

ZAŠTO SU MUZEJI DOSADNI? - rasprava o izložbama

Želimir Laszlo
Muzejski dokumentacijski centar
Zagreb

Posjet našim muzejima je u usporedbi s onima u Europi - istočnoj, srednjoj ili zapadnoj - slaba. Zašto? Zato što svi hrle u Louvre, British Museum ili Uffizi, a mi muzeja takvog kalibra nemamo – može biti jedan od odgovora. Ima istine u tome. No, to nije i cijela istina. U Škotskoj, primjerice, više ljudi posjećuje muzeje nego nogometne utakmice¹, a oni nemaju ni Louvre ni Uffizi niti bilo koji muzej toga kalibra, a i *ludi* su za nogometom. Kako oni uspijevaju, a mi ne? Možda imamo slabi marketing, možda nemamo dovoljno novca, nemamo pametne muzealce, nemamo dobru politiku prema muzejima, nemamo dobar menedžment i u tim tvrdnjama isto tako vjerojatno ima istine. No, od svega čini mi se da je za relativno slab posjet većini muzeja odgovorno to što su izložbe u njima - dosadne. One su takve iz mnogih razloga, ali nas ovdje zanima samo onaj vezan uz shvaćanje profesionalaca, dakle, muzealaca. Jer, ako oni nisu načisto s izložbama, onda one i ne mogu biti bolje nego što jesu. Pri tome ne mislim da u nas nema dobrih, a ponekad čak i izvanrednih izložaba, manje stalnih postava, ali mislim da je takvih u odnosu na dosadne malo. Od svih izložaba za muzej naročito je važan stalni postav ili stalna izložba. Po njemu se muzej najčešće percipira u javnosti unatoč tome što se u muzeju događaju i mnoge druge zanimljive stvari. Kako, dakle, profesionalci shvaćaju stalne postavne? Postavimo prvo jednostavno pitanje: Što je stalni postav? Ako ste pomislili da na njega postoji općeprihvaćeni odgovor - a logično je da jeste, jer kakvi bi to bili muzealci koji ne znaju osnovne stvari svoje struke? - onda ste, sada već pogadate, grdno pogriješili. Za početak treba se riješiti dobroćudnog, pojednostavljenog, naivnog, ali i neplodnog i štetnog pristupa stalnoj izložbi, koji je, na žalost, još uvijek prisutan u struci. Evo, što se navodi u jednom uvodniku: *Stalni postav muzeja jedinstven je i autentičan oblik prikazivanja muzejske građe publici*². Termin *jedinstven* i *autentičan* su obične fraze - prazni ničim obrazloženi termini koji su ovdje puki ukrasi. Bitna je teza: *Postav je prikazivanje građe publici*. Upravo tako postav shvaća većina neupućenih. Za njih to i nije ništa strašno, jer doživljaj izložbe ne ovisi o znanju što ona jest i što može biti. Konačno, oni i ne postavljaju izložbe nego ih doživljavaju. Ali kada ovakvo shvaćanje koje je odavno prevladano zastupaju profesionalci koji bi po definiciji trebali sudjelovati u stvaranju postava, onda smo na tragu odgovora zašto su nam izložbe dosadne.

Idemo dalje. ...*postav nastoji izložiti svu širinu, značenje i vrijednost muzejskih zbirki u onom smislu u kojem je muzej institucija koja skuplja, čuva, obrađuje i izlaže predmete*³ - tvrde isti autori. Tu već besmislica ima poizbor. Tako autori misle da postav nešto nastoji, nešto radi. No, na žalost, postav nije djelatno biće i ništa ne radi - on samo biva. Rade muzealci i njihovi suradnici, oni postavljaju izložbu i oni nešto izlažu. Samo izuzetno i samo u vrlo malom broju muzeja moguće je pokazati svu širinu zbirki, a sva značenja nikako, jer se značaj zbirki mijenja ovisno o našem odnosu prema njima. Baš me zanima kako postav izlaže muzejsku funkciju čuvanja, a još i više kako postav nastoji izložiti muzejsku funkciju izlaganja predmeta - kako se to navodi u spomenutom iskazu. Ima takvih mudrolija u tom kratkom tekstu poizbor. Pa iako njihovim navođenjem postizem isti efekt kao i većina izložaba tj. dosadu, ne mogu odoljeti još jednom biseru: ...*postav nastoji kontekstualizirati i interpretirati eksponate u mjeri u kojoj je to razumljivo i atraktivno prosječnom muzejskom posjetitelju*⁴. Blažena mediokracijo! Autorima, kako bi od sada nadalje znali kako podesiti izložbu prosječnom posjetitelju, poručujem: Prosječni muzejski posjetitelj ima 40 godina. Vjerujte mi. Do tog podatka došao sam znanstvenom metodom. Promatrao sam korisnike muzeja. Najmlađi je imao 10, a najstariji 70 godina. Prosječni korisnik ima, matematičkom metodom izračunano - 40 godina. No, šalu na stranu. Najgore je raditi izložbe za prosječnog posjetitelja. Treba raditi višeslojne izložbe u kojima će svaki posjetitelj u skladu sa svojim obrazovanjem, interesima, sklonostima, u skladu sa svojom dobi pronaći nešto za sebe. Toliko o tome.

