



Dr. Tomislav Šola

NOVE TENDENCIJE U TEORIJI I PRAKSI MUZEJA

(Poseban otisak iz Osječkog zbornika broj XX)

Osijek, 1989.

Oslanjajući se na logiku McLuhanovog pristupa, muzej je produžetak čovjekovih osjetila i čovjekovih inherentnih potreba. Gledano u tom najširem smislu i kontekstu, moglo bi se govoriti o genezi muzejske ustanove na uobičajen način, koji obično započinje s primjerima iz stare Grčke. Doista, sličnosti postoje pa, kako je napomenuto i neki argumenti. Uostalom, atavizama koji traju danas, a prepoznajemo ih u nekad živoj praksi i načinu razmišljanja, ima i u najsuvremenijim muzejskim institucijama. (1) Ali i privlačne vizije po kojoj je uvijek moguće govoriti o suglasjima i kontinuitetima, morat ćemo osporiti. Ratni plijen, koji se sastoji od dragocjenosti i umjetničkih djela, može imati informacijski potencijal u smislu neke specifične muzejske zbirke, ali da bismo takve, recimo rimske riznice, proglasili muzejima, bilo bi potrebno jasno dokazati namjeru da su predmeti prikupljeni po nekom obrascu i s namjerom koja daleko i vrlo jasno nadilazi ciljeve prestiža i nametljive moći. Primjeri koji omogućuju takvu spekulaciju sasvim su rijetki i tek u njima bi trebalo tražiti oblike proto-muzeja. Opće je poznat jedan od njih: aleksandrijska knjižnica. (2)

Doista je vjerodostojno kad Peter van Mensch kaže (3) da mnogi pokušavaju analizirati povijest muzeja ne bi li našli »bit fenomena muzeja danas«. Ta činjenica otkriva, dakako, da »bit« danas nije očita ili da postoji suviše mnogo njenih interpretacija. Okorjelim praktičarima se to, kao i uvijek, čini umjetnom dilemom, ali spremno pristaju na sve koristi spekulativnog kad se ono pretvori (ponekad jedva primjetno) u upotrebljive elemente profesije. Spomenut ćemo, kao netom spomenuti autor, samo jednu bez koje, osobito, tradicionalisti ne mogu: potreba za definicijom. Iz sustavnosti i sistematike spekulativnog proizlazi, naravno, i osnova za sve normativizme bez kojih pogotovo pragmatičari ne mogu.

Živimo kao civilizacija u prijelomnom trenutku povijesti, što je s obzirom na poplavu analiza čak i suviše prisutna činjenica. Međutim, kako su muzeji seizmografi tih istih potresa koji drmaju Planetu, uveliko, upravo, u funkciji tih događanja — riječ je i o procesima koji i njih mijenjaju. Muzejska institucija se, naime, tek možda u posljednjih pedesetak godina (za šire profesionalne krugove možda tek dvadesetak) otkriva kao promjenjivi dio procesa, a nikako kao stabilna činjenica, »ured za standarde«, (4) garant stalnih vrijednosti i tome slično. S muzejskom se ustanovom dogodilo da je »zaboravila« razloge vlastitog postojanja. Predrastična naizgled, ova konstatacija je namjerno kontradijelatnog karaktera, jer njome želim istaći zlu kob institucionaliziranih potreba. Jedan jedini autor, doduše svjetskog glasa ali nedovoljno shvaćen, govorio je i pisao do sada o birokratizaciji i monetarizaciji muzeja. (5) Tako je, kao i u drugim birokratskim okolnostima, u velikom broju muzeja metoda zamijenila mjesto sa sadržajem. Osim vrlo rijetkima koji znaju prosijati iskustva, proučavanje povijesti muzeja malo će pomoći: okolnosti su dramatično promijenjene.

