

KAKO SAGRADITI USPJEŠAN MUZEJ, ILI PLEDOAJE ZA ZAJEDNIŠTVO

TOMISLAV ŠOLA □ Filozofski fakultet, Odsjek za informacijske znanosti, Zagreb

O zgradama, pa i muzejskima, najviše znaju arhitekti i, vjerujem, povjesničari umjetnosti. Kad muzeolog kaže svoje mišljenje ima u tome ili neočekivane prednosti ili instruktivnih mana. Dakle, korisno je. Muzeolog je, vjerojatno, potrební posrednik do uspješnog muzeja. Muzej, pak, nije samo zgrada ili samo izložbeni prostor, niti je samo zbroj specijalističkih funkcija. Muzej je složena cjelina radnog procesa uobličena u tehnološki, estetski i simbolički prostor. Muzej čini sve: početna potreba, koncept, zbirka, zgrada, sadržaj i program - specifičan pulsirajući proces posredovanja. Sve što prethodi toj procesualnoj cjelini samo su njegovi dijelovi.

POZNAVANJE PARTNERA I INVESTITORA. Arhitektima je važno da upoznaju svoje stvarne partnere. Muzej, centar za posjetitelje, baštinsku atrakciju, znanstveni centar ili bilo što iz te rastuće konfiguracije novih institucija identiteta arhitekti neće moći izgraditi sami. Arhitektura bez investitora (koji zna i kaže što želi) prije je ili kasnije proizvoljna. Bez partnera u poslu arhitekt bi mogao napraviti nešto što neće imati potrebnu uporabnu vrijednost. Uspjeh se pak ne planira ovisnošću o pukoj sreći.

Tko je, dakle, investitor? Država? Grad? Regija? Fondacija? Političari? To su sve samo administracije koje žele biti uspješne, ali njihov zahtjev tek treba postati *brief* - detaljan popis potreba, procesa i odnosa koje treba oprostori i organizirati u udobnu i vizualno kooperativnu sredinu. Investitor nije ni zbunjeni muzejski ravnatelj ili njegov stručni kolegij. Oni su možda savršeni stručnjaci u svojoj akademskoj disciplini i, vjerojatno, poznaju muzej koji su zatekli i u kakvome su učili muzejsku struku. Kustosi uglavnom nemaju potpun svijest o svijetu u kojemu žive, ne razumiju koncept baštine, ne poznaju temeljito prirodu institucije i svoj djelatni kontekst, te ne poznaju svojeg korisnika ni njegove potrebe. Filozofija struke najčešće im je predaleka tema. Jednoga dana neće biti tako, ali još dugo hoće. Treba li reći da su iznimke uvijek tu da bi potvrdile pravilo?

JE LI KUSTOS UJEDNO I MUZEOLOG. Samo rijetko. Kustosi su do sada bili svi oni studenti što su završili bilo koju akademsku disciplinu i imali sreću da se



nakon jednogodišnjega radnog iskustva i kratkog stručnog ispita zaposle u muzeju. Takve u muzej dovede ili stric ili stranka ili pak napravi negativna selekcija kojom se brani svaka slabost. Čak ni izvrstan student strojarstva ili briljantan arheolog odnosno prirodoslovac istraživač možda nemaju pojma o dva stoljeća povijesti moderne institucionalne brige za baštinu, niti ih je, možda, briga za posjetitelje. Možda nauče. Možda ih zavole. Radni proces muzeja može im biti posve nepoznat. "Naučit će, ima vremena." No iskustvo ipak pokazuje da praksa nudi najskuplje, a često uzaludno i pogrešno učenje. U muzej se, kao ni za štafelaj, ne bi trebalo dolaziti bez talenta. Riječ je o znanstvenom teatru - o komunikaciji identiteta. Rezultat - zapuštena struka te skupe i dugotrajne promjene.

Međutim, kad kustosa u muzej dovede muza svojom čarobnom, mirisnom rukom, a urokljivim pogledom prenese na njih stvaralački nemir, kad ih zarazi vokacijskim oduševljenjem i učini nestrpljivim kreativcima, onda je riječ o muzeolozima. Kad muze nema, preosta-

ju, kao i za svaki drugi vrhunski posao, fakultetske klupe; odatle se danas na više od 800 sveučilišta u svijetu poučava kustoska struka.

TKO JE, DAKLE, INVESTITOR I MOGUĆI PROJECT MANAGER. Slijedeći karakter muzejske institucije, "transcendiranu" prirodu baštinskih institucija, po kojoj je muzej demokratska institucija općeg dobra, investitor je, istina posredno, korisnik kojemu je namijenjena i koji je najčešće njezin izravni financijer - porezni obveznik. K tomu, većina je muzeja u službi nekoga kolektivnog identiteta ili pak kolektivnih aspiracija, pa je njihova obveza da izraze te kolektivne vrijednosti i težnje jača.

