KENNETH HUDSON: «MUSEUMS ARE A GROWTH INDUSTRY»

Erik Hofrén

År 1980 utkom Kenneth Hudsons *The Good Museums Guide*. Med hjälp av sina korrespondenter, som var och en anges vid namn och således står för sina personliga omdömen, ger sig Kenneth Hudson ut på de brittiska öarna för att där finna de bästa 400 av vid denna tid existerande cirka 1 600 museer och gallerier.

I sitt förord tecknar John Letts – i sin egenskap av ordförande i National Heritage – bakgrunden, nämligen önskan att ge en röst, om än svag, åt dem som älskar museer. Ett annat initiativ av samma slag var det (fortfarande existerande) årliga museipriset, European Museum of the Year Award (EMYA) instiftat 1978 med Kenneth Hudson som verkställande ledamot. Det hade John Letts sju år tidigare inrättade årliga brittiska museipris (MYA) som förebild.

Kenneth Hudsons introduktion till boken vill jag gärna se som en 'minor classic' och i det följande ger jag korta kommentarer till några av mig valda utdrag.

Large and small, rich and poor, good, bad and indifferent, there are slightly more than 1,600 museums and art galleries in the British Isles, or about one for every 375,000 people. As in all developed countries, the total increases by about ten per cent every five years. Museums are a growth industry; there seems to be no way of stopping them. As our civilisation gets older, more and more cultural debris is left behind. Museums are never short of raw material.

Författarens uppfattning 1980 att museer är en tillväxtindustri och att ingenting synes kunna stoppa den, har tjugo år sena-

re visat sig vara mer än sann, de tio procenten vart femte år har vida överträffats. Vad som också blivit tydligare under senaste årtionden är att lusten att bygga museer blivit en global företeelse. Detta understryker ytterligare vikten av att vi fortsätter Kenneth Hudsons granskande arbete, liksom att vi bibehåller hans ambition att företräda besökarnas synpunkt och att ständigt se museer med nya oförvillade ögon.

Kenneth Hudson står i sin verksamhet från 1970-talet fram till sin bortgång som centralgestalten i vad som kunde kallas en

- 14 konsumentrörelse på museiområdet. Ange-
läget vore att göra en komparativ studie av
skilda konsumentrörelser – frapperande
för museikonsumenten Hudson är att han
gång på gång återkommer till jämförelsen
mellan måltider och museer:

But with a dreary museum, as with a dreary restau-
rant or a dreary person, sympathy and understand-
ing are beside the point. If one has just been ser-
ved a horrendous meal in a restaurant, it is no com-
fort at all to be told that the chef left yesterday, that
there has been a power cut, that the fish that was
ordered somehow didn't get delivered. One can
judge only by what one finds. The meal is either
good or bad, and so it is with museums.

Nästa mening ser jag som en av de vikti-
gaste:

If consumer movements have any value at all, it is
because they are controlled and advised by people
who have become skilled in the art of communica-
ting expert judgement.

Och 'finsmakaren' fortsätter:

Exactly the same is true of professional critics of
music, film, painting and the other arts. When they
are good, it is for several linked reasons – that they
are honest, that they are experienced and well-
informed, that they know how to distinguish be-
tween the superior and the inferior, that they have
the courage to say what they think, and that they
have a language which allows them to express their
thoughts in a way that other people can under-
stand.

Critics have been part of the artistic scene for
generations. Playwrights, actors, authors, compo-
sers, musicians, painters, sculptors, producers,
publishers are accustomed to earn their living in an
atmosphere of constant criticism, some intelligent,

some sadly lacking in understanding, some mali-
cious, some flattering, some constructive, some not.
A concert, a play, a television documentary will be
declared brilliant by one critic, dull and incompete-
nt by another. Very occasionally the critics will
agree, but, agreement or disagreement, criticism is
part of the artist's world. It exists and a good many
people earn a living by practising it.

With museums the situation is quite different.
There are no museum critics in the accepted sense
of the term, that is, people who, week in and week
out, are given space in newspapers and periodicals
to give their opinions of museums. A special exhibi-
tion at, say, the Victoria and Albert or the British
Museum will get its coverage, but only rarely in-
deed will the same treatment be given to a new
museum in North Devon or to the modernisation
and re-arrangement of an art gallery on Tyneside.
There is no body of museum critics or museum cor-
respondents and museums suffer badly from its
absence. Archæology correspondents, yes, architec-
ture correspondents, yes, saleroom correspondents,
yes, cricket correspondents, yes, but not museum
correspondents.

Frågan är lätt att ställa – har situationen
sedan 1980 förändrats på något radikalt
sätt? Om jag håller mig till Sverige, kanske
Norden, så är svaret nog nej. Med ojämna
mellanrum sätter media ett museum i cen-
trum, oftast är det då själva byggnaden
som väcker intresse, inte museets verksam-
het och budskap. Det är egentligen förvå-
nande att vi museimänniskor finner oss i
en sådan regi. Och misstanken ligger
snubblande nära att vi inte ägnat Kenneth
Hudsons tankar tillräcklig uppmärksam-
het.

Vad man i det citerade bör lägga märke
till är pläderingen för den brittiska musei-
världen utanför London. Hans landsman
D.H. Lawrence skrev en gång: «Måste

museer finnas, låt dem vara små!» Kenneth Hudson skulle förvisso inte ha instämt i den första reflexionen, men väl i den senare.

