



TOMISLAV
ŠOLA
**PREMA
TOTALNOM
MUZEJU**

mh

Biblioteka MNEMOSOPHIA

Knjiga I / tom 1

TOMISLAV ŠOLA
PREMA TOTALNOM MUZEJU



**CENTAR ZA
MUZELOGIJU
I HERITOLOGIJU**

FILOZOFSKI FAKULTET
UNIVERZITETA U BEOGRADU

TOMISLAV
ŠOLA
**PREMA
TOTALNOM
MUZEJU**

IMPRESUM

IZDAVAČ

**Centar za muzeologiju i heritologiju
Filozofskog fakulteta u Beogradu**

Narodni muzej iz Kruševca

Biblioteka

MNEMOSOPHIA

Knjiga I, tom 1

UREDNIK

Dragan Bulatović

Tomislav Šola

PREMA TOTALNOM MUZEJU

2011.

RECENZENTI

Dr Ljiljana Gavrilović

Dr Angelina Milosavljević-Ault

LEKTOR

Nela Tonković

REDAKCIJA NAUČNOG APARATA I INDEKS:

Gordana Kelić

PREVOD REZIMEA

Milica Božić Marojević

DIZAJN

Saša Pančić

PRIPREMA ZA ŠTAMPU

Mirjana Stepanović

ŠTAMPA

Sigraf, Kruševac

Tiraž: 500 primeraka

NASLOV IZVORA:

Tomislav Šola, Prema totalnom muzeju, disertacija,
Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta, Ljubljana 1985.

© Tomislav Šola i CMiH

SADRŽAJ

DOBRONAMERNOST MNEMOZOFIJE / 9

PREDGOVOR / 11

POSTINDUSTRIJSKO DOBA I MUZEJI / 13

UVOD / 15

INFORMACIJSKA EKSPLOZIJA / 19

TEHNOLOŠKA, KOMUNIKACIJSKA REVOLUCIJA / 27

KONTEKST VELIKOG BROJA PODATAKA / 35

CIVILIZACIJA TREĆEG TALASA / 41

Reference / 54

ZA SAVREMENI MUZEJ / 57

PRIRODA MUZEJA / 59

Medij / 59

Poslanstvo / 64

Muzej i identitet / 70

Muzej i moć / 72

Protivdjelatna priroda muzeja / 78

Muzej i sadašnjost / 84

Reference / 85

KRIZA MUZEJA / 89

KRITIKA MUZEJA / 95

Muzeji i zemlje u razvoju / 107

MUZEJ I PUBLIKA / 113

Odnos / 113

Priroda muzejske komunikacije / 133

NOVI OBLICI MUZEJSKE PRAKSE / 145

Reference / 152

AUDIOVIZUELNA KOMUNIKACIJA U MUZEJIMA 159

MUZEJSKI PREDMET / 161

Priroda / 161

OPŠTI MEDIJSKI KONTEKST / 173

PRIRODA AUDIOVIZUELNE KOMUNIKACIJE / 179

AUDIOVIZUELNI MEDIJI I PRIRODA MUZEJA / 187

Primjerenost / 187

Upotreba u muzeju / 189

Audio-vizuelna interpretacija / 193

Medijski hiperrealizam / 195

Medijski kontekst / 198

Novi oblik bogatstva muzeja / 202

Razlozi usporenog napredovanja nove medijske prakse / 206

Stavovi / 207

Finansije / 211

Proizvodi / 213

Organizacija / 214

Teorija / 215

Greške u praksi / 216

Reference / 218

PREMA BUDUĆNOSTI MUZEJA / 225

UMJESTO ZAKLJUČKA / 227

MUZEOLOGIJA TOTALNOG MUZEJA / 245

Reference / 254

PRILOZI / 257

BIBLIOGRAFIJA / 259

Tomislav Šola, TOWARDS A TOTAL MUSEUM / 277

BIOGRAFIJA / 279

Reference / 280

IZBOR IZ BIBLIOGRAFIJE Tomislava Šole / 283

INDEKS / 285

DOBRONAMERNOST MNEMOZOFIJE

Dragan Bulatović

U skupu problema koji se prepoznaju kao pokazatelji blagovremeno izrečene procene o „kratkom dvadesetom veku“, štrčalo je pitanje „kakav muzej za kakvu sadašnjicu“ nam treba? Ne samo zbog toga što je „dugi devetnaesti vek“ bio i izrazito „vek muzeja“ u najboljem romantičarsko prosvetiteljskom, nego i restauratorsko imperijalnom smislu. Štrčala je promenjena imperijalna paradigma, a u njoj je značajno mesto imao *muzejski patrimonium* kao svojevrsni kapital, značajnije mentalni no materijalni. Najbrža je reakcija dolazila iz oblasti institucionalne baštinske brige, tačnije iz potrebe *vlasnika* da načine nužnu transformaciju gazdovanja svojim imetkom. Tako se *patrimonium* počeo zaodevati novim ruhom. Upravo je autor ovog dela koje Vam predstavljamo kao prvo u *biblioteci* kojoj je i ime pozajmio, svojevremeni *bum muzeja u celom svetu*, na početku poslednjeg kvartala dvadesetog veka, prepoznao kao, *zapravo*, novu ozbiljnu *krizu* muzejske institucije. U svojoj detaljnoj analizi ovog prividnog paradoksa, on ukazuje na nedostatke tradicionalne teorije muzealizacije i izlaže neophodnost rešenja u okviru prožimanja sa rastućim kibernetičkim znanjima. Muzej kao središte objedinjenih ambicija za saznanjem sveta, autor ne odvaja od prava na ostvarenje individualnih, a ne samo kolektivnih i masovnih, doživljaja prošlosti. Za novi muzej koji ništa ne zanemaruje, *totalni muzej*, Tomislav Šola je formulisao rešenje koje objedinjuje tradicionalna znanja i nove metodologije komunikacije, pod okriljem svojevrsne *mnemozofije*.

Sa druge strane, ovaj rukopis je izvanrednom osetljivošću uspeo, sada već davnih dana, da ostvari, često samo priželjkivanu interdisciplinarnost u istraživanju i tumačenju složenijih pojava. Prepoznajući opšti značaj kibernetike, duboko razumevajući tehnološke

10 posledice njene primene, sa jedne strane, te pouzdano utvrđujući uzroke krize tradicionalnih muzejskih institucija, autor je stvorio teoriju koja će pokazati da je središnji problem kulturnih paradigmi na prelazu vekova upravo razmena poruka. Stvarajući teoriju baštinjenja na prepoznavanju opšte važnosti humanističkog pristupa razumevanju sveta i legitimnosti njenog nametanja primenjenim disciplinama, pa i kibernetici, Tomislav Šola je ponudio jedinstvenu disciplinu koja pod imenom *heritologija* već gotovo dve decenije predstavlja dominantni pristup nasleđu u nauci i praksi u svetu, uspešno se suprotstavljajući lošim posledicama narastajuće paradigme kulturne industrije i kulturnog tiruzma. U tom poslanstvu presudna je bila autorova odlučnost da se u teoriji pomeri težište sa *muzealnosti* ka *mnemozofiji*, sa institucionalnog, muzejskog konteksta ka totalnom socijalnom kontekstu baštinjenja, tj. sa socijalizacije uskog, specijalističkog i „kolekcionarskog“ (isečka) konteksta „(moje) slike sveta“ i njegove podrazumevane „totalne“ artifičijelnosti, ka integralnom kontekstu stvarnosti koji objedinjuje, kada i koliko je potrebno/moguće individualno, polivalentnu – uvek i naturalnu i artifičijelnu i polisemički zahtevnu stvarnost, stvarnost o kojoj se pita njen akter. U toj reanimaciji uloge aktera, pojedinac se „podigne“ kroz „stvari“. Ovde se priča vraća kritičkom pojedincu kao *korisniku – muzealcu*, profesionalcu posredniku sa prepoznatim i čuvanim sopstvenim poslanstvom, jednako koliko i *korisniku – posetiocu* sa svim njegovim, malim i velikim, razbuđenim potrebama verne publike.

Važnost autorove misli o prirodi muzejskog i njegovom praktikovanju, stoji svojom svežinom do danas na uzornom statusu. Poštovana je dosledno u ovom izdanju, uz najmanja moguća prilagođavanja, leksička i sintaksička, kao i ona koja se tiču aktuelnog standarda za naučni aparat. Takođe, tekstu su priključeni najnoviji izbor autorove bibliografija, aktuelna biografija i indeks pojmova i imena.

PREDGOVOR

Rad na ovoj temi, u obliku koji je ovdje predložen, rezultat je promišljanja o najbitnijem u muzeologiji danas. Polazeći od pretpostavke da muzej mora biti društveno relevantan i komunikativan, očigledno je da će se muzeološke i sasvim praktične dileme muzejskog poslanstva razrješiti u novoj definiciji konteksta savremenog muzeja, prirode muzejske ustanove, prirode muzejskog predmeta i u sudaru s tehnologijom informatičke revolucije.

Obrada literature o upotrebi audiovizuelnih sredstava u muzejskoj praksi pokazala je da je od praktičnih vrijednosti nove tehnologije, stalno podložnih promeni, daleko važnije sve ono što ona implicira. Svijet potresa najfundamentalnija kriza u njegovoj istoriji: prijelaz u viši oblik sređenosti je odrastanje čovečanstva. Kao važan dio kolektivne memorije, u događajima koji slijede, muzeji mogu imati važnu ulogu.

Muzeološka literatura, u poređenju s nekim drugim naučnim disciplinama je zapravo nevelika. Literatura koja se, pak bavi netradicionalnim razmišljanjima je malobrojna i ograničena na svega nekolicinu autora. Novoj tehnologiji i razmišljanjima o budućnosti muzejskog poslanja posvećeno je još manje pažnje. Činilo mi se da u muzeološkoj situaciji kao što je naša, ova tema može da ima izvjesnu provokativnu vrijednost, ali ukazujući na otvorene mogućnosti ubrzanog razvoja djelatnosti.

Nalazeći se na području jedva obrađivanom u muzeološkom smislu, na području novih problemskih sinteza, rad predstavlja i napor i rizik u nastojanju da nametne radikalne zaključke zasnovane na pokušaju kompleksne i široke analize najbitnijih tačaka muzeologije.

Ma koliko bio uspješan u nastojanju da dosegne važnost u onosu na nauku, ovaj rad namijenjen je jedino onima koji su u praksi ili teoriji zaokupljeni muzejima. Po eklektičkoj prirodi muzeologije, po multidisciplinarnosti njenog pristupa problemu naslijeđa, malo je vjerovatno da će se pojedinačni interesi uključenih nauka i naučnih

- 12 disciplina prepoznati u zadovoljavajućem obliku. Uostalom, pokušaj sravnjivanja interesa različitih nauka i naučnih disciplina s muzeologijom, ugrožavao bi specifičnost muzeoloških interesa i negirao pokušaje novih sinteza.

**POSTINDUSTRIJSKO
DOBA
I MUZEJI**

UVOD

U proteklih 400 godina, što je neznatan dio historijskog vremena, Zemlja je od ravne ploče u božanskom univerzumu postala planeta čije je ogromno Sunce isto tako sićušan djelić neizmjerne galaksije. Radioteleskopi nam jasno daju do znanja da pojam beskonačnosti nije samo matematička kategorija, nego činjenica poznata iole obrazovanijem stanovniku Zemlje. U beskonačnom svemiru, čini se nemogućim procijeniti i sam broj galaksija. Pri tom, svemir, pa i sam pojam prostora, kriju tajne o kojima i najnaučnije promišljanje govori jezikom i pojmovima *science fictiona*. Znamo više no ikad i manje no ikad.

Čovjek je zakoračio u beskonačje, stekao mogućnost odlaska, boravka i povratka. Vrata su time otvorena. Kao i uvijek do sad, pobjeda nad prostorom bila je problem primjene i razvoja tehnologije. Gospodarenje vremenom problem je takođe načet u rješavanju, ali koji zahtijeva više od tehnološke sposobnosti. Za sada se revolucionarne promjene događaju na području produžetaka čovjekovih čula, u *medijima*. Čovječanstvo odrasta mukotrпно i sâmo.

Ne bez razloga i ne bez grandioznih posljedica čovjekova vrsta je stekla po prvi put u svojoj povjesti realnu i metodološki višestruku mogućnost samoubistva. Militaristički apsurd čovjekove prirode suočen je s *smrtnim činom* koji svaku pobjedu pretvara u samoubistvo pobjednika. Populacioni bum i ekološke posljedice čovjekovog djelovanja i obitavanja na Zemlji predstavljaju oblik samoubistva kroz potpunu krizu identiteta, jednako prirodnog, kulturnog i civilizacijskog. Već samo oslobađanjem bioinženjeringa, od svake kontrole i straha otvorili bismo fatalni put bez povratka.

Čovječanstvo je konačno prisiljeno na razmišljanje o sebi kao jedinstvenom ugroženom identitetu, na razmišljanje o novim oblicima solidarnosti i odgovornosti. Mogućnost samoubistva sama je po sebi oblik obaveze na višu svijest o sopstvenoj egzistenciji i stoga je jasno da čovječanstvo u celini mora preduzeti oblike zaštite sopstvenog opstanka.

Muzeji su, kako će kasnije biti i riječi, oblik preživljavanja u vremenu, čovjekovo otimanje *prolaznosti*, za volju vrlo praktičnih, ali i vrlo taštih ciljeva. Danas ih vidimo drugačije nego ikad, a logika njihovog nastanka dobija upravo neslućene dimenzije u sukobu s mogućnostima nove tehnologije komunikacija. Postindustrijska civilizacija neće moći, a valjda ni hteti, da spreči da muzeji postanu takođe *postindustrijski*, da iz svog načina rada i svojih ciljeva uklone ograničenja logike industrijske revolucije koja ih je mahom i uspostavila. Nije slučajno da se u kulturi, koja je oduvijek u sebi sadržavala i vizionarstvo i krajnji konzervativizam, taj proces događa vrlo sporo. Analiza prirode muzejske ustanove pokazuje da će muzej najvjerojatnije postati jedan od najvažnijih društvenih mehanizama zaštite univerzalnog identiteta, ma čega da se on ticao, ali da će i potrajati njegova opterećenja, jer je muzej jednako tako idealan medij orijentacije prema vrijednostima prošlosti. Elektronska revolucija koje je ustanovila postindustrijsko doba nije samo vizionarska dosetka nego je skup novina koje moraju iz temelja promijeniti svijet. Dakle, i muzeje. Srž promjena je u novom karakteru informacije i fenomenalnim mogućnostima njihovog uskladištenja: sabijanjem. To je omogućeno prvenstveno razvojem nove tehnologije. Zahvaljujući toj tehnologiji moguće je sve podatke iz prosečne enciklopedije sačuvati na volumenu vinske čaše, a prosečnu biblioteku smestiti u samo jedan orman za knjige¹. Iako su navedena dva podatka vrlo svježja i iz meritornog izvora, vjek njihovog trajanja ograničen je samom prirodom materije na koju se odnose.

Autor koga koristimo kao izvor kaže: „Danas se strujni krug sastoji od ‘žica’ čija se debljina i rastojanje mjere u milionitim djelovima centimetra i u izvjesnim slučajevima mogu se uporediti s prečnikom molekula ili veličinom virusa“². Već je i u javnim medijima demonstrirana činjenica da se informacije iz čitavog svijeta mogu simultano ili naprosto u bilo koje vrijeme prenositi i izmjenjivati u obliku auditivnih ili vizuelnih signala na svim tačkama zemaljske kugle. Ono što je dosta „dramatično“, kako navodi isti autor, jeste da taj tehnološki skok „nema nikakve vidljive granice“. „S tehnološkog stanovišta“, kaže on, „mogućnosti informacionog društva izgledaju neograničene“.

Informacijska revolucija, kao direktan rezultat postindustrijskog zbivanja, omogućena je tako, naizgled malim tehnološkim zaokretom. Poluprovodnici od germanijuma, koji su naslijedili skupe i nepraktične „lampe“, zamjenjeni su silicijumskim materijalom, desilo se otkriće integrisanih kola, umjesto tranzistora, a već 1970. godine bilo je moguće na nekoliko kvadratnih milimetara „staviti“ deset hiljada tranzistora³. Uslijedila je potom proizvodnja mikroprocesora, „srca kompjutera“, i time je počela informatizacija društva.

Mikroprocesor je od svog nastanka naovamo revolucionisao ili bar nagovjestio revoluciju svakog sektora ljudske djelatnosti. „*Dugme*“ kako ga zovu na francuskom ili „*čip*“ kako ga žargonski zove čitav svijet, najavljuje najveće promjene upravo u uspostavljanju novih saveza tehnologija i naučnih disciplina. Malo toga je bilo poznato Mekluanu (McLuhan) daleke 1962. Godine kada se pojavila njegova knjiga *Gutenbergova galaksija* ili, samo tri godine kasnije, *Razumjevanje medija*, ali je bio više nego u pravu. Njegova vizija „globalnog sela“ mogla je izgledati previše literarna, ali upravo čip „transformiše sadašnjost u budućnost“ u istom smislu povezujući nekad razjedinjena tri sektora elektronike: telekomunikacije, audiovizuelno i informatiku⁴. *Namjera ove analize je da pruži relevantne tačke savremenoj muzeologiji za određenje uloge i mjesta muzeja u tim prekretničkim događanjima.*

Bilo da u pojedinoj sredini postoje elementi predvidive budućnosti ili se oni tek mogu očekivati, obaveza je biti spreman na reakciju. Brojni su primjeri koji pokazuju da je ispravno tvrditi kako „razvoj tehnologija daleko nadmašuje čovjekovu sposobnost da ih kreativno upotrijebi“⁵. Bilo da je riječ o pojedinoj sredini ili disciplini kao što je muzeologija, mudro je unaprijed znati šta treba učiniti. To štedi vrijeme i trud, povećava radne efekte, sprečava velike zabune i štiti stručne interese i ingerencije muzeja u zaštiti naslijeđa. Nije bez značajne istine i američka poslovica: „*Budućnost nam služi da bismo znali živeti u sadašnjosti*“. Ne znati kuda treba ići znači već po sebi nenadoknadv zaostatak.

Tehnologija je sabrala toliku snagu i značaj da su mnogi u tome vidjeli neumesan tehnicistički diktat, zaboravljajući da je tehnologija po svojoj prirodi samo *sredstvo*, doduše koje podsjeća na obaveze i nove mogućnosti da one budu ispunjene, ali ipak ostaje

- 18 samo metoda, a ne cilj. Taj stav je uzrokovao vrlo štetan apriorni animozitet mnogobrojnih djelatnika na području društvenih nauka, od kojih je jedan, mada i dalje u formiranju, i muzeologija. *Stoga je više nego značajno baviti se temama koje premošćuju netrpeljivosti.* Mogućnosti nove tehnologije treba da se prihvate makar iz razloga hrabrosti, kao što je to rekao Tomas P. F. Hoving (Thomas P. F. Hoving): „Ako je to trojanski konj tehnologije, ja kažem, uvezite ga“⁶.

INFORMACIJSKA EKSPLOZIJA

Protivnicima Mekluanovog ranog profetizma i njegovih bombastičnih najava činilo se da je usamljen i da će proći kao pomodni pseudo-naučni pogled na savremena zbivanja. Danas smo svjedoci da su problemi koje je navodio Mekluan predmet rasprava u vladama savremenih zemalja, da su stvorena posebna ministarstva i zadužene vladine komisije formirane od stručnjaka čiji je zadatak da pruže orijentire u novoj igri moći. Vrijedi stoga citirati sledeće rečenice iz izveštaja sad već famozne francuske vladine komisije *NORA-MINC*: „Otkad su Sumeri zapisali prve hijeroglifne tablice voska, proživljavali su, vjerovatno ne primećujući, odlučnu promjenu čovečanstva: pojavu pisma. Međutim ono će mijenjati svet. Danas informatika nagovještava možda paralelanu pojavu. Analogije su frapantne: *proširenje memorije, umnožavanje i promjene sistema informisanja, konačna modifikacija modela autoriteta*“.⁷

U nastojanju da ocrtao veličinu i značaj promjena koje su u toku i koje tek slijede biće moguće vidjeti u kojoj je mjeri sudbina muzeja vezana za njih. Ukoliko su muzeji važan društveni mehanizam, što niko ne poriče i ukoliko su rezultat socio-kulturnih i ekonomskih okolnosti, biće očigledno da će doživljavati promjene u skladu s promjenama sopstvene okoline. Ako se govori o mijenjanju modela autoriteta, muzej će morati da zadese jednako drastične promjene. Riječ je dakako o permanentnoj informatičkoj revoluciji čiji je ritam diktiran „dogadajima na području integrisanih kola i memorija, u optoelektronici ili u radio-električnim transmisijama“⁸.

Već spominjana minijaturizacija „omogućila je revoluciju“⁹, a da je riječ o razvoju stvari koji je lako mogao inspirirati dramatične najave, ilustruje i podatak da je dio mašine za obradu i memorisanje podataka koji je 1968. godine koštao 350 francuskih franaka, deset godina kasnije koštao samo 0,01. Novi *veliki biznis*, takođe čini sve da plasira novu tehnologiju, katkad, treba to reći, na uštrb promišljenog izbora i analize stvarnih potreba. Velike korporacije

20 kao IBM podstiču nagradama, publikacijama, simpozijumima itd, upotrebu upravo svog hardvera i programa¹⁰. Da nije riječ samo o velikom preduzetništvu svjedoče svojom ozbiljnošću mnoga upozorenja. Odlomak jednog takvog razmatranja u Francuskoj zove se *Američki izazov ili Država IBM*¹¹. Već navedeni izveštaj koji je naručio bivši predsjednik na samom početku ima poglavlje *Francuska kriza i informatika*¹². Između ostalog tamo se kaže:

„Ako Francuska ne pronade ispravan odgovor na ove teške i nove izazove, njene unutrašnje napetosti oduzeće joj sposobnost da sama odlučuje o svojoj sudbini“. Vjerujem da nije forsirani paralelizam razmišljati šta treba da učine muzeji kako bi odgovorili na te „teške nove izazove“? Ili se možda od njih očekuje da odluke pasivno prepuste logici događanja. Muzeji su u osnovi memorija društva, a u manje od pola stoljeća rođena je nova memorija fascinantnih mogućnosti koja nam omogućava da „na tankom sloju hemijske ili magnetne folije čuvamo svoju stvarnost i svoje imaginarno od juče“¹³. Ignorirati ili prihvatiti novu mogućnost i promijeniti se? Teza kojom se rukovodi ovo razmišljanje jeste da je to izbor za tzv. model preživljavanja ili za nestanak.

Vraćajući se ponovno na ilustrativan primjer organizovanog napora jedne savremene države, kao što je to Francuska, da na najvišem nivou razriješi strategiju suočavanja s informatičkom revolucijom, susrećemo se s brojnim analizama koje tu potrebu potvrđuju i sa čitavim novim državnim mehanizmom koji zadatke treba da riješi¹⁴. U Francuskoj je 1972. godine stvoren *Visoki savet za audio-vizuelno*, a još iste godine (!) *Nacionalni sindikat za video komunikacije* (SNVC). Tri godine kasnije je pri *Nacionalnom konzervatorijumu za primenjenu umetnost* (CNAM) osnovan *Institut za audio-vizuelno* (*Institut Audiovisuel*), a već 1977. godine nastaje vladin *Kulturni biro za audiovizuelno* (*Office Culturel de l'Audiovisuel*) i *Nacionalni centar za audiovizuelnu animaciju*. Tih godina se stvara ogroman broj agencija i udruženja koja koriste ili istražuju domete informatičke revolucije. Slijedi i osnivanje *Intersindikalne grupacije za audio-vizuelne komunikacije* (GICA). Francuska situacija, ilustrovana ovim malobrojnim podacima, nije izuzetak niti je jedinstvena. Riječ je o, kako bi to novinari nazvali, velikoj igri. Primjera radi, 1977. godine Saudijska Arabija opredjelila se u kolor TV tehnologiji za sistem *SECAM*, što je značilo i potpisivanje

prvog ugovora na isporuku tehnologije u vrednosti od šest milijardi US dolara. Kako će biti riječi kasnije, proizvođačima opreme i programa postali su interesantni i muzeji.

Po prirodi svog posla i materijala kojim raspolažu, muzeji su prirodan informatički medij. Uvođenje nove tehnologije u muzeje često je završavalo na nabavci opreme. Da je reč o direktnoj šteti, svjedoči i slijedeće mišljenje: „U širem smislu ono što mijenja hijerarhiju, uslove rada, manje je transformacija mašine, a više evolucija postupka i organizacija koju zahtijeva. Informatika pripada pokretu racionalizacije u kome je ona najrazvijeniji uslov i izraz“¹⁵. U poglavlju koje govori o prirodi medija razrađena je unekoliko idiomatska Mekluanova istina „medij je poruka“. U prirodi je svakog medija da mijenja okolinu. Pojedini autori idu tako daleko da kažu da je glavni cilj informatizacije u porastu produktivnosti, uprkos svim varljivim utiscima koje informatika pruža¹⁶. Takav način razmišljanja je dakako uvod u podatke o endemskoj nezaposlenosti koju informatizacija uzrokuje. Rukovođeni istom logikom koja povode proglašava uzrocima, nekad su engleski čartisti razbijali mašine. I sam autor Nanej (Niney) priznaje da je informatika iz komercijalnih, industrijskih i vojnih primena, danas postala dio i svih društvenih aktivnosti.

Definicija muzeja ukazuje na evidentnu informatičku prirodu muzeja jer je riječ o prikupljanju, obradi, odlaganju i izvlačenju (*retrieval*) informacija. Muzejska je specifičnost u pretežno trodimenzionalnom karakteru informacija. Od Šenona (Shanon) saznajemo indikativno razmišljanje: „(...) za razliku od drugih oblika energije, koji konačno ne mogu biti niti stvoreni niti izgubljeni, već samo preraspodjeljeni, informacija je inherentno regenerativna ili negentropična“ (*dakle nije podložna entropiji, op. T. Š.*)¹⁷.

Informatičke analize, sistemi i modeli primijenjeni na muzealije daju o sadržaju muzeja potpuno drugačiju sliku no što je bio pretrpani depo i kataloške kartice muzeja. Evo šta jedan autor¹⁸, u slobodnoj interpretaciji, smatra da je priroda informacija:

- informacija je nešto živo: informacije postoje samo u ljudskom duhu – u onome što on opaža, pamti i što je u stanju da reprodukuje
- informacija se može širiti: En Vels Branskomb (Anne Wells Branscomb), advokat i stručnjak za komunikacije naziva ih „sinergetičkim dobrima (...) što ih više imamo, više ih koristimo i one

postaju sve korisnije. Pošto se širi bez ikakvih vidljivih granica, informacija teži entropiji“. Šenonova negentropičnost informacija verovatno se treba ticati samih izvora informacija (što je istina ako su muzejski predmeti u pitanju)

– informacija se može sažimati

– informacija je supstitutivna: ona može da zameni kapital, rad ili fizički materijal

– informacija se može prenositi brzinom svetlosti (što je postignuto u manje od stotinu godina)

– informacija je difuzna (*orig. information leakage; op. T. Š.*) „Stegge koje nameću državna tajna, pravo intelektualne svojine i poverljivost, vrlo loše pristaju ovom nemirnom dobru.“

– informacija je zajedničko dobro: „Informacija, ugrađena čak i u najjednostavniju rukotvorinu, jeste sređena predstava o nekom aspektu ljudskog iskustva.“

Mnogo specifičniji, upotrebljiviji u razmišljanju koje je primjenjivo na muzeje, je ponovo Šenon¹⁹:

– „Neprijemljena jedinica (*bit, op. T.S.*) je u najboljem slučaju činjenica. U kontekstu, može postati informacija.“

– „Vrlo malo, od onog što je naše iskustvo, je informacija, mada je sve podatak.“

– „Informacija bez konteksta je puki podatak (*orig. data, op. T. Š.*) ili, ako je nešto naročito loše postavljena: **dada**.“

– „Informacija nije informacija ako ne otkriva nešto novo.“

Šenon navodi i reči teoretičara Gregorija Bejtsona (Gregory Bateson) koji kaže da je informacija „*a difference that make difference*“. Primjenjujući informatičku analizu na muzeju, nameću se sami po sebi zaključci o statusu predmeta u njemu, koji su, makar gledajući pojednostavljeno, podaci ili informacije. Ponekad muzejski predmet, prepušten propadanju i zaboravu, ima status negativne, prećutane informacije što je izdaja osnovnog muzejskog habitusa. Stoga što se brojni autori slažu da status informacije podrazumijeva da je *primijenjena* ili *procesuirana*.

Sredinom pedesetih godina na svijetu je bilo 2,75 milijardi ljudi, a polovinom osamdesetih ih je preko četiri milijarde. Ako je alarm pokrenut u svim oblicima ljudskog djelovanja upravo pod utiskom te činjenice, ako su dakle politika i ekonomija u napetosti permanentnih podešavanja izazovu velikog broja, ne postoji nijedna

logika koja bi od iste alarmantne dinamike spasila područje kulture, tj. celokupno područje tzv. nadgradnje. Osim imanentnih demokratizacionih procesa u društvu koji bitno utiču na rast učesnika u kulturnoj komunikaciji, postoji i sklop nezaobilaznih zakonitosti pokrenutih industrijskom revolucijom. Čovjek postaje upotrebljivi društveni činilac ili naprosto upotrebljiva radna snaga tek onda kada prođe proces osposobljavanja. Jednom pokrenut, sistem diseminacije znanja, kulturne difuzije i istraživanja, nameće se kao svemu nadređen mehanizam koji, podstican stvarnim potrebama svakodnevnice, u produktu i stremljenjima nadilazi ambicije građanskog društva koje je i započelo proces. Rečeno primjerom moglo bi se reći da će radnik koji je stekao primjerna znanja iz teorije i prakse i one nužne osnove kulture i analitičkog prosuđivanja, pre ili kasnije zahtijevati samoupravnu vlast nad sredstvima za proizvodnju i produktima svog rada. Kako je, dakle, s jedne strane zaista riječ o evoluciji demokratičnosti, a s druge strane o nezaobilaznim posljedicama i zakonitostima savremenog društva, postaje jasno da se neka tradicionalno elitna područja pretvaraju u središta masovnog interesa. Napredna teorija pretvara neke institucije u aktivne praktičare i „podstrekače“ takvih procesa, a ostale novostvoreni pritisak masovne potrebe prisiljava na inovacije i nove oblike ponašanja.