Od kada, dakle, uopće možemo govoriti o muzejima? Zaboravljajući najranije primjere — doista, tek unatrag kojih dva stoljeća. Ako su oni proto-primjeri bili neki hipotetski prvi val, (6) onda dvjestogodišnja historija pripada muzejima drugog vala. O trećem valu, sljedstveno primarnoj analogiji (7) govorimo kao o novim vrstama muzeja i paramuzejskog djelovanja, koji se ne uklapaju u uobičajene modele. Muzeji drugog vala su kartezijanski, racionalistički, pripadaju mehaničkom svijetu. Njihova bazična formula je sticanje znanja i maksimalna diseminacija. Zavijeno čak i u informatička pakovanja, ta formula otkriva svoje porijeklo u prosvjetiteljstvu i kompromisnoj demokraciji industrijskog društva 18. i 19. stoljeća. Taj ekspanzivni svijet devetnaestog stoljeća, koji je sebi definirao idealiziranu sliku svijeta, stvorio je jednostavne mehanizme prosperiteta. Svijet se osvajao moćnim strojevima, novim energijama; podređena priroda je trebala pokorno služiti novom gospodstvu. Činilo se da je trijumf jedini kraj, a muzeji su mu morali osigurati moralni alibi i estetsko pokriće. Taj svijet, iako još traje (unatoč dvaju svjetskih pokolja koje je iznjedrio), čvrsto se drži svoje vjere u neprikosnovenost načela mehaničkog napretka i logike po kojoj je »više« nužno i »bolje«. Birokratizirani muzeji opterećeni svojim faraonskim sindromom (8) prometnuli su se u »pokriće« tim tradicionalnim shvaćanjima ekspanzijama zanesenog čovjeka — postali su, dakle, i sami protagonisti tog tradicionalizma. Uostalom, to je, ponegdje, jos uvijek prevladavajući image muzeja u javnosti. Štoviše, zahvaljujući uvjerljivosti jezika trodimenzionalnih predmeta u izboru i informacijskom kolažu po namjerama i ukusu prethodnog stoljeća ti su muzeji retrogradne socijalne ustanove, paseistički mehanizmi, u kojima utjehu nalaze svi kojima današnjica ne odgovara ili je ne razumiju. Analiza tih osobina otkriva nam iznenađujuće nijanse u lakoci korumpiranja uma. (9)

Opremljeni novim tehnologijama, takvi muzeji ne mijenjaju oblike svojeg djelovanja. Čudesne potencijale novih komunikacijskih medija, pa uostalom i funkcioniranja samog pogona muzeja, koriste da bi »novim sredstvima radili iste stare stvari«. (10)

No, što se to izmijenilo u svijetu, i to tako duboko da bi zahtijevali potpunu reviziju i jednog tako uspješnog mehanizma kakav

je današnji muzej? I, konačno, da li je zaista riječ o krizi ili je samo izmišljaju tzv. muzeolozi? Na prvo pitanje danas odgovara brojna literatura i još brojnija poplava članaka u svim oblicima i razinama stručnosti. Entropijski procesi, ireverzibilne promjene — opstanak — dio su novog vokabulara nestajuće planete. I dok je većinu, zabavljenu radošću vlasništva i kulturom posjedovanja teško prisiliti na svijest o mračnim vizijama — sve je više onih koji s argumentima tvrde da su nam potrebni radikalni mehanizmi za izlazak iz neminovne katastrofe. Nije riječ, naravno, o namjeri kojom bi se rado dali argumenti za neku epifanijsku ulogu muzeja, i snagu da spašavaju svijet. Nije riječ ni o pojedincima koji bježe od bitnih problema funkcioniranja svojih ustanova da bi visokoparno raspravljali o sudbini svijeta. Nije riječ o novim prorocima i katastrofizičarima — možda (paradoksalno) o prvima koji pokušavaju shvatiti stvarnu bit muzejskog poslanstva ili društvene funkcije muzeja (ako ovo prvo liči na mistifikaciju). Kisele kiše i velike ekološke katastrofe su, prvi put skinule crvene clownovske noseve s protagonista nove osjetljivosti. A još uvijek je riječ samo o vršku rastuće piramide, samo o pucnju prvih karika nategnutog lanca. U tom istom vremenu ekologija je samo tek jedna tema. Sve drugo postavljeno je unutar kontura istog vremena i podložno istoj logici. Identitet prirode je ugrožen do katastrofe? Ali, što je s identitetom civilizacijskih krugova? Što je s velikim kulturama? Uspijevaju li se manje kulture održati i da li to polazi za rukom socijalnim i etničkim grupama? Ostaju li gradovi prepoznatljivi? Da li se prepoznaje koji je automobil izrađen u Njemačkoj a koji u Americi? Pjeva li svatko s ponosom svoje pjesme i zna li ih uopće? Jedva da je i potrebno iole senzibilnom, obaviještenom čovjeku davati odgovore na ova pitanja. Možda bi tek imali smisla kao novi argumenti ili kao dokazni statistički materijal. Identiteti su u svojem globalnom broju ugroženi u kontinuitetu i preživljavanju. Nije ovdje ni namjera analizirati sve uzroke ove planetarne tjeskobe, ali je potrebno pozabavit se očitim pitanjem: Što su muzeji dužni poduzeti?

