurizam nije bio više no taktička i oportunistička eksploatacija skandala (što je bila zdrava vježba) i arogantna zanesenost grubošću koja je vodila prema prezirnoj retorici fašizma, efekt na muzeje bio je bacanje te institucije u krizno stanje.

Ljubitelji umjetnosti, znanstvenici, povjesničari umjetnosti i kritičari počeli su se od početka ovog stoljeća zanimati za muzeje. To je bilo doba u kojem su živjeli Bernard Berenson, Solomon Reinach, Eugenio D'Ors, Elie Faure, Henri Focillon, André Lothe, Max J. Friedlander i vikont od Abernona. Rasprava koju su započeli zauvijek će trajati.

Kritika institucije prethodila je razvoju opće teorije i koncepta muzeologije kao "samostalne znanosti koja proučava povijest, organizaciju, specifičan sustav istraživanja, dokumentaciju i metode selekcije muzeja".¹

Čak i prije nego što je nastalo zanimanje "muzeolog" kao sinteza raznih zanimanja i poslova kao što su vodič, katalogizator, kustos i umjetnički stručnjak, ljudi su počeli razmišljati o namjeni i funkciji muzeja i o njegovom odnosu prema društvenom kontekstu. Neprimjetno, kritika institucije razvila se u kritiku same znanosti. To područje je postalo znano kao muzeografija – "tehnikе primijenjene u odnosu na principe muzeologije na kojoj se zasniva"² – budući da muzeologija ispituje samu sebe, – preuzima oblik samoispitivanja i razvija svoju vlastitu epistemologiju.

MORE PITANJA

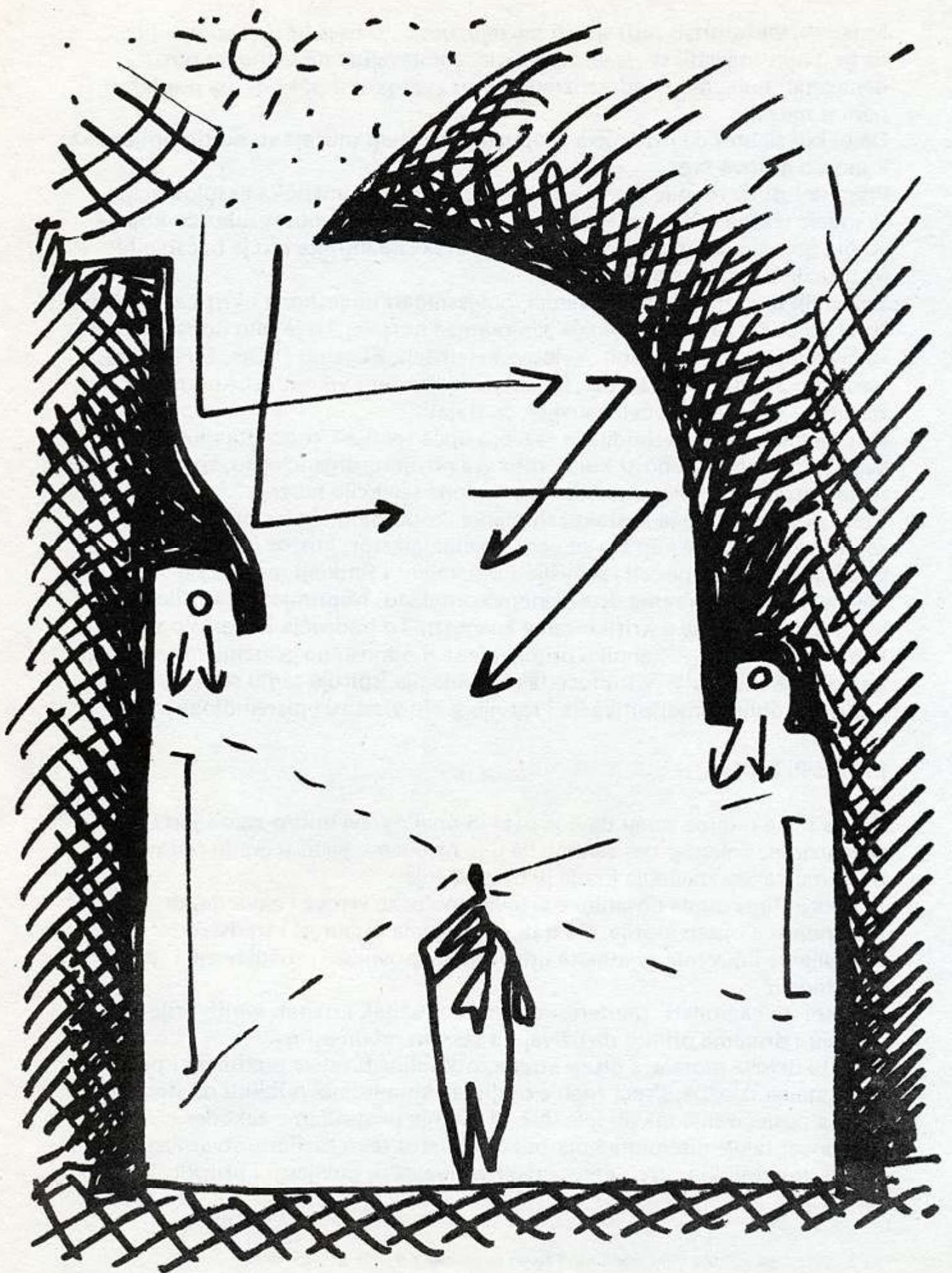
Danas se ne pitamo samo da li je ovaj ili onaj muzej dobro zamišljen i organiziran. Također nas zanima da li je njegovo mjesto u gradu opravdano, da li ima kakvo značenje i koje je to značenje.

Država je financirala botaničke vrtove, zoološke vrtove i akvarije, te astronomske opservatorije. Da li bi ona morala osigurati i sredstva za sakupljanje i čuvanje predmeta umjetničke, povijesne, znanstvene i tehničke vrijednosti?

Privatni kolekcionari, zainteresirani za svoj užitak i užitak svojih prijatelja, ne daju i drugima priliku da uživaju u takvim predmetima.

Da li bi država morala, s druge strane, otkupljivati takve predmete i postaviti ih na stalne izložbe, šireći znanje o njima i animirajući publiku na sticanje navike posjećivanja takvih izložbi? U pitanje postavljamo također i vrijednost takve discipline koja želi obuhvatiti tako različite stvarnosti kao što su umjetnički muzej, etnografski, arheološki, povijesni i prirodoslovni muzej.

