

Muzej moderne umjetnosti u Montrealu, Canada

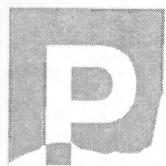
GODIŠNJI SASTANAK MPR KOMITETA U QUEBECU

18.-26. rujna 1992.

Višnja Zgaga

Muzejski dokumentacioni centar

Zagreb



risustvovanje Generalnoj konferenciji ICOM-a i sudjelovanje u radu komiteta za public relations (MPR) omogućeno mi je sredstvima MPR komiteta i stipendijom Smithsonian Institution iz

Washingtona, te Muzejskoga dokumentacionog centra.

Velikom ceremonijalnom svečanošću u kazalištu Quebeca, 19. rujna 1992. godine otvoren je službeno rad 16. generalne konferencije ICOM-a pod nazivom "Promišljanje granica". Svake treće godine muzejski radnici članovi međunarodnog udruženja UNESCO-ICOM-a (ima ih oko 8000) sudjeluju u radu 24 različita specijalizirana komiteta koji obuhvaćaju zaista široki raspon znanja i prakse obuhvaćene pod pojmom muzeja. Nakon zadnje konferencije održane 1989. godine u Den Haagu, na ovogodišnjoj konferenciji sudjelovalo je oko 1500 svjetskih muzalaca. Delegacija Hrvatske imala je 5 članova.

Muzjeji Kanade, države velike gotovo kao jedan kontinent, njih 2.275 u kojima je zaposleno 21.600 ljudi, pripremili su se za kongres zaista profesionalno; specijalnim izdanjima časopisa u kojima su sintetizirana kanadska muzejska iskustva i osvrti na globalne muzejske teme, kao i organiziranim programima u pojedinim muzejima ne samo Quebec citya

(gdje se konferencija održavala) već i u Torontu Ottawi i Montrealu. Svjetski susret muzalaca iskorišten je za organizaciju sajma muzeja, muzejskih udruženja i svih onih organizacija koje suraduju u poboljšanju muzejske tehnologije.

Predstavile su se tvrtke poput IMAX-a, KODAK-a odnosno stručna udruženja poput Getty Institutiona, Art Planeta ili pak Ministarstva komunikacije Kanade, sa svojim stručnim službama zaštite kulturne i prirodne baštine.

Prigodne govore održali su gospodin Federico Mayor, predsjednik UNESCO-a, gospodin John Ciaccia, kanadski ministar vanjskih poslova, te predsjednica Kanadskoga nacionalnoga komiteta gospođa Nancy Hushion. Sljedećeg dana održana su četiri referata na plenarnoj sjednici, a nakon toga rad svakog člana ICOM-a odvijao se u okviru sekcija, tzv. komiteta.

Uvodna predavanja plenarne sjednice bila su vrlo reprezentativni izbor ideja, pogleda, projekata i teoretskih domišljanja koja su dominantne svjetske muzecologije. Referat Nikolajja Gubenka ukazao je na nove političke okolnosti zemalja istočne Evrope i uočio sve dileme pred kojima se muzeji tih zemalja nalaze. Uspostavljanjem granica određuju se i različiti muzejski koncepti; zemlje istočnog bloka nužno trebaju formirati svoj identitet da bi ga transponirale u govor muzeja. Glavna tema kongresa, promišljanje granica muzeja, gdje je pojam granica shvaćen simbolički dobila je, dakle, novonastalom situacijom potpuno nov, neočekivan prizvuk.

Tema koja se odnosila na inovativne pristupe u muzecološkoj prezentaciji jest upotreba šoka; šokiranje posjetilaca muzeja, šok u komunikaciji muzeja s publikom, prema mišljenju Reesa Greenberg iz Kanade, diskutabilna je kategorija u prvom redu zbog neujednačene razine

muzejskih posjetilaca: šok, naime, nije univerzalna kategorija; na različite kategorije posjetilaca različito i djeluje. Jacques Hainard, direktor Regionalnog etnografskog muzeja u Švicarskoj, prikazao je i obrazložio nove izložbene projekte čiji je osnovni smisao u provokaciji sredine uspostavljanjem novih relacija između muzejskog predmeta, a Helen Escobedo, umjetnica iz Meksika, koja je ujedno imala i izložbu instalacija u Muzeju Quebeca, izvela je duhovitu monodramu ironizirajući odnose direktor galerije-likovni kritičar-muzejski arhitekt-kustos-umjetnik.

Prvi radni dan MPR komiteta bio je podijeljen između predavanja i rješavanja tekućih problema samoga komiteta. Promovirana je knjiga pod nazivom *Marketing the Arts*, s više od 30 priloga članova komiteta i ostalih koji su iznijeli svoja iskustva sa sponzoriranjem i marketingom muzeja i muzejske djelatnosti. Zaključeno je da svaki član pokuša što više popularizirati knjigu u vlastitoj sredini, a članovi komiteta preuzeli su obaveze distribucije i propagande. Knjiga je izašla nakon četverogodišnjeg rada redakcije u izdanju ICOM-a i izdavača Waterman Pressa iz Australije, velikim zalaganjem člana MPR Jan Meek.

