

KILKA MYŚLI O PRZYSZŁOŚCI MUZEUM

A COUPLE OF THOUGHTS ON THE FUTURE OF MUSEUMS

Krzysztof Pomian

Muzeum Europy w Brukseli, Belgia

Abstract: The following prognosis regarding museums was based on projecting tendencies which have been present for a couple of years into the future, by assuming a relatively stable political and economic situation. Along with the raising number of museums worldwide the number of visitors – who will be more geographically differentiated – will increase; more museums will be established in areas where only a few exist. This will be caused by: globalization (promoting museums outside Europe and showing their indispensable role as tools for maintaining cultural continuity), expansion of middle class in developing countries, IT revolution, development of international and intercontinental tourism, aggressive promotional policy of museums, especially the big ones. The gap between big art museums of international importance and

small local museums of community importance, mainly historical ones, will continue to increase. The former ones will operate as cultural associates being under media pressure. The latter ones will act as major memory institutions for diverse social groups. Furthermore, becoming more dependent on the economy, big art museums will be expected to attract more visitors and, thus, increase the turnover in many service fields. This will force administration and curators to carefully watch the border that separates – and should still separate – museum as cultural institution from entertainment companies. Both big and small museums will continue to adjust permanent and temporary exhibitions to the needs of visitors raised up by media, by using more opportunities created by electronics.

Keywords: cultural continuity, economy, media, memory, visitors.

Będzie o tym, o czym można tylko snuć przypuszczenia. Jeśli jednak nic się w świecie zasadniczo nie zmieni, to utrzymają się tendencje, które występują od kilku dziesięcioleci. Przy założeniu, że tendencje te się utrzymają, możemy spróbować wyobrazić sobie przyszłość muzeum jako instytucji na podstawie tego, co stwierdzamy już dziś. Zbytecznie podkreślać, że takie przedłużenie trendu, jak to nazywają ekonomiści, jest podejściem wybitnie zawodnym. Nie mamy jednak nic lepszego na podorędziu. Z tymi zastrzeżeniami zatem, najbardziej prawdopodobny wydaje się scenariusz następujący.

Przyszłość muzeum – to przede wszystkim ekspansja. Liczba muzeów na świecie stale rośnie, słabiej w Europie, w Ameryce Północnej i Japonii, gdzie są już one bardzo liczne, intensywnie w Chinach, Indiach, Brazylii. W Chinach otwierało się w ostatnich latach jedno muzeum dziennie; jest ich teraz podobno 3500. Jest ich podobno 2500 w Indiach i 1500 w Brazylii. Jeśli przeliczyć to na kilometry kwadratowe czy na liczbę ludności, jesteśmy wciąż jeszcze bardzo odlegli od wskaźników europejskich. Nie jest jednak nigdzie powiedziane, że zagęszczenie muzeów ma być wszędzie takie, jak w Europie, zwłaszcza w niektó-

rych krajach. Zresztą można przypuszczać, że kiedy w Chinach, Indiach i Brazylii tempo wzrostu ulegnie spowolnieniu, sztafetę przejmą kraje islamskie i Afryka na południe od Sahary. I tu, i tam muzea są niemal nieobecne. I tu, i tam wzrost liczby muzeów zależy jednak przede wszystkim od przemian kulturowych i gospodarczych, które zachodzą powoli. W każdym razie nic nie wskazuje na to, by wzrost ilościowy i terytorialna ekspansja muzeów miały w przewidywalnej przyszłości ulec zatrzymaniu.

Równocześnie będzie rosła liczba osób zwiedzających muzea –zwłaszcza wielkie i sławne – i to nie tylko w Europie i w Stanach Zjednoczonych, ale również w Chinach, Indiach, Japonii, Brazylii czy Meksyku. Będzie rosła mechanicznie wraz ze zwiększaniem się liczby muzeów, ale będzie rosła przede wszystkim z uwagi na szerzenie się poza Europą i Ameryką Północną, gdzie jest ono obecne od dawna, zainteresowania przeszłością i kulturą własną oraz kulturami, a zwłaszcza sztuką innych społeczeństw. Już dziś w muzeach stolic europejskich słyszy się coraz częściej rosyjski i chiński i spotyka Hindusów, a Europejczycy i Amerykanie odwiedzają coraz liczniej muzea w Chinach i Japonii. W przyszłości publiczność muzeów będzie jeszcze bardziej geograficznie zróżnicowana. Są też inne przejawy tego zainteresowania, z których dwa przynajmniej trzeba odnotować. Należy do nich wykupywanie na międzynarodowym rynku sztuki dzieł islamskich, chińskich, hinduskich czy rosyjskich, by sprowadzić je do krajów, z których pochodzą bądź do prywatnych kolekcji, bądź do muzeów. I należy do nich nasilenie się roszczeń krajów ongiś skolonizowanych przez mocarstwa europejskie lub od nich uzależnionych, które domagają się zwrotu dzieł sztuki i zabytków przetransportowanych swego czasu do metropolii.