1 i 2 Definicije ICOM-a (Internacionalni savjet za muzeje pri UNESCO-u)



S obzirom na činjenicu da postoje željeznički muzeji, zrakoplovni muzeji, muzeji tiska i muzeji primijenjene umjetnosti, da li je moguće ograničiti se na samo jednu sveobuhvatnu teoriju. Biblioteka i fonoteka (u engl. prijevodu record library, op. prev.) također su muzeji, ili se savršeno uklapaju u egipatski ili grčki *museion*. Da li se ista teorija može primjenjivati i na njih? Da li je korisno združiti sve ili većinu gradskih muzeja u jedan središnji ili sveobuhvatni muzej? Nije li to nužno krivi pristup ako se estetički ili filozofski pokret opisuje putem akumulacijskog procesa koji ne uspostavlja kvalitativne razlike između eksponata? I, ne vodi li također pogrešci prezentacija predmeta antropološke važnosti na način koji potcjenjuje one običnije aspekte dnevnog života?

Čak ni glavni muzeji (kao što su Vatikan, Uffizi, Louvre, Ermitaž, Metropolitan u New Yorku i Prado u Madridu) nisu potpuni. Oni ne sadrže sve što je ikada naslikano. Oni nemaju sva djela pojedinog perioda. Oni čak nemaju ni sva djela ijednog autora. Imaju samo ono što su mogli kupiti.

Da li kupovna moć može zaista biti prihvatljiv kriterij za selekciju?

Najveći dio djela u tim muzejima slabiji su od djela koja postoje drugdje.

Da li je svaki muzej utopija? Da li bi djela valjalo klasificirati po temama, umjetnicima ili periodima? Ali tko će biti sposoban pratiti jednu temu u poeziji, muzici, slikarstvu, kiparstvu, arhitekturi, namještaju, nakitu i modi? Kako možemo razumjeti kreativnog umjetnika bez temeljitog poznavanja njegova života i cjelokupnog opusa? Kako shvatiti *Zeitgeist*, duh vremena, bez razumijevanja načina na koji su ga vidjeli umjetnikovi suvremenici i bez poznavanja kasnijih kritičkih razmatranja?

Da li nam muzeji trebaju služiti za dokolicu, informiranje ili obrazovanje?

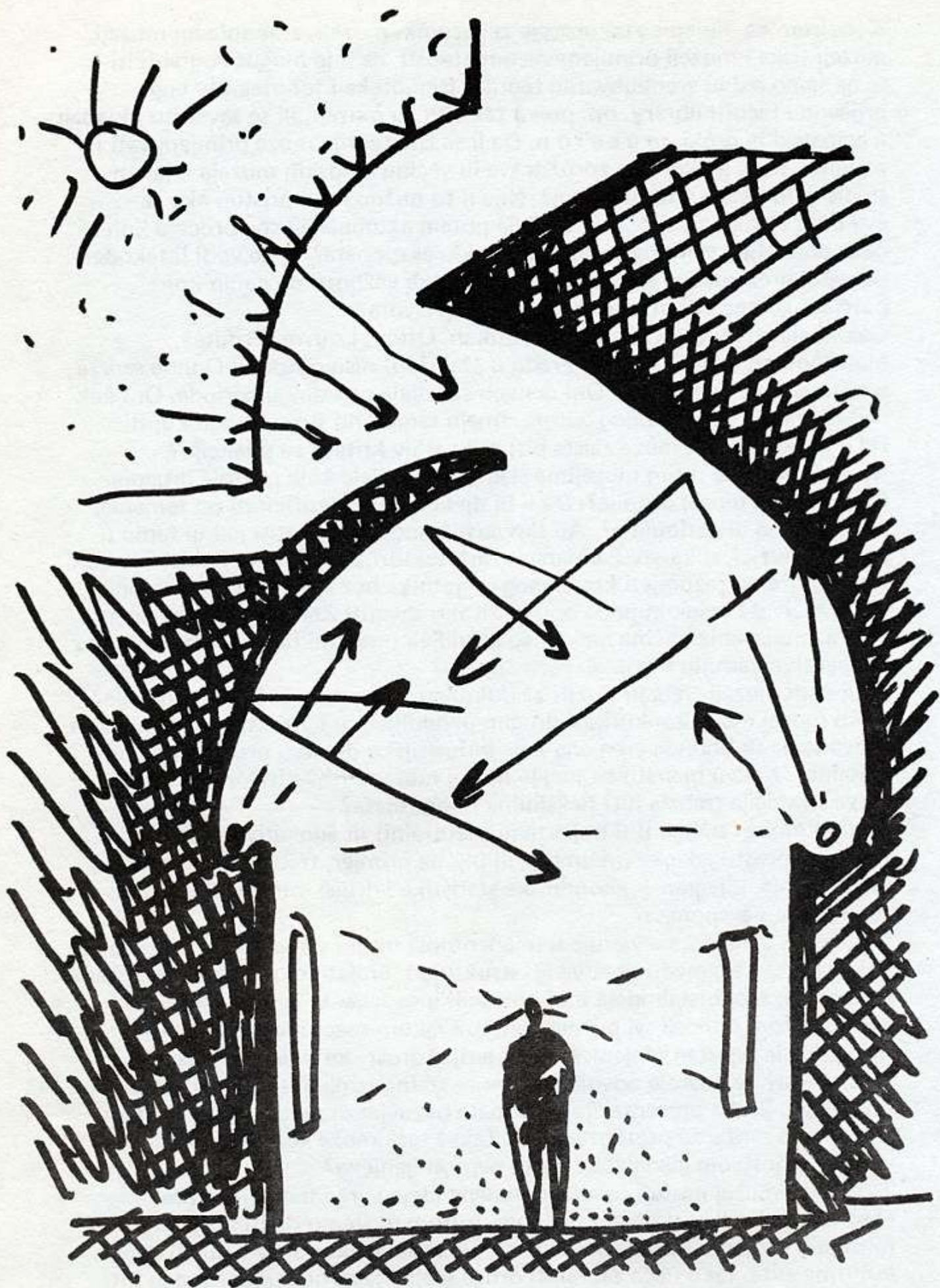
Kako muzej može konkurirati drugim uzbudljivijim i atraktivnijim oblicima provođenja slobodnog vremena koje industrijsko društvo pruža otuđenim masama? Kakvu bi vrstu strategije muzej morao prihvatiti? Koliko bi takva strategija trebala biti fleksibilna i domišljata?

Da li bi muzeji trebali biti objektivni (neutralni) ili edukativni? Da li bi trebali naprosto izlagati predmete, ili bi, na primjer, trebalo dati temeljna obavještenja, dijagrame, ekonomske statistike i druge informacije potrebne za prosudbu eksponata?

