

INFORMIRANA MUZA: IMPLIKACIJE “NOVE MUZELOGIJE” ZA MUZEJSKU PRAKSU

Deirdre C. Stam

Sažetak

Teoretičari nove muzeologije - koji muzeje vide kao društvene ustanove s političkim programom - zbog inherentnih pristranosti i pretpostavki koje su im zajedničke, zalažu se za čvršće povezivanje muzeja s multikulturalnim društvenim skupinama koje bi, prema mišljenju tih kritičara, muzeji trebali predstavljati i opsluživati. Nova muzeologija specifično problematizira tradicionalne muzejske pristupe koji se odnose na pitanja vrijednosti, značenja, nadzora, tumačenja, autoriteta i autentičnosti. Ti izazovi imaju implikacije i za unutrašnje djelovanje i za vanjske odnose muzeja. Oni ističu važnost “informacijske baze” na kojoj se temelje muzejski ciljevi i funkcije, te potencijal te baze da podržava kohezivnije i integriranije ustanove.

Uvod

Muzej prošlosti mora se napustiti, rekonstruirati, preoblikovati od stoljeća starudija u uzgajalište žive misli.

George Brown Goode

Smithsonian Institution, 1889.(1)

Kritika muzejske prakse popularan je intelektualni šport među muzejskim igračima i gledateljima još od samih početaka muzeja. Tipična kritika glasi da “staro” nema nikakva značenja u “današnjem” svijetu i poziva na prihvaćanje “novoga”, odnosno “promjene”, “reforme” ili čak prave revolucije u ime pružanja bolje usluge “općinstvu”, kako muzejskih posjetitelja tako i šire. Ta retorička figura redovito uključuje nekoliko podlih napomena o sebičnim, posesivnim i neurotičnim sklonostima kustosa, te o lažljivoj i lukavoj naravi ravnatelja i članova ravnateljstva. Poziv na reformu redovito završava preporukom da bi ubuduće moć upravljanja muzejima trebala biti povjerena obespravljenim posjetiteljima koji su strasno privrženi budućnosti ustanove - naime, piscima tih kritika. Retorika nove muzeologije, premda je intonirana na način koji u većoj mjeri odaje da se njezine pristaše drže više kreposnima nego što je uobičajeno u tom žanru, u biti se drži ustaljenih obrazaca, ponavljajući pozive na promjenu, relevantnost, promjenu kustoskog usmjerenja i preraspodjelu moći. Ti ustaljeni osjećaji u ovom su slučaju najvećim dijelom izraženi jezikom strukturalizma i dekonstrukcije, te uključuju više šifriranih riječi iz disciplina izvan tradicionalnoga muzejskoga kruga nego što je bilo u ranijim polemikama.

Osim suvremenoga žargona, novost retorike nove muzeologije jest u velikoj pozornosti koju pridaje odnosima muzeja prema njegovu društvenom, gospodarskom i političkom okružju u sklopu analize primjerenosti, relevantnosti i značenja. S obzirom na vjerno, premda nesvjesno, pridržavanje uz tradiciju muzejske kritike, proklamacije nove muzeologije ne bi izazvale ništa više do zijevanja - osim među svojim mlađim i nadobudnijim zagovornicima - da se nije dogodilo da muzeji zapravo prolaze kroz korjenite i zbujujuće promjene u svojem društvenom okružju. Te promjene uključuju promjene u gospodarskim uvjetima, oblicima financiranja, profilu posjetitelja, konkurencije drugih ustanova i organizacija, očekivanja javnosti, oblika komuniciranja,

reputacije i političkih uloga.(2) “Krizna” je riječ koja se danas uobičajeno rabi u opisivanju uvjeta u muzejima.

Značajne promjene u društvenom okružju, a koje gotovo sve ugrožavaju stabilnost muzeja, uzrokovale su znatne promjene razmišljanja o svim aspektima tih ustanova. Reakcije muzealaca na te optužbe bile su izrazito raznovrsne. Na intelektualnom području, pokušaji za proširivanjem društvene osnove muzeja uključuju izložbe koje istražuju i prikazuju kulturnu raznolikost, primjerice, “Hispanička umjetnost u Sjedinjenim Državama” u Muzeju lijepe umjetnosti u Houstonu i “Te Maori” u Sanfranciskanskim muzejima lijepe umjetnosti. Na gospodarskom se području sve više usmjerava prema djelatnosti prodaje, kao što je bilo u Muzeju Metropolitan, usporedo s pomakom prema razvoju “međunarodnih kulturnih koncesija”, poput onih u Muzeju Guggenheim.

(3) Također se javlja uspostavljanje veza između muzeja u drugim, možda bogatijim zemljama; to se dogodilo uspostavljanju veze između bostonskog Muzeja lijepe umjetnosti i “muzeja blizanca” u Japanu. Premda su neki od tih netradicionalnih odgovora na promjenljive uvjete možda maštoviti i promišljeni potezi koji nalaze uporište u teoriji, mnogi navode na zaključak da su po naravi ad hoc, očajnički po tonu, te na čudan način neusklađeni s temeljnim prosvjetnim ciljevima ustanova koje ih sponzoriraju. Je li moguće naći bolji odgovor na te izazove?

Bilo bi razborito da muzeji u ovom trenutku potraže teorijski okvir koji bi im pomogao u poboljšavanju odnosa sa svojim društvenim okruženjem. Nova muzeologija, koja muzeje u prvom redu vidi kao društvene ustanove s političkom ulogom, nudi upravo tu konceptualnu strukturu. Međutim, treba imati na umu da nova muzeologija dosad nije objasnila točno kako bi se ti teorijski okviri trebali pretočiti u život. Njezini glasnogovornici, primjerice Peter Vergo, urednik važne zbirke eseja naslovljene “Nova muzeologija”, namjerno izbjegavaju prenositi svoje argumente u praksu. Vergo izravno kritizira muzeje zbog toga jer su se u prošlosti suviše usredotočili na muzejsku praksu, i to na štetu širih “humanističkih” pitanja svrhovitosti i značenja.(4)

Prema tome, iako retorika nove muzeologije ne daje gotove odgovore na praktična pitanja vođenja muzeja, njezina sve brojnija literatura ipak sadržava implikacije za muzejske ravnatelje. Cilj je pregleda koji slijedi izvući iz teorije nove muzeologije neke pouke koje se odnose na upravljanje muzejima.

Pregled počinjemo raspravama o pojedinačnim osnovnim pojmovima nove muzeologije. Te pojmove potom tretiramo kao nedjeljivu cjelinu pod kišobranom pitanja koja “se temelje na informatici”. Nakon te analize slijede tri odjeljka posvećena primjenama teorije nove muzeologije u pitanjima upravljanja muzejima: određivanje cilja ustanove, upravljanje unutarnjim operacijama i odnosima s javnošću. Pregled završava napomenama o korisnosti teorije nove muzeologije za upravljanje muzejima; taj dio usredotočuje se na preusmjeravanje muzeja na probleme i uvjete u “informatičkom dobu”.

Da bismo smjestili te ideje nove muzeologije u povijesni kontekst, pomoći će nam uvid u neke stare muzeološke teorije, posebice iz tridesetih godina dvadesetog stoljeća, razdoblja u kojem su slične misli izražavali, drukčijim riječima, vodeći muzealci i muzejski teoretičari. Navest ćemo primjer: 1939. T. R. Adam komentirao je rad muzeja i njegov odnos prema društvenoj pravdi ovako: nadzor nad muzejima “nije rutinska niti počasna dužnost, nego služenje u prvim borbenim redovima u trajnoj borbi za očuvanje društvene slobode”.(5)

Premda sličnost između retorike iz tridesetih i devedesetih godina zapanjuje, ne smijemo pretpostaviti izravan i nedvosmislen utjecaj prošlosti na sadašnjicu. Kao prvo, čini se da su rijetke pristaše nove muzeologije koje su posebno svjesne činjenica o povijesti te discipline.

