



Skaidra Trilupaityte

Глобалните музеи на XXI век, ФСРГ и реториката на културното планиране във Вилнюс

Много от големите музеи по света се борят за предефиниране на своите функции. Днес музеят вече не е просто хранилище на експонати или място за нов тип производство, но също така изследователски и информационен център; образователен център, снабден с библиотека, помещение за съхранение на фото негативи, видео и DVD колекции; организатор на специализирани програми. Освен това музеите в различни страни настоятелно са насърчавани, макар и по различни причини, да следват линията на съвременната културна индустрия и да увеличават броя на посетителите, предлагайки им развлечения. В резултат образователните функции често се оказват неразделно свързани с масовото потребление и корпоративната реклама. Музеите, от своя страна, имат пряко отношение към процесите на градска регенерация и към културното "възраждане" на съвременните градове.

Процесите, вдъхновени от глобализацията и т.нар. нова икономика, преобърнаха традиционните принципи на градско планиране. Ако преди културата се възприемаше като вторичен компонент на социалното и икономическото развитие, днес нейната роля е централна. Търговските центрове, стадионите и мултифункционалните комплекси за развлечения и почивка безспорно са се превърнали в катализатори за разрастването на градовете. Но така или иначе ще е нужно нещо повече, ако конкуриращите се постиндустриални градове искат да привличат повече туристи с цел значително разширяване на сектора на услугите, а оттам и увеличаване на постъпленията в бюджета. "Повече" тук означава "новия музей", който трябва да замести старите "скупни" музеи.

В съзнанието на посетителите на музеи, стария тип музеи се свързва с уникални колекции и постоянни изложби, докато новите са футуристични зони, често театрално оформени, "контейнери", пулсиращи от магията на пътуващи касови експозиции.

Едва ли е възможно да сравним броя на посетителите на музеи и техните предпочитания през последните десетилетия със ситуацията, например, между двете Световни войни. Краят на Студената война осигури лесен достъп до големите културни центрове навсякъде по света. Поради това най-известните музеи, чиито посетители са предимно туристи се изправиха пред неочаквани предизвикателства. За много от тях липсата на финансиране стана осезаема. Поради недостига на музейно пространство в големите метрополи, стотици хиляди произведения на изкуството гният из различни складове. Затова откриването на нови музейни клонове на различни места по света се превръща както в нов и

все по-популярен източник на средства, така и в атрактивна политическа стратегия. Фондацията Соломон Р. Гугенхайм (ФСРГ¹), управлявана от Томас Кренс, е най-очевидният пример за подобен тип международна мрежа от сателитни институции.

Реториката на културното планиране в постиндустриалните градове е тясно свързана с дейността на музеите (или други големи културни центрове), която вече не принадлежи "изключително" на културната сфера. Това добре се вижда от т.нар. "ефект Билбао": стремеж на много градове по света, популяризиран интензивно сега във Вилнюс. Бившият кмет Артурас Зуокас отдавна разбра, че за насърчаването на потреблението не е достатъчно градът да се напълни с търговски центрове и паркове за развлечения. Най-прекият път столицата на една малка и непозната бивша съветска държава да постави своя знак на картата на новата глобална икономика е откриването на световноизвестен музей. Доста хора, работещи в сферата а културата, споделят амбициите на бившия кмет, макар и по различни причини, – например, вярата, че откриването на клон на Гугенхайм във Вилнюс е единствената възможност Литва "да си върне" Юргис Мачюнас и Йонас Мекас. Това оптимистично отношение към културното бъдеще на града в същото време разкрива скритата съпротива спрямо съветския тип инертност, характерна все още за някои институции в литовската културна сфера. Съмненията в предимствата на сътрудничеството между местната културна политика и световноизвестните музеи изглеждат повече от глупава.² Но вместо да подчертаваме пост-съветските аспекти на "литовската менталност", по-смислено би било да разгледаме общинското културно планиране в контекста на регенерацията на други постиндустриални градове. Струва си също така да се анализират и някои принципи на развитието на глобалните музеи на XXI век.

Сравнително отскоро Вилнюс насърчава културния туризъм, предимно под формата на конференции и световни конгреси. Както може да се очаква, този процес се характеризира не само с унифициране на услугите (например, бързо разпространяващата се хотелска франчайз-архитектура), но и с предлагане на "уникалност". В това отношение, столицата на Литва не се различава от много други градове по света (не само в Европа), които се конкурират кой ще може да се перчи с "най-високата сграда в региона", "най-голямото международно събитие", "най-впечатляващия културен комплекс" и т.н. Навлизането на тази реторика във Вилнюс (покрай него и в Каунас, и Клайпеда) може да се обясни с факта, че в последно време той се включи в процесите на глобализация, които са интегрална част от неолибералната икономика. Би било погрешно да се мисли, че тя се проявява като рационален и напълно контролируем процес. Неолибералното развитие се ръководи не от числа, а от мнения. Например, вярата, че именно *новият* град привлича туристи, принуди властите да инициират процеси, насочени към радикално разрастване, което на свой ред кара гражданите да вярват в амбициозните, провокативни — или "прогресивни" и "ориентирани към бъдещето" – сценарии.