Projekti se, dakako, ne izvode s tako nejasno definiranim investitorom. Zato postoje struke-posrednici. Odatle i muzeolog zastupa struku, ali i njezine društvene obaveze, tj. utjelovljuje kolektivni ego i njegovu potrebu da se izrazi u novim institucijama i programima. Kustosi, često s nepotrebnim osjećajem ugroženosti, smatraju da je riječ o nekom novom vlasniku; dakle, muzeolog će im naređivati što će učiniti. Nije ni približno tako. Muzeolog je svaki za specifični muzejski radni proces obrazovan kustos. Ili, kad smo već kod toga, kustos ne bi smio ni postojati bez temeljitog znanja o brizi i komunikaciji baštine. Kustos muzeolog raspolaže svim specijalističkim znanjem kustosa, za razliku od mnogoga "priučenog kustosa" poznaje koncept baštine, prošlost, prirodu i društveni smisao institucija, osnove psihologije i pedagogije, nije mu strana ni sociologija, a izvođačke umjetnosti stalno su mu područje inspiracije. Muzeolog poznaje svijet u kojemu živi, poznaje potrebe zajednice koja je vlasnik muzeja i zna da znanost ostaje stalna "zlatna podloga" svekolike komunikacije u baštinskim ustanovama. Muzeolog pobliže poznaje bar jedno akademsko područje, ali je generalist koji mnogo stvari zna površno.

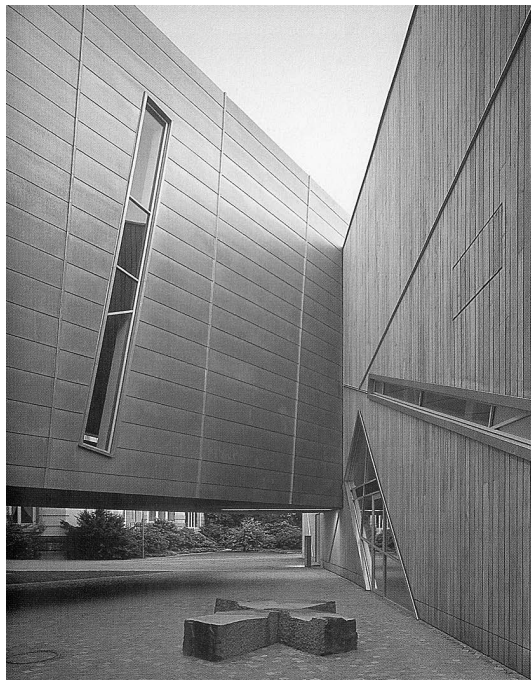
Dakle, to je taj potrebni partner arhitektu i dizajneru. Dakako, svugdje će se vrlo brzo izdvojiti osobe s iskustvom u upravljanju projektima i postati će savjetnici i profesionalni konzultanti. Uostalom, kustoska struka poznaje taj proces specijalizacije: na jednom je kraju kustos koji se bavi obradom i katalogizacijom, dakle istraživanjem ili brigom o predmetima, a na drugoj komunikator, edukator, organizator... Treba li uopće i reći da je kustos malog muzeja neizostavno *one-man-band*, Katica za sve, osoba od koje bi bilo suvišno i prehrabro očekivati da arhitektu bude sugovornik u tako važnom poslu kao što je planiranje novog muzeja.

USAMLJENI ARHITEKT. Richard Meyers je u Barceloni na mukom i rušenjem osvojenoj skupoj parceli u središtu "donjega grada" napravio Muzej suvremene umjetnosti. Obavljena su dva otvorenja - najprije same zgrade, a onda i sadržaja. Čudan novi običaj, a i znakovit, rekao bi ironičan muzeolog. U jednoj prilici, netom nakon drugog otvorenja, za stolom se okupilo desetak kustosa i direktora katalonskih muzeja. Na pitanje koji je "muzej" bio bolji, onaj s prvog otvorenja ili



onaj s drugoga (kad je zgrada dobila i umjetnička djela), jedinstven je odgovor bio: prvi. Razlog je jednostavan: vrstan arhitekt nije se opterećivao sadržajem jer nije imao investitora koji bi inzistirao na bilo čemu osim na općim uvjetima koje ionako svaki arhitekt znade. Dakle, arhitekt je napravio ono što ga je veselilo. Ili, da budemo nešto zlobniji: ono što će ga najbolje afirmirati kao autora. Dakle, napravio je zgradu za sebe i za arhitekturu, a na temu suvremene umjetnosti i s inspiracijom korisnika. Ti su korisnici najviše nalik upravo na one simpatične, anonimne figurice koje se crtaju u aksonometrijskom prikazu da bi ukrasile prostor ili mu sugerirale mjerilo; savršeno su poslušni i ništa ne traže. Taj je muzej bar lijep, iako je krajnje nepraktičan.

