

## NOVI POSTAV DIONICE DIZAJNA U MUZEJU ZA UMJETNOST I OBRT

KORALJKA VLAJO □ Muzej za umjetnost i obrt, Zagreb



sl.1.-6. Novi postav dionice dizajna u Muzeju za umjetnost i obrt, Zagreb, 2020.

Svoj 140. rođendan Muzej za umjetnost i obrt obilježio je, među ostalim, važnim izmjenama dionice dizajna – dijela stalnog postava čija je tema dizajn u Hrvatskoj nakon Drugoga svjetskog rata. U tekstu će biti riječi o razlozima izmjena dosadašnjeg postava te dionice i o koncepciji novog postava te ćemo поближе govoriti o ambicijama koje se tim postavom žele ispuniti.

Dosadašnji postav tzv. *sobe dizajna*<sup>1</sup> bio je usklađen s načinom prezentacije prethodnih razdoblja (dionica dizajna nadovezuje se na dionicu Art Decoa) te su u njemu predstavljeni radovi grafičkoga i produkt-dizajna iz poslijeratnog<sup>2</sup> razdoblja koji su nastali ili su primjenjivani u Hrvatskoj, uz usporedbe i naglašavanje utjecaja (visoko)modernističkoga europskog dizajna na lokalne autore. Takav komparativni pristup ponajprije je primijenjen pri prezentaciji djela produkt-dizajna, pri čemu su unutar dvije strogo razdvojene linije proizvoda (stolice/naslonjači te uporabni predmeti od porculana i stakla) usporedno bili prezentirani radovi domaćih dizajnera i inozemnih dizajnerskih velikana poput Le Corbusiera,

Tapija Wirkkale, Alvara Aalta, Kaia Francka. Usto, grafički je dizajn bio prezentiran isključivo putem domaćih plakata, a u odabiru su prevladavali radovi kvarteta „kanoniziranih“ hrvatskih dizajnera Mihajla Arsovskog, Ivana Picelja, Borisa Bućana i Borisa Ljubičića. U šezdesetak kvadrata prostorije dizajna, u pročišćenom i suzdržanom galerijskom okruženju, bilo je izloženo ukupno 47 radova iz područja grafičkoga dizajna (17 radova) i produkt-dizajna (30 radova) nastalih do početka 1990-ih. U vrijeme otvorenja stalnog postava 1995. zaista se moglo govoriti o izložbi koja predstavlja najbolje iz tadašnje muzejske kolekcije dizajna do suvremenih dana.

Pritom postav iz 1995. treba promatrati kroz prizmu tadašnjih znanja o povijesti domaćeg dizajna, ali i statusa dizajna u tadašnjem okruženju. Prije tridesetak godina historiografija hrvatskog dizajna bila je u povojima, sastojala se od nesistematiziranih zapisa razbacanih po skupnim katalozima izložaba zagrebačkih *Trijenala* i *Salona* i po stručnim časopisima te od nekoliko kataloga priznatih dizajnerskih imena koja kao da su postojala u

<sup>1</sup> Postav Muzeja koncipirali su tadašnji kustosi MUO-a s ravnateljem Vladimirom Malekovićem na čelu. Autorica stručne koncepcije postava sobe dizajna iz 1995. jest dr. sc. Jasna Galjer, tadašnja voditeljica zbirke grafičkoga dizajna, zbirke industrijskog dizajna i zbirke arhitekture. Dizajner stalnog postava MUO-a je arhitekt Marijan Hrzić.

<sup>2</sup> Jedine iznimke bile su Le Corbusierov naslonjač iz 1932. i naknadno postavljene naslonjač Alvara Aalta, dizajniran 1931./32. i proizveden 1990-ih godina.