Именно "въпросът за имиджа" превръща културата в идеален инструмент на общинската политика. През последните години на населението на Вилнюс постоянно се напомня, че е крайно време столицата, която се стреми да стане *истински* (разбирайте "западен") град, да се сдобие с конгресен център, с нова концертна зала, с национален стадион, с най-големия увеселителен парк в Балтийския регион, с

мултифункционален изложбен и образователен център, с престижен музей от световна класа и т.н. Подобен отчаян стремеж се проявява и по отношение на определени дати и символи с местна значимост: проектът "Вилнюс — Европейска столица на културата 2009", който трябва да създаде динамичен мултикултурен град или отпразнуването през същата година на хилядолетие от предполагаемата поява/откриване на страната. Мултифункционалните градски комплекси, все още във фаза на планиране или вече в строеж, поглъщащи милиони и съвместяващи национални и бизнес интереси, без колебание се приемат за благоприятстващи икономическия растеж.

Реториката на символната икономика с нейния акцент върху предизвикателствата обикновено отхвърля по-сложните или не много "удобни" въпроси за идентичността, тъй като се приема, че те не отговарят на изискванията на съвременното общество. Това не означава, че очакванията на потребителите в сферата на културата напълно се пренебрегват. Напротив, днес те често се превръщат в нови, футуристични "истории за успеха". Освен това много визии за бъдещето възкресяват едновременно "особения исторически контекст" и "самобитната местна атмосфера". Така културните индустрии по естествен начин се интегрират в дългосрочни проекти. Ирония е, че дори първият "голям" търговски център във Вилнюс "Акропол", някога открито обругаван от хора на изкуството, днес присъства в списъка на спонсорите на планирания музей "Ермитаж–Гугенхайм Вилнюс".

До този момент никой не се замисляше сериозно дали той, замислен като част от мултифункционален културен център, ще действа в сътрудничество с Центъра за визуални изкуства "Йонас Мекас", с Литовския културен център и с Центъра за образование по изкуства, както и на какви принципи ще се основава подобно партньорство. Няколко доста тривиални детайли, свързани с този проект, разкриват редица свойства на символната икономика: поддръжниците на проекта първоначално огласиха доста различаващи се и често смътни оценки на очакваните разходи. Фактът, че в последните доклади предвижданите функции на хипотетичните културни *центрове* постоянно се променят може да се приеме като знак за нестабилна културна идентичност или за липса на приоритети. Но само на пръв поглед. Тези преходни визии всъщност са симптоматични характеристика на процеса на интензивно лансиране на градското развитие. Пи ар стратегиите като цяло играят основна роля в сферата на градското планиране и Вилнюс не прави изключение. Типично за сценариите, ориентирани към бъдещето, е че новите комплекси, които често съществуват само на хартия, се подкрепят поради вярата, че инвестираните милиони, в края на краищата ще привлекат както нови инвеститори, така и туристи, и следователно ще бъдат много доходносни.

Музеят на XXI век и експанзията на ФСРГ

Томас Кренс, става директор на фондация "Гугенхайм" в Ню Йорк през 1988 г., когато институцията страда от тежки финансови проблеми и недостиг на пространство. По това време музеят не е в състояние да се конкурира с по-големите и по-известни Нюйоркски музеи като Столичния музей на изкуствата или Музея за модерно изкуство. Под мотото "Разраствай се или умри!" Кренс разработва глобална стратегия, оценена като "визионерска". Вместо да фокусира усилията си на едно място или да основе полуавтономни клонове в същия град или поне в

същата държава (като Лондонската галерия Тейт в края на 80-те на ХХ век), той решава да установи близки отношения с други известни музеи по света, да открие клонове "Гугенхайм" в различни страни и да привлече чуждестранни инвеститори. В края на краищата ФСРГ лицензира своята "търговска марка" и по този начин копира корпоративния модел (затова етикетът, който медиите често използват, е "консорциум Гугенхайм").

През 1988 г., когато става директор на музеите Гугенхайм, Кренс наследява колекция от 10 000 произведения на изкуството, само 3% от които могат да бъдат изложени в известната сграда на Франк Лойд Райт на Пето авеню и във Венеция. В началото на 90-те на ХХ век, музеят купува нови колекции, предприема редица скъпи проекти за реконструкция и установява близки отношения с няколко европейски града с цел основаване на нови клонове. Това струва на фондацията повече от 50 милиона долара. Напрежението между членовете на Управителния съвет нараства, някои от тях подават оставка. Артистичният свят в САЩ не е на единодушен по отношение на внезапното навлизане на фондацията в играта на глобалната култура, нито пък одобрява зависимостта ѝ от чужди капитали. "Агресивната" стратегия, на която тя разчита през 90-те, макар и оспорвана (до голяма степен поради "неуместните" споразумения, подписани с различни банки с цел увеличаване на капиталите ѝ), се смята за неизбежна в усилията да се запази елитното изкуство в съвременния свят.³ Най-острите критики към Кренс сравняват действията му с незаконната дейност на скандалната компания Енрон.