Ima i onih koji su zaista promašeni. Najčešće se to događa, (gle podudarnosti!) kad je arhitekt ili oblikovatelj prostora međunarodna zvijezda, dakle, nedodirljiv - onaj kojemu se ne prigovara. Gdje god dođe, Gae Aulenti stvori prijepor i nedoumice svojim nametljivim autorstvom. Najočitiiji su primjeri toga preuređenje Muzeja Katalonije u historicističkom paviljonu svjetske izložbe na brdu Montjuic i Musée d'Orsay u prostoru bivšega orleanskog kolodvora u Parizu. Hipostilna dvorana umjesto fleksibilni izložbeni prostor u prvome muzeju upravo je karikaturalan primjer manirizma koji je uništio svaku funkciju. Nakon što je ekipa arhitekta Philippona zapravo otjerana iz Musée d'Orsaya (a vodili su projekt samozatajnom profesionalnošću), posao je predan gospođi Gae Aulenti, koja je nemilice trošila novac investitora, razbacivala se dragocjenim prostorom, inzistirala na skupim materijalima, unaprijed trošila strpljenje i noge posjetitelja na svoje postmodernističke eskapade. Poigravanje arheološkom sintak-



sl.3. Felix Nussbaum Museum, Osnabrück, Njemačka - arhitekt: Daniel Libeskind

som Asirije i Babilona te *artdecoom* činilo se dovoljno ekstravagantrnim da prođe kod nešto šire publike i snobova. U tom je muzeju upropašten duh te, inače zaštićene zgrade, ugodna lakoća *fin de sieclea*, i metalne konstrukcije... Cirkulacija je potpuni promašaj, "akrošaž" je doslovno diletantski, a koncepcija muzeja (i tu je imala udjela) srozana u konvencionalnost i tradiciju. Doduše, sve je prošlo dobro, a publika sveudilj hrlila u taj muzej. Ne bi da nije dvaju nenedmašnih jokera: impresionista i pariške fame: *Quod licet Iovi, non licet bovi*.

Daniel Libeskind je zvijezda. Svijet u kojemu živimo postojanjem zvijezda brani se od rastućeg kaosa i anonimnosti. Dakle, Libeskind može zahtijevati i dobiti što želi. On je skulptor, ali i filozof prostora. Njegove muzejske zgrade interpretacijski su mehanizam ideja, značenja i vrijednosti kojima je muzej posvećen. Tako su oko religijske poruke Riječi konstruirane gotičke katedrale kao njezin zaklon i njeno tumačenje. Dakle, praksa ima dobro utemeljenje, ali povlastica pripada malobrojnim i stoga je to opasna praksa. Mali muzej Felix Nussbaum u Osnabruecku Libeskindovo je remek-djelo. Ondje se tema (tragična sudbina židovskog slikara u Drugome svjetskom ratu) osnažuje i tumači zgradom i predmetima. Židovski muzej u Berlinu već je višak zgrade, štoviše u nerazmjeru je s konvencionalnim, anglosaksonskim stalnim postavom. Direktor muzeja ne bi ni za živu glavu priznao da većina posjetitelja dolazi u taj novi berlinski "must" zbog zgrade same. Nije ni to zanemarivo, jer je Berlin, iako nije prihodovao muzeološki trijumf, dobio arhitekturni, pa nam može biti samo drago da arhitektura privlači sadržaju koji bi inače bio niže na listi korisničkih prioriteta. Nije to, da ipak kažemo, poredak važnosti blizak