Warto zastanowić się nad przyczynami wzrostu liczby muzeów i ich publiczności. Pierwszą jest globalizacja, która, wbrew pozorom, dotyczy nie tylko gospodarki. Upowszechniła ona instytucje i wzory artystyczne, pierwotnie europejskie, również na obszarach innych kultur, wprowadzając ich różnorakie wytwory do kultury europejskiej, dziś raczej euro-amerykańskiej. Podczas pierwszych czterystu lat swej historii muzeum zdomowało się w niemal wszystkich krajach europejskich, przy czym okazało się instytucją zdumiewająco elastyczną, zdolną odpowiedzieć w najróżniejszych dziedzinach na potrzeby zapewnienia więzi przyszłości z przeszłością ilekroć ulegała ona zerwaniu. Odpowiedź ta polegała na stworzeniu przestrzeni świeckiej, zamkniętej, chronionej i dostosowanej do przechowywania wszelkich szczątków przeszłości, wystawiania ich regularnie na widok publiczny i utrzymywania w stanie maksymalnie bliskim stanu uważanego za pierwotny aż po dowolnie odległą przyszłość.

Otóż potrzeba taka pojawia się od XIX w., acz w różnych każdorazowo okresach, w każdej kulturze pozaeuropejskiej, gdyż każda przeżyła lub przeżywa gwałtowne zerwanie ciągłości, spowodowane innowacjami technicznymi, przebudową gospodarki i struktury społecznej, przemianami wierzeń zbiorowych, obyczajów, gustów i zainteresowań, rewolucjami politycznymi. Muzeum dostarcza w takiej sytuacji wypróbowanego narzędzia, pozwalającego zachować ciągłość, choć tylko w ograniczonym zakresie. Nic więc dziwnego, że wszędzie tam, gdzie uległa ona zerwaniu, gdzie spełnione są elementarne warunki takie, jak pokój i minimum stabilności, gdzie osiągnięto pewien poziom ur-

banizacji, dobrobytu i wykształcenia ludności, i gdzie nastąpiło w pewnym przynajmniej zakresie zeświecczenie życia społecznego i kultury – wszędzie tam zaczyna się tworzyć muzea, by uratować i udostępnić publiczności te wszystkie zabytki ruchome, które jeszcze nie uległy zniszczeniu. Muzeum staje się, innymi słowy, jedną z najważniejszych instytucji powołanych do zachowywania tożsamości zbiorowej na różnych poziomach: lokalnym, regionalnym, narodowym, europejskim. Dotyczy to nie tylko muzeów historycznych. Funkcję tę pełnią w niektórych krajach muzea sztuki, gdzie indziej muzea archeologiczne lub etnograficzne. Wystarczy wspomnieć we Francji Luwr, w Grecji nowe muzeum Partenonu, a w Szwecji – Skansen.