Музеят е критикуван особено остро след като администрацията на Кренс инициира безпрецедентна разпродажба на произведения на изкуството от ХХ век (няколко десетилетия по-рано разпродажбата, осъществена от Метрополитън, провокира подобни реакции). Но като цяло вниманието се фокусира основно върху разпространяването на музейните пространства на ФСРГ в други страни по света. Съвпадащо с епохата на нови възможности, започнала след края на Студената война, разрастването на "Гугенхайм" се сравнява дори с външната политика на САЩ. Именно през този период за първи път в историята си ФСРГ изпреварва Музея за модерно изкуство по брой инициативи⁴.

През 1991 г. ФСРГ започва преговори за откриване на музей "Гугенхайм" в Билбао. Кренс, който търси място за клон в Испания, първоначално изобщо не реагира на поканата на баските. Но те не се отказват. Няколко години по-рано, загрижени за международния образ на града, местните политици започват мащабно градско преустройство: през 1989 г. се изготвя двадесетгодишен план за развитието на Билбао (периодът, разбира се, е условен) с бюджет от 1,5 милиарда долара. Планира се новият музей да стане още едно от постиженията на "изкуството и културата" в контекста на постиндустриалното бъдеще на Билбао заедно с новия център за сценични изкуства и редица други културни институции, паркове и т.н. Тъй като се отделя специално внимание на новата инфраструктура на града, на пристанището се изгражда нов док, пътищата се павират, телекомуникациите се модернизират, летището се приспособява към нуждите на пътниците от бизнес класите и т.н.

Скоро след това Билбао вече може да се похвали с новите си впечатляващи сгради, проектирани от световноизвестни архитекти като Норман Фостър, Джеймс Стърлинг, Цезар Пели и др. В средата на 90-те години на ХХ век обаче вниманието на световните медии внезапно е

привлечено от забележителната конструкция на Музея "Гугенхайм" в Билбао, чийто създател е Франк Гери. Неговата сграда не е просто предварително налично условие за развитието на "големия план" на фондацията: появата ѝ в този затънт испански град обикновено се приема за най-голямото лично постижение на Кернс.

Билбао като пример за културен постколониализъм

Десетки (и индиректно дори стотици) изследвания са посветени на процесите на градска регенерация в Билбао. Тук ще се абстрахирам от общите резултати за града и икономическите последици и ще се спра на критичните дискусии, вдъхновени в случая с Билбао от новия феномен "музей-корпорация", който в контекста на новата икономика на международен туризъм се превръща в мощно средство за културно предприемачество.⁵

Въпросът, зададен от Кейт Мокси, изглежда напълно основателен: откриването на музея Гугенхайм в Билбао доказва ли, че местното управление успешно контролира капитала и го кара да работи за града? Или капиталистическият музей е подчинил местната управа в името на още по-големи печалби?⁶ От друга страна, дори да решим да оценяваме чисто икономическите последици, не е лесно да се каже колко дълготрайни ще са те. В бъдеще успехът на Билбао ще трябва да бъде поддържан посредством ненамаляващ брой посетители и с редовни директни полети до Билбао.⁷

Йосеба Зулайка, американски професор по антропология в областта на изследванията на баските, е автор на може би най-изчерпателния анализ на историята на откриването на музея в Билбао⁸. Той остро критикува новата културна инвазия, включително в периода преди изграждането на архитектурния шедевър на Гери. По-късно, виждайки очевидното съживяване на града, той смекчава първоначалната си позиция.

Независимо от това, промяната, настъпила в Билбао, не намалява съмненията на Зулайка относно редица принципи, възприети в дейността на новолицензирания музей. Според него този проект представлява политически прецедент: необратимо е пожертвана е културната автономия в името на глобализацията. Той нарича проведения експеримент "кренсифициран музей". Това е историческа иновация, която може да се определи като лицензирана глобална институция, основана на логиката на хазарта и съблазняването, която се възползва от предимствата на джентрификацията⁹ в постиндустриалните градове, инвестира в ефектна "емблематична" архитектура, изключително умело манипулира медиите и произвежда театрални образи, за да предизвика интереса на чуждите туристи. Тези институции организират огромни касови изложби, които прекрачват границите на "обикновеното изкуство" и по естествен начин стават част от Нюйоркската аукционна култура и циклите на стоквата борса на Уолстрийт.

Разглеждайки преговорите между баските и Кернс, изследователите изтъкват няколко изненадващи особености. Първо, преговорите се провеждат в пълна секретност¹⁰. Автономното правителство на областта инвестира огромни суми и, поемайки всички възможни рискове за бъдещето на проекта, подписва споразумение, за което самите баски не знаят почти нищо. Парламентът е в неведение, както и политическите партньори на местната управляваща партия. Въпреки че местните

представителите на културата нямат особена тежест по време на преговорите, няколко влиятелни политици от други европейски страни взимат участие – сред тях има поддръжници на големите интерконтинентални културни проекти и на културната глобализация. Възможно е тероризмът да е основната причина, поради която управляващите кротко и тихо са приели условията, поставени от Кренс. Те са осъзнали, че няма друг ход, който да може толкова да промени образът на Билбао, колкото новината за новия музей "Гугенхайм" в Испания.