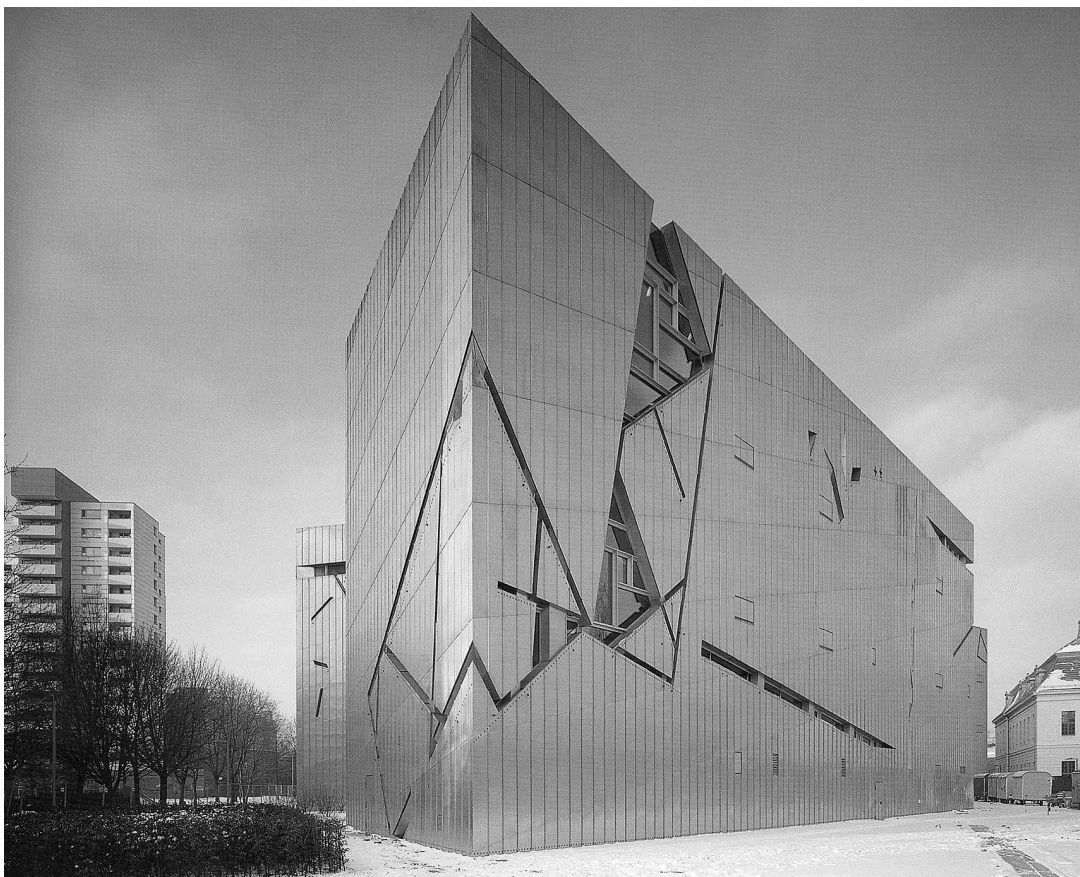
kustosima. Zato će biti zanimljivo vidjeti ishod avanture u Londonu. Naime, agresivni dodatak muzeju Victoria and Albert ipak će pokazati svoju vrijednost u uporabi. Kultura šoka apriorno cijeni senzaciju kao apoteozu inovacije. Biti drugačiji po svaku cijenu nije mudar savjetodavac ni u arhitekturi.

I projekt Franka Gehryja u Bilbau ostat će, uvjeren sam, njegovo najbolje djelo. Samo zbog toga bit će mu oprošteno što je doveo sadržaj muzeja u podređeni položaj. I ondje, u tom (prije muzeja) zapuštenome, pocrnjelom gradu kojemu je industrija nekoć bila ružno ali moćno središte, muzej zamjenjuje nestalo srce i svijetli svojim simboličkim značenjem i životnom snagom. I tamo se hodočasti čudu, a ne zbirci muzeja, a "čudo" je arhitektura i sve što kao preporod i novu energiju predstavlja. Ljudi vole život, a arhitektura ga tako snažno može materijalizirati.

Muzeja koji su bili više zgrade nego sadržaj bilo je i prije (uostalom, nije li to i F.L.Wrightov Guggenheim muzej u New Yorku?), ali tek potreba za gradskom ikonom, za imageom, za medijskom senzacijom koja povećava šanse za prikupljanje sredstava, tek ta egzaltacija suvremenosti dramatičizirala je navedenu zamku i učinila zadatak građenja izazovnijim. Dogradnja Saarinenova Milwaukee Art Museuma koji je projektirao S. Calatrava, primjer je sprege lokalne ambicije i razmahanog projektanta: od početnih 35 milijuna dolara trošak ekstravagantne konstrukcije nalik na ražu ili kitov rep narastao je na 100 milijuna. Muzej je bio i povod i transfer ekstravagancije koja nadilazi strukovne potrebe, ma kako ih definirali. Shvatljivo, muzej je hram identiteta, i to, zanimljivo, često projekcije tog identiteta. Tako političari i kulturni establišment manipuliraju građanskim strukturama da pri odlučivanju podrže arhitekturu koja materijalizira nacionalne i kulturne mitologeme. Legitimno? A što nije legitimno ako osigurate barem privid demokratske procedure? I opet, arhitekt će, posebice onaj kojemu je taština bliska, lako pristati na više novca i prestižniju zgradu.

POGLED NA NEKE MUZEJSKE PROJEKTE U HRVATSKOJ.

Hrvatska je obećana zemlja graditeljima muzeja, bar ako se procjenjuje po njezinim potrebama za brigom i komunikacijom baštine. Prema skromnoj procjeni, da bismo komforno trajali u donjoj trećini europskih država, treba nam dvostruko više muzeja. Za prvu bismo trećinu morali taj broj povećati bar još jedanput. Numerički su podaci, doduše, nepouzdana jer ništa ne govore o kontekstu i kvaliteti, kao ni o veličini institucija ili njihovu vlasničkom i fiskalnom statusu. Recimo, tek usporedbe radi, da Finska (s jedva milijun stanovnika više od Hrvatske) ima oko šest puta više muzeja. Za zemlju koja svoj nacionalni opstanak s pravom vidi u turizmu i, općenito, u sektoru usluga te u konsolidaciji identiteta (izvan dnevno-političke mitomanije i manipulacije), baštinske ustanove moraju biti dio nacionalne strategije i, kad bi bilo pameti, dio uže strategije razvoja.