Odgovor može biti posve kratak i prihvatljiv najvećem broju onih koji i njima rade i onih koji ih financiraju. Ništa. Uostalom, ako u nekim zemljama po statistici muzeji nastaju po jedan tjedno (11) i ako ih svi mediji slave kao nikad do sada, gdje je kriza i čemu odgovori na neke hipotetske tjeskobe? Svjetska muzejska organizacija nije više u stanju dati broj ustanova u svijetu, nego se služi slobodnim procjenama, jer je riječ o sektoru koji se razvija prebrzo za urednu evidenciju. (Vidi shemu). Štoviše, veliki biznis («a valjda ti znaju što rade») spreman je kao nikad pomagati izložbe ili čak osnivati nove muzeje. U društvu u kojem biti znači imati riječ je o nepostojećim dilemama. Logika profita rijetko seže izvan područja dostupnih sigurnih parametara. Na tom krugu gradi svoju trenutnu strategiju i uzda se u svoju vječnu i nepogrešivu pokretljivost da profit potraži negdje drugdje. Ista je logika preobrazila muzeje (a bili su mnogi spremni, kao što je već rečeno) u medijske transfere, u generatore kič-koncepta i glamuroznih vizija opterećene svakidašnjice. Dakle, muzeji su još jednom, a nije čudo, uspjeli odgovoriti ukusu i potrebama nosilaca vlasti. Ta bi konstrukcija bila suviše jednostavna kad ne bi imala opterećujuće činjenice. Istina je, naime, da je revolt 1968. ispravno indicirao muzeje (treba li reći da je riječ o ideji, ne nužno i pojedinačnim (muzejima) kao uporišta i inspiraciju vlasti, kao suptilne mehanizme socijalne i psihološke korupcije. Revolucionari obično u historiji nisu u pravu u svojim krajnjim zahtjevima (12), ali uvijek ispravno indiciraju pervertiranje logike. No, bila je riječ o svjesnoj manjini osuđenoj na kratko trajanje i kompromis (koji je ipak unaprijedio društvenu praksu, bar prijatnom svojem mogućem oživljavanju) (13). Naime, većina u koju se svi zariču — savršeno je zadovoljna svojim muzejima, odnosno prema njima je savršeno ravnodušna. U čemu je, dakle, problem, gospodo muzeolozi?