Необикновен е и фактът, че баските били принудени да платят лицензионна такса от двадесет милиона долара за *марката* "Гугенхайм". Като цяло е трудно да разберем как Кренс е успял да убеди баското правителство, че условията на договора ще бъдат изгодни за региона. Баските били задължени да съберат достатъчно пари, за да започнат изграждането на сградата, осъществяването на отделните дейности на музея и събирането на колекция (за която отделили петдесет милиона долара) и да предоставят на американския музей право на дял от бъдещите печалби. Също така те разрешават на американците да организират всички изложби и програми на музея. В такъв контекст говоренето за покупко–продажба е неуместно. Става дума за сделка, чиято основа е доверието и вярата, или с други думи, семантиката на обещанието и съблазняването, при която икономическият обмен е изместен от това, което антрополозите наричат символен обмен или политика на дара (потлач)¹¹. Кренс обещава на баските не само достъп до разкоша на Ню Йорк, стоковата борса и аукционния пазар на световния метрополис: той им предлага да станат част от неговия приближаващ глобален триумф. Местните политици решават да поемат риска. Но какво им предлага Кренс, докато харчи парите на техните данъкоплатци, без самият да рискува нищо? Единственото, което може да обещае е бъдеща световна слава за затънтения Билбао: фаворизираната от представителите на корпоративната финансова култура, ситуация, в която и двете страни печелят.¹²

Символният обмен не познава понятието "твърде скъпо". Той пребивава в сферата на обещанията, клишетата и вярата във властта. В случая с Билбао асиметрията между "водещата" и "получаващата" страна е поразителна, тъй като Нюйоркският музей, попаднал във финансова криза и неспособен да покрие собствените си разходи за разширяване и реконструкции (голяма част от служителите са уволнени, за да се запълнят пукнатините в бюджета), предприема завоевателен поход към цял европейски град, при това обхванат от пост–индустриално икономическо отчаяние. В този смисъл Ню Йорк се нуждае от Билбао не по–малко, отколкото Билбао от Ню Йорк. В контекста на икономическия успех на Билбао, традиционните изказвания за "капиталистическата конспирация" никак не звучат убедително. Но културните проекти не могат да се оценяват единствено по печалбата.

Фактът, че американската институция има стратегически контрол над целия проект е добър пример за асиметриите при културната глобализация. Това, което е карикатура на демократичните процедури, от гледната точка на баските, създателите на музея наричат "международно сътрудничество"¹³. Гражданите са призовани да запазят "вярата си в успеха". Смелите изказвания за рискованите начинания се превръщат в типичен медиен език в Билбао. Разходите по проекта се наричат "стратегически инвестиции", а не "субсидии" (субсидиите са средства от

бюджета предназначени изключително за подкрепа на местната култура).

След като световните медии приветстваха "успеха на Билбао", безброй градове по света пожелаха да имат свой "собствен" Гугенхайм. Съвременното градско планиране вече не се интересува от сгради, чиито стени са украсени с картини. Съвременните градове искат нещо друго: кренсифициран музей, сграда на съблазнител, бъдеща желание в тълпата; сграда, която може да се използва и за музей¹⁴. Зулайка постоянно сравнява Кренс с Дон Жуан заради способността му да буди желание у другите. То става неразделна част от понятието за "чудо"; двете са вплетени в специфичния нов дискурс на процесите на градско регенериране, интегриращо чертите на традиционния дизайн и на "архитектурния гений". Накратко, днес много хора вярват, че най-краткият път към регенерацията на един град не само в привличането на международни корпорации, а и превръщането му в привлекателна дестинация за международен туризъм, в място, визуализиращо се в масовото съзнание чрез уникални и запомнящи се архитектурни образи.

Глобализацията и галопирането на ФСРГ

Показателно е, че много музеи "Гугенхайм" съществуват единствено в образите, разпространявана от международните медии, които редовно съобщават за нови проекти, които още се обсъждат или вече са в ход. Не е никак трудно да се повярва в реалността им, независимо от факта, че повечето образи са само компютърна анимация. През 2005 г. научихме за предстоящото откриване на клонове на Гугенхайм в Рио де Жанейро, Хонг Конг, Тайчунг и Гуадалаяра; последните два първоначално бяха замислени като съвместни проекти с Държавния музей Ермитаж¹⁵. Шанхай, Сингапур, Пекин, Гуангю, Макао, Санкт Петербург и Москва: непрекъснато се появяват съобщения за някой бъдещ музей "Гугенхайм". Това добре демонстрира ефимерността на "стребежа към урбанизиране".