Drugą przyczyną jest nieodłączny od globalizacji wzrost poziomu życia w krajach dawniej zaliczanych do „trzeciego świata”, a później określanych jako „rozwijające się”. Dotyczy to „czterech smoków” (Korea Południowa, Tajwan, Singapur i Hongkong) oraz „tygrysów azjatyckich” (Tajlandia, Malezja, Indonezja, Wietnam, Filipiny), a przede wszystkim Chin, Indii i Brazylii. Wzrost poziomu życia dostrzegalny jest również w Rosji. We wszystkich tych krajach, które reprezentują łącznie około jednej trzeciej ludności świata, coraz więcej jest osób dysponujących przynajmniej dwoma tygodniami czasu wolnego rocznie i dostatecznie zamożnych, by móc sobie pozwolić na podróżowanie, nawet w dalekie strony. Nie są to bynajmniej oligarchowie i milionerzy. Są to przedstawiciele coraz liczniejszej w krajach na dorobku klasy średniej, wykształconej, ciekawej świata i z rozbudzonymi zainteresowaniami kulturalnymi. Z wszystkich tych krajów, które niekiedy były jeszcze do niedawna zamknięte, jest coraz łatwiej wyjeżdżać. Równocześnie koszty transportu lotniczego systematycznie maleją i upraszcza się wydawanie wiz turystycznych, gdyż kraje docelowe czerpią z przyjeźdźnych niebagatelne korzyści. Ruch turystyczny, dotychczas głównie jednostronny, z Północy na Południe i z Zachodu na Wschód, staje się dziś coraz bardziej dwukierunkowy, co już zmienia i będzie nadal zmieniało pochodzenie kulturowe publiczności muzealnej.

Przyczyną trzecią jest rewolucja informatyczna, którą przeżywamy od zakończenia II wojny światowej, ale która zaczęła zmieniać życie codzienne milionów zwykłych ludzi dopiero od niespełna czterdziestu lat, od czasu pojawienia się komputera osobistego. Wraz z Internetem umożliwił on dostęp do ogromnej i stale rosnącej liczby dóbr kultury, w tym – do dzieł sztuki, populacjom, które przedtem były go pozbawione. Komputer jednak umożliwia ten dostęp tylko za pośrednictwem reprodukcji, w szczególności – obrazów na ekranie. Zadowolają one zapewne – szczególnie te, których jakość osiągnęła bardzo wysoki poziom – niektórych widzów, gdyż dają im poczucie obcowania z samymi dziełami sztuki, ale w innych pozostawiają niedosyt i budzą chęć zapoznania się z oryginałami, a zatem odwiedzania muzeów, gdzie są przechowywane. Ci ostatni stanowią zapewne mniejszość. Jest to jednak mniejszość wystarczająco liczna, by zapewnić muzeom dziesiątki, jeśli nie setki milionów zwiedzających.

Przyczyna czwarta – to wspomniany już rozwój masowej turystyki międzynarodowej i międzykontynentalnej. Stanowi ona dziś istotną pozycję dochodu narodowego wielu państw. Firmy wyspecjalizowane w jej organizowaniu potrzebują atrakcyjnych celów, zdolnych skłonić nie poszcze-

gólne jednostki, ale całe grupy do zwiedzania zabytków, oglądania przedstawień, podziwiania sławnych arcydzieł, toteż wprowadzają do swych programów muzea i inne instytucje kultury. Przyczynia się zresztą do tego prowadzona w telewizji i w Internecie propaganda, która łączy nazwy krajów i miast z listami obiektów do zobaczenia, przy czym niektóre z nich są wymieniane szczególnie często i wartościowane szczególnie wysoko. Telewizja, Internet i turystyka wytwarzają przeto pospółto coś, co można określić mianem globalnej kultury wizualnej, której składniki są rozsiane po całym świecie, ale której znaczna część znajduje się w muzeach, zwłaszcza europejskich i amerykańskich; w coraz większej liczbie również w chińskich, japońskich i indyjskich. Czyniąc to, wpajają one przekonanie, że trzeba koniecznie pojechać tam a tam i zobaczyć to a to, jeśli tylko ma się środki wystarczające po temu.