svojevrsnome povijesnom vakuumu. Poviješću dizajna u to se vrijeme bavilo samo nekoliko kustosa, istraživača i entuzijasta. Primjerice, prvi ozbiljniji pokušaj sistematizacije povijesti domaćega industrijskog dizajna – tekst Feđe Vukića *Skica za portret hrvatskog industrijskog dizajna* – objavljen je tek 1992. u sklopu kataloga *27. Zagrebačkog salona*,<sup>3</sup> a u zborniku *Od oblikovanja do dizajna*<sup>4</sup> istog autora iz 2003. prvi su put skupljeni neki od ključnih tekstova objavljenih u stručnoj periodici u Hrvatskoj od 1945. do 1990. godine. Suvremeni hrvatski dizajn tih je godina tek trebao naći svoje mjesto pod suncem: iz netom osnovanog Studija dizajna 1994. izlazi prva generacija školovanih profesionalnih dizajnera koja se, najčešće bezuspješno, pokušava zaposliti u desetkovanoj domaćoj industriji. U to vrijeme gotovo i ne postoji javno, medijsko zanimanje za hrvatski dizajn i njegovu povijest. Uostalom, razvoj dizajna u socijalizmu – koji uglavnom podrazumijeva povijest grafičkoga i industrijskog dizajna u Hrvatskoj – nije pripadao podobnim ni popularnim temama 1990-ih godina.

### Zašto novi postav?

Međutim, mnogo se toga dogodilo u hrvatskom dizajnu u razdoblju od 1995. do danas: od otkrića zaboravljenih i zapostavljenih autorica i autora, reevaluacije opusa pojedinih tvornica i promjene diskursa promišljanja društvene uloge dizajna do snažnog rasta kvalitete i kvantitete novih radova suvremenih dizajnerica i dizajnera. Domaći dizajn, posebice tijekom posljednjih petnaestak godina, doživljava svojevrsnu renesansu i postaje važan čimbenik u domaćemu kulturnom i društvenom prostoru. Uz rast popularnosti suvremenoga hrvatskog dizajna, i povijest domaćeg dizajna postaje sve češća tema me-

dijski opsežno popraćenih i u javnosti dobro prihvaćenih izložaba.

Spomenuti trendovi zrcale se i u fundusu zbirke grafičkoga i produkt-dizajna MUO-a, koji se od početka 2000-ih udvostručio i danas ima više od 17 000 predmeta. U posljednjih dvadesetak godina zbirka grafičkog dizajna obogaćena je velikim otkupima ili donacijama opusa Ivana Picelja, Borisa Bućana, Milana Vulpea i Marije Kalentić, a pritom se sustavno skupljaju radovi suvremenih hrvatskih dizajnera. Znatno je povećan broj radova koji se odnose na druge oblike vizualnih komunikacija, pa plakati – iako još uvijek okosnica zbirke – danas čine nešto manje od polovice ukupnog fundusa. Istodobno, šarolika zbirka produkt-dizajna napokon se profilirala prikupljanjem pretežito onih radova koji pripadaju području hrvatskoga i jugoslavenskoga dizajna. Tako su, među inima, prikupljeni brojni proizvodi velikih tvornica iz socijalističkog razdoblja poput Jugokeramike, *Rade Končara*, Neve, TRS-a, Iskre, ali i radovi suvremenih predvodnika hrvatske *dizajn-industrije* poput Prostorije i Grupe.

Ništa od tih događanja, prikupljenih radova i istraživačkih otkrića nije se reflektiralo na stalni postav MUO-a, ponajprije stoga što postojeća koncepcija nije trpjela naknadne intervencije. Postav iz 1995., iako elegantno zamišljen, arhitektonski je rigidan; sastoji se od fiksiranih postamenata, pregradnih zidova te od vitrina i polica izrađenih točno po mjeri predmeta koji su izvorno postavljeni u njih. Naknadno uklanjanje postojećih i dodavanje novih radova u takav postav nije bilo moguće izvesti bez narušavanja cjeline, pa je stoga u posljednjih dvadeset i pet godina bilo malo pokušaja intervencija u izvorni postav. Tek je proslava 140. godišnjice Muzeja napokon bila prilika da se postav prostorije dizajna izmijeni na jedini mogući način – drastično i u potpunosti.