Pa, upravo u činjenici što su i do sada mase i mnoštva bez opterećenja savjesti i savršeno zadovoljni uprizorili najsravnije scene ljudske povijesti. Pozivanje na tzv. masu (zaboravili smo da već upotreba tog termina jasno otkriva i odnos) često je traženje «carte blanche» za neometan proces indoktrinacije i manipulacije. Svi koji se u ma kojem poslu bave mnoštvom, znaju da je prvi zakon marketinga da se odgoje korisnici. Čovječanstvo se u tom malo razlikuje od Pinokija na vašaru: vrtuljak od šarenih sličica, rajске melodije u mirisnoj medijskoj opsjeni, i vizije realne do opipljivosti, — spravljeni su da ispune vječitu potrebu za snom i nekim dostojnijim hrabrijim životom. Kao što je teško dokazivati toj većini da im je duša izvadena, tako je nemoguće tipičnom muzejskom posjetiocu (14) dokazati da muzeji sudjeluju u velikoj opsjeni i da kao ni mediji (unatoč koristima, ali o tome nije riječ) ne obavljaju svoj posao. Što to želi vidjeti i doživjeti famozni prosječni posjetilac i njegovi duhovni oci u suvremenim muzejskim hramovima? Najprije želi Identifikaciju. Kao što se kustos često poistovjećuje s umjetnikom, donatorom, vlasnikom ili nečim drugim u muzeju (uostalom i popovi rado u sebi vide božje opunomoćenike), tako nastoji uraditi i vjerni posjetilac. Dobar, omiljen muzej mora imati blaga, mora biti bogat kao kraljevska riznica, mora imati stvari važne, stvari vrijedne, stvari iz daleka, stvari krvavim rukama donesene, stvari natopljene ljudskim sudbinama, stvari u koje su životi uloženi, stvari najveće, najrjeđe, stvari najstarije. . . U dobar se muzej ulazi kao u palaču ili kraljevski dvor. Takav bliješti mramorom, kristalom i pozlatom a, biti pripušten unutra, štoviše, osjećati neku vrstu brige za svoje prisustvo, znači izravnu mogućnost identifikacije i osvajanja logike »dragog boga i njegovih svećenika« koji su ga omogućili. U proteklih dvije stotine godina muzeji i ostali društveni mehanizmi, unutar koherentne zajedničke filozofije, izgradili su motivacijski sklop koji je neosporiv: odgojili su sebi publiku koja će ih uvijek, kao pravedni zahtjev naroda, vraćati na pozornicu za slavodobitni »bis«.

No, doista, ne zahtijeva li ta neka nova teorija suviše kad želi mijenjati ne samo muzej nego i njihovu publiku? Posve sigurno da: u prirodi je svake utopije da zahtijeva nemoguće. Uostalom, to i nije sve. Novi pristup zahtijeva, možda, više nego išta drugo — drugačije kustose. Utopijama se kratkovidni poklonici komfornih vizija rado smiju, jer ne shvaćaju da nijedna ne misli na svoju realizaciju. Njihov je smisao korektivne naravi i uperen k postizanju balansa i sklada tamo gdje nedostatak prijeti katastrofom.

No, kako je riječ o »muzejima trećeg vala«, koji nisu utopijska vizija nego stvarnost iz koje možemo učiti (ili se bar u nečem provjeravati), ostaje šansa da predugo trajanje prethodnog »vala« osudimo kao uzurpaciju prava, ili bar sljepilo na promijenjene okolnosti.

Bit će da, prije no što se ove stvari učine vidljivima, treba promijeniti društvenu geometriju muzeja, a to je moguće ili u