Przynajmniej wreszcie, acz zapewne nie ostatnią, jest agresywna polityka promocyjna, prowadzona od jakiegoś czasu przez same muzea. Techniki wypróbowane już dawniej przy lansowaniu wystaw czasowych są obecnie stosowane na wielką skalę do reklamowania muzeów: audycje i ogłoszenia w telewizji i w Internecie, billboardy, foldery rozdawane w hotelach, agencjach i biurach turystycznych, znakowanie dróg prowadzących do muzeów z dworców, lotnisk, parkingów publicznych i różnych miejsc uznanych za szczególnie odwiedzane – wszystko jest dobre, by rozbudzić w ludności miejscowej, a zwłaszcza w turystach chęć odwiedzenia muzeum i wyrzuty sumienia, jeśli nie dopełniło się tego obowiązku. Do tego dochodzi umieszczenie w gmachach muzealnych dobrze zaopatrzonych księgarni i sklepów z pamiątkami oraz restauracji i kawiarni otwartych dla szerokiej publiczności, wyposażanie tych gmachów w audytoria, które mogą być w razie potrzeby salami widowiskowymi czy koncertowymi i zapewnianie im atrakcyjnych programów, współpraca ze szkołami i uczelniami, organizowanie wycieczek na wystawy czasowe, lekcji i zajęć w salach muzealnych, mniej lub bardziej snobistycznych imprez, na które zaprasza się osobistości i którym nadaje się możliwie jak najbardziej widowiskową oprawę medialną. Czasy, gdy muzeum było miejscem dyskretnym, odwiedzanym niemal wyłącznie przez znawców i miłośników sztuki, należą do przeszłości, która odeszła, jak się zdaje, bezpowrotnie.

Spostrzeżenia te dotyczą znacznie bardziej wielkich muzeów, z których każde ma zasięg ogólnokrajowy, jeśli nie wręcz światowy, niż małych muzeów lokalnych. Te dwie rodziny muzeów wyraźnie oddalają się od siebie. Wielkie muzea stają się coraz większe. W ciągu ostatnich dziesięcioleci, tylko w Europie, rozbudowane zostały znacznie Luwr i Orsay w Paryżu, British Museum i National Gallery w Londynie, Prado w Madrycie i Rijksmuseum w Amsterdamie. Lista ta nie jest bynajmniej wyczerpująca. Podobnie dzieje się w Rosji, o czym świadczy Ermitaż w Petersburgu, i w Stanach Zjednoczonych, co ilustrują, obok wielu innych, Metropolitan Museum i MOMA w Nowym Jorku. Wszystko wskazuje na to, że wykaz wielkich muzeów o rozgłosie światowym wydłuży się, gdy dojdą do niego muzea chińskie i indyjskie, a w dalszej perspektywie – afrykańskie. Te wielkie muzea są przede wszystkim muzeami sztuki, choć bywa, że ekspozycją również zabytki historyczne, które dziełami sztuki nie są. I to właśnie sztuka przyciąga do nich miliony zwiedza-

jących. Różnią się więc swą zawartością od małych muzeów lokalnych, które są przeważnie muzeami historycznymi w szerokim sensie tego słowa. I różnią się od nich rolą, jaką odgrywają. Rolą kulturową, gdyż to ich kolekcje, a zwłaszcza dzieła wyniesione do rangi arcydzieł kształtują w znacznym stopniu – obok ważnych dla sztuki współczesnej imprez periodycznych (Biennale w Wenecji, Dokumenta w Kassel, targi w Miami, Bazylei czy Maastricht, itp.) – globalną kulturę wizualną upowszechnianą przez turystykę i przez media. I rolą gospodarczą, o której będzie jeszcze mowa.

Przyszłość muzeum, a zwłaszcza muzeum sztuki, to również kolejna zmiana jego charakteru, sposobu funkcjonowania, przypisywanego mu znaczenia i zajmowanego przez nie miejsca społecznego. Nie jest już ono od dawna świątynią sztuki odwiedzaną przez nielicznych znawców, którzy w samotności i ciszy odprawiają akty strzeliste do artystów i arcydzieł. Zachowało wprawdzie wiele ze swej dawnej sakralności, gdyż nadal nobilituje wystawiane w nim obiekty, narzuca publiczności postawę skupienia, kieruje jej uwagę ku eksponatom, a za ich pośrednictwem – ku rzeczywistości niewidzialnej: ku przeszłości, z której eksponaty pochodzą, i ku przyszłości, której mają być przekazane. Zarazem jednak jest dziś ono kombinatem kulturalnym, który ekspozycje posiadane kolekcje, co stanowi jego zasadniczą rację bytu, nadto komentuje je i propaguje w swych wydawnictwach i obudowuje je różnorodnymi imprezami artystycznymi i naukowymi: wystawami czasowymi, koncertami, przedstawieniami, pokazami, odczytami, seminariami...

