

ПИСАНА РЕЧ УЗ МУЗЕЈСКЕ ЕКСПОНАТЕ*

Сталне и врло интензивне промене структуре и односа савременог индустријског друштва, изазване новим сазнањима и вредностима, постављају пред све установе које се баве образовањем и ширењем културе, па и пред музеје, питање садржаја и начина њиховог рада. За музеје, као специфичне установе културе које чувају, проучавају и, путем изложби и на друге начине, јавности приказују културно наслеђе, постављајући на тај начин и мостове између разних епоха привредног и културног развоја једног друштва, то је питање постало нарочито актуелно после студентских демонстрација у Паризу 1968. године, на којима су се чуле и паролe: „Не требају нам музеји!“, „Спалите Лувр!“, „Спалите музеје!“ Вероватно је и то био повод да Девета генерална конференција ИКОМ-а, одржана три године касније у Паризу, разматра тему о задацима музеја у савременом свету, о њиховим задацима у области васпитања и културе. Том истом темом, под званичним насловом „Музеји и савремени свет“, бавила се поново и последња генерална конференција ИКОМ-а, одржана у Копенхагену јуна ове године.

Мишљења која су се чула на овим компетентним скуповима, а која су свакако одраз стања и положаја музеја, односно интенција многих музеја да изађу из својих садашњих позиција и прилагоде се новим условима живота и деловања, та мишљења кретала су се у два смера: прво, у императиву да се реформише рад у музејима како у односу на честе недоречености њихове концепције и примену савремене технике у излагању, а самим тим и стварању интересовања за музејске експонате код посетилаца, тако и у односу на облике повезивања са посетиоцима; и, друго, у гласно израженом ставу појединих учесника конференције да „музеј, типичан продукт хуманистичког образовања, нема ништа једничко са потребама савременог човека“.

И на другим стручним састанцима музеалаца и у музеолошкој литератури у анализама посете грађана музејима, тј. односа грађана према музејима, често је присутна тема о кризи која је захватила музеје и о путевима да се из кризе изађе. При томе, није само у питању број посетилаца музејским изложбама, него, можда и пре свега, начин на који и са чиме музеј врши своју културну мисију, осећање стручних сарадника музеја за потребе савременог човека и за нове методе утицања на човека. Стога све резолуције Девете генералне конференције ИКОМ-а инсистирају на томе да музеји не буду само чувари и поседници „културне и природне баштине човека“, него да, као добри познаваоци културних и других животних прилика и потреба средине у којој делују, морају прилагодити свој рад тим потребама, усмерити се на потребе друштва. То укључивање у корак са временом и друштвом значи, поред осталог, када су у питању изложбе, и максимално служење модерном техником рада, то јест модерним формама презентације културне ба-

* Саопштење на међународном саветовању у Музеју за немачку историју у Берлину, ДДР, 23. октобра 1974. године.

штине, како би се ширило сазнање о одређеним друштвеним и природним појавама и збивањима. У основи, то значи да музеји морају посветити много већу пажњу, него што то многи данас чине, функцији образовања и васпитања људи, и у том циљу прилагођавају и садржај и облике свога рада. Треба истаћи да у том погледу историјски музеји у социјалистичким земљама развијају значајнију делатност него музеји у другим земљама у свету.

Изложба је основни вид делатности музеја — преко ње музеј упознаје посетиоца са стањем и развојем привреде, технике, културе и друштва, употпуњује фонд његовог образовања или проширује његове културне видике, утиче на његову идеолошку свест. Колико ће успешно то чинити и тиме заинтересовати посетиоца да поново дође, зависи од знања и инвентивности аутора изложби, од материјалних могућности музеја и начина и степена коришћења модерних аудио-визуелних средстава, од метода анимирања публике за садржаје рада музеја и њеног везивања за музеј као културну потребу. У неким случајевима, када је, на пример, реч о авионском и космичком саобраћају, основна брига своди се на поседовање одговарајућих експоната, јер је данас интересовање публике за такву тему, пре свега и нарочито омладине, несумњиво.

Настојећи да експонатима што реалније прикажу одређену појаву из области историје, уметности, технике итд., тј. да поставе музејску изложбу, музеји се, као што је познато, служе не само модерним средствима технике (светлост, звук и др.) него и другим помоћним средствима музејског изражавања, помоћним музејским материјалом. То је нарочито случај код културноисторијских музеја који располажу претежно дводимензионалним предметима (документи, фотографије, географске карте и др.), па се користе више него други пропратним текстом (легенде, графикаони и др.), репликама, макетама, мулажима и другим. Учињено интуитивно и са мером, ово „дозирање“ музејских експоната доприноси озбиљно општем ефекту (научном, естетском, васпитном) изложбе, чини је јаснијом и занимљивијом.