3 Dijelom i na osnovi ovog teksta nastaje kasnija Vukićeva knjiga *Stoljeće hrvatskog dizajna*, Meandar, 1996.

4 F. Vukić, *Od oblikovanja do dizajna*, Meandar Media, 2003.

Kompleksan pothvat preinaka dijelova postava bilo je moguće provesti tek zatvaranjem Muzeja za javnost na dva tjedna, tijekom kojih su u postavu izvedeni ozbiljni arhitektonski zahvati<sup>5</sup>, među ostalim i rušenje pregradnih zidova u sobi dizajna, čime je dobiveno petnaestak dodatnih četvornih metara prostora.

Takve potpune izmjene postava zahvaljujući kojima imate priliku ispričati svoju priču o području kojim se bavite ne događaju se često u životima kustosa. I, dakako, donose niz dvojbi, među kojima je najveća kako ispričati kompleksnu priču o hrvatskom dizajnu unutar kvadrature jednoga stana. Taj zadatak postaje to teži ako znamo da je dionica dizajna u stalnom postavu ujedno i jedino mjesto (na svijetu!) posvećeno pričanju te priče. Pritom postoji i teret odgovornosti prema prošlim dostignućima, pa i preuzetim obvezama: MUO se već ranih 1960-ih etablirao kao jedna od središnjih domaćih (pa i regionalnih) ustanova za proučavanje i promociju lokalnog dizajna. Upravo je u MUO-u tada osnovana prva zbirka dizajna u Hrvatskoj – Zbirka plakata i industrijskog dizajna (vodio ju je Radoslav Putar), a tih je godina svoje sjedište u Muzeju imao i čuveni CIO – Centar za industrijsko oblikovanje. Tijekom godina MUO se svojim izložbenim programom, koji redovito obuhvaća po nekoliko izložaba dizajnerske tematike, profilirao u vodeću hrvatsku instituciju za prikupljanje i promociju dizajna. Svojom programskom strategijom Muzej danas želi pratiti suvremene svjetske trendove pomicanja fokusa s primijenjenih umjetnosti na dizajn, te je utoliko nužnije da ima i postav koji, barem u granicama prostornih i financijskih mogućnosti, slijedi tu ambiciju.

### Vremenska crta hrvatskog dizajna

Ključni cilj nove koncepcije postava jest rekonstruiranje vremenske crte poslijeratnoga hrvatskog dizajna. Kao što sam već spomenula, povijest hrvatskog dizajna još je u procesu prikupljanja svojih razbacanih i zagubljenih fragmenata. Tijekom posljednjih petnaestak godina brojni kustosi i kustosice marljivo popunjavaju praznine u priči hrvatskog dizajna, međutim ne postoji stalno, javnosti dostupno mjesto na kojemu je pregledno obuhvaćeno sedamdesetak godina hrvatske poslijeratne dizajnerske povijesti. Jedan od razloga tog propusta svakako je i donedavni *herojski* pristup interpretaciji povijesti umjetnosti (pa i dizajna) kojim je povijest tih disciplina objašnjavana isključivo na temelju iznimnih dostignuća pojedinih kanoniziranih autora čija su djela nastajala u svojevrsnom vakuumu, netaknuta okruženjem, izdvojena iz vremena i prostora. Svrha je ovog postava da posluži kao pregledna kronologija domaćeg dizajna koja će usidriti već javno prepoznate „plutajuće“ markere (klasične dizajna) unutar trenutka u kojemu su nastali. Takav se pristup naslanja na niz izložaba uz pomoć kojih se u formatu *vremenske crte* pokušala utvrditi kronologija domaćeg dizajna unutar različitih područja te discipline. Izložba Dejana Kršića *Designed in Croatia – Didaktička*

*izložba* u Galeriji HDD-a iz 2009. prvi je put kronološki fiksirala niz autora, radova, događaja, tekstova i referenci u *arkzinovski timeline*.<sup>6</sup> Val izložaba koje su uslijedile na temelju sličnog pristupa – *Skriveni dizajn – Odjel dizajna Končar*,<sup>7</sup> *Dizajniranje novih medija: Dizajn i novi mediji 1995.–2010. – hrvatski kontekst*,<sup>8</sup> *Namještaj od savijenog drva kao paradigma dizajna: varaždinska tvornica Mundus*,<sup>9</sup> *Jugoslavenski neoavangardni umjetnički časopisi 1960. – 1990.*,<sup>10</sup> *Davor Grunwald: Retrorama industrijskog dizajna 1968. – 2008.*,<sup>11</sup> da nabrojim samo neke – upozorio je koliko je intenzivna potreba suvremenih kustosa da popune velike praznine u vremenskoj liniji domaćeg dizajna.