Wszystko to odbywa się obecnie – i będzie tak zapewne w przewidywalnej przyszłości – w otoczeniu zdominowanym przez media: przez prasę i radio, ale przede wszystkim przez telewizję, Internet i sieci społecznościowe. To one kształtują oczekiwania publiczności, która chce wystaw widowiskowych ze względu na wyjątkowość eksponowanych okazów oraz obramowującą je i nadającą im sens scenografię. To one kształtują oczekiwania instancji finansujących i nadzorujących oraz potencjalnych sponsorów. I jedni, i drudzy chcą, by muzeum „tworzyło wydarzenia”, by co pewien czas w nim i za jego sprawą działo się coś, co przyciągnie tłumy zwiedzających i będzie pokazywane oraz komentowane w mediach. Ponieważ wszystko wskazuje na to, że rola mediów będzie nadal rosła, wolno przypuszczać, że tendencja do spektakularyzacji muzeum utrzyma się również w przyszłości.

Przez długie wieki muzeum należało bez reszty do kultury uważanej za sferę działań bezinteresownych i z tego tytułu przeciwstawianej gospodarce: ogółowi działań nastawionych na uzyskanie namacalnych korzyści. Toteż było włączone w krążenie darów, a w obiegu pieniężnym uczestniczyło, rzecz jasna, bo inaczej nie mogłoby istnieć, ale tylko jako odbiorca kwot pochodzących z budżetu państwa lub od prywatnych darczyńców, zależnie od ustroju muzeów, i traktowanych w obu przypadkach jako ofiara na rzecz wyższych wartości. Warto przypomnieć, że kiedyś nawet wstęp do muzeów był w wielu krajach bezpłatny, a i dziś wpływy z biletów stanowią zaledwie ułamek przychodów każdej placówki, która koszty swego funkcjonowania pokrywa tylko dzięki subwencjom publicznym lub prywatnym. Stosunki między gospodarką i kulturą uległy jednak na naszych oczach zasadniczej zmianie. Kiedyś gospodarka łożyła na kulturę, oczekując w zamian tylko słów podzięk;

dzisiaj kultura dostarcza gospodarce zasobów, które mogą być w znacznej części przetworzone w towary i stać się przeto źródłem zysków.

Funkcję łącznika między jedną a drugą pełni przemysł kulturowy: m.in. drukarstwo (w tym reprodukcje dzieł sztuki), tłoczenie płyt z nagraniami muzycznymi, kinematografia, radio, telewizja, produkcja programów i gier komputerowych, rozrywka, widowiska sportowe. Nie znaczy to, że różnica między kulturą a gospodarką uległa zatarciu. Do kultury należy wytwarzanie, krążenie i recepcja dzieł oryginalnych, istniejących pierwotnie tylko w jednym egzemplarzu lub w nielicznych egzemplarzach autorskich i spełniających pewne dodatkowe warunki, które nadają im wartość, sprawiają, że uchodzą one za godne uwagi, że budzą ciekawość, podziw, zachwyt i chęć obcowania z nimi: przede wszystkim oglądania ich lub słuchania. Takie unikatowe dzieła powielane są przez przemysły kulturowe i w nowej, zwielokrotnionej postaci stają się towarami – wprowadza się je na rynek, by przynosiły zyski.

W tej nowej sytuacji również muzea winny przyczyniać się do wzrostu dochodu narodowego, nie wprost, rzecz jasna, ale pośrednio jako atrakcje, które przyciągają coraz liczniejsze rzesze zwiedzających. Zwiększa to bowiem wpływ z biletów, ze sprzedaży wytworów muzealnych i z opłat za świadczone usługi, co zmniejsza, choć zazwyczaj tylko w niewielkim stopniu, chroniczny deficyt budżetowy. Wielkie muzea kosmopolityczne, które przyciągają miliony zwiedzających uruchamiają jednak obroty na nieporównywalnie większą skalę, gdyż zwiększają popyt na bilety kolejowe i samolotowe, na wynajem autokarów, na noclegi w hotelach i posiłki w restauracjach, a zarazem powodują wzrost zakupów w domach towarowych oraz zwiedzania okolicznych muzeów i zabytków. Nakłady na muzea okazują się z tej perspektywy inwestycjami, i to rentownymi. Jak pokazało zbadanie efektów gospodarczych odnowionego Rijksmuseum w Amsterdamie, ogromne sumy wydatkowane na jego trwającą dziesięć lat przebudowę i restrukturyzację zwróciły się z nawiązką w relatywnie krótkim czasie właśnie w postaci wpływów do kas miasta i państwa, zwiększonych dzięki wzrostowi dochodów firm usługowych czerpiących korzyści z przyciąganych przez odnowione muzeum turystów.