Желео бих овде да се нешто детаљније осврнем на улогу и значај легенди на музејским изложбама, имајући у виду пре свега историјске музеје. Основни повод што то овде чиним јесте чињеница да су легенде значајно средство интерпретације тема изложбе и у сазнајном и у идеолошком смислу; да су често неопходне, али и некорисне, чак и штетне, ако су многобројне, преопширне, недовољно разумљиве и неестетски писане. У данашње време, када писану реч у доброј мери потискује техника стрипа, информисање са радија и малог и великог екрана, оне могу и одбојно, замарајући, да делују, утолико више што се у музејима са најмодернијом техником (примена магнетофона и екрана) користе у најмањој мери. У музејима у којима је организована редовна служба тумачења изложби (водича), легенде готово да губе значај информатора.

Враћајући се на почетну мисао овога излагања, о нужности да се музеји прилагоде потребама савременог човека и његовим измењеним погледима на начин обавештавања, стицања нових сазнања и утисака, и задовољавања личних културних потреба, постављамо и питање ко-

лико су легенде модерно и погодно средство обавештавања и тумачења изложби и, ако то нису, шта треба учинити да оне то буду.

Прилазећи овој теми са тога аспекта, потребно је, свакако, да учиним две претходне напомене.

Примена легенди у музејима је различита. На изложбама које чине углавном тродимензионални предмети, и опште (уводне) и посебне (предметне) легенде, односно текстови који посетиоца уводе у тему изложбе, објашњавајући је уопштено (историјски, социолошки, естетски итд.) или идентификујући експонате, обично су сажете до те мере да се поставља питање потребе за потпунијим информисањем знатног броја посетилаца. Такве су, готово по правилу, изложбе из археологије, етнографије, технике, ликовне уметности. Јер, какве, примера ради, сазнајне ефекте оставља археолошка изложба на посетиоца који тек стиче шире образовање, ако му за објашњење служе само називи експоната са шкртим и врло стручним уводним текстом?

Затим, као начин ширег информисања у развијенијим музејима посетиоцу стоје на располагању проспекти, каталози и друге публикације које се односе на тему изложбе. Такође и прикази изложби у средствима јавног информисања (дневна штампа, радио, телевизија) и у стручној периодици. Свакако, само један део посетилаца чине они који се користе и овим ширим, а када су у питању студије, и стручним информацијама.

Писану реч на изложбама у историјским музејима чине објашњења (легенде) и сви текстови који се као експонати јављају у виду архивских докумената, статистичких прегледа, географских карата, штампе и других сличних материјала. Ти су текстови писани различито, и на материјалу (хартија, дрво и др.) различитог квалитета и формата. Уколико су копије или ксерокси — што није редак случај — они не поседују драг патине и умањују утисак о времену и техничким средствима када су настали. Та многобројност разноврсних експоната писане речи и чини ове изложбе специфичним, готово идентичним са архивским и библиотечким изложбама ако су сиромашне у тродимензионалним предметима и реконструкцијама. Када се томе фонду текстова додају и легенде, готово ако их има у великом броју и ако су опширне, писана реч постаје доминантан елемент изложбе.

Писана реч у виду легенди, да се на томе задржимо, има различита дејства на посетиоца. Пре свега, изискује од њега један посебан напор воље да чита, утолико већи што на музејској изложби очекује више визуелну представу коју пружа експонат. Истина, у том погледу посетиоци се разликују. Изузимајући школску омладину, која и путем музејске изложбе стиче образовање, највећи број посетилаца задржава се на изложби колико да стекне општи утисак, или да задовољи своје интересовање сазнајне, идеолошке или емоционалне природе за неки појединачни експонат. За већину тих посетилаца — а то су углавном туристи, излетници у породичном кругу, они који уживају у уметности — музејска изложба је културна разонода, која се претвара у замор ако дуго траје, поготову ако морају да се читају многобројне и дуге легенде, и то у ходу, стојећи. У другој категорији посетилаца налазе се они који заиста желе да стекну нека нова сазнања или да се преко музејског експоната обогате новим доживљајем, као и они — а њих је нај-

мање — који темељно и обавезно уз помоћ публикација упознају и разгледају изложбу. Претежним делом то су стручни и научни радници и њима блиски интелектуалци.

Међу свим посетиоцима изложби већину, по правилу, чине интелектуалци, рачунајући ту и школску омладину. Омладина, међутим, спада у ону категорију посетилаца који нерадо читају текстове, и то не само због тога што је засићена писаном речи, него и што је, по природи младости, склона новим и атрактивнијим, визуелним доживљајима. За стручњаке у музеју најтеже је да задовоље интересовање младе генерације и, када је реч о тенденцијама образовања, да јој изложбу учине „разумљивом“, да приближе садржај и вредност експоната њеној свести, односно, када је реч о задовољењу њеног ширег интересовања — а то је значајно мерило промена у друштву — да задовоље то интересовање. Није без разлога министар за културу Француске, осврћући се на поменуте студентске демонстрације у Паризу, упозорио учеснике Девете конференције ИКОМ-а да „музеји морају да приђу проблемима омладине и уоче свој удео у тој проблематици“. Тим пре, што је омладина бројем најзнатнија и најважнија музејска публика.