Kao drugo, osnove razmišljanja nove muzeologije nalazimo u mnogim djelima povijesne teorije iz proteklih desetljeća. Primjer je posebno relevantnog pokreta škola povjesničara "Annales", aktivna od pedesetih godina nadalje, koja je usredotočila pozornost na materijalnu kulturu, svakodnevni život te političko i gospodarsko tumačenje svakidašnjih predmeta. Sedamdesetih i osamdesetih godina te pristupe prenijeli su na područje muzeja američki povjesničari, primjerice, Thomas J. Schlereth u "Artifacts and the American Past" (1980.).(6) Možemo navesti mnoge druge koji su poslužili kao značajni izvori u sklopu razvoja načela nove muzeologije; to su Fernand Braudel, Philippe Arias, Emmanuel LeRoy Ladurie, E. A. Wrigley, Keith V. Thomas i Peter Gay. Ograničimo se na to da kažemo da nova muzeologija vuče svoje korijene teorijskim razvojem u drugim područjima, ponajviše u društvenim znanostima. Treba razumjeti da njezine implikacije i budućnost postoje u sklopu široke intelektualne tradicije.

Osnovni pojmovi "nove muzeologije"

Kao što smo već kazali, naziv "nova muzeologija" upotrijebljen je za naslov zbirke radova koje je za tisak pripremio Peter Vergo 1989. u svojem uvodu, Vergo definira taj pojam kao "stanje rasprostranjena nezadovoljstva sa 'starom muzeologijom... ono što možemo zamjeriti 'staroj muzeologiji jest to što se suviše bavi muzejskim metodama, a premalo ciljevima muzeja".(7) Vergo nastavlja: "Ne dođe li do korjenitoga preispitivanja uloge muzeja u društvu - a time ne mislim mjerenje njihove 'uspješnosti' samo u smislu kriterija kao što je više novca ili više posjetitelja - muzeji bi se mogli naći u situaciji gdje nisu ništa drugo do 'živi fosili'."

Iako naziv "nova muzeologija" još nije šire prihvaćen u američkoj muzeološkoj teoriji, pojmovi istraženi u Vergovu zborniku prošlih nekoliko godina temeljito su obrađeni u više publikacija s obje strane Atlantika. Posebno važne za ovaj pregled - pored spomenuta Vergova zbornika - jesu dvije zbirke eseja s naglaskom na antropologiju koje je tiskao Smithsonian Institution: "Exhibiting Cultures; The Poetics and Policies of Museum Display" (Izlaganje kultura: Poetika i politika muzejskih izložaka; 1991.)(8) i "Museums and Communities; The Politics of Public Culture" (Muzeji i zajednice: Politika javne kulture; 1992.)(9). Muzej umjetnosti obrađen je u "Different Voices: A Social, Cultural, and Historical Framework for Change in the American Art Museum" (Drukčiji glasovi: Društveni, kulturni i povijesni okviri za promjenu u američkim muzejima umjetnosti; 1992.)(10). Također je važna serija tiskana u Velikoj Britaniji naslovljena "New Research in Museum Studies - Volume 1" (Nova istraživanja muzejskih studija - Prvi dio; 1990.). Popularnije obrade tih ideja počinju se javljati u ozbiljnim muzejskim časopisima kao što je "Museum News" objavljivanjem članka "The Epistemic Museum" (Epistemički muzej) Davida Chapina i Stephena Kleina polovicom 1992.(11) Neki autori koje ovdje navodimo kao nove muzeologe možda će se začuditi što ih svrstavamo u tu skupinu. Neki od njih uopće ne rabe taj pojam, a neki možda uopće nisu čuli za nj, niti za nedavno osnovanu organizaciju koja nosi to ime.(12) Taj naziv primjenjujemo na one pisce čije su zamisli u suglasju s onim autorima koji su objavljivali pod nazivom "nova muzeologija", a ponajprije s Vergovim pionirskim krugom suradnika.

Pregled ideja nove muzeologije možemo opravdano početi definicijom koju je 1988. izložio Stephen Weil o pojmovima na kojima je počivala međunarodna konferencija koju je te godine organizirao Smithsonian Institution. Skup se bavio "Poetikom i politikom predstavljanja", temama koje su trebale obraditi način na koji bi jedna kultura trebala

predstavljati drugu u muzejskom ambijentu. U pozadini te konferencije u Washingtonu su dva temeljna pojma nove muzeologije: "poetika" predstavljanja i političko usmjerenje muzeja kao društvenih ustanova. Prema Weilu:(13) "Poetiku u ovom slučaju možemo shvatiti kao ono što identificira narativne odnosno estetske obrasce u izložbama. Politika predstavljanja odnosi se na društvene okolnosti u kojima se izložbe organiziraju, predstavljaju i razumiju... To su očito isprepletana područja koja se izvode iz zajedničkog vrela povijesnog sjećanja i zajedničkih (često nesvjesnih) pretpostavki."

Iz naizgled neutralnih i poznatih ideja komunikacije i konteksta, u ovom slučaju nazvanih "poetika" i "politika", nastalo je nekoliko podtema koje su zdušno prihvaćene u muzejskom tisku. Među njima su najvažnije: vrijednost, značenje, pristupačnost, politika i gospodarstvo. Novi muzeolozi problematiziraju autoritet muzeja da o svim tim stvarima odlučuju "in vacuo". Ovdje ćemo ukratko izložiti novomuzeološki pogled na te teme onako kako ga određuju glavni teoretičari tog područja.

Vrijednost, prema Haroldu K. Skramstadu Jr., nije inherentno svojstvo predmeta, nego atribut koji se predmetima daje uvrštavanjem u muzej. "Aura" koja stvara dojam vrijednosti nastaje od tradicionalne kulturne uloge muzeja kao ustanove koja utjelovljuje ustaljene društvene vrijednosti.(14)

Značenje, kao i vrijednost, mijenjaju muzeji kroz promjenu konteksta predmeta u muzejskom ambijentu. Izuzmemo li problematične dimenzije prostora i vremena, George W. Stocking Jr. bilježi iskrivljena značenja koja proizlaze iz odnosa moći koje implicira muzejsko vlasništvo nad predmetima oduzetima od slabijih pojedinaca ili naroda. Još važnije za značenje predmeta od samog vlasništva, prema Stockingu, jest pitanje tko upravlja "predstavljanjem značenja".(15) To pitanje posebno je relevantno u odnosu na ono što Zapad zove materijalnom kulturom nezapadnjačkih društava. Često je pretpostavka romantičarske egzotike utjecala na taj materijal koji je najvećim dijelom antropološki.

Značenje, prema riječima Edwine Taborsky, nije u samome predmetu, nego je ono "društveno uvjetovano i određeno" - uvjetovano "našim predznanjem" o našem društvu... Značenje je proizvoljno određeno, prema tome i promjenljivo, a to znači da može biti lažno.(16) Preuzimajući misao Michela Foucaulta, Taborsky tvrdi da je značenje određeno kroz društveni diskurs, interakciju koja određuje značenje predmetu, te dopušta određenu interpretaciju tog značenja kroz intelektualno pregovaranje. "Skup odnosa" povezan s određenim predmetom, da se poslužimo pojmom koji je predložio Levy-Strauss, konačno utvrđuje njegovo značenje.(17) Prema tome, njegova istinitost je društveno, a ne materijalno uvjetovana.

Pristup. Muzeje bismo, prema A. A. Sheltonovu tumačenju svojega duhovnog učitelja Pierrea Bourdieua, trebali shvatiti kao dio širega prosvjetnog "establishmenta" koji djeluje "ne samo kao način prenošenja službene kulture, nego kao institucionalizacija te kulture koja propisuje kompetentnost u ostvarivanju te kulture, koja određuje pristup stjecanju znanja i koja potiče neprekidnu obnovu svoje središnje jezgre pomoću njihova teleološkog upućivanja na niz predmetnih fenomena za koje tvrdi da su utemeljeni izvan samog predmeta i neovisno o njemu".(18) Prema Bourdieu: "Umjetničko djelo ima značenje i potiče zanimanje samo one osobe koja posjeduje kulturnu kompetenciju, to jest kod ili šifru u kojem je ono šifrirano... Promatrač koji nema određenu šifru osjeća se izgubljen u kaosu zvukova i ritmova, boja i crta, koje su mu potpuno besmislene... Prema tome, sučeljavanje s umjetničkim djelom nije 'ljubav na prvi pogled' kako se općenito misli."(19)

Politika. "Naposljetku, ono što muzeji jesu, ono što postaju, svodi se na pitanje moći: onaj tko upravlja njihovim istraživanjima i njihovim zbirkama", tvrde David Chapin i Stephen Klein.(20) Muzeji, tvrde Chapin i Klein, ignoriraju marginalizirane društvene skupine kao što su "majke lezbijke" ili oboljeli od rudarske plućne bolesti u muzejima koji navodno obrađuju djecu ili rudarsku industriju.(21)

Politički aspekti muzeja također su tema koju obrađuju "kritički teoretičari" kao što su Michael M. Ames, koji se zalaže za "primjenu više kritičkih pogleda kako na upravljanje muzejima, tako i na njihove kustoske i interpretativne pothvate" s ciljem identificiranja onih "društvenih situacija koje se mogu promijeniti kako bi se eliminirale određene nepravde, frustracije i mistifikacije koje ljudi trpe".(22)

Gospodarstvo. Uz napomenu da su se muzeji tradicionalno odricali gospodarskih interesa, Shelton ih kritizira zbog toga jer su pogrešno predstavljali svoje sudjelovanje u "buržuskoj političkoj ekonomiji".(23) Muzeje se optužuje da su izgradili "praksu posvećivanja" koja im omogućuje akumulaciju gospodarskoga kapitala u obliku zbirki. Nadovezujući se na Bourdieua, Shelton kritizira muzeje zbog toga jer djeluju kao "simbolični bankari" u "gospodarstvu koje se temelji na prijevarnoj nakani".

