
DUGOROČNA ODGOVORNOST MUZEJSKIH PUBLIKACIJA

PETER CANNON-BROOKES □ "Museum Management and Curatorship", London, Velika Britanija

Duboko sam počašćen pozivom da pridonesem konferenciji *Muzejske publikacije i novi mediji*. Razmišljajući o temi ove konferencije opet sam počeo razmišljati o odnosu "poruke" i "medija" i kako oni međusobno djeluju. Jasno je da postoje stvari koje možemo postići korištenjem televizije i videa, a što ne bi bilo moguće korištenjem samo izgovorene ili napisane riječi, i obratno. Pa neka je tako, ovdje su uostalom, prisutni mnogi koji su u pogledu medija veći stručnjaci od mene, no smiju li zahtjevi "medija" pretjerano utjecati na sadržaj "poruke"? Pitanje je u velikoj mjeri prijeporno. Svi smo svjedoci nonšalantnog prezira prema povijesnoj istini (točnosti) koju pokazuje Hollywood dok stvara nove mitove, iako me tek moraju uvjeriti da istinit život Wolfganga Amadeusa Mozarta ne bi bio jednako dobar predložak za film poput *Amadeusa*. Naši kolege koji rade u arheološkim, antropološkim i povijesnim muzejima neprestano nas podsjećaju da u svim muzejima, pa i u prirodoslovnim i tehničkim - i mi sami stalno stvaramo nove mitove, bez obzira na to koliko se objektivnim stavovima rukovodili pri kupnji novih predmeta ili organiziranja novih postava, a kamoli tek u djelatnostima vezanima uz izdavaštvo i obrazovanje. Mene osobno s pravom optužuju da u svoje proučavanje predmeta kulturne baštine unosim vrijednosti zapadnoeuropske, bijele, anglosaksonske, protestantske srednje klase, i zašto bih trebao smatrati ispravnim da svoj skup vrijednosti namećem bilo kom drugom? Sve više živimo u vremenu multikulturalnog relativizma, a to nije lako pomiriti s vrijednostima koje su već davno prije prihvaćene kao "tradicionalne" i s neprestano drukčijim težnjama današnje zajednice muzeja.

Unatoč tome, ICOM-ova davna definicija muzeja i nadalje, *inter alia*, tvrdi da je to institucija osnovana za prikupljanje, očuvanje i istraživanje predmeta koje mora, zajedno sa znanjem skupljenim o njima, učiniti dostupnima javnosti na njezinu dobrobit. Doista, uvijek smo imali obvezu "objavlivanja" u najširem smislu, iako je to u prošlosti bilo prečesto ograničeno na izlaganje nekog predmeta na uvid javnosti uz popratni natpis čiji je sadržaj pružao minimum informacije (premda je to i danas primjereno za većinu izložaka iz područja prirodnih znanosti koji čine dio nekog velikog, sustavnog prikaza). Međutim, nedavne izmjene ICOM-ove definici-

je obvezuju na drukčije tumačenje zbirke - koje sada valja definirati u smislu njihove obrazovne uloge, dosega itd. Ovo nije niti mjesto niti vrijeme za ponovne rasprave o fundamentalnim pitanjima koja su u to uključena, ali tumačenje pojma zbirke za dobrobit široke, raznolike publike za koju ne možemo pretpostaviti da posjeduje prethodno znanje iz područja koja zbirke pokrivaju, ili koju ta područja uopće ne zanimaju, predstavlja nemoguć problem za muzejske "publikacije" i njihovu percepciju u javnosti. Štoviše, muzej koji se temelji na predmetu obavezan je da osnuje forum u kojem će se različita tumačenja materijalnih dokaza ne samo tolerirati nego i aktivno poticati. U praksi bi to muzeju priječilo prihvaćanje neke formalne, institucijske pozicije s obzirom na značenje pojedinačnih predmeta iz zbirki, ako ne drugdje, a ono u njegovim službenim publikacijama i obrazovnim uslugama. Nema lakog odgovora na ovo teško pitanje, a moje je osobno uvjerenje da bi se pri muzejima trebale osnivati obrazovne službe koje bi se koristile materijalima i intelektualnim resursima muzeja, ali im ne bi nikada pripadale.

Javnost očekuje da su muzeji "istiniti" i dostojni povjerenja koje im je zajednica poklonila, ali što je "istina" kada prevlada multikulturalni relativizam? U svakom slučaju, barem sudeći po njezinoj sklonosti za holivudske filmove, javnost očito pretpostavlja nove mitove starima, i to je u toj stvari istina. Pažljivo odmjerene tvrdnje opreznih kustosa-znanstvenika su "dosadne" i neprimjerene pažnji mojih unuka koja traje osamdeset sekundi. U iskušenju sam da zaključim kako je bitka - ako je do nje ikada i došlo - već izgubljena, i da bi muzej trebao odustati od pretenzije da kontrolira sadržaj svojih publikacija. Posebno je tužno što ovdje nema kolega iz Berlina, gdje su znanstveni standardi Preussischer Kulturbesitz određeni statutom, ili iz Pariza, gdje kustosi Louvrea moraju osobno odobriti svaku publikaciju koja je predložena za prodaju u knjižarama muzeja.