Bitan dio nove odgovornosti kulturnih institucija, možda upravo najviše muzeja, jer su najspremniji za rad za neizdiferencirane korisnike, leži u spoznaji da tek kvalitativno nov i holistički prosvjetiteljski napor može donijeti dodatne ili, zapravo najhitnije garancije opstanka i prosperiteta čovječanstva. Ta spoznaja je legalan i logičan produkt teorijskih napora, dakle, muzeologije, ali je i izvan muzeja samih. Muzej je stoga suočen s novim potrebama za nove korisnike, bez obzira pronalazio za to sopstvene motive ili ne. Ako ne uspijeva, zamijeniće ga institucija koja će htjeti i moći da se suprotstavi teškoćama novih zadataka.

Muzej prošlog stoljeća, koji se u ime euforičnih nacionalnih ambicija obavezao na služenje narodu, tj. svim građanima, dospio je u situaciju da svoja obećanja realizuje. Broj posjetilaca višestruko je veći, a već najbliža budućnost obećava mnogo veći broj zainteresovanih kojima treba ponuditi usluge. Kao što je povećan broj informacija početkom vijeka prisilio muzeje na upotrebu pisane

mašine, kao što je isti razlog prisilio već današnje muzeje da upotrijebe savremenu elektronsku tehnologiju za obradu podataka, isto tako će današnji muzej, ako već i nije, posegnuti za savremenim sredstvima komuniciranja, jer će mu jedino ona omogućiti saobraćanje s masovnom publikom.

Među mnogim parametrima budućnosti od kojih neki mogu izgledati kao intelektualističke konstrukcije, postoje i oni koji su neizbježne materijalne činjenice. *Populacioni bum* se ne iscrpljuje u analizi na statističkim podacima. Vrlo ozbiljan francuski teoretičar Servan-Šrajber (Servan-Schreiber) postavlja svom težinom vrlo prozaično pitanje: „Na šta će ličiti planeta kad bude pokrivena s dvadeset milijardi ljudi“²⁰. U vreme kada je njegova knjiga pisana, bilo je na svijetu „tek“ 3,8 milijardi, a ekolozi predviđaju planetarne nevolje ako taj broj bude udvostručen. Pri tom, sasvim je izvesno da ćemo kraj 20. vijeka dočekati sa sedam milijardi stanovnika. Stvari se mijenjaju iz temelja i zato informatička revolucija kao dio tih novih zakonitosti našeg položaja na ovoj planeti nije samo još jedna najavljena revolucija koja će postojati u nekim mekluanovskim razmišljanjima, a jedva prisutna u svakodnevnici, nego je to čitav novi svijet u kojem ćemo morati da živimo. I radimo, recimo, u muzejima. Pri tom, tehnološka revolucija ne postoji kao stresan događaj, nego kao proces promjena kojima je potrebno, doduše brzo prilagođavanje, ali je prilagođavanje moguće. Zanimljivo je da i protivnici zagovornika novog raspravljaju istim rječnikom, priznaju iste zakonitosti, ali ovom vremenu i ovim promenama odriču posebnost koja ih čini potpuno novim izazovom čovječanstvu. Možda im smeta svojevrsna *defahizacija* nauke i znanja koja će poremetiti sadašnje strukture: „Informatika rizikuje da bude na samom početku jednog od diskontinuiteta oko kojih se okreće znanje. Granice disciplina će biti fluidnije, pokretljivije, jer su rezultat brojnih kodifikacija, raspršenih pokušaja bez saglasja i plana“²¹. Taj rizik je neizbježan jer će okolnosti zahtjevati nove asocijacije naučnih spoznaja i potpuno nov eklektizam.

Ohrabruje činjenica da u svijetu muzeja postoje pojedinci koji u raspravi o problemu muzeja i nove tehnologije komuniciranja kažu: „Želim da muzeji (...) budu vođe, a ne sledbenici“²². Već spomenuti Servan-Šrajber ne misli dobro o najavljenim novostima, on upozorava na opasnosti budućnosti, ali je realan u procjeni stanja

koje zahtijeva stručne odgovore: „Koje mjesto u takvom svijetu ostaje za čitanje, razmišljanje ili radosti življenja? Nema potrebe da čekamo na život u silosima da bismo ustanovili da se ovaj današnjih ljudi, pod uticajem elektronike, u dvadeset godina promjenio više nego od faraona naovamo“²³. Ipak, smisao novog, a to je temeljna istina koju slabo razumiju i „konzervativci“ i „revolucionari“, nije da razori staro, čak niti da ga u potpunosti zamjenjuje, nego da se na njega nadogradi i da ga obogati novim mogućnostima.

TEHNOLOŠKA, KOMUNIKACIJSKA REVOLUCIJA

Herbert Simon, nobelovac, profesor nauke o kompjuterima i profesor psihologije, jedan je od najuglednijih optimista kada je riječ o novoj tehnologiji komuniciranja. On kaže da se „treća informatička revolucija može uporediti s energetsom revolucijom, koja je omogućila pojavu industrijskog društva“²⁴. Ova tehnološka revolucija tako je iz osnova promijenila i povećala čovekove mogućnosti raspolaganja sopstvenom sudbinom da se, uprkos ontološkim zebnjama, možemo osjetiti kao subjekat, a ne objekat tih promjena. U svojoj knjizi *Geopolitika informacija* A. Smit (A. Smith) iznosi mišljenja da pojava novih mikroelektronskih tehnika i novih sistema telekomunikacija stvara jednu **krizu**, koju definiše kao „stanje nestabilnosti koje vodi prema odlučujućim promjenama“. To mišljenje, kao što smo već vidjeli, nije usamljeno, ali i ono potvrđuje da izvjesnu dezorijentisanost pred novim mogućnostima ne treba tumačiti kao nesnalaženje.

Evolucija sa svim osobinama revolucije ima kvantitativan i kvalitativan karakter. Statistički podaci, kao na primjer, *u orbiti Zemlje lebdi i kruži više od 2500 satelita*, pokazuju **da svako od sredstava komunikacije u istorijskom redosledu ima za cilj da dosegne što veći broj učesnika u komunikaciji**. U elektronskoj i telekomunikacionoj tehnologiji najočiglednije je kako rastuća širina ima i svoju paralelnu pojavu u brzini transmisije. „Ako je tipografiji trebalo nekoliko vjekova da osvoji čovječanstvo, televizija je to učinila u nekoliko godina. To prostorno i vremensko ubrzanje dogodilo se, ili je bilo omogućeno minijaturizacijom u elektronskoj industriji“²⁵. Informatika i tehnologija poluprovodnika već se tridesetak godina razvijaju paralelno i u interakciji. Informatika, „zahvaljujući sve minijaturnijim i sve jeftinijim komponentama, razvija

28 sve kompleksnije aparate²⁶. Na kraju, ili bar predvidivom kraju tog razvoja je kompjuter s kojim će biti moguć nekodirani dijalog. Polazište te informatičke revolucije, poluprovodnici, minijaturizacijom su integrisani u tranzistor, a 1974. godine je „skoro slučajno“ bio proizveden prvi mikroprocesor²⁷. U deset godina razvoja, koji se događao po scenariju *science fictiona*, rođen je mikrokompjuter u svim oblicima i primjenama koje svakodnevno srećemo. U kvalitativne karakteristike tehnološke revolucije treba ubrojiti i slijedeću činjenicu: „Demokratizujući se, informatika zadobija jednu humanističniju dimenziju“²⁸. Kod drugog autora koji čak i nije iz krugova zainteresovanih muzejskih radnika, nailazimo na mišljenje koje je u muzeološkom smislu obojeno i fundamentalnog je karaktera u razumijevanju smisla ove globalne teme u muzeologiji: „Tranzistori i integralna kola multiplikovali su unutrašnje mogućnosti i transmisije, distribucije i upotrebe informacija. Taj proces oslobađa ogromne društvene energije zato jer stvara nove mogućnosti kontakta među ljudima i omogućava svjetsko područjavanje (*orig. socialisation universelle, op. T. Š.*) kulturnog blaga sadašnjosti i prošlosti.“²⁹ U vrijeme kad je Mekluanov profetizam osvojio čak i kolebljiva srca ljubitelja ideja koje su *en vogue*, nije bila slučajnost da je tema predložena izlagачima na svetskoj izložbi *Expo 67* u Montrealu bila *Prozor u budućnost*.

Prilagođeno masovnoj prezentaciji i pregledano u mnoštvu svih mogućnosti, pokazalo se na jednom mjestu sve ono što je kanadski teoretičar najavljivao i analizirao. Audiovizuelna revolucija doživjela je svoj čin inicijacije. Izložba kao da je napravljena po scenariju definicije, jedne od definicija tehnologije: „Tehnologija je manifestacija čovjekovog nastojanja da olakša fizičke uslove života ingenioznim korišćenjem okoline.“³⁰ Ujedno je ova izložba, orijentisana na duhovno preživljavanje, pokazala da su u težištu napora tehnologije upravo psihički, a ne toliko fizički uslovi. Pokazano je u kolikoj mjeri tehnologija može da bude poslušno oruđe čovjeka, ako on zaista zna ili uspjeva da istraži njene mogućnosti. Svega tri godine kasnije čovjek je sleteo na Mjesec, a simultani prijenos prvih koraka na čvrstom tlu koje nije zemlja pratilo je cijelo čovječanstvo. Uprkos verbalnim racionalizacijama, efekat je još dugo bio samo zbunjenost. „Slijetanje na Mjesec ubilo je tehnologiju. Daleko od toga da bude poslednji tehnološki čin, pokazalo je, na prilično

elegantan način, da naš *hardver* može da učini sve što želimo jednom kad smislimo *softver*³¹.

Saznali smo da je informacija difuzna po karakteru, a da je jedna od osobina revolucionarne tehnologije *širenje*, pa ipak to nije u neskladu s Mekluanovom tvrdnjom o *globalnom selu*, koja je doživjela, kao i druge njegove ideje, mnoštvo slabih interpretacija: „Trenutni karakter kretanja električne informacije ne proširuje, nego uključuje porodicu čovjeka u kohezivno stanje seoskog života“³². Ova izjava je kodifikovanje jednog trenda ujedinjavanja svijeta koji se obrazuje u jedinstvenom informatičkom *okruženju* čuvajući i dalje svoje pojedinačne identitete ili, po mogućem tumačenju, čuvajući ih tim više. Jedino *globalno selo*, sa svojom novom ležernošću u cjelini može da obuhvati parametre svoje sudbine i uspješno rješava zagonetke koje nam stižu iz budućnosti.

„Prva industrijska revolucija, koja je mijenjala način proizvodnje, istovremeno s otkrićem tipografije, postala je istovremeno revolucija transmisije informacija“³³. Postindustrijska revolucija usklađivanja i procesovanja informacija uzrokovala je promjenu načina proizvodnje. Isti autor ispravno kaže da „način društvene proizvodnje definiše ne samo našu egzistenciju, nego pridonosi istorijskom formiranju sistema informisanja koji nam je potreban: jezika“. Vrijedi napomenuti da način proizvodnje nije još uvijek u osnovi promijenjen i valjalo bi ozbiljno voditi računa o efektima. U logici, posljedica nove tehnologije nije endemska nezaposlenost, nego je činjenica da smo nepripremljeni dočekali posljedice najavljenih promjena. Stoga je slijedeći zaključak upozoravajući i za muzeje: „Dugoročni društveni, ekonomski i sredinski uticaji tehnologije, rijetko su na pameti onih koji je upotrebljavaju, delimično i zbog toga što rijetko kada postoji zadovoljavajući način uspostavljanja tih složenih parametara, a dijelom zbog toga što neposredni praktični problemi traže potpunu pažnju“³⁴. To poziva na pojačano profesionalno bavljenje, upravo analizama i projektovanjem, na osnovu „parametara“. „Električni proizvođači nas samih naprosto nadvladavaju prostor i vrijeme, a stvaraju probleme ljudskog uključivanja i organizacije kojima nema presedana“³⁵. Na samom početku svoje knjige, isti autor kaže da je „aspiracija našeg vremena, prema cjelovitosti, izražajnosti i dubini svijesti (*orig. awareness, op. T. Š.*) prirodni pratilac električne tehnologije; što uspostavlja zatvoreni

30 krug uzroka i posljedica. U posljednjoj tezi Mekluan kao da je izrazio prirodu savremenog muzeja³⁶.

Da nova tehnologija komuniciranja nije samo predmet interesa tamo gde se interes može očekivati, ili u muzejima gde bi se interes **morao** očekivati, svjedoči mnoštvo podataka od kojih navodim jedan. U Rimu je 1980. godine održan 12. kongres međunarodne unije katoličke štampe pod nazivom *Za društvo komunikacije*³⁷. Raspravljane teme, predočene analize i futurološki obojeni zaključci malo ili ništa su se razlikovali od sličnih *laičkih* skupova. Stoga je ispravno reći, a to ćemo vidjeti i u promijenjenom karakteru muzeja da „tehnologije počinju vršiti funkciju umjetnosti u nastojanju da nam osvijeste psihičke i socijalne posljedice tehnologije“³⁸, jer Verner Hajzenberg (Werner Heisenberg, *Fizičareva koncepcija prirode*) kaže da „tehnička promjena ne mijenja samo životne običaje, nego misao i vrednovanje“. Ne samo teoretičari, nego i časopisi za široku publiku (*Sonovision*) prihvatili su spoznaju da su možda najvažnije posljedice audiovizuelne tehnološke revolucije socio-kulturnog karaktera. Pokazaće se upravo na primjeru muzeja da socio-kulturalne psihološke i ostale netehničke osobine nove tehnologije predstavljaju najsloženije probleme u eksploataciji tehnologije.

I u muzejima i izvan njih uvek će uporedo trajati pozitivne i negativne reakcije. Jedni govore o „tehnološkom utopizmu“ po kojem je jasno da tehnologija ne može da riješi društvene probleme, a da zapravo nastoji da ih riješi. Teza je, naravno, ishitrena i nije istina da su to ambicije tehnologije. Tehnologija ne mijenja čovjeka, ona eventualno na njega utiče. Tehnologija zaista mijenja okolinu u najširem smislu te riječi, ali je vjerovatno istina da je tehnologija posljedica stvorenih potreba, a ne nešto što samo sebi stvara alibi postojanja. Tehnologija u cjelini, niti u svojim medijskim primjenama, nije svrha sama sebi. Ona je uvijek sredstvo, a nikad cilj. Istina da je *hardver* pretekao *softver*, danas je već zastrašujuća činjenica da čovjek nije dorastao **sredstvima** koja posjeduje, a da se uvijek osjećala ohrabrenijom i stimulisanijom **negativna imaginacija**. Da li je, dakle, tehnologija komunikacioni oslobodilac ili samica *Orvelovog telekrana*? Ambivalentnost ljudske prirode biće uvijek oslikana na svemu što čovjeku pripada i što je proizvod njegove imaginacije. Isto tako je dvojna i priroda informatike koja „nudi sredstva da se ostvare najkontrastnije sheme; ona *'tout-Etait'* isto kao i ona krajnje

decentralizacije³⁹. Rizik za slobodu i demokratizaciju koji donosi informatika posebne je prirode. Agresivna namera uperena protiv slobode i demokratizacije realizovala se i do sada, bez pomoći informatike, kada je odnos snaga to dozvoljavao. No, bez sumnje, „ranjivost društva povećala bi se pretjeranom centralizacijom, prečvrstom strukturisanošću i hijerarhizacijom informatike“⁴⁰.

Kao i zlo, negativna imaginacija i destruktivistički softver stimulisani su najagresivnijim interesima. Kao i do sada, novi mediji najbrže se usvajaju i eksploatišu u militarističke, političke i pornografske svrhe. Te pse tragače medijske analize treba neprestano nadgledati, od njih se štošta može naučiti.

Odatle i defetističko razmišljanje po kojem „društvena vizija nije pokretačka snaga utopijskih obećanja nove tehnologije. Ta snaga se više zasniva na biznisu i tehnološkom duhu. Stvarne društvene posljedice tehnologije u oblasti masovnih komunikacija pojavljivaće se postepeno, kao svršen čin, možda ne onako kako je to zamislio Maršal Mekluan⁴¹. Isti autor tvrdi da nam „poslijednjih 150 godina tehnologija obećava utopiju“, a da „tehnologija komunikacija predstavlja ključni deo tih obećanja“⁴². Čitav taj vijek i po utopija se polako ispunjava; hod prema savršenstvu čovjekove moći, prema velikoj utopiji totalne komunikacije najbrži je razvoj koji je čovječanstvo zabilježilo. Realizovane, promjene više ne predstavljaju senzaciju kao kad su najavljivane. U međuvremenu smo svoju osjetljivost podesili na nove frekvencije budućnosti. Sve revolucije, gledane unatrag, imale su logična pretapanja iz jednog kvaliteta u drugi i nisu mogle biti logičnije; sve osim onih budućih ili sadašnjih. *Uostalom promjene su ipak samo (makar i revolucionarne) dodaci na postojeće, one su obogaćenje, a ne zamjena*. Istina je, uvijek iznevjeruju dio očekivanja. Samo, ritam se ubrzava, a brzinom osvajamo sve značajnija područja utopije.

Da smo često u poziciji osvajača koji ne znaju šta bi učinili sa stečenim vrijednostima, to je istina. Ali, to nije grijeh tehnologije. Nova tehnologija komunikacija je svojom prirodom suprotstavljena specijalizaciji, linearizaciji i separatizaciji industrijskog doba, što je još uvijek prevladavajuća karakteristika većine savremenih zajednica. „Novo električko strukturisanje i konfigurisanje života sve više se sukobljava sa starim linearnim, fragmentarnim procedurama i sredstvima analize mehaničkog doba“⁴³. Nova tehnologija

32 nas, kako kaže isti autor, čini učesnicima svega u cijelom svijetu kroz „učestvovanje i uključivanje“ (*orig. participation, involvement, op. T. Š.*)⁴⁴. Malo dalje zaključuje: „U ovom električkom dobu same sebe vidimo pretvorene u oblik informacije, krećući se prema tehnološkom produžetku svijesti.“ Krajnja tačka u kojoj se realizuju ambicije čovjeka i imanentne mogućnosti tehnologije jeste čovjek sam. I pored toga što i ovako površna analiza savremene tehnološke revolucije komunikacija pruža iznenađujuće mnogo referenci na savremenu muzeologiju i muzeje, više je nego značajno da je „utopijski“ cilj muzeja upravo da postanu mehanizam svijesti čovjeka, ono proširenje samosvijesti koje je i savjest i odgovornost, a koji sad postoje samo kod pojedinaca

Ono što savremena tehnologija, ispravno primjenjena, uspeva da ishodi kao kvalitetan radni efekat, kao uspješnu komunikaciju sa svojim brojnim posjetiocima, već sutra će biti premalo. Čovjek „trećeg talasa“ imaće vrlo individualizovane potrebe i neće biti zadovoljan serijskim proizvodom koji računa na uniformisane, ujednačene potrebe. Tehnologija koja će biti sposobna da obavi i taj zadatak već je dijelom na tržištu, ali ne nailazi za sada i zbog nerazvijenih potreba i zbog cijene, na odjek koji će postojati sutra. Tek ilustracije radi, sjetimo se da za manje od desetak godina od kako je video najavio revoluciju iza koje se činilo da jedva može biti novosti osim povećanja dužine trake, poboljšanja osetljivosti i ostalih performansi, minijaturizacije itd, već ubro na tržištu nastalo nekoliko takmičarski raspoloženih sistema video diska koji je, doslovno u svakom trenutku spreman da na monitoru pokaže živu ili statičnu sliku koju nepogrešivo izabere među desetinama hiljada uskladištenih. Kvalitet slike nadilazi sve dotadašnje tehnike, a „zapis“ nije podložan trošenju, jer je neposredni čitač laserski svetlosni snop. Ne postoji ni opasnost termičkog oštećenja. Pa ipak, kako god video disk može pružiti svaku informaciju svakom ko ga „na ispravan način pita“ jedva je moguće predvidjeti dalje usavršavanje, ali ono je nesumnjivo. Da li će biti uklonjen i poslednji mehanički deo diska, da li će kompjuterski uređaj prevoditi naš glas u poruku za selekciju informacija? Gotovo sigurno i to. Ono što će postati moguće jesu upravo vrhunski oblici personalizovane komunikacije koja će svojom efikasnošću zasjeniti šarm isključivog

humanog kontakta, kakvim, pod pritiskom naraslih obaveza, nismo mogli biti zadovoljni.

33

Evolucija je prirodno stanje stvari, ali i zakonitost egzistencije čovječanstva. Karakter promjena po *krivoj geometrijske progresije* dobila je kad je iz isključivo biološke prešla u isključivo tehnološku. U nizu povratnih veza tih dvaju evolutivnih puteva, nestaju i sumnje u potrebu ili ispravnost tehnološke revolucije. Ona je „neprirodna“ upravo u meri u kojoj čovjek nadilazi, ili namjerava da nadiđe neke zadate okvire sopstvene „prirodnosti“. Uostalom, kako je čovjek razvijao oblike kolektivnog pamćenja, tako je *Priroda* napustila ambiciju da povećava masu njegovog moždanog tkiva. Taj postupak smanjivanja fizičke supstance pamćenja biće ponovljen mnogo puta u tehnološkim skokovima.

KONTEKST VELIKOG BROJA PODATAKA

„Do godine 2030. polovina nacionalnog bruto produkta u SAD potićaće od usluga, a 80 do 90% cjelokupne radne snage baviće se poslovima vezanim za prikupljanje i obradu podataka“, izjava je E. C. Džozefa (E. C. Joseph), savjetnika-futurologa jedne od filijala UNIVAC-a⁴⁵. Muzej je *à priori* ustanova koja prikuplja i obrađuje podatke, doduše vrlo posebne, ali ipak podatke. Samo slijedeći logiku koja se verificuje u svakodnevnici, lako ćemo vidjeti muzej u svjetlu nove uloge koja će morati da mu pripadne. U društvu koje će svoju efikasnost i ekonomičnost, kao *postizanje maksimuma minimumom*, moći da postigne samo razvijanjem *info sistema*, muzej, kao jedino mjesto gde informacija nije samo zbir apstraktnih znakova, igraće posebno važnu ulogu. Muzej će posjedovati podlogu za istinitost u svojim depoima i izložbenim prostorijama, kao što ima uostalom i danas, ali bez nužne kreativnosti i komunikativnosti. Naravno da će se u ovaj informatički trend moći da uklopi jedino, tehnički i organizaciono zrela institucija. Rečeno bez pretenzija, muzejski posao biće jedan od najcjenjenijih čovjekovih angažmana i to zbog svoje imanentne kreativnosti i rastuće važnosti za život ljudske zajednice.

Granice koje odvajaju komunikacijske sisteme od sistema obrade podataka polako se gube kako elektronika napreduje. Specijalizacija od nauke do tehnologije ustupa mjesto jednom integralnijem pristupu koji vodi računa o postojanju specijalističkog uvida, ali se u njemu osjeća obaveza na stalnu svijest o cjelini. U praksi se to, kao na primjer u SAD, pokazuje kao neočekivano i brzo približavanje *Američke telefonske i telegrafске kompanije* programima IBM-a. Primijenjeno na muzeje, to bi moglo ukazivati na potrebu za novim zajedništvom različitih organizacionih dijelova muzeja. Naravno, nepostojanje odgovarajuće podjele posla u muzejima čini tu potrebu izmišljenom.

Ljudski mozak, za razliku od mozga ostalih bića na Zemlji, razvio je takav potencijal pohranjivanja podataka da je jedino čovjek uspio evolutivno da pokrene proces koji danas nazivamo komunikacijskom revolucijom. Većina živih bića, za razliku od čovjeka, ima vrlo ograničen broj i kvalitet spoznajnih kodova koje mogu da prenesu s generacije na generaciju. Proširujući svoje mogućnosti, praveći ekstenzije telesnih funkcija, čovjek je stvorio medije spoljnog skladištenja informacija i podataka. Potreba za takvim medijima postojala je otkad postoji i čovjekova neskromnost u takmičenju s *prirodom*. Rimski patriciji imali su robove koji su napamet znali odabrane radove iz književnosti, a status sumerskih ili egipatskih pisara nije bio mnogo drugačiji. Kako je, govoreći pojednostavljeno, muzej zapravo medij pohranjivanja podataka, memorija društva, ima mjesta svakom poređenju memorije čovjeka i muzeja. Pre petnaest godina Dilon S. Riply (Dillon S. Ripley) nalazi da postoje mnoge sličnosti između karaktera čovjekove memorije i kompjutera, što nije čudo, jer je kompjuter zaista produžetak te iste memorije⁴⁶. Isto tako, analiza zakonitosti čovjekove memorije i osobina medija, koje je u tu svrhu stvorio, vode nas uspostavljanju jasnih parametara u oblikovanju muzejske ustanove danas ili pripremanju za budućnost. Skladištenje podataka i informacija, tek je, naravno, osnov za kreativne mogućnosti koje tek slijede.

Osnov ljudskog intelekta, očigledno je sposobnost mozga da uskladišti informacije i da ih obradi. Ako je reč o novoj tehnologiji, sledeću izjavu možemo smatrati indikativnom jer dolazi od vrhunskog rukovodioca IBM-a. „Već sada je moguće sačuvati misli, iskustva i stvaralaštvo najboljih naučnika, lijekara, pedagoga, kompozitora, koreografa, inženjera, ekonomista, lingvista i drugih i njihovo specifično znanje i sposobnosti staviti na raspolaganje onima kojima je potrebno, onda kad je potrebno, ma gde se nalazili“⁴⁷.

Kompjuter, to je sve očiglednije, predstavlja tehničku osnovu za kompleksniju upotrebu uskladištenih podataka i informacija. Očigledno da je razvoj i uvođenje kompjutera u muzej isto tako preduslov neke konačnije verzije uključivanja muzeja u komunikacijske trendove. Ipak, postoji i određeni broj neposrednih primjena kompjutera u komunikaciji s posjetiocima muzeja, gde kompjuteri nisu samo osnova nego i direktan medij te komunikacije. Kako to kritičari ne propuštaju da primijete, u tome je malo Mekluanovog

glamura i ne izgleda da su se stvari promijenile iz temelja. Ipak jesu, tj. mijenjaju se. „Promjena muzeja od skladišta u izvor totalne informacije, tj. u gigantsku banku podataka svima pristupačnu, moguća je jedino s kompjuterom. A u kustoskom ili naučnom dijelu postoje brojni istraživački projekti, naročito oni koji uključuju mase informacija i korelacija, koje nikad ne bi bilo moguće napraviti bez pribjegavanja mašini“⁴⁸. I drugi autori se slažu da kompjuter može pomoći muzejima da obave svoju ulogu u društvu, tj. da osiguraju „edukaciju i uživanje za najširu publiku“⁴⁹.

Muzej i kompjuter kao tema predmet su mnogih rasprava, mnogih radova specijalizovanih institucija koje istražuju oblike i mogućnosti njihove primjene u muzejima. Prednjače u tome savez za muzejsku dokumentaciju (*MDA*) u Velikoj Britaniji i *Međunarodni komitet za dokumentaciju u muzejima (CIDOC)* UNESCO-vog *Savjeta za muzeje (ICOM)*. Opšti je zadatak uspostaviti najefikasniju vezu tehnologije i muzejskog rada, ali to nije briga samo muzejskih organizacija. *IBM* je štampao brošuru na istu temu, što je naravno znak ekspanzivnosti te međunarodne korporacije, ali i činjenice da muzeje smatra klijentima za kompjutersku opremu⁵⁰.

Još pre desetak godina jezik programiranja kompjutera bio je vrlo komplikovan i težak. Novi programski jezici kao *Basic* i *Logo* u osnovama se savladavaju za nekoliko sati. Uporedo s olakšavanjem komunikacije s kompjuterom, širila se i njegova primjena izvan područja tzv. „*hard sciences*“. To je tendencija koja se razvija već od sedamdesetih godina dvadestog vijeka. Uz razvoj kompjutera u smislu povećanja njegovih grafičkih mogućnosti, stručnjaci se slažu da će „glavna tendencija osamdesetih godina, što se tiče *logiciela*, biti kako učiniti njihovo korišćenje što lakšim za ne-tehničare i ne-programere“⁵¹. Interes ustanova relativno populističkog karaktera kao što su muzeji, više je nego jasan. U tom smislu su indikativni primjeri koje nalazimo u SAD. U školskoj godini 1982/83, 30% škola koristilo je kompjutere u nastavi. U poređenju s prethodnom školskom godinom, to je povećanje od 56%⁵².

Da bi uvođenje kompjutera u muzeje bilo svrsishodno i opravdano, da bi moglo da računa na dugoročne efekte, biće potrebno strpljivo mijenjati stavova muzejskih radnika prema tehnologiji i, posredno, prema novoj ulozi muzeja u društvu. Kako će kasnije biti opširnije objašnjeno, u osnovi svih napora, bili oni tehnološki ili

38 koncepcijski, stoji potreba za muzeološki savremeno obrazovanim kadrom. U već spominjanom dokumentu⁵³, tvrdi se da je za uspješnu ulogu kompjutera u muzeju potrebno:

- a) stvaranje operativnih baza podataka,
- b) stvaranje koordinacionih tela za nadgledanje i upravljanje tim sistemima,
- c) postavljanje stručnih tehničkih osoba u muzej za rad na kompjuteru,
- d) uspostavljanje terminala po muzejima i to po svim važnijim odeljenjima.