Informacije kao temelj nove muzeologije

Premda se na prvi pogled čini da načela nove muzeologije sačinjavaju nepovezan popis, ipak možemo otkriti zajedničku nit koja ih povezuje. Gotovo svi pojmovi nove muzeologije dotiču se muzejske baze informacija, a ta baza informacija jest čitav sklop podataka koji podržava djelatnosti muzeja kao ustanove, od pragmatičkih koje se odnose na nabavku predmeta do apstraktnih djelatnosti interpretiranja izložbi. Relevantni podaci razvrstani su u inventarnim knjigama, kustoskim knjigama, spisima o odnosima s javnošću, institucionalnom arhivu, administrativnim podacima, korespondenciji, financijskim knjigama, kadrovskim podacima itd.

Obično se smatra da su te kategorije muzejskih informacija potpuno zasebne zbog njihove tehnologije - kartice i metalni ormari za registratore raspršeni su po muzeju, a tradicionalno su podijeljene po odjelima. Međutim, spisi iz različitih funkcionalnih područja konceptualno su povezani, tvrde novi muzeolozi, jer su sve djelatnosti koje su dokumentirane i koje podržavaju ti dokumenti komplementarne, te čine dio sveukupne zadaće muzeja. Konzervatorski spisi isprepliću se s kustoskim knjigama. Klasifikacijske sheme inventarne knjige povezane su s izložbenim obrascima. Knjižnički i arhivski izvori utječu na interpretaciju. Kadrovski podaci mogu pokazati kulturnu strukturu osoblja i, prema tome, uputiti na odnos moći. Administrativne informacije govore o široj društvenoj zajednici oko muzeja.

Razmotrimo ulogu tih "muzejskih informacija" u sklopu interesa novih muzeologa: vrijednost, značenje, moć, nadzor, interakcija s posjetiteljima, tumačenje, razumijevanje, autentičnost i autoritet. Ti su interesi većim dijelom spoznajni. Usredotočeni su na obradu znanja: stvaranje informacija, tumačenje informacija, primanje informacija i razumijevanje informacija. Promjene koje traže novi muzeolozi jesu u tom spoznajnom području koje uključuje nove oblike razumijevanja i poimanja sebe u odnosu na društvo i društvene ustanove. Moglo bi se tvrditi da ponovno određivanje sebe u odnosu na društvene ustanove nosi sa sobom gospodarske i političke implikacije, kao i psihološke aspekte, no vidjeti u ovom pokretu jasan poziv na daljnju sveopću društvenu i gospodarsku

revoluciju značilo bi proširiti doktrine nove muzeologije izvan njezinih proklamiranih ciljeva. Međutim, zajednička informacijska nit gotovo potpuno izmiče iz vida novim muzeolozima, jer je svaki od njih sagledao uglavnom samo predmet svojeg zanimanja u kontekstu ograničenog skupa okolnosti. Informacije su zapravo općenito zanemarene u smislu temeljnog izvora muzeja, premda prihvatanje novih informacijskih tehnologija u muzejima prisiljava osoblje da postane donekle svjesnije njihova postojanja i njihovih svojstava.(24)

George F. MacDonald i Stephen Alford gotovo su usamljeni u artikuliranju važnosti muzejskih informacija za razvoj tih ustanova. Njihovo poimanje informacija uže je nego što ovdje pretpostavljamo, a sastoji se uglavnom od informacija pruženih posjetitelju kroz muzejske djelatnosti i postave. Oni drže da su te informacije korisne za odlučivanje, kao i radi promjena u stanju znanja primatelja informacija. Oni uvažavaju činjenicu da je društvena promjena od industrijske prošlosti do informacijskog doba jedna od snaga koje navode muzeje da preispitaju svoju ulogu u društvu. Također vide implikacije u tom pomaku naglaske na informacije za interno djelovanje: "prednost pomaka orijentacije s predmeta prema informacijama jest da bi trebao olakšati (primjerice, u formulaciji ciljeva muzeja) uravnoteženje tradicionalnih funkcija skupljanja, čuvanja, istraživanja i izlaganja s novim krilaticama prosvjete i komunikacije".(25) S druge strane, prihvaćajući uže i pesimističnije stajalište, Barry Gaither napominje da ma kako muzeji, kao što je njegov Muzej Nacionalnog centra afroameričkih umjetnika u Bostonu, bili osjetljivi prema društvenim pitanjima, "širenje informacija nije u rukama muzealaca, nego sredstava javnog priopćavanja. Suglasnost o tome što jest u modi i što nije u modi zapravo određuje što će dobiti publicitet i način na koji se informacije priopćavaju na masovnom planu."(26)

Premda je istina da muzeji ne vladaju potpuno načinom na koji se njihovim informacijama koriste, mogu na profinjeni način rukovati tim izvorom i stvarati korisnije sučelje između svojih informacija i onih kojima služe mediji. Pobošanja moraju krenuti od vlastitog praga. Implikacije nove muzeologije za upravljanje muzejima najbolje će se sagledati na općenitoj razini kao poziv za bolje razumijevanje cjelokupne baze informacija - što uključuje unutarnje i vanjske informacije - i bolje rukovanje njome u odnosu na način na koji utječe na muzejske stavove i postupke.

Ma koliko bila istinita opća napomena o rasprostranjenosti baze informacija, ta je zamisao suviše apstraktna da bi poslužila kao plan za pokretanje muzeja u smjeru nove muzeologije. Potrebna je mnogo konkretnija i detaljnija rasprava. No potpuno konkretno tumačenje predmeta u središtu pozornosti nove muzeologije, s naglaskom na stvarima i postupcima, protivilo bi se duhu toga u prvom redu intelektualnog i ideološkog pokreta. Treba tražiti srednji put, koji se sastoji od istraživanja pojmova i implikacija tih pojmova, i to svakog pojedinačno, za primjenu na muzejske aktivnosti. Taj pregled trebao bi pokazati nov način razmišljanja o poznatim postupcima povezanim s temeljnim muzejskim funkcijama izlaganja, obrade materijala itd. Budući da je riječ samo o općem okviru, ta obrada ne uključuje stvarna, detaljna rješenja praktičnih problema muzejske prakse. Ona počinje s temeljnim pitanjem nove muzeologije: koja je svrha muzeja?