sl.4. Pogled na Jewish Museum, Berlin, Njemačka - arhitekt: Daniel Libeskind

Godine 1975. osoblje tadašnjih Galerija grada Zagreba fotografiralo se za novogodišnju čestitku. Predvođeni Radoslavom Putarom, zaposlenici su stali na Savski nasip kod Bundeka da bi demonstrirali nezadovoljstvo mizernom brigom o suvremenoj umjetnosti, da bi iskazali svoje stajalište o tome gdje treba graditi novi muzej i proslavili netom dobivenu urbanističku markicu. Tri desetljeća poslije muzej se konačno gradi, doduše, samo u blizini Bundeka. Možda mu nove institucije koje će zauzeti ledine s te i druge strane Mosta slobode jednog dana dadu urbanističku logiku, ali ondje će još dugo samovati na jednome od najprometnijih raskrižja, s malo pješačkog prometa i susjedstvom poslovne zgrade koja mu ničim ne može pomoći. Umjesto zgrade dobivene ambicioznim međunarodnim natječajem imat ćemo zdanje koje je, doduše, korektno, ali i nezanimljivo. Sva na stupovima i u dvije (i pol?) elevacije, ta zgrada nudi desetak tisuća kvadratnih metara nasušno potrebnih suvremenoj umjetnosti Hrvatske, nadam se dovoljno fleksibilnih za kasnije preinake. Tri-četiri tisuće metara prostora nudi i ispod sebe, doduše, vjetru i noćnim namjericima, ako (samo) nekim čudom program ne mobilizira te nadsvođene a otvorene prostore. Na kraju dugog čekanja lako je objasniti žurbu, ali teško se oteti dojmu da smo dobili veliku, prosječnu zgradu, doduše, s korektnom muzeološkom podlogom, ali napravljenu prema predlošcima čije apetite ova sredina neće lako ispuniti.

Planirani će se prostori morati ostaviti praznima ili će se napuniti s bar 30 novih zaposlenika i skupim programom (sada je u muzeju dvadesetak zaposlenih, a program je primjeren njegovu skučenom, privremenom smještaju). Čini se da projektu nedostaje korporacijski plan koji bi obuhvatio studiju održivosti. Nadajmo se da ipak ne jedri u neizvjesnu budućnost. Nadajmo se, također, da nosi bar nekoliko konceptijskih inovacija koje će ga učiniti specifičnom ponudom na svjetskom kulturnom tržištu. Hrvatska nema ni političare ni ekonomiju, a muzej (bar zasada) nema team koji bi iznio takav ambiciozan pogon napravljen prema strukovnome i financijskom predlošku zapadnih muzeja. Nadam se da se u muzeju znade tko su budući partneri i kakav je program za 2007., kad se očekuje otvorenje. Prognoze su krajnje nezahvalne, ali ako se okolnosti dramatično ne promijene i dobra se volja vodstva i zaposlenika čudom ne pretvori u program, dobit ćemo polupraznu zgradu kao svjedočanstvo da je Hrvatskoj bolje da odgodi svoj ulazak u Europu (ali da svakodneвно na tome radi).

Nadajmo se da slične sudbine možda neće biti i riječki muzej moderne umjetnosti koji arhitekti Saša Randić i Ildis Turato trebaju smjestiti u staru tvornicu duhana. Prvi konzervatorski uvjeti bili su vrlo ograničavajući glede glavne fasade gdje je muzej trebao imati glavni ulaz da sam se nadao kako će netko shvatiti da je u muzej moguće ući s razine suterena, ukopavanjem