Слуховете за новооткриващи се музеи в Рио, Тайчунг, Хонг-Конг, Единбург, Сидни и Венеция (Punta della Dogana) постепенно заглъхнаха. Големият и скъп проект в Долен Манхатън по идея на Франк Гери бе "преустановено за неопределен период поради събитията от 11 септември. Клон, открит в Сохо, Ню Йорк, през 1992 г. по проект на Арата Исозаки бе закрит през 2001 г. Една интересна подробност, която не е широко разгласена: новите пространства "Гугенхайм" в САЩ не се оказаха толкова печеливши, колкото се очакваше в началото¹⁶. В останалите страни те не само са напълно неконкурентноспособни, но и често срещат доста мощна идеологическа съпротива. Конфликтите между местните управи и националната (или регионална) администрация също не са никак редки и са се доказали като основен фактор за неуспехите при откриването на няколко нови клона на ФСРГ в Европа.

В изследването си, посветено на дейността на Кренс (по-точно на неговата финансова политика, свързана едновременно с продажби на произведения на изкуството на търгове и със съмнителни практики по закупуването им), Дебора Соломон твърди, че "консорциумът" Гугенхайм може да се приеме за недвусмислена проява на прагматичната нагласа на американците. Тя е свободна от прекален респект от произведенията на изкуството и от претенцията, че изкуството е религия, а музеят е институция, равностойна на църквата. Поне в това отношение

"консорциумът" Гугенхайм е по-честен от останалите.¹⁷

Експанзията на глобалните музеи на XXI век е свързана с местните икономически ресурси и глобалните финансови потоци в противовес на спецификите на изкуството в различните региони. Най-добър пример в това отношение може би са Обединените Арабски Емирства. В началото на юни 2006 г. ФСРГ официално обяви началото на строежа на музейна сграда в Абу Даби по проект на Гери. Тя трябва да бъде построена върху изкуствен кей в наскоро проектираната културна зона на остров Саадият. Проектът в Абу Даби е и най-големият от всички сателити на Гугенхайм: една четвърт по-голям от този в Билбао. Шейх Мохамед бин Зайед Ал Нахян не се съмнява, че музеят ще успее да събере престижна колекция до отварянето си през 2012 г.¹⁸

Проектите за разрастване са тясно свързани с неизменното партньорство на фондацията с Ермитажа в Санкт Петербург. След краха на Съветския съюз този държавен музей също започва да търси нови стратегии. До 1993 г., когато държавата му дава гигантска правителствена сграда с историческа стойност, музеят е в състояние да показва само 5% от колекцията си. Новата сграда обаче се нуждае от възстановяване, за което не са отпуснати средства. Затова директорът Михаил Пиотровски започва да търси частни спонсори. Забелязал успеха на музея "Гугенхайм" в Билбао, той предлага на Кренс сътрудничество, т.е. съвместно използване на наличните колекции и привличане на средства от общи изложбени пространства по света.¹⁹

Договорът за сътрудничество се подписва през юни 2000 г. В началото на 2001 г. двата музея подписват нов договор за тристранно сътрудничество с Музея на историята на изкуството във Виена. ФСРГ се задължава да помага на Ермитажа да привлича спонсори за реконструкцията на сградата му в Санкт Петербург и да направи проучване на бъдещите възможности за инициативи²⁰. Допълнително финансиране той получава от няколко руски бизнесмени, които се опитват да подобрят репутацията си след скандалната приватизация през 90-те години на XX век. Един от главните спонсори на Ермитажа е олигархът Владимир Потанин, присъстващ в списъка на най-богатите хора в Русия. Неговата компания "Интеррос" наскоро започна сътрудничество с ФСРГ, а самият той стана член на нейния Управителен съвет.

През октомври 2002 г., Лас Вегас стана свидетел на откриването на изложбен център "Ермитаж-Гугенхайм" с експозиция на европейски произведения на изкуството от XIX век – "Шедьоври и техните колекционери". Церемонията се проведе в един от най-големите комплекси от хотели и казина в света, Venetian Casino Resort, в залата, наречена "Кутия със скъпоценности". По същото време "Гугенхайм" закри малко по-голяма, но като цяло неуспешна галерия, т.нар. "Голяма кутия". Вътрешният дизайн и на двете е дело на Рем Кулхаас. Инициативата в Лас Вегас не е свързана с по-мощни проекти за регенериране, а единствено с разширяването на корпорацията. Един от най-богатите хора в света, Шелдън Аделсън, директор на Las Vegas Sands Corp., обмисля възможността да открие клон на "Гугенхайм" в новия си комплекс Venetian Макао в град Макао. Все още обаче неговият луксозен и самопровъзгласил се за най-голям хотел и казино комплекс в света, отворил врати през август 2007, не е рекламирал своите музейни пространства. Отношенията на Las Vegas Sands със световната казино индустрия е особено привлекателен за балтийските страни, защото

администрацията и бизнес лидерите на Калининградския регион, наскоро взеха решение да превърнат областта в център на подобен тип индустрия, въпреки че техните "забавни предложения" досега не са успели да привлекат вниманието на Аделсън²¹.

