

Od obrazovanja do komunikacije *

Tomislav Šola
Muzejski dokumentacioni centar
Zagreb

Jednom se dva čovjeka popnu u balon i krenu na putovanje. Iznenađuju ih oluja skrene s pravca, a kad se smirila ta dvojica shvate da su potpuno izgubljena. S olakšanjem opaze na zemlji čovjeka i poviču mu: »Hej, recite gdje se nalazimo!« Čovječuljak sa zemlje im viknu: »Vi ste u balonu.« Ova dvojica se zгледаše i uto jedan od njih reče: »Mora da je ovaj dolje kustos.« »Zašto to kažeš?«, upita drugi. »Zato jer je njegova informacija savršeno točna, ali je potpuno beskorisna.«

Ne mislim da je ova šala osobito pretjerana u svojem metaforičnom značenju. Naprotiv. Siguran sam da je poruka muzeja recimo. 19. stoljeću bila smisljena, ali danas nema tu očitu kvalitetu. U svakom slučaju, nikad se više nećemo vratiti u to stanje obećavajućih, blistavo novih perspektiva. Bilo je tada povjerenja u sretnu budućnost; postojala je nova ideologija, a svi neprijatelji su bili tako očiti. Svima su nam poznate oluje kroz koje je prošao svijet od tog vremena, kao što nam je poznata sveprisutna drama stalne promjene, drama bez predvidivoga kraja. To je stanje blisko panici.

Era Velike Tjeskobe (1) često se spominjala u svijetu muzeja, ali u posljednjih nekoliko godina neki muzejski radnici odbijaju samu ideju o muzejima u krizi. I zaista, novi muzeji se pojavljuju u broju i različitosti bez presedana. Zauzeli su svoje mjesto u medijima i o njima se sve više govori. Ipak, kriza stvarno postoji, ali ne kao kriza same institucije, nego kao kriza koncepcije. Rastući brojevi svjedoče samo da su muzeji potrebni: alarmni poziv za preživljavanje upućen je, među ostalima, i nama. Ali frustracija je još očitija u većini novih muzeja.

Muzeji se moraju mijenjati, i to zbog dva razloga. Prvo, kao institucije moraju se boriti za svoju vlastitu egzistenciju, inače se izlažu riziku da postanu nerelevantne. Drugo, oni očito moraju ispuniti svoje stvarno poslanstvo u društvu.

Granice među institucijama i disciplinama izbljeđuju zbog logike ljudskih potreba, logike mišljenja, okolnosti i informatičkih zakonitosti, te zbog toga jer područje zaštite baštine i njene komunikacije daleko nadmašuje nadležnost muzeja. Dakle, kako su nam potrebne definicije, muzej je svaki stvaralački napor kibernetičke akcije na podlozi

kompleksnog iskustva baštine. Mislim da ćemo uskoro redefinirati cjelokupnu koncepciju muzeja kao **kontinuitet** (u značenju čuvanja svakog identiteta) i **preživljavanje**. Muzeji su refleksi naše civilizacije i okoline, i zbog toga tvrdim da sve što je u radnom procesu muzeja mora služiti interpretaciji kao krajnjem cilju – što u današnjim okolnostima znači komunikaciju. Finalni oblik svake kreativne interpretacije je **umjetnost** i, makar se čini još dalekom vizijom, to je jasna budućnost muzejske komunikacije. Što nam je zajedničko? Isto polazište (**identitet**), isti sadržaj (**kreativnost**) i ista metoda (**interpretacija**).

Jedan naš kolega s pravom tvrdi: »Svaka kustoska odluka ima interpretativne posljedice. Svaka koncepcija u oblikovanju ima interpretativnu poruku. Svaka administrativna odluka reflektira pretpostavke o tome koje su vrste interpretacije potrebne i na koji ih je način najbolje moguće postići« (2). Kustosi za obrazovanje su, dakle, odgovorni za finaliziranje cjelokupnoga muzejskog napora.