Iako je veliki broj muzeja SAD i zapadne Evrope započeo rad s kompjuterima, još uvijek ne postoje ostvareni ni ovi navedeni uslovi, tako da nije moguće govoriti o definisanim rezultatima upotrebe kompjutera u muzejima, a još manje o tome da muzejima, zbog negativnih iskustava, nisu potrebni. *Priroda muzejskih predmeta, priroda muzejske institucije i priroda uloge muzeja u savremenom društvu mogu se realizovati jedino uz pomoć nove tehnologije ili kroz njenu kreativnu primjenu.* Stvaranje muzejskih baza podataka nije nikakav tehnički problem. To je stvar odluke i dogovora. Finansijski problem u idealnom slučaju jedva da postoji, a postaje sve teži što je manje odlučnosti, što je manji broj učesnika jednog takvog sistematskog pristupa i što je stručna strana nepraktičnije i kratkoročnije rješena.

Za sada je luksuz ulaska u novu informatičku eru osiguran jedino bogatima. Klarksonov (Clarkson) tehnološki koledž u Postdamu, država Njujork, nedavno je otvorio *Centar za obrazovne podatke*, koji je koštao četiri miliona dolara i koji treba da zamijeni tradicionalnu biblioteku. Gde god je moguće, knjige se zamjenjuju mikrofilmovima i, u krajnjem slučaju, dobijanjem podataka elektronskim putem.

Još primjerenija je nova tehnologija na medije koji nisu tako različiti kao što je pisana riječ. Naime, svi oblici uskladištenja audiovizuelnih podataka doživjeće svoju konačnu verziju efikasne zaštite i *izvlačenja* podataka, tek prebacivanjem na „vječni“ elektronski medij.

Nagli uspon tehnologije uskladištenja i obrade podataka uzrokovao je gotovo spontani otpor mogućih korisnika, koji na ovu tehnologiju nisu prisiljeni agresivnim zakonitostima profita, prestiža itd. Među nevoljnim korisnicima su i muzejske ustanove koje po svo-

joj prirodi bolje vide vrijednosti prošlosti nego sadašnjosti i budućnosti. Oni bi da načinom svoga rada pripadaju vremenu koje dosetljivi analitičari savremene tehnologije nazivaju *B.C*, u ovom slučaju *“before computers“*, tj. pre kompjutera⁵⁴. Muzejskim radnicima se često čini da će njihov lijepi posao izgubiti u bezličnoj informatičkoj dignitet i kolekcionarski *schmeck*. Poznata je ona anegdota o kineskom seljaku koji cio dan mukotrпно izvlači posudu vode iz dubokog bunara i natapa svoje polje. Upitan zašto ne upotrijebi motku s tegom, kako bi uštedeo vrijeme i trud, on odgovara: „Bilo bi me stid.“ Međutim, suočeni s problemom gladi moraćemo se odreći ponekad taoističke senzibilnosti ne rizikujući da je i potpuno izgubimo. Među muzejima će uvijek postojati, ako treba i zaštićenog statusa, institucije kao što su Lenbach muzej (Lenbachhaus Museum), Dambarton Ouks (Dumbraton Oaks), Ešmolian (Ashmolean Museum), Muzej Izabele Stjuart Gardner (Isabella Stewart Gardner Museum), Muzej Karnavale (Musée Carnavalet) i ostali koje nostalgично želimo da zadržimo za kontemplaciju.

Neograničene mogućnosti multiplikovanja u informacionom sistemu uništavaju ideju autorstva nad informacijom. Pokušaji da se zaštite produkti, kao na primjer video kasete, propadaju uprkos velikim dovijanjima proizvođača: po nekim statistikama, oko 80% programa koji su u opticaju dobijeno je gusarskim metodom. Tehnologija industrijskog društva nije više klasičnim metodama mogla da zadrži niti autorstvo niti originalnost svojih proizvoda, a isto tako je bila nesposobna da proizvodi za sve. Nova tehnologija komunikacija obećava, i već dijelom ostvaruje, odgovor na pritisak da se informacijama opskrbe milijarde novih potrošača i da se razastru informacije primjerene korisniku. „Konačni rezultat će biti da se neće razviti tržište informacija-produkata (*orig. „for product information“; op. T. Š.*) kao takvo, nego prilagođenih informacionih sklopova koji odslikavaju ukus i potrebe onog ko ih upotrebljava“⁵⁵.

Novi oblici muzeja, sasvim nezavisno od informatičke revolucije, ako tako nešto postoji, naravno, upravo svoje specifičnosti zasnivaju na, kako to informatičari zovu, „*tailored information*“⁵⁶. U tome i jeste veliki demokratski potencijal novih komunikacija: informacije je moguće skupiti i obraditi na način koji je primjeren korisniku. Ako te mogućnosti najavljuje nova tehnologija, onda je *à priori* zanimljiva muzeju, jer su im ambicije iste.

CIVILIZACIJA TREĆEG TALASA

Nužno pojednostavljujući razvoj ukupne čovjekove civilizacije, Alvin Tofler⁵⁷ (Alvin Toffler) je svu fenomenologiju razložio u tri *talasa*, od kojih je prvi *predindustrijski*, drugi *industrijski*, a treći *postindustrijski*. Naizgled previše jednostavna konstrukcija vrlo dobro funkcioniše jer mudro objedinjuje mnogobrojna iskustva, od onih iz okrilja naučnih disciplina do pojedinačnih svjedočanstava velikih mislilaca i analitičara, umjetnika i, naposljetku, tzv. običnog čoveka. Tofler nije sam pokušao da objasni *odakle dolazimo, ko smo i kuda idemo*, ali su njegova objašnjenja dragocjena jer zaista objedinjuju sva relevantna fragmentarna rješenja. Naročito je privlačna činjenica da su u Toflerovim djelima uzeta u obzir i iskustva dragocjenih šezdesetih godina, iskustva kontrakulture i najnoviji događaji koji potresaju svijet.

„Prije uspona masovnih medija, dijete *prvog talasa* koje je raslo u gotovo nepomerljivoj zajednici – selu, stvaralo je svoj model stvarnosti na osnovu slika primljenih iz nekolicine malobrojnih izvora – učitelja, sveštenika, predstavnika vlasti i, iznad svega, od porodice“⁵⁸. Tako izgrađene „slike“ (orig. *image*, op. T. Š.) bile su vrlo kratkog dometa, a rezultat je bio čvrsto strukturisan, jednostavan život. „*Drugi talas* je umnožavao broj kanala na kojima je pojedinac gradio sliku stvarnosti. Dijete nije više primalo *slikovnost* (orig. *imagery*, op. T. Š.) od prirode ili samo od ljudi, nego kroz novine, masovne časopise, radio i, kasnije, preko televizije“⁵⁹. Dakako da su izvori predložaka, nabrojani u prethodnom komunikacionom periodu, ostali da i dalje osnažuju jedan drugog. Komunikacioni, masovni mediji ponašaju se kao „*gigantski zvučnik*“ priključen na univerzalnu kartoteku predložaka. Poruke premošćuju i pribiraju kulture, etničke, plemenske i lingvističke vrednosti, njihova proizvodnja je centralizovana. Ti vizuelni predlošci koje masovni mediji ubrizgavaju u masovnu svijest, omogućili su uspostavljanje

42 standardizacije ponašanja koju je tražio industrijski proizvodni sistem⁶⁰. *Treći talas* će predstavljati povratak nekim izgubljenim kvalitetima, kao što je Mekluanovo *globalno selo*, ali se ne pojavljuje omeđen jasnom granicom. Ako i nije činjenica, u duhovnom smislu je istina da je naša civilizacija još uvijek industrijska. Bar se tako činilo do početka sedamdesetih godina dvadesetog vijeka: „Naša mehanička civilizacija, kojom dominira brzina, nameće modernom čovjeku istraživanje načina razumijevanja svijeta, načina istraživanja koji će biti sveobuhvatniji i brži“⁶¹. To je otprilike osnovno polazište razmišljanja na osnovu kojeg je nastala prva publikacija *ICOM-a* na temu upotrebe audiovizuelnih sredstava u muzeju.

U to vrijeme bilo je jasno da se problem uvođenja novina u praksi neće riješiti bez nužnih promjena okoline. Nije se govorilo o potrebi za novim profilom muzejskog radnika, nego je problem sveden na uputstva za plodnu saradnju, nevoljnih, muzejskih radnika i u muzejskom smislu nestručnih proizvođača audiovizuelnih programa. Druga promjena okoline, koja je takođe dotaknuta, ali ne rješavana, jeste – muzejski predmet. Iz zakonitosti odnosa medija i okoline sasvim je jasno da promena slijedi i samom muzejskom predmetu, tj. poimanju šta je muzejski predmet. Ali posljedice su daleko šire: „Ne možemo preobraziti sve naše medije komunikacije i očekivati da ostanemo nepromjenjeni kao ljudi. Revolucija u medijima mora značiti i revoluciju u psihi“⁶².

Na jednom drugom mjestu, Tofler potvrđuje sopstvenu tezu kad govori o poletu industrijske revolucije: „Iznenada, kako je *drugi talas* prelazio Evropom, hiljade grla počelo je da pjeva aleluja. Lajbnic (Leibniz), Turgo (Turgot), Kondorse (Condorcet), Kant, Lessing (Lessing), Džon Stjuart Mil (John Stuart Mill), Hegel, Marks (Marx), Darvin (Darwin) i bezbrojni drugi manji mislioci, svi su našli razloge za kosmički optimizam“⁶³. Sve je prije nego slučajnost da moderni muzeji nastaju upravo u to vrijeme. Oni su rezultat ekonomske potrebe za obrazovanim radnikom, što ostaje i današnja ambicija, potrebe za samopotvrđivanjem jedne uspješne klase i potrebe za nacionalnom emancipacijom. Iznad svega stoje razlozi izmjene komunikacionih medija koji su i navedene potrebe učinili mogućim. „U toku perioda *drugog talasa* ljudi su bili preplavljeni morem masovno proizvedenih predložaka.“ Rezultat je bila „*monolitna svijest*“, kako je naziva Tofler.

Važno je da se naglasi da je u nastanku muzeja bila riječ o atmosferi optimizma. Od muzeja se očekivalo da budu aktivni saradnici kolektivnog napora na razumijevanju svijeta. Današnji zadatak muzeja definisaće se u istom smjeru kroz zadatke koje treba da obavi savremena muzeologija.

Ulazak u postindustrijsko doba, *treći talas*, traje u svom oblikovanju dve–tri decenije. U osnovi svega je, moglo bi se reći, primjena električne energije koja je duboko u industrijskom dobu pripremala električnu mašinu. Želeći da naglasi kako je riječ o istom tehnološkom kompleksu, Mekluan i ne govori o elektrici. Time sebi ostavlja šansu pojednostavljenog, jasnog tumačenja tehnološke revolucije i njenih posledica. „Električno svjetlo donijelo je u kulturološki kompleks čovjekovih produžetaka u stanovanju i odijevanju organsku fleksibilnost nepoznatu ijednom dobu. Ako je fotografija u boji stvorila ‘muzej bez zidova’, koliko je više napravilo električno osvjetljenje, stvarajući prostor bez zidova i dan bez noći“⁶⁴. Isti autor nalazi probijanje „zidova“ u mnogim drugim djelatnostima ili pojmovima. Film, radio i TV načinili su *učionicu bez zidova*, fonograf je stvorio *koncertnu dvoranu bez zidova* itd. Mediji su promijenili svoju okolinu.

Informacijska eksplozija objedinila je raspoloživi prostor zemlje u *info sferu* koja je u stvari mreža komunikacionih kanala kojima se distribuišu poruke. Muzeji su dio te info sfere i za njih važe jednake zakonitosti. Svoju široku publiku muzeji mogu da dosegnu jedino medijima masovnog komuniciranja i tehnologijom koja je u stanju da na pravi način oblikuje poruku. „Svemirski brod Zemlja“, kako bi rekao Bakminster Fuller (Buckminster Fuller), nije jednostavne građe. Razrađivanje univerzalne problematike navodi nove sintetičare na neuobičajena sažimanja, a ti, opet, do novo strukturisanih odnosa. Mekluan razlikuje *tehno-sferu* koja predstavlja proizvedena i dodijeljena dobra, odnosno, energetske bazu, *socio-sferu* koja predstavlja uloge dodijeljene individuumima u sistemu, odnosno međuodnose društvenih institucija, a *info-sfera* daje komunikacione kanale za protok informacija potrebnih za funkcionisanje sistema⁶⁵. Zajedno, te tri strukture čine arhitekturu društva. Muzejska institucija koja ima zadatak da obavi svoju ulogu u sva tri navedena segmenta, predstavlja jedan od integrišućih mehanizama kakvi će biti oslonac u pretapanju čovjekove civilizacije u novi kvalitet.

Već sada su u upotrebi tako snažni i uticajni komunikacioni kanali da će sve komunikacione ambicije institucija, konačno i pojedinačno, morati da vode računa o njihovom postojanju i promjenama koje donose ili bi mogli da ih donesu: *teletekst, teledistribucija, videokonferencije, viziofon, međukomunikacije* uživo preko satelita itd. **Slika se vratila u svijet jezika.** I zvuk i slika i pisana riječ dobili su u novim medijima garanciju gotovo idealnog jedinstva. Njihova jedinstvena podloga je u matematičkom binarnom sistemu i filozofskom jedinstvu suprotnosti. To je, objašnjeno dobro ili loše, toliko značajan događaj da muzeji moraju biti spremni da pokažu svoj stav. To nije dokazivanje da smo „u toku“ nego borba za novu vitalnost u obavljanju poslanstva. Slika se kao značajan fenomen pojavila izumom prvih fotografskih tehnika, no čak i tako značajna pojava bila je tek jedna od komponenti onoga što se danas naziva fenomenom *civilizacije slike* i *Markonijevom erom*. Prenos televizijske slike dao je osnovni pečat mogućnostima i značaju novih medija za prenos slikovne informacije.

Audio-vizuelna komunikacija je, za razliku od pisane, gušća i djelotvornija, manje je podložna pogrešnom tumačenju i zabunama, „čitljivija“ je i brza. Njeni najfragmentarniji oblici, ideogram i piktoqram, prihvaćeni su kao nezaobilazan dio naše okoline. Treba usput i znati da se od samog početka pisane komunikacija, makar i uz velike napore, pokušavala uvijek da osnaži upotrebom slike. Na kraju tog inherentnog razvoja stoje današnje bogato ilustrovane knjige gde je prevlast slikovnog materijala više nego značajna.

U frontalnom suprotstavljanju Gutenberga (Gutenberg) i Markonija (Marconi) očigledno se greši, bilo da su motivi neobavještenost ili tendencioznost. Razvod između slike i pisma nije nikad bio potpun. Najpoetičniji dio te sudbinske veze je razvoj pisma u civilizacijama Orijenta gde je pismo nastajalo kroz preslikovnu, slikovnu, pa ideogramsku fazu, da bi prelazilo i u kaligrafski znak. Pandan toj vezi i nagovještaj zajedničke budućnosti je njihovo stvarno ujedinjavanje u kompleksu telemetike, što čini jedan od najznačajnijih savremenih informatičkih fenomena kome će morati, kao načinu komuniciranja, da se prilagode svi izvori informacija.

Takav kompleksan informacioni tok, da bi bio efikasan i zaista odgovorio na potrebe koje ga uslovljavaju, zahtjeva interdisciplinarni pristup. Semiotička, leksička i sintaksička analiza informacije nije

više dovoljna nego zahtjeva intervenciju psihologije, psihoanalize i sociologije.

Indikativno je da je sve veći broj umjetnika i teoretičara umjetnosti neposredno zainteresovan za ulogu i sudbinu muzeja u uslovima elektronske komunikacije i u okolini koju je takva komunikacija kvalitativno promijenila. Broj njihovih akcija, performansa, konceptualističkih struktura i pisanih svjedočanstava upadljivo je velik. Događa se jedan proces koji takođe ima dalekosežne implikacije, a to je stalno približavanje muzeja umjetničkim medijima, fenomenu umjetničke komunikacije uopšte. Tako analitički orijentisani, prepoznajući naime u tome logičnu konvergenciju medija, mogli bismo učiniti korekcije poimanja muzeja. Nova definicija muzeja, a još više priroda njihove poruke i njihovog djelovanja biće sve više umjetničkog karaktera. U svojoj knjizi o komunikacijama savremenog muzeja Horhe Glusberg (Jorge Glusberg)⁶⁶, teoretičar umetnosti i savremenih komunikacija, govori katkad o umjetnosti misleći pritom na muzeje, ali zaključci funkcionišu: „Istorijski govoreći, nije postojala združenost svih različitih kanala koji dotiču složeni zadatak vizuelnih komunikacija. Tom zadatku ide danas na ruku neprestano usavršavanje tehnologije u službi čovječanstva“⁶⁷. Danas je, dakle, upravo digitalizacijom signala, bilo da je riječ o slici, zvuku ili tekstu, otvoren put integraciji svih tipova informacija i povezivanju svih mreža komuniciranja. Gdje će u toj kvalitetno novoj *info-sferi* biti mjesto muzeja?

Pol Klajn (Paul Klein), predsjednik *Computer Television, Inc.*, *SAD*, vjeruje da će „tri najvažnije komponente stola, televizor, kompjuter i video plejer, biti združene u elektronski brak i istovremeno stvoriti dijete koje će biti novi medij zabave (...)“⁶⁸. To mišljenje, koje možemo smatrati relevantnim jer zabavljački mediji ozbiljno prate zbivanja, izrečeno je polovinom četrdesetih godina dvadesetog vijeka. U međuvremenu je nastala telematika. Neologizam kojim se naznačuje veza telekomunikacija i informatike, sličan je američkom pojmu „*compunication*“ kojim se ističe veza informatike i kompjutera. Time je otvoren jedan radikalno nov horizont. I do sada su sredstva komunikacija strukturisala ljudsku zajednicu, bilo da je riječ o putevima, železnicama ili električnoj energiji.

„Za razliku od elektriciteta, telematika neće sprovesti internu struju, nego struju informacija, to će reći, moći. Telefonske linije ili

46 televizijski kabl konstituišu premise te promjene⁶⁹. Dakako, problem telematike drugačije je interesovao predsjednika Francuske Republike, nego muzeje, pa otud i analiza koja nerijetko spominje moć kao osobinu novih komunikacija. Malo kasnije, u istom izvještaju kaže se da će (Francuska) s vezom kompjutera i baza podataka, zahvaljujući satelitima imati „*un outil imperial*“. Već u periodu formiranja modernih muzeja, jedan od motiva je bio isključivo prestižne vrste, jer je ciljao na afirmaciju sopstvenog identiteta. Muzeji su taj „istočni grijeh“ naslijedili od kolekcionara i zadržaće ga za uvijek kao komponentu svoje prirode, iako je za očekivati da će karakter prestiža biti promijenjen. Dakle, muzeji su formirani kao mehanizam kojim je trebalo osigurati kulturni prestiž – trebalo je da budu trezori koji će „garantovati“ podlogu prestižnim aspiracijama. Na isti način, valjda, trezorno zlato čuva relevantnost ekonomije. Muzejsko „blago“ pretvoreno u nov dinamičan kvalitet korišćenjem, recimo, telematičke tehnologije, jednako tako postaje sredstvo moći. Htjeli to muzeji ili ne, vrijednost koju čuvaju informacijskog je karaktera, ili je u taj karakter pretvoriva, tako da će jednog dana ući u cjelokupni informacioni potencijal kroz stvaranje mreže baza podataka. I sam tako stvoreni softver jedne zemlje dobiće kvalitet kulturnog naslijeđa. Nije li to otvaranje vrata u beskrajne spekulativne mogućnosti o sudbini muzeja. Dogodi li se takav kvalitativni skok informacionog potencijala, što se može očekivati, da li će muzeji morati da postanu informacijska superstruktura, gigantski mehanizam za analizu i skladištenje informacija u kolektivnu memoriju? *Varijanta koja vodi računa o problemima, a ne i o muzejima, podrazumijeva prećutno smrt muzejske ustanove, tj. njenu metamorfozu u funkcionalni dio superstrukture kolektivne memorije.* Koja god varijanta da je u pitanju sigurno je da već danas moramo znati pitanja, ako već nismo sigurni u odgovore. Sadašnja situacija pokazuje da je većina muzeja gurnula glavu u pesak mitologizujući muzejske predmete do te mjere da je jasno kako u njihovoj neprikosновенosti traži garancije svoje potpune „eksteritorijalnosti“ i samostalnosti. Samo, a to je posebno važna premisa ovog razmišljanja, upravo muzejski predmet ugrožen je u svom statusu procesima koje pokušavamo da ocrtao i u paralelogramu sila čiju rezultantu i muzeji moraju očekivati s istim osjećajem sudbinske važnosti.

U ovom prelaznom periodu *drugog talasa* još uvijek su moguće semantičke mješavine tako da je moguć i izraz „biblioteka progra-

ma“, a u takvoj se instituciji knjiga, naravno, ni ne pojavljuje kao fizička činjenica. „U manje od jednog vijeka ‘biblioteke programa’ biće važnije od knjižnih biblioteka, zato jer jedan program ne predstavlja samo jednu količinu znanja, nego takođe način na koji se njima treba služiti po cijenu minimalnog ljudskog napora“⁷⁰. Od početka sedamdesetih godina dvadesetog vijeka, kad je ovo izrečeno, budućnost se dobro primakla. Isti autor je već tada upozoravao na opasnost američkog prestiža u novoj tehnologiji komunikacija. Telematička tehnologija narasla je u tom međuvremenu do globalnog fenomena koji je prošao već faze eksperimentisanja i nalazi se u funkciji. Već je prevaziđena i partikularistička usredsrijeđenost na nacionalne okvire, jer to nije u prirodi nove tehnologije koja je, kako je već rečeno, po karakteru ekspanzivna, tako da je, na primjer, u Evropi stvorena mreža banaka podataka EURONET-DIANE koja je otvorena još 1980. godine. Već sljedeće godine počela je da funkcioniše s 25 distributera, 200 baza podataka i 1.500 korisnika koji su mrežu koristili 50.000 sati godišnje, već krajem iste godine broj korisnika popeo se na 3.000, a broj sati korištenja na 100.000. S Grčkom i Švedskom koje je trebalo tada da pristupe toj mreži, korisnici podataka bili su rasuti u dvanaest evropskih zemalja⁷¹. Naravno, takav informacioni potencijal, kako se navodi u specijalizovanim publikacijama, omogućio je stvaranje novih info-servisa⁷². Na području zaštite baštine postoji nekoliko info-servisa na koje se može priključiti bilo ko i bilo gdje, ali su uglavnom komercijalnog karaktera, vezani za tržište umjetnina i sl⁷³. Međutim, stvari se ubrzano menjaju.

U Americi postoji takođe nekoliko sistema (ORBIT, DIALOG, itd.); zajednička im je osobina da troškovi korišćenja opadaju proporcionalno s povećanjem broja korisnika. DIALOG je informatički sistem s područja biblioteka, a korisnik je takođe i Australija⁷⁴. Sistem raspolaže sa 70 baza podataka (nauka, tehnologija, inženjerstvo, društvene nauke, poslovno ekonomske nauke itd.), a podaci se stalno ažuriraju i dodaju nove baze. Jedna od baza podataka je *Moderna umjetnost*. Za četiri godine postojanja, od 1974. do 1978, baza podataka je sakupila 21.000 podataka koji su se tromesečno ažurirali. Sadrži dostupne knjige o umjetnosti i dizajnu, kataloge izložbi, podatke iz 300 časopisa, sažetke iz istorije umjetnosti, biografije umjetnika, umjetničke tehnike itd. Pre nekoliko godina razmišljalo se o vezivanju teleksom na bazu podataka, jer se hardver

nalazi u SAD. Postoji i australijska baza podataka AUSINET, koja upotrebljava softver *Kongresne biblioteke* (SAD) i nekolicine drugih izvora koji dodaju podatke u tzv. *data pool*. Za sad su muzeji, osim u nekoliko izuzetnih situacija u najvećim svetskim institucijama, ostali izvan konteksta o kojem je riječ ili dopuštaju da se stvari događaju bez njih. „Naše metode u muzejima još su u osnovi iz 19. veka i uprkos prilježnosti i naporima mojih kolega, verovatno će uglavnom ostati isti, jer kustosi preferiraju svoj lični ‘sistem’ nekom centralizovanom ili svoju ličnu terminologiju“⁷⁵. Bude li australijski kolega koji je to izrekao u pravu, neko drugi će biti izvršilac medijske zakonitosti, dio muzeja će biti muzealizovan, a ostali će postati skladišta i/ili izlagališta. Novi hardver gotovo svakodnevno povećava mogućnosti komunikacije od optičkih vlakana do lasera. Još polovinom šezdesetih godina dvadesetog vijeka revolucionarni Mekluan govori: „(...) Ali zbog svog intenziteta, jedan jedini laserski zrak može nositi toliko informacija koliko prenose svi radio i TV kanali u SAD“⁷⁶. Teško je zamisliti da se neke nove mogućnosti, od izdavaštva na daljinu, velike pristupačnosti banaka podataka, dobijanja telekopija sveg vizuelnog materijala itd, ne tiču muzeja.

Ritam promjena koji je nametnut razvojem tehnologije toliko je brz da ni prihvaćene stvari najčešće nisu do kraja apsolvirane. Uostalom, kao i dosad, razumijevanje medija kretaće se u spirali. Stvorena je ipak paradoksalna situacija. „Nakon milenijuma u kojem se do apsurdna razmišljalo na ograničenim i nepromjenjivim spoznajama, iznenada znanje i spoznaje postaju bujice koje muče misao i sposobnost procenjivanja“⁷⁷.

Informatičkoj revoluciji *drugog talasa* nužno se mora zamjeriti bauk masovnosti i centralizacije, na čemu su izgrađene sve crne slike budućnosti. Ovo je razdoblje u kojem se novi kvalitet revolucije komunikacija teško razlučuje od već donekle poznatog problema masovnih medija i masovnih komunikacija uopšte. Ipak, ono što Tofler zove *trećim talasom* nalazi se već tu i daje dovoljno argumenata za relevantne zaključke. Stoga bi trebalo vjerovati da će nova informatika „omogućiti decentralizaciju ili čak autonomiju osnovnih ćelija. Još bolje, ona će je olakšati dajući perifernim ili izolovanim jedinicama informacije kojima su do sada mogle da raspolažu samo velike centralizovane cjeline“⁷⁸. Primijenjeno na muzeje, uzmemo li da su deo takvog sistema, to će značiti da će se konačno manje institucije moći takmičiti s velikim, a u principu će

taj efekat značiti veću slobodu lokalnih zajednica. Ključni koncepti industrijalizma u civilizaciji *drugog talasa* bili su, prema Tofleru, rat s prirodom, važnost evolucije, princip progresa. *Možda bi ključni koncepti trećeg talasa mogli glasiti: saradnja s prirodom, važnost pojedinačnog kvaliteta življenja.* Vrtoglava izmjena predložaka koju nam nameću mediji masovnog komuniciranja dostiže takvu brzinu koju je nemoguće izdržati. Proces kojim, među ostalim, Tofler sam karakteriše *treći talas* je „demasifikacija“. Kako je predmet našeg interesa muzej, i onda kad nije neposredno o njemu riječ, služiće za dobru ilustraciju primjer jednog drugog medija čija je ambicija takođe da podmiri vrlo raznovrstan broj informacionih potreba za veliku publiku: radio⁷⁹. U vremenu od 1950. do 1970. godine, broj radio stanica porastao je u SAD od 2336 na 5359. Populacija je u to vrijeme narasla za 35%, a broj stanica za 129%. Dakle, masovna publika je preraspodijeljena na više radio stanica, dakle na više programa i na veću različitost programa. U medijskoj imploziji zadržava se rast broja izvora informacija, ali raste i mogućnost izbora i njihove primjenjivosti na mikro situacije. Koristeći jedan drugi izvor saznajemo zanimljiv podatak⁸⁰. U slijedećoj deceniji, dakle od 1970. do 1980. godine, broj radio stanica porastao je gotovo na 10.000; isti trend traje nesmanjenom žestinom dvadeset godina, uprkos upravo besomučnoj konkurenciji medija i pojavi brojnih novih medija. U tom kontekstu zanimljiv je i podatak da je od utemeljenja prve radio stanice, Pitsburg, 1921. godine, do 10.016-te, osnovane 1981. godine, prošlo samo šest decenija. Simboličan, čak pomalo romantičan i dakako, masmedijski oproštaj s nekim gotovo svjetskim časopisima kao što je *Lajf (Life)* bio je ujedno i simboličan oproštaj sa svijetom koji nestaje. A nije nestao samo *Lajf*.

„Kako *treći talas* nahrupljuje, masovni mediji, daleko od toga da šire svoj uticaj, iznenada su prisiljeni da ga dijele. Na mnogim frontovima istovremeno bivaju potučeni od *demasifikovanih (orig. demassified, op. T. Š.)* medija“⁸¹. Kako su radio slušaocce „razdijelile“ male radio stanice koje potpuno zadovoljavaju profil etničkih, socioloških ili dobrih manjina, tako su i ostali *demasifikovani* mediji stekli svoju publiku. Tofler pod takvim medijima podrazumeva male časopise, usko specijalizovane časopise, novine i časopise za male zajednice, CB radio, kablovsku televiziju itd. Muzeji su takođe zapljusnuti *trećim talasom* i među njima je od

početka sedamdesetih godina dvadesetog vijeka započeo temeljno nov proces, koji se još uvijek bori da ga prepozna čitljiva većina i tradicionalna muzeologija.