Muzeolog, naravno, ne vjeruje u imanentnost misli i umjetnosti. On priznaje da postoji veza između društvenih struktura i umjetničkih stilova, religijskih vjerovanja, filozofskih ideja i tehnoloških inovacija. U kakvom su međusobnom odnosu svi ovi elementi u svakom specifičnom slučaju?

Muzeolog je svjestan činjenice da materija (društveni svijet) i oblik (umjetnost) ne postoje odvojeno nego se stalno izmjenjuju kao uzrok i posljedica. Svaka prezentacija eksponata bezuvjetno predstavlja određenu tezu. Kako možemo pretpostaviti da takva teza može komunicirati s tako velikim mnoštvom gledalaca i ostati nepromijenjena?

The *s* *s* muzej nastoji usaditi određene ideje i vrijednosti jezikom eksponata. Da li se u demokratskom društvu možemo diviti takvom muzeju? U njemu će država štiti omiljene ideje ekonomske, društvene i kulturne elite. Iako neće zabraniti druge ideje, kako one uopće mogu biti izražene ako ih ne pomaže muzej ili establišment?



10. MUZEJ KAO INTEGRIRANI LABORATORIJ

Jedan od čimbenika koji muzeološku kritiku čini društveno vrijednim oblikom rasprave jest njena sposobnost da potiče strukturalna obilježja koja muzeje pretvaraju u učilišta i središta estetskog odgoja, dok istovremeno izlažu i analiziraju umjetnička djela.

Taj će poticaj biti moguć samo ako djeluje na dvije različite razine. Na razini javnog mnijenja morao bi oblikovati novu sliku uloge muzeja i njegovih istinskih ciljeva u odnosu na društvo i zajednicu. Na institucijskoj razini (uključuje one institucije koje mogu pomoći da muzej dobije nezavisnu ekonomsku strukturu) morao bi imati cilj da pomogne stvaranju

specijaliziranih filmova za analizu i ispitivanja umjetničkih djela.

Takvi financijski izvori omogućit će muzeju da igra istinski upotpunjujuću ulogu u stvaranju interdisciplinarnih grupa, sposobnih da poduzmu zajedničke aktivnosti kojima je cilj pretvaranje muzeja u središte odgoja i obrazovanja.

Ovakvo proširenje djelokruga muzeja poželjni je cilj koji ne bi bio u neskladu s "muzejima bez zidova" ili "imaginarnim muzejima" budućnosti (Malraux).

Bilo bi provedeno tako da gledalac ima slobodu izbora te da to proširenje uključuje značajnu umjetničku kulturu sastavljenu od djela koja su reproducirana prikladnijim tehničkim metodama. Na taj način, zbog navedene transformacije moglo bi se govoriti o "smrti muzeja" i to u tom smislu što bi disperzija i diseminacija djela i/ ili sve rafiniranije tehnike za njihovo reproduciranje, omogućili svakom da uspostavi svoj vlastiti izložbeni centar, kao što to čine amateri s kolekcijama filmova ili osobe koje imaju video kasetni sistem.

Nadalje, prerastanje muzeja u organizaciju posvećenu istraživanju i proizvodnji ispunilo bi i dodatnu funkciju: potpuno bi integriralo muzej u polje institucionalnih obrazovnih medija i eksperimentalnih centara čije bi funkcije bile pridodane onima koje uključuju prezentaciju i katalogiziranje umjetničkih djela.

Povijesno govoreći, nije postojala združenost svih različitih kanala koji dotiču složen zadatak vizualnih komunikacija.

Tom zadatku danas ide na ruku neprestano usavršavanje tehnologije u službi čovječanstva.

MJESTA STUDIJA

Kad bi se pretvorili u istraživačke laboratorije, muzeji ne bi bili ograničeni samo na čuvanje i moguću komunikaciju vizualnog materijala. Služili bi i kao mjesta studija s radovima koji bi podržavali muzeološku i muzeografsku kritiku. To znači da ne bi služili kao mjesta gdje se umjetnička djela samo izlažu i čuvaju, nego gdje se i analiziraju. Takav materijal, koji bi bio plod navedenog oblika interdisciplinarne suradnje, mogao bi biti integriran u područje medija paraumjetničke komunikacije. Razvoj usporednog medija koji obuhvaća istraživanje, kao specifičnog oblika komunikacije, bio bi posve u skladu sa stajalištem po kojem je muzej, kao što smo vidjeli, medij komunikacije ili, drugačije rečeno, složeni medij komunikacije po tome što u sebi smješta druge medije. U tom je smislu svaka institucija istinski medij komunikacije i informiranja, a muzeji nisu iznimka.

Interdisciplinarni timovi oblika muzej—i—škola ili muzej—i—laboratorij stvoreni u vezi s tom novom funkcijom trebali bi vršiti čitav niz zadataka kao što su odgoj ili odgoj nastavnika, diseminacija, istraživanje, savjest i kritika, — ne računajući razne aspekte koji se tiču čuvanja i katalogiziranja umjetničkih djela. Pretežnost neke od ovih specifičnih funkcija ovisila bi o geografskim prilikama, te o dominantnim povijesnim i društvenim okolnostima u mjestu ili na području gdje se muzej nalazi.

Mreža funkcija i zadataka mogli bi se prikazati ovako:



Jedna od osnovnih funkcija muzeja u našem pristupu bila bi poduzimanje stvaralačke djelatnosti.

Nužna posljedica ove funkcije bilo bi odbijanje ideje po kojoj umjetnik odlaže svoja djela na javnom mjestu (muzej) za izlaganje.

Jedna od funkcija prikazanih na prethodnoj tabeli jest i odgoj. On bi stimulirao prožimanje muzeja s umjetničkom produkcijom i stvaralaštvom.

To predstavlja odstupanje od tradicionalne slike muzeja gdje se kaže, "gledaj, ali ne diraj". To infantilno jezično sažimanje stvorila je represivna kultura, koja, umjesto da ohrabri sudjelovanje zajednice i diseminaciju estetskih vrijednosti, čini da su one sve nepristupačnije i nerazumljivije.

"IMAGINARNI" MUZEJI ILI "MUZEJI BEZ ZIDOVA"

Andre Malraux je zamislio moguću situaciju u kojoj bi svaka osoba, postupajući prema svojim vlastitim kriterijima odabiranja i kombiniranja, postavila u svom vlastitom domu izložbu kakvu postavljaju muzeji. Posljednji to čine obično s teškoćama zbog stvarne prisutnosti konzumenta umjetnosti i uvjetovane vizualne udaljenosti djela. Situacija koju je Malraux zamislio bila bi moguća jer se razvijaju najnaprednije tehnike za reproduciranje vizualnih djela.