Zbog uže definiranih ciljeva ovog izlaganja, pojam "muzejska publikacija" po mom shvaćanju pokriva širok raspon sredstava pomoću kojih će se javnosti priopćiti znanje koje posjedujemo o našim zbirkama, te stoga razlikujem kratkoročne publikacije kao što su oznake i



sl.1 Gospodin Peter Cannon-Brookes, urednik časopisa "Museum Management and Curatorship" u auli Muzeja Mimara, studeni 2002., Zagreb.

natpisi uz izložke i materijal za marketing i propagandu što ga muzej izdaje ili odobrava, i dugoročne publikacije u koje ubrajam znanstvene radove ili priručne materijale za buduću uporabu. Iako obje vrste publikacija podliježu istim intelektualnim kriterijima, raspravu o prije spomenutom ostavljam budućim sudionicima. S druge strane, na ovoj se raskrsnici mora priznati da, premda je opća prevlast tiskane riječi očito stvar prošlosti, glavni dugoročni utjecaj muzejskih publikacija i dalje ostaje kombinacija tiskane riječi i tiskanih slika, a tako će vjerojatno ostati u nekoj doglednoj budućnosti. Štoviše, dugoročna odgovornost muzeja prema intelektualnom integritetu - ili istini - njegovih publikacija daleko nadilazi okvire tiskanih tekstova njegovih kataloga, knjiga ili časopisa.

Treba neprestano imati na umu da slike pružaju goleme količine informacija, te se moraju "objavljivati" s jednako velikom pažnjom. Retuširane ili djelomične slike, preokrenute slike, reprodukcije krivih boja, samo su neki od problema koje sam prije nekoliko godina proučavao u uvodnom članku *The Lying Camera* (*Lažljiva kamera*), objavljenom u *Museum Management*

and Curatorship, nakon što sam došao u kontakt s nizom fotografskih instalacija umjetničke izložbe u Parizu, a koje su bile krivotvorine. Poseban problem predstavljaju fotografije unutrašnjosti muzeja koje snimaju arhitekti koji su muzeje projektirali i povremene izložbe tih fotografija, pri čemu se koriste goleme količine svjetla kako bi se prikrije uočljive pogreške koje proizlaze iz nespretnih rješenja prilikom projektiranja. Naravno, takve su fotografije umjetnički vrednije od fotografija poštenih amatera poput vas ili mene i umjetnički ih urednici časopisa radije koriste. Pravimo se da ne primjećujemo lažljive fotografije i to je pogubno.

Među znanstvenicima raste zabrinutost zbog vjerodostojnosti objavljenih izvora i zbog objektivnosti materijala koji se objavljuje. Osobno, ja sam nereformirani znanstvenik - kustos, odan i tradicionalnom modelu muzeja koji izvire iz struka (disciplina) renesansnog racionalizma i pun poštovanja prema konvenciji među znanstvenicima da se nikada ne objavljuju umjetnička djela u osobnom vlasništvu ili u kojima imate osobni financijski interes. To je, navodno, strahovito staromodno i možda nije slučajnost da je IFAR - The

International Foundation for Art Research (Međunarodna fondacija za istraživanje umjetnosti) - nedavno najavila održavanje dvodnevne konferencije u New Yorku - *Katalozi sa svrhom i proces utvrđivanja autentičnosti: Tamo gdje se kula od bjelokosti susreće s tržišnicom*, od 14. do 15. prosinca 2001. *Objašnjenja i navodi u katalozima su ključna sredstva za istraživanje koja utječu na svijet znanosti, trgovine, institucija i skulptača umjetnina.* (Citat je uzet iz najave.) Nadalje tvrde: *Muče ih, međutim, nedoumice oko toga tko bi ih trebao izrađivati (objavljivati), tko financirati, koji bi se standardi trebali primjenjivati kako bi se izbjeglo prihvaćanje nasumce donesenih proizvoljnih odluka ili kako bi se izbjegli sukobi interesa; kakva se zaštita može pružiti znanstvenicima upletenima u sudske sporove zbog toga što su iznijeli vlastita mišljenja.*