Tofler je eklektik i sintetičar, a čitljivost njegovih dijela i jednostavnost objašnjenja kao da umanjuju njegovu vrijednost u očima režisera masovnih poruka⁸². Analizirajući efekte „drugog talasa“, koji je još uvijek u dejstvu, Tofler nije mogao da zaobiđe zaključke koje već sama statistika otkriva. Jedna četvrtina stanovništva SAD pati od nekog oblika emocionalnog stresa. Riječ je, naravno, o problemu najozbiljnije krize identiteta u istoriji čovjeka. Nije naodmet podsjetiti se da je, zapravo, središnji kôd muzejske institucije, *muzejski DNK*, upravo problem identiteta. Svejedno je o čemu govori pojedini muzej, čemu je „posvjećen“, šta obrađuje, svejedno je kome upućuje svoje poruke. U svemu je osnova neki identitet koji se pronalazi, proučava, čuva i komunicira. Kriza individualnog identiteta uvijek je odsjaj krize identiteta društva i okoline. Od poslednjih inkvizicijskih lomača do genetskog inženjeringa i čovjeka koji se šeta u bespuću svemira, prošlo je nešto više od tri vijeka, a među nama je nemali broj stogodišnjaka, rečeno tek poređenja radi. Ipak ne postoji ništa više što nas veže s tim ljudima od pre sto godina, osim zajedničke prošlosti. To je svijet u kojem bismo, da nas tamo nepovratno smjeste, željeli jedino da umremo. Teret te silne promjene nosi naša ljudska zajednica i svaki pojedinac u njoj. Rezultat je univerzalna kriza identiteta koja se jednako tiče i planina i ljudi i, sledstveno, napor da uspostavimo poljuljane kodove. Savremeni muzej je prirodni činilac restitucije. Da bi obavio svoj zadatak, treba da definiše svoju „savremenost“ i mehanizme koje će upotrijebiti.

Kriza identiteta, bar ukoliko se tiče ljudi, znači stanje u kojem nije postignut novi identitet, a izgubljen je prvobitni – to je stanje dezintegracije i dezorijentisanosti. Masovni mediji su velikim dijelom i uzrok, dakle u njima nije utočište, već se rješenje nagonski traži u autoritetu ili bilo kakvom koherentnom konceptu. Vjerski fanatizam i društveno otpadništvo, kao dva ekstremna koncepta, nikad nisu imali toliko sljedbenika. Problem samoće, kao socijalne posljedica krize identiteta ili „viška“ identiteta, rešiv je kroz stvaranje osjećaja zajednice. „To daje ljudima vitalno potreban osjećaj pripadnosti. A institucije od kojih zajedništvo zavisi raspadaju se u svim tehno-društvima. Rezultat je šireća kuga samoće“⁸³. Pogle-

vlje razvoja muzejske institucije, razrađeno na osnovu ovih premisa, moglo bi se zvati „uspon malih muzeja“. Nikako ne treba zaboraviti da će se u slijedećem periodu, recimo u civilizaciji *trećeg talasa*, rješenje problema tražiti i nalaziti na nivou pojedinca. Tehnologija se već poodavno pripremila novom prilagodljivošću i novim oblicima participacije u proizvodnom procesu. Ostaje da društvene institucije, da ne spominjemo ostale mehanizme, svoje napore usredsrede na individuume, bilo da je riječ o pojedincu ili o grupi. Vitalno pitanje za muzeje, koje bi u doba uspona masovne kulture bilo smešno, jeste da li mogu bitno pomoći da svi oni koji osećaju traumatsku besciljnost osete da su važni i potrebni.

Muzeji se svojom klasičnom „*story line*“ ekspozicijom još uvek obraćaju uglavnom publici s navikama i očekivanjima ljudi *drugog talasa*. Nova publika muzeja, ili barem buduća publika muzeja, mogla bi imati potpuno drugačiju predstavu o potrebnoj komunikaciji. Novi mediji su već stvorili publiku *druge kulture gledanja* i poimanja viđenog. Tofler tu kulturu naziva „*blip-kultura*“: „Ljudi *trećeg talasa* bolje se osjećaju usred tog bombardovanja *blipovima*... Ali oni takođe budno paze na pojavu novih koncepata ili metafora koji sumiraju ili organizuju *blipove* u veće cjeline“⁸⁴. *Blip* je informacioni bljesak, kratka poruka neopterećena sintaksom koja smisao stiće tek u kolažiranju i kombinacijama. Jezik muzejskih audio-vizuelnih programa moraće da vodi računa o novoj kulturi oka i komuniciranja. Evo kako taj proces objašnjava Tofler: „Umjesto da pokušavaju da strpaju nove modularne podatke u standardne kategorije ili okvire *drugog talasa*, oni uče da prave sopstvene, da oblikuju sopstvene ‘niti’ od *blip-materijala* koji u njih ispaljuju novi mediji“. Ono što kasnije kaže tiče se nove uloge pojedinca koji je prisiljen neprestano tražiti sopstveni put, sopstveni „model stvarnosti“. „Ali to vodi do veće individualnosti, *de-masifikacije* osobe kao i kulture“⁸⁵. Razvijajući to razmišljanje Tofler dolazi do paradoksalne situacije u kojoj se čini da nijedna sinteza nije dohvatljiva i da se „spoznaja svijeta uspostavlja igrom slučaja“. Realno bi bilo pretpostaviti da je riječ o povećanom broju mogućih sinteza, kao posljedici lake dostupnosti i brojnosti informacionih izvora. Takođe je logično očekivati da će se uspostavljanje takvih sinteza događati na mnogo više nivoa, što upravo i znači formiranje informacionog proizvoda po meri korisnika.

Telematika upravo posjeduje fleksibilnost koja će omogućiti maksimalnu slobodu unutar okolnosti savršeno laganog „*retrievala*“ praktično beskonačnog broja podataka. „Medij je poruka“, zaista će značiti da telematika može da pospeši pojavu jednog novog društva, ali ga naravno ne stvara sama niti neometana. Sve tehničke revolucije u prošlosti izazivale su intenzivnu ili temeljnu reorganizaciju društva. Te revolucionarne promjene, direktni zahvati u sam medij ili područje djelatnosti koje biva revolucionirano, postupno bivaju sve veći. Po istoj strmoj progresiji efekti se rasprostiru brže i po većem području. Promjene postaju sve fundamentalnijeg karaktera i treba im manje vremena da „dovrše“ revolucionisanje.

„Informatička revolucija“, kaže se u već spominjanom izveštaju francuskom predsjedniku⁸⁶, „imaće šire posljedice“. Ona nije jedina tehnička inovacija ovih posljednjih godina, ali ona predstavlja zajedničkog činioca koji omogućava i ubrzava sve ostale. Pogotovo, u meri u kojoj mijenja obradu i čuvanje informacija, ona će modifikovati „nervni sistem“ što, ma kako imalo metaforičnu vrijednost i nije slučajno. Čovječanstvo, kome su do sada rasli udovi, sad bi trebalo da „odrase“ i mozak. Već je u nekoliko navrata bilo spomenuto da je područje direktnog „sudara“ muzeja s temom informatičke revolucije, područje tzv. kolektivne memorije gde su muzeji, htjeli ili ne, jedan od najvažnijih mehanizama. Ta antropomorfna metafora revolucije komunikacija može da izgleda ishitrena, ali kako je riječ o jednom slijedu promjena koje zahvataju čovječanstvo, nije preambiciozno suditi o cjelini po opštim karakteristikama jedinice. Riječ je, dakle, o tome da li će muzeji učestvovati u odrastanju čovječanstva ili će ostati anahrono svjedočanstvo nekih njegovih bivših taština. Čak i umereni optimisti informatike vjeruju da je čudo na domak ruke. „Informatika jeste informacija, informacija jeste kultura, a kultura jeste emancipacija i demokratija. Tu su svi koji vjeruju da omogućavaju suptilniji i ličniji dijalog, bolju participaciju, povećanje lične odgovornosti, veći otpor slabih i ‘malih’ nasrtajima ‘*Države Levijatan*’ ili nasrtajima ekonomskih i društvenih silnika“⁸⁷. Pod državom *Levijatan* autori vjerovatno misle na IBM, dajući mu tako pravi značaj. Kako god među dobre efekte telematike može da se ubroji demokratski efekat kroz povećanu „transparentiju među socijalnim grupama“⁸⁸, ostaje činjenica da svaki informacioni sistem može da postane i sredstvo

nasilja. O nekim obrtima teoretičari ne mogu da sude. Njihovo je da naznače mogućnosti, a sklopovi okolnosti određuju smjer događanja. Naime, upravo socijalna transparentija je jedan od argumenata kojim pesimisti utvrđuju da će biti ugrožena sloboda. Uostalom, neke najveće donedavne pogibeljnosti sistema otvaraju danas zadivljujuće nove potencijale.

Informatika, kao ni video na primjer, nije izuzetak kad je riječ o medijskim *psima tragačima*. Njene mogućnosti isprobavaju se najpre tamo gde nikad nije dosta efikasnosti. *Vinews*, kompanija u Velikoj Britaniji svaki dan po 10 minuta šalje za SSSR novosti preko satelita *Intelsat*. Ista Agencija opslužuje Srednji Istok, Južnu Afriku, obe Amerike, Aziju i Pacifik. Na sličan način je SSSR stvorio potpuno informaciono zasićenje u Poljskoj za vrijeme krize: pet sati dnevno emisija Radio Moskve na poljskom jeziku i sat i dvadeset minuta emisija na II programu poljskog radija nedeljno⁸⁹. Hitlerov uspon pomogao je radio, Kenedija je uzdigla televizija, Homeini se trijumfalno vratio po stazi od magnetofonskih kaseti, a istim se sredstvom branila „Solidarnost”... Uostalom, nije li značajno da je tih činjenica svjesna najšira javnost iako ih je prije dvije decenije trebalo dokazivati.

„Nismo više tamo gdje smo stajali prije deceniju, zbunjeni promjenama čiji su nam međudnosi bili nepoznati. Danas, iza konfuzije promjene, postoji rastuća koherencija rastera. Budućnost se uobličava⁹⁰. U ovo vrijeme koje se svojim novostima na takav način poigrava sudbinom čovječanstva, futurologija je izgubila prizvuk polunaučne, proizvoljne i gotovo zabavljačke discipline koja nam slika neke nerazumljive, smiješne situacije i ljude u kojima ne možemo prepoznati sebe. Već i svako dugoročno planiranje ima gotovo karakter futurološke vizije. Dakle, svaka djelatnost dužna je da vodi računa o promjenama koje joj menjaju karakter ili uslovljavaju oblike rada. Virnuti i preko granice budućnosti koja je već oko nas, oduvijek je prednost koju treba steći. Ipak, „tradicionalne sheme za interpretiranje društva i predviđanje njegove budućnosti biće slabo utočište⁹¹. Nije riječ, dakako, samo o interpretaciji društva, nego se ta opaska tiče svih djelatnosti koje ono obuhvata. „Sheme“ su, zapravo, metode koje upotrebljavamo u analizi i zaključivanju, a to znači da je neophodno mijenjati naučne koncepte. Novim muzejima, i to prije no što ih zakonitost potreba i pritisaka stvori, treba nova, drugačija muzeologija.

Prihvatanje prvih konsekvenci informatičke revolucije ima praktičnu težinu i simboličnu vrijednost baš kao i izlazak čovjeka u svemir. Pred velikim izazovom čovjek je sasvim nov, njegova iskustva vezana su za logiku jedne male planete. „Novi izazov je nesigurnost: nema dobrog predviđanja, nego samo dobrih pitanja o sredstvima putovanja do željenog horizonta“⁹².

Reference

¹ L. J. Rankine, Bez značajnih granica; *Pregled* no. 223 (Beograd, 1983), preuzeto iz zapisnika četrnaeste međunarodne TNO konferencije Information Society: Changes, Chances, Challenges.

² Ibid., str. 3.

³ *Problèmes Audiovisuels* no. 1 (Paris: INA–La Documentation Française 1980): 3.

⁴ Ibid., 4.

⁵ John Thurman, „More than Meets the Ear (Media)“, *Museum News* 56 no. 2 (Washington, November/December 1977): 14.

⁶ Edmund A. Bowles, „The Marriage of Museums and Technology“, *Museum News* 51, no. 8 (Washington, April 1973): 36.

⁷ Simon Nora et Alain Minc, *L'informatisation de la société*. Rapport à M. Le Président de la République, (Paris: La Documentation Française, 1978), 116. Izveštaj je po svojim implikacijama više nego značajan, pa će o njemu u nekoliko navrata biti govora.

⁸ *Problèmes Audiovisuels* no. 1 (1980): 4.

⁹ François Niney, „Rapport Nora/Minc: La Révolution Télématique“, *Sonovision* no. 210 (Paris, Novembre 1978): 30–38.

¹⁰ Edmund A. Bowles, „The Marriage of Museums and Technology“, *Museum News* 51, no. 8 (Washington, April 1973).

¹¹ Niney, „Rapport Nora/Minc“.

¹² Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 9.

¹³ *Culture et Communication* no. 20 (Paris: La Documentation française, Octobre 1979): 4.

¹⁴ *Problèmes Audiovisuels* no. 1 (1980): 3.

¹⁵ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 49.

¹⁶ Niney, „Rapport Nora/Minc“, 3.

¹⁷ Michael Shamberg, *Guerilla Television* (New York: Shamberg Michael and Raindance Corp., 1971), 11.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Jean-Louis Servan-Schreiber, *Le pouvoir d'informer* (Paris: Éditions Robert Laffont, 1972), 327.

²¹ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 118.

- ²² *Museum Magic. Museums and the new Technology: Proceedings of Annual Conference of Museums Association of Australia, Sydney, October 1980* (Sydney: Museum Association of Australia, 1981).
- ²³ Servan-Schreiber, *Le pouvoir d'informer*, 331.
- ²⁴ Edward H. Tenner, „Kompjuter i obrazovana osoba“, *Pregled* no. 225, 40.
- ²⁵ Ferenc Katai, „Le magnétoscope et la communication universelle“, *Sonovision* no. 206 (Paris, Juin 1978): 58–60.
- ²⁶ „Les Programmeurs de Multivision“, *Sonovision* (Mars 1979): 52–62.
- ²⁷ Ibid.
- ²⁸ Ibid.
- ²⁹ Katai, „Le magnétoscope“, 58.
- ³⁰ *Museum Magic*.
- ³¹ Shamberg, *Guerilla Television*, 3.
- ³² Marshall McLuhan, *Understanding Media: the Extensions of Man* (Toronto: McGraw-Hill Book Company, 1966), 111.
- ³³ Katai, „Le magnétoscope“, 58.
- ³⁴ *Museum Magic*, 51.
- ³⁵ McLuhan, *Understanding media*.
- ³⁶ Ibid.
- ³⁷ *Problèmes Audiovisuels* no. 4. (INA - La Documentation française, Novembre/Decembre 1981).
- ³⁸ McLuhan, *Understanding Media*, 8.
- ³⁹ George Basala, „Museums and Technological Utopianism“, *Curator* 17 no. 2 (New York, June 1974): 105–108.
- ⁴⁰ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 105.
- ⁴¹ Ibid., 61.
- ⁴² Ibid., 24.
- ⁴³ Miles Orvell, „Još jedan pogled na Marshall McLuhana“, *Pregled* no. 221 (Beograd 1983) reprint iz časopisa *Technology Review*.
- ⁴⁴ Ibid.
- ⁴⁵ *Business Week* (New York), September 3, 1979.
- ⁴⁶ Dillon S. Ripley, *The Sacred Grove: Essays on Museums*, New York (*Simon and Schuster*) 1969.
- ⁴⁷ Rank, 464,3
- ⁴⁸ Bowles, „The Marriage of Museums and Technology“, 35–36.
- ⁴⁹ *Museum Magic*, 30.
- ⁵⁰ Ibid.
- ⁵¹ *Problèmes Audiovisuels* no. 4, 8
- ⁵² *Museum Magic*, 31.
- ⁵³ Ibid.
- ⁵⁴ Ibid., 23.
- ⁵⁵ Shamberg, *Guerilla Television*, 7.
- ⁵⁶ Ibid.
- ⁵⁷ Alvin Toffler, *The Third Wave* (New York: Bantam Book, 1980), 537.
- ⁵⁸ Ibid.
- ⁵⁹ Ibid., 157.

- ⁶⁰ Ibid.
- ⁶¹ *Musée, film, télévision*, éd. Constant Pirlot (Paris: ICOM, 1972).
- ⁶² Toffler, *The Third Wave*, 389.
- ⁶³ Ibid.
- ⁶⁴ McLuhan, *Understanding Media*, 128.
- ⁶⁵ Ibid., 102.
- ⁶⁶ Jorge Glusberg, *Cool and Hot Museums* (Buenos Aires: CAYC, 1980); knjiga je 1982. prevedena u Jugoslaviji (Muzejski dokumentacioni centar).
- ⁶⁷ Ibid., 51.
- ⁶⁸ Martin Roberts, „The systems, the market, the future“ VHS, Beverly Hills 1970.
- ⁶⁹ Jacques Bureau, *L'ère logique* (Paris: Robert Laffont, 1969).
- ⁷⁰ *Problèmes Audiovisuels* no. 1 (1980).
- ⁷¹ Ibid., 28.
- ⁷² Jedan od sistema bio je prezentovan na sajmu opreme za muzeje u toku Generalne konferencije ICOM-a održane u Barbikan Centru u Londonu 1983.
- ⁷³ Podaci djelom preuzeti iz *Museum Magic*, 17–20.
- ⁷⁴ Ibid., 20.
- ⁷⁵ Ibid.
- ⁷⁶ McLuhan, *Understanding Media*.
- ⁷⁷ Servan-Schreiber, *Le Pouvoir d'Informier*.
- ⁷⁸ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 12.
- ⁷⁹ Podaci preuzeti iz: Alvin Toffler, *The Third Wave*, 537.
- ⁸⁰ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 2.
- ⁸¹ Toffler, *The Third Wave*, 158.
- ⁸² A. Tofler je napisao bestseler *Šok budućnosti* koji je preveden i kod nas. Iako vrlo čitak i s ambicijom sveobuhvatnog sagledavanja problema, Tofler se ne odriče naučnog opreza uz svu smjelost zaključaka.
- ⁸³ Toffler, *The Third Wave*, 367.
- ⁸⁴ Ibid., 166.
- ⁸⁵ Ibid.
- ⁸⁶ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 11.
- ⁸⁷ Ibid., 16.
- ⁸⁸ Ibid., 12.
- ⁸⁹ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 3.
- ⁹⁰ Toffler, *The Third Wave*, 537.
- ⁹¹ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 10.
- ⁹² Ibid., 16.

**ZA
SAVREMENI
MUZEJ**

PRIRODA MUZEJA

Medij

„Vrijeme je umrlo, ‘prostor’ je nestao. Sada živimo u globalnom selu... simultanom događanju“¹, tako je govorio Mekluan još krajem šezdesetih godina dvadesetog vijeka. Profetistički, dramatičan ton namjerno podešen na tonalitet kontrakulture, raspaljivao je protivnike sve od tada. Ipak, ostaje činjenica da se savremena muzejska ustanova, bio Mekluan u pravu ili ne, mora podsjetiti na ovakve parametre. Zadatak muzeja u vrijeme kad su stvarani moderni muzeji nije izgledao ni nejasan niti teško dostižan. Ako je moderne muzeje stvorio renesansni humanizam, prosvjetiteljstvo 18. vijeka i demokratija 19. vijeka, savremeni muzej svoje postojanje mora podesiti mnogo manje jasnom kompleksu ambicija čovječanstva. Zaista, ako se odrekemo parametara vremena i prostora, šta nam ostaje?

Sumnje i spekulacije čine se temeljnijim nego što izgledaju stvarne promjene. Negdje su gotovo nasilno zaustavljene, a negdje se mogu vidjeti tek kao kontinuirani proces. Kontekst informatičke eksplozije, revolucije komunikacija, traži preispitivanja i u njima uporišta neizbježnih promjena. Muzej je sve do nedavno bio institucija koju je bilo lako definisati. Zvanična ICOM-ova definicija toliko je proširena dodatnim mogućnostima da jedva može biti govora o njenoj svrsishodnosti. Savremena muzeologija još je daleko od sopstvene koherencije da bi pružila koliko-toliko definitivne parametre. Ipak, priroda muzeja se neprestano preispituje. H. Gluzberg zove muzej „složenim medijem komuniciranja i informisanja“², a jasno je da o muzeju ne možemo više govoriti kao o definisanoj kulturnoj veličini, nego kao o procesu.

Vidoviti Mekluan nazvao je muzej „skladištem ljudskih vrijednosti“ i „kulturnom bankom krvi“³. Logično je prirodu muzeja uporediti sa samom prirodom kulture pogotovo kad riječi dolaze od

tako poznatog konzervatora kao što je Madlen Urs (Madelein Hours): „Kultura je nosilac ideja nade i napretka, ona nikad nije statična“⁴. Iz toga bi proizlazilo da je priroda muzeja promjenjiva, da je, za razliku od često pretpostavljanog, nestabilna veličina podložna nekom većem broju spoljnih faktora.

U svijetu se događaju neke ozbiljne promjene već u načinu razmišljanja, ma kako neupućenom razlike mogu izgledati formalističke. „Kad je IBM otkrio da nije u poslu pravljenja kancelarijske opreme i poslovnih mašina, nego da je u poslu procesovanja informacija, tek tada je počeo ploviti s jasnim pregledom“⁵. Uprkos jasnim razlikama koje onemogućuju paralelizam, jasno je da današnji muzej zatvara oči pred činjenicom da u svojoj osnovi predstavlja medij, tehnologiju procesovanja informacija o baštini. Informacija je, naravno, bilo koji podatak stavljen u izvjesnu korelaciju s nekim drugim(a). To sasvim sigurno znači da muzeji ne sakupljaju samo trodimenzionalne predmete, kao materijalne činjenice i glavnu supstancu svoje informacione emisije. Materijalni „dokaz“ je opsesija kriminologije, pa ipak je taj status „*opipljivosti*“ priznat i magnetskoj zabilješci glasa te foto i video zapisu. Tradicionalni muzej je upravo osnovan na opsjednutosti predmetima kao obliku fetišizma, groznice vlasništva i iskonskog nagona za usvajanjem, pa i osvajanjem. Uostalom, sve do nedavno, pa čak ponegdje i danas, protivniku u ratu najpre se željela uzeti glava, što je oblik fizičkog podvlašćenja, a potom i duša, što je proces potpunog usvajanja. Ono što se u UNESCO-u zove „*nezakonit transfer kulturnih dobara*“, u primitivnim plemenima se zvalo ratni kanibalizam. Otimati „*neprijatelju*“, isto je što i otimati zaboravu, tj. prošlosti, koja je sudbinski neprijatelj čovjekove volje za vječnim životom. Ostaje činjenica da muzejski fundus prima određen broj objekata kao simbole tog usvajanja i opiranja. Oslobođanje od *opsjednutosti predmetima* zbog toga bi predstavljalo čin odrastanja muzeja i njegovo stupanje na područje višestrukih mogućnosti. Uostalom ni biblioteke, kako stoji u publikaciji o standardima za javne biblioteke u SAD iz 1966. godine⁶, ne sakupljaju samo knjige nego „štampani i audiovizuelni materijal“.

Kao i uvijek, svaka reforma ili novi način razmišljanja u svijetu muzeja obaviće se (relativno) lako u tehničkim i prirodnjačkim muzejima. Ostali muzeji, gde volja za moć vlada preobučena u *taštinu*,

a predstavlja se kao *objektivnost*, ostali muzeji, dakle, biće glasna ili tiha opozicija svemu što remeti pretpostavke njihove prirode.

Najdrastičnija kazna kojom se osuđuju ljudi, ideje i stvari jeste zaborav. Zatvor je restriktivna, kaznena mjera, ali muzej je afirmativna mjera, to jest oblik priznanja i posebnog statusa. Ipak, upravo tradicionalni muzej, ako je pri tom nekomunikativan, u svakodnevnicu izdaje svoju afirmativnu, životnu snagu jer uskim segmentom korisnika i malim brojem izloženih predmeta radi protiv ideje besmrtnosti i beskonačnosti.

Tradicionalni muzej se pri iole dubljoj analizi pokazuje kao nesavršeni mehanizam tako velikih ambicija, jer omogućavajući predmetima fizičko preživljavanje ne garantuje ujedno i njihov život. H. Gluzberg je govorio o faraonskom sindromu u muzejima, a mogao je nastaviti, zaključujući tom logikom, da je i sudbina muzejskog mosta u vječnost jednako groteskna kao i faraonska grobnica.

Smrt, kao potpuni gubitak identiteta, ostaje i dalje za muzeje osnovni izazov na koji treba odgovoriti što boljim sredstvom. Iluzija je oduvijek bila metoda: „(...) Velike kulture ponekad su se potpuno uprle da promjene karakter smrti u očima, uvijek da bi ga prerušile“⁷. Naša civilizacija odrekla se, u ime neke nove samouvjerenosti, iluzija koje može izživjeti i nadoknaditi (i) kroz muzeje. Ipak, završavajući svoj iluzionizam na mumijama, ma o čemu se radilo, ostajemo pri ritualu koji nije dovršen i kojem nedostaje dragoceni osjećaj vječnosti.

Još je Lunačarski tvrdio da su muzeji „grandiozna knjiga sjećanja čovečanstva“. To je dakako toliko široka, pa i istinita teza, da priznaje, naravno, ispravnost tradicionalnih muzeja. Ipak, za razliku od protooblika modernog muzeja, bilo da je riječ o njihovom prestižnom ili usko kolekcionarskom karakteru ili o raznim oblicima *memorabilija* ili *kuriozитета*, današnji muzej ima karakter vrlo razvijenog oblika memorije i sasvim jasne obaveze u zajednici. Inherentna osobina kolektivne memorije trebalo bi da bude objektivnost građena na što savršenijoj sposobnosti *pamćenja*. U ovim sadašnjim okolnostima muzejsko informatička mašina ima preslab *input*, nesavršeno procesovanje i slab *retrieval*. Selektivno kolekcionisanje u zavisnosti od materijalnih faktora i sfera interesa, ne može garantovati objektivnost. Obrada informacija je zastarjelo *usko specijalizovana* i ne dopušta neophodne korelacije. Komunikacija, posljedično

62 rečeno, *korišćenje informacija* je nedovoljno, jer muzeji mahom nisu niti spremni niti opremljeni za takav zadatak.

Savršenost, u obliku ambicije objektivnosti, i *vječnost*, kroz mehanizam čuvanja, dvije su legitimne ambicije muzeja i dva neizbježna izvora frustracija. Savršen je jedino život i nije ništa drugo nego ironična činjenica da se na kraju razvojnog puta muzeja nalazi *muzej-život*.

Nečuveno je velik i sumnjivo težak naš trud da skladišta muzeja pretvorimo u savršeno klimatizovane, osvijetljene i automatizovane moždane memorijske komore. Po svemu što nam o prošlosti, čuvanoj s više ili manje brige, govore upravo ti muzeji, naš trud mora biti uzaludan, jer smo do sada uvijek naslijeđivali samo ostatke. Stvari, ali i bogova. Vječnost nije kategorija koju je moguće postići trudom u materijalu, to je izvan njene logike.

Istovremeno, kako kaže Malro (Malraux), „Mi smo svjedoci najvećeg obnavljanja koje je svijet ikad vidio“⁴⁸. Vrijeme je, naravno nepovratno, a istorija, jer pripada ljudima, nije objektivna. Ako mi zaista jesmo „civilizacija ponovnih oživljavanja“, a Malro je to mislio jedva imajući išta više na umu od samog *buma muzeja*, sa jedne strane i *fotografske reprodukcije*, sa druge strane, onda je jasno da će priroda muzeja pretrpjeti temeljne promjene da bi mogla da zadovolji takve ambicije.

Tehnologija nudi samo dio rješenja, ali ostatak ambicija muzeji će morati da ostvare novom sposobnošću sublimacije i objedinjavanja. U budućnost je nemoguće ići natraške.

Nedovoljno otkrivena priroda muzeja se dovoljno realizuje u transferu iskustva, za koje Sartr (Sartre) kaže da je „još i nešto više od odbrane od smrti. Ono je“, dodaje, „i pravo, staračko pravo“⁴⁹. Nije li savremeni kontekst otkrio u muzejima tu prastaru potrebu integralnog, neobaveznog „učenja“?

Naravno, afirmišući činjenicu svijeta u neprestanoj promjeni i, sledstveno, činjenicu da ni muzej nije definitivan kulturni entitet kojem se priroda ne mijenja, postaje teško govoriti o nekoj inherentnoj, imanentnoj prirodi muzeja. Ipak, vrijedna je nastojanja svaka spoznaja koja nam otkriva neke zajedničke imenitelje muzeja, koji preživljavaju sve promjene okoline (*enviromenta*, u smislu u kojem termin upotrebljava Mekluan). To je ambicija i same definicije muzeja kako je donose ICOM i nacionalne legislative, ali jedna

je temeljna razlika savremenog muzeja prema tradicionalnom: *on izmiče svakoj preciznijoj definiciji mnoštvom svojih oblika podešavanja prema potrebama korisnika*. Uprkos prevladavajućem utjecaju tradicionalnih predložaka, muzeji postaju realniji u sagledavanju svojih mogućnosti i potreba na koje treba da odgovore.

