

OŽIVLJAVAMO PROSTOR NA DRAMATIČAN NAČIN

ARNE KVORNING □ Kvorning Design & Communication, Kopenhagen, Danska

Razgovor vodila: Lada Dražin-Trbuljak □ Muzejski dokumentacijski centar, Zagreb

(...) muzejski je dizajn bitno drugačiji od arhitekture. Svaka izložba trebala bi pričati priču uz pomoć izložaka, njihove interpretacije i scenografije, a to znači da morate moći nadzirati i kombinirati različita izražajna sredstva.

LADA DRAŽIN-TRBULJAK: Studirali ste arhitekturu na The Royal Danish Academy of Fine Arts, School of Architecture. Nije nam poznata praksa drugih zemalja, ali ono što nam se učinilo neobičnim jest činjenica da na Akademiji lijepih umjetnosti postoji Studij arhitekture, Studij dizajna i Studij konzervacije umjetnina. U vašoj se biografiji pojavljuje podatak da ste arhitekt, dizajner i scenograf. Jeste li za vrijeme studija slušali predmete vezane za scenografiju i dramaturgiju te koliko je to utjecalo na vaše buduće zanimanje i bolje razumijevanje narativnog aspekta muzejskih izložaba i stalnih postava?

ARNE KVORNING: Danska akademija likovnih umjetnosti u Kopenhagenu osnovana je prije više stotina godina, a izvorno je bila umjetnička škola. Studij arhitekture zarana je postao dio Akademije, što objašnjava njezino ime. U Danskoj postoje dva arhitektonska fakulteta, a najstariji je onaj u Kopenhagenu. Umjetnici i arhitekti već godinama surađuju, od čega oba obrazovna programa imaju obostranu korist.

Naziv Akademije nedavno je produljen u Danska kraljevska akademija likovnih umjetnosti: Studij arhitekture, Studij dizajna i Studij konzervacije umjetnina.

Za vrijeme studija bavio sam se scenografijom, napose kazališnom i televizijskom, što je postalo i mojim područjem specijalizacije. U diplomskom radu obradio sam televizijsku scenografiju, s posebnim naglaskom na mogućnostima kombiniranja dramaturgije i prostornog dizajna, što je od samog početka oblikovalo moj rad u području muzejskog dizajna.

L.D.-T.: Smatrate li da muzejski dizajn ima svoje specifičnosti? Koje biste od njih izdvojili?

A.K.: Bez sumnje, muzejski je dizajn bitno drugačiji od arhitekture. Svaka izložba trebala bi pričati priču uz pomoć izložaka, njihove interpretacije i scenografije, a to znači da morate moći nadzirati i kombinirati različita izražajna sredstva.

L.D.-T.: Vaš studio Kvorning Design & Communication ima urede u Kopenhagenu, Londonu, Oslu i Pekingu i zapošljavate oko četrdeset profesionalaca.

Koje biste kvalitete svojih suradnika istaknuli kao vama najvažnije: dobre komunikacijske vještine, dobre organizacijske vještine, sposobnost rada u timu, kreativnost, samostalnost, odgovornost...? Što je iz vaše prakse ključno za razvoj dobrog tima?

A.K.: Zapravo je sve što ste spomenuli ključno. Način rada na izložbama kakav mi njegovamo iziskuje od nas

da oživljavamo prostorije na dramatičan način. Moramo ih moći analizirati i potom ih aktivno uključiti u proces pričanja priče. Naravno, kad (kao mi) radite s međunarodnim klijentima, morate mnogo putovati, pa se od zaposlenika očekuje da su u svakom trenutku i u vrlo kratkom roku spremni otputovati.

L.D.-T.: U vašem timu rade stručnjaci koji osim temeljnih disciplina – arhitekture i dizajna (*creative concept manager, graphic designer, exhibition designer-product design*) imaju i vrlo specijalizirana znanja – *exhibition designer-interpreter*. Možete li nam reći koja je točno njegova uloga?