okolnostima vrlo prosvijećene uprave ili pod uvjetom osobite profesionalnosti muzejskih radnika. Da li je muzej obavezan nekoj logici laganog uspjeha (da kao biznis bude tamo gdje je profit najlakši i najveći) ili je obavezan na više ciljeve? (Naravno da nije riječ o komercijalnoj strani djelovanja muzeja, što po sebi, nije grijeh). To je, bar za sada dilema iz, u nas nepostojećeg, moralnog kodeksa struke. Istraživanja sastava publike, u nas također jedva postojeća da su primijenjena na cjelokupan muzejski kompleks, s jedne strane, i cjelokupno stanovništvo, s druge, pokazala bi, valjda je sa sigurnošću moguće tvrditi, poraznu sliku. Ne bi čudilo da se muzeji obraćaju segmentu od 5 ili 10% populacije, što bi, bez obzira na bogate mogućnosti tješenja sličnim primjerima u svijetu, trebalo zabrinjavati. Neujednačena metodologija obračunavanja troškova jedva omogućava neke usporedbe, ali bi trebalo, također, učiniti pokušaj da se sazna koliko košta svaki posjetilac muzeja: prosječno u Republici, u pojedinim gradovima i pojedinim institucijama. Uvjeren sam, a to iznosim kao provokativnu tezu, da je prosjek u našoj Republici cca 10 000,00 din. po posjetu (koji traje, prosječno recimo 35 min.) (15). Dobar muzej zaslužuje subvencioniranje i može jedino subvencijama postojati. Ta činjenica kojom su muzeji smješteni u posebni interes društva, možda bi rekli pravnici, a priori određuje muzeju posebne odgovornosti. Dakle, subvencije-da, ali gdje su crvene linije koje razlikuju »gubitaše« od onih koji zaslužuju stimulaciju? Neki će se, naravno, javiti s pretenzijama na program koji je atraktivan samo manjini, pa će za njih takvo mjerenje stručne sposobnosti biti nepravedno. Na svu sreću — njima ostaje dužnost da svoj trud iskažu živom akcijom u izravnom radu s publikom, što se vrlo broji. Pitanje je, naravno, koja je to publika za koju bi trebalo raditi. Vjerojatno ona koja to još nije. Obaveza je muzeja da svoju poruku komuniciraju što većem krugu korisnika. No, neće li takvo nastojanje nužno biti i sniženje intelektualnog i informacijskog standarda?

U to se uvijek nastojalo vjerovati; bar je to činio kulturni establišment. Kulturna avangarda u tim je opasnostima nalazila svoj vječiti izazov smatrajući svoju opću prihvaćenost krajnjom, idealnom točkom konvergencije svoje kreativnosti i svoje društvene uloge. U novije vrijeme napredna praksa muzeja i srodnih ustanova bjelodano pokazuje da je o najsloženijim problemima moguće govoriti jezikom kojeg razumije većina. Kulturni i komunikacijski establišment pokazuje svoje slabosti manjkom hrabrosti da se obrati »nedodirljivima«. Pokazuje time i manjak mudrosti, jer sudbina identiteta, upravo kvaliteta življenja podijeljena je odgovornost — projekt u kojem sudjeluju svi i koji se svih tiče. Vjerojatno je posrijedi nesposobnost da služeći kao »biblia pauperum« istovremeno predstavljaju vrhunske uzlete duha — kako je to bio slučaj s gotičkim katedralama.

Muzeji trećeg vala nisu velike prestižne institucije kakve niču svud po razvijenom svijetu. Veliki njemački muzeji, pariški Musee d'Orsay, East Wing Nacionalne galerije u Washingtonu i ostali — dio su kontinuiteta tradicionalnog modela i svakako nisu primjeri nove prakse. Kad su prije dva desetljeća u Francuskoj »patentirani« ekomuzeji, bilo je jasno da nova praksa dobiva ime. Njihova sličnost s oblicima djelatnosti kakve srednja Evropa poznaje pod nazivom »heimat museum«, zbunjivala je mnoge koji im osporavaju originalnost. Dakako, revolucionarna originalnost nije ni bila cilj, a niti je u cijelosti moguća. Riječ je o muzejima posebne osjetljivosti za probleme zajednice u kojoj djeluju: ukinuli su sve ekskluzivnosti tradicionalnog modela. Uz kustose u programu (čak donekle i u samom istraživačkom dijelu) sudjeluju zainteresirani pojedinci, isti pojedinci na dobrovoljnoj bazi obavljaju i dio poslova muzeja, uobičajena zgrada muzeja tek je središnja točka muzejske akcije, pa se muzeji doslovno šire izvan vlasitih zidova. Umjesto isključive orijentacije na prestižnu interpretaciju teritorija, nastoje prikazati život u njegovim banalnim konotacijama, ali tim više istinitim. Mišljen da bude ogledalo zajednice (16) takav muzej nastoji izgraditi svoju relevantnost dajući priliku svojim korisnicima da se u njemu prepoznaju. Mnogobrojnim »antenama«, zatečenim i zaštićenim situacijama (stari pogoni, škole, nasipi, mlinovi itd.), pokriva cjelokupni teritorij. Predmeti su smatrani muzejskim i onda kad čine dio nekih živućih, ali rekognosciranih i registriranih ambijenata. Mnogobrojnim primjerima iz prakse takvi muzeji dokazuju svoju duboku zainteresiranost da sudjeluju u životu, štoviše, u problemima zajednice u kojoj postoje (ili: zbog koje postoje). Zovu ih »borbenim« muzejima, »muzejima razvoja« itd., naglašavajući njihovo integriranje u svakodnevnicu. Tim stavom postaju potrebni dodatni mehanizam orijentacije snalaženja u vremenu prebrzih mijena. Tvorcima tog pristupa, prvog kojeg je inicirala teorija, nastoje dokazivati da nije riječ o modelu, nego upravo o obliku akcije koji se potpuno podešava specifičnim okolnostima. To su muzeji sinteze i muzeji identiteta, dakle uvijek nužno različiti. Tradicionalni muzeji su naime »zaboravili« da im je dužnost održanje identiteta (ma što da im je tema), ali da iz identiteta, iz njegove nužne različitosti i proizlaze. Po istoj su logici nastali američki »neighborhood« muzeji.

