

Zilka Kujundžić-Vejzagić, muzejski savjetnik
Odjeljenje za arheologiju
Zemaljski muzej Bosne i Hercegovine, Sarajevo
Bosna i Hercegovina

MUZEJI I URBANI ŽIVOT – RENESANSA KULTURE

Abstrakt

U ovom kratkom izlaganju su date sugestije kako neke svjetske savremene muzeološke principe primjenjivati u našem poslijeratnom društvu – renesansa kulture odnosi se, ne samo na naše novo građanstvo, pretežno seoskog porijekla, već i na djelatnike u kulturi. Da bi nova kulturna politika, uistinu, postala praksa ovakvog savremenog društva, ne može se temeljiti tek na svojim projektnim načelima i ciljevima, preuzetim iz iskustava evropskog postmodernog društva, nego i implementaciji. Jer, bit svake javne politike, pa tako i kulturne, upravo je njezina implementacija, odnosno njezino prakticiranje.

Ključne riječi:

muzeji, urbani život, savremenost, kulturna politika, edukacija, renesansa kulture.

Danas u XXI vijeku u evropskim zemljama, pa i u Bosni i Hercegovini, najveći broj stanovnika živi, radi ili se obrazuje u urbanim sredinama. Upravo, mi danas više nego ikada do sada, u ovim poratnim godinama, kad je naše seosko stanovništvo naselilo u velikom broju gradske sredine, moramo pokrenuti renesansu kulture – prije svega kulturu svakodnevnog života, a potom novonastalo građanstvo kroz edukativne metode upoznati sa vrijednostima naše zajedničke kulturne baštine. U vrijeme kada su svi naponi kod nas usmjereni na iznalaženje novih političkih i ekonomskih paradigmi, kada se čuju teme o zaštiti čovjekove okoline, ljudskih prava, socijalne ugrožnosti, ništa slično ne postoji u oblasti kulture. Potrebna nam je promjena kulturne politike, koja je u našem društvu marginalizirana, kao što je na marginama i briga o našoj kulturnoj baštini. Savez između kulture i razvoja bi trebao otvoriti put za tu promjenu. Želi li se kultura staviti u središte razvojnog interesa potrebno je

napraviti evaluaciju kulturne politike, i to ne prioritarno za međunarodne, koliko za nacionalne razvojne potrebe. Na taj način ćemo stvoriti zdravo građansko društvo, svjesno svojih vrijednosti i duhovnih mogućnosti za dalji napredak.

Slobodno mogu reći, duhovni mrak u kome se danas nalazimo, uzrokovano raznim ratnim i poratnim nedaćama, pogoduju stvaranju subkultura, podkultura i drugih manifestacija sumnjivih vrijednosti. Model naše današnje kulturne politike više je vezan za ne-znanje nego znanje i nauku. Duhovno siromaštvo našeg društva najbolje se očituje na primjeru euforične priče o “bosanskoj Piramidi Sunca, prvoj piramidi u Evropi i najvećoj i najstarijoj piramidi u svijetu”. Ovakvu priču serviranu našoj javnosti od strane jednog neodgovornog čovjeka, može da prihvati samo ono društvo koje nema dovoljno historijske zrelosti i kolektivne svijesti o vlastitom identitetu, pa ni nacionalnog ponosa. Narod kome je deviza “daj da se zaradi nešto na brzinu” ne zaslužuje poštovanje. Događaji oko istraživanja “bosanske piramide” će imati ozbiljne i dugoročne negativne posljedice o slici našeg društveno-političko-ideološkog i mentalnog zdravlja.

Znamo da su muzeji naše najstarije kulturne institucije i čuvari kulturnog naslijeđa Bosne i Hercegovine. Postavlja se pitanje šta mi muzealci moramo i možemo uraditi u ovom ratom devastiranom društvu. Kako kaže jedna stara istočnjačka mudra izreka: “*Ne bori se protiv mraka nego upali svjetlo*” – drugim riječima treba što prije djelovati. Otvoriti muzeje i galerije tako da rade na principu modernih informativnih medija, slično kao što funkcioniše televizija, ili još bolje ove naše čuvarke kulturnog naslijeđa pretvoriti u “*otvorene pozornice*”. Kako to uraditi? Prije svega povezati sve kulturne resurse jednog grada i ostvariti kvalitetno urbano planiranje. Tuzla je već pokazala izvanredne rezultate u ovakvoj planskoj saradnji.