Isto bi se moglo reći o podacima iz kataloga izložaba, a ništa manje i o drugim predmetima koji nisu uključeni u izložbu, već su, često nevidljivi, uvjerljivo odbačeni kao kopije, imitacije i sl. Doista, kako se to odgovornosti kustosa-znanstvenika razlikuju, ako uopće, od slobode djelovanja koju si prisvajaju sveučilišni znanstvenici i drugi koji nisu odgovorni za stalne zbirke? Postoji, pretpostavljam, iznad svega toga moralna, premda ne uvijek zakonska obveza da se govori ona istina koju spoznajemo u vrijeme pisanja i koja je nužna pretpostavka za moralni integritet sve dok se ne dokaže suprotno. Međutim, svi smo uvelike svjesni čitavog niza "istina" koje s puno povjerenja prihvaćaju gotovo svi kao vječne u određenom vremenu, a koje se kasnije pokazu varavima. Rečeno je da ne postoji tako besmislena ideja koju filozof ne bi nikada bio u stanju izgovoriti. Nesumnjivo živimo u intelektualno izazovnom svijetu u kojem se kritički pojmovi neprestance kreću i mijenjaju, no to nije isprika za današnji nedostatak intelektualne oštrine. Bojim se da su pravi neprijatelji puno prozaičniji, a neki od najpodmuklijih kriju se u sve većoj komercijalizaciji muzejskih djelatnosti i u potrebi da se "konkurira" na "tržištu".

Te komercijalne aktivnosti, kao i preusmjeravanje muzejskih prioriteta s obzirom na kriterije zapošljavanja i raspodjelu ljudskih resursa ne mogu a da ne utječu na izdavanje muzejskih publikacija i na njihovu intelektualnu nezavisnost. Došlo je upozorenje od utjecaja što ga komercijalno sponzoriranje istraživačkih projekata ima nad sveučilišnim odsjecima i znanstvenim istraživačkim institutima čiji su projekti u sve većoj mjeri financijski ovisni o granama industrije koje zahtijevaju rezultate s momentalnom komercijalnom koristi. Nepovjerenje javnosti u "nezavisna znanstvena istraživanja" koja te ustanove, pod takvim uvjetima, obavljaju u području zagađivanja hrane i okoliša izrazilo se pojačalo zadnjih godina. Nasuprot tome, istraživanja čiji se rezultati trenutačno objavljuju u sponzoriranim katalozima muzejskih izložaba, šira javnost, osim žalosno rijetkih iznimki, još uvijek smatra "neovisnima". U tom smislu svi živimo od posuđenog vremena, jer da se, kao primjer, katalog

nedavno održane umjetničke izložbe u Sjedinjenim Američkim Državama mogao pohvaliti doprinosima 69 autora čija su djela prikazana u sitnom tisku, u četiri stupca na preko 628 stranica. Niti jedan muzej, bez obzira na veličinu, nije u stanju objavljivati publikacije takvog opsega samo vlastitim sredstvima.

Priprema znanstvenih kataloga jedna je od glavnih aktivnosti kustosa-znanstvenika, i to je jedino što opstaje dugoročno, no to pretpostavlja da muzej zapošljava dovoljan broj kustosa-znanstvenika i da im može dodijeliti odgovarajuća sredstva za obavljanje njihova posla, bez obzira na to odnosi li se on na kataloge stalnih zbirki ili na povremene izložbe. Katalog privremene izložbe postao je najvažnije pojedinačno sredstvo za objavljivanje rezultata istraživanja, barem u kontekstu muzeja umjetnosti, no u najvećem broju muzeja već su gotovo nestali kustosi-znanstvenici kojima je dano na raspolaganje dovoljno vremena i sredstava isključivo za rad na katalozima. Danas se znanstveni rad "kupuje" na drugom mjestu i rijetko se nađe vremena i znanja u samoj ustanovi za provjeru onoga što će se objaviti u ime muzeja. Nije stoga čudno da su gotovo svi muzeji na Zapadu odustali od izdavanja kataloga svojih stalnih postava, a očajna situacija koja se može vidjeti u britanskom provincijskim muzejima ponavlja se u ostalom dijelu Europe i Sjeverne Amerike, iako je ono malo što se objavljuje još uvijek objektivno i bez materijalnog interesa.

Kao u mnogim drugim oblicima razvoja muzeja, i ovdje su presudnu ulogu imale ambicije muzeja suvremene umjetnosti. Unatoč makinacijama Berensona i njegove grupe u korist Duveena i ostalih, pomalo blještavi katalozi koji su sami sebi svrhom, s napuhanim uvodnim tekstovima i prepuni kvaziznanosti ili gole, medijske agresivne reklame, uvijek su bili karakteristika tržišta umjetninama, naročito nakon 1960-ih; za trgovinu je sigurno opravdano da svoju robu predstavi potencijalnim kupcima u najpovoljnijem svjetlu. Za razliku od toga, kada sam ja bio mladi kustos, jednostavna, tipkana obavijest, pričvršćena na uglovima, bila je dovoljna za važnu izložbu poput Blakeovih akvarela u British Museumu, ili za velike gostujuće izložbe kao *Bavarska umjetnost rokokoa* u Victoria & Albert Museumu 1954. No vremena su se promijenila i sve masivniji katalozi koje izdaju natjecateljski Kunstvereinen i Réunion des Musées Français postavljaju nove zahtjeve kojima sve manje i manje muzeja može udovoljiti zbog nedostatka vlastitih sredstava.