Prednost obavještenog analitičkog pristupa omogućava panoramu događanja u području zaštite baštine koja sugerira neke nove odnose među institucijama, nameće neke nove sinteze, često daje argumente lokalnim inicijativama koje rijetko raspolazu globalnim argumentima. Kada je riječ o trendovima, čini se da se iscrpljuju, logično, na površnim osobinama muzejskog djelovanja, na metodama i tehnologiji, a vezani su gotovo isključivo na prevladavajuću tradicionalističku scenu: od definiranih, čvrstih prostora prema fleksibilnim i natrag, od pretrpanja audio-vizualnom opremom do njenog negiranja u korist osobnog stručnog angažmana, od populističke politike do inzistiranja na odgovornosti prema motiviranim i formiranim korisnicima, od oslanjanja na društvenu subvenciju do korporacijskog novca i ponovnog povlačenja pred obavezama koje podrazumijeva, od manjih izložbi do »blockbuster« senzacija koje potresaju medijski svijet. . . To je dinamična scena koja ima svoju draž, ali ono što teoriju zanima je svakako pokušaj da razazna zakonitosti razvoja, njegove glavne konture koje uobličuju i budućnost zaštite baštine pa tako i same institucije muzeja.

Analiza institucionalnog rastera zaštite baštine, institucija i ostalih oblika skladištenja i komunikacije kolektivnog iskustva čovjeka — sugerira fenomenološki pristup koji daje nove mogućnosti teoriji — ali koji dijelom objašnjava što se događa i što se može očekivati; Sadašnji procesi obuhvaćaju sljedeće:

— defetišizacija muzejskog objekta (trivialia quotidiana);

— stalan napor prema svim oblicima kontekstualizacije (predmeta, informacija) — a-v sredstva, čuvanje in-situ, ambijentaliziranje, multidisciplinarnost, multimedijalnost;

- funkcionalnost muzejske poruke (odgovor na tekuće probleme, pomoć u analizi i transparentiji, pomoć u odlučivanju itd.);
- stvaranje novo osjetljivosti za totalni environment;(17)
- stvaranje novih pretpostavki za samoanalizu, samopoštovanje, održanje identiteta (zajednica, grupa, etniciteta, itd);
- hrabrost da se vrednuje sadašnjost ili da se barem u njoj stvore paralelni procesi vrednovanja (možda prije: prihvaćanje te obaveze);
- sposobnost za suglasje i suživot s potpuno tradicionalnom institucionalnom konfiguracijom, nenametljivost i neekskluzivnost u procjenjivanju vlastite uloge;
- zdravo oslanjanje na sve prednosti tehnologije koja će dijelom zamjenjivati ambiciju sakupljanja uvijek sve većih količina trodimenzionalnih predmeta;
- konvergencija nekad potpuno »fahiziranih« i odijeljenih sektora i institucija (vidi priloženu shemu);
- sve veće oslanjanje na teorijsku podršku koja služi kao transfer profesionalnog iskustva, kao oblik vrednovanog obavještavanja, kao poticaj na nove oblike rada i organizacije, kao oblik analitičkog aparata itd.;
- nove, plodonosne veze sa sektorima zabave (18) i komercijale (19) koji rađaju nove hibridne institucije.