Najbolji primjer za to je *Soni trg*. To je upravo jedna velika “otvorena pozornica” čije su kulise satkane od spomenika kulturne baštine i modernih umjetničkih ostvarenja – gotovo renesansni trg kome samo nedostaju trubaduri i putujuće pozorišne trupe.

Dakle, muzeji kao čuvari baštine su istovremeno i banke znanja, a da bi to znanje, mi muzealci, prenijeli na posjetioce, naše muzeje moramo pretvoriti u otvorena sastajališta. Moramo intenzivno kontaktirati sa građanstvom preko javnih medija i upoznavati ga redovno o našim programima rada. Pripremiti programe u vidu dugoročnije akcije o saznanjima kulturnih potreba naših sugrađana i njihove želje, na primjeren način, inkorporirati u muzejske programe rada, stvarajući tako čvrstu vezu sa većim brojem potencijalnih posjetioaca, koji mogu prepoznati svoj identitet u bankama znanja naših muzeja. Želje sugrađana lako možemo otkriti dobro osmišljenim upitnicima u vidu kratkih intervjuja, koje mogu odraditi srednjoškolci na području svog stano-

vanja, a uz pomoć nastavnika ili muzealaca. Rezultate tih anketa obavezno objavljivati u lokalnom biltenu tako da čitava akcija bude što transparentnija. Na ovaj način mnogo možemo saznati o kulturnim potrebama svih nas koji živimo u jednom određenom okruženju. To saznanje muzealci mogu koristiti u planiranju svojih godišnjih programa u kojima će prezentirati potencijale svojih zbirki i banki znanja, a istovremeno udovoljiti željama posjetioca. Naravno, tu treba biti veoma oprezan i naći načina da se povežu naše istinske kulturno-historijske vrijednosti sa brojnom populacijom već tako zabrinjavajuće “zaraženom” turbofolkom i drugim subkulturnim pojavama. Drugi put do potencijalnih posjetioca i korisnika muzejske banke znanja je volonterski rad u muzejima. Ovaj način aktivnog uključivanja sugrađana u rad kulturnih institucija veoma je razvijen u zapadnim društvima, dok kod nas nije uobičajen, a posjedujemo ogroman potencijal u mladim i nezaposlenim ljudima i u velikom broju domaćica. Posebno naglašavam društvenu kategoriju domaćica, jer se pokazalo u iskustvima drugih, da su to najbolji i najodgovorniji volonteri-saradnici, posebno u programima rada muzeja i galerija. Naravno, muzealci moraju putem organiziranih seminara volontere pripremiti za različite programe svojih aktivnosti.

U prethodnom izlaganju ukratko smo preporučili dva praktična puta aktivnog uključivanja našeg građanstva u kulturna zbivanja, i na taj način svoje institucije pretvorili u društveno značajna otvorena sastajališta, ali moramo naglasiti da svaki muzej mora imati jasnu strategiju ovakvog rada, izrađenu kroz analize svojih mogućnosti i društvenih potencijala. To je naravno vrlo različito od institucije do institucije i njihovog okruženja. Svaki muzej mora imati urbanu simboličku težinu. On ne smije biti sekundaran, već naprotiv on mora imati snažan profil. Baština je fenomen za sebe. Termin kulturno dobro, u zapadnim zemljama u kojima je prisutan, znači gospodarsku i ekonomsku vrijednost kulture. Reprezentativne stalne postavke u našim muzejima su rezultat nedovoljne zrelosti muzejske struke i nedefiniranog školovanja. Sa druge strane još nemamo zakon o zaštiti kulturne baštine, a ni zakon o radu muzeja. U izradi je jedan od predloženih zakona, ali ni taj se zakon ne bavi profesijom, tako da će ljudi postavljeni od strane vladajućih stranki i dalje biti arbitri u pitanjima zaštite i muzeološke djelatnosti, a da pri tome ne moraju nikome pokazati znanje. Takva nam je stvarnost, ali mi moramo oslušivati vrijeme i prikazivati svoje zbirke drugačije nego što smo to radili do sada, jer jedan predmet nije za svakog čovjeka i za sva vremena isti. Javna funkcija muzeja, prije svega komunikacija sa publikom, zahtijeva novu prezentaciju muzejske građe javnosti. Prezentiranje narativnom metodom, prema pukom hronološkom slijedu, ne odražava duh vremena i već je odavno prevaziđen u savremenom svijetu. Muzeji nove strukture su napravili veliki pomak konceptom novog fleksibilnog izložbenog prostora u kome posjetioci aktivno učestvuju. Ivo Marojević

naglašava u knjizi *Uvod u muzeologiju*: “Izložbe postaju tematska memorija i formulirana poruka određenog društvenog trenutka. Istovremeno velike izložbe stvaraju neki novi kontekst, koji nije više muzealan, a nije ni realističan, već se poistovjećuje s teatro i ponovno nas vraća na povezivanje predmeta idejom ili tematikom, što nije daleko od renesansnog mišljenja ili manirističke interpretacije”.