Jedan od drastičnih predložaka koji je kao prokletstvo opterećivao muzeje jeste da su svi muzeji morali imati sve. To je stvorilo nadmetanje, od kojeg su svi imali koristi osim muzeja, i trajne frustracije, jer neki muzeji, naravno, nemaju mogućnosti nekih drugih. Upravo zbog tih razlika dogodilo se da je u „dvadesetak muzeja u svijetu koncentrisano, gotovo sveukupno svjetsko naslijeđe“ (P. de Montebelo /P. de Montebello/)¹⁰, što bi trebalo da označi jednu posebnu muzejsku kastu nekog univerzalnog značenja. Tako je uostalom i dobro, jer je dobro da postoji jedan *Metropolitan* (Metropolitan Museum of Art), ali je groteskno pokušavati praviti drugi. Mali muzeji mogu imati komunikacione kvalitete i efekte koji su nemogući (nažalost) u *Metropolitenu*. Uostalom, *Metropolitan*, *Luvr* (Louvre) i slični, svjedočanstvo su jednog prošlog vremena, oni već izlažu i same sebe i predstavljaju pređeni stadijum gigantizma. Na redu su novi giganti i muzejski patuljci. No, upravo zbog zabuna koje su kao predložak donosili, stoji u potpunosti istinita izjava koju je H. Gluzberg dao u svojoj knjizi: „Zbirke u sastavu raznih muzeja širom cijelog svijeta, osim u dvadeset ili trideset glavnih muzeja, mogle bi se redukovati na minimalni nivo, bez znatnijeg smanjivanja njihove cjelokupne vrijednosti“¹¹.

U vremenu poljuljanih merila i brzih promjena, teško je biti načisto šta je „excellence“ koju treba smjestiti u muzeje, a šta nije spomena vrijedno. Uz to, i ambicije muzeja, onih koji hoće da prenesu iskustvo i uče da razmišljaju, nisu više *faraonski orijentisane* na reprezentativni uzorak koji najbolje predstavlja odlike svoje vrste. Danas je sve bitno, potencijalno jer znamo da bi sutra moglo biti, stvarno. Ta činjenica otvoriće muzej tehnologijama memorisanja i komunikacije. Ipak, već sada je jasno da se muzeji moraju odreći aspiracija na objektivnost i savršenost. U koncepciji participacije, posjetiocima se ionako predaje personalizovana poruka. Štaviše, više ne postoje pretenzije na vječne istine i pozivanje na konačan i definitivan broj podataka. Zaista, nije moguće reći: „Što nije u muzeju ne postoji“.

Muzej je institucija interpretativne prirode i stoga će njegovo područje nastojanja prema savršenosti biti *poruka* u cjelokupnoj njenoj složenosti i bogatstvu. Nikad neće biti moguće sve dokazati u svakom muzeju s originalnim trodimenzionalnim objektima. Muzejska poruka mora biti restitutivnog karaktera, karaktera koji će biti u stanju da stvori osjećaj i atmosferu, više no znanje činjenica. Takva interpretacija je stvaralačkog karaktera i može predstavljati oblik umjetničkog izraza. Pravi, savršen muzej je *art medij*, a definicija njegove istinske prirode je upravo toliko nedohvatljiva kao i definicija umjetnosti. Kao što je i sam jezik u osnovi metaforičan, tako je i muzej, kao interpretativni mehanizam, metaforične prirode jer se odnosi na neki bivši kontekst vremena i prostora kojeg treba „prenijeti“ u sadašnjost. U dočaravanju apstraktnog i nepoznatog, muzej mora da posegne i za takvom slobodom metaforičkog izraza koja je uporediva s umjetničkim izrazom.

Tradicionalni muzej, kao ni faraonova grobnica, nije uništio nego afirmisao svest o smrti iako predstavlja, paradoksalno, uz crkve i hramove, jedan od rijetkih institucionalnih mehanizama za dostizanje vječnosti. Ipak, kao i crkva, muzej je, kaže Malro „na svoj način takođe oslobođen vremena“. Isti autor, u jednom drugom kontekstu tvrdi da „sve što izmiče pripada misteriji“¹².

Poslanstvo

Na seminaru posvećenom budućnosti muzeja jedan iskusan direktor muzeja rekao je da ćemo zadatke muzeja obaviti dobro ili da ih nećemo uopšte obaviti¹³. Teza je bila neophodnost *excellence* u muzejskom radu. Istina je verovatno lišena romantične isključivosti. Upravo iskustvo pokazuje da najčešće ne radimo dobro, pa ipak svoje poslanstvo obavljamo. Specifičan problem muzeologije je definicija muzejskog poslanstva ili misije muzeja u savremenom svijetu. Kako je to središnje pitanje muzejske djelatnosti, nije ovde namjera ni da se pokuša sa nuđenjem definitivnog odgovora. Unutar savremenog konteksta u kojem je muzej izložen tenzijama na koje nije pripremljen i koje direktno utječu na samu njegovu srž,

valjalo bi ipak uspostaviti relevantnu premisu za zaključak kojim ovo nastojanje teži.

Muzej je sredstvo, medij za transfer značenja, a ne medij za sebe. Ipak, kako svaki uspostavljeni identitet prije ili kasnije afirmiše svoje vrijednosti, tako se događa da, naročito umjetnički muzeji, počnu da emituju poruke iz sebe samih, ne iz umjetnosti kojoj služe. Direktor *Van Abe muzeja* (Abbemuseum) iz Ajndhovena kaže da muzej pravi izložbe za umjetnike, a publika je naravno, dobrodošla¹⁴. Stav ima svakako šarm velikog muzejskog manira i draž drastičnog otklona od svih populističkih poziva na služenje masama. Možda je, naizgled varljivo poređenje takvog muzeja s administracijom, koja također može da dosegne stepen samoobnavljanja i samodovoljnosti. Ili je posrijedi neosviještenost činjenice da još uvijek nepotrebno pokušavamo ujednačiti svijet muzeja. Naime, navedeni muzej bi se mogao zvati: „otvoreni muzejski umjetnički atelje“. U istom muzeju, uostalom, umjetnici ponekad „uživo“ izvode svoja djela.

Ako je pitanje istinito, neće biti ni jedino, a ni najteže kojim se preispituje savremena muzeologija.

Evo kako su o tome govorili veliki muzealci protekle generacije: „(...) moramo biti u stanju da reafirmišemo naš sopstveni cilj da bismo pokazali istinu, izvagali sve činioce i da nas ne omete predrasuda i tvrdoglavost (...) nego da objektivno proširimo znanje i saopštavamo ga kao što jeste“¹⁵.

Velike ciljeve kao „objektivnost“, „vječnost“, „istinu“ itd, potrebno je ostaviti kao vidljive belege u bespuću, ali uprkos njihovoj legitimnosti, jer zaista pripadaju imanentnoj prirodi muzeja, jasno je vidljivo u kojoj mjeri je moderni muzej frustriran svojom udaljenošću od njih.

Sekvencijalnost i kauzalitet stvorili su, kao na primjer u istoriji umjetnosti, pritisak ulazne linije i podredili duh pravilima kakva su stvorena u posljednjih nekoliko stotina godina ljudske istorije. Veliko preispitivanje koje je načela dijalektika, a koje je nastavljeno u rješavanju pitanja koja pomamno postavlja savremena tehnologija, treba da bude obavljeno u teorijskom korpusu odnosa prema cjelokupnom naslijeđu, makar taj korpus i dalje nazivali muzeologijom.

Dužnost je muzeja i dio njihovog poslanstva potpuna „eksteritorijalnost“, u smislu dnevne politike, ali ne i dnevnih problema

66 i potpuna sloboda vrednovanja, koje se ne smije pretvoriti u rangiranje vrijednosti. Primarni zadatak muzeja je razvijanje svijesti o naslijeđu. Postojanje aktivne svijesti o naslijeđu podrazumijeva izgradnju posebnog i delikatnog senzibiliteta. Stoga muzej mora da postane okruženje koje je stimulativno i totalno u svom nastojanju kao umjetničko delo. Kontekst tog nastojanja daje i sam UNESCO koji vrlo često, u posljednje vreme, upotrebljava sintagmu da je potrebno „poboljšati kvalitet života“. To je, dakako, moguće razvijanjem svijesti, najpre o samom sebi, a potom o okolini i opštem kontekstu. Načelna potreba koju muzej time ispunjava jeste potreba za čvrstom strukturom. Nekad izrazito, a i sada vidno, takvu čvrstu strukturu davala je religija. Zadatak muzeja je mnogo kompleksniji i odgovorniji, jer istraživanje istinitih odnosa nije stvaranje poetskog mita. „Ali, naši bogovi su mrtvi, a naši demoni itekako živi. Kultura očigledno ne može nadomestiti bogove, ali može doneti čovjeku baštinu svega što je bilo plemenito na svijetu (...)“¹⁶.

U jednom intervjuu Suzan Zontag (Susan Sontag) ispričala je kako se, iako rođena u Americi, uvek iznova vraća u Evropu, jer „u Americi čovjeku nedostaje prošlost, ljudi nemaju sjećanje“¹⁷. Ne zanima ih istorija“. U toj je istinitoj kritici sadržan i razlog zbog kojeg Amerika ima najveći broj muzeja na svijetu i zbog kojeg tamo i najgušćim tempom nastaju. Naravno, razloga ima više.

Malro kaže da je naša civilizacija prva koja se nedohvatljivo i nepoznatljivo odvojila od religija i praznoverja „zato da bi (im) postavljala pitanja“¹⁸, a po njemu, riznicu imaginarnog muzeja punimo oblicima „za koje vjerujemo da ih odabiramo zato što odgovaraju na fundamentalna pitanja naše civilizacije“¹⁹. *Imaginarni muzej je, zapravo, cjelokupno iskustvo čovječanstva, idealni stepen razvoja muzeja, totalni muzej koji predstavlja potpunu memoriju i potpunu svijest. Zbog toga se svi zadaci, cjelokupno poslanstvo muzeja, moraju podesiti tom idealističkom konceptu.* „Bog Imaginarnog muzeja je nepoznatljivo, a prije svega, borba protiv smrti“²⁰. Na istom mjestu taj veliki vizionar kulturnog naslijeđa *imaginarnom muzeju* daje naziv „sveobuhvatno“: „A to sveobuhvatno, koje je zamjenilo prirodu ili Boga, rađa se u velikoj mjeri iz djela stvorenih zato da bi obznanila nepoznato“²¹. Vizija *imaginarnog muzeja* u neposrednoj je vezi s usponom modernih reprografskih tehnika. Malro nikad nije spekulisao sa savremenim medijima, s kojima se fotografija

naravno ne može mjeriti. Više je no dalekosežna kompatibilnost savremene tehnologije, u njenoj prirodi i mogućnostima, i njegovog razmišljanja.

Poslanstvo muzeja, ma kako ga definisali u pojedinostima, mora imati opštu životnu afirmativnost i graditeljsku ambiciju. Andre Malro je bio najveći teoretičar kulturnog naslijeđa, dakle i muzeologije, i bilo bi šteta propustiti navesti u izvornom obliku neke misli izrečene u razgovoru s Nehruom: „Ako je ova civilizacija, koja zadovoljava nagone kao nijedna do sad, ujedno i civilizacija ponovnih oživljavanja, to zacijelo nije puki slučaj. Jer, ponovno oživljena djela, ono što bi se nekad nazvalo besmrtnim slikama, jedina su, čini se, dovoljno snažna da se suprotstave moćima seksa i smrti. Kad se nacije ne bi pozivale na ta djela, i to oslanjajući se na emociju, a ne samo na spoznaju, šta bi se dogodilo? Za pedesetak godina, našom civilizacijom, koja želi da bude i koja vjeruje da je civilizacija nauke, što je tačno, potpuno bi ovladali nagoni i elementarni snovi. Potpunije no gotovo ijednom do sada od svih civilizacija koje je svijet poznao. Mislim da se za nas problem kulture ukazuje prvenstveno, upravo u tom smislu“²². Teško je oteti se utisku da je riječ zapravo o muzejima. Ta svijest kulture o cjelokupnom iskustvu i nije ništa drugo do li predmet poslanstva muzeja. Muzeji su ti koji, kao najveća moguća laboratorija za stvaranje interesa za kulturne vrijednosti, pokušavaju da riješe problem koji je središnji „u našem nastojanju da kao ljudski rod preživimo“²³. Isti autor, a i još poneki glas dolaze iz same muzejske djelatnosti i najčešće govore s potpuno iskustvenih pozicija. Zbog toga je zanimljiva podudarnost tih glasona sa „slobodnim misliocem“, kakav je Malro, kad tvrde na ovaj ili onaj način, da se ostvarivanjem pune uloge muzeja čini korak prema „spasenju“.

Uspije li muzej da nam ponovo ulije „osjećaj magije i straha pred složnošću i ljepotom svijeta prirode i pred genijalnošću i veštinom čovjeka“²⁴, učinjeno je mnogo. Uspije li stvoriti osjećaj ljudima da su „građani svijeta“, upravo afirmišući i obznanjujući pojedinačne identitete, primaknućemo se miru. Ako nas učini sposobnima da gledamo i logički zaključujemo na osnovu viđenog, učinio je više no što to čine škole. Gotovo niko ne uči radoznalosti i ličnom istraživanju, a muzeji to zaista mogu.

68 „Oživljavanje onog vrijednog iz tradicije nije vraćanje u prošlost nego odabir onoga što će pokrenuti naprijed“²⁵. Navedeno mišljenje je tim vrednije što ne dolazi od profesionalnog muzejskog radnika. Mogli bismo ga poduprijeti jednim primjerom. *Muzej australijske demokratije* u Kanberi, organizovao je „dramatizaciju“ izbora iz 1855. godine za poslednju vladu koja je uspostavila novi ustav pre osamostaljenja. Događaj je odigran u okviru dječjeg festivala, a na kraju je održana jednodnevna sjednica „senata“. Cilj je jačanje entuzijazma za političku istoriju i nadvladavanje uvjerenja da je politički sistem nepromijenjiv i nezanimljiv. U mnoštvu muzeja u Americi sličnim se dramatizacijama želi obogatiti iskustvo i usaditi odgovornost.

U savremenoj civilizaciji, jedino što je stalno je promjena. „Prva i glavna funkcija javnog muzeja jeste da pomogne privikavanju velikih masa ljudi na okolinu koju karakteriše stopa promjena svih životnih uslova bez presedana. Već nekoliko generacija, u stvari od industrijske revolucije, visoka i stalno rastuća stopa promjena postala je obilježje naše civilizacije“²⁶. Mišljenje kao da pripada Mekluanu, ali na sreću dolazi od jednog od najznačajnijih muzejskih radnika u svijetu. Čovjek počinje da pati od neke vrste prenatalne rudimentarne svijesti o okolini. Njegova *environmentalna* ćelija u membranama sadrži sve izvore na kojima zasniva svoju fizičku egzistenciju, ali ne samo nju. Dve crne rupice na zidu, koje ničim ne podsjećaju na ogromnu hidrocentralu, usijane peći termocentrale, ili stotine kilometara dalekovoda su energija; sjajni hrom slavine ničim ne podsjećaju na rijeke, jezera, crpilišta itd. Kutiju sa staklenim ekranom, koja ničim ne podsjećaju na život na ulici, zove „moj prozor u svijet“. Sav fizički otpad nestaje u otvorima koji ničim ne sugerišu grandioznost problema, očigledno – „tamo negde drugde“. Muzeji nam mogu pomoći razbijanjem iluzija koje svakodnevno stvara mašina potrošačkih snova.

Tofler kao da je imao muzeje na umu kad je kazao: „Svaka civilizacija mora naučiti svoju djecu da se nose s vremenom i prostorom. Mora objasniti, bilo kroz mit, metaforu ili naučnu teoriju, kako funkcioniše priroda. Mora ponuditi neke ključeve na pitanja zašto se stvari događaju, kako se događaju“²⁷. Naravno, svako na ulici zna da nešto nije u redu ako ljudi odrastu, a da nisu videli kravu, ali će ipak koristiti da citiramo jednog stručnjaka s *Prospect*

2000 Conference koja je održana 1979. u Pertu: „Većina ljudi danas nema više pojma o tome kako radi atomska centrala nego što je neandertalac imao o tome zašto zalazi sunce“²⁸.

Dokle će u preuzimanju zaduženja, na putu prema „spasenju“ sezati područje odgovornosti i angažmana muzeja, vjerovatno nije moguće precizno utvrditi. Činjenica je, recimo, da godišnje nestaje oko hiljadu biljnih i životinjskih vrsta s ove planete. Muzeji, koji su à priori čuvari identiteta, moraju učiniti definitivan napor da taj ugroženi identitet spasu. Izlaz je u tome da postanu aktivni činoci zaštite, da imaju, recimo, banke *klicine plazme* i banke *ćelija* koje bi omogućile kloniranje. To će vjerovatno biti zadatak drugih, ali tu negdje blizu je i granica potrebnog muzejskog angažmana. Naravno, nije riječ samo o raznovrsnosti biljnog i životinjskog svijeta koju treba zadržati. Jedva manje bitna je kulturna raznolikost koja se pred zakonima tržišta povlači u tipske rezervate podobne za tržišnu manipulaciju. Uz smrt kao ekstreman slučaj, najdrastičnija kazna koju čovjek namjenjuje drugom čovjeku je gubitak identiteta. Kako uostalom pokazuju savremena iskustva, jednom ugroženi individualni identitet se nastoji zadobiti agresivnošću i nasiljem – između ostalog. Ugroženi nacionalni identitet „brani“ se terorizmom, što je isto tako znak fundamentalnih poremećaja i frustracija objektivne ili subjektivne prirode.

Čini se da davna Kropotkinova ambicija da postigne „sintetizovani pogled na svijet povezujući rezultate svih nauka“, u potpunosti odgovara nastojanju muzeja.

Podrazumjevajući da je istorija muzejske ustanove poznata u svojim magistralnim mjenama, činiće se po svemu, ne samo po „diktatu“ tehnološkog *environmenta*, da je stiglo vrijeme promjene u kojem će muzej doživjeti transformaciju. Napor da se redefiniše priroda muzeja i to kroz nekoliko analitičkih kanala, pokazuje sam po sebi logičnost opredjeljenja za savremeni muzej, za novi muzej koji je u skladu i primeren sadašnjem vremenu. Takav muzej će još uvijek ostati muzeološka, artificijelna veličina kao jedan opšti kvalitet određen analizom sadašnjeg vremena, analizom tehnoloških konotacija koje ga određuju, analizom prirode samog muzejskog medija, analizom prirode samog muzejskog predmeta, te kontekstom audio-vizuelne komunikacije. Totalna memorija, totalni uvid i totalna komunikacija mogu možda rezultirati u nekom –

70 totalnom muzeju. Njegov osnovni „nedostatak“ biće nemogućnost kratke definicije. Jer, muzej je po mjeri moguće definisati samo prema načelima. Mjera je uvek različita. Ako je pak riječ o viziji, totalni muzej je mnogo više od institucije.

Muzej i identitet

Poruka muzeja je u dokazivanju da nas za prošlost ne vežu samo mitovi i uspomene, da je prošlost tlo iz kojeg raste identitet svega, sa svim opterećenjima i zakonitostima, da je svijest o prošlosti oblik afirmacije identiteta, dakle, oblik preživljavanja. Dominantna crta poslanstva muzejske institucije jeste odbrana identiteta, ali identiteta u kontinuumu. Jer, ako se muzej zadrži na prošlosti ne uspostavljajući kontakt sa sadašnjošću, postaje opravdan pežorativan kritički ton koji muzeje naziva *mrtvačnicom*. Muzej u kojem su predmeti mrtvi ne služi životu nego smrti. U kojoj mjeri savremena tehnologija može pridonijeti uvjerljivosti „ponovnog oživljavanja“, ostaje jedan od najvažnijih problema za rješavanje. Po svemu se čini da će tek savremena i buduća audio-vizuelna sredstva realizovati poslanstvo muzeja.

Na pitanje šta je središnji problem Latinske Amerike danas, poznati meksički pisac Karlos Fuentes (Carlos Fuentes) u jednom intervjuu u časopisu *Njuzvik (Newsweek)* ne navodi ni političku zavisnost, ni demokratiju, ni ekonomske teškoće, ni zaostalost... Njegov je odgovor: „Da konačno uspostavi nacionalni identitet. Previše je imitacija bilo u našoj istoriji, previše onih nametnutih spolja“. Na istoj velikoj spoznaji narastao je i jedan od najljepših muzeja svijeta, na prvi pogled ambiciozan, ali zapravo kontradjelatan, *Antropološki muzej* u Meksiko Sitiju (Museo de Antropologia).

Kulturni život, život s baštinom, kulturnim naslijeđem, direktan je proces izgradnje identiteta. Podsticnje kulturne, koja je *à priori* nosilac pozitivnih kvaliteta, ujedno je nuđenje prilike za izgradnju identiteta. Svi ostali načini sticanja identiteta mogu imati negativne i ne-kooperantne osobine koje, sljedstveno, ne oplemenjuju ljudski duh.

Kako muzej ima izrazitu prirodu korektivnog društvenog mehanizma, protivdjelatnu moć i obavezu, odbrana identiteta može biti i u smislu razotkrivanja i revidiranja zabluda. Američki pisac Teodor Rosak (Theodore Roszak) često je govorio da je glavni dio krivice koja opterećuje svijest ljudi upravo krivica koja im se pripisuje zato što ne žive u skladu s nametnutim identitetom. Muzej bi trebalo da bude u toj mjeri upućen i u toku, da takve mistifikacije, kojim društvo opterećuje pojedince i grupe, presretne istinom i objektivnim pristupom. Kao primjer takvog jednog oslobađanja Rosak spominje hendikepirane i smatra da je to „jedan od najimpresivnijih pokreta našeg vremena“.

Uspjeh muzeja u javnosti zavisi od snage i sposobnosti da izazovu proces i potrebu identifikacije. To je postupak kojim se služi muzika, teatar, film. Prednost muzeja je što može da ponudi, na izvjestan način i legitimno, isto medijsko bogatstvo, ali s dodatnom uvjerljivošću. Muzejska informaciona moneta ima „zlatnu podlogu“ u jedinstvenom materijalu koji se u muzeju nalazi.

Insistirati na odnosu *muzej-identitet* nije otkrivanje nepoznatog, ali može biti prilog definiciji muzeja, to jest prirodi muzejske institucije. Jedinstvenost materijala koji čini sadržaj muzejskih depoa može biti u njenoj neuporedivoj ljepoti, rijetkosti ili memorijalnoj vrijednosti, ali govoreći globalno, ma kako kvalitetna, zbirka svoju važnost zasniva na doseg predstavljanja nekog identiteta. Primjeri toga su gotovo bezbrojni: jedna od većih, novijih privatnih zbirki umjetnina u svjetskim razmerama, zbirka porodice Menil (Ménil)²⁹, uz svo bogatstvo značajnog imena, ostaće važna po izuzetno kompaktnoj i potpunoj zbirci eskimskih artefakata koje sadrži. Dobar muzej, govoreći dakle i kroz tradicionalna merila, činiće dobro predstavljen identitet, ma o čemu da je reč, ali ishodimo li za tu tvrdnju saglasnost, štošta je novo u logičkom produžetku. Ni muzeji nisu više artifičijelne institucije, koje je lako podijeliti po silabusu nauka prošlog vjeka, niti je identitet ograničen na logičku ili matematičku sferu nego zalazi u područja psihologije i sociologije. Kako je identitet *de facto* skup neograničenog broja osobina, *zaštita, čuvanje* ili *komuniciranje* nekog identiteta podrazumjeva primjerenu širinu. Otuda i Žorž Anri Rivijer (Georges-Henri Rivière) govori o „integrisanom muzeju“, jer sadašnji kroz reflektorski snop svoje „matične“ nauke sagledava tek izdvojen komadić stvarnosti. Stoga je

i uvid nemoguć i prezentacija nekog identiteta, barem, diskutabilna. To je ustupak fragmentarnoj svijesti ili manipulaciji koju takva svijest omogućuje. Kad se muzeju, protivno njegovoj imanentnoj prirodi, oduzme snaga stvaraoca novih vizija kroz nove panoramske uvide, tj. ovladavanje identitetima koje ima namjeru da štiti i komunicira, onda je neophodno alibi potražiti u svim oblicima elitizma: najbolje, najskuplje, najljepše, jedinstveno, dragoceno, basnoslovno itd. Direktni šarm zla, u obliku prestiža i igre moći, uvijek je iskušenje i kad muzej ima za zadatak da predstavi kulturni identitet jednog naroda. Uprkos evidentnoj širini takvog zahvata „nacionalnog muzeja“, prezentacija i ono što joj prethodi, pretvaraju se u teatar taštine, u prestižni izlog moći.

Muzeji raspolažu publikom koja je odavno kulturološki dresirana. S pogledom uprtim prema vrhu društvene ljestvice ona rijetko ima vremena i smisla da sagleda samu sebe. Štaviše, spremna je u svojoj ideologiji „napredovanja“, „progresu“ i „usponu“, u ime željenih vrijednosti da omalovažava i sebe i, naravno, one ispod, ako ih ima. Zašto je to važno? Zbog toga što reakcija (*in universum*) često maše pogrešnim argumentima pozivajući se, u svojoj zaštiti tradicionalnih vrijednosti, na volju većine ili volju naroda. Tek između dva svjetska rata etno-identitetu je kroz etnografske muzeje data šansa afirmacije. U međuvremenu, i još uvijek, muzeji afirmišu gotovo isključivo *fah-identitet* ili „više“ oblike identiteta. Čak i u tako upražnjenoj kulturološkoj situaciji kao što je, na primjer, postojala u mjestu Le Krezo (Le Creusot) u Francuskoj samo deceniju prije osnivanja, danas najstarijeg *ekomuzeja*, teško je, zbog navedenih opterećenja, dokazati ispravnost nove muzejske prakse, tj da je *muzej* isto što i *identitet*.

Muzej i moć

Proto-oblici javnog muzeja su uprkos svom karakteru zadržali najvažnije attribute privatnih kolekcija iz kojih su obično nastajali. Uostalom, tradicionalni muzej na tim argumentima gradi i sliku o sebi. Kao što su zbirke svojim vlasnicima osiguravale poseban društveni status, prestiž i, ukratko, moć, tako i muzejski fundusi nose

isti potencijal i na sličan način ga iskorišćavaju. Zbirke su bogatstvo u komercijalnom smislu, njihova tržišna vrijednost je izgrađena u složenom sistemu ponude i potražnje. Građansko društvo koje je i ustanovilo muzeje, pobrinulo se da mitovima o *originalnosti*, *jedinstvenosti* i *rijetkosti* stvori čvrst osnov svakom takmičenju u kojem će najbogatijima biti garantovana pobjeda u trci za što „bogatijim“ *fundusom*. Obzidane tim mitovima o koje se razbija svaka demokratska demistifikacija, zbirke i muzejski predmeti u njima postaju moneta nad monetama, najsigurniji oblik dugoročnog ulaganja u privrednom i duhovnom smislu. U muzejima, kustosi se prepuštaju kolekcionarskoj groznici iz usko profesionalne strasti, a nedostatak odgovarajućeg obrazovanja za složeni posao koji im je namjenjen lišava ih odgovornosti za prilog koji, iz inertnosti, najpre, daju manipulaciji imenom i idejom muzeja. Motivi i sredstva uobičajenih manipulacija, najčešće su daleko izvan idealne prirode muzeja.

Danas se često i iz, više nego, dovoljno razloga kaže da je informacija najsnažnije sredstvo moći. Na prvi pogled, nesklonom je to još jedna od pseudo-revolucionarnih sintagmi iz riječnika tzv. informatičke ere. Neko ko tako razmišlja lako shvata argumente tradicionalne sintakse po kojoj je vlasništvo nad (basnoslovno skupom) zbirkom najčešće metafora moći. A samo korak dalje je zaključak da je u osnovi vrijednosti predmeta upravo njihov informacioni potencijal.

Stara je spoznaja da na svijetu ne postoje nove stvari: ima samo onih s kojima se mi prvi put susrećemo. Istorija matematike pruža nam argumente za tvrdnju da je u svom primitivnom obliku računar postojao tako davno kao i potreba da se riješe neki matematički problemi. Porijeklo riječi „kalkulator“ upućuje na metodu tzv. „kameničarenja“, vrlo sličnoj današnjoj dječjoj računaljki.

Još 1830. godine je u Francuskoj uspostavljena služba za zaštitu istorijskih spomenika. Njome su rukovodili tako važni ljudi kao što su bili Prosper Merime (Prosper Mérimé) i Viole le Dik (Viollet-le-Duc). Komentarišući tu činjenicu Aleksander (Alexander) kaže da je to bio „pokušaj da se istorijske strukture upotrebe kao sredstvo stabilnosti vladajućoj sili“³⁰. S istim predumišljajem u to vrijeme i do kraja vijeka po čitavoj Evropi, u dotad neviđenom slijedu, nastaju nacionalni muzeji. Oспоравани ili ugroženi identiteti naroda našli su u muzejima gotovo idealno sredstvo da „pokažu“ i dokažu

ideje koje su nalazile odjeka u svim oblicima, posebno duhovnih djelatnosti. Hipertrofijom tih ideja u razne oblike šovinizma, rasizma i tragičnih fašističkih fantazama, muzeji su, nadovezujući se na, nekad konstruktivan, romantizam, upregnuti da dokažu ispravnost i tih „ideja“. Time su evidentno pokazane dve činjenice: da su muzeji izuzetno pogodan mehanizam manipulacije, zbog svoje atraktivnosti i uvjerljivosti, te da su uzeti *à priori* kao atributi moći, po vlasništvu nad njihovim materijalnim i funkcionalnim preživljavanjem.

Služba zaštite spomenika nikla je iz osjećaja vlasništva i potrebe odbrane identiteta izvrgnutog neprestanom ugrožavanju. Kao i muzeji, uostalom. Da je riječ o vrlo primordijalnim kompleksima, svjedoče i mnogobrojni primjeri. Unutar programa i velikih potreba zaštite spomenika i obnove muzeja, u Egiptu je 1968. godine najavljena namjera da će se nekoliko stotina mumija rasprodati zainteresovanim muzejima u svijetu i tako nabaviti sredstva. Akcija je obznanjena u časopisu *Tajm (Time)*, a reakcija egipatske javnosti bila je drastična. „Lažni nacionalni ponos“, kako pozadinu događaja naziva čovjek koji je akciju objavio, našao je za shodno da učesnike nazove narodnim izdajicama itd³¹. Nekoliko stotina mumija manje, od nekoliko hiljada postojećih, koje jedino po tlu na kojem jesu imaju veze sa današnjim Egiptom, ni brojčano ne bi predstavljalo osiromašenje nacionalnog prestiža vlasništva.