Muzeologija, nakon stoljeća pokušaja da se nametne kao nauka, još uvijek živi u ekstremima: potpune negacije, kao skup praktičnih, metodoloških iskustava (museum studies) ili kao preambiciozna filozofska disciplina na temu radnog procesa jedne od institucija za zaštitu baštine. Zbog tih krivih pretpostavki, još uvijek se pretapaju granice muzeografije i nekog višeg teorijskog pristupa, a muzejski se radnici u svijetu već nazivaju (jer nije sve lako podvedivo pod naziv »kustos«) muzeografi i muzeolozi. A nijedno nije ispravno. Razvoj na području brige za baštinu se razbuktava toliko da nijedna definicija nije u stanju dorasti njegovim izazovima (vidi shemu). Nove podjele ili nove sinteze? U podjelama je lakše živjeti, jer omogućavaju zatvaranje i onemogućuju panoramske preglede. Sinteze obavezuju, donose nove poslove i nove odgovornosti; često se (bar dok traje generacija koja se sama mora mijenjati da bi ih prihvatila) čine neodređenim o nedorečenim, traže suviše, a umjesto jasnih pravila pozivaju na kreativno ponašanje u struci. Ipak dileme su samo stvar događanja, a i nove definicije se počinju pojavljivati. (20)

Gdje smo tu mi? Gdje smjestiti vlastitu stručnu situaciju (iako je sve prije no mudro izložiti se procjeni)? Bez sustavnog profesionalnog obrazovanja i u situaciji potpune krize društva, djelatnost u nas čini više no što bi bilo predvidivo. Ipak, kako muzeji najčešće tek odslikavaju stanje društva, vrijeme za izravnu akciju muzeja (izvan tradicionalnog modela) u nas tek ima stići. Danas se od muzeja traži površni aktivizam i manifestacijska živost i stoga upozorenja da, uz inovacije (trećeg vala, recimo), treba više no ikad inzistirati na tzv. fundamentalnim obavezama muzeja, — neće naići na odobravanje. Zahtijevati stoga da u praksu muzeja uvedemo sistematično inoviranje u smislu participacije korisnika, sudjelovanja u razvoju, vrednovanja svakodnevnice i korektivnog djelovanja muzeja ovog trena nije realno. Ako i svi uvjeti nisu na broju — potrebe jesu.

Dr. Tomislav Šola

NEUE TRENDS IN THEORIE UND PRAXIS DER MUSEEN

Zusammenfassung

Das magische Wort, das die Legitimität allen neuen Bestrebungen verleiht, und das verhaßte Wort, vor dem alle Traditionalisten und Routiniers zittern, ist die Änderung. Diesen letzten, die wichtige Stellen im System der Entscheidung in den Tätigkeiten des Denkmalschutzes haben, scheint das Insistieren auf Änderungen nur ein Trend mehr zu sein, eine Erscheinung also, die zu keiner Anpassung verpflichtet. Und doch handelt es sich um die Anpassung, um das Reagieren eines ganzen emfidlichen gesellschaftlichen Mechanismus auf die verändernden Bedingungen: einerseits handelt es sich um die Erwägung des Faches selbst (Theorie), andererseits um immer deutlichere Forderungen des Nutznießers und um eine Logik der neuen (besonders Informatik-) Technologie: Beides ermöglicht im Kontext der entwickelten Facherfahrungen eine neue Praxis. Diese Praxis ging bis jetzt meist der Theorie voran, aber die Geschwindigkeit der vorhandenen und zu erwartenden Änderungen übertrifft deren Möglichkeiten: die Praxis selbst verlangt immer mehr eine regelmäßige Übertragung der Erfahrungen, eine Erweiterung des Bewußseins über die Natur der musealen Botschaft etc.