Nova muzeologija i svrha muzeja

Mnoga tradicionalna određivanja svrhe nalik su na poznato stajalište ravnatelja Johna Cottona Dane formulirano za Newark Museum 1923. Taj muzej trebao je biti "početnica vizualnog podučavanja; nešto što će u

korisnicima stvoriti ugodu, podučavati ih i poticati na razmišljanje i djelovanje".(27) Željeno "djelovanje" značilo je bolje društveno ponašanje. Nicholas Pearson izrazio je nadu da "podizanje ukusa može rezultirati u smanjenju nepoželjnog ponašanja... Nitko ne očekuje da će cjelokupna radnička klasa odjednom početi crtati i potpuno odbaciti žestoko piće, no mnoge ćemo možda spasiti od iskušenja da pretjeruju".(28) Slične operativne definicije o svrsi muzeja također se pojavljuju u teoriji nove muzeologije. Navest ćemo samo nekoliko primjera. James T. Evans napominje da populisti (čitaj: "novi muzeolozi") "naglašavaju ulogu muzeja kao prosvjetnog i kulturnog objekta, u kojemu bi programi i izložbe trebali biti usmjereni na to da služe zadovoljavanju potreba muzejskih posjetitelja". Evans u nastavku govori o društvenoj svijesti, društvenoj promjeni i moralnom obogaćivanju "raznovrsnih posjetitelja".(29) Također pretpostavljajući mogućnost napretka u društvenim poslovima, MacDonald i Alford potiču muzeje "da pomognu svojim posjetiteljima da djelotvorno iskoriste informacijske izvore u svojoj samostalno usmjerenom potrazi za znanjem".(30) Zauzimajući pragmatično stajalište, oni štoviše tvrde da se muzeji mogu, pružanjem korisnih informacija, postaviti u povoljan položaj da "odigraju središnju ulogu u novom dobu, u kojem se očekuje da će usluge koje se temelje na informacijama biti ključ gospodarskog blagostanja i društvenog statusa - a to su dvije stvari potrebne u stvarnom svijetu koje muzejima mogu omogućiti, ako ne opstanak, a ono barem njihovu djelotvornost".(31) Baveći se apstraktnije idejom napretka, Andrew West tvrdi da cilj muzeja mora biti potvrđen u smislu "duhovnih i prosvjetnih potreba" šire zajednice. West se posebno prezirno odnosi prema suviše pojednostavljenom naglasku na popularnosti koja zapravo ne promiče pristup najširim društvenim slojevima, nego daje prednost onima koji prihvaćaju posebnu ideologiju usmjerenu na poduzetništvo.(32) Odbacujući tradicionalnu predodžbu muzeja kao palače ili riznice, novi muzeolozi nude manje opipljive metafore kojima govore o ciljevima: muzej može biti forum,(33) ili dijalog između kustosa i posjetitelja,(34) pa čak i "sustav s javnim pristupom" gdje posjetitelji mogu skupiti vlastito iskustvo.(35) Paradoksalno je što doživljaj posjetitelja postaje nešto što je opipljivije od samog proizvoda muzeja.(36) To stajalište implicira da osnovna zadaća muzeja nije očuvanje i izlaganje umjetnina, nego zapravo informacije koje posjetitelji mogu dobiti od muzeja. Mudrost koja se stječe pomoću tih informacija - a one mogu biti intelektualne, estetske, osjetilne, duhovne ili emocionalne - trebala bi poslužiti za buduće odlučivanje u svakodnevnom životu.(37) Nesklad između onoga što muzej želi komunicirati pomoću informacija i onoga što posjetitelji dobivaju od tog iskustva svakako je moguć. Primateljevo razumijevanje određenog doživljaja - a s tim će se ponajprije složiti dekonstrukcionisti - nužno je pod utjecajem njegova prethodnog iskustva. To nije nova zamisao u umjetničkim krugovima. Primjerice, prije više od deset godina, razmatrajući fotografiju kao sredstvo komuniciranja, Estelle Jussim napomenula je da je "vjerojatno jedno od najrasprostranjenijih i, na žalost, najnaivnijih shvaćanje kako je komunikacija 'neutralna' - naime, da je riječ o tome da samo treba odnekud uzeti informaciju, nekako je staviti u fizički kanal i prenijeti je na neko drugo mjesto... Mi nismo samo pasivni primatelji poruka, nego aktivno odabiremo iz poruka koje nas okružuju samo one stvari koje su nam zanimljive, duhovite, ili one koje su pak nužne za naš opstanak".(38) Premda zanimanje koje za pitanja komunikacije pokazuju novi muzeolozi u određenim slučajevima dovodi do smanjenja pozornosti koja se posvećuje fizičkim svojstvima muzejskih predmeta, čini se da se većina slaže s tradicionalnom muzejskom postavkom da predmet ima središnju ulogu u koncepciji muzeja. Međutim, mnogi odstupaju od

tradicije odbacujući davno utvrđeno i automatsko štovanje muzeologa za "autentičnost" predmeta. Problemiziraju sam pojam autentičnosti u onoj mjeri u kojoj se odnosi na muzejske predmete, istražujući takve složenosti tog pojma kao, primjerice, izvornost, autoritet, intenciju i umjetničku prirodu.

Kad novi muzeolozi govore o "autentičnim" svojstvima muzejskog predmeta - ono što Jussim naziva "itness" (engleski: "predmetnost") (39) - oni često počinju rasprave prizivanjem onoga što je 1936. Walter Benjamin kazao o autentičnosti i politici:

"Jedinstvena vrijednost 'autentičnog' umjetničkog djela temelji se na obredu, mjestu njegove izvorne uporabne vrijednosti. Ti obredni izvori, ma kako daleki bili, još su prepoznatljiviji kao sekularizirani obred čak i u najprofanijim oblicima kulta ljepote... Onog trenutka kad se kriterij autentičnosti više ne odnosi na umjetničku proizvodnju, preokreće se ukupna funkcija umjetnosti. Umjesto da bude utemeljena na obredu, počinje se temeljiti na drugoj praksi - politici."(40)

Benjaminove napomene ne bacaju sumnju samo na samu prirodu autentičnosti, nego i na obvezu društva da od svojih muzeja, ustanova zaduženih da čuvaju predmete u njegovu kolektivnom vlasništvu, zahtijeva značajan stupanj autentičnosti. Novi muzeolozi Spencer R. Crew i James E. Sims otvoreno kažu: "Autentičnost nema veze s činjenicama niti sa stvarnošću, nego s autoritetom. Predmeti nemaju autoritet, ali imaju ga ljudi... Autentičnost - autoritet - provodi društveni sporazum između publike i muzeja, društveno dogovorenu stvarnost koja postoji samo onoliko dugo dok se održava povjerenje u glas izložbe."(41)

Dosad su elementi svrhe muzeja koje smo razmatrali općenito imali pozitivan ton, s mogućim izuzetkom skepse u odnosu na autentičnost. Međutim, neki novi muzeolozi otvoreno su cinični prema uzvišenim izjavama o ciljevima. Jedan je takav kritičar Carol Duncan, koja kaže: "svaka je velika država, kako monarhija tako i republika, shvatila da je korisno imati javni muzej umjetnosti. Takve javne ustanove podizale su (i još podižu) ugled države, tako da ona izgleda kao napredna država, država koja se brine o duhovnom životu svojih građana, koja čuva stečevine i radi na opću dobrobit... Muzej umjetnosti daje građanima i građanskim vrlinama sadržaj, ali to se postiže na način koji ne uključuje preraspodjelu stvarne moći."(42)

Općenito, tražeći teorijske temelje za ciljeve muzeja, novi muzeolozi služe se idejama i osobama koje su tek uzgredno povezane s tradicionalnim muzeološkim disciplinama. Umjesto da, primjerice, citiraju povjesničare umjetnosti, američke povjesničare ili prirodoslovce, oni se oslanjaju na psihologe, stručnjake iz područja političkih znanosti, teoretičare komunikacija i filozofe. Tradicionalne izjave o ciljevima muzeja prije pojave nove muzeologije uglavnom su naglašavale osobni doživljaj muzejskih posjetitelja, te pozitivno djelovanje osobnog razvoja, prvenstveno na osobno ponašanje, a zatim na društveno ili kolektivno ponašanje. Nova muzeologija naglašava skupni identitet muzejske publike, redovito definirane prema etničkoj ili spolnoj pripadnosti. Prihvaćajući društveni boljitak kao cilj, oni drže da će do njega doći kad "obespravljene" skupine budu imale udjela u moći i vlasti onih koji odlučuju o kulturnim i drugim ustanovama.(43) Muzej kao interpretacijsko sredstvo nekog društva važan je izvor razumijevanja i samospoznaje tog društva, pa se stoga isplati preusmjeriti ga da bi se omogućilo veće istraživanje društvene raznolikosti u usporedbi s tradicionalnim pristupima.

U političkom smislu, moguć cilj muzeja je, prema novoj muzeologiji, proširen, pa čak i glorificiran da bi uključio brigu za društvenu pravdu. No istodobno se čini da je potencijalna društvena uloga muzeja umanjena negativnim tonom novomuzeološke retorike. Čini se da su

pokušaji definiranja novih ciljeva prožeti sumnjama o mogućnosti značajnije spoznaje, djelotvornog pripočavanja ili predstavljanja poruke koja nije obilježena klasnim ili osobnim interesima. Novi muzeolozi daju pesimističan pogled postojećih ciljeva muzeja zaključujući da su sebični u smislu da služe samo pojedinačnim profesionalcima, da suosjećaju samo s interesima uspostavljenoga društvenog i političkog poretka, te da su neosjetljivi na interese šire publike. Zalažu se za pozitivniju i integriraniju društvenu ulogu muzeja, no čini se da ne pružaju mnogo nade da će temeljni napredak ljudske naravi pretvoriti njihovu viziju u stvarnost.