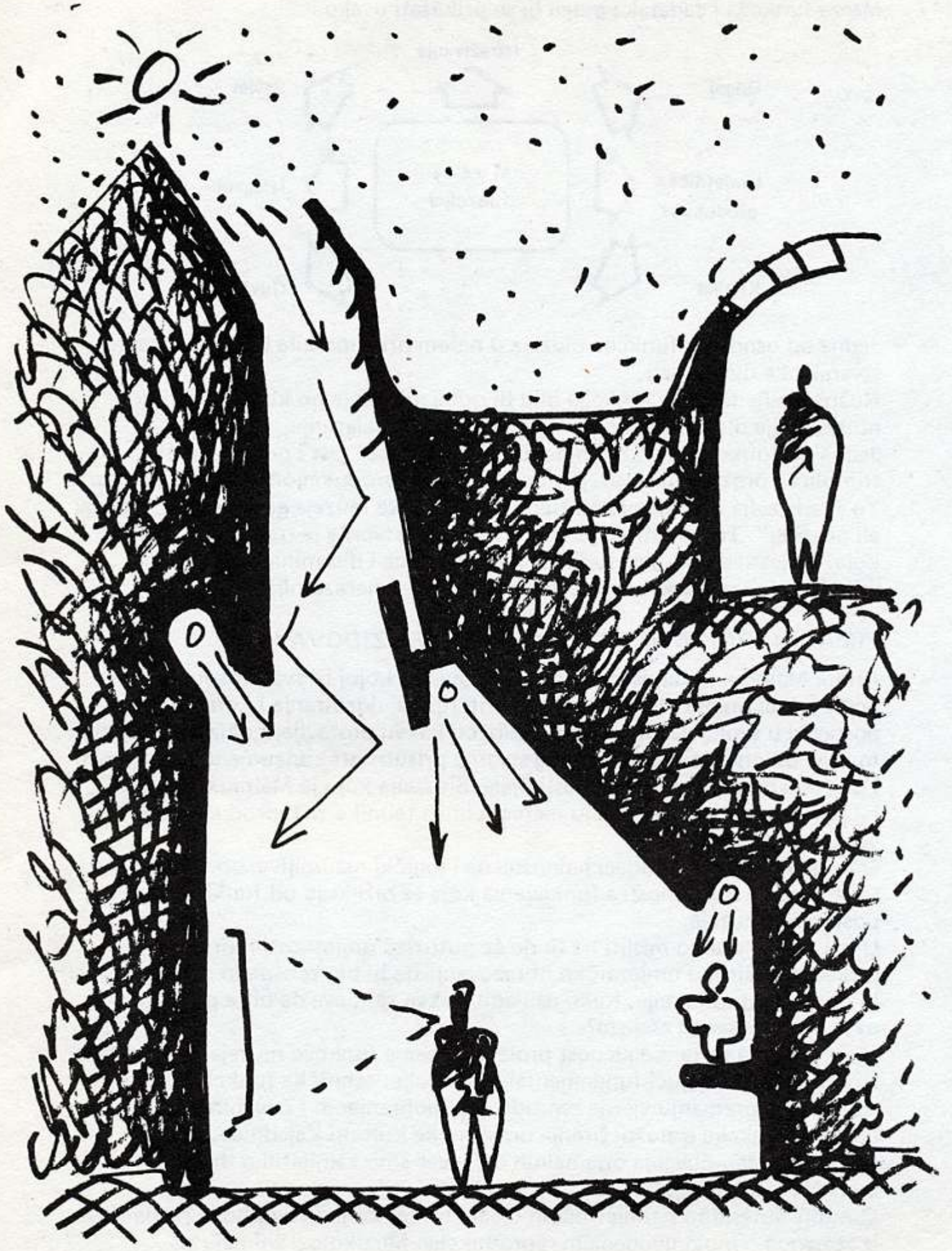
Ova ideja, po svemu sudeći jednostavna i logički razumljiva, podržava našu ideju muzeja budućnosti s funkcijama koje se razlikuju od funkcija postojećih muzeja.

U isti mah moramo misliti na to da će potrošač umjetnosti morati posjedovati široko umjetničko obrazovanje da bi bio sposoban odabrati djela ili njihove reprodukcije. Kako uskladiti takve zahtjeve da bi se postigao cilj ovoga renomiranog esejiste?

Vjerujemo da će ta mogućnost proizaći iz same funkcije muzeja koji postaju laboratoriji razvijajući fundamentalne funkcije: tehnička funkcija koja se sastoji u pripremanju vjerne reprodukcije pohranjenih i čuvanih djela i odgojna funkcija u službi širenja umjetničke kulture Zajednice.

Istu tendenciju čuvanja originalnih djela već smo zamijetili u drugim tehničkim područjima.

Čuvanje autentičnih umjetničkih djela ima za posljedicu njihovo povlačenje iz izravnog odnosa uvođenjem reprodukcije. Muzikolozi snimaju na



magnetofonsku traku originalne verzije svojih omiljenih djela i uključe magnetofon kad god žele uživati u njima. Zašto sličan sistem ne bi mogao biti prihvaćen i u vizualnim umjetnostima?

Uskoro će, po našem mišljenju, običan korisnik moći pomoću holografa reproducirati vizualni materijal u raznim uvjetima, upravo onako kao što osoba koju zanima umjetnost može reproducirati originalne trake video-umjetnika na svom video-recorderu.

Ne isključujući tradicionalnu prezentaciju novih djela mišljenja smo da bi ova trebala biti dopunjena izradbom paramuzeoloških djela kao potrošnih reprodukcija. Muzej je, naime, restriktivna sredina gdje je izravna konzumacija uvijek ograničena.

To su pitanja o kojima raspravljaju muzeologija, znanost i kritika. Ili, bolje rečeno, znanstvena kritika. Njena se metodologija temelji na polemikama. Muzej se, nedvojbeno, nalazi u krizi, a tako i muzeologija. Uvijek je bila u krizi i uvijek će biti. Danas se smatra da kriza znači trenutak u kojem se proces razrješuje ili iscrpljuje. Međutim, ona izaziva novu situaciju koja će i sama omogućiti rast druge krize.

Bilo bi naivno zahtijevati potpunu i radikalnu promjenu tradicionalne funkcije muzeja tamo gdje čak i ta funkcija nije još ostvarena, ili čak nije ni u začetku.

Bez odnosa prema stvarnim, fizičkim uvjetima karakterističnim za položaj muzeja u svijetu, — ideja Andre Malrauxa je, suprotno njegovoj namjeri, i sama imaginarna.