A.K.: Naše osoblje čine stručnjaci s različitih područja: arhitekture, dizajna, grafičkog dizajna, dizajna interakcija, komunikacija itd. Imamo i interpretatora, možda bi ga pravilnije bilo nazvati pripovjedačem. Njegova je posebna zadaća razgovor s muzejskim stručnjacima, obrada sadržaja i prenošenje priča. S njim i ostatkom tima tijesno surađuje menadžer za kreativne koncepte, čija je zadaća postići puno suglasje između same izložbe (u smislu fizičkih izložaka) i njezina kreativnog sadržaja.

Razgranatu mrežu međunarodnih suradnika koju smo razvili čine neki od najprofesionalnijih i najiskusnijih stručnjaka u njihovim područjima. Ako se, poput nas, želite baviti organizacijom izložaba i klijentima nuditi gotova rješenja, potrebni su vam najbolji suradnici. Mi nastojimo neprestano unapređivati te dalje graditi i razvijati našu mrežu.

L.D.-T.: Koliko su timski rad i razumijevanje naručitelja presudni za vaš projekt? Kakva su vaša iskustva u komunikaciji s naručiteljima?

Jesu li vaše zamisli uvijek glatko prihvaćene? Donose li se odluke jednoglasno ili katkad ima otpora pa svoje ideje morate strpljivo obrazlagati naručiteljima?

A.K.: Aktivno slijedimo sustvaralački model utemeljen na održavanju radionica s klijentima. To uvelike pomaže samom procesu. Uvijek pažljivo slušamo svoje klijente, zajedno ulazimo u detalje sadržaja i uglavnom uspijevamo razviti vrlo otvorenu i poticajnu atmosferu. Zahvaljujući spomenutim metodama, procesi uglavnom teku glatko.

L.D.-T.: Nakon vašega prvog susreta s novim projektom, tj. s naručiteljima, što očekujete u daljnjoj etapi vaše suradnje s muzejskim profesionalcima?



NORVEŠKI MUZEJ CESTA
 naručitelj_Norveški muzej cesta
 vrsta_stalni postav
 lokacija_Fåberg, Norveška
 godina_2014.

THE NORWEGIAN ROAD MUSEUM
 client_The Norwegian Road Museum
 project_permanent exhibition
 location_Fåberg, Norway

(...) dobro postavljen sustvaralački model suradnje ima presudnu važnost. On omogućuje ljudima da doista slušaju jedni druge te da razviju poštovanje prema znanju i iskustvu drugih.

Što bi prema vašemu mišljenju već u toj konceptualnoj fazi trebao sadržavati dobro pripremljen zadatak? Naravno, osim pisanih uputa kustosa koje se odnose na sadržaj i, možda, ideju prezentacije, vrstu izložbe, mjesto i vrijeme njezina održavanja, ciljane korisnike, upute vezane za zahtjeve konzervatora i, jasno, sredstva kojima projekt raspolaže?

A.K.: Ovdje bih ponovio odgovor na prethodno pitanje: dobro postavljen sustvaralački model suradnje ima presudnu važnost. On omogućuje ljudima da doista slušaju jedni druge te da razviju poštovanje prema znanju i iskustvu drugih.

L.D.-T.: Molim da nam kažete nešto o organizaciji, planiranju i postavljanju prioriteta tijekom vođenja projekta.

A.K.: Vrlo je važno uskladiti očekivanja u svim fazama. Važno je razgovarati, razgovarati... i razumjeti tuđe ideje i potrebe.

L.D.-T.: Koji način suradnje smatrate najuspješnijim? Sudjeluju li u toj fazi veći timovi muzejskih profesionalaca? Smatrate li da, na primjer, muzejski konzervatori ili muzejski pedagozi također trebaju sudjelovati u inicijalnoj fazi kreiranja prijedloga rješenja?