Implikacije za interno djelovanje

Nova muzeologija tako je kritična o današnjim muzejima da bi onaj tko želi ozbiljno odgovoriti na optužbe morao sveukupno preispitati muzej kao ustanovu, uključujući njegovu organizacijsku strukturu. Manfred Eisenbeis, koji se 1972. zalagao za baš takvu analizu, može se smatrati pretečom tog pokreta: "Nijedan pokušaj da se pojasne institucijski problemi muzeja nije potpun ako ne uključuje analizu organizacijskih aspekata. Muzej kao organizacija... ima vlastite tradicije u odnosu na administraciju, odnos prema javnosti i odabir osoblja... Štoviše, konkretne promjene u muzeju kao ustanovi gotovo uvijek će se izražavati kroz organizacijske promjene - stvaranje novih 'uloga'."(44)

Nadovezujući se na Eisenbeisa, ovdje ćemo ispitati implikacije nove muzeologije za interne muzejske operacije razmatranjem sljedećih aspekata funkcija muzeja: osoblje, organizacijska struktura, edukacijska praksa, izložbena teorija, tehnike izlaganja, klasifikacijske strukture, ispisivanje legendi, uporaba medija te poslovni i upravni postupci. Kako bi se ti elementi mogli promijeniti da budu prilagođeni novim institucijskim ciljevima i uvjetima?

Organizacijska struktura

Među strukturnim promjenama za koje se zalažu novi muzeolozi jest rušenje komunikacijskih barijera između tradicionalnih odjela. Baš kao što, primjerice, mnogi novi muzeolozi drže da se djelatnosti kustosa i pedagoga međusobno prožimaju, tako bi muzejske djelatnosti i strukture trebale biti integrirane, kao što kaže Phillip M. Kadis, "tako da se nijedna djelatnost ne nalazi hermetički odvojena od drugih".(46) Već dugo se na izložbe gleda kao na pothvate koji su plod suradnje,(47) te da bi mogle poslužiti kao uzor drugim oblicima suradnje unutar ustanove. Kritika tradicionalne odjelne strukture muzeja - koja razdvaja kustoske, konzervatorske, pedagoške, administrativne i izložbene djelatnosti - nije ništa novo. Još daleke 1942. godine u izvješću Američkog muzejskog udruženja i Muzeja umjetnosti Metropolitan "The Museum as a Social Instrument" (Muzej kao društveni instrument) prihvaćeno je stajalište da treba prilagoditi odjelnu strukturu muzeja, jer je uobičajen strukturni model uspostavljen davno prije nego što su, primjerice, ljudi shvatili da i prosvjeta ima ulogu u ciljevima muzeja.(48)

Osoblje

"Svi znaju", tvrdi Kadis, "da su muzeji ustanove koje služe promicanju karijere kustosa... Društveni interes od drugorazredne je važnosti." Prema Kadisu, kustose bi u novome poretku trebalo poticati da se više bave kustoskim redigiranjem s ciljem postizanja društvene relevantnosti, da preusmjere svoju pozornost s predmeta na odnos ljudi prema predmetima i da izađu iz svojih ureda kako bi se upoznali sa svojim posjetiteljima.(49)

Muzeji su često zanemarivali osposobljavanje "neprofesionalnog" osoblja - pedagoga, osoblja zaduženog za osiguranje i održavanje itd. Većom

pozornošću posvećenom tim radnicima "iz prvih borbenih redova" mogla bi se znatno poboljšati kvaliteta doživljaja koji se pruža posjetiteljima i, prema Eisenbeisu, "mogao bi se dobiti potreban uvid u navike i želje muzejskih posjetitelja, što bi poboljšalo kvalitetu povratnih informacija potrebnih čelnim upraviteljima za ocjenjivanje programa".(50) (Dakako, danas se takve povratne informacije traže kroz stručno sastavljene upitnike i knjige dojmova; no te inovacije ne rješavaju krupniji problem educiranja nestručnog osoblja.) Ta pozornost pomoćnim radnicima nije potpuno nova; javila se u retorici ranih četrdesetih godina, primjerice, u navedenom zajedničkom izvješću iz 1942. Ovdje se ističe da iako su čuvari najbrojnija skupina s kojom posjetitelji dolaze u dodir, zapravo su "prodavačice" one koje informiraju posjetitelje o muzejskim djelatnostima. Ne smijemo podcijeniti njihovu "propagandnu moć".(51)

Muzejska edukacija

Kada je riječ o educiranju muzejskih posjetitelja, to ne znači da je potrebno više educiranja, nego potpuno drukčiji oblik educiranja. Chapin i Klein tvrde da su muzeji vrlo učinkovito podučavali vrijednosti dominantne kulture, prevladavajuće sustave odanosti, ponašanje u svetim mjestima i društvene mitove. Oni drže da su muzeji stvorili okvir za promatranje kroz koji vidimo svijet, te da je taj okvir uglavnom izrađivala dominantna kultura, kultura koju vide kao represivnu, rasističku i sklonu iskrivljavanju. Pozivaju na raznolikost koja "zahtijeva napad na povlastice, napad na zidine znanja koje su u rukama plutokracije i koje podržavaju tu plutokraciju... Muzeji bi trebali prestati pomagati održavanje poretka stvari i početi podučavati o drukčijim vrijednostima koje oslobadaju."(52)

Teorija izlaganja

Novi muzeolozi odbacuju dirigiranu, pretjerano interpretiranu prezentaciju, posebice ako to tumačenje odražava vrijednosti koje pripadaju samo dominantnoj kulturi. To stajalište angažirano predstavlja Gerald George: "S jedne strane, osjećao sam da sam sretan; proveo sam dva nevjerojatno informativna sata u uzorno planiranome muzeju. S druge strane, osjećao sam poniznost, kao da me je netko vukao za ruku kroz konzerviranu prezentaciju lukavo upakirane kaše. Osjećao sam kao da su me prisilili da pročitam udžbenik iz povijesti ilustriran ne samo fotografijama nego i predmetima, a tako da je sve to podređeno ne baš uvjerljivu scenariju i odabrano tako da bude u skladu s tim scenarijem."(53)

George predlaže da se sam povijesni muzej upita ne "Kakvu priču želimo ispričati?", nego "Koja pitanja želimo postaviti?"

Tehnike izlaganja

Muzeji kulture, koji su tradicionalno identificirani kao povijesni i antropološki muzeji, posebice se pozivaju da poduzmu tri inicijative: da dopuste zajednicama nadzor nad načinom na koji su predstavljene u muzejima, da šire razumijevanje nezapadnjačkih i manjinskih domaćih zajednica, te da smisle načine izlaganja višestrukih pogleda (odnosno da jasno označe pristranost odabranog pristupa).(54) Osim toga, izložci bi trebali priznati da u svezi s izložbom postoje tri aktivno uključene skupine: oni koji su izradili predmete, oni koji ih izlažu i oni koji ih razgledavaju. Trebalo bi iskoristiti aktivan odnos između tih sudionika u izložbi, s time da konačno povezivanje treba prepustiti posjetiteljima.(55)

Klasifikacija

Klasifikacija predmeta tema je koja posebice iritira nove muzeologe. Strukturalizam je prozeo tu raspravu; stalno nailazimo na pozivanje s

klasifikacijskim strukturama koje je društvo izradilo da bi "označilo", ali ne i odražavalo, predmete. Te strukture mogu naglašavati uporabu, što je tipično u društvu koje se temelji na empiričkim pokusima, no jednako tako mogu naglašavati prirodne elemente - što je karakteristično, primjerice, za društvo Navajo - ili duhovne čimbenike. Gotovo svi anglo-američki klasifikacijski sustavi, barem za prirodoslovne muzeje i muzeje kulturne povijesti, naginju prema "teologiji uporabe"(56) i zanemaruju vrijednosti odnosno izvorni kompleks iz kojeg su predmeti iščupani.(57) Još dvojbenije od toga jednostavnog pogrešnog predstavljanja predmeta je razvoj klasifikacijskog sustava koji pridaje "vrijednost" predmetima tako da time odražava vlastiti društveni poredak. Ta "vrijednost" gotovo da nema ništa zajedničko sa samim predmetom, društvom iz kojega potječe, ili njegovim značenjem za nedominantne kulture u suvremenom društvu. Pripisivanje relativne vrijednosti predmetima - pretvarajući sve izložke u umjetnička djela - vrijednosti koja se temelji na dominantnim vrijednostima, dio "muzejskog efekta"(58) u kojem predmet uživa nakon uvrštenja u zbirku i klasifikaciju unutar zbirke. Klasifikacija odražava moć; političke implikacije tog stajališta osobito su problematične za savjesne nove etnografske muzeje.(59)