S tradicijom od kojih stotinu godina (!) koncepcija obrazovne uloge muzeja mora biti reformirana želi li postići svoju stvarnu dimenziju. Ali – a to je upravo jedno od najjačih uporišta u pristupu koji predlažem – ta se transformacija ne može postići obrazovnim odjelom muzeja. Ako taj odjel nije integralni dio novog pristupa muzejskoj instituciji u njenoj cjelini, tada se ništa bitno neće dogoditi. Nije riječ o tome da se svi kustosi počnu baviti obrazovanjem, ili komunikacijom muzeja, nego da imaju komunikaciju na pameti kad obavljaju svoj dio posla. Kakogod bila važna i očita u pozadini – znanost je samo **baza** muzeja. Stoga, ili radimo za znanost (što ne znači nužno i u okviru muzeja), ili dajemo znanstvenu podlogu, upotrebljavajući znanost kao jamstvo relevancije našeg informacijskog potencijala.

Cjelovito razumijevanje prirode života i stvari bila je časna ambicija čovječanstva u toku njegove povijesti. Ali ono što je u prošlosti bilo teško, postalo je u suvremenom svijetu stvarna drama. Većina škola i institucija višeg obrazovanja postale su puke tvornice znanja koje upotrebljavaju mehaničku metodologiju da bi napunile mozak bezbrojem podataka koji ne stvaraju logičnu cjelinu. Većina muzeja slijedi isti kartezijanski, mehanicistički i racionalistički model, stvarajući neku vrstu trodimenzionalne školske slikovnice. U nastojanju da nađu nove načine da rade istu stvar, njihove inovacije su površne. Eto kako upotrebljavaju divnu novu tehnologiju. U tom bi smislu rado naveo nešto što je napisano prije četrdeset godina: »Promašaj

naše društvene prilagodljivosti u velikoj mjeri proizlazi, već na razini školstva, iz (...) rascjepa između znanja i stvaranja društvene svijesti« (3). Ta cjelokupna koncepcija pripada »civilizaciji drugog vala« i njoj prisposodljivim »muzejima drugog vala« (4).

Ako se školama čini teškim nadvladati svoju inherentnu slabost, muzeji bi bar mogli prestati da ih slijede. Obrazovanje je najčešće jednosmjernan proces. A muzeji trebaju proces s povratnom informacijom. Bez obzira na to jesu li pedagoški obrazovani ili ne, kustosi koji se bave obrazovanjem moraju upotrebljavati svoju temeljnu akademsku disciplinu kao osnovu za multidisciplinarno istraživanje koje ih vodi prema krajnjem cilju tj. komunikaciji. Škole mogu proizvoditi naglašeno specijalizirane »autoritete«, a takvi ljudi također mogu raditi u muzejima. Naravno, ne govorim o muzejskim institucijama koje rade izuzetno dobro, što se opisuje (upravo da bi se pokazala razlika prema drugima) kao »osjetilno obrazovanje« osnovano na »školi senzibiliziranja« (5).

Ono što me iznenađuje u većini muzeja jest njihov pokušaj da ponude sistematizirano znanje na nekoj stalnoj osnovi, umjesto da se usredotoče na stvaranje uvida, osjećaja (awareness), konceptualnog mišljenja, na pristup novim idejama, na premišljanje starih koncepcija. To inzistiranje na prikupljanju znanja čini ih samo blijedom verzijom škola. Znanstveno uređeno izlaganje tisuća pribodnih leptira u prirodoslovnom odjelu pokušaj je da se pokaže raznolikost i klasifikacija vrsta. Izlazeći iz muzeja, posjetilac se može diviti stručnosti kustosa i minimalizirati vlastitu sposobnost. Može također zavidjeti kustosima na egzotičnim putovanjima i na luksuzu njihove znanstvene i stručne distance prema svijetu koji se nalazi izvan tišine njihova muzeja. Samo izuzetno rijetko dogodi se zadovoljstvo da posjetilac otkrije kako je netko pokušao predvidjeti njegova pitanja i ispričati dobru, osnovanu i argumentiranu pripovijest o, recimo baš – leptirima: koliko su važni, zanimljivi i opasni; koliko je mnogo stvari u našoj okolini inspirirano upravo leptirima i, možda, koliko bi bilo tužno i glupo izgubiti ih.