A.K.: Po pravilu najprije organiziramo radionicu na koju pozovemo sve sudionike projekta, to je vrlo važno. Nakon toga postupno smanjujemo broj članova radne grupe – to je nužno da bi grupa ostala operativna. No podjednako je nužno da svi sudionici projekta za vrijeme cijelog procesa budu informirani kako bi se izbjegli mogući nesporazumi.

L.D.-T.: Suradivali ste u realizacijama izložaba i stalnih postava vrlo različitih tema i sadržaja. S vremenom ste sigurno uspjeli razviti uspješne komunikacijske vještine i steći znanja vezana za prezentaciju i interpretaciju različitih vrsta građe – od povijesne, prirodoslovne, tehničke, arheološke, likovne i suvremene umjetnosti. Je li neka vrsta građe zahtijevala više pozornosti ili znanja?

A.K.: Upravo je to jedan od elemenata po kojima se muzejski dizajn bitno razlikuje od građevinske arhitekture. Za svaki novi projekt, bez obzira na njegovu temu, uključujemo se u sadržaj: čitamo knjige, razgovaramo sa stručnjacima. Ako želite da vaša izložba bude profesionalna, priča prave priče i dočarava pravu atmosferu, čini mi se da do njezina otvorenja morate postati nekom vrstom polustručnjaka za temu kojoj je izložba posvećena. Bez obzira na to je li riječ o, primjerice, izložbi o bušenju leda na najvišem vrhu Grenlanda ili o suvremenoj umjetnosti, uvijek morate biti zainteresirani, pridati mnogo pozornosti temi i slušati stručnjake.

L.D.-T.: Muzejski projekti na kojima ste radili obuhvaćali su zaista vrlo širok raspon baštinskih tema, uključujući

rat, brodograđevne, sportske i klimatske probleme te prezentacije kulturnih i prirodnih krajolika, što je pred vas stavljalo izazov učenja i kreiranja razumljivih, uvjerljivih, pa i dirljivih interpretacija. Osim inicijalnih uputa i razrada tema koje dobivate od muzejskih specijalista, koliko se tim aspektom bave i članovi vašeg tima?

A.K.: Kao što sam već spomenuo, moj tim provodi mnogo vremena u čitanju knjiga, iscrpnim razgovorima sa znanstvenicima i sl. Naravno, nije svaki član tima zainteresiran za takvo što, stoga smo definirali dvije vrste poslova: interpretator i menadžer za kreativne koncepte. Svatko bi trebao biti upoznat s detaljima projekta kako bi ih mogao prenijeti članovima dizajnerskih timova.

L.D.-T.: Koliko vam je vremena potrebno za fazu planiranja i razvoja projekta, a koliko za fazu realizacije? Recite nam nešto i o svom iskustvu analize i procjene rezultata kako biste odabrali najbolja rješenja.

A.K.: Radimo na gotovo svim tipovima izložaba, bez obzira na njihov opseg. Znamo reći da raspon Studija seže od posjetnica do svjetskih izložaba (EXPO). Primjerice, pripremamo li stalni postav izložbe koja se prostire na 1000 m² izložbenog prostora, 50 % vremena moramo posvetiti razvoju koncepta i pripremi, a 50 % produkciji i instalaciji. Ovisno o složenosti posla, pripreme mogu trajati od šest mjeseci do dvije godine.

Na svoje radionice često pozivamo buduće korisnike: kako muzejsko osoblje, tako i tipične posjetitelje muzeja. Svi oni imaju aktivnu ulogu u razvojnom procesu.

L.D.-T.: Za izložbu možemo reći da je i danas osnovni oblik komunikacijske funkcije muzeja, pa je upravo zato jedan od najvažnijih načina na koji muzeji komuniciraju i s posjetiteljima. Koliko je taj podatak važan i u kojoj se mjeri uzima u obzir pri inicijalnom postavljanju interpretacijske strategije? Tražite li od muzeja da vam precizno istraže tko su njihovi posjetitelji i kome se namjeravaju obratiti, ili vaš tim procjenjuje koju bi publiku i na koji način trebalo zainteresirati za projekt? Što smatrate ključnim u komunikaciji s posjetiteljima?