The Good Museums Guide skall ses i samband med det bedömningsarbete som juryn för det årliga museipriset utförde:

What, then, is the MYA jury looking for? How does it decide if a museum is very good, good, or just run-of-the-mill? It goes without saying that, however effective and elaborate a candidate's presentation may be, however impressive its press-cuttings and its statistics of visitors, and however splendid its photographs, no worthwhile judgement can be arrived at without actually visiting the place. The one lesson that the jury has learnt, painfully in some cases, is that no museum is the same on paper as it is in reality. It may seem better, it may seem worse, but it is never the same. To what qualities, then, do the members of the jury turn their attention? What clues to excellence do they find most valuable? In trying to answer this question, one recalls the instructions given twenty years ago to the inspectors working for one of the most prestigious restaurant guides: «Look first and carefully at the lavatories, the curtains and the mustard pots. If they are beyond reproach, the food and the service will almost certainly be acceptable.» The Award visitors are looking, in the first place, for the museum equivalents of the lavatories, the curtains and the mustard pots, all of which are tokens of attention to detail and care for the comfort and pleasure of one's guests. Beyond that, they are concerned with the atmosphere of the museum, its general friendliness and liveliness; with its housekeeping – it should appear well cared-for; with the relation between the director or curator and his staff – in today's circumstances, a museum with an autocratic person in charge is rarely a good museum; with evidence of imagination and originality; with a real interest in the public and in techniques of commu-

nication; with manifestations of a sense of social responsibility; with a practical attitude to money and budgets and with a talent for making one pound to do the work of two; with a creative, thoughtful publications policy; and last, but certainly not least, with the quality of the collections on show. It is a distinct advantage if a museum has plenty of objects worth showing and seeing, although there is something to be said for the attitude of the BBC television producer who said that he did his best work with a bad play.

Kenneth Hudsons korrespondenter kunde kommunicera med honom på många sätt – per brev, samtal, telefon etc. Men han ville också gärna att de skulle ta ställning till tolv definierade punkter:

...to encourage the public, democratic, intelligent criticism of museums and to discover a language in which this criticism can be expressed with the maximum of understanding.

De tolv punkterna var följande:

1. The scope and contents of the museum
2. Particularly good and exciting features
3. Particularly bad, depressing features
4. Evidence of thought given to the comfort and convenience of visitors
5. Availability of car-parking
6. Refreshment facilities
7. The museum shop or publications counter
8. Is the museum a particularly suitable place to take children?
9. Is the museum staff helpful and well-informed?
10. Is there somewhere to sit down and rest?
11. Can the museum be seen comfortably in an hour?
12. Are there any special facilities for handicapped people?

- 16 Kenneth Hudson refererade, som nämnts, gärna till den konsumentrörelse som har måltiden som grundläggande tema, och sökandet efter de museala motsvarigheterna till toaletterna, gardinerna och senapskruset. Själv fick han ett konkret tillfälle att begrunda sambandet museum – måltid vid ett för 'Projekt Måltidsmuseum' i Grythyttan viktigt besök under 1996. Han kommenterade projektet på följande sätt:

What the museum should not become is an international museum of food or meals. The emphasis must be on Sweden. If it is not, the place will be impossible to organize or control. It will fail.

The museum space should include a demonstration area where the public can watch meals and dishes being prepared and cooked and where they can taste the results. To be able to eat the food characteristic of previous generations, different social classes and, occasionally, of ethnic communities is interesting and perhaps important.

Han inspirerades även av de fem områden som bildar grunden för Restauranghögskolan som är en del av projektet, såväl vad gäller utbildningen som biblioteket: Miljön, Mötet, Produkten, Stämningen och Styrsystemet.

Avslutningsvis kan det vara lämpligt att återge ett stycke ur uppsatsen *Ett viktigt vägval* (i festskriften *Museet som makt och motstånd*, 1996). Det belyser kontinuiteten i Kenneth Hudsons tänkande och hans konsekventa betoning av museiarbetarnas och museibesökarnas gemensamma ansvar för att göra museets samhällsroll meningsfull.

Jag är övertygad om att den väg museerna måste välja just nu, bör leda mot en bättre kvalitet på

besökaren. Missriktad är den väg som leder enbart mot ett arbetssätt enbart inriktat på att locka fler besökare utan att deras kvalitet höjs.

Jag ska försöka förklara vad jag menar med dessa båda begrepp. En besökare av hög kvalitet är mentalt nyfiken och kommer för att vidga sin erfarenhet, öka sin kunskap och upptäcka nya glädjeämnen. En besökare av låg kvalitet är i museet bara för att fördriva tiden och lämnar det i ungefär samma tillstånd som han kom dit. Museets uppgift måste vara att locka och tillfredsställa besökare av hög kvalitet. Sådana är bara en minoritet i en given befolkning – sorgligt att säga, men oundvikligt. Det är ett annat sätt att säga, att goda museer antagligen inte lockar stora besökskartal. Museer bör egentligen finnas bara för tänkande människor och tillgången på dem är olyckligtvis begränsad, fastän de finns i alla sociala grupper. En lång och dyr utbildning är ingen garanti för att en person kan tänka. Mest av allt beklagligt är att inte alla som arbetar i museer har en sådan kvalitet.

*Erik Hofrén är professor, verksam vid CSIK
Linköpings universitet, Campus Norrköping, och vid
Arbetets Museum, Norrköping.
Adr. Arbetets museum, Laxholmen
S-602 21 Norrköping*