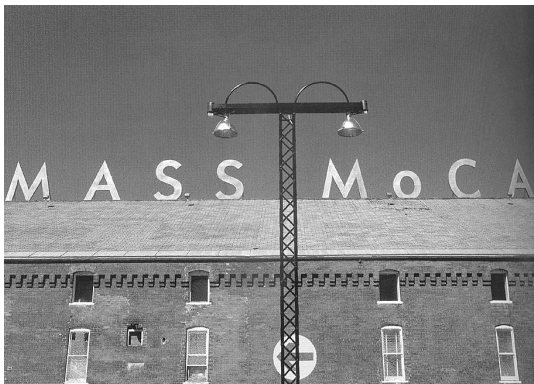


sl.5. Milwaukee Art Museum, Santiago Calatrava - arhitekt: Santiago Calatrava

ulaza i iskorištenjem podzemlja (sadašnje garaže) kao ulaznog platoa i kao komunikacijskog uvoda. Za razliku od toga, konzervatori su dopustili narušavanje fasade, ali i dogradnju na strani stubišnog trakta, koja je opsežnija no što se itko u toj fazi razmišljanja usudio zamisliti. Držim da je trebalo ostati u gabaritima postojeće zgrade, a pridobiti prekrasan neobarokni "paviljon", danas predviđen za rušenje i robustnu, ali zanimljivu trokatnicu do njega, za sve potrebe razvijenog "prostora umjetnosti i stvaralaštva", u što je trebalo pretvoriti taj muzej. Massachusetts Museum of Contemporary art u North Adamsu (Bruner/Cott & Associates Inc.) smješten je u golemom kompleksu tvornice iz 19. stoljeća, ali je ambijent pripitomljen i savladan tankočutnošću virtuozu, bez velikih intervencija. Klasična koncepcija, nadam se, nije na pameti ni arhitektima ni njihovu muzeološkom savjetniku Želimiru Košćeviću. Dobar znak projekta je strukovno savjetovanje tijekom idejnog projekta i izvedbe, a i ambiciozni mladi direktor kojega, čini se, muzej dobiva. Fleksibilni prostor u unutrašnjosti ostaje najbolja varijanta artikulacije za budućnost.

Mali narodi imaju ionako samo jednu formulu preživljavanja u globalizaciji: kreativnost i hrabrost. Usput, neće se, valjda, naša dva muzeja suvremene umjetnosti zvati svojim dosadašnjim opisnim imenima. Možda i hoće, ali valjalo bi vidjeti. Onaj u Massachusettsu je MASS MoCA, onaj u Cincinatiju je CAC, drugi su pak MOMA, Chiasma itd. Njihovo ime afirmacija je jedinstvenosti koju nastoje doseći - upravo vanjski znak te ugrađene ambicije. Usput, uspjeh pripada jedinstvenima, i među zgradama i među ljudima.

Muzej arheološkog nalazišta Naronu jedan je od onih koji vesele kao ideja. Vid kod Metkovića će dobiti muzej kakav prema uobičajenoj centralističkoj politici, pripada velikim gradovima. Građen na kaskadama nalazišta što ga prati svojom građevinom, muzej upotrebljava moderni jezik, tek evocirajući duboko arhaičnu sintaksu. Tako priziva ugođaj izgubljenih kultura s toga bogatog lokaliteta. Izuzetne skulpture s tog nalazišta naći će, čini se, u toj arhitekturi potrebnu simboličku pomoć. Takav je pristup ispravan i čest. Smisao mu je da integrira zgradu muzeja s nalazištem ispod i oko nje, dakle, zadatak je za korak ambiciozniji od uobičajene dislocirane zgrade izlagališta ili pak od pukog zaklona za zaštitu nalazišta. Izgraditi muzej na lokalitetu i nad njim poseban je, ali relativno nov izazov u muzeološkoj praksi. Što ima izazovnije za arhitekta nego da se nametne a da i dalje služi? Muzej Narone projekt je koji obilježava novu fazu razvoja muzeja u Hrvatskoj. Ne zna se hoće li takve muzeje više trebati sama lokalna sredina (kojoj mrtva prošlost, gle paradoksa, udahnuje život) ili pak turistička industrija koja vapi za zapretanom supstancijom svojih destinacija. Treba vjerovati da će muzej u svakom smislu blagotvorno urasti u svoju sredinu, živim sadržajima revitalizirati postojeće naselje i podignuti kriterije stanovnika. Arheolog Emilio Marin, konzervativni kustos, ali znalac struke, dobio je i od svoje ekipe i od arhitekta točno ono što je tražio: inspirativan, udoban i atraktivan *container* za neočekivani, senzacionalan nalaz. Uvid u izradene podloge otkriva metodičnost i iscrpnost kakve su, vjerujem, rijetkost u nas. Sklon sam vjerovati da je to početni argument postignute kvalitete



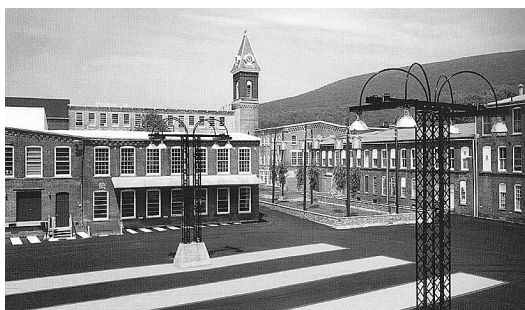
tog projekta. Kao pohvalu projektu treba reći da će zgrada jednostavnošću i nenametljivošću (bar kako se iz projektne dokumentacije vidi) uspjeti privući pozornost te pritom pomoći sadržaju.

Muzej evolucije i nalazište pračovjeka Hušnjakovo još je jedna zgrada *in situ* i primjer jednako dobro zamišljenog stapanja s krajolikom i s tematskim fokusom: podzemno boravište neandertalske zajednice. Arhitekt Kovačić imao je dobrog kustosa muzeologa Jakova Radovčića kao partnera, pa je muzejska zgrada tek jednim vanjskim pristupnim zidom izvan brijega u kojemu se ugnijezdila poput neandertalske špilje. Možda je bilo moguće biti još diskretniji, kao što je, recimo, Chibougamau Mining Interpretation Center u Quebecu, gdje samo jedan bakreni zid ispred stijene označava ulaz u muzej bakrene rude. Čini se da je ipak riječ o sigurno kvalitetnoj prinoi u svijetu hrvatskih muzeja. Bude li i postav onakav kakav je moguće očekivati od dvaju kreativaca - kustosa muzeologa koji zna razlučiti važno od nevažnoga i arhitekta kojemu je specijalnost komunikacijsko oblikovanje, eto nam nešto što možemo pokazati sebi i bijelom svijetu.