Kapitalistička privreda, kada želi da zadrži visinu cijena pojedinih produkata ili sirovina, uništava, tzv. *višak ponude*, čak i da milioni ljudi umiru godišnje od gladi. Kapitalistički muzeji, a to su, ne računajući rijetke izuzetke, svi muzeji bez obzira na političku pripadnost zemlje u kojoj jesu, ne uništavaju, doduše, svoj „višak ponude“, ali ga skladište duboko u mrak svojih depoa. Među najvećim svjetskim muzejima sasvim su rijetki oni koji u svojim nepreglednim salama izlažu više od 15% zbirke. Sasvim izuzetno dogodilo se da je neki muzej u ime neke sasvim izvjesne nove akvizicije prodao „višak“³². I tada je više riječ o zameni. Uprkos tome, jedna od najvažnijih tema muzejskih radnika jeste hronični nedostatak sredstava za akvizicije ili za stručni rad uopšte. Drastična pravila postoje ponekad i zbog toga da bi se spriječila manipulacija na osnovu načelnih mogućnosti, ali kako bilo da bilo, rezultat

je sveto pravilo po kojem muzejski fundus ima usisnu moć „crne rupe“ za sve što iole predstavlja vrijednost.

Environment, dakle okolina, u radovima M. Mekluana ima značenje oficijelnog konteksta kulture, politike i tehnologije, kojem muzeji takođe pripadaju. Njihova geneza pokazuje da su oduvijek bili suviše interesantan transfer moći da bi bili izostavljeni. Zanimljivo je stoga čuti da Mekluan misli da „okolina kao procesor informacija predstavlja propagandu“. Znajući u kojoj mjeri muzeji, makar i indirektno, služe ciljevima afirmacije moći i ciljevima prestiža, navedena dedukcija ima značajnu težinu. Teško je za pretpostaviti da muzeji ne učestvuju u „pravom, totalnom ratu koji je postao informatički rat (...) uključujući svakoga – u svako vrijeme – svugdje“³³. Zabrinuti tonovi vladinih analiza, od kojih je jedna ovde spomenuta, premeštaju u stvarnost takve zaključke iz područja davnih Mekluanovih upozorenja. Svim teoretičarima geopolitike, a i običnim ljudima, jasno je da se oni klasični ratovi vode samo na ukrštanjima linija moći ali strogo izvan „heartlanda“ („otadžbinskog središta“).

Pitanje svoje egzistencije muzeji su riješili i riješavaju tako što nastoje da postanu nezamjenjivi svojim gospodarima. Ali, takvom se pragmatičnom mudročću muzeji odriču elastičnosti i otvorenosti, te svaka inovacija za njih postaje oblik ugrožavanja. Vodeći *establishment* koji stvara sistem vrijednosti, osniva i održava, muzeje ili o njima vodi brigu samo u mjeri u kojoj mu muzeji služe. Ali osim tog, doduše egzistencijalnog pritiska na prirodu muzejskog poslanstva, postoje mnogobrojni drugi utjecaji iz društvene sredine koji pridonose i uspostavljanju muzeja kao kontradjelnog mehanizma. Onaj koji posjeduje materijalna sredstva sebi uvek zadržava pravo da pita gdje i kako su utrošena, pa se s time taj dio sudbine muzeja razrješava naravno u mnogo širem društvenom kontekstu.

Francuska i SAD, svaka na svoj način, slijede sasvim otvoren davni predložak po kojem moćni ostavljaju tragove svoje superiornosti upravo u muzejima. Predložak je univerzalan i važeći ne samo u dvjema navedenim zemljama, ali se tamo najotvorenije iskazuje. U Americi muzeje osniva, obnavlja i podupire, naročito u vrlo prestižnim situacijama, veliki finansijski kapital, bilo pojedinca ili korporacija. U Francuskoj, po liniji gradnje nacionalnog

prestiza, za muzeje su naročito zainteresovane vlade i njihovi predsjednici. Svoditi te intervencije vlasti u genezu muzeja isključivo na problematiku moći i prestiža ipak bi bilo pogrešno jer su nekad posrijedi u najmanju ruku kombinovane motivacije. Žorž Pompidu (Georges Pompidou) je gradio fizičko svjedočanstvo progresivnosti koju je želeo da predstavlja. Na sudbonosno pitanje, žele li nosioci vlade samostalan, istinit muzej, kao čuvara i predstavljača (ukupne) prošlosti, odgovor je odričan.

Postoji povratna veza koju muzej ostvaruje s društvenom zajednicom, pa promjene medija jasno uslovljavaju i promjene u strukturi moći: „Kulturni model jednog društva stoji takođe na njegovoj memoriji, a nadležstvo nad memorijom snažno uslovljava hijerarhiju moći“³⁴. Autori ove tvrdnje govorili su o informatici, a čini se da je riječ o muzejima! Na prvi pogled pretenciozna tvrdnja da muzeji mogu bitno da utiču na društvo, međutim tvrdnja je ne samo teorijski plauzibilna nego i praktično osnovana.

Malro navodi riječi Sezana (Cézanne): „Kad bih bio sasvim siguran da će moja platna biti uništena i da nikada neću ući u Luvr, prestao bih da slikam“³⁵. Ispravno ili ne, ali ako dolazi od oca modernog slikarstva, mora biti relevantno. Moć muzejske institucije pokazuje se u punom sjaju kao *oreol naročitog značaja svemu što u sebi sadrži*. Ako su se muzeji mijenjali od Sezanovog vremena, te su se promjene odnosile više na muzeje posvećene prirodi i tehnologiji, a manje na umjetničke. U ovim poslijednjim su promjene dodavane na stalnu karakternu osnovu ne mijenjajući srž. Osavremenjena je metodologija rada i dodatna obaveza komunikacije sa što većim brojem korisnika. U osnovi, najvažnija je odrednica *excellence*, reprezentativan izbor koji za budućnost želi da sačuva najbolje. Kriterijumi su gotovo u cjelosti u rukama kustosa i direktora umjetničkih muzeja, a umjetnost je sa svoje strane emanacija najsuptilnijih duhovnih kvaliteta sredine. To daje direktoru i kustosima posebnu moć manipulacije i „projektovanja“ što ima izuzetno značajne posljedice u širokom spektru djelatnosti od kojih, tek primera radi, treba spomenuti modu i industrijsko oblikovanje. Sezanu muzej nije trebao kao pečat provjerenosti koji će ga plasirati na tržište, nešto kao: „Ovim autoritet umjetničkih muzeja garantuje da je riječ o izuzetnom umjetničkom djelu, te se isto može smatrati svjedočanstvom dobrog ukusa i dobrom investicijom“. Ipak, Sezan

je u muzeju tražio oblik garancije za preživljavanje, garancije koja će ga čuvati od mijena ukusa i koja će ga preporučiti *vječnosti*. Muzeji time otkrivaju prirodu svoje moći, otkrivaju da su i sami jedan od transfera čovjekovog iskonskog straha pred beskonačnošću. Kao i crkva, i muzej je nebo na zemlji, zapravo ljudski domišljena i koncipirana, ali ipak samo *ispostava vječnosti*.

Stoga, stići u muzej, za nekog umjetnika pogotovo, znači presudni događaj kojim se iz trivijalne stvarnosti prelazi u, gotovo metafizičku dimenziju. To je nešto kao oficijelna, neprikosnovena i irreverzibilna transformacija upotrebnog predmeta u deo kulturne baštine. Odatle se i tako žilavo, nekim prećutnim konsenzusom čuva magijska priroda muzejske ustanove. Ona ima **moć** transformacije, preobraćanja, inicijacije za onaj nedostižni život koji, za razliku od našeg, nije prepušten smrti.

Pored te, recimo, inherentne moći, muzej je središte stvarne, manipulacione moći, kao što je uostalom već i spomenuto. Pojednostavljeno, paralelogram manipulacionog nastojanja u velikom broju umjetničkih muzeja je slijedeći: trgovac – kustos – umjetnički kritičar. Kustos zadržava, dakako, središnju poziciju kao stvarni čuvar koji bdi nad tim *ko i šta* ulazi u muzej. Navedena trojica stvarnim ili prećutnim dogovorom imaju moć impulsa koji može *u orbitu* da izbacilo bilo kog umjetnika koji ispunjava osnovne uslove takve operacije. U socijalističkoj varijanti, pohlepnog trgovca u trojici zamenjuje činovnik koji, kao zastupnik društvenih interesa, gospodari sredstvima koja stimulišu tržište i predstavljaju neki oblik intervencije države.

U muzejima se uspostavlja sud vrijednosti i legalizuju umjetničke pojave. Kao svojevrsni projektni biro duha, pogotovo umjetnički muzej je naročito zanimljiv mehanizam politici, biznisu i svim oblicima prestiža. Nemački industrijalac Ludvig (*Ludwig*) čovek je koji je osamdesetih kupovao najviše na svijetu. Možda ga je zaista umjetnost privukla kao fenomen, ali ono što sada čini je žonglerska manipulacija. Zbog ogromnog fundusa koji je sakupio, on je u stanju da nudi pozajmice muzejima. Time direktno utječe na politiku izlaganja i ima mogućnost uslovljanja imena i pojava, njihovih odnosa itd. Naravno, posljedično, time utiče i na samu politiku akvizicija muzeja i, konačno, na javno mijenje. Posjedovao je više od 400 slika iz nekoliko istočnoevropskih socijalističkih zemalja

78 (SSSR, DDR, Bugarska, itd.) koje je pokazivao po evropskim i svjetskim muzejima kao naknadu za poslovne ustupke koji su mu učinjeni na Istoku. Ludvig ne pregovara s muzejima, nego s vladama (o muzejima). U manipulacionu igru velikog biznisa spada i izlaganje prestižne zbirke bogataša Hamera (*Hammer*) po socijalističkim zemljama svijeta³⁶. Još 1961. godine, *Metropoliten* je kupio jedno Rembrantovo platno (Rembrandt), *Aristotel razmišlja pred Homerovom bistom*, za 2,3 miliona dolara. Suma koja je iznad svih mjerila svojim gigantizmom fascinira u tolikoj mjeri da se ta činjenica jedva preispituje. Riječ je, dakako, o bezobraznom nametanju pravila prestižne igre onima koji nemaju nikakve šanse osim da igraju ulogu pobeđenih i nadmašenih. Moć koju predstavlja *Metropoliten* ujedno je u stanju afirmisati ga kao neizbježni prototip kojem svi moraju da teže. Naravno, bezuspješno.

Protivdjelatna priroda muzeja

Makar kako tekao razvoj muzejske ustanove, biće teško izbjeći logične posljedice vlasništva. Kao i do sada, muzeji kao izvori i procesori informacija, nose kvalitete i opterećenja svoje društvene, socijalne i klasne pripadnosti. Međutim, uzimajući u obzir makar i tradicionalne muzeje, postoji u prirodi muzejske ustanove duboko usađena priroda otpora, protivdjelovanja, suprotstavljanja... Čemu? Nestalnosti, zaboravu, prolaznosti. I najmanje romantične pojedinosti muzejskog radnog procesa neprestano svedoče da se iza sofisticiranih ciljeva i vrhunske radne tehnologije krije obična ljudska težnja za trajanjem, za produžavanjem u vremenu i prostoru, da se nastoji dosegnuti vječnost sa svim svojim atributima koji će, snagom svoje sopstvene uvjerljivosti, dati čovjeku status poluboga. Još važnije je suprotstavljanje kao oblik učestvovanja u upravljanju sudbinom zajednice. Muzej jeste bilježenje, ali je i prezentovanje. Dakle i aktivan je i stvaralački čak i onda kad se smatra neutralnim hroničarem.

Prema Hegelu, neprekidno suprotstavljanje je izvorni faktor života, koji se oblikuje samo u oprečnom. Primijenimo li tu sintagmu na prirodu muzejskog poslanstva, čini se logičnim zaključiti kako je

priroda muzejske ustanove *à priori* potvrдна prema životu i da bi, poslijedično, sve drugo trebalo biti pogrešno. Tradicionalni muzej, prema tome, izdaje svoju vitalnu liniju suprotstavljanja kad, slijedeći doduše primarni motiv opiranja prolaznosti, mumificira prošlost i stvara ambijent koji prošlost ne valorizuje i ne stavlja u koristan odnos nego joj se dodvorava i jalovo je mitologizuje. Muzeji su mehanizmi paradoksa ljudske egzistencije kojeg Kjerkegor (Kierkegaard) formuliše u svom (defetističkom) *Ili-ili*, kao suprotnost ljudskog i božanskog, vremenskog i vječnog, života i smrti. Tradicionalni muzej je, istina, najčešće konformističan do eskapizma i, ako je i preovladavajući, taj tradicionalni pristup nije i jedini: „S prodorom kontrakulture postaje jasno da oficijelna, dominantna kultura nema hegemoniju nad cjelokupnim kompleksom, već da je, više ili manje uspješno **simulira**“³⁷. Situacija naravno nije nova, ali je uočena i valorizovana kao takva. Uvijek je, naime, bilo marginalnih područja neuklapanja i neslaganja s vodećim konceptom, ma o čemu da je riječ. Prvi put ipak neki tradicionalno oficijelni, reprezentativni mehanizmi dominantne kulture i opšte društvene situacije pokazuju sopstvene otklone. Društvo koje ima grandioznih teškoća da slijedi zalet sopstvene tehnologije, valorizovalo je novinu i dozvolilo više slobode u traženju rješenja za nove konfliktne situacije nego ikad prije. Tako je i muzejska praksa zabilježila logične otklone koji pokazuju da je muzej kibernetički mehanizam društva. „Kibernetički-plus-dijalektički model evolucije (je) postao moguć: model koji nam može omogućiti mnoge uvide i tako pomoći da spriječimo destrukciju naše vrste“³⁸. Kako je u tome lako prepoznati neke globalne ciljeve muzejskog poslanstva *valjalo bi da se poradi na definiciji prirode muzeja kao korektnog mehanizma za kojim društvena zajednica poseže kad želi da utiče na svoju sudbinu onemogućujući ili neutrališući neke negativne trendove*.

Spominjući grčku reč „ponos“ koju je otac medicine Hipokrat upotrebljavao da opiše borbu bolesnog tjela, Mekluan nas podsjeća da se danas ta ideja zove „homeostaza ili ekvilibrijum kao strategija snage ustaljenja bilo kojeg tijela“³⁹. Biološke organizacije borbom savladavaju spoljašnje šokove i promjene, a kako nam kaže Mekluan „po čovjeku stvorena društvena okolina kao produžetak čovjekovog fizičkog bića nije izuzetak“⁴⁰. Muzeji su važan dio društvene okoline i svakako spadaju u, kako to Mekluan naziva, „protiv-iritantni

sistem svakodnevnice“. Taj sistem, vođa holandskih kabautera, nasljednika provosa, naziva „protiv-djelatnošću“ (orig. *counter-activity*, op. T. Š.)⁴¹.

Metod kibernetike kao opšte teorije regulacije je upravo kontra-djelovanje, a već i površna analiza djelatnosti muzeja pokazuje, onda kad je zaista promišljena (dakle, ne stihijska), osobine kibernetičkog programa. To znači da muzej za svoju aktivnost, za njeno usmjeravanje koristi sve mehanizme, koje ima na raspolaganju u specifičnim situacijama društvenih i političkih sistema, da bi spoznao svijet oko sebe, da bi ustanovio, da se poslužimo kibernetičkim rečnikom, veličinu agresije koja treba protivdjelovanjem da se savlada. *Moglo bi se u osnovi govoriti da muzejima ne treba definicija da bi znali šta treba da rade ne bi li ispunili svoju ulogu*, jer, kako kaže Van Dajn, „kibernetika nas, poput anarhizma, uči da zdrav organizam kontroliše sam sebe“⁴²: društvo bi trebalo da bude jasno u zahtjevima, a muzeji u svom položaju korektivnog mehanizma.

Prije industrijske revolucije muzeji u modernom smislu nisu postojali (osim ako ih definišemo dovoljno precizno), a taj zapravo kartezijski muzej je, čak i kad egzistira, prošlost. Težnja savremenog muzeja jeste da bude djelotvoran regulator čovjekovog odnosa prema okolini (u najširem smislu) u njenoj prostornoj, vremenskoj, pa čak i metafizičkoj dimenziji.

Tamo gdje čovjek dotjeruje, kрпи i ispravlja sopstveno djelo „priroda više voli da počne od same gline, od samog haosa i to rasipništvo se naziva prirodnim redom stvari“⁴³. Već i površno analizirani, muzeji otkrivaju prirodu svog stvaraoca, čovjeka. Oni sadrže istu nezasitu ambiciju da se otmu prirodnim zakonima umiranja, nestajanja, pretapanja u prvobitni haos. *U tome je već osnov njihove protivdjelatne strukture i pređeni prag koji ih osuđuje na svaku tehnologiju koja može da poveća šanse njihove ambicije*. U stvari, doseg „prirodne“ tehnologije već na samom početku nije bio dovoljan. Ako muzej upotrebljava mikroskop u istraživanju, čemu ne može odoljeti onda mora da upotrijebi projektor u prezentaciji, što može osporavati.

Poznata nam je već širina značenja termina *okolina* kod Mekluna pa je stoga zanimljivo čuti njegovo razmišljanje: „Okoline nisu pasivni omotači, nego su, štaviše, aktivni procesi koji su nevidljivi.

Temeljna pravila, prožimajuća struktura i nad-obraci (*over-all patterns*, op. T. Š.) izmiču lakom uočavanju. *Anti-okoline* ili protiv-situacije koje stvaraju umjetnici daju mogućnost direktne pažnje i omogućavaju nam da čistije vidimo i razumijemo⁴⁴. U više navrata biće moguće obratiti pažnju na posebnu prirodu muzejske komunikacije, pa i samog muzeja, koja je uporediva sa prirodom umjetnosti. Mediji iz naše okoline, ako ne prenose isključivo podatke, nude nam koncepciju, predložak identiteta, nude nam poistovjećenje s jednim od komponovanih humanih tipova i jednim od stvorenih načina života. Jedino umjetnost, sa svojim stalnim dosluhom s alternativnim i marginalnim pristupom uspijeva da nudi specifičnost. I muzej bi trebalo da nudi „*anti-environment*“ i onaj tip kreativne provokacije čula koji omogućava učestvovanje i razumijevanje. Sa svojim kultom profesionalizma muzeji su, doduše, napredovali u svim oblicima tehnologije zaštite muzejskog materijala. Ali, ma kako efektan i suvisao, perfekcionizam zaštite nije praćen i djelotvornim komuniciranjem. Muzeje je gradio amaterizam koji je bio vitalan i otkrivački, a profesionalizam nije u stanju da razvija takvu totalnu svijest o individualnom i kritičku svijest o temeljnim zakonitostima društva. To dakako ne znači odricanje od profesionalizma nego tek upozorenje da taj profesionalizam, koji je po Mekluanu „*environmentalan*“ za razliku od „*anti-environmentalnog*“ amaterizma, ne smije da isključi svježinu i neinhibiranost amaterizma. Od Luvra naravno niko neće ni htjeti da napravi ništa osim onoga što jeste sada, pa je jasno da se svako razmišljanje ove vrste odnosi na ustanove koje danas nastaju ili su nastale kao nedovoljno definisana potreba nekog društvenog konteksta. Luvr je već odavno i sam baština, a ne samo mehanizam njene zaštite. Od onoga u kojoj mjeri će muzej moći da nadiđe prevladavajuće preduvjerenje o svom konformizmu, zavisi i njegova afirmacija u budućnosti. U vremenu kad nam je istina potrebija nego ikad, ima u ovom kontekstu smisla citirati i slijedeću izjavu Mekluana: „Čudna veza postoji među anti-socijalnim tipovima i njihovoj moći da vide okoline kao što zaista jesu. Ta potreba da se *interface* suprotstavi okolinama s izvjesnom protivosocijalnom moći, manifestuje se u poznatoj priči *Carevo novo ruho*“⁴⁵. U kojoj će mjeri upravo establišment koji ima kontrolu nad muzejima dozvoliti kritiku, ostaje stvar nagađanja i skepse, ali to nas ne spriječava da

82 razmišljanje ne uzmemo u obzir sa stanovišta muzeologije. Riječ je o hitnoj promjeni. „Ako muzeji žele da prebrode tu promjenu moraju da eksperimentišu i istražuju sve dok ne nađu nove serije odgovora na raznovrsne pritiske koji uobličavaju našu kulturu“⁴⁶. Isti značajan muzejski radnik, koji bi se po dužini svog angažmana mogao svrstati u tradicionalne muzealce, tvrdi da muzej pruža mogućnost da se razmišlja i radi nekonvencionalno, a to ohrabruje.

Rul van Dajn, duhovni vođa *Kabantera*, smatra da je u prošlosti utopiju sprečavala materijalna oskudica, što je dio marksističkog razmišljanja, ali je značajno da dodaje kako bi „moderna tehnologija povezana s kooperativnom prirodom čovjeka mogla kroz vrlo kratko vrijeme da ostvari svaki tip utopije“⁴⁷. Pojednostavljeno govoreći, problem, naravno, nije u tehnologiji, koja je sposobna za podvige, nego u kratkom dosegu kooperativnosti. U kibernetičkom dualizmu agresije i kooperacije, tj. destruktivnosti i konstruktivnosti, muzeji su kooperativni i predstavljaju deo kontradjelujućeg mehanizma, dakle sredstvo ravnoteže. Ideja savremenog muzeja realizuje se jedino na području konstruktivnog i kooperacije, jer inače služe „prevladavajućoj agresiji“⁴⁸, ako svoje kooperativne ciljeve osnuju i formulišu unutar šireg agresivnog koncepta. Van Dajn kaže: „Kropotkin je već primetio koliko kooperacija postaje intenzivna u pozadini fronta u doba rata (...). Bez kooperacije u pozadini fronta, agresija ne bi nikad mogla rezultirati tako masovnim, organizovanim pokoljem“⁴⁹. Moć muzeja nikad nije bila do te mjere prepoznata da bi im uloga te „kooperacije za agresiju“ pribavila ijednu ozbiljnu analizu. Ipak, znamo da su bili korišćeni u tom smislu u tragičnim događanjima svjetskog rata, a čudilo bi da i danas ne učestvuju.

U katarzičnim grčevima svijet ipak napreduje prema višim oblicima svijesti o sebi. Riječ „progres“ je beznadno kompromitovana. Jedan od takvih događaja je sedma decenija koja je kulminirala u 1968. godini. Među direktne posljedice i efekte „neuspjele“ ‘68-e, treba ubrojiti i *Centar Žorž Pompidu* (Centre Georges Pompidou) u Parizu koji je trebalo da dokaže zdrave ambicije establišmenta. Kao proširena ideja muzeja, to je centar za vizuelnu kulturu i kulturnu komunikaciju. Sada već znamenitost Pariza, *Bobur* (Beabourg), kako se *Centar* obično naziva, po koncepciji i po pristupu je vrhunac klasične, savremene muzeologije, još

daleko od idealnog predloška, kao što ni *Muzej čovjeka* (Musée de l'Homme), otvoren 1939, nije u potpunosti ostvario ideje svojeg tvorca Pola Rivea (Paul Rivet). I taj davni primjer, nastao na krizi u koju je zapadao svijet, i ovaj noviji, nastao na protestu studenata i na modificovanim idejama provosa, preuzeli su na sebe značajne ambicije kontradelnjućeg karaktera, nastojeći u stvari te pritiske da neutralizuju. Kontradjelovanje postaje, zapravo, neka vrsta moralne obaveze muzeja, jer se kao „ekstenzija“ memorije i svijesti o naslijeđu moraju opredjeliti. Usvajanjem tehnologije mikroprocesora u svom radnom procesu, muzeji neće više moći skrivati svoju moć. A da bi zaista ostvarili oblik akademske, ili, to bi trebalo konačno dokazati, umjetničke slobode, muzeji će morati da imaju savremeno obrazovan kadar. Tek tada bismo mogli da računamo na njegovo sistematično učestvovanje, na kooperativnost u sociobiologiji koja, kao neki oblik društvenog inženjeringa, nastoji da dopre do najdubljih slojeva ljudske motivacije i moralnog rezonovanja.

„Kooperacija između država, grupa i pojedinaca biće pojačana svijješću o opasnosti od teških posljedica savremene nuklearne agresije i potpunog trovanja okoline. Uzajamna pomoć se može pokazati dovoljno plodotvornom da blisku propast obrne u sopstvenu suprotnost. Otvorena su nam samo dva puta: put u uništenje ili put u slobodu. Agresija podrazumijeva biranje prvog i kako to postaje opšte poznato, tako je vjerovatniji porast kooperativnog kontradjelovanja. Kad zid koji nas prisiljava na finalni izbor ne bi bio tako očigledno blizu, ovo bi razmišljanje, kao i optimizam koji izražava, izgledalo kao pretjerano naivna filozofija jednog kabautera”⁵⁰. Ovakvo, teško će biti ne uzeti u obzir puteve na koje ukazuje umjetnost i razni oblici protvdjelovanja.

Ne jednom je u ozbiljnim muzeološkim razmatranjima prirode muzeja bilo rečeno kako je muzej u službi zajednice i kako predstavlja njeno ogledalo, očigledno s nužnom istorijskom i *environmentalnom* dimenzijom. Po samoj činjenici da zbog naučne prirode svog interesa raspoložu, bar delimičnom istinom koja se može razlikovati od proklamovane ili poželjne u nekoj zajednici, muzeji ne bi smjeli da se zadovoljavaju pasivnom ulogom „kooperacije za agresiju“, već bi trebalo da uzmu, kao jedan od mehanizama, korektivnu ulogu kibernetičkog karaktera u funkciji „glavne“ situacije

- 84 kojoj *oduzimaju* i *odaju* da bi – utjecali. Kontradjelovanje je mudrost jer ne projektuje čovjekov hod kroz vrijeme kao što ni mudar inženjer ne mjenja tok rijeke. Specifično muzejsko iskustvo i nije drugo do li mudrost, a ona je oduvijek bila suprotstavljane svim oblicima destrukcije istine i logike.

Muzej i sadašnjost

Geometrijsku progresiju po kojoj se krivulja čovjekove ambicije sve strmije uspinje, trebalo bi da zovemo dramom adolescencije čovječanstva. Sadašnjost je u optičkom i mentalnom žarištu našeg pogleda na vrijeme uopšte, te se nalazi u naročito posebnom položaju u odnosu na prošlost i budućnost. Što je izoštreniji fokus našeg uvida, to se i kategorija sadašnjosti sažima i sužava. Bilo bi potpuno ispravno tvrditi da je sadašnjost, kao značajnije određene vremena, omeđeno makar aproksimativnim granicama, nepostojeća. Tek na prvi pogled je apsurdno da postoje samo prošlost i budućnost, ali svaki ostali pokušaj koji bi crvenu graničnu liniju između prošlosti i budućnosti proširio u značajnu kategoriju vremena, beznačajniji je no odricanje postojanja te kategorije. Ipak, znamo da u svakodnevnom poimanju poznamo kategoriju sadašnjosti. Ona je u upravno proporcionalnom odnosu prema tzv. brzini življenja na koju nas prisiljava razvoj tehnologije, uključujući i posljedicu koja se ogleda u brzini razmjene informacija. Elektronska tehnologija upravo nas je neumoljivo suočila sa problemom prilagođavanja brzini promjena oko nas. Današnja kriza se zove *suženo područje sadašnjosti* koje ne ostavlja mogućnost za stvaranje osjećaja stabilnosti, trajanja i sigurnosti. Kao što će i u ovim razmatranjima biti riječi, svakodnevno se čini, gotovo od strane svakog pojedinca i svih institucija, ogroman napor prilagođavanja, međutim, uz utisak zaostajanja, dakle, uz frustraciju. Bilo bi čudno da ovi problemi mimođu muzejsku ustanovu koja je u tako direktnoj vezi sa svim što je vezano uz proticanje vremena. Muzeji su stvoreni iz znatiželje, iz probuđenog interesa za čuvanjem vrijednosti koje je ostvarila prošlost i u početku ih je zanimalo najviše ono što je imalo atraktivnu vrijednost koja je mogla dodati attribute moći **vlasniku** tih atrakcija. Zatim se pojavila spoznaja o upotrebljivosti muzeja u sakupljanju znanja i obrazovanju. Muzeji

su prvi put odgovorili na potrebu ubrzanja ritma civilizacije. U međuvremenu su muzeji postali bastioni mitologizovanja prošlosti koja, iako sama „nedužna“, postaje argument otcepljivanja muzejske ustanove od svega što bi u smislu društvene participacije mogli zvati uključenošću u svakodnevnicu. Oslonjeni kao fenomen na ljudsku taštinu, po liniji, kako to H. Gluzberg kaže, „faraonskog kompleksa“ čovječanstva, muzeji su proklamovali jedno od načela svog rada koje bi Englezi nazvali „excellence“. Ako sakupljaju ono najbolje što u hodu kroz vrijeme ostaje iza čovječanstva, muzeji ističu teško oboriv argument svog postojanja, što doduše nije sporno, ali se ujedno brane od svakog drugog pristupa vremenu. U svakom slučaju, služeći prošlosti muzeji su ujedno i proizvođači prošlosti i to kroz afirmaciju njene kategorije i kroz činjenicu da predstavljaju mehanizam obrade i uskladištenja onog što kao prošlost predstavljaju.