Obrazovanje nije uvjerljivo, ali intelektualna rekreacija jest. Ali, jesmo li doista uvijek obavezni na uvjerljivost? Naravno, nije moguće govoriti o organiziranoj zavjeri establišmenta, ali ipak se događa da neke stvari koje pokušavamo raditi odjednom gube potrebnu podršku. Megastrukture uvijek imaju subtilne načine da na vas »utječu«. Ako izmislite produkt koji sve druge čini zastarjelima i koji traži značajnu promjenu u proizvodnoj politici, velika će vam kompanija kupiti izum i sahraniti ga. Ako otidete predaleko u objašnjavanju tekuće politike, bilo

da je riječ o trgovini umjetničkim djelima, samoj politici, ekonomiji, društvenim institucijama, industriji ili čemu drugome – i ako počnete protukampanju (makar i u obliku ponešto provokativne izložbe), bolje je da se spremite za odlazak. Kad vas establišment voli, budite sigurni da radite krivo: muzeji uvijek pružaju dojam da su demokratični, po samoj svojoj biti, ali oni koji posjeduju vlast i mogućnost odlučivanja vole muzeje samo ako imaju osjećaj da im muzeji laskaju. Kad gospodin Novac (ime je različito prema zemljama) financira goleme muzejske izložbe, onda donosi stotine slika od gdje god ga poslovna putovanja vode; izložbe se dogovaraju u poslovnim razgovorima, a kad se svemu doda medijski glamur, ne preostaje vam nego da pristanete – svakako bar prešutno. Ipak, pristajete li stvarno rado objašnjavati logiku povijesti umjetnosti kroz primjer novog »genija« koji je stvoren pri ručku između dvaju letova? U manipuliranome muzeju, gdje god da se nalazimo, ne komunicirajte, nego samo hvalite ukus velikodušna Gospodara kojim ispravno predviđa sljedeći korak povijesti umjetnosti. Ako je umjetnost sve internacionalnija, ako je stvarana novcem i ako je štiti muzej, što da kažemo o onima koji imaju malo novca i čiji su muzeji siromašni? Neokolonijalne muzeje i njihove gospodare to stvarno nije briga.

Novi muzejski komunikator mora također računati s odbijanjem i nerazumijevanjem publike. Prosječni muzejski posjetilac je vrlo privržen »vječnim vrijednostima« i »standardima izuzetnosti« (standards of excellence). Takav posjetilac je uobličeni dugom tradicijom u kojoj su muzeji imali vrlo aktivnu ulogu. On uživa u superlativima i za stvari i za ljude. Sviđa mu se udoban osjećaj koji stvara droga identifikacije s nametnutim idealima. Relikvije, vječnost, pravo, originalno, istinsko, objektivno, to su sve dijelovi pripovijesti. Naravno, ništa od toga po sebi nije loše, ali nova muzeologija inzistira na asocijacijama koje imaju značenje, i na isto takvim ciljevima.

Osobno, nikad mi nije bilo jasno zašto u muzejima tehnologije nisu zaposleni i povjesničari umjetosti: tih recimo tridesetak automobila u muzeju bi iznenada predstavljalo atraktivnu pripovijest iz povijesti oblikovanja. Ako dodate i sociologa, nijemi metal bi govorio još razumljivijim jezikom. Naši muzeji, uzevši ih kao djelatnost, liče na slagalicu kojoj nitko nije predvidio mogućnost slaganja. Zašto su francuski automobili drugačiji od američkih? Zašto su isti proizvodi drugačije oblikovani u različitim zemljama? Ako kustosi za muzejsko obrazovanje upotrebljavaju svoje zbirke da bi odgovorili na slična pitanja, onda nas uče stvaralačkom razmišljanju i logičnom povezivanju razno-

rodnih podataka. Možda bi mi netko mogao objasniti zašto naša civilizacija tako očajnički pokušava prisiliti ljude da memoriraju i strojeve da razmišljaju? Naravno, savjetovao bih kustose za obrazovanje da se bore protiv te stravične besmislice.

U sljedećih deset do petnaest godina muzeji će, vjerujem, tražiti slobodan status kako su to nekad učinila sveučilišta. Čak ni razgovor o komunikaciji nema smisla ako cjelokupna pozicija i strategija muzeja ostanu iste: muzej ili bilo koja institucionalizirana akcija na polju baštine ne mogu djelovati samo kao pasivan oblik dokumentiranja i spremanja materijalnih dokaza. Aktivni pristupi ili alternativna akcija prisiljavaju muzeje da uđu u svijet grube stvarnosti. To je proces koji moraju voditi kustosi za obrazovanje, a danas je to rijedak slučaj.