Klasifikacija je, prema Duncanu, način ponovnog uspostavljanja značenja predmeta, a posebno umjetničkih djela, u političke svrhe. Tako, primjerice, klasifikacija u muzejima umjetnosti koju omogućuje povijest umjetnosti postavlja umjetnost u drugi kontekst i pretvara je u iskaze o nacionalnoj i individualnoj genijalnosti.(60) Među ostalim, ta vrsta klasificiranja mogla bi se iskoristiti za potpirivanje nacionalizma i davanje legitimiteta stjecanju kraljevskog bogatstva tako što stvara dojam da su zbirke predmeta nabavljenih ratom i pljačkom svojevrsno zajedničko javno dobro. Takvo je tumačenje bilo prisutno, primjerice, u francuskim nacionalnim muzejima u devetnaestom stoljeću. Takva vrsta klasifikacije, koja se temelji na nacionalnoj pripadnosti i mjestu nastanka, ima implikacije za ljude na položaju u državi, navodeći ih "da proglase kako neki imaju veći udio u zajedničkoj baštini zajednice".(61)

Naposljetku, Timothy W. Luke na zanimljiv način ističe kako su kulturne mitologije i politička moć izražene u prikazu umjetničkih djela u muzejima i kritizira povijest umjetnosti zbog njezinih tradicionalnih struktura: "Zarobljeni u smeću neprikladnih kategorija, rijetki su autori koji pišu o umjetnosti koji se s korisnim mislima uspijevaju izvući iz diskurzivnog gnoja žanra, stila ili škole, što sve sputava njihovu potragu za političkim dimenzijama umjetnosti. Umjesto toga, tjeraju i stvarnu politiku i ozbiljnu estetiku sve dublje u močvare formalne analize sve dok obje teme jednostavno ne potonu ispod površine smrtonosnog metaforičkog živog pijeska. Kao posljedica toga, trebamo prihvatiti nov, kritičniji pristup razumijevanju načina na koji vlast, politika i ideologija djeluju u umjetničkim izložbama."(62)

Označivanje

Ovdje definirano kao "svi podaci koji služe za identifikaciju", označivanje je također predmet kritike. Neki novi muzeolozi napominju da oznake redovito izostavljaju informacije o određenoj povijesti umjetnina, a daju prednost informacijama koje predstavljaju predmete kao primjere općih načela. To osiromašenje podataka i vađenje iz konteksta služi povećanju jasnoće prezentacije i autoriteta muzeja, no suviše pojednostavljuje predmet tako što implicira da može adekvatno poslužiti kao predstavnik čitavog razreda. Štoviše, često se skuplja baš ono što je neobično, a ne prosječan primjerak vrste predmeta.(63) Dodatni je problem s označivanjem što pretpostavlja jednosmjerno komuniciranje koje ide od osoblja prema posjetitelju. Elaine Heumann Gurian predlaže varijaciju u obliku ploče za napomene na koju posjetitelji mogu bilježiti svoje

reakcije i interpretacije. Potiču se i druge interaktivne strategije.(64)

Mediji

Uvažavajući širok raspon razvijene tehnologije komunikacijskih medija koji se pojavljuju u muzejima, novi muzeolozi zalažu se za maštovite kombinacije i primjene tih naprava. Upozoravaju protiv negativnih reakcija tradicionalno povezanih s "pučkim" aktivnostima. Uz tvrdnju da je muzejski proizvod i zbirka i informacije o njoj, Nick Baker napominje: "Unutar svojih zidova muzej se služi raznim tehnikama da bi posjetiteljima predstavio svoju zbirku. 'Mediji' kojima se obično služe uključuju trajne postavbe, posebne izložbe, vodiče, predavanja, video-vrpce, kataloge i drugi tiskani materijal. Traži se ravnoteža između informacija, edukacije, uvjeravanja i zabave da bi se postigla što veća korist koju posjetitelji vuku iz zbirke."(65)

Premda su nazivi medija novi, moramo znati da je u muzejima odavno prisutna uporaba medija povezanih sa zabavom. Potkraj osamnaestog i početkom devetnaestog stoljeća muzejski inovator Charles Willson Peale bio je posebno poduzetan u tom pogledu: u sklopu javnih priredaba organizirao je predavanja s glazbom i poezijom, pa čak i uveo orgulje u svoj prirodoslovni muzej.(66) (Nema dvojbe da je značajno što je njegove tehnike i njegov muzej preuzeo P. T. Barnum). (67) Moderni ekvivalent mora, prema Georgeu F. MacDonaldu, uzeti u obzir koliko su posjetitelji upoznati sa suvremenim medijima, primjerice, televizijom. Značenje tih medija je u tome što se javnost osjeća ugodnije s vizualnim nego s tradicionalnim tiskanim informacijama.(68)

Postupci u upravljanju i poslovanju

U odnosu na prihvaćanje dominantne poslovne prakse usmjerene na fiskalnu odgovornost i druge ciljeve, u sklopu nove muzeologije prisutna je istodobno i skepsa i potpora. Tako, primjerice, Andrew West drži da je žalosno što su muzeji, "nakon što je poslovna zajednica ostvarila takav pristup tim ustanovama, potaknuti da slijede iste oblike organizacije, financiranja i tržišnog ponašanja kao poduzeća".(69) No drugi imaju povoljnije mišljenje o poduzećima i pomoći koju mogu pružiti muzejima koji su u poteškoćama. Val Bott predlaže da muzeji izrade poslovni plan po uzoru na tvrtke.(70) Odražavajući novije trendove teorije menadžmenta i izražavajući vlastito zanimanje za doživljaje posjetitelja, teoretičari nove muzeologije zalažu se za to da muzeji postanu "orijentirani prema potrošačima", jer će tako poboljšati "kvalitetu proizvoda". U tom kontekstu gotovo neizbježno se u povoljnom svjetlu spominju Disneyjevi pothvati.(71) (Taj entuzijazam je posebno ironičan za marksistički orijentiran pokret zbog toga jer se pristup usmjeren na potrošača očito izvodi iz poslovnog svijeta, a očituje se u japanskoj teoriji menadžmenta i u sveprisutnoj doktrini Total Quality Management /Potpuno upravljanje kvalitetom/.)

Sažetak

Sažimanje brojnih implikacija nove muzeologije za interne muzejske aktivnosti vrlo je teška zadaća. Suviše je glasova i tema da bismo ih mogli obuhvatiti jednostavnim sažetkom koji bi mogao služiti kao smjernica za muzejsku praksu. Korisnije od jednostavnog sažetka je pregled nekolicine meta-tema koje se ponavljaju u pojedinačnim iskazima. Prva od tih meta-tema, koju smo već prije identificirali, jesu informacije. Kao prvo, informacije se ovdje smatraju temeljnim izvorom muzeja; njihova vrijednost, značenje i upravljanje njima razmotreni su i kritički ispitani u cjelokupnoj literaturi iz ovog područja. Druga je meta-tema komuniciranje s posjetiteljima. I u tom području kritički se osvrće na tradicionalno uzak i autoritaran pristup muzeja. Naposljetku je tu i

pitanje integracija funkcija. Tradicionalna podjela djelatnosti predmet je na koji kritički gladaju novi muzeolozi, koji pozivaju na integrirane pristupe u postizanju ciljeva muzeja.

Implikacije za vanjske odnose

Premda je odnos muzeja prema društvenoj okolini središnje pitanje misli nove muzeologije, literatura koja je nastala u tom pokretu sadržava razmjerno malo preporuka u svezi s tim područjem. Javlja se samo nekoliko razbacanih zamisli koje ćemo spomenuti.