I naši muzeji trebaju nuditi mogućnosti nove percepcije i izmjenjeni odnos prema vremenu i prostoru, povijesti i sadašnjosti, jer percepcija danas više nije samo estetičko, nego i etičko pitanje. Muzeji pripadaju svim građanima, ne samo odabranima, obrazovanima ili intelektualnoj eliti. To ne smijemo zaboraviti u svojim planovima rada.

Muzejsko planiranje je u svijetu već dugogodišnji način rada muzeja koje se realizira u saradnji tvrtki ili institucija specijaliziranih za ove procese djelatnosti u kulturi. Jedna od vodećih tvrtki je LORD – *Cultural resources Planing and Management* iz Toronta u Kanadi. Oni su se specijalizirali za muzejsko planiranje i menadžment i objavili mnoge publikacije na tu temu. Tu su svi zaposleni vrhunski muzejski stručnjaci koji rade širom svijeta s muzejima i galerijama. U tvrtki imaju specijaliste za pojedina područja, kao na primjer za prirodoslovlje i za prirodoslovne muzeje, zatim specijaliste za povijesne zgrade i povijest arhitekture, stručnjake za industrijsku arhitekturu i povijest. Imaju i funkcionalne specijaliste, osobe čija je specijalnost dokumentacija, zatim stručnjake za financijske projekcije i markentiške analize, te specijaliste za prodaju muzejskih proizvoda. Od ovakvih tvrtki treba učiti kroz literaturu jer nemamo materijalnih sredstava da ih direktno uključujemo za potrebe razvoja naših muzeja. Njihove dvije knjige mogu poslužiti kao osnovna polazišta za implementaciju svjetskih načela muzeologije u našu kulturnu i društvenu stvarnost: *Priručnik za muzejske izložbe* i *Menadžment u muzejima*.

Rezime

Muzeji i urbani život - renesansa kulture

Muzeji kao čuvari baštine su istovremeno i banke znanja, a da bi to znanje, mi muzealci, prenijeli na posjetioce, naše muzeje moramo pretvoriti u otvorene pozornice, što znači da je važnije da oni budu institucija razumljiva širokoj publici i u stalnom procesu uključivanja u svakodnevni život određene sredine, nego da se pune objektima arheološke, etnološke ili prirodne baštine. Bolje rečeno, muzejsko planiranje treba da bude kontinuiran proces, a ne samo u jednom mahu, kao što se to često događa, kad se muzeji grade ili renoviraju. Prije svega, u srži muzejskog planiranja mora da stoji jasno izražene osnovne

funkcije muzeja: služenje društvenoj zajednici kroz prezentaciju prošlosti, sadašnjosti pa i budućnosti; pronalaženje najboljih puteva da muzejske sadržaje prezentiramo publici na razumljiv i zabavan način; vršiti istraživanja mišljenja publike i marketinške analize i kroz takve akcije pokušati uvesti svjetska načela muzeologije u našu kulturnu i društvenu stvarnost.

Summary

Museums and urban life – Renaissance of culture

Museums as a custodians of heritage, simultaneous are “Banks” of knowledge, and to bring over that knowledge on visitors, we-museologists have to transform our museums in opened stages, what means, that is more important for it, to be institution which should be understandable to wide public and in permanent process of including in daily life of determined environment, than to be filled with objects of archeological, ethnological or natural heritage. Museums planning should be continued process, not only as it often happens when museums are built or restored. Above all, in core of museums planning have to stay clearly expressed primary functions of museum: presentation of past, present, so as future; discovering of best ways to present museums contents to visitors on understandable and amusing way; to perform researching of opinions of public, marketings studies and through that actions try to introduce worlds standards of museology in our cultural and social reality.

Key words:

museums, urban life, contemporary, cultural politic, education, renaissance of culture.