Какви възможности за разрастване имат световните музеи в балтийския регион и конкретно в Литва? Това трябва да стане ясно от проучване на възможностите, което вече е подготвено²²; междувременно едва ли има смисъл да се гадае какъв ще бъде "форматът" на хибрида "Гугенхайм–Ермитаж" във Вилнюс. Експанзията на глобалните музеи на XXI век се определя от гъвкава бизнес логика, а не от традиционните норми на музейната етика. Обикновено всеки град, който иска да участва в архитектурен проект с ФСРГ, трябва да заплати предварително два милиона долара за проучване на възможностите, което се провежда от компании с международен опит и в тясно сътрудничество с фондацията. В случая с Вилнюс, авторите на проучването изобщо не се споменават, независимо дали в официалните изявления на общината или другаде в медиите; известни са единствено неговите спонсори.

Преди години американската компания "Артур Андерсън", която губи лиценза си след скандала с "Енрон",²³ формулира хипотезата за "чудото на Билбао" и "приказката за Пепеляшка". В края на 2000 г. ФСРГ подписва споразумение с базираната в Калифорния архитектурна компания Ghery & Associates, както и с изследователската група АМО, ръководена от Рем Кулхаас; двете компании вече са провеждали множество проучвания на възможности по целия свят. Тези проучвания не винаги са свързани с "емблематични" шедьоври на новата архитектура; те са преди всичко "културни интервенции", т.е. стратегически изследвания и проекти, които не е задължително да произведат нови музеи per se (напр. в Берлин и Венеция)²⁴. Архитектурните "чудеса", направени от "Гугенхайм", също много често са напълно откъснати от спецификите на местната градска среда, както добре се вижда от сградата, проектирана от Гери в Билбао. Например сградата, първоначално предназначена да приюти концертна зала на Уолт Дисни в Лос Анджелис, по-късно е реконструирана, за да поеме гигантския Масачузетски музей на съвременното изкуство (както вече бе споменато, идеята за "Гугенхайм" в Норт Адамс никога не се реализира); подобна сграда е предложена на управата на Долен Манхатън, Ню Йорк.

Осигуряването на успешното функциониране на глобален музей във Вилнюс изисква значителна трансформация в градската среда. Като цяло се залага на традиционната "театрална" архитектура. Затова се организира съревнование между трима световноизвестни архитекти. Днес удобните за износ "чудеса" са най-ефективни спрямо глобалния мобилен бизнес и туристите, които постоянно търсят нови впечатления. В същото време, съвсем различните културни очаквания на обитателите на градовете биват подчинени на икономическите приоритети и се оценяват в зависимост от това колко потенциални работни места ще осигурят и какви ще бъдат икономическите придобивки на градската "периферия". Вилнюс е впечатляващ пример, защото проблемите на Националната художествена галерия, проектирана от местни архитекти, а не от световноизвестни звезди, по "естествен" начин остават назад в дневния ред на общината и като цяло се пренебрегват²⁵.

Но може би е време да спрем да се вайкаме от обичайния недостиг на средства, които търпят местните културни институции, и да повярваме,

че е възможно и *различно* бъдеще. Може би културното планиране на града не трябва да се оценява отделно от общата ситуация, в която се намира страната, дори и бившият кмет на Вилнюс постоянно да подчертава разликите между двете. Всъщност защо да е невъзможно да си представим, че една държава, която упорито се стреми да избяга от решението да приюти собственото си модернистко изкуство в национална институция (поради постоянната липса на финансиране),²⁶ може да реши да рискува и (може би) да стане участник в икономика от напълно различен калибър, т.е. глобалната икономика? Още повече, че отскоро проблемите на Националната галерия намират отзвук, но не поради оплакванията на хората на изкуството, а заради задълженията, поети от Вилнюс като бъдеща Европейска столица на културата (свързани с изграждането на бъдещ глобален музей). Фактът, че в Литва няма достатъчно експерти, които да ръководят безбройните инициативи на една институция, действаща в световен мащаб, не представлява проблем. В един асиметричен културен обмен, водещата страна носи отговорността за осигуряване на експерти, куратори и дори изложбени програми (често пътуващи). Страната, която получава, трябва просто да осигури необходимите средства.

С други думи в дългосрочен план създаването на имиджа на културна столица в региона изисква, първо, значително по-големи суми, отколкото която и да било местна институция може да си представи. Още по-важно е, че казусът "Гугенхайм" се основава на предразсъдъка, че Литва е "дълбока културна провинция" и само институции от "световна класа" могат да я спасят от тази историческа участ. Въпросът защо колекциите от произведения на Юргис Мачюнас и Йонас Мекас не успяха да намерят място в Националната галерия, както си мечтаеха литовските творци, звучи почти неприлично наивно в контекста на неолибералното икономическо развитие. Ирония е, че Вилнюс, който официално насърчава развитието и популяризирането на некомерсиалното кино, разруши почти всички киносалони, функциониращи още от съветско време.