U novom stalnom postavu dizajna MUO-a izloženo je ukupno 125 radova nastalih između 1954. i 2016., od čega je 50 njih iz područja produkt-dizajna, a 75 iz područja grafičkog dizajna, dakle gotovo tri puta više nego u prethodnoj verziji postava. U kružnom toku (preciznije spiralnome, jer postav dizajna završava na odmorištu stubišta prema trećem katu Muzeja), u svojevrsnom se dijalogu suprotstavljaju, kompariraju i dograđuju pristupi dizajnu, proizvodnji i korištenju izloženih ostvarenja. Dizajneri i dizajnerski objekti ne postoje u vakuumu, vežu ih vidljive i manje vidljive spone, linije suradnji i utjecaja. Stoga je, unatoč pretpostavljenoj linearnosti kronološkog pristupa, bilo važno postići nesmetanu komunikaciju među pojedinim dionicama (desetljećima) i dočarati prožimanje utjecaja, svjesnih i nesvjesnih inspiriranja prethodnim razdobljima i radovima. Tako nije teško zamijetiti da je, recimo, motiv Chromosova ličioća (Milan Vulpe, 1954.) ponovljen pedeset godina poslije na naslovnici novina Galerije Nove (D. Kršić, 2006.); odjeci namještaja od kovanog željeza (Vjenceslav Richter, Ferdo Rosić, Slava Antoljak, 1957. – 1959.) jasno se prepoznaju u suvremenim Prostorijinim i Grupinim<sup>12</sup> radovima, a Bučanova fantazmagorija (plakat *Žar ptica / Petruška*, 1983.) u plakatu Hrvoja Živčića i Darija Deviča za tipografiju Nikole Đureka iz 2011. godine.

### Tematske linije

Zgusnuti postav, nažalost, ne dopušta znatniju implementaciju dodatnih informacija, pa se popratni tekstovi, uz osnovne podatke o predmetu, ograničavaju na kratke uvodne tekstove o pojedinim razdobljima koji nude naznake kulturalnoga, društveno-političkoga i ekonomskog okvira unutar kojega su djelovali dizajneri i dizajnerice.

Međutim, postav je ostao dijelom nedovršen: ubrzo nakon otvorenja predvidjeli smo predstavljanje interaktivnog vodiča koji bi obogatilo postav uvođenjem dodatne razine informacija nužnih za kvalitetnije razumijevanje izloženih radova. Nažalost, razorni potres koji je zatvorio Muzej već mjesec dana nakon predstavljanja novog postava odgodio je te planove za neka bolja vremena. Ipak, mislim da je važno ovdje predstaviti i koncept i važnost takvog vodiča u novom postavu.

5 Autorica stručne koncepcije: Koraljka Vlajo; dizajn postava i rasvjete; dr. sc. Irma Huić; grafički dizajn: Šesnić&Turković.

6 M. Golub [i. t.], „Designed in Croatia – didaktička izložba”, <http://dizajn.hr/fragmenti-dizajnerske-povijesti-dokumenti-vol-1/1-karto-grafija-dizajna/1-1-designed-croatia-didakticka-izložba/> (pristupljeno 10. srpnja 2020.).

7 Autorica izložbe: Koraljka Vlajo, Galerija HDD-a, 2011.

8 Autor izložbe: Ivica Mitrović, Galerija HDD-a, 2011.

9 Autorica izložbe: Vanja Brdar Mustapić, Galerija HDD-a, 2015.

10 Autorica izložbe: Ana Radovanić, Galerija HDD-a, 2015.

11 Autori izložbe: Marko Golub i Koraljka Vlajo, Galerija HDD-a, 2017.

12 Naslonjač *Polygon*, Numen, 2017.; naslonjač *Strain*, Simon Morasi Piperčić, 2017.; podna svjetiljka *Model 1*, 2010.