S tim u vezi neophodno je da publika stvaralački sudjeluje u svemu što se odnosi na preobrazbu muzeja u laboratorij. Potrebno je da se aktivno uključi do mjere preuzimanja specifičnih tehničkih uloga i funkcija.

Odnos prema muzeju prestat će biti obilježen pukom ulogom promatrača i postati aktivni odnos.

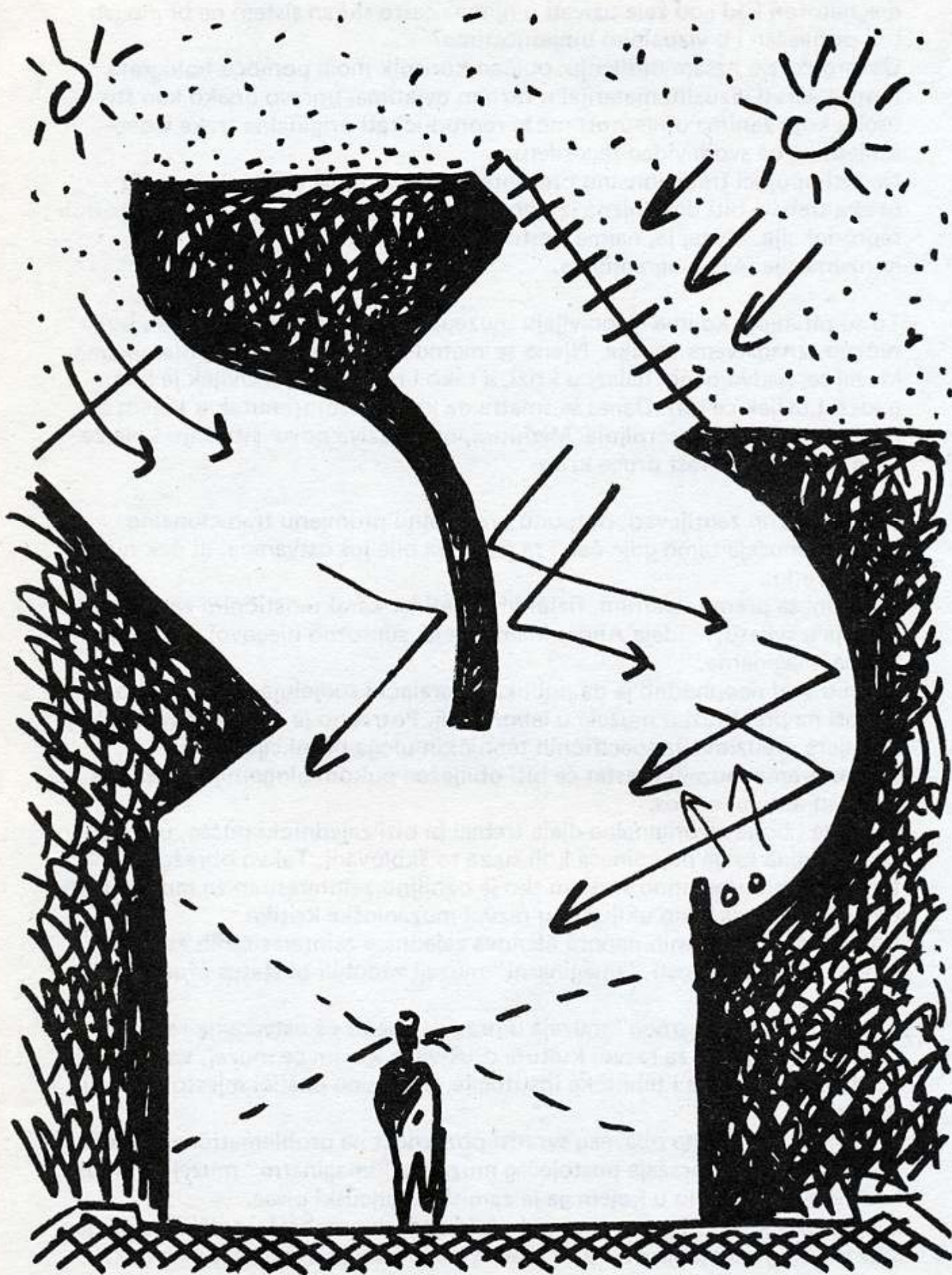
Čuvanje i briga za originalna djela trebali bi biti zajednički posao, umjesto što su jedina briga pojedinaca koji su za to školovani. Takvo obrazovanje trebalo bi biti dostupno svakom tko je ozbiljno zainteresiran za muzeografski posao i želi se aktivno uključiti u razvoj muzeološke kritike.

Kao rezultat združenih napora članova zajednice zainteresiranih za umjetničku djelatnosti, "imaginarni" muzeji zadobili bi status pravih muzeja.

Preobražaj "imaginarnog" muzeja u pravi — značit će ostvarenje raznih funkcija potrebnih za razvoj kulture društva, u kojem će muzej, kao i druge obrazovne, odgojne i tehničke institucije, postupno postići mjesto koje mu pripada.

U ovoj fazi osjećamo obavezu svratiti pozornost na problematične vidove progresivnog preobražaja postojećeg muzeja u "imaginarni" muzej ili "muzej bez zidova" u smislu u kojem ga je zamislio francuski pisac.

Na prvom mjestu (kao što smo već istakli) takav preobražaj traži vrlo naklon stav u prilog odgajanja publike i njenog uključivanja u muzej, pa na neki



način mora biti u skladu s promjenama i s procesom rekonstrukcije tradicionalne funkcije muzeja.

Ovo postavlja fundamentalni problem povezan sa sudjelovanjem publike u proizvodnom procesu i u **racionalnom** trošenju (orig. consumption; op. prev.), umjetnosti. Potpuno je nevjerovatno da bi samo iznošenje teorija izazvalo bilo kakvu brzu promjenu u strukturi proizvodnje – konzumiranje koje s obzirom na institucijske vidove muzeja prevladava gotovo u cijelom svijetu.

Mi smo opterećeni masovnom diseminacijom kulture "jedan za sve" (prema klasičnoj definiciji G. Batesona), što otežava pojavu nove participacijske dinamike. A vidjeli smo da bi bez takve participacije bilo nerealistično uvoditi "imaginarni" muzej i privatnu, osobnu konzumaciju umjetnosti reprodukcijama.

Vjerujemo da je ovo fundamentalan vid mogućih prigovora protiv konkretne realizacije privatnog muzeja, budući da je ideja "imaginarnog" muzeja ili "muzeja bez zidova", i općenita i donekle, razumljiva ali ne odražava spatio-tempora aspekte pitanja.