Kad je riječ o arhitekturi muzeja, valjalo bi reći tko među arhitektima vjerojatno objedinjuje najviše kvaliteta. I. M. Pei maestralni je vlasnik najboljeg osjećaja za mjeru i susretljivu estetiku. Njegov Gradski muzej u Berlinu (u usporedbi s Grand Louvreom ili Nacionalnom galerijom u Washingtonu) još je jedna potvrda vrhunske gospoštine u arhitekturi.

Osnova cjelokupnog uspjeha muzeja jest kvalitetan proizvod, ili: što je potrebno da bi se napravio dobar muzej?

U užem smislu to je vanjsko djelovanje muzeja, iako mnogi pogrešno misle da je proizvod muzeja sadržan u izložbama. Proizvod je zapravo učinak muzeja, onaj utjecaj na zajednicu koji stvara razliku u stanju zajednice "prije muzeja" i "poslije muzeja", kako to, gotovo kao nijedan drugi muzej, pokazuje Guggenheim Bilbao. Taj je muzej presjecište ambicioznoga grada, poduzetnih i pametnih gradskih otaca, arhitekta koji ni prije ni poslije nije napravio tako blještavu zgradu, sretnog trenutka, urgentnih potreba, plodnog konteks-



ta... Kad već muzealci to nisu znali, ambiciozni su amateri uz njihovu pomoć napravili muzej koji je uvelike ostvario ideale muzeja suvremene, internacionalne umjetnosti, koji je legitimno dijete globalizacije. Možda i jedino za koje se može reći da je lijepo i korisno, dometnuo bi možda neki cinik. Bilbao, treba reći, nije primjer koji treba slijediti: on je paradoksalan i plod je sretnih okolnosti, tj. inovacija koju zbog specifičnosti nije potrebno ponavljati. No osim Pariza kojemu je *gloire* inspiracija za velike projekte, danas je lista gradova koji svoju revitalizaciju zahvaljuju novim muzejskim projektima duga.

Arhitektura će biti, dakle, izraz sadržaja i filozofije koju predstavlja te prestižan ili bar inspirativan i privlačan plašt svojem sadržaju. Čini se da je lakše arhitektima napraviti atraktivnu zgradu nego kustosima dobar sadržaj.

Koja su, dakle, obilježja koja bi trebala resiti muzej, - bez obzira na to koje je specijalnosti?

1. SUVREMENOST

Treba se odnositi na stvarno vrijeme, stvarne ljude, stvarne probleme, korisnike učiniti obaviještenima i spremnima da sudjeluju u odlučivanju.

2. PRILAGODLJIVOST

Treba biti otvoren, pristupačan, brz u reakciji na promijenjene okolnosti, komunikativan, mjesto na koje se dolazi rado i sa sigurnošću da će posjet biti svrhovit; treba biti osobit, s inovacijama koje ga čine drugačijim od ostalih, dakle, prepoznatljiv i persuasivan.

3. MUDROST

Treba dati prilog mudrosti potrebnoj za uravnotežen razvoj društva, korisnike činiti boljima i plemenitijima.

4. KORISNOST

Treba pružati znanje, inspiraciju, obogaćivati iskustvo, korisnike činiti zadovoljnijima, razumijevanjem svijeta smanjiti strah i beznade, život ljudi učiniti punijim.

5. POŠTENJE

Treba se znati tko je "vlasnik" muzeja, zagovarati opće vrijednosti i pridonositi općem dobru, zagovarati prihvatljive sustave vrijednosti, ljudima podariti sigurnost i samopoštovanje.

6. UČINKOVITOST

Mora uspijevati stvoriti informacije, poruke, znanje i mudrost koje korisnici mogu lako prihvatiti (na jezgrovit i duhovit način) i koje su za njihovu dobrobit.

sl.6.-7. Massachusetts Museum of Contemporary Art - arhitekt Bruner / Cott & Associates Inc.



sl.8. Chibougamau Mining Interpretation - Julien Architects

7. UDOBNOST

Treba pružiti udobnost korisniku i biti ugodna, poticajna okolina za razmjenu vrijednosti.

U tom cjelovitom pogledu arhitektura je muzeju kao odijelo čovjeku: ne čini muzej, ali o njemu najrječitije govori. Tomu treba dodati: jedna odjeća omogućuje sve što čovjek voli i traži od sebe, a druga ga u tome sputava ili pak onemogućuje.