A.K.: Kao što sam već spomenuo, za nas je od presudne važnosti dobro upoznati ciljne skupine i zatim te iste ciljne skupine dobro integrirati u razvoj projekta kako bi postale njegov aktivan dio. Stoga od suradnika u muzejima od samog početka suradnje očekujemo da definiraju ciljne skupine i dostave nam informacije o njima.

L.D.-T.: U kreiranju priče ne služite se samo klasičnim metodama pripovijedanja, projekcijama, fotografijom i svjetlom već se koristite i interaktivnim elementima, zvukovima i mirisima. Mnoge vaše projekte karakterizira vrlo delikatna primjena različitih medija. U jednom kratkom videu rađenome za Museums & Heritage Show 2016. spomenuli ste da mnoge muzeje obični posjetitelji doživljavaju kao dosadne i da vam je izazov bio upravo to mi-



TAJNI RATNI TUNELI DVORCA DOVER
 naručitelj_English Heritage
 vrsta_stalni postav
 lokacija_Dover, Engleska
 godina_2011.

THE SECRET WARTIME TUNNELS
 client_English Heritage
 project_permanent exhibition
 location_Dover, England

jenjati unoseći novo svjetlo i novu atmosferu u muzeje. Koliko su upravo film i novi mediji tome pridonijeli?

A.K.: Medij filma i interaktivnost imali su golem utjecaj na nas. Često prostorije pretvaramo u aktivne pripovjedače projicirajući slike i prizore izravno na zidove, pod i sl. Mirisi su zanimljivi (iako se njima teško koristiti u većim prostorima) i doista znatno unapređuju iskustvo. Mirise pamtimo, oni pobuđuju naše pamćenje, nerijetko mnogo intenzivnije nego zvukovi ili prizori.

L.D.-T.: Iznimno važan moment s kojim se susreću mnogi dizajneri jest i procjena trenutka u kojemu se proces treba zaustaviti. Nakon što je cjelokupno istraživanje i kreativni proces razvoja projekta završen, imate li vremena sebi i timu dati predah da stanu i evaluiraju ono što je napravljeno i prije same realizacije?

A.K.: Budući da se u našem radu oslanjamo na sustvarlačku metodu, uzimamo si dovoljno vremena za trajanja samog procesa i, naravno, nakon njegove realizacije, za procjenu.

Važno je izbjeći nesporazume i pretjerano često vraćanje na pojedina pitanja. Također je važno učiti iz procesa tako da vaš tim sa svakim dovršenim projektom postaje sve precizniji.

L.D.-T.: Koji su vam vaši najdraži projekti i zašto?

A.K.: Teško je reći, bilo ih je doista mnogo... Ipak, jedan se ističe: *Tajni ratni tuneli dvorca Dover*. Za potrebe pro-

jekta morali smo kombinirati sve naše vještine i uključiti cijelu mrežu naših proizvođača i partnera. To je odličan projekt koji se i danas smatra jednom od najpoznatijih izložaba u Ujedinjenom Kraljevstvu.

L.D.-T.: Koji je projekt za vas bio najzahtjevniji, bilo u prenošenju idejnog rješenja, bilo u rješavanju tehničkih problema?

A.K.: Također *Tajni ratni tuneli dvorca Dover*. Raditi 20 metara ispod zemlje, u sustavu tunela dugačkome 2 km, bio je pravi izazov.

L.D.-T.: Koji su najčešći problemi s kojima se susrećete? Na kakva ograničenja nailazite? Kako se nosite sa stresnim situacijama?

A.K.: Najčešće su to tehnički problemi vezani za audio-vizualnu opremu i sl. Rješenje je raditi s najboljima u svijetu – to obično pomaže u stresnim situacijama. Zna da imate tim koji će se pobrinuti za sve i da će ono što ste stvorili funkcionirati ne samo za vrijeme svečanog otvorenja već i godinama kasnije.