I logično, reklo bi se, znajući da, u cjelini, muzeji pripadaju »civilizaciji drugog vala«, civilizaciji koju bi McLuhan zvao civilizacijom »čovjeka pisma«: »klasični je stav čovjeka pisma da 'istakne s ponosom' i 'smatra alarmantnim', dok istovremeno komformistički ignorira sve što se događa«. I u našoj svjetskoj muzejskoj organizaciji mi također racionaliziramo naše frustracije stvarajući rezolucije koje postaju jedini odgovor na »alarmantne pozive« za spasavanje našeg ugroženog Planeta. Svijet je još u traženju kvantitete, a ustvari, više nije pitanje u tome da li »više« nego da li »bolje« – u smislu kvalitete.

Omogućujući ljudima da otkriju ono što je bilo skriveno, da vide ono što je izgledalo sasvim očito i priznaju ono što se činilo nemogućim, muzeji mogu ishoditi stvarno proširenje njihova intelektualnog uvida. Muzeji bi također trebali poslužiti u transferu cijelog ljudskog iskustva omogućujući time ljudima da se samostalno orijentiraju i da donose samostalne odluke kad su suočeni s novim situacijama. Vjerujem da izgradnjom šireg intelektualnog pristupa i razumijevanjem povijesnog iskustva čovjek postaje **tolerantan**, a to upravo očajnički trebamo u ovom svijetu. Muzej se razlikuje od formalnog obrazovnog sistema jer »ima pristup ljudskoj spontanosti, tom izvoru dobrote, inventivnosti i vještine« (6). Neki autori idu čak tako daleko da kažu kako se »dužnost koju moramo obavljati sastoji u pribavljanju iskustava na kojima publika može stvarati oslonjivu intuiciju« (7). Koliko li je daleko taj poziv od pukog stjecanja znanja!

Čini mi se nepotrebnim i čak nepravednim kritizirati svu obrazovnu praksu muzeja. Teško je, a ponekad i nemoguće, biti drugačiji i ponašati se drugačije u visoko kondicioniranim profesionalnim i društvenim okolnostima. Kao muzeolog, ali bez mogućnosti da mijenjam vanjski kontekst, dajem prednost naporu da se promijene muzeji.

Prvi korak koji treba napraviti jest stvaranje nove vrste borbenih zagovornika, tj. kustosa koji su obrazovani za obavljanje posla u muzeju, koji su, dakle, dobro upoznati s povijesnim iskustvom zaštite nasljeđa i koji razumiju stvarno poslanstvo muzeja. Trebaju nam intelektualci koji mogu sintetizirati i integrirati različita znanja u koherentnu cjelinu, identificirati upotrebljivo historijsko iskustvo i odgovoriti na stalno pitanje: Gdje smo? Sav dosadašnji razvoj koncepcije muzeja vodio je prema povećanoj komunikaciji – od Bickmore dijapozitiva preko projekata Willa Sandberga, Muzeja narodne umjetnosti i tradicije Georga H. Rivièrea pa sve do recentne prakse ekomuzeja.

Što se pak tiče muzejskih komunikatora, oni moraju biti osobita vrsta ljudi. Makar kojih da su godina i iskustva potrebno je da ostanu zainteresirani i entuzijastični. Goethe je 1825. rekao: »Učimo samo od onih koje volimo.«

Nešto kao konačno rješenje svih naših problema ne postoji. Ako je ozbiljna, muzeologija nikad takvo rješenje neće pokušati nuditi, kao što ni filozofija ne nudi praktična rješenja za svakodnevicu. Ustanoviti univerzalni model muzeja i muzejskih radnika bilo bi protiv same biti muzeja jer muzeji služe identitetu, ali također i iz njega niču.

Imajući to na umu, ipak bih rado ponudio sljedeće savjete kustosima za obrazovanje:

Muzejski program mora biti sagrađen »više na interesima korisnika nego na objektima zbirke« (8).

Učinite da ljudi prepoznaju svoje vlastite probleme, dileme, kvalitete, promašaje, nerazumijevanje. Utješite ih tako da im omogućite razumijevanje i dajte im mentalne magnete za orijentaciju u historijskom iskustvu.

Ovako tradicionalno obrazovanje u muzejima moglo bi učiniti »da nakraju publika povezuje muzeje i galerije s nekim instant poboljšanjima pameti, da u njima vidi neki oblik socijalne karte za besplatnu juhu...« (9).