Литва, както и други страни, се възхищава на "чудото" на Билбао, но в контекста на глобалната стратегия на ФСРГ Вилнюс не може да се сравнява с Билбао. Светът започна да говори за Билбао, само защото ФСРГ го постави на картата на туристическата индустрия. С други думи, историята на успеха му е неотделима от финансовата култура на Ню Йорк във време, когато компании като Енрон, УърлдКом и други подобни просперираха. Не е имало и едва ли ще има друг европейски град, способен да произведе подобен зашеметяващ ефект от джентрификацията, ефект, който почти буквално е възкресяване от пепелта. И тъй като друг град не е повторил това до този момент, не бива да ни заблуждават обещания за чудеса. Също така няма причина да очакваме, че светът ще прояви интерес към местната литовска култура, след като тя потъне в сянката на "консорциума" Гугенхайм. Безбройните посетители на Билбао не се интересуват от изкуството на баските²⁷. Директорите на най-големите музеи в света, както и управата на Вилнюс, се стремят към нещо много по-голямо. Приветствието, което министър-председателят на Литва изпрати на Томас Кренс²⁸, за да отбележи направената от Вилнюс "важна стъпка в историята на Литва", която е "на кръстопътя между Изтока и Запада", показва, че все още сме склонни да разчитаме на предприемчивостта на силните.

Глобалният стил на "консорциума" Гугенхайм и политиката "мисли мащабно" изглежда съответстват на амбициозните планове на Ермитажа и противоречат на непостоянството на духа в Литва, което така се нрави на хората тук. Според Пиотровски "повечето музеи събират средства по твърде примитивни начини [...]. Том [Кренс] ни продава интелектуален продукт. Той поема рискове, но аз харесвам това, защото е толкова сходно с начина на мислене на руските военначалници — в голям мащаб."²⁹ Кренс също е очарован от Русия. След едно от посещенията си в страната, той я описва като смайващ източник на енергия: "Русия през ХХI век ще има най-много природни ресурси в света," казва Кренс. "Никога не съм усещал подобна концентрация на пари. [Москва] е по-близо до Лас Вегас от всичко, което съм виждал. Предприемаческият хъс е невероятен."³⁰

"Приказката за Пепеляшка" може да звучи привлекателно за малките градове и нации, но тя – както и нищо друго – не може да гарантира успех. Неслучайно толкова много градове по целия свят са отказали сътрудничество с "Гугенхайм". Дори най-сериозните изследвания срещат трудности при оценяването на процесите на регенерация по критериите за дългосрочни "ползи". Това важи в пълна степен и за друг, често дискутиран пример за градско регенериране: "ефектът" Глазгоу, който се проявява, когато шотландският град е бил европейска културна столица през 1990 г.

Връзката между глобализация и местна култура е точно толкова сложен феномен, колкото е икономическият обмен; неизбежни са загубите. В контекста на настоящия стремеж за активно лансиране на градското публично пространство във Вилнюс, насърчаването на патриотизма лесно се слива с идеята за мултифункционалните центрове на бъдещето³¹. Тези образи и илюзии се реактивират с още по-голяма сила с приближаването на 2009 г., когато Вилнюс ще бъде европейска столица на културата. Време да разберем, че в контекста на универсалните сценарии за културно планиране, не конкуренцията между архитектите или опитите да се привлекат инвеститори от световна величина предизвикват подозрения и тревога, а фактът, че нещата, които са толкова важни за бъдещето на страната, не се дискутират открито, критично и конструктивно. А както знаем повечето лоши идеи се раждат в потайните кабинети на политическите и икономически елити, съблазнени от мащабни визии и заслепени от лични интереси.

¹ ФСРГ (Фондация Соломон Р. Гугенхайм — нестопанска организация, основана през 1937 г. от филантропа Соломон Гугенхайм и актрисата Хилда фон Рибей. Днес собственост на фондацията са пет международни музеи Гегунхайм. Вж: <http://www.guggenheim.org>

² В този контекст, критиките, изказани от Витаутас Ландсбергис, член на Европейския парламент, са симптоматични. Той твърди, че съмненията, свързани с градските културни проекти с огромни бюджети, са характерни "за нашата изостанала страна, която не е свикнала с грандиозни начинания". Вж. Vytautas Landsbergis, "Mesk? kamras Europoje" [Мечата дупка на Европа], *delfi.lt* [online journal], 17 May 2007, <http://www.delfi.lt/news/ringas/politics/article.php?id=13230370>.

³ Mark Honigsbaum, "McGuggenheim?" *The Guardian*, 27 January 2001.

⁴ Serge Guilbaut, "Sleeping in Bilbao: The Guggenheim as a New Cultural Edsel?", in Anna Maria Guasch and Joseba Zulaika, (eds.), *Learning from the Bilbao*, University of Nevada Press, 2005. p. 134.