Unutar mitologizovanog stava i prošlosti, već samom činjenicom izuzimanja iz preostalog vremenskog konteksta gotovo je i logično ignorisanje svega što nije dovoljno prošlost. To muzeje stavlja u položaj uvažavanja, tzv. teorije distance, koja bi trebalo da predstavlja neki „ozakonjeni“ zaostatak za sadašnjim vremenom. Tako „muzealizovana“ svijest o poslanju muzeja predstavlja neku naročitu vrstu profesionalne deformacije po kojoj je prošlost moguće isključivo rekonstruisati, a nikako sačuvati. Čekati da neka „istorijska distanca“ otvori ili nametne kriterijume selekcije i mjerila kvaliteta za časnu muzejsku „excellence“, znači dobrovoljno se izložiti dobro poznatim rizicima rekonstruisanja prema sjećanju i nepotpunim podacima. U slobodnoj interpretaciji mogli bismo ovaj stav muzeja zvati zastranjenjem struke.

Istorijska distanca je „izum“ politike koja mora da oslobodi neophodan prostor manipulacije i predstavlja oblik nasilnog odnosa prema informacijama. Nemoguće je osporiti vrijednost „najboljeg“ što se sakuplja u muzejima, bar ne u cjelosti, ali je moguće i potrebno osporiti prisvajanje prava na takva pravila koja *à priori* omogućuju svjestan ili nehotičan proces manipulacije, pa i rezultat. Kao što je Ejzenštajnu (Eisenstein) film bio montaža atrakcija i kao što je Dizni (Disney) u svojim (vizionarskim) zabavištima „programirao“ kretanje posjetilaca sistemom vizuelnih magneta, i muzej, čija će budućnost biti obilježena i ovom dvojicom velikana, je ipak samo montaža trodimenzionalnih i ostalih informacija.

86 Montaža je, da se podsjetimo, u osnovi kreativan proces i, u izvjesnim okolnostima, umjetnički proces. Međutim, priznamo li kreativnost, priznali smo i otvorenu mogućnost manipulacije koja raste s veličinom distance koju vremenski i mentalno imamo prema predmetima montaže. Muzeji su neprestano pod pritiskom politike koja, ako ih već ne upotrebljava u svoje svrhe, od njih traži udaljenost od svakodnevnice koju najčešće naziva dignitet. Ako muzeji i jesu hramovi, stoji i istina da ima vrlo demokratičnih, druželjubivih bogova. Ovo, prihvaćeno, zastranjenje mogli bismo nazvati zastranjenjem okoline.

Neretko se stoga čuju primjedbe iz muzejskog tabora upućene kao kritika muzeja da, na primjer „u uvijek reagujemo umjesto da djelujemo“ (u orig. *reacting – acting*, op. T. Š.)⁵¹. Takav aktivistički stav u nekim okolnostima može biti pretenciozan i preambiciozan. Muzeji su, dakako, svojim obavezivanjem na objektivnost stavili sebe u poziciju posmatrača koji dokumentuje i po tome nema istinskog vremena za stvaranje. Muzejska kreativnost ne bi smjela, po prirodi i dosezima, da bude drugačija od one velikih reproduktivnih umjetnika. Njihova uloga je interpretativna i prezentativna. Da bi tu svoju ulogu ostvarili moraju se naučno osposobiti i imati osoblje obrazovano za taj zadatak. Međutim, u prirodi je kreativnog napora da maksimalno koristi svoje ingerencije i zadato područje. Prošlost koju obrađuju i prezentuju seže do sadašnjeg vremena. Nije na muzeju da se direktno bavi sadašnjim trenutkom, ali taj trenutak, za razliku od njegovih aktera, može, po svojoj *kontradeljujućoj prirodi* stavljati u istorijski kontekst da bi utjecao, da bi ispravljao, da bi se suprotstavio. Jedan od utemeljitelja savremene muzeološke prakse, V. Sandberg (W. Sandberg), tvrdio je da umjetnički muzej mora biti mjesto gde će se avangarda osjećati kod kuće. A upravo avangarda ima taj „defekt“ da razumije i uspjeva da valorizuje svoje sopstveno vrijeme, njen otklon je u sposobnosti asimilacije prošlog i u sposobnosti nezaostajanja. Ostalima avangardisti izgledaju kao samozvani proroci, a ono što avangarda govori najčešće se isključivo odnosi na stvarnost. Odjek u budućnosti pripada im kao i svakoj na vrijeme izrečenoj istini. Avangardizam je oblik slobode, a muzejski proseedi konačno može preuzeti neke osobine tog direktnog odnosa sa svojim vremenom. Uz to, treba imati na umu da savremena tehnologija skraćuje put do mudrosti, a *environment* savremene tehnologije je intenzivan i izazovan.

Taj način orijentacije muzeja u vremenu i prostoru je stvaralački i aktivan. Postoje dva načina reagovanja na dileme današnjice, nazadno i napredno, ali oba izbjegavaju diskontinuitete iskustva sadašnjice zajedno s njihovim zahtjevom za osjetljivim preispitivanjem i vrednovanjem: „Samo predani umjetnik ima izgleda snagu da se suoči sa stvarnošću svakodnevnice“⁵². A kako se moglo zaključiti već i do sada, muzej u novom tehnološkom kontekstu maksimalno poboljšava nivo i **relevantnost** svojih usluga, što ga dovodi u kreativnu poziciju, toliko neodoljivo poredivu s elastičnošću i živošću umjetničkog koncepta. Polja umjetnosti i muzejskog rada konvergiraju po logici interpretativne i komunikacione prirode obeju fenomena. Njihovo područje proteže se sve do same crvene linije koja nas dijeli od budućnosti, u kojoj će ionako baš sve što činimo danas, makar i u muzejima i s muzejima, imati svoje posljedice.

Reference

¹ Marshall McLuhan and Quentin Fiore, *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (Bantam Books Inc., 1967), 63.

² Glusberg, *Cool and Hot Museums*, 51.

³ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*, 137.

⁴ Intervju s Madelein Hours, *Culture et Communication*, vanredni broj (Mars 1980): 34.

⁵ McLuhan, *Understanding Media*, 9.

⁶ Jack Dove, *The Audio-Visual: The Availability and Exploitation of Non print Material with Special Reference to Libraries* (London: Andre Deutsch Ltd., 1975), 19.

⁷ André Malraux, *The Psychology of Art. Museum Without Walls* (New York, N.Y.: Pantheon Books), 127.

⁸ André Malraux, *Antimemoari* (Zagreb: Naprijed, 1969).

⁹ Jean Paul Sartre, *Mučnina* (Zagreb: Matica Hrvatska, 1983).

¹⁰ Iz razgovora vođenih u toku petnaestodnevno seminar održanog u Salzburgu (*Function and Future of Museums, Salzburg Seminar, session 230, Salzburg, 29 April to 12 May 1984*).

¹¹ Glusberg, *Cool and Hot Museums*, 36.

¹² André Malraux, *Glava od obsidijana*, Zagreb, 1974, 157.

¹³ Prema predavanju Fon Salderna, direktora *Kunstgewerbe museum-a* u Hamburgu, na Seminaru u Salzburgu. *Salzburg seminar, Function and...*

¹⁴ Prema predavanju i razgovoru s Rudijem Fuksom, direktorom *Van Abe-muzeuma* u Ajndhovenu, na *Salzburg seminar, Function and...*

¹⁵ Dillon S Ripley, Museums: „Evolution or Revolution“, *The Museologist* no. 122 (March 1972): 4–10.

¹⁶ Malraux, *Antimemoari*, 33.

- ¹⁷ Intervju sa Suzan Zontag, *El Pais* (Madrid), 1983.
- ¹⁸ Malraux, *Glava od obsidijana*.
- ¹⁹ Ibid.
- ²⁰ Ibid., 151.
- ²¹ Ibid., 149.
- ²² Malraux, *Antimemoari*, 329–330.
- ²³ Ripley, *The Sacred Grove*, 101.
- ²⁴ Molly Harrison, „Education in Museums“ in *The Organization of Museums: Practical Advice*. Museums and Monuments Series 9 (Paris: UNESCO, 1960), 81–92.
- ²⁵ Višnja Ogrizović, „Mala rješenja velikih problema (Zamisli Mafreda Maxneefa)“, *Danas* (Zagreb), 6. decembar 1983, 61–62.
- ²⁶ Alma Wittlin, *The Museum: Its History and its Tasks in Education* (London: Routledge and Kegan Ltd., 1949), 186.
- ²⁷ Toffler, *The Third Wave*, 102.
- ²⁸ *Museum Magic*, 101.
- ²⁹ Izložba zbirke održana je u Gran Paleu (Le Grand Palais) u Parizu 1984.
- ³⁰ Edward P Alexander, *Museums in Motion. An Introduction to the History and Functions of Museums* (Nashville: AACHL, 1979).
- ³¹ Gaballah Ali Gaballah; iz predavanja i razgovora na na seminaru u Salzburgu. Salzburg Seminar, *Function and...*.
- ³² Aleksander fon Saldern, Salzburg Seminar, *Function and...*.
- ³³ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*, 142.
- ³⁴ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 117.
- ³⁵ Malraux, *Glava od obsidijana*, 187.
- ³⁶ Jedna od tih prestižnih izložbi bila je prikazana u Jugoslaviji, u Narodnom muzeju u Beogradu 1984.
- ³⁷ Slobodan Drakulić, „Historijski značaj kontrakulture“, *Kultura* no. 59 (Beograd 1982): 90.
- ³⁸ Rul van Dajn, „Prema novoj moralnoj revoluciji“, *Kultura* no. 59 (Beograd 1982): 108.
- ³⁹ Marshall McLuhan, *Understanding Media*, 98.
- ⁴⁰ Ibid.
- ⁴¹ Van Dajn, „Prema novoj moralnoj revoluciji“, 108.
- ⁴² Ibid., 107.
- ⁴³ Margaret Jursenar, *Hadrijanovi memoari*, Zagreb 1981.
- ⁴⁴ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*, 68.
- ⁴⁵ Ibid.
- ⁴⁶ Ripley, *The Sacred Grove*, 95.
- ⁴⁷ Van Dajn, „Prema novoj moralnoj revoluciji“, 109.
- ⁴⁸ Ibid., 109.
- ⁴⁹ Ibid.
- ⁵⁰ Ibid.
- ⁵¹ Shamberg, *Guerilla Television*.
- ⁵² McLuhan, *Understanding Media*, 70.

KRIZA MUZEJA

Kriza može označavati stanje ugroženosti, ali može jednim imenom označavati nevolje koje donose velike, korjenite i brze promjene nekog sistema ili pojave. U zavisnosti od približavanja jednom od ova dva ekstremna poimanja kriznog stanja kreću se i razmišljanja o krizi muzeja. Za sve je jedinstvena jedino svijest da neko stanje diskontinuiteta postoji i da je o tome bilo već podosta govora.

Mnoštvo potpuno suprotnih mišljenja na tu temu upravo zapanjuje i svojim brojem i svojom isključivošću. „Problemi muzeja postali su, u stvari, neki od najurgentnijih problema našeg vremena“¹. To je jedan od tipičnih načina uopštavanja i proširenja problematike savremenih muzeja. Doduše, uzrok je poistovjećen s posljedicom. Jedan od najurgentnijih problema našeg vremena je problem identiteta i pamćenja. Muzeji su mehanizam koji ima magistralno važnu ulogu u rješavanju tog problemskog kompleksa i stoga, naravno, biva u fokusu – i sam postaje „problem“. Istina je da *bilo kakav* muzej ne može efikasno obaviti zadatke koji postaju sve složeniji. Tradicionalni muzej, muzej prošlosti, kakav je u većini i danas, svodio je svoje dijahronijsko učestvovanje na zadovoljavanje nostalgije, na zadovoljavanje radoznalosti i na distribuciju znanja. Nijedna muzeološka revolucija ne bi smjela da oduzme tu draž muzeja, ali je obavezna da je nadogradi novom odgovornošću. Muzeji nisu više samo čuvari kojih se sjetimo kad prolaznoj sadašnjosti treba dati spiritualnu težinu. Oni nisu samo čuvari apstraktne vječnosti, nego aktivno učestvuju u životu zajednice. Novoj ulozi muzeja u društvu ne pristaje opterećenje koje navodi uvaženi američki muzealac D. S. Rippli: „U mnogim državama u nas, muzeji su još uvijek smatrani manje vrijednima, kao drugorazredni građani, kao što je to dugo bilo u prošlosti“².

Naravno, kad bi se samo o tome radilo, bilo bi protivnika. Neki ma se, naime, čini da već i sam razgovor o krizi donosi atmosferu skepticizma. Jedan ugledan muzejski radnik starijeg kova kaže:

„Govoriti o krizi u muzejima je prilično glupo; bar ne može biti riječi o univerzalnoj krizi muzeja“³. U međunarodnim stručnim raspravama, strana „koja ne vidi krizu nego bum“⁴, dokazuje da novi muzeji nastaju kao nikad do sada, da se okuplja nova publika, da se uspostavljaju velike donacije, da raste interes korporacija i pojedinaca, da je silno porastao nivo usluga i rada (osiguranje, zaštita, depoi, edukativni programi itd.), da se polaže mnogo više pažnje na obrazovanje i istraživanje itd. Po opštem zaključku, reklo bi se „da smo suočeni sa suviše uspeha“⁵. Među mišljenjima protivnika rasprava o krizi ima i takvih koji tvrde da je „kriza... naš izum da prisilimo vladu na popuštanje“⁶.

Kriza ipak postoji. Zaduženje je muzeologije da je definiše, ukaže na način prevladavanja i da isticanjem problema upućuje na njihovo rješenje.

Praistorijske životinje su izumrle jer nisu mogle da prilagode svoju fiziologiju sukcesivnim revolucijama životne sredine. Bilo bi slijepo tvrditi da današnje promjene *environmenta* nisu drastične. Opiranje logici koja nalaže podešavanje je oblik samoukidanja.

Ipak, sama institucija muzeja nije ugrožena. Potreba koja ju je stvorila održavaće je i dalje, ali se bez nužnih promjena i sama institucija može, takoreći, muzealizovati – pobjeći u samodovoljnost. Stoga je kriza muzeja, kriza motiva, jer ne uspijevaju da „prate“ potrebe okoline, i kriza metodologije, jer stare metode ne rješavaju nove probleme. Novi muzeji, kao i stari, deo su krize promjene kvaliteta. Holistički i sinoptički nastup muzeja predstavljaju novu vrstu pristupa koji razumijemo kao krizu. Nekonformističan muzej današnjice preuzima na sebe izvjesnu borbenost i inovativnost kontrakulture, čime kao i ona, iako manje, naravno, gubi konsenzus obzirom na postojeći *environment*, ali stiže aktivne pristalice i jači sociokulturni imidž.

Jasno, krizu je teško svoditi na univerzalni pojam i obrazloženje. Ponegde su muzeji u rasporedu prioriteta prisiljeni na siromaštvo, što za rezultat ima daljnje zastarjevanje i birokratizovanje radnog procesa. Stoji činjenica da su muzeji, uzeti u svojoj bitnoj, metafizičkoj dimenziji, jedva zanimljivi upravljačima društva, odnosno da su zanimljivi kao sredstvo, najčešće u dimenziji povremenog opsluživanja i ilustrovanja ideja *establišmenta*, a rezultat toga je marginalizacija muzeja. Kad se marginalizacija pokaže kao sloboda

djelovanja, muzej može da se pretvori u privlačnu sinekuru (muzejskim) apstinentima od odgovornosti za sudbinu ovog svijeta. Romantično obojen pasivizam (možda i paseizam) ima i drugu stranu. Onako kako se uklanja rizicima u matici svakodnevnice, tako je i finansijski i društveno tretiran. Gotovo po pravilu je zastarjeli, tradicionalni muzej ujedno i siromašan muzej. Može se reći, dakako, i obrnuto.

Upravo to i jeste problem, jer otvara takvim muzejima mogućnost da krizu dijagnostifikuju kao nametnuto, finansijsko, siromaštvo. Taj *circulus vitiosus* u kojem kvaliteta nema jer nema novaca, a novaca nema jer nema kvaliteta, moguće je rastvoriti jedino radnim naporom koji započinje uzročno-posledičnu vezu rezultata rada i finansiranja. U krizi se, priznajući izuzetke, nalaze institucije koje nemaju potrebnu vitalnost u evolutivnim promjenama sociokulturnog *environmenta*. Zbog toga se i na području normative muzeologije pojavljuje izraz *survival model* kao pristup koji omogućava uspješan život. Ono što ima za muzeje globalno značenje nije dakle novac nego nerazumjevanje načina da se do njega dođe ne izdajući poslanstvo. Kriza nije, osim u posljedici, finansijska nego je u osnovi tek kriza politike muzeja. Nedostatak politike primjerene novim potrebama, kao što uostalom jedan autor kaže, „parališe muzeje“⁷.

Naizgled, od muzeja ne zavisi budućnost, niti se oni ubrajaju u nasušne potrebe, pa stoga nikad neće čuditi činjenica da ih, uzevši u cjelini, prati nedostatak sredstava. O tom elementarnom nerazumijevanju muzejskog poslanstva kao dijelu krize, govori i predsjednik jedne izuzetno bogate institucije kao što je Smitsonian (Smithsonian)⁸. Materijalno siromaštvo i kreativnost rađaju katkad nadahnuta rješenja. U jednom intervjuu Suzan Zontag izjavljuje da „obožava ograničenja, jer su razlog inspiracije“, ali i da „estetika siromaštva“ iscrpljuje strpljivost⁹. U mnogima se mnogo toga dogodilo baš zbog uslova koji tome nisu išli u prilog, ali za dugoročno usađivanje nekih inovacija potreban je priznat status, makar on značio i pristanak na institucionalizovanje. Kad Ser Roj Strong (Sir Roy Strong)¹⁰ govori da osamdest-postotni porast posjetilaca u muzeju ne prati osamdeset-postotni porast osoblja, uklapa se u jedno vrlo globalno razmišljanje, primjenjivo na muzeje: „Ako *output* u ponašanju, genetski ili neki drugi, nije u razumnoj

proporciji s *inputom*, vrsta izaziva sopstveno istrebljenje¹¹ *Input* muzeja, kako sad stvari stoje, drastično je veći i raznovrsniji nego li njihova reakcija. To razmišljanje kao da se u cjelosti slaže s apelima koji stižu od pojedinih muzejskih stručnjaka: „Našim muzejima očajnički treba psihoterapija. Postoje brojni dokazi za postojanje krize identiteta u nekim od glavnih institucija dok se ostale nalaze u uznapredovalom stupnju šizofrenije“¹².

Takva upozorenja obično se smatraju preosjetljivim profesionalnim reagovanjem, pretjeranom kritičkom revnošću ili nekom vrstom lično obojene frustracije, pa se uglavnom odbija vjerovati u njihovu stručnu osnovanost. U jednoj drugoj reakciji koja govori o odnosu muzeja prema posjetiocima, dakle o tom dijelu krize, kaže se: „Njihovi *prijemnici* su otvoreni, *poruke* se gomilaju u našim galerijama, ali nešto je pogrešno u našim *odašiljačima*“¹³. Prije smo, dakle, saznali da je kriza drastična, a sad se čini da je ona vrlo protumačiva informatičkom terminologijom koja priziva drugačiju tehnologiju radnog procesa u muzeju. Upravo iskazi relevantnih muzejskih stručnjaka rasvjetljavaju bar dio kriznog stanja: „Novinar jednog od naših najpoznatijih dnevnika rekao mi je da je nedavno potrošio tri nedelje pozivajući šezdeset muzeja i moleći za vijest. Većina nije pokazala volju, a nikad mu niko nije telefonirao. Nešto je ovde strašno pogrešno i mora biti ispravljeno“¹⁴. Ako je prethodni iskaz ukazivao na tehnologiju i informatiku, ovaj to isto čini, ali poziva i na neke druge zaključke. Ako finansije i prostor ograničavaju broj stručnog osoblja i stvaraju negativnu selekciju kadrova, u kojoj mjeri tehnologija može da nadoknadi broj i poboljša kvalitet? Kriza, ako postoji, ima vrlo prozaične komponente. Jedan od najomraženijih analitičara krize je suptilni muzealac i muzeolog Ig de Varan-Boan (Hugues de Varin-Bohan): „Nisam potpuno siguran da muzeji mogu postojati ovakvi kakvi jesu neko duže vrijeme. Za to postoje dva razloga: njihov dinosauruski karakter, u smislu da su na pragu izumiranja, i rivalstvo, povezano, kako bih ja to nazvao, s monetarizacijom kulture. Muzej se izlaže opasnosti da ga iznenada nadjača fenomen koji je sam kreirao: komercijalizacija, monetarizacija u doslovnom smislu te riječi“¹⁵.

O neizbježnom nestanku mega-struktura govori i (muzeološki) praktičar Rudi Fuhs (R. Fuchs)¹⁶. Govoreći o Holandiji, on tvrdi da na svakih 36 utrošenih guldena namijenjenih umjetničkoj

proizvodnji, nakon administracije ostaje samo 1 gulden za direktno finansiranje umjetničke produkcije. Po njegovom mišljenju „vrijeme posleratnog optimizma“ ostavilo je za sobom prevelike i preskupe strukture. U istom se smislu treba, ili bar može, preispitivati svrshodnost tradicionalnog radnog procesa u muzeju koji je opterećen administracijom. Tehnološka obnova može donijeti značajne promjene.

Sudeći po nekim upućenim reagovanjima „ne-profitne organizacije podvrgnute su neprestanoj i, možda, drastičnoj promjeni“¹⁷¹ sa stanovišta društvenih okolnosti i finansiranja, pa se to svakako tiče i muzeja. Iste se prognoze o ne-profitnim organizacijama navode i u knjizi *Sektor koji je u opasnosti*, Valdemara Nilsona (Waldemar Nielson). Po Ser Roj Strongu, muzeji nisu uspjeli upravo u onome što D. S. Rippl smatra najvažnijim, tj. u „razvijanju relevantnosti“ prema publici, odnosno nisu uspjeli da nauče publiku da ih *voli*.

Posebnu stranicu krize čini stanje muzeja u zemljama u razvoju i zemljama tzv. trećeg svijeta. Njihovi muzeji, najčešće, nisu nastali kao stvarna potreba, nego kao nametnuta ambicija: zapadnoevropski tradicionalni muzejski predložak neupotrebljiv je izvan kruga kojeg evropski kulturni model zahvata. Ti muzeji osuđeni su na tužnu izolaciju i siromaštvo, na krizu bez nade. Svima koji su u krizi nada leži u izmjeni konstelacija i elemenata koji su „proizveli“ stanje krize. Čini se da novi oblici muzejske prakse i nova muzeologija predstavljaju prve rezultate transformacije muzeja.

KRITIKA MUZEJA

„Ništa nije gore od tihog muzeja“¹⁸, iskaz je koji predstavlja srž kritike muzeja i označava apriorno priklanjanje promjeni. Naizgled pretjeran i neoprezan, takav pristup izražava strah od muzeja koji se podredio sudbini repozitorijuma za mrtve predmete. Iole detaljniji uvid u literaturu i pojedinačne iskaze uvjerava nas da ništa nije lakše od površne kritike ili bezrezervnog odbijanja svake kritike. Uostalom, smisao kritike jeste da oslabi staro i najavi novo, stoga sve zavisi od njene utemeljenosti. U svijetu ravnopravno postoje dva suprotna stava, kako je već izneseno, ali i područje prelaznih vrijednosti. Stoga ne može da začudi kad direktor *Metropolitan muzeja* (G. P. L. de Montebelo) kaže da se „najbolji pogled još uvek dobija s vrha kule od slonovače“ i čini se da s dozom trijumfalizma cilja na nemoć alternative¹⁹.

Tradicionalni okvir, baš kao i u likovnim umjetnostima, privlačna je i komforna verzija zaobilazjenja problema jer izaziva najmanje podozrivosti. K. Hadson (K. Hudson) citira stručnjaka BBC-a koji kaže da je „masovna komunikacija“ novo iskustvo za muzeje i zaposlene u galerijama. Hadson smatra da veliki muzeji mogu s ograničenom spremnošću da odgovaraju na zahtjeve publike, dok je takvo ograđivanje jedva moguće u malim, lokalnim muzejima.

Muzej je mehanizam kolektivne svijesti i doslovno sve što radi i čime se bavi može biti „uzdignuto“ na nivo društvene važnosti. Ne čudi stoga ni mnoštvo ni doseg kritičkih analiza. Jedan autor govori o muzeju kao preživljenoj, tradicionalnoj ustanovi²⁰, drugi o inflaciji prezentacione aktivnosti u muzejima²¹, treći o senzacionalizmu²², četvrti o muzejskoj mistifikaciji kroz prezentaciju i arhitekturu itd²³.

Muzeologija je heuristička disciplina i nastoji da stvori neki algoritam koji će omogućiti univerzalnost njenih rješenja. Isto tako očekuje se od muzeološke kritike da svoje prigovore izabere po nekom načelu opšte važnosti za muzeje. Većina tih kritičkih opaski ima već „radni karakter“ utoliko što postaju obavezan arsenal,

96 neophodne, dnevne kritike. Svako dalje istraživanje ima za cilj da probudi i ažurira kritičku analizu i dođe do novih rješenja problema o kojima govori.

U demokratizaciji svog postojanja svaka ideja prolazi fatalni rizik da bude prihvaćena i definisana po osobinama svoje najpovršnije pojavnosti i da joj takav novi imidž predstavlja prepreku u razvoju. Muzeji su lako prihvaćeni na nivou razumijevanja za radoznanost, nostalgiju, vlasnički prestiž, a najveća sadašnja teškoća jeste *uvjeriti* okolinu da je njihov zadatak ozbiljniji. Pritisnut prećutnim konsenzusom da treba, u osnovi, da ostane kakav jeste, muzej je i sam „muzealizovan“ do te mjere da je, recimo, Gertruda Štajn (Gertrude Stein) izjavila da „... muzej može biti ili muzej ili moderan, a nikako ne može biti oboje“. Muzej je, osim ostalog, i mjesto definitivne, krajnje valorizacije, svojevrсна izložba dostignuća. Zaista, preovlađujuće mišljenje drži da se u muzeju moraju pojaviti jasni zaključci, a ne teze. Zato prestižan, reprezentativan muzej, koji se hvali odličnošću svojih zbirki, ne računa na dvosmernu komunikaciju s posjetiocem. U svojoj poziciji arbitra takav muzej ne dokazuje, on izjavljuje, naravno, jezikom i sintaksom koji ne vode računa o nivoima komunikacije. Zbog toga je u pravu H. Gluzberg kad tvrdi da je muzej „restriktivna sredina gdje je direktna konzumacija uvijek ograničena“²⁴. Već se odavno u službenim definicijama muzejske institucije nalazi da muzej mora da bude mjesto za „uživanje“ (orig. *enjoyment*, op. T. Š.), „mada, sudeći prema većini (posjetilaca, op. T. Š.) čovjek toga nije svjesantan“²⁵. Dosta je vidjeti kakav stereotipni imidž muzejske institucije nudi, čak i ozbiljna, književnost, a da ne govorimo o stripovima, filmovima itd., pa da postane jasno zašto u *rijetkim* šalama muzejski kustos nosi atribut izluđenog, autističnog intelektualca koji, kad ne čuva „basnoslovna blaga“ čini stvari izvan svake relevancije s vremenom i okolinom. Široka publika smatra muzeje „dosadnim i pretrpanim“, kako kaže jedan autor²⁶. Stavljeni u poziciju u kojoj jesu, podvrgnuti prilivu na osnovu negativne selekcije, muzejski radnici ni brojem niti znanjem, jer za struku mahom nisu školovani, ne mogu entuzijastično da odgovore na nove interese okoline. Štaviše, informaciono blago svojim ulaskom u muzej, paradoksalno, može izgubiti komunikacionu vrijednost. Jedan primjer pronađen kod Andre Žida (Gide) omogućava dobru

analogiju: „Škrtica stavlja svoje zlatnike u škrinju; ali čim škrinja bude zatvorena, to je isto kao da je prazna“²⁷. Rezultat takvog stanja svijesti je, kako to formuliše jedan autor „predominantno zaštitarska priroda muzeja“ koja se osjeća i u polju specijalizovane i opšte kulture²⁸.