Svoj posao možete i dalje zvati podučavanje (teaching) ili obrazovanje (educating) – kao što mnogi od nas još upotrebljavaju termin muzeologija – ali sadržaj tog pojma mora donositi efekte promijenjenog ponašanja.

Borite se za jednakopravno sudjelovanje komunikacijskoga kadra u stvaranju cjelokupne muzejske politike.

Nemojte obrazovati. Tu ste da bi se družili i suosjećali.

Nemojte podučavati. Pokušajte posjetiocima pružiti intelektualni i osjetilni užitak bivanja u muzeju. Samo tad mogu početi primati poruke. Učite od onih koji su najefikasniji, kao primjerice rock-koncert (i nemojte molim vas reći da rock-

-koncert nije važan!).

Nemojte samo odgovarati na pitanja. Ispravljajte ih također.

Uključite svoje posjetioce: učinite da proizvode; učinite da dâju; učinite da uzmu (čak i kad to znači kupiti).

Imajte na umu da *raison d'être* muzeja ne leži u njemu samom niti u njegovim predmetima. Muzej je i medij i sredstvo; postoji da bi poslužio kao važan transfer mudrosti (10).

Kad obavljate svoj posao, zapitajte se najjednostavnija pitanja koja nitko nikad ne postavlja: neki misle da znaju suviše da bi ih postavili; drugi misle da znaju premalo da bi to priznali.

Ako muzej ne može obaviti sva tri segmenta svojeg poslanstva, kako ga definira Hugues de Varine, naime akciju, istraživanje i razvoj – kao kustos za obrazovanje u muzeju nećete moći obaviti **svoje** poslanstvo. Nova muzeologija, ili »heritologija«, mnogo se bavi tim problemom i nudi upotrebljiv set strateških promjena. Svijet je uvelike baš izgubljen balon, a naša profesija se našla među posadom umjesto da ima zemlju pod nogama. Poziv na uzbuđenje je očito i nama upućen. Biste li preuzeli odgovornost da na njega odgovorite savršenom ali neupotrebljivom informacijom? ■

NAPOMENE:

1. Alvin Toffler
2. Ambach, Gordon M., *Museums as Places of Learning, Museum News, December 1986.*
3. Humby, S.R., and James, E.J., *Science and Education, p. 28, Cambridge, 1942.*
4. Šola Tomislav, *Towards a Modern Concept of Museology, Informatologia Yugoslavica, December 1983, pp. 211–225.*
5. Giraudy, Danièle and Bouilet, Henri, *Le Musée et la vie, p. 88, Paris, La Documentation Française, 1977.*
6. Wittlin, Alma S., *The Museum: Its History and Its Tasks in Education, p. 221, London, Routledge & Kegan Paul, 1949.*
7. *Museums and the New Technology, Proceedings of the Annual Conference of Museums Association of Australia, Sydney, October, 1980, p. 9.*
8. *Ibid, p. 49.*
9. Strong, Roy, *Museums: New Horizons for the Seventies, Museums Journal, Vol. 70, No. 3, 1970, pp. 102–104.*
10. *From a project for a book Between Vanity and Wisdom: Essays on the History and Future of Museums, T. Šola.*

SUMMARY

From education to communication

Tomislav Šola

New museums appear in numbers and varieties without precedent. Nevertheless, there is a crisis of the museum concept. Museums should change: they should struggle for their existence, and fulfill their mission in society. The task of the museum should be redefined so to comprise continuity (in terms of preservation of identity) and maintenance.

It is important to reform the educational role of the museum. In order to change their state, museums should have militant curators. All curators should have communication in mind as very important for their work. Curators engaging in educational activities should use the main discipline of their academic training as a basis for a multidisciplinary research with communication as its final goal. They should make use of collections in order to develop creative thinking and logical association of various data. The new museum communicator should also take in account the possible rejection and misunderstanding of the public, because the average museum visitor is attached to so called »everlasting values and standards of art«.

Advices for curators are further given for the promotion of the role of the museum communicator and the transformation of the museum in general.

*Uvodno predavanje na simpoziju ICOM-ova Međunarodna komiteta za obrazovanje i kulturnu akciju (CECA), Paris, 6–12. srpnja 1987. Tekst objavljen na engleskom i francuskom jeziku u »Nouvelle de l'ICOM«, Paris, vol. 40, No 3/4, 1987.