Didaktičko-interpretativna komponenta jedna je od ključnih budućih odrednica novog postava: dizajn, kao što napominje i Helen Charman, nije umjetnost – „predmet ne govori sam za sebe”.<sup>13</sup> Prezentacija dizajnerskih radova mora sadržavati i pozadinske priče, mora obuhvatiti kontekste – političke, društvene, tehnološke, ekonomske, kulturalne – koji će dovesti do dubljeg razumijevanja i predmeta i samog konteksta. Kronološki pristup koncepciji postava dijelom ispunjava navedene zahtjeve jer postavlja izložene predmete u kontekst ostale produkcije iz tog vremena. Međutim, da bi se razumjela logika dizajnerskog rada (i samog proizvoda), potrebno je razumjeti i sve zahtjeve koje je određeni kontekst proizvodnje i uporabe predmeta stavljao pred dizajnera. Tako je, primjerice, teško razumjeti nagli zaokret tvornice Jugokeramike prema proizvodnji pomalo nezgrapnoga, teškog i masivnog posuđa tijekom 1970-ih (Dragica Perhač: servis za bijelu kavu *Stella*, 1974.) nakon dugogodišnje proizvodnje finoga kućnog porculana (Dragica Perhač: servis za jelo *Brazil*, 1962./63.) bez poznavanja društveno-političkih prilika tih godina i nove jugoslavenske orijentacije prema masovnom turizmu i turističkim devizama. (Jugokeramika, naime, svoju proizvodnju 1970-ih u potpunosti usmjerava na hotelski asortiman posuđa.) Stoga interaktivni vodič mora zainteresiranom posjetitelju ponuditi dodatne podatke o izloženim predmetima, bilo da je riječ o objašnjenju tehnoloških procesa proizvodnje i društveno-političkom i ekonomskom kontekstu ili o autorskim svjedočanstvima i osobnim pričama o svakodnevnom suživotu s predmetima.

Druga je funkcija vodiča da posjetitelju ponudi više različitih načina gledanja na povijest dizajna i niz isprepletenih priča o dizajnu, dizajnerima i dizajnericama, o proizvođačima i potrošačima, o korisnicima i klijentima,

o porukama i publikama. Interaktivni vodič omogućuje formiranje više virtualnih *tematskih linija* – načina obilaska postava – bez obzira na fizički položaj izložaka u prostoriji. Stotinu dvadeset i pet predmeta ne može ispričati potpunu priču o dizajnu u Hrvatskoj, ali može poslužiti kao ilustracija ključnih silnica koje su oblikovale priču o domaćem dizajnu – bilo da je riječ o usporedbama dizajnerove uloge unutar socijalističkih tvornica nasuprot suvremenoj mikroprodukciji, o ulozi dizajnerica u industrijskoj proizvodnji, o odnosu dizajna i obrta ili o pitanju društvene odgovornosti dizajna. Moguće je tako zamisliti posjetitelja koji će odabrati vodstvo o transformacijama dizajna političkih poruka od agitacijskih plakata 1950-ih (Boris Dogan: *Omladina glasa*, 1958.) preko studentskih časopisa 1960-ih (Mihajlo Arsovski: *Polet*, 1968.), visokoestetiziranih plakata 1980-ih (Stipe Brčić: *X. kongres SKH*, 1980.) do plakata koji su nastojali privući svjetsku pozornost na ratna razaranja u Hrvatskoj (Boris Ljubičić: *Krvatska*, 1991.) ili časopisa *Arkzin*, ključne platforme za djelovanje civilnog društva 1990-ih. Usto je moguće slijediti i razvoj plakata kroz njegove različite životne faze: od plakata kao dominantne medijske forme oglašavanja i obavještanja preko plakata kao „izlagačke” forme (onih plakata koji se u široj javnosti viđaju isključivo na izložbama dizajna) do današnjega hibridnog, konvergentnog plakata koji istodobno živi na ulici i na ekranu, baš poput recentnog protesta za kurikularnu reformu (*Hrvatski dizajneri u akciji*, inicijativa i organizacija: Iva Babaja, Tatjana Bartaković, 2016.).