OD "IMAGINARNOG" MUZEJA DO INTEGRIRANOG MUZEJA

Muzeologu je povjeren zadatak da razvija teorijsku kritiku funkcije i strukture današnjih muzeja. Jedna od njegovih odgovornosti jest da, potpuno poznavajući sve "za" i "protiv", prezentira održive i provedive alternative za reorganizaciju prakse priređivanja izložbi i participacije posjetilaca u muzejima.

Bez obzira na utopizam i infantilizam, on će morati procjenjivati prijedloge i proizvoditi kreativne sinteze koje bi na osnovu postojećih sredstava omogućavale prikladna i racionalna rješenja. Pojam "integriranog" muzeja povezan je s tom vrstom racionalnog rješenja; jedan od mogućih ciljeva tog muzeja može čak biti i "imaginarni" muzej. Međutim, konkretna realizacija "imaginarnog" muzeja uključivat će sve posredne faze – od prilagođavanja konkretnoj sredini do usvajanja odgovarajućih tehnoloških sredstava prikladnih namjerama muzeologije. Suočen sa zatvorenim rješenjima muzeolog koji nastoji postići integraciju trebao bi tražiti otvorena rješenja; to znači da bi morao izbjegavati stvaranje uskih krugova u kojima djeluju zatvoreni kodovi razumljivi samo šačici upućenih osoba.

Termin "imaginarni" muzej ne odnosi se samo na kombinaciju različitih vidova koje smo već naznačili kao informativne, kreativne, odgojne i obrazovne funkcije.

U osnovi, termin znači da u dijakronijskom vidu realizacije ove funkcije postoje različite faze. Bez te postupnosti, nagla ad hoc izmjena tradicionalnog muzeja u posve drukčiji muzej predstavlja utopijski zadatak, jer ne vodi računa da se sukcesivni oblici prilagođavanja, potrebni u normalnom razvoju muzeja, moraju osnovati na kolektivnoj svijesti.

"Integracija" je, znači, dvostruko pitanje: ona ima sinkronijski i dijakronijski aspekt.



11. DIJAKRONIJSKA PRILAGODBA MUZEJA

Potpuni broj funkcija koji bi u integriranom muzeju mogao postojati uglavnom se odnosi na izložbenu djelatnost i širi se do faze u kojoj muzej postaje kreativna radionica sa zadatkom obrazovanja i diseminacije. Taj broj funkcija će se, nedvojbeno, neko vrijeme samo razvijati.

S tim u vezi, predlažemo slijedeće faze razvoja:

- a) Na početku, uz muzej se formiraju kreativni timovi, a u vezi s izložbama.
- b) Ovi timovi, predvođeni poznatim umjetnicima, bili bi zaduženi za radionice ili slična mjesta stvaralačkog djelovanja.
- c) Istovremeno, ove radionice djelovale bi na trećoj razini, – kao obrazovni i odgojni centri s (na početku pasivnim) sudjelovanjem gledalaca koji bi pomagali u nekim područjima rada.
- d) Organizirale bi se tribine, obrazovno kontekstualizirane, s namjerom da se rasprave i vrednuju kriteriji čuvanja i pohrane umjetničkih djela.
- e) Timovi arhitekata i teoretičara donosili bi odluke o fizičkim osobinama pogodnog smještaja svake od ovih posebnih funkcija i izložbi.
- f) Uspostavljanje tehničkih timova koji bi odlučivali o najboljem načinu reprodukcije djela. Njihova djelatnost bi se u početku koncentrirala na dvodimenzionalna djela, imajući na umu stvaranje "imaginarnih" muzeja, kao i posebnog arhiva mikrofilmova ili dijapozitiva koji bi dokumentirali povijest muzejskih izložbi.

Naravno, ovo su samo neke faze u integraciji muzeja. Za kraj smo ostavili fazu koja je, po našem mišljenju, najbitnija. Tu mislimo na odgajanje muzeoloških kritičara u vezi s prethodno navedenim aktivnostima. Muzeološki bi kritičar morao sudjelovati u svim tim funkcijama, morao bi predložiti uvođenje dodatnih aktivnosti koje bi unaprijedile cjelokupni rad.

Znači, da bi integrirani muzej morao obuhvatiti i integriranu kritiku, odnosno muzeološku kritiku koja je povezana s raznim aktivnostima i fazama razvoja muzeja – od tradicionalne uloge i funkcije do faze na kojoj se društvo, potpuno svjesno utjecaja muzeja na urbanu kulturu, aktivno uključuje u svaku od ovih faza ili funkcija koje smo opisali.

Integrirani muzej i integrirana muzeološka kritika su, znači, komplementarni vidovi iste stvarnosti. Oni su, iako međusobno ovisni, relativno autonomni, a stvorit će osnovu za stvaranje "pravih" muzeja radije no "imaginarnih" muzeja.

Ovo nije pokušaj prepravljanja sheme koju je predložio Malraux. Mi samo želimo spriječiti lažna očekivanja zasnovana na nepoznavanju složenosti problema na području muzeologije.



12. MUZEOLOŠKA RASPRAVA I NJENA SEMIOTIČKA STRATEGIJA

Muzeološka rasprava kao oblik rasprave koji se odnosi na kritiku strukture i aktivnosti muzeja ima svoju vlastitu metodu pristupa koja odgovara njenom predmetu (muzeju). Ta je metoda pristupa sve složenija utoliko što se njen predmet i sam morao mijenjati u skladu s opsežnim teoretskim tekstovima muzeološke kritike i cjelokupnim vanjskim potrebama proizašlih iz popratnih okolnosti, kao što su geografski položaj, masovna kultura, povijest, specifična razina razvoja u svakom pojedinom društveno-političkom kontekstu itd.

Međutim, ovi uvijek različiti čimbenici ne iskrivljavaju kreativni proces u kontekstu njegovih retoričkih struktura. One su izraz alternative povezane s



proširivanjem muzeja u centar umjetničke djelatnosti (u orig. artistic operations; op. prev.).

Rasprava o umjetnosti na taj se način postvaruje u kritičkoj raspravi o instituciji koja, antonomastički rečeno, postaje "zadnja rupa" u razvoju umjetnosti i u razvoju oblika umjetničkog izraza.

Ovaj preobražaj općeapstraktne rasprave u konkretan objekt, odnoseći se na specifičan predmet (muzej), a imajući na umu njegovu formativnu ulogu u društvenom smislu, — omogućava da muzeološka kritika bude konkretnija i specifičnija od tradicionalne kritike.