⁵ Изключително изчерпателна информация по този въпрос може да се намери във вече споменатия сборник със статии *Learning from the Bilbao*, в който ФСРГ бива критикувана не само от известни теоретици, но и от хора на изкуството като Ханс

- Хааке, Андреа Фрейзър и др.
- 6 Keith Moxey, "Gehry's Bilbao: Visits and Visions", in *Learning from the Bilbao*, *ibid*, p. 175.
 - 7 Marjorie Rauen, *ibid*. p. 293.
 - 8 Често цитираното изследване на Зулайка описва процеса на пренос на "Гугенхайм" в Билбао като "история на съблазняването". Вж. Joseba Zulaika, *Cronica de una seducccion: El museo Guggenheim Bilbao*, Madrid: Nerea, 1997.
 - 9 Gentrification — процес на благоустройство на бедни градски зони, придружен от наплив на заможно население в тях, което често става причина за изселване на предишните им обитатели, бел. прев.
 - 10 Вж. Ery Camara, "The Franchise Museum: An Instrument of Cultural Colonization", in *Learning from the Bilbao*, *ibid*.
 - 11 Участниците в тази церемония се конкурират помежду си, разрушавайки материална собственост, събирана през определен период. Онзи, който разруши най-много притежания е победител и получава символна власт. Вж. Zulaika, "Desiring Bilbao", *ibid*, p. 153.
 - 12 Повече вж. в Zulaika, *ibid*. p. 166. Вж. също Zulaika, "'Miracle in Bilbao': Basques in the Casino of Globalism", 2000, <http://www.euskalnet.net/sjf/basquelinks1.htm>
 - 13 В отворено писмо, подписано от 400 интелектуалци и хора на изкуството, се изискваше текстът на договора да се превърне в публично достояние. Това искане бе отхвърлено с обяснението, че не може да се прекрочат "изискването" за неотменима тайна на текста. Вж. Zulaika, "Desiring Bilbao", *ibid*, p. 151.
 - 14 Zulaika, *ibid*. p. 158.
 - 15 "Four New Gugg Branches?", *ArtNet* [online journal], 13 January 2005, <http://www.artnet.com/Magazine/news/artnetnews2/artnetnews1-13-05.asp>
 - 16 Solomon, *ibid*. Вж. също Eleanor Heartney, "Growing Pains", *Art in America*, no. 6, June 1999.
 - 17 Solomon, "Is the Go-Go-Guggenheim Going, Going...", *ibid*.
 - 18 Jim Krane, "Guggenheim to build museum in Abu Dabhi", *The Washington Post*, 8 July 2006. Вж. също "Emirates launches US \$ 27 billion arts project to include world's largest Guggenheim", *International Herald Tribune*, 31 January 2007.
 - 19 John Varoli, "Guggenheim and Hermitage forge an alliance", *Art Newspaper* 11, no. 105, July/August 2000.
 - 20 Официално изявление, Guggenheim museum Press Office, 27 September 2000, http://www.guggenheim.org/press_releases/release_51.html
 - 21 Вж. "Las Veg? linksmina losim? zonos Kaliningrade ambicijos" [Лас Вегас се забавлява с амбициите на Калининград да се сдобие с казино център], *balsas.lt* [online journal], 4 September 2007, <http://www.balsas.lt/naujienos/verslas/pasaulioverslas/straipsnis154878>
 - 22 Литовската преса съобщи, че на 10 юли 2007 г. (на някои места 9 юли) в Ню Йорк е подписан договор за провеждане на проучване на възможностите за откриване на подобен музей.
 - 23 Енрон е използвала нейните счетоводни услуги.
 - 24 През 2000 г. Кренс заявя, че тези изследвания на първо място символизират стремежа към култура и от двете страни и създаването на естетически проекти в активна практически ориентирана среда в противовес на конструирането на нови сгради. Вж. официално изявление, Guggenheim museum Press Office, *ibid*.
 - 25 На пръв поглед парадоксалните отношения между местните културни институции и бъдещия музей от "световна класа" се изследват в Giedre Jankevičiūtė, "Kaip pamatyti Meko ir Ma'iri'no k'rinius Vilniuje?" [Как можем да видим произведенията на Мекас и Мачюнас във Вилнюс?], *Naujasis zidinys-Aidai*, no.5-6, 2007.
 - 26 За изграждането на Националната художествена галерия по времето на независимостта, вж. Skaidra Trilupaityte, "Istorijos versija ir kolekcijos vizija" [Един вариант на историята и визията за колекцията], в *Daile*, no. 1, 2002.
 - 27 Повече за хегемонията на "универсалните" естетически ценности и некритичното приемане на "естетическите канони на Ню Йорк" в туристическата индустрия на съвременните музеи (на първо място ФСРГ), вж. Мохей, "Gehry's Bilbao", *ibid*.
 - 28 "The Prime Minister greets the agreement about the possibility study for a Guggenheim museum in Vilnius", http://www.lrvk.lt/main.php?id=aktualijos_su_video/p.php&n=4942
 - 29 Вж. Mark Irving, "An American in Venice", *Time* (in partnership with CNN), 22 June 2003, <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,460189-2,00.html>
 - 30

Carol Vogel, "Guggenheim chief retains global vision", *International Herald Tribune*, 29 April 2005.

- ³¹ Carol Vogel, "Guggenheim's Provocative Director Steps Down", *The New York Times*, 28 February 2008, [online] available at:
<http://www.nytimes.com/2008/02/28/arts/design/28muse.html>

Published 2008–12–03

Original in Lithuanian

Translation by Ина Димитрова

Contribution by Critique & Humanism

First published in First published in *Kulturos barai* 9/2007 (Lithuanian version);

Critique & Humanism 28 (2009) (Bulgarian version)

(c) Скайдра Трилупайтите/Critique & Humanism

(c) Eurozine