Strategijsko planiranje

Muzejima bi mogle koristiti tehnike poslovnog upravljanja poput strategijskog planiranja. Iako pojam strategijskog planiranja prethodi pokretu nove muzeologije, razmišljanja njegovih zagovornika u skladu su s tim pristupom. Strateško planiranje, objašnjava James T. Evans, "usredotočuje se na vanjsku okolinu muzeja i na način na koji organizacija dolazi u interakciju s njome".(72)

Konzorciji

Izolacija između muzeja, predviđa Val Blott, bit će ubuduće manje česta pojava ponajviše zbog gospodarskih pritisaka. Možemo očekivati da će veći muzeji preuzeti manje kompatibilne ustanove kako bi pomogli manjim ustanovama da se suprotstave povećanoj konkurenciji u području privlačenja posjetitelja i pribavljanju potpore.(73) Iako je s gospodarskog stajališta konsolidacija možda poželjna, novi muzeolozi pridaju važnost zasebnim značajkama muzeja koji služe određenim zajednicama ili određenim potrebama. Predviđajući da će prije doći do povezivanja muzeja u mrežu nego do stvaranja konglomeracija, Gaither napominje: "Gotovo da više nema mjesta za koncepciju iz deventastog stoljeća koja 'muzej' vidi kao sveobuhvatan i konačan iskaz o kulturnim doprinosima čovječanstva. Umjesto toga postoji potreba za mrežom ustanova koje se nadopunjuju u obavljanju svojih zasebnih zadaća."(74)

Elektroničke veze

Elektroničko povezivanje vrlo će vjerojatno u budućnosti zbliziti muzeje i njihove posjetitelje. Kao što opisuje Patrick Cardon, Europska muzejska mreža (The European Museum Network) već eksperimentira s načinima da publici dopusti "stvaranje i slijeđenje asocijacija u svezi s predmetom, te asocijativno povezivanje različitih predmeta ili umjetnina pohranjenih u elektroničkim arhivima u članjenih muzeja".(75) Štoviše, usredotočivanjem na potencijal informatičke tehnologije, MacDonald i Alsford entuzijastički tvrde da muzeji neće dosegnuti svoj puni potencijal dok ne otkriju način zajedničkog pristupa informacijama pomoću "zajedničkih pothvata", poglavito uspostavljanjem mreža.(76) Istraživanja tehničkih mogućnosti postizanja tog cilja već se provode i trenutačno dobivaju znatan prostor u muzejskim publikacijama.(77)

Zaključak

Implikacije nove muzeologije za unutrašnje i vanjske aspekte muzejskih djelatnosti uključuju integraciju onoga za što se dosad držalo da je potpuno odvojeno: na unutarnjem planu javlja se protivljenje rascjepkanosti na odjele, a na vanjskome se kritizira izdvojenost od društva u cjelini. Dakako, određen stupanj fizičke odvojenosti nužan je i na unutarnjem i na vanjskom planu. Ne bi bilo ni razborito ni praktično smjestiti sve osoblje u jednu prostoriju, a ne možemo ni ukloniti

sigurnosne uređaje koji stoje između posjetitelja i zbirki. Međutim, ne traži se fizička promjena, nego promjena stava. Središnje pitanje u toj promjeni je uvažavanje informacija kao temeljnoga, zajedničkoga muzejskog izvora. Posebne kvalitete informacija omogućuju im da probiju fizičke zapreke i da stoga potiču bolju povezanost između dijelova muzeja i prisnije kontakte s vanjskim svijetom.

Muzeji se potiču da prihvate holistički pristup informacijama kojima barataju, a i pothvatu kojem su se posvetili - samom muzeju. Taj pristup uključuje integriranje internih informacija (primjerice, koordinaciju kustoskih i konzervatorskih spisa), omogućavanje šireg pristupa osoblju i posjetiteljima novokoodiniranim podacima ustanove, jače oslanjanje na izvore koji otkrivaju kontekst predmeta (davanjem veće pozornosti tiskanoj građi i izvornim arhivskim materijalima) i pripremanje za obazriviji odnos prema široj zajednici (provođenjem istraživanja o posjetiteljima i zajedno s njima). Premda naizgled barem privremeno odvrća pozornost od samog predmeta, taj pristup, kažu novi muzeolozi, naposljetku dovodi do sučeljavanja s predmetom koje pruža više i muzeju i posjetiteljima.

No kakvu korist donosi nova muzeologija muzejskoj praksi? Moramo priznati da ne nudi nikakav recept za promjenu. Niti ne daje priručnik za opstanak. Njezine prednosti manje su određene od toga, no ipak su korisne u svojoj apstraktnosti. Najkorisnije su sugestije utjelovljene u njezinoj refleksivnoj literaturi o budućim smjernicama muzeja. Nova muzeologija:

- podržava tradicionalni naglasak na skupljanju, čuvanju i uporabi predmeta s konačnim ciljem da se to čini u korist društva;
- potiče bolje razumijevanje složene društvene okoline u kojoj djeluju muzeji;
- ističe potrebu uvažavanja složenih zahtjeva muzejskih posjetitelja;
- potiče fleksibilnost u tumačenju muzejskih predmeta;
- poziva na uporabu oblika komuniciranja bliskih suvremenoj publici;
- zalaže se za povećanu razmjenu informacija između svih zainteresiranih strana, uključujući osoblje, autore predmeta i muzejske posjetitelje;
- određuje povećanu koordinaciju funkcija, posebice u skupljanju, prikazivanju i tumačenju muzejskih predmeta;
- poziva na veće razumijevanje implicitne gospodarske i političke pristranosti muzeja.

Iako pruža barem labavo artikulirane odgovore na teoretska pitanja o željenom budućem razvoju muzeja, nova muzeologija ne daje prave odgovore u području prakse. Sami muzeji moraju pronaći odgovore na značajna pitanja o tome kako ostvariti te ciljeve. Ta pitanja, koja postavlja nova muzeologija, ulaze u programe muzeja. Da bi funkcionirali prema željama novih muzeologa, muzeji moraju razviti sljedeće tehnike:

- nove metode za razumijevanje društva i posjetitelja;
 - nove načine ispitivanja potreba i reakcija posjetitelja;
 - nove organizacijske strukture i pristupe upravljanju kako bi se uhvatili u koštac s novim, dinamičnim funkcionalnim odnosima;
 - nove načine ocjenjivanja "produktivnosti";
 - nove komunikacijske modele;
 - nove pristupe upravljanju informacijama i njihovu korištenju.
- Nikada nije pretjerano naglasiti važnost informacija u ostvarivanju ciljeva novih muzeologa. Društvo u kojem se muzeji sada nalaze već je duboko zakoračilo u informacijsko doba, pa bi i muzeji to trebali učiniti da bi mogli komunicirati sa svojom publikom. Njihov opstanak ovisi o tome hoće li djelotvorno upravljati svojom bazom informacija i o tome hoće li uspjeti prenijeti svoje zasebne informacije svojoj potencijalnoj publici.