A sada o ozbiljnijim tezama. Neki misle da je svaka izložba pa tako i stalni postav svojevrsna kreacija ili barem dijelom kreacija - muzejska kreacija, čak svojevrsno umjetničko djelo.⁵ Izložba je vrijednost po sebi. Ona stvara novi kontekst predmetima ili grupi predmeta, ali i sama može sadržavati poruku ili biti podlogom ili povodom za poseban doživljaj. Kada kažemo za neku izložbu: Baš je lijepa ili baš je dobra, onda vjerojatno ne mislimo samo na predmete koji su izloženi, već i na način na koji su eksponirani, ali možemo misliti i na ukupni dojam koji na nas ostavlja. Bilo je izvanrednih izložbi čiji predmeti nisu bili bog zna što. Primjerice, izložba *Outsideri 2*, koja je bila postavljena Zagrebu.⁶ Bilo je tamo svakakvih tvorevina, a ipak je dojam s izložbe barem za mene bio snažan. Izložba zapravo prikazuje ili dokazuje tezu nekih suvremenih umjetnika - u svakom čovjeku čuči umjetnik. Na njoj ste mogli pomno pogledati djela pojedinog autora ili pojedino djelo, ali mogli ste kao i ja ponijeti dojam i doživljaj cijele izložbe. Bože, pomislio sam, koliko umjetnika ili *umjetnika* žive kao marginalci pokraj mene u mom gradu i proizvode zanimljive stvari. Što je umjetnost? Što je suvremena umjetnost? Što je s vrednovanjem marginalne umjetnosti? – sve su to pitanja koja sam ponio s izložbe. Dakle, nisu samo eksponati, manje ili više uspjele kreacije, nego to može biti i

izložba u cjelini. Svaka doista dobra i uspješna izložba sadržava bar malo kreativnosti onih koji su je ostvarili. Izložbu *Outsideri 2* lako zamišljam i kao stalni postav.

Neki tvrde kako je stalni postav *zapravo realan muzejski prikaz znanja, koje je akumulirano u muzejskim predmetima i zbirkama nekog muzeja*⁷. Sigurno je kako se znanje može steći i na izložbi. Ali, naravno, ne samo na njoj. Možda za znanje o evoluciji u prirodi ne moram uopće ići u prirodoslovni muzej, možda o njoj znanje mogu steći čitajući knjige ili promatrajući prirodu. Mora, dakle, osim stjecanja znanja postojati još nešto što izložbu razlikuje od knjige. Prvo tu su realni predmeti koje vidim u muzeju. Kostur na slici u knjizi ili na Internetu i realan, materijalan u muzeju ipak su dva različita izvora znanja i različito ih doživljavam. No, zašto, razliku ne bismo pokušali tražiti i u kreativnoj snazi izložbe.

*Stalni postav je najsloženiji komunikacijski oblik muzejske prezentacije.*⁸ S ovim se možemo složiti. Stalni postav je složen posao i djelo. O tome da je izložba muzejski oblik komuniciranja nema dvojbe. Pitanje je samo da li se komunicira isključivo znanje ili i nešto drugo. Mislim da stalni postav umjetničkih slika u nekoj pinakoteci ne posreduje samo znanje nego i mnogošto drugo što je vezano uz shvaćanje i doživljavanje umjetnosti. O nekoj slici, ali i izložbi ne moramo znati ništa, a da ih svejedno duboko doživimo. Komuniciranje znanja za umjetnost ponekad može biti pogubno, jer lako se događa da kada publika osjeti da je želimo nečemu naučiti – onda gubimo bitku. Pogotovo ako je edukativna namjera napadna i ako je ona jedini vidljiv smisao neke izložbe. Poučavanje spada u školu, a muzeji bi trebali biti skloniji alternativnim načinima stjecanja znanja. Ali to je druga tema.

Želimo li sažeti iznesene teze, onda bismo mogli reći da bi stalni postav, da bi bio zanimljiv, trebao: komunicirati, posredovati znanje i još mnogo toga i iznad svega biti kreativan. Komuniciranje i kreativnost je uvjet, dok je posredovanje znanja ponegdje, ali ne svugdje, poželjno. Ovime, dakako, nisu iscrpljene muzeološke dileme. Tek smo stigli do inovacija našeg vremena. Ima muzealaca koji misle kako bi bar neke vrste muzeja trebale potpuno izmijeniti pristup stalnom postavu, pa čak predlažu ukinuće stalnog postava u klasičnom smislu. Ono što bi bilo dostupno korisnicima u muzeju zapravo više ne bi bile izložbe u uobičajenom značenju, već kombinacija suvremenih medija i muzejske građe. Mogućnosti su bezbrojne. Od toga da se o pojedinom predmetu ili zbirci znanje i doživljaji crpe iz multimedije, uključujući dakako i računala, do toga da predmeti postaju samo materijalne ilustracije onoga što se u multimedijama prikazuje i tumači. Postoje čak i virtualni postavi koji u našem realnom svijetu ne postoje. Jesmo li upravo pred revolucionarnim promjenama u muzejima? Vjerojatno jesmo, ali ne treba zaboraviti da slika slike ne može zamijeniti sliku samu. Tvarnost je prednost muzeja i o tome uvijek treba voditi računa.