Uświadomienie sobie przez decydentów politycznych tego, że muzea mogą odgrywać ważną rolę gospodarczą, ma wielorakie i niejednoznaczne skutki. Może ono ułatwiać i niekiedy istotnie ułatwiać inwestowanie w przebudowę i modernizację już istniejących muzeów oraz w budowanie nowych, zazwyczaj o oryginalnej architekturze, która sama przez się może stać się atrakcją turystyczną na wielką skalę, co pokazał gmach wzniesiony przez Franka Gehry'ego w Bilbao. Przyczynia się ono przeto do wzrostu liczby muzeów i liczby zwiedzających, a zarazem powoduje zwiększenie nacisku na kierownictwa muzeów, od których żąda się, by w organizacji wystaw czasowych, a nawet ekspozycji stałych usiłowały dostosować się do upodobań i zainteresowań publiczności, ukształtowanych w znacznej mierze przez media, nie rezygnując jednak ze swych tradycyjnych wymagań, bo od tego zależy prestiż muzeów – istotny składnik ich atrakcyjności. Ten nacisk będzie prawdopodobnie utrzymywał się, a nawet rósł, zmuszając administrację i kuratorów do szukania sposobów zwracania się do masowej publicz-

ności przy równoczesnej dbałości o to, by nie przekroczyć granicy, która dzieli – i powinna nadal dzielić – muzeum jako instytucję kultury od przedsiębiorstw przemysłu rozrywkowego.

Obok wielkich muzeów, o których była mowa wyżej, stale powstają i będą się mnożyć małe muzea wspólnotowe: publiczne kolekcje nośników pamięci grup zawodowych, religijnych, terytorialnych, politycznych czy połączonych wspólnym doświadczeniem wojny, terroru, klęski żywiołowej... Grup, które przeżyły, często dramatycznie, zerwanie ciągłości między swą przeszłością a stanem teraźniejszym i pragną zachować ślady tej przeszłości dla potomnych. Te małe muzea stanowią większość ogółu muzeów istniejących na świecie, a ich znaczenia nie podobna przecenić. To za ich sprawą muzeum w Europie i Ameryce Północnej przestało być instytucją wielorako odległą, usytuowaną tylko w wielkich miastach i wystawiającą obiekty spoza zakresu codziennego doświadczenia, budzące ciekawość, ale uważane za dostępne tylko dla wtajemniczonych. To właśnie małe lokalne muzea uczyniły z muzeum instytucję swojską, znaną i zrozumiałą dla znacznych odłamów ludności, niezbędną w warunkach przełomu, by utwalić przedmioty, które by inaczej zaginęły bezpowrotnie, i tworzoną zazwyczaj z inicjatywy i na koszt samych obywateli. Innymi słowy, małe lokalne muzea przyczyniły się w istotnej mierze do demokratyzacji zarówno zawartości muzeów, jak i ich publiczności, i sposobu ich funkcjonowania. Można zasadnie przypuszczać, że podobnie będzie wszędzie tam, gdzie liczba muzeów szybko rośnie.

Choć małe muzea wspólnotowe, inaczej niż wielkie muzea, nie są poddane presji, by przyciągały masową publiczność, nie mogą jednak uciec ani od otoczenia medialnego, ani od nowoczesnych technik. Te bowiem wkraczają do wszystkich muzeów, gdy tylko pozwalają im na to ich finanse albo ich sponsorzy. I to one przyczyniają się do nadania muzeom wyglądu zadowalającego publiczność wychowaną przez media. Dotyczy to wentylacji, oświetlenia, kształtu witryn i użytych do ich wyrobu materiałów, podpisów towarzyszących eksponatom i wszelkich innych tekstów objaśniających, a przede wszystkim przyrządów, dzięki którym można patrzeć na eksponaty inaczej, niż gdy ogląda się je gołym okiem: zobaczyć ich powiększone fragmenty i ich strony niedostępne dla wzroku, niekiedy również obracać je na ekranie czy dokonywać na nim zabiegów niedopuszczalnych w przypadku realnych przedmiotów. Wejście do muzeów elektroniki – i to na wielką skalę – jest najważniejszą chyba zmianą techniczną, jaka nastąpiła w ich historii od czasu wprowadzenia elektryczności. Proces ten nie jest bynajmniej zakończony.