#### Raspon dizajnerske prakse / zvijezde i anonimci

Podjednako je važno bilo postavom publici osvijestiti koliko je širok raspon dizajnerskih zadataka i interesa te

<sup>13</sup> H. Charman, „Just What is It that Makes Curating Design so Different, so Appealing?”, u: F. Farrelly, J. Weddell, *Design Objects and the Museum* (Bloomsbury Academic, 2016.), 137-148.



koliko je snažan utjecaj dizajna na oblikovanje svakodnevice prosječnoga hrvatskoga građanina. Za razliku od ostalih muzejskih izložaka, snaga dizajnerskog objekta u muzeju ogleđa se u njegovoj pristupačnosti i suvremenosti. Steven Conn<sup>14</sup> pozicionira muzej kao *prostor između memorije i zaborava*: Jugokeramika porculanska šalica ili Končarev narančasti mlinac za kavu (Noe Maričić, 1977.) posjeduju afektivnu moć podsjećanja na trenutak neke prošle (ali još uvijek dohvatljive) svakodnevice. Dok su predmeti iz drugih epoha već dobili auru muzejskog predmeta, dovoljno dugo izdvojenoga iz stvarnosti da se promatra kroz prizmu umjetničkog rada, predmeti izloženi u dionici dizajna često se još uvijek mogu naći u našim domovima. Glavna vrijednost takvih masovno proizvedenih predmeta nije njihova nedostupnost. Dapače, jedan od razloga njihova uključivanja u postav upravo je njihova sveprisutnost (bilo stvarna, bilo memorijska). Stoga se u postavu ravnopravno nalaze knjige iz Biblioteke HIT (Alfred Pal, 1970-ih), primjerak nedavno ugašenog dvotjednika *Zarez* (Ira Payer, Tina Ivezić, 2012.), omot ploče *Priljavog kazališta* (Mirko Ilić, 1981.), Jadranove stolice iz studentskih menzi (Mladen i Marijan Orešić, 1984.) i Pastorov vatrogasni aparat (Andrea Herceg, 1998.). Za razumijevanje dizajna važno je da ga publika prepozna kao disciplinu koja ima snažan utjecaj na njihove svakodnevne živote, kao disciplinu koja utječe na društvo, ali i ono na nju. Liberalni sustav ubrzane potrošnje i njemu prilagođen medijski tretman pretvorili su dizajn u sinonim za luksuz, a dizajner u zvijezde i još jednu polugu potrošačkog sustava za stvaranje stalno novih ikoničkih proizvoda. Stoga je dio misije novog postava i (re)definiranje odnosa prema autorstvu u dizajnu, tj. već spomenutoga herojskog pri-

stupa historizaciji dizajna. To, naravno, ne znači ignoriranje već ustanovljenih klasika poput Bučanove *Žar ptice* ili Bernardijeva A4 naslonjača, već njihovo umetanje u kontekst manje poznate produkcije iz istog vremena.

U novi je postav uveden niz dosad marginaliziranih dizajnera i dizajnerica (ukupno oko 30 dizajnerica i 50 dizajnera), ali i nekoliko „anonimnih“ proizvoda za koje znamo da su osmišljeni i izrađeni u hrvatskim tvornicama 1950-ih godina, iako su imena njihovih dizajnera nepoznata.<sup>15</sup> Međutim, upravo nam i činjenica da ne znamo tko ih je dizajnirao govori o procesu stvaranja proizvoda u socijalizmu, o odnosu prema kolektivnoj proizvodnji i individualnom autorstvu unutar industrijske proizvodnje.

Da bi postav dizajna postao relevantan, mora postati inkluzivan i otvoriti vrata zanemarenim proizvodima, zaobavljenim tvornicama i marginaliziranim autorima.

### Postav kao rez / dizajn kao izložak

Pri osmišljavanju samog postava bilo nam je bitno i uspostavljanje vizualnog reza prema prethodnim razdobljima te naglašavanje drastičnog zaokreta u odnosu prema obrtu i primijenjenim umjetnostima. Poslijeratna proizvodnja (dobara i informacija) u socijalističkoj Jugoslaviji rezolutno se okreće masovnoj industriji te smo tu masovnost, eksponencijalni rast potrošnje i preplavljenost informacijama pokušali prenijeti i na postav dionice dizajna. Za razliku od smirenoga i pročišćenog postava prethodnih razdoblja, sobom dizajna prevladava kaos oblika i boja, a zgusnute naslage poruka bore se za pozornost, a to je upravo ono što masovna proizvodnja i

<sup>14</sup> S. Conn, *Do Museums still need objects?* (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2010.).