Ovakva određenost omogućava razradbu plodonosne stvaralačke rasprave u kojoj je semiotički faktor nadređen simboličkom.

Taj je sukub starog i novog važan za budućnost institucije koja će se, ako je preobražena na odgovarajući način, prilagoditi određenim društvenim i kulturnim potrebama na svakom mjestu i u svakom povijesnom periodu. U ovoj diskusiji o muzeju ne radi se ni o čemu drugom nego o samoj srži društvenog procesa koji uključuje konzumaciju umjetnosti.

Bilo bi možda lakše govoriti o "smrti muzeja", "irelevantnosti" umjetničke kritike ili sličnim izrazima, nego pokušavati obnoviti osiromašen i oslabljen oblik rasprave pomoću modernih konceptualnih sredstava. Mi smo se ipak opredijelili za ovu drugu alternativu, budući da ni kritičar ni muzeolog ne bi smjeli dozvoliti da nestane oblik rasprave koji je imao istaknuto mjesto u povijesti i na svoj način pomogao da muzej transcendirira svoju isključivo prikazivačku funkciju.

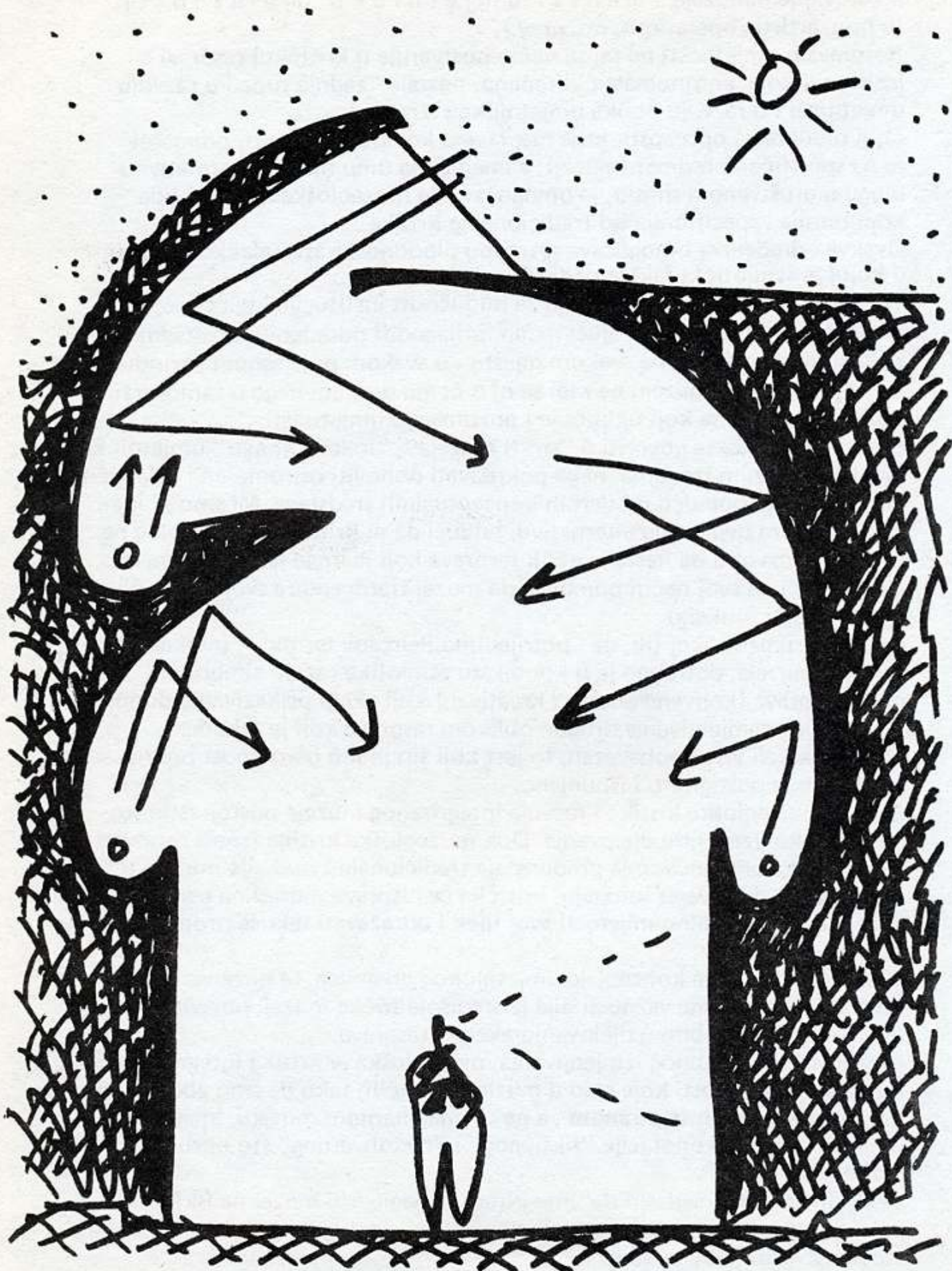
Unatoč prikazivačkoj (ili, da upotrijebimo Peirceov termin — indikacijskoj funkciji muzeja, potrebno je u kontekstu semiotike razviti simbolički oblik rasprave (konvencionalan i kreativan) koji akciji prikazivanja dopušta mijenjanje i zamjenjivanje drugim oblikom rasprave koji je također simbolički, ali vrlo neobavezan, to jest koji širi jednu otvorenost prema svemu što je postignuto i ispunjeno.

Između muzeološke kritike i razvoja integriranog muzeja postoji istinsko dijalektičko uzajamno djelovanje. Dok muzeološka kritika iznosi osnovne smjernice za omogućavanje preobražaja tradicionalne funkcije muzeja u prvenstveno društvenu funkciju, kritička će rasprava morati na osnovu ovih preobrazbi stalno mijenjati svoj tijek i odražavati tekuće promjene koje su se dogodile.

Obris funkcije nove koncepcije umjetničkog pregnuća, te njegove društvene i povijesne važnosti čija je središnja točka muzej, pojavit će se u ovom međusobnom djelovanju akcije i rasprave.

U procesu međusobnog izmjenjivanja, muzeološka je kritika integrirana u mnoštvo aktivnosti koje smo u muzeju razlučili, tako da smo zbog istog razloga govorili o **integriranom**, a ne o **imaginarnom** muzeju, imajući na umu semantičke konotacije "fiktivnog" i "nedohvatnog" što okružuju Malraux-ov izraz.

Međutim, želimo naglasiti da integrirani i imaginarni muzej ne isključuju jedan drugoga ako postoje okolnosti razvijene u takvoj mjeri da se oba oblika mogu ostvariti istovremeno.