L.D.-T.: Koje su najčešće pogreške koje uočavate na svojim ili drugim izložbama? Promatrajući iz vizure dizajnera, što mislite da bi se moglo ili trebalo poboljšati?

A.K.: Integracija audio-vizualnih rješenja i interaktivnih elemenata. Naporno radimo ne bismo li te elemente učinili što diskretnijima, suptilnijima i "nevidljivijima", a to je za mnoge pravi izazov.

Razvijte vlastiti osjećaj za prostoriju i prostor, budite precizni i služite se različitim izražajnim sredstvima. Budite zainteresirani i otvoreni za različite teme i znanja. Budite otvoreni i pažljivo slušajte...

L.D.-T.: Poznato nam je da tijekom razvoja projekata konzultirate brojne danske i svjetske istraživače, autore i relevantne stručnjake. Pretpostavljamo da odlično poznajete brojne svjetske muzejske postave i izložbe. Analizirate li uspješne zamisli i provedbe drugih studija ili uvijek polazite isključivo od razumijevanja naručenog projektnog zadatka?

A.K.: Osobno mnogo putujem, a čak i kad sam na odmoru, gdje god pošao, posjećujem muzeje. Naravno, proučavam i kataloge svojih kolegica i kolega. U njima možete pronaći inspiraciju, ali i naučiti ponešto iz tuđih pogrešaka. U svakom je smislu korisno. Ključ se, dakle, krije u kombinaciji iskustva, nadahnuća i iscrpnog rada sa specifičnim informacijama.

L.D.-T.: Vrlo ste svjesni važnosti suradnji s istaknutim pojedincima i partnerima. Suradivali ste s nekim od najutjecajnijih arhitekata i partnera u svijetu kao što su Normann Foster, Dominique Perrault, Jean Nouvelom, Zaha Hadid Architects' i norveški dizajnerski studio Snøhetta. Trenutačno su u razvoju ili pri završetku partnerstva i projekti u Danskoj, Norveškoj, Švedskoj, Engleskoj, Belgiji, Italiji, Mađarskoj, Rusiji, Dubajju, Omanu, Saudijskoj Arabiji, Vijetnamu, Kini i SAD-u. U čemu vidite svoju najveću snagu?

A.K.: Osobno mi je uvijek lakše razgovarati s ljudima i razvijati povjerenje među svim sudionicima projekta. Kroz godine sam upoznao brojne "arhitekate superzvijezde" i s njima razvio vrlo dobre odnose. Do sada sam s njima uvijek uspijevao uspostaviti kreativnu suradnju. Također, treba biti otvorenog uma i pažljivo slušati. To vam pomaže da bolje razumijete klijente i partnere diljem svijeta i da bolje surađujete s njima.

L.D.-T.: Na vašoj web stranici www.kvorning.com impresivna je lista baštinskih projekata na kojima ste dosad radili, pa bi nam nakon toliko stečenog iskustva bilo zanimljivo čuti kako vidite muzeje u budućnosti.

A.K.: Uloga muzeja je važna, ali je također (i uvijek će biti) u neprestanoj mijeni. Muzej je prije svega društveni prostor, mjesto susreta, mjesto doživljaja. A ako uvijek iznova nastojite pronaći tu pravu kombinaciju, muzeji će preživjeti. Međutim, muzeji će se neizbježno mijenjati jer će ih u godinama koje dolaze promatrati, "mirisati" i doživljavati nove, uvijek drugačije skupine posjetitelja, i to na nove, uvijek drugačije načine.

L.D.-T.: Što biste poručili onima koji bi se željeli baviti dizajnom muzejskih izložaba?

A.K.: Razvijte vlastiti osjećaj za prostoriju i prostor, budite precizni i služite se različitim izražajnim sredstvima. Budite zainteresirani i otvoreni za različite teme i znanja. Budite otvoreni i pažljivo slušajte...