Klasični pristup stalnom postavu postaje sve više problematičan. Predlaže se, evo već sada u našem vremenu, da se muzejski postav shvati poput Interneta ili marketa.⁹ Kada pristupite Internetu, sami birate kamo ćete odlutati. Sve vam mogućnosti stoje na raspolaganju. Jednoj te istoj temi ili podatku možete pristupiti na raznim web stranicama, sami *klikate* i krećete se u informatičkom prostoru, što je do prije koje desetljeće bilo nezamislivo, a mnogima je takvo i danas. Bitno je da postoji mogućnost izbora, baš kao i u samoposluživanju. Uđete u market i sami birate kuda ćete se kretati i što ćete kupiti. Zašto muzejske izložbe ne bi bile koncipirane upravo tako - da nude izbor, pa što tko nek' izvoli. Priznajem, zvuči privlačno.

Ponegdje se stalni postav stopio s arhitekturom. U Bilbao¹⁰ podjednako je izložena arhitektura i umjetnine. Arhitektura je građena baš za umjetnine koje su izložene, tako da je nemoguće od njih odvojiti zgradu. Tek zajedno čine muzej. Pri tome su svi profitirali. Arhitektura od muzejske građe i obratno. U Berlinu su otišli korak dalje. Tamo su za Židovski muzej¹¹ sagradili zgradu koju upravo izlažu bez predmeta. Upravo tako. Platite ulaznicu, uđete u muzej i u njemu doživljavate arhitekturu. Muzejska građa doći će u nju naknadno. Tema arhitekture i postava je holokaust. I arhitektura je izložba.

Sve je u previranju. Muzeji se samo u ponekim kulturno zapuštenim zemljama, među kojima je na žalost i naša, doživljavaju kao nešto dosadno, prašnjavo i konzervativno. Stalni postavi, ako se to više uopće tako može nazivati, sve su prije negoli puko prikazivanje muzejske građe publici. To se samo neupućenima čini.

Možemo li i mi krenuti na nove staze? Možemo, dakako. Ima muzealaca koji o tome misle i koji bi se rado upustili u avanturu novoga.

Bilješke:

- 1 Informativni bilten "Taking Responsibility", u izdanju Scottish Museums Council, Edinburgh, 2000.
- 2 J. Dautbegović, V. Pavić: *Novi stalni postavi poslije Domovinskog rata*, *Informatica museologica* br. 30 (1-4) 1999., Zagreb, str. 5. Radi se o uvodnom članku za temu broja: *Novi stalni postavi u muzejima i galerijama poslije Domovinskog rata*.
- 3 Isto
- 4 Isto
- 5 T. Šola: *Za suvremeni muzej, rukopis*. Navedeno prema I. Maroević: *Uvod u muzeologiju*, Zagreb, 1993., str. 219.
- 6 Izložba *Outsideri 2* bila je postavljena u Muzeju suvremene umjetnosti u Zagrebu od 30. ožujka do 16. travnja 2000. god. Autorica izložbe bila je N. Križić, a njen postavljatelj, što je u ovom slučaju važno, T. Milovac.
- 7 Ivo, Maroević: *Uvod u muzeologiju*, Zagreb, 1993. g., str. 223.
- 8 Isto, str. 224.
- 9 U nas ove ili slične teze zastupa T. Milovac, kustos Muzeja suvremene umjetnosti.
- 10 O Guggenheim muzeju u baskijskom gradu Bilbaou vidi: N. Vrkljan Križić: *Ambiciozni zahtjevi budućnosti, Muzeji za 21. stoljeće*, *Vijesti muzealaca i konzervatora*, br. 1-4/1999., Zagreb, 2000., str. 72.
- 11 O Židovskom muzeju u Berlinu vidi: N. Vrkljan Križić: *Daniel Libeskind – arhitektura povijesti i memorije*, *Vijesti muzealaca i konzervatora*, br. 1-2/1998., Zagreb, 1998., str. 40.

Summary

Why Are Museums Dull? – A Discussion Concerning Exhibitions

This is an intriguing and polemical text by which the author aims to initiate a discussion between museum professionals concerning the theme of exhibitions, especially permanent exhibitions. At a moment in time when everything is, as the author says, in upheaval, and when the classical approach to permanent exhibitions begins to be problematical, even dull, a solution is sought in a display that needs to communicate, to be creative and only occasionally to serve as a medium for disseminating knowledge.

Napomena:

Smatrajući da polemike u stručnim časopisima imaju obvezu argumentirati stavove i formulirati ih ne koristeći jezik ulice ili žute štampe ograđujem se od teksta kolege Želimira Laszla, konzervatora savjetnika u Muzejskom dokumentacijskom centru.

Višnja Zgaga.