Према томе, значај и ефекат легенди различит је у односу на категорије посетилаца. Тешко је наћи за све њих заједнички именоватељ, јер је њихово образовање различито. Али, начелно говорећи о функцији музејске легенде, да би се између посетиоца и експоната успоставила веза, тј. да би посетилац открио и разумео вредност и мисију експоната, неопходно је да „језик музеалца“ буде разумљив, да текст буде јасан и неоптерећен сувишним речима и објашњењима, да буде сажет али што приступачнији у начину изражавања, како би се радо читао, односно како не би замарао и одбијао читаоца. То су, уосталом, често понављане истине о својствима добрих легенди.

Па ипак, када је реч о многобројним и опширним легендама, треба подсетити на доста честу тенденцију појединих аутора изложби да пружи што више чињеница, као да је музејска изложба уџбеник историје. Уводне легенде, било да објашњавају тему или под temu, значе, међутим, синтезу; осврћући се на одређене конкретне чињенице, оне их тумаче научно у уопштеном виду. Реч је, свакако, о способности аутора да помоћу легенди укаже посетиоцу на карактеристичне и значајне појаве, задржавајући се на детаљима само изузетно. Такав, оштрији критеријум потребно је, несумњиво, претходно применити и при избору експоната, нарочито оних које чини текст (архивски документи и штампа, пре свега).

Није, свакако, без значаја и у каквим физичким условима посетилац чита легенду — да ли стојећи и у ходу, или може и да седне, односно да се у некој просторији одмори и настави са читањем, да му физички умор не би умањивао концентрацију пажње — услови које још многи музеји не обезбеђују. У ред тих оптималних могућности упознавања текстова, овде посебно и легенди, долази и питање техничког презентовања легенди — тј. да ли су то текстови писани на машини, на танком папиру и словима која траже напрезање вида, што је свакако недопустиво; или су то штампани или калиграфски писани текстови, формата који омогућава лако читање — текстови читко писани.

Стога је и са становишта везивања посетиоца за текст легенде, и са становишта усклађивања легенди са експонатима, врло битно како се легенде технички решавају. Вероватно је то сада, у највећој мери, техника сериграфије, техника преснимавања текста у жељеној величини слова и боје, у жељеном формату, и на материјалу који је физички отпоран на атмосферске и сличне утицаје (на пример, панел). То ствара и неопходне услове за неутрализацију легенди, омогућава музејском стручњаку да легенду учини неупадљивом у односу на експонат, тј. да је подреди њеној функцији — да она само информише посетиоца, уколико се то већ не чини живом речју или преко магнетофона.

Све ове неопходне претпоставке о „доброј“ легенди произлазе из опште тежње творца изложбе да сва техничка и ликовна помагала припреми и усмери тако да она пружају јасан преглед и максимално доприносе сазнајном доживљају изложбе.

Посебно је, и врло важно, питање стила, тачније — тона у стилу којим се пишу легенде. То се питање поставља углавном на изложбама из савремене историје, или, шире, у музејима који комплексно захваћају материју, и хронолошки и тематски.

У таквим музејима није тешко запазити, поред осталог, две појаве: 1. тенденцију да се што више изложи из новије и савремене историје, и 2. различит стил легенде — прилично сажет и уопштен, „објективан“, када је реч о ранијим историјским раздобљима, а разливен и са агитационим призвуком када се приказује историја XIX, а нарочито XX века.

Разлози такве појаве су објективне и субјективне природе. Најчешћи је случај да за раније и најраније историјске периоде има мало или релативно мало сачуваног музејског материјала. Када је и сачуван, просторне могућности музеја захтевају одбир материјала. Догађаји и збивања у свима областима живота из савремене историје везани су многим нитима за новију историју — новија историја у много чему објашњава развој човека и друштва у двадесетом веку, па је занимљива и као извор. Стога се при одбиру музејског материјала у једном историјском музеју стручњак оријентише и према тој чињеници. А када приказује време у коме сам живи, тј. XX век и у њему посебно савремени развој, подлеже и једном доста честом субјективном мерилу вредности — најзначајније је оно што ствара његова генерација, нарочито када су у питању друштвени процеси. Ово утолико пре што је развој науке и технике у савременом свету непредвидљиво брз, а то има највећег одраза и на привредне и друштвене процесе.