U tom se slučaju integrirani muzej može realizirati na mnogo načina, a jedan od njih je oblik imaginarnog muzeja.

SEMIOTIKA PARTICIPACIJE

Kad se radi o raznovrsnim oblicima umjetničke kritike (novinska, književna, televizijska kritika, itd.) ili o djelima izloženim u muzeju, primaocu se uvijek izlaže neko značenje (lingvističko ili nelingvističko), a on ga treba dekodirati. Sljedstveno tome, značenje djela ili značenje metaumjetničkog proizvoda, kao što je to kritički komentar, predstavlja zajednički imenitelj u diseminaciji umjetnosti u društvu. Oba oblika izraza, zbog toga, potpuno pripadaju polju semantike, a pokriveni su zajedničkom znanošću, tj. semiotikom, do mjere po kojoj se značenja razmatraju u općenitijoj znanosti o znakovima. Ova znanost može dovesti do proučavanja prijenosa značenja, jer je cilj takvog prijenosa, između ostalog, i komunikacija semantičkog sadržaja u društvu.

Stoga predlažemo zajedničko područje proučavanja, kako bi bilo moguće istraživati probleme vezane za odnos kritike i muzeja i objašnjenje pitanja o njihovom efikasnijem djelovanju, što bi, kako smo rekli, trebalo podrazumijevati zajednički pristup. Opća teorija o načinima cirkuliranja umjetničkih informacija kroz različite tipove kanala, može se za sada razvijati bez ikakve prepreke. Ta bi teorija bila u skladu s komunikacijskom semiotikom koja temeljitije ispituje složeni proces prenošenja estetskih značenja.

Nadalje, ne bismo smjeli zaboraviti da umjetnička kritika pridodaje djelu novo značenje i publici predstavlja ideju da je umjetničko djelo otvoreno raznolikim interpretacijama.

Međutim, kolanje nije ni jednostavno ni linearno.

Muzej i umjetnička kritika dopuštanjem takvog pristupa njegovali bi razvoj kritičkog stava od strane posjetioca, osobito u okolnostima gdje je posebno teško razviti takav stav (novi oblici umjetničkog izražavanja, novi i nepoznati trendovi, materijali, oblici, itd.).

To uključuje širok opseg značenja i vjerojatno je da prepoznavajući da cjelokupni proces, koji opisujemo, korespondira sa svijetom stvaranja značenja i njihovih učinaka, primalac postaje spremniji riskirati sasvim određen stav prema djelu određenog autora.

Ne želimo potcijeniti aktivnost tradicionalnih profesionalnih kritičara. Mi bismo, naprotiv, željeli istaknuti pristup koji je usredotočen na semantičko istraživanje, što bi moglo biti korisno i za muzej i za kritičara i za primaoca – koji je krajnja točka i osnovni cilj svih kritičkih i muzeoloških aktivnosti. Izuzetno važno je istaknuti da zadatak semantičkog istraživanja ne moraju nužno vršiti muzeolozi ili kritičari umjetnosti, iako bi to bio koristan pristup. S obzirom na potrebnu podjelu intelektualnog rada u društvu, stručnjak bi mogao na svom području iznijeti alternative i sugestije za najpovoljniji oblik javnog diseminiranja i umjetničkih i kritičkih dostignuća.

Iako se umjetnička kritika ne može odvajati od cjelovitog poznavanja muzejskog djelovanja. Unatoč tome, ona ne može zanemariti komunikacijske probleme u kontekstu u kojem djeluje. To komplicira prikaz, ali ga ujedno i razjašnjava. Komplikacija nastaje iz činjenice da su uključene varijabile brojnije nego što se pretpostavlja; razrješavanje se postiže jer je tako moguće imati opsežniji i jasniji cjelokupni pregled pravih problema s kojima se moramo susretati u bilo kojoj djelotvornoj akciji kojoj je cilj uključivanja publike u polje umjetnosti i njenog širenja.

Kritiku koja nije u odnosu s prilikama u kojima djelo nastaje i pravim okolnostima njegovog širenja putem muzeja, možemo opisati kao slijepu kritiku. S druge strane, kritiku koja se ne obazire na teoretski registar koji može pridonijeti važnu pomoć prosudbi stvari kao što su semantičko i komunikacijsko stanovište, možemo opisati kao gluhu kritiku.

Nitko ne može ignorirati širenje teorije jer cijela semantika umjetnosti djeluje da bi u adekvatnim terminima učinila mogućim razmatranje objekta tako važne zadaće kao što je umjetnost. Danas nam je potrebna takva vrsta kritike koja bi odražavala, između ostalog, slijedeće potrebe:

- a) odgovarajuće angažiranje u muzeološkim problemima;
- b) potpunu svijest o njihovoj društvenoj pozadini;
- c) čvrsto uvjerenje da kritika nikad nije izolirana, egocentrična pojava, nego se razvila imajući u vidu primaoca;
- d) inkorporiranje znanja s područja semantike i komunikacija koje je potrebno za efikasije širenje i bolje razumijevanje umjetničkih djela i same kritike;
- e) poticanje kritičkog stava u primaoca, pretpostavljajući da je kritika vezana na odgoj i obrazovanje, a ne zagonetka koju može odgonetnuti samo nekolicina učenjaka: i
- f) izbjegavanje kitnjastog pamfletističkog ili demagoškog pristupa.

Očito je da nije lako ispuniti sve ove uvjete. Pretpostavljamo da kritika i muzeološka aktivnost imaju znatne intelektualne uplive na zajednicu i da su od najveće važnosti u širenju kulture. Ako je tako, onda je sigurno vrijedno truda poduzeti akciju za razjašnjavanje i integraciju znanstvenih područja koja, kao i komunikacijska semiotika, mogu znatno pridonijeti ostvarivanju našeg zadatka.

Umjetnici, izlagači i kritičari moraju potpuno uočiti konvergentne crte koje spajaju njih i njihove uzajamne interese u najvažniju kulturnu aktivnost – širenje umjetnosti. Takav stvaralački trud sa svim svojim implikacijama u odgoju i oblikovanju mentaliteta pojedinca zahtijeva organizirane i isplanirane napore, a ne neorganiziranu, slučajnu aktivnost.

Ako imamo na umu različita stanovišta koja smo pokušali ustanoviti i koja, srećom, predstavljaju savršeno dostižne ciljeve za svaku osobu koja se iskreno predala rješavanju svog zadatka – možemo reći da je prava socijalna dimenzija društvenog djelovanja povezanog s diseminacijom stvaralačkog proizvoda iz osnova demokratska.