Uvodno predavanje održao je gospodin James E. Page, koji je kao historičar govorio o kulturnom razvoju i specifičnim karakteristikama kulture u raznim dijelovima Kanade. Slijedio je prikaz produkcije TV-Ontarija radene za potrebe propagande kanadskih muzeja. Producentica Lucie Amyot vrlo je detaljno izvijestila o proceduri nastanka čitave serije muzejskih spotova namijenjenih prvenstveno ljudima koji ne idu u muzej i upozorila na mnoge pravne probleme kao i probleme s različitim profilima suradnika i odabirom muzeja. Osnovna njena zamjerka gotovo produkciji TV-vinjeta je predugo vrijeme trajanja. Tri minute koncentrirane pažnje je previše, te se sugerira trajanje od 30 do 60 sekundi. O razlikama u poimanju i ulozi public relationsa razvijenih i nerazvijenih zemalja, sjevera i juga, govorio je K. P. V. Nair iz Calcutte, uz nas članove iz Hrvatske, jedini član ICOM MPR iz zemalja u razvoju. Neujednačen stupanj razvoja, velike društveno-ekonomske razlike osnova su i drugačijim metodama rada s publikom. Ukazano je i na opasnost da muzeji razvijenih postanu dio općeg potrošačkoga mentaliteta; s druge strane, naglašena je izuzetno dobra praksa s radom muzeja u multikulturalnim sredinama i nepismenom populacijom. O izložbi ručnih radova tijekom ljetnog festivala cvijeća u Gothebergu i suradnji sa ženskom revijom govorila je Agneta Hermansson. Nameće se komparacija sa mnogim takvim izložbama koje su se priređivale kod nas u muzejima, centrima za kultura i dr. najčešće prigodom Dana žena; tradicija ručnih radova ustaljena je u sjevernim zemljama Evrope kao i kod nas. Možda je najinspirativniji prilog bilo predavanje koncipirano kao dijalog između predsjednika LeBel agencije za komunikaciju i direktora Muzeja civilizacija iz Quebeca, otvorenog 1988. godine. Dijaloška forma poslužila je da bi se motivi jedne i druge strane učinili jasnijima i razumljivijima, te tako došlo do najboljih rješenja. Zaključak je bio prilično neočekivan: prekid uspješne trogodišnje suradnje čini im se najlogičnije rješenje kako ne bi nastao stereotip.

Agencija LeBel bila je tri godine angažirana na koncipiranju propagandnih programa Muzeja civilizacije; jedan segment promocije, televizijski spotovi prikazani su tijekom predavanja.

Imali smo priliku čuti još jednog direktora agencije za promociju, gospodu Lee Kimche McGrath, koja je prikazala projekt marketinga i propagande privatnoga novog školskog muzeja. Taj materijal raden je radi prikupljanja novih sponzora za realizaciju muzeja.

Dileme oko interpretacije uloge i svrhe marketinga, koje se čuju sve češće u muzejima gdje je on razvijen - je li posrijedi profit ili svojevrsna "prostitucija" vrlo je razložno i sustavno obradila Kersti Krug: pokazala je na kojoj točki marketing može postati negacija muzeja uzevši u obzir sve parametre koji ga čine ustanovom sa specijalnom misijom.

Interesantan je i pomalo neočekivan odnos marketinga i muzeja u Njemačkoj: budući da su državne institucije, muzeje financira država, mnoge suvremene ideje oko marketinga i sponzoriranja teško pronalaze put, a još teže se realiziraju zbog mnogih pravnih i statutarних ograničenja. Dieter Pesch, direktor Rajnskog muzeja na otvorenom u Kommernu radi na pretvorbi lokalnog muzeja u privatni kako bi imao veća ovlaštenja za uvođenje marketinga s ciljem što već popularizacije muzeja.

MPR komitet organizirao je za svoje članove jednodnevni stručni izlet u Montreal s posjetom najznačajnijim muzejima.

Novim izborima predzadnji dan zasjedanja, nastale su promjene u Predsjedništvu i Odboru. Za novog predsjednika MPR komiteta izabran je dr. Dieter Pesch iz Njemačke, a novi članovi Odbora su Elisabeth Addison (Kanada), Maricke Burgers (Nizozemska), K.P.V. Nair (Indija) i Roger Smith (Novi Zeland).

Sljedeća godišnja skupština zakazana je za rujnu 1993. godine u Koelnu. Promjena je bilo i u samom ICOM-u; budući da je dosadašnji predsjednik Alpha Oumar Konare postao predsjednik države Mali, na njegovo je mjesto glasovanjem došao Sharoj Ghose iz Indije. Određeno je i mjesto iduće trijernalne konferencije; bit će to Stavanger u Norveškoj, 1995. godine.

Primljeno: 3. 2. 1993.

SUMMARY

Annual Meeting of MPR Comity at Quebec

by Višnja Zgaga

The meeting of the MPR comity convened during the 16 General Conference of ICOM. The introductory lecture on cultural developments in Canada was delivered by James E. Page. Film producer Lucy Aymont presented the series of museum TV spots. K.P.V. Nair, of India, gave a talk on the differences in the concept of public relations between the developed and undeveloped countries. A very interesting contribution was the discussion of the president of the LeBel Communications Agency and the director of the Quebec Museum of Civilization, which ended with the conclusion to cease their three year old successful cooperation to avoid stereotypes. Kersti Krugi reflected upon the point when marketing might become a negation of a museum. Dr. Dieter Pesch, who had recently undertaken the task of converting the Rhine Open Air Museum at Kommern into a private enterprise in order to have a free hand in marketing, offered information on the relations of marketing and museums in Germany. The book "Marketing the Arts," containing some 30 contributions by the members of MPR Comity, was also promoted at the meeting.