Problem nadzora nad sadržajem kataloga izložbe dodatno je pogoršan izmjenama u nadzoru nad materijalom koji se odabire za samu izložbu i nad načinom njegova prikazivanja. U djelu *Iskustvo interpretacije: Dilema muzeja moderne umjetnosti (Experience of Interpretation: The Dilemma of Museums of Modern Art)* objavljenom 1996., Sir Nicholas Serota je sažeto kodificirao zamjenu neprijepornog autoriteta kustosa-znanstvenika triumviratom kustosa, umjetnika i

potrošača rekavši: *U novome muzeju svaki od nas, kustosa i posjetioca podjednako, morat će pokazati više želje za samostalnim osmišljavanjem vlastitog puta, drukčijim ucrtavanjem mape moderne umjetnosti, umjesto da slijedi jedan jedini put što ga je zacrtao kustos.* To je postala činjenična izjava, ali saga izložbe *Sensation* i publiciranje prepiske između Brooklyn Museum of Art i Charlesa Saatchia i drugih nakon što je iznesena na sudu, dokumentirano je, neugodnom jasnoćom, posvjedočila o komercijalnim interesima (realnostima) koji (koje) suvereno vladaju iznad svega, naročito kada su u to uključene dolarske megasume. Prestižni katalozi za takve ogromne zabave zahtijevaju goleme dotacije, koje obično osiguravaju komercijalni sponzori, vlasnici ili trgovci, za koje je to vrlo učinkovit način da se odredi vrijednost njihovih usluga/inventara. Za institucije-domaćine velike opasnosti proizlaze kako iz onoga što je izostavljeno, tako i iz onoga što je uvršteno u te istaknute kataloge povremenih izložaba, čemu su svjedokom katalozi antikviteta u George Ortizovoj zbirci.

S obzirom na današnji naglasak na originalnost, ako ne novinu, što je relativno lako uočljivo na površno objektivnim osnovama, teško je odvojiti sve to od umjetničke vrijednosti i radove koji bi trebali biti uvršteni u izložbu podvrgnuti rigoroznoj kvalitativnoj procjeni. Majstorsko poznavanje, stručnost, neprimjenjivi su na apstraktnu konceptualnu umjetnost čije je značenje očito samo zlatnom krugu posvećenih koji njeguju ekskluzivnost. Kako bi muzej mogao provoditi bilo kakav nadzor nad takvim materijalom koji se publicira u njegovo ime, kada, citirajmo opet Nicholasa Serotu, jedna tema onog što je izloženo ima za cilj izraziti *kumulativnu snagu zbira radova pojedinog umjetnika, naročito u prikazu što ga je odredio sam stvaralac.* Katalozi izložaba moćno su marketinško sredstvo, za umjetnike i trgovce podjednako, a i jedni i drugi ne mogu se izdići iznad mijenjanja činjenica u pokušaju da zadrže prvenstvo. Dignemo li jednostavno pred takvom manipulacijom nemoćno ruke i priznamo li poraz u odnosu na sadržaj?

Muzeji nisu nikada bili ideali vrline, a bez sumnje nikada ni neće to biti, no poput propovjednika na propovjedaonici, nema isprike da ne budu neprestano svjesni rigoroznih intelektualnih standarda kojima moramo težiti želimo li zadržati povjerenje naših korisnika. Napokon, *Što, dakle, koristi čovjeku ako dobije cijeli svijet, a izgubi svoj život? (Evangelje po Marku, 8.36)*

S engleskog jezika prevela: Darija Jurčić

THE LONG-TERM RESPONSIBILITY OF MUSEUM PUBLICATIONS

With the growing dependence of museums on sponsorship and the profits to be derived from commercial activities, questions have to be asked about their intellectual independence and the extent to which their publications are influenced by non-museum considerations. These pressures, often insidious, are also felt by university departments and research institutes increasingly dependent on project funding by outside organisations and, for example, in the field of food and agricultural production a growing proportion of the community deeply distrusts the “independent” scientific advice offered to reassure consumers. Museums are currently perceived still to be independent and it is desperately important that they do not indulge in information management which might rupture the confidence they currently enjoy. A wide range of museum publications address significant issues within the wider community and will be consulted as independent sources for many years to come. Museums are privileged to discharge this responsibility faithfully.