Bilješke

1. George Brown Goode, "The Museum of the Future", navedeno u Edward P. Alexander, *Museum Masters; Their Museums and Their Influence* (Nashville, TN: American Association for State and Local History, 1983.), str. 296.
2. Ivan Karp, "Introduction: Museums and Communities: the Politics of Public Culture" (Washington, DC i London: Smithsonian Institution Press, 1992.), str. 12.
3. John Richardson, "Go go Guggenheim", *The New York Review of Books* 39/13, 16. srpnja 1992.; str. 18-22.
4. Peter Vergo, urednik, *The New Museology* (London: Reaktion Books, 1989.), str. 3.
5. T. R. Adam, *The Museum and Popular Culture* (New York: American Association for Adult Education, 1939.), str. 28.
6. Thomas J. Schlereth, *Artifacts and the American Past* (Nashville, TN: American Association for State and Local History, c. 1980.).
7. Vergo, op. cit., bilješka 4, str. 3.
8. Ivan Karp i Steven D. Lavine, urednici, *Exhibiting Cultures; The Poetics and Politics of Museum Display* (Washington, DC i London: Smithsonian Institution Press, 1991.).
9. Ivan Karp, Christine Mullen Kreamer i Steven D. Lavine, urednici, *Museums and Communities; The Politics of Public Culture* (Washington, DC i London: Smithsonian Institution Press, 1992.).
10. *Different Voices: A Social, Cultural and Historical Framework for Change in the American Art Museum* (New York: Association of Art Museum Directors, 1992.).
11. David Chapin i Stephen Klein, "Forum: The Epistemic Museum", *Museum News*, 71/4, srpanj/kolovoz 1992., str. 60-61, 76.
12. The International Movement for New Museology (MINOM; Međunarodni pokret za novu muzeologiju), pridružena organizacija Međunarodnog muzejskog savjeta (ICOM).
13. Stephen E. Weil, "Rethinking the Museum; An Emerging New Paradigm of Essential Museum Functions Reduces the Number to Three: Preserve, Study and Communicate", *Museum News*, 69/2, ožujak/travanj 1990., str. 59.
14. Harold K. Skramstad, Jr., "Interpreting Material Culture: A View from the Other Side of the Glass", u (Ian M. G. Quimby, urednik) *Material Culture and the Study of American Life* (New York i London: W. W. Norton and Co., 1975.) str. 180.
15. George W. Stocking, Jr., urednik, *Objects and Others; Essays in Museums and Material Culture, History of Anthropology, Vol. 3* (Madison, WI: University of Wisconsin Press, 1985.), str. 11-12.
16. Edwina Taborsky, "The Discursive Object", u (Susan Pierce, urednica) *Objects of Knowledge, New Research in Museum Studies 1* (London i Atlantic Highlands: The Athlone Press, 1990.), str. 52.
17. *Ibid.*, str. 64.
18. Anthony Alan Shelton, "In the Lair of the Monkey: Notes Towards a Post-Modernist Museography", u (Susan Pierce, urednica) *Objects of Knowledge, New Research in Museum Studies 1* (London i Atlantic Highlands: The Athlone Press, 1990.), str. 80.
19. Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (Cambridge MA: Harvard University Press, 1984.), str. 2-3.
20. Chapin i Klein, op. cit., bilješka 11, str. 76.
21. *Ibid.*, str. 61.
22. Michael M. Ames, "Cultural Empowerment and Museums: Opening Up Anthropology Through Collaboration", u (Susan Pierce, urednica) *Objects of Knowledge, New Research in Museum Studies 1* (London i Atlantic Highlands: The Athlone Press, 1990.), str. 161-162.
23. Shelton, op. cit., bilješka 8.
24. Deirdre C. Stam, "Taming the Beast; Guidance for Administrators on Managing Museum Computerization", *Museum Management and Curatorship*, 11, 1992., str. 46; vidi i "The High Tech Museum", *Museum News*, srpanj/kolovoz 1992., *passim*.
25. George F. MacDonald i Stephen Alford, "The Museum as Information Utility", *Museum Management and Curatorship*, 10, 1991., str. 306-307.
26. Barry Gaither, "Voicing Varied Opinions", *Museum News*, 68/2, ožujak/travanj 1989., str. 50.
27. John Cotton Dana, "A Museum of Service", *Survey Graphic*, veljača 1923.; ponovno tiskano u travnju 1929., str. 1.
28. Nicholas Pearson, *The State of Visual Arts* (Milton Keynes, U.K.: Open University Press, 1982.), str. 18; navedeno u Ghislaine Lawrence, "Object Lessons in the Museum Medium", u (Susan Pierce, urednica) *Objects of Knowledge, New Research in Museum Studies 1* (London i Atlantic Highlands: The Athlone Press, 1990.), str. 108.
29. James T. Evans, "Third Sector Management: The Museum in the Age of Introspection - Survival and Redefinition for the 1980's", *Public Administration Review*, rujan/listopad 1982., str. 460.
30. MacDonald i Alford, op. cit., bilješka 25, str. 306-307.
31. *Ibid.*, str. 307.
32. Andrew West, "Museums and the Real World", *Museums Journal*, 90, veljača 1990., str. 24-26.
33. Steven D. Lavine i Ivan Karp, "Introduction: Museums and Multiculturalism", u Karp i Lavine, op. cit., bilješka 8, str. 3.
34. Val Bott, "Beyond the Museum", *Museums Journal*, 90, veljača 1990., str. 28.
35. Frederick Schmid, "Can Museums Predict Their Future?", *Museum News*, 52, studeni 1973., str. 49.
36. Bott, op. cit., bilješka 34, str. 306-309.
38. Estelle Jussim, "The Real Thing: Museums and Communications". *Nastup u Museum of Photography u George Eastman House, Rochester, New York*, 25. travnja 1979.
39. *Ibid.*, str. 25.
40. Walter Benjamin, *Illuminations* (New York: Schocken Books, 1936), str. 224.
41. Spencer R. Crew i James E. Sims, "Locating Authenticity: Fragments of a Dialogue", u Karp i Lavine, op. cit., bilješka 8, str. 163.
42. Carol Duncan, "Art Museums and the Ritual of Citizenship" u Karp i Lavine, op. cit., bilješka 8, str. 93-94.
43. Donald Garfield, "Dimensions of Diversity; If Museums are to Respond to the Challenges of Cultural Diversity, Everything from Exhibits to Staffing to Board Composition Must be Scrutinized", *Museum News*, 68/2, ožujak/travanj 1989., str. 43-48.
44. Manfred Eisenbeis, "Elements for a Sociology of Museums", *Museum*, 24/2, 1972., str. 117-119.
45. Weil, op. cit. bilješka 13, str. 59.
46. Phillip M. Kadis, "Who Should Manage Museums?," *ArtNews*, 76, listopad 1977., str. 48.
47. Skramstad, Jr., op. cit., bilješka 14, str. 184.
48. *American Association of Museums and The Metropolitan Museum of Art, The Museum as Social Instrument* (Washington DC i New York: AAM i MMA, 1942.), str. 48.
49. Gaynor Kavanaugh, *History Curatorship* (Washington DC: Smithsonian Institution Press, 1990.).
50. Evans, op. cit., bilješka 29, str. 463.
51. AAM/MMA, op. cit., bilješka 48.
52. Chapin i Klein, op. cit., bilješka 11, p. 76.
53. Gerald George, *Visiting History* (Washington DC: American Association of Museums, 1990.), str. 15.
54. Lavine i Karp, op. cit., bilješka 33, str. 6.
55. Michael Baxandall, "Exhibiting Intention: Some Preconditions of the Visual Display of Culturally Purposeful Objects", u Karp i Lavine, op. cit., bilješka 8, str. 36-37, 41.
56. Shelton, op. cit., bilješka 18, str. 99.
57. Taborsky, op. cit., bilješka 16, str. 51-52; Lawrence, op. cit., bilješka 28, str. 113.
58. Svetlana Alpers, "A Way of Seeing", u Karp i Lavine, op. cit., bilješka 8, str. 26-27.
59. Shelton, op. cit., bilješka 18, str. 92.
60. Duncan, op. cit., bilješka 42, str. 95.
61. *Ibid.*, str. 132.
62. Timothy W. Luke, *Shows of Force: Power, Politics and Ideology in Art Exhibitions* (Durham i London: Duke University Press, 1992.), str. 1.
63. Lawrence, op. cit., bilješka 28, str. 110-111.
64. Elaine Heumann Gurian, "Noodling Around with Exhibition Opportunities", u Karp i Lavine, op. cit., bilješka 8, str. 178.
65. Nick Baker, "Worlds Apart?," *Museums Journal*, 90, veljača 1990., str. 27.
66. Alexander, op. cit., bilješka 1, str. 62.
67. Richard W. Flint, "Living the Legacy; Today's Emphasis on Enticing the Public has its Roots in the Old Practice of Mixing Scientific Arrangement with a Theater of Marvels", *Museum News*, 69/5, rujan/listopad 1990., str. 63-65.
68. George F. MacDonald, "Change and Challenge", u Karp, Kreamer i Lavine, op. cit., bilješka 8, str. 175.
69. Andrew West, "Museums and the Real World", *Museums Journal*, 90, veljača 1990., str. 24.
70. Bott, op. cit., bilješka 34, str. 33.
71. *Ibid.*
72. Evans, op. cit., bilješka 29, str. 463; vidi Alice McHugh, "Strategic Planning for Museums", *Museum News*, 59, srpanj 1980., str. 23-25.
73. Bott, op. cit., bilješka 34, str. 34.
74. Gaither, op. cit., bilješka 26, str. 50.
75. Patrick Cardon, "Museums and Telecommunications", *ICOM News*, ljeto 1989., str. (i).
76. MacDonald i Alford, op. cit., bilješka 25, str. 309.
77. John Perkins, "CIMI's Data Movement", *Museum News*, 71/4, srpanj/kolovoz 1992., str. 24-26.

Prijevod s engleskog:
Tomislav Pisk

* Tekst objavljen u časopisu *Museum Management and Curatorship*, 1993., vol. 12, No. 3, str. 267-283.