<sup>15</sup> Riječ je o tosteru tvornice Kontakt iz druge polovice 1950-ih i o radioprijamniku BU 3 57 tvrtke RIZ, 1957.



njezin sudionik dizajn zaista i čine čovjekovu okruženju u drugoj polovici 20. stoljeća. Ipak, ne može se reći kako postav u potpunosti raskida s klasičnom muzejskom bijelom kutijom. Iako smo, aludirajući na njihovo prvotno ulično okruženje, plakate lišili galerijskih okvira i *passerpartouta* neutralnoga okolnog prostora među izlošcima, trodimenzionalni su izlošci još uvijek ukotvljeni na bijelim postamentima unutar staklenih zbona.

Pristup izlaganju svakodnevnih suvremenih predmeta i interpretaciji dizajna sve je češća tema rasprava unutar muzejske teorije i prakse<sup>16</sup>: širenjem diskursa o društvenoj važnosti dizajna širi se i spektar tema i pitanja koje kustosi muzejskim interpretacijama pokušavaju zahvatiti – bilo da je riječ o političnosti dizajna, o pitanjima autorstva ili o značenju procesa proizvodnje i upotrebe u razumijevanju izloženog predmeta. Međutim, jedna od vječnih dvojbi ostaje pitanje opravdanosti dekontekstualizacije/rekontekstualizacije predmeta njihovim izdvajanjem (izoliranjem) iz svakodnevice i smještanjem u muzej: što ostaje od dizajna ako izloženom predmetu odredimo izvornu funkciju i pretvorimo ga u isključivo vizualni spektakl?

Čak i suvremeni svakodnevni predmet – mlinac za kavu, toster, omotnica ploče – pod muzejskim staklenim zvonom dobiva tračak Benjaminove aure nedodirljivosti. Odnos posjetitelja prema takvim predmetima u stalnoj je napetosti između prisnosti (nostalgičnosti) prema svakodnevici i strahopoštovanja koje pobuđuje muzejski izložak. Osobno, znatno bi me više veselila mogućnost bliske, haptičke interakcije publike s predmetima, no toj

su se želji ispriječila praktična i nerješiva pitanja zaštite i čuvanja izložaka.

No možda hrvatskom dizajnu, posebice onom povijesnom, upravo to nedostaje: dašak fetišizma koji će marginaliziranim predmetima dati važnost kakva im pripada unutar još uvijek nepotpune priče o hrvatskom dizajnu.

Primljeno: 24. srpnja 2020.

16 Zanimljiv uvid u temu daju recentni zbornici radova F. Farrelly, J. Weddell, *Design Objects and the Museum* (Bloomsbury Academic, 2016.) i A. Myzelev, *Exhibiting Craft and Design: Transgressing the White Cube Paradigm, 1930 – Present* (New York: Routledge, 2017.).



A series of horizontal dotted lines for writing, spanning the width of the page below the image.

**THE NEW DISPLAY OF THE DESIGN SECTION IN THE MUSEUM OF ARTS AND CRAFTS**

The new display of the design section in the Museum of Arts and Crafts was opened to mark the 140<sup>th</sup> anniversary of the museum's existence, on February 17, 2020. With references being made to the previous design display from 1995, the article considers the reasons for a total change of the previous display.

In the last 25 years, there have been important discoveries related to the history of Croatian design, and the attitude towards it has also been considerably modified. The new concept for the display attempts to comprehend current knowledge concerning the history of Croatian design and place the objects on show in the context of the time in which they were created.

The article thus offers a detailed review of the new set-up, the pieces and the authors covered, and the reasons for their inclusion. In addition, the article refers to plans for the upgrading of the display in the future, primarily through the incorporation of didactic and interpretive components that will make for a better quality and more interesting communication of the display for the contemporary audience.