Die Museen der »dritten Welle« widersetzen sich gegen die bekannten Definitionen, die Entwicklung in Grenzgebieten, sie vermischen sich mit dem Erwerben und der Unterhaltung und sie entwickeln sich im allgemeinen im Prozeß der Individualisierung und der weiteren Konzeptualisation. Im Gegensatz zum alternativen Negieren der traditionellen Institutionen handelt es sich um die Entwicklung des postmodernen Konzepts. Darunter versteht man gleichzeitig das Herrschen über die traditionellen und die avantgardistische Syntax als Voraussetzung für die kybernetische Antwort des Museums.

ZAJEDNIČKA FILOZOFIJA I ZAJEDNIČKA STRATEGIJA

(HEMA BRIGE ZA BAŠTINU)



- (1) Dugo je prevladavala zabluda sukcesivne izmjene modela, među kojima su veze kidane revolucionarnim prevratima (doista ne i bez analogije s političkim situacijama).
- (2) Burcaw, Ellis G. Introduction to Museum Work. AASLH, Nashville, 1976.
- (3) Mensch, Peter van, Museology and Museums, (Icom News, Paris, Vol. 41 No. 3, 1988.)
- (4) Noble, Joseph (bivši predsjednik AAM).
- (5) Hugues de Varine, jedan od začetnika koncepta ekomuzeja, jedanaest godina direktor ICOM-a, pisac mnogih rasprava, članaka; među ostalim — autor knjige »Kultura drugih«.
- (6) Šola, Tomislav. Prema suvremenoj koncepciji muzeologije. Informatologija Jugoslavica, Zagreb.
- (7) Podjela je preuzeta od Alvina Tofflera — autora knjige -The third wave«, a ta originalna podjela usko korespondira s logikom razvoja muzeja.
- (8) Glusberg, Jorge. Hladni i vrući muzeji. (Muzeologija, Zagreb).
- (9) Pokušaj te analize učinio sam u disertaciji na temu »Prema totalnom muzeju«, Univerza Edvarda Kardelja, Ljubljana, 1985.
- (10) Kenneth Hudson, neobjavljeni intervju (T. Šola).
- (11) USA; u Velikoj Britaniji muzeji nastaju dvotjedno.
- (12) Jedna od pariških parola iz 1968. pozivala je na paljenje Louvrea.
- (13) Šok 1968. pokrenuo je inicijative koje su rezultirale u izgradnji Centra Georges Pompidou, a pripremio je kulturnu politiku na pojavu ekomuzeja
- (14) Tipični muzejski posjetilac ne postoji, ali se često spominje kao kategorija. Spekulacije na tu temu izvor su mnogih nesporazuma ali i spoznaja.
- (15) Podaci su izmišljeni. Iako na osnovu nekih mogućih pokazatelja; smisao je da se ohrabre istraživanja u tom pravcu.
- (16) Prema definiciji Georges Henri Riviere-a, začetnika suvremene muzeologije, više o tome u članku T. Šola, o ekomuzejima (Informatica Museologica, 1-2, 1988.).

(17) U obuhvatnosti kakvu sugerira McLuhan.

(18) Sve tri »generacije« Disneyland-a pokazuju porast korištenja baštine — upravo ideje muzeja; pojava je prepoznatljiva u cijelom svijetu (SSSR, Francuska, Indonezija).

(19) Posebno u Japanu i SAD.

(20) Među ostalima, možda najradikalnije: Šola, Tomislav. »Museum documentation centres — cornerstones of international network. Uvodno predavanje međunarodnog simpozija pod istim naslovom, Rikstutstälningarna, Stockholm, Sweden, rujan 1987.