Arhitekti imaju jasne profesionalne zahtjeve kad je riječ o kvaliteti, ali rijetko će bez pomoći muzeologa znati (bez suvišnog rizika) definirati koja se kvaliteta očekuje od muzeja, a u kojoj oni mogu imati važnu ulogu. Filozofija muzeja kao definicija poslanja (kriteriji, osnova, provedivost), sadržana, recimo, u planskom dokumentu kakav je korporativni plan, mogu arhitektu učiniti proces lakšim i učinak boljim. U njemu će biti definirano sve što treba znati kao kontekst planiranja; arhitektu je potrebno pružiti temeljne podatke o zbirkama (njihovu potencijalu i prirodi); potrebne su mu i spoznaje o tipu izlaganja i načinu interpretacije, o diskursu, tonu, očekivanim efektima itd.; arhitekt treba znati koje su komunikacijske namjere muzeja (s kojim grupama, segmentima, partnerima komunicira), bilo da je riječ o stalnim ili povremenim događanjima (stalni postav, putujuće izložbe, posudbeni servis, seminari, predavanja, radionice, vodstva...); marketinški bi plan (od imena i identiteta institucije do definicije proizvoda) trebao biti dio *briefa* koji arhitekt dobiva za planiranje.

VAŽNOST TEAMA. Svaki muzeolog konzultant, za razliku od konvencionalnog kustosa, svjestan je tih ovih područja i pojedinosti te raspolaže iskustvima i znanjima kako da se vine što više prema uspjehu. Ono što je izvan domašaja običnog kustosa, a gdje arhitekt treba imati maksimum inspiracije i partnerstva, jest inovacija. Arhitekt i kustos muzeolog mogu se u kreativnom dogovaranju i domoći tog "kamena mudrosti" uspjeha. Ništa bolje stručnjaku ili teamu za marketing nego da dobiju *specific marketing proposal*, ono što u sadržaju i obliku nitko drugi ne nudi. Invencija je kao ljubav - nepobjediva. Put do uspješnoga, korisnog, dakle, dobrog muzeja (kojemu će arhitektura dati obličje i potencirati svaku kvalitetu) jest dobar, sposoban team. U njemu su kustos/i/, arhitekt, muzeolog konzultant, oblikovatelj, upravitelj projekta, vjerojatno ekonomist i ostali koje zahtijeva posao (marketing i odnosi s javnošću, konzervator i dr.).

No treba reći da ni dobar team neće moći doseći uspjeh bez političara, posebice kad je riječ o većim projektima. Njima su naime na raspolaganju ne samo sredstva nego i administracija. Danas je uobičajeno da se već tijekom planiranja ili izvedbe, u društvenoj zajednici izgrađuje potrebna struktura potpore za kasnije funkcioniranje. Prvi veliki projekt u kojemu se sustavno vodila briga da cijela zajednica sudjeluje u planiranju bio je Centar Georges Pompidou kasnih 1970-tih. Tako

projekt svojom strategijom osigurava potporu građana, nevladinih udruga, medija, pokrovitelja, pojedinaca itd. Samo projekt koji stekne aureolu uspješnosti odnosno naiđe na pozitivan prijam u javnosti privlači sponzore i donatore. Dakle, posao arhitekta nije da naprave zgradu muzeja nego da sudjeluju u stvaranju uspješnog muzeja.

O pravim arhitektima, oblikovateljima, konzultantima, tehnolozima i kustosima govori svojom metaforom jedna pripovijest o dva klesara u srednjovjekovnom kamenolomu. Jedan je satrven poslom i nesretan, a drugi jednako opterećen, ali zadovoljan. Prvi se tuži na beskrajnu dosadu teškog posla u kojemu godinama kleše uvijek iste kamene kvadre. Drugi veselo opisuje isti posao, i na kraju veselo kaže: "...A onda tamo u gradu od njih grade visoke bijele katedrale".

Primljeno: 24. rujna 2004.

HOW TO BUILD A SUCCESSFUL MUSEUM OR A PLEA FOR UNITY

Up until recently, traditional museums were readily incorporated into prestigious symmetrical museum buildings since museum directors and architects shared the same loyalty to the same bosses and the same aim of building a temple to science and a victorious civilisation. And then architects evolved and wanted buildings according to their own taste and for their own, and not so much for national prestige. Curators were left confused in their specialised designation. The vocation of "curator" was not up to the social standing of the profession of an architect. In this subordinated relationship both sides were, or for the most part still are, on the losing end. When museum projects were burdened by the pragmatism of politicians and development experts, there arose the need for a useful and efficient museum. It turned out the commissioning party can only be represented by a curator, a curator with the real required professional training (in case he is not already inspired and is such a genius that he has learned everything through practice). The lonesome architect has been given a partner with whom he should and can create a successful museum. In cases where there is success, and it can best be measured by visitor satisfaction, rivalry has through creative cooperation been turned into partnership. A useful, communicative, competitive and a dynamic museum - a museum that is expensive and one that can be expected to provide a development incentive to the community that invests in it has been given its professional guarantee.