Из тих, а и других разлога, легенде уз музејске експонате који се односе на савремена или њима блиска збивања често имају и изван агитациони тон, пренет делом из савремене пропаганде која се нарочито среће у средствима јавног информисања и у једном делу публицистике уопште. Оне су чак другачије и по конструкцији реченице, што није само одраз развоја језика. Имају, понекад, тенденцију да за нешто придобију или да на нешто усмере, па су мање и смирене.

Свакако је питање степена стручности и објективности у процењивању културних и друштвених вредности аутора изложбе којим ће се експонатима служити и како ће сачинити легенде у научном третирању једне теме или једног историјског периода. То је, истовремено, и питање

идеолошког одређења — одређене друштвене и историјске појаве имају различите одразе у свести појединаца, условљене савременим буржоаским или марксистичким погледима на свет. Важна је, такође, и чињеница да у савременим музејима функција образовања постаје доминантнија него што је раније била.

Сва та питања усмеравају наша размишљања у једном другом правцу када је реч о времену у коме живимо — да ли и у којој мери на сталној музејској изложби треба приказивати то време? Још одређеније — време после другог светског рата, јер овај рат свакако значи једну прекретницу у општем развојку човечанства.

Не улазећи дубље у ту тему и везујући је овом приликом искључиво за садржај и начин писања музејске легенде, остављајући, дакле, по страни теорију дистанце, желео бих само да кажем да може бити претенциозно, а то значи и научно непоуздано, процесе у науци, техници, култури, политици и друштву уопште који су се тек зачели или су у току сматрати као нешто *завршено*, па се у тумачењу и путем легенди према њима тако и односити. Реч је и о улози личности у свим овим областима науке и живота. Дијалектички гледано, ни у чему нема праволинијског кретања, па су промене битна карактеристика овога нашег света. То је нарочито уочљиво у друштвеном и политичком деловању, најосетљивијем на потребе за променама и прилагођавањем новијим условима, пре свега материјалног развоја. Нормално је што се сваки субјект тога деловања користи, у датом тренутку, свим модерним средствима агитације и пропаганде да би остварио постављени циљ, али то још не значи и остварење тога циља.

Савремена збивања одражавају се, дакле, и на легендама у њиховом агитационо-пропагандном тону и, не баш ретко, у њиховој већој употреби. Објашњавајући и тумачећи друштвене и природне појаве које значе *завршен процес* или *процес у завршној фази развоја*, аутор изложбе своди и стил легенди уз експонате разних епоха или периода на најмање разлике, разлике које и не морају бити нелогичне или ненормалне када је у питању савремено доба. Уосталом, и сами неки помоћни музејски експонати у виду текстова могу врло често да замене свако писање легенди, чиме се постиже да историјску појаву објашњава сам документ, за своје време специфичним тоном изражавања. То умањује потребу за писањем посебних легенди.

У вези с тим, поставља се, разумљиво, и питање на какав начин историјски музеј може и треба да прати савремена збивања без обзира на њихове фазе развоја, да их својим средствима изражавања тумачи и приближава јавности, и тиме врши своју културну и друштвену мисију. Несумњиво да се у томе музејски стручњаци усмеравају на повремене тематске изложбе, којима се, у исте сврхе, користе и разни културни информативни центри, поједине културне и научне установе и радне организације.

*

У закључку овог врло сажетог излагања о месту и улози легенде на музејској изложби, и без претензија на потпуну обраду саме теме, желео бих да поново нагласим да су легенде у историјским музејима врло значајан инструмент комуникације и са просветно-културног и са

идеолошког становишта. Често у мноштву других текстова као експоната, оне могу бити и сувишне, и на посетиоца деловати одбојно ако су нејасне, преопширне, неестетски урађене и у односу на ентеријер неуспешне са својом функцијом информатора. Настојања аутора легенди морају бити усмерена на њихову једнообразност у садржајном и естетском погледу, што ће делом зависити и од историјског периода и појаве које изложба третира. Свакако су у приближавању музејских експоната свести и сазнању посетилаца најрељефније оне интерпретације изложбе које су дате кроз живу реч водича или као магнетофонско-екрански приказ, где има услова и где може да се то учини. Јер су легенде саставни део модернизације музејске изложбе.

Едиб Хасанагић

THE WRITTEN WORD ON THE MUSEUM EXHIBIT

The written word on the museum exhibit (text) represents a very significant possibility of informing the visitors. This article deals with the manner of that sort of information concerning the text (introductory and labels, clearness and conciseness, scientificness, etc.); the technics of lettering (letters, material, colours, dimensions in relation to the exhibit); and the effects caused by the text.

At the end the author pays a special attention to the contents of text interpreting the contemporary history and pointing out the possibility of the objective interpretation of social and natural phenomena meaning their closing process or process in the finishing phase of development.

E. Hasanagić