Śmierć muzeum wieszczono już wielokrotnie. Zapraszono nawet na jego pogrzeb. A jeszcze częściej atakowano je za elitaryzm, wpisany rzekomo w jego kod genetyczny, za równie niezbywalne piętno odcisnięte na nim, jak twierdzono, przez kulturę euro-amerykańską i przez kolonializm, za uczenie zwiedzających bierności i wpajanie im szacunku dla „wyższych wartości”, w rzeczywistości zaś – dla istniejącej hierarchii społecznej. Muzeum nie tylko przeżyło te ataki, ale odstąpiło ich bezzasadność, okazało się bowiem zdolne głęboko zdemokratyzować zarówno swą zawartość, jak i swą publiczność, otworzyć się na nowe dziedziny i nowe

techniki, zakorzeńć poza Europą i Ameryką Północną. Nadal jest zwalczane zwłaszcza przez radykalnych islamistów, zarazem jednak stało się instytucją, bez której nie sposób

wyobrazić sobie dzisiejszego świata. Wszystko, co wiemy, skłania do przypuszczenia, że będzie tak również w przyszłości.

Streszczenie: Przedłużenie w przyszłość tendencji, które dają się stwierdzić od dłuższego czasu, przy założeniu w zasadzie stabilnej sytuacji politycznej i gospodarczej, pozwala sformułować następującą prognozę dotyczącą muzeów. W skali światowej ich liczba będzie rosła i będą one coraz gęstsze tam, gdzie dotąd były prawie nieobecne. Równolegle będzie rosła ich publiczność, która będzie coraz bardziej zróżnicowana geograficznie. W tym kierunku będą działać: globalizacja, która upowszechniła muzea poza Europą, a zarazem pokazała ich niezastąpioną rolę jako narzędzi utrzymania ciągłości kulturowej; zwiększanie się klasy średniej w krajach rozwijających się; rewolucja informatyczna; rozwój turystyki międzynarodowej i międzykontynentalnej; agresywna polityka promocyjna muzeów, zwłaszcza wielkich. Podział na wielkie muzea sztuki o zasięgu kosmopolitycznym i małe muzea lokalne o znaczeniu

wspólnotowym, głównie historyczne, będzie się nadal pogłębiał. Te pierwsze będą funkcjonować jako kombinaty kulturalne, pod presją mediów. Te drugie będą odgrywać dla różnorodnych grup społecznych rolę głównych instytucji pamięci. Wielkie muzea sztuki będą też coraz bardziej związane z gospodarką: wymagać się od nich będzie, by przyciągały coraz liczniejszą publiczność i uruchamiały przeto obroty w wielu dziedzinach usług. Zmusi to administrację i kuratorów do szczególnej dbałości o to, by nie przekraczać granicy, która dzieli – i powinna nadal dzielić – muzeum jako instytucję kultury od przedsiębiorstw przemysłu rozrywkowego. Zarówno w wielkich, jak w małych muzeach postępować będzie nadal dostosowywanie ekspozycji stałych i wystaw czasowych do wymagań publiczności wychowanej przez media, korzystając coraz bardziej z możliwości otwartych przez elektronikę.

Słowa kluczowe: ciągłość kulturowa, gospodarka, media, pamięć, publiczność.

Profesor dr hab. Krzysztof Pomian

Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego, gdzie też doktoryzował się i habilitował, emerytowany profesor Centre National de la Recherche Scientifique w Paryżu i Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, członek zagraniczny Polskiej Akademii Umiejętności, dyrektor naukowy Muzeum Europy w Brukseli; autor kilkuset publikacji tłumaczonych na ok. dwadzieścia języków, w tym – ok. stu o problemach i historii kolekcjonerstwa i muzealnictwa; obecnie kończy pierwszy tom historii muzeów na świecie doprowadzony do połowy XIX w., który ukaże się po francusku w wydawnictwie Gallimard w 2015.