Već je bilo rečeno da je potreban napor kako bi se ustanovilo mjesto muzeja u savremenim informacionim sistemima. Izdaja koju je *homo sapiens* počinio najavljuje svoju kulminaciju u tehnološkom trijumfalizmu koji, dakako, neće moći bez muzeja, ali ni muzeji neće moći bez tehnologije. Sledi značajna rasprava kojom će se preispitati stara zabluda o apsolutnoj istini originalnog muzejskog predmeta. Još danas se u najvišim stručnim krugovima čuju nekritički hvalospevi originalnim, stvarnim predmetima koje čuvaju muzeji i to za razliku od svih ostalih mehanizama kolektivnog pamćenja²⁹. Osnova muzeja u fizičkom smislu ostaje dakako tzv. originalni, trodimenzionalni predmet. Sve ostalo moraće da se izmjeni. Treba voditi računa o činjenici da značajan broj muzejskih radnika smatra istinom da muzejskom predmetu koji posjeduje sopstveni, inherentni jezik, nije potrebna značajna interpretativna pomoć: predmet istinski govori sam za sebe. Već citirani Dž. Nobl (J. Noble) uzvikuje: „Mi smo čuvari istine našeg doba“, opisujući muzeje kao pouzdane čuvarice istine u dobu „procjepa povjerenja“³⁰. Muzeji, istina, treba da budu čuvari, ali to jedva jesu. Oni dokumentuju sitan deo okoline u vremenu i prostoru i sada su tek naznaka mogućnosti i potreba. U svom oduševljenju Dž. Nobl dobro sažima ono što mnogi pokušavaju reći On, naime, izjavljuje s ponosom kako je svaki muzej postao „kancelarija za standarde po kojoj naši posetioci proveravaju svoj koncept istine i stvarnosti“. Rečeno je vrlo učtivo, ali i bez namjere da se sakriju elitističke aspiracije. Kad bi zaista bila riječ o prenamaglašanju dosega muzejske stručnosti ostalo bi prostora i za razmišljanje. Naime, iza tog elitizma struke stoji elitizam vlasništva i privilegija. Kad neko kaže: „ono što imamo su standardi odlučnosti našeg vremena“, prirodno je upitati se u ime koga odgovoriti. U ovom slučaju je to jedino *upravni odbor*, a unaprijed je moguće tvrditi da je *excellence* ipak samo proizvoljna konstrukcija. U takve muzeje koji su najčešće materijalno vrlo bogati, tako da su čak u stanju da vode i spektakularnu otkupnu politiku, *nove ideje nemaju pristupa, jer nisu po-*

98 *trebne*. Sve dok, naime, nemaju potrebnu količinu mramora, novih vitrina, super-rasvijetu, super-alarme, potpuno opremljene laboratorije itd, i od njih se može čuti da su za promjene. Kad svoj autoritativni duh zaogrnu opremom, sve ostale ideje su opasnost za njihov status. Od aristokratske radoznalosti i učene dokolice muzej je pretvoren u mehanizam opasne društvene indoktrinacije i to pod prividom sentimentalnih memorabilija i standarda odličnosti. Bar dijelu muzeja može se uputiti prigovor koji Pol Valeri (P. Valéry) upućuje historijskoj nauci kazujući da „obmanjuje, uspavljuje i opija“, da dočarava lažne uspomene i dovodi narode do megalomanskog delirijuma. Tradicionalnom muzeju istinski cilj nije opštevažeca istina, ili opšte dobro, iako je nerjetko u uverenju da je upravo tako. Događa se stoga čudan, paradoksalan obrt po kojem muzeji nisu, kako bi valjalo, „ogledalo života“ (Žorž Anri Rivijer), nego se nastoji da se život podredi sistemu vrijednosti kakav je ustanovljen u muzeju ili kulturi koju zastupa. *Muzeji nam ne pružaju vaspitanje za život, nego nam život, indoktrinacijom, školama, kulturnim modelima, pruža vaspitanje za muzeje*. Jednom podvrgnuti tom procesu želećemo verovatno baš takve muzeje. Samo, baš zbog te zadatosti, pobuna je neminovna. Od Francuske revolucije znamo da se svaka (kulturalna) revolucija, bar u prvom naletu, obračunava s napadnutom klasom, napadajući joj muzeje. Marineti (Marinetti) je zahtijevao uništenje muzeja, jer je htio da prošlost nestane pod naletom novog. Današnji pobunjenici su realistični, iako ne i manje buntovni: traže da muzeji zadovolje i njihove potrebe, oni traže pravo na *svoj* muzej³¹. Takav zahtijev biće uzrok brojnih promjena koje će zadesiti savremene muzeje. Za razliku od muzeja koji „služe svima“, koji su u iskrenom nastojanju postali društveno dekontekstualizovani, u budućnosti će sve više muzeja biti *po mjeri*. Valjalo bi da je sve manje prostora ostavljeno za ironiju poput ove: „Muzeji udomljaju ostarela remekdjela“³².

Posebno poglavlje u kritici muzeja je odnos prema muzejskom objektu. Obezvremenjeni i *ex situ*, bez prirodnog konteksta, muzejski predmeti osuđeni su na sudbinu estetizovanih okamenjenih stvari. Osim izuzetno, muzejska ekspozicija predstavlja inscenaciju mrtvačnice, estetizovanu i uglancanu, ali ipak nekrofilnu atmosferu. Neutralni ambijenti s rasvjetom koja ne dozvoljava sjenke, muzeji, kao podrumi bolničke prosekture, hiperrealistički ulaze

predmetima pod kožu. Nekad *živi*, ti predmeti se nisu nikad kupali u toliko svijetla. Za razliku od namjeravanog rezultata, efekt je još očiglednija *prolaznost*.

Fetišizacija muzejskog objekta samo je dio jednog jedva sublimiranog atavizma kojeg, kad je emocionalno obojen, zovemo nostalgijom. Taj reakcionarni i paseistički psihološki model izvrsno denuncira Šamberg (Shamberg): „Nostalgija pripada pogledu na društvene promjene koji je zasnovan na produktu. Taj pogled smatra tekuće događaje sadržajem stabilnih institucija, a ne shvata da je sama priroda tih institucija rekonfigurisana kroz događaje“³³. Isti autor kasnije kaže da nostalgija usporava prihvatanje sadašnjice i, posledično, budućnosti „koja je deo sadašnjice“. Zapadnoevropski muzej koji predstavlja univerzalno prihvaćen model, ili čak nametnut model u svijetu, začudo je duboko u sebi varvarska institucija koja ne prihvata išta što bi je udaljilo od njenih protooblika iz antike i srednjeg veka. Tradicionalni muzej je beznadno disciplinarno specijalizovan, vjeran potpuno svojim počecima u 18. i 19. vjeku, kad su prirodne nauke diktirale analitičnost i specijalizaciju u velikom osvajanju *prirode*. U vremenu koje je imalo novu potrebu za iskrenošću, a više nije posjedovalo utočište u mitovima, sve je trebalo dokazati materijalnim činjenicama. Posmatranje i kontrola, kao put do istine, čini se da su stvarni pokretači i nekih aktuelnih, živih strujanja. Sa svoje bolje strane, nova ljubopitljivost, započeta žustrinom u 19. vjeku, zove se istraživački duh. Tradicionalni muzej poznaje aditivni metod sakupljanja i prezentacije u kojoj je mjerilo pojedinačni predmet. Rezultat je slaba veza među predmetima i pojačan utisak gomilanja i smrti. Onda kad tradicionalni muzej tretira cjeline, a to je rijetko, riječ je o spomenutoj nostalgiji. *Memorijalna kuća* velikana, konzervirana sa svim inventarom kakav je zatečen po njegovoj smrti, predstavlja eklatantan primer varvarskog manjka sublimacije i stila. Savremena muzeologija ne ukida nijednu mogućnost, jer nije skup restriktivnih propisa, nego deklaracija slobode, ali bi po njoj takav memorijal bio tek izuzetak, a ne pravilo ponašanja. Biološki hir umiranja, kao sticaj negativnih podudarnosti u živoj okolini, upravo je groteskno zamrzavati u jednom tako proizvoljnom trenutku. Uostalom, šta govori ambijent o osobi koja je u njemu obitavala? Najčešće ništa ili vrlo malo. Zahtjevalo bi eksperta, a ne široku publiku, i savršeno znanje okolnosti života

i same smrti da ambijent posluži kao relevantan izvor komplementarnih podataka. Već je hrišćanstvo, na sebi koristan način, ismijalo trivijalnost iskustvenog metoda upirući na banalnu ljudsku sumnju apostola Tome. On je hteo dotaći, a sve mu je ostalo i dalje skriveno. Tajna i značenje ne mogu se doticati – možda samo to govori verska metafora. Jedan trend savremene muzeologije bi da omogući doticanje, fizički kontakt. Više čula trebalo bi po pravilu da znači i potpuniju sliku u glavi, ali već i sami počeci čovjekove sudbinske veze s tehnologijom značili su poremećaj nekog idealnog, prirodnog odnosa čula. Danas je zakasneli romantizam vraćati se na prapočetke. Mi nismo više isti ljudi. Naše iskustvo i naše potrebe za iskustvom su drugačije. Fizički kontakt može upotpuniti našu senzornu sliku, ali će nam jedva pomoći da shvatimo *ideju* kojoj su isti predmeti tek materijalni rezultat. Uostalom, umjetnost koja tako istrajno krči mentalne barijere već nekoliko decenija, nastoji da nas nauči da i samo umjetničko djelo može postojati u duhu, a da je doživljaj moguće podjeliti, tj. dozvati ga dogovorenim kodnim sistemom. Fizički život umjetničkog djela tek je nužnost potrebna nevjernima, prepoznatljiva protivvrijednost duha ili, što bi se moglo reći, zemaljski život umjetnosti. Mukotrpnu sudbinu dokazivanja svog postojanja doživljavaju i ideje u muzejima. U obliku praznih ljuštura, slučajnih ili nepotpunih materijalnih ostataka, leže po muzejima njihovi fizički ostaci. Muzejski ritual privajanja prošlosti atakuje na davne nagone koji su iz istog primitivnog egzistencijalnog sindroma kao i proždiranje umrlih rođaka.

Nijedna civilizacija nije gajila tako tragičan samoograničavajući kult u odnosu prema prošlosti, kao naša. Renesansa je pokrenula proces koji se nije zaustavio u zoni ravnoteže nego uvećava cijepanje identiteta ove civilizacije. Zabuna zapadnoevropskog kulturnog modela je tragična, jer nijedna tako fundamentalna mistifikacija ne može proći bez velikih lomova. Šezdesete godine su u svom utopijskom traganju najavljivale umjetnost bez originala. Danas smo, tako se čini, jednako daleko od takve ambicije. Ipak, pomak je učinjen, naročito u novim medijima. Ono pak što predstavlja naš kataklizmički znak i istovremeno najavu velike metamorfoze, jest *Janusov lik* tehnologije. Bilo bi neispravno reći da nam je tehnologija oduzela slobodu, jer bez tehnologije ne bismo bili ono što danas jesmo, ali je sigurno da nam je može podariti. Upravo muzeji

sa svojom nezrelom fiksacijom na predmet predstavljaju jedno od uporišta iz kojih se vjera u dalekosežnost tehnologije naziva determinizmom.

Umjetnički muzeji s bijelim dvoranama čiji zidovi nose kilometre pravilno raspoređenih, uokvirenih slika, pokazuju sav besmisao takvog koncepta muzeja ili možda tradicionalnog muzeja uopšte. Oni odslikavaju logiku racionalnosti i kliničke objektivnosti nekog medicinskog instituta. Nimalo se ne razlikuju od beskrajnih nizova nabodenih leptirova, umjetnost je u njima jednako daleko od života kao i mrtvi insekti. Sugerišu, takođe, logiku proizvodne trake, kao usavršenog stupnja industrijske revolucije, ili bar predstavljaju jednako uznapredovali stupanj otuđenja. Kao što radnik na proizvodnoj traci obavi na proizvodu tek jednu shematizovanu radnju, tako i savremeni muzejski posjetilac, obeshrabren količinom, ritmom i atmosferom, s muzejskim objektom zapravo i ne stupa u kontakt. Uostalom, okolina očekuje „produktivnost“ i u duhovnoj relaksaciji. Pod univerzalnim zakonom kvantiteta biva sve teže, osim u alternativnim pokretima i sanatorijumima, tražiti kvalitet. Nije bez značaja da se tek polovinom osamdesetih godina XX vijekau svetskoj organizaciji UNESCO počinje govoriti o **kvalitetu** života kao važnom cilju. Značajan je izuzetak na polju umjetnosti, kad je riječ o muzejima, da je klasična umjetnost oduvijek dobro izgledala u muzejskim dvoranama. Razlog je u tome što je bila, „stvarana i gledana kao javna umjetnost“³⁴. Muzeji se u svom tradicionalnom obliku pojavljuju kao instrument stvaranja duhovne podloge za moć. Kad bismo Njujorku oduzeli *Metropolitan, Muzej moderne umjetnosti* (Museum of Modern Art), *Prirodnjački muzej* (Museum of Natural History), *Muzej Gugenhajm* (Guggenheim Museum), *Kolekciju Frik* (Frick Collection), *Muzej Bruklin* (Brooklyn Museum) itd., njegov *privredni* prestiž bio bi ozbiljno ugrožen. U takvom statusu muzeji mogu biti jedino ovo što jesu: velike otvorene riznice u kojima njihov deklarativni vlasnik dobija sve veća prava korišćenja, ali ne i uticanja na proces njihovog stvaranja i korišćenja. Sudbina svijeta, u mjeri u kojoj zavisi od čovjeka duhovno se razrješava u umjetnosti i zato su umjetnički muzeji bili pod posebnom paskom nosilaca moći. Njihova je sudbina doduše ista kao i ostalih muzeja, ali je ilustrativnija i instruktivnija. Ukidanje vrijednosnih papira paralisalo bi privredu svijeta,

a ukidanje „vrijednosnih platana“ i predmeta potreslo bi ga iz temelja. Više je nego zanimljivo i indikativno da čovjekov odnos prema cjelokupnom naslijeđu nije nikad obuhvaćen nekom naučnom disciplinom. Takođe je razumljivo da ne može postojati naučna disciplina isključivo usredsređena na instituciju muzeja. Uostalom ni takva muzeologija nije u stanju da objedini ono što zbog ekonomije ili drugačijeg socio-kulturnog *environmenta* nije i ne može biti isto u cijelom svijetu.

Evo šta o pogrešnoj prirodi muzejske institucije kaže veliki muzeolog Andre Malro kad govori o kineskoj operi: „Ali ti horovi i ti divni glasovi odnose se prema pravoj kineskoj muzici kao džez prema muzici Afrike. Od revolucije su ostali muzeji i opere“³⁵. Parafrazirajući Malroa, moglo bi se reći da muzeji, kao ni kineski balet u svojoj „tiranskoj stilizaciji“ i simbolizmu, ne iznose poteškoće i probleme, ne suočavaju nas sa stvarnošću prošlosti i sadašnjosti. Čak i relativno neutralna tema kao što je npr. izložba industrijskog oblikovanja, obično se sastoji od „dostignuća“ i reprezentativnih uzoraka, po mogućnosti nagrađivanih. Klasična izložba, recimo njemačkog dizajna, takođe će biti napravljena kao sabiranje zasebnih predmeta izabranih po istim kriterijumima: od stabala neće biti moguće prepoznati šumu. Tako se propušta mogućnost pokazivanja i dokazivanja šta je to njemački način mišljenja u dizajnu, a takav postoji; poznavaočima je to jasno. U rasponu od Folksvarena do upaljača postoji izvjesna oblikovna koherencija koja po osobinama ne može biti niti francuska, niti finska. S izložbi takvog i sličnog tipa, posjetilac bi morao ponijeti jasne ideje i pouzdan *osjećaj* za temu, problem, fenomen, Nešto što bi služilo kao solidna podloga svakog oblika znanja i nadograđivanja. Samo, promjene su ili potpune ili ih u stvari nema. Kad je takav novi koncept u pitanju i posjetilac postaje korisnik.

„Svi muzeji svijeta, kojeg god tipa bili, predstavljaju sliku jednog srećnog svijeta, ponekad sve do utopije. Riječ je jednostavno o idealističkoj slici, vrlo udaljenoj od stvarnosti; idealističkoj u umjetnosti, u istorijskoj interpretaciji, u nauci, u maniru jednog ansambla *parcijalnih pogleda* koji pretenduju na to da čine cjelinu“³⁶. Nijedan muzej u Rumuniji, izaberimo primer nasumice, izuzmu li se odlivci Trajanovog stuba, ne pokazuje dramu čovječanstva u dačkim i sarmatskim ratovima. Da li bi muzejska romantika bila održiva ako

pokažemo da je u njima ustaljena praksa bila spaljivanje živih zarobljenika i to na desetine hiljada? Uostalom, u Rimu turista ne saznaje za postojeće duboke „bunare“ pune lepljive crne mase: pre dva milenijuma desetine hiljada ljudi i životinja „sahranjivani“ su u njih nakon pokolja u arenama. Taj masovni holokaust, koji je trajao nekoliko vjekova, Rim je zvao zabavom i sadržajima slobodnog vremena. Upoznavanje i prezentovanje svih dimenzija stvarnosti ne mora biti afirmacija nekrofilne senzibilnosti, nego pokušaj kontekstualizovanja. U navedenom slučaju, rimske književnosti, zbirki umjetnina, arhitekture, vrtova, vodovoda, termi itd. Karakter memorije, objektivnosti, dokumentovanja, „čuvanja istine“ i tome slično, muzeji još uvek moraju da „plate“ cijenom velike metamorfoze koja ih čeka.

Tradicionalni muzej nalazi se pred očiglednom neophodnošću redefinicije. Unutrašnje napetosti koje proizvode nove izvore frustracije muzejom i frustracije u muzeju sve su brojnije i već tom činjenicom ukazuju da postoje nesrazmjere koje treba savladati. Po riječima P. de Motebela, direktora *Metropolitena*, „muzej se takmiči sa samim sobom“, misleći pritom na „poplavu hektičkih aktivnosti“ kojima se muzej takmiči s izvođačkim umjetnostima i ostalim medijima. To je zanimljivo razmišljanje bar utoliko što pokazuje rezultat jedne ekstremne (američke) situacije i stavlja u novi kontekst nastojanja evropskih muzeja koja će ih dovesti vjerovatno pred isti zid frustracije. Rascjep *ličnosti muzeja* može se legalizovati množenjem oblika muzejske djelatnosti. Tradicionalna, normativna muzeologija, koja još nije zamjenjena svježim razmišljanjem, za sada je samo opterećenje koje ometa *stvaranje različitosti* i reformu muzeja.

Za razliku od evropskih muzeja, koji su od univerziteta i učenih kolekcionara-osnivača naslijedili akademsku ozbiljnost, američki muzeji su u vrlo direktnom odnosu prema svojim finansijerima. U tom pragmatističkom, vulgarizovanom vrednovanju muzejskog rada često se događa da muzeji za volju spoljnog efekta žrtvuju sav trajni rad na sakupljanju i obradi građe. Razumljiva je stoga njihova česta nostalgija za „kulom od slonovače“ od koje evropski muzeji nastoje da pobjegnu.

Osim izuzetnih situacija, od kojih jednu predstavlja *Bobur* (Beaubourg), muzeji već samim radnim vremenom pokazuju

nivo zainteresovanosti za svoju društvenu ulogu. Riječ je, dakako, o većini muzeja na zapadu. Ako se radno vrijeme muzeja poklapa s uobičajenim radnim vremenom, očigledno je da su muzeji mišljeni za dokone, za turiste i školsku omladinu. Dakako, stanje nije tako drastično jednostrano: muzeji rade i subotom i nedeljom, sve češće ostaju otvoreni do kasnije uveče bar jednom nedeljno itd. U istoj mjeri, poboljšava se i prezentacioni deo muzejskog pogona. Samo, problem (ne)podešenosti muzeja prema mogućnostima većeg djela publike još uvijek ostaje neriješen.

Još sasvim nedavno Kenet Hadson je oštro kritikovao muzeje da su postali hramovi nauke: „Naučnik reaguje mozgom, ne osjećajima. Ali, većina posjetilaca nisu naučnici niti intelektualci, što je činjenica koju muzeji vanredno dugo nisu shvatili“³⁷. Ako je to, naizgled sve manje važeća kritika, jer muzeji se zaista mijenjaju, ostaje još dovoljno razloga za prigovore. Jednom pretvoren u javnu instituciju, u svakom demokratskom društvu muzej ima obavezu da bude demokratski. Do sad je muzej najčešće morao da bira oblik svoje demokratske orijentacije obzirom na nivo informacija koje je htio ili mogao da rasprostire. U jednom slučaju optuživan je za elitistički pristup, za orijentaciju na više društvene slojeve, a u drugom, suprotnom, za populizam koji se odriče svake ambicije. Koristeći mogućnosti savremene tehnologije u obradi i istraživanju te uskladištenju i prezentaciji podataka, muzej može istovremeno zadovoljavati, zasad tek teoretski, beskonačan broj komunikacionih nivoa.

Najsigurnija formula pravovjernosti u problematici koju muzej smatra svojim matičnim područjem, a koja istovremeno predstavlja dignitet iznad kritike, jeste bavljenje naukom. Iako treba da djeluju na osnovu naučnih kriterijuma i na naučnoj podlozi, muzeji, osim po izuzetku, nisu naučne ustanove *par excellence*. Znanju i izgrađenoj naučnoj logici učenjaka i intelektualaca malo treba da bi im se muzejski materijal učinio bliskim i komunikativnim. Zbog toga i stoji u netom navedenoj Hadsonovoj izjavi, kao suprotnost njihovom pristupu, *osjećaj*. Današnji muzeji rijetko uspevaju da prenesu i usade u posjetioca dragoceni *osjećaj* koji predstavlja plodno tlo svakog razumijevanja i otkrivanja. Savremena nauka sve više prihvata, sve do nedavno isključivo romantičarske kategorije, kao što su *osjećaj*, *svijest*, *savjest* itd., a uprkos teškoćama koje njihovo uvođenje predstavlja svakom klasičnom eksperimentalnom ili istra-

živačkom radu. Tako, poneti *feeling* o nekom ili nečem, umjesto pozitivnog znanja, može biti daleko značajniji efekat posjete muzeju. Stečeni osjećaj je gotovo trajne vrijednosti i vrlo teško se revidira. Štaviše, muzeji su postali svjesni da svaki podatak nije informacija i da su sva *efemerna* pitanja forme i adrese neobično važna za sudbinu poruke. Muzeji su konačno shvatili da svoje mjesto moraju da izbore, da, drugim riječima, moraju da znaju kome se obraćaju. Otuda i spoznaja da su bliski publici samo u slučaju kada ne proizvode, kako jedan obavješten autor to zove, „kognitivne disonance“³⁸. Različitost muzeja od svakodnevnice, koja čvrsto definiše većinu ljudi, ne smije da predstavlja i nepostojanje veze.

U prirodi je muzeja da budu sublimirani refleks mijenjajuće realnosti nekog identiteta. Muzeji su nužno i dragoceno različiti, a različite su i potrebe koje moraju da ispunjavaju. Stoga, niti su simptomi krize jednaki u svih muzeja niti postoji univerzalno važeća analiza koja bi istovremeno detaljnije indicirala brojna žarišta i konfliktne tačke. Jedino razmatranje o budućnosti muzeja, kako je na kraju ovog rada predviđeno, može dati neke upotrebljive smjernice. Uostalom od savremeno koncipirane muzeologije to se upravo i očekuje.

Jedan autor je sasvim ispravno primjetio da muzeji moraju da se potrudu u prevladavanju „usko nacionalnog gledanja“, a za „široko, istinski međunarodno razumevanje, jer predstavljaju zajedničku baštinu, dostignuća i izraz čovječanstva“³⁹. Moderni muzeji su osnovani s podrazumevanim opterećenjima, poneki put upravo *zbog* tih opterećenja. Savremeni muzej, makar i bio dužan da podmiruje neke uže lokalne potrebe, mora da zadrži svijest o zajedništvu struke, koja je sasvim posebnog karaktera, i svijest o svojoj međunarodnoj relevanciji. Muzeji su, naposljetku, mehanizmi kolektivne svijesti koja poznaje teritorijalna ograničenja, ali imaju jasnu globalnu svijest. Informatizacija društva sa svim svojim posljedicama omogućiće neophodnu jedinstvenost muzejske djelatnosti na internacionalnom planu, ostvarenje mreže muzeja, i referalnih ustanova za muzeje širom svijeta. Naime, sadašnjom krizom muzeja i muzeologije, rast muzejskog fenomena, *bum muzeja*, iscrpljuje se na reprodukciji zastarjelih oblika i u multiplikaciji kapaciteta, tj. nedostatku izvjesne podele rada.

U vremenu promjene sve je oblik krize. Umjetnički muzeji stvoreni su za postrenesansnu, građansku umjetnost, umjetnost koja

106 je kulminirala u romantizmu i klasicizmu. Sve što je u umjetnosti bilo pre i što je u umjetnosti danas, otima se logici tradicionalne muzejske ustanove. Umjetnost *u okvirima* i *na postamentima* oblik je afirmacije posesivnosti, prisvajanja fizičkim aktom. Prošli vijek, koji je stvorio osvajački mit i mistifikaciju ekspanzije i vlasništva, ujedno je i vijek nastanka modernih muzeja, tj. muzeja uopšte. Vijek koji je afirmisao muzeje stvorio ih je i od njih zahtijevalo da mu budu „*na sliku i priliku*“. Ali taj vijek je prošao, iako još nije nadvladan. Upravo zbog toga što su muzeji legitimni proizvod takvog 19. vijeka, a ne naslijeđeni fenomen, današnji tradicionalni muzeji jedan su od anahronih i zapravo nazadnih mehanizama društva. Ako je to očigledna istina za umjetničke muzeje i drugi su muzeji neadaptirani za savremeni *environment*. Kao što umjetničke muzeje potresa nova umjetnost i novi mediji, tako prirodnjačke muzeje potresa ekologija, tehničke – industrijska arheologija, etnografske – muzeji na otvorenom, a istorijske svijest da već danas živimo, istu relevantnu istoriju.

Tradicionalni muzej je koncipiran kao refleks vladajuće klase i instrument za zadovoljavanje njenih potreba. U tom je smislu moguće, a i potrebno, tvrditi da je i edukacija za mase bila potreba te iste vladajuće klase. Naravno, ne voditi računa o samoj ideji demokratizacije bilo bi pogrešno. Zbog toga je tradicionalni muzej mehanizam jednosmerne komunikacije. I Horhe Gluzberg kazuje da smo „opterećeni masovnom diseminacijom kulture“ prema predlošku kojeg on zove (citirajući G. Bejtsona) „jedan za sve“⁴⁰. Gluzberg pritom izričito misli na muzeje i dodaje da to „otežava pojavu nove participacione dinamike“. Trebali bismo smatrati da bez „participacione dinamike“ nema ni savremenih muzeja i da ih ne može biti.

Položaj muzeja prema cjelini prirodnog, civilizacijskog i kulturnog naslijeđa je sasvim jedinstven. Nijedna institucija možda nije tako brutalno izložena svim slabostima i zastranjenjima ljudske prirode kao muzejska. Prema tradicionalnom predlošku, „umrli“ predmeti nisu dobijali „putninu“ koja bi ih, stvarajući neki simbolički kontekst, ujedinjavala s bivšim životom. Tako su muzeji napunjeni predmetima koji nemaju više potrebne relevancije na neku, makar i bivšu, stvarnost. Njihova istrnutost iz konteksta života izgleda *a priori* nasilna, pa i da nije izvršen svjesantan cilj nasilja. Ponekad, a to nije rijetko, upravo i jeste riječ o agresiji i nasilju kao

metodu građenja zbirki. Tu muzeji pokazuju da bi se jedino potpunom transformacijom mogli osloboditi fatalnih atavizama. Nasilje je, naime, svjesno pustošiti i osiromašivati jednu kulturu da bi se napunile zbirke, nasilje je priznavati prekupovinom legalnost beskrupuloznoj trgovini, nasilje je ubijati ili zatvarati retke primerke životinja (kao što je nasilje, uostalom držati životinje u kavezu), nasilje je pustošiti sela da bi se na jednom mjestu pravila idila s pretenzijama na „originalnost“, nasilje je emocionalno nabijene ambijente zbirki pretvarati u sterilne „objektivne“ muzejske postavke... Muzeji su osuđeni na reprezentativnost, ako pod time podrazumijevamo fizičku zakonitost koja ih goni da kompleksnu istinu sačuvaju i kazuju s njenim najvažnijim djelovima. To je, kao i apstraktno slikarstvo, dio realnog razmišljanja. No, nasilje je nad istinom izabrati *najbolje* da bi se dokumentovala kompleksna različitost i sve nužne oscilacije. Što se tiče prve „reprezentativnosti“, tehnologija će moći bitno smanjiti frustraciju imperfekcije. Ali posljednje će više zavisiti od samog razmišljanja u muzejima. Zaista, muzeji imaju pravo na „*excellence*“, ali i dužnost da kažu *cijelu istinu*. Hijerarhizacija predmeta u muzejima je prenošenje ljudskih mjerila i pogrešnih odnosa u objektosferu koje se „*ne tiču*“ ljudske slabosti: među predmetima ne može postojati hijerarhija. Svaki predmet je i trivijalan i važan u zavisnosti od mjesta i ideja koje zauzima unutar nekog konteksta.

Kritički duh, koji u tolikoj mjeri nedostaje tradicionalnim muzejima koji su zamišljeni kao poslušni izvršitelji gotovih koncepata, jedini je izvor stvaralaštva. Savremena muzeologija je kritika koja se brine za funkcionisanje komunikacionog sistema muzeji–kritika–publika, definišući poslanstvo muzeja prema *filozofiji odnosa čovjeka prema cjelokupnom naslijeđu*.

Muzeji i zemlje u razvoju

Kad je riječ o krizi i o kritici muzeja, rasprava na ovu temu ima kontradjelujuću ambiciju. Oni kojima stvarno i hitno treba pomoći, uz sve probleme koje muzeji imaju, nisu u Evropi niti u Severnoj Americi: nerazvijeni i zemlje u razvoju plaćaju višestruki danak trećoj tehnološkoj revoluciji.

Podstaknut nastojanjima i rezolucijama UNESCO-a, i sam ICOM našao je za shodno da radni deo Generalne konferencije u Londonu 1983. godine posveti zemljama u razvoju. Umjesto da snažnim rešenjem da čvrstu dijagnozu stanja i pruži konstruktivne mogućnosti za rješavanje problema, ICOM se pokazao nemoćan i, na nivou delotvornog, ne deklarativnog, nemoćan da u rješavanju tih problema pruži ikakav doprinos izvan skupih angažmana koje nudi posredstvom UNESCO-a. I svjetska muzejska organizacija pripada razvijenima koji su, donekle i razumljivo, zainteresovani da rješavaju svoje prioritetne probleme.

Ako razvijene zemlje poznaju teškoće muzeja, nerazvijene se bore s problemom samog uspostavljanja muzejske službe. Materijalno siromaštvo destimuliše velike prestižne gestove. Muzej je, ako ne emanacija, a ono bar posljedica moći, a tradicionalni muzej kojeg definiše i vladajuća muzeologija, izraz je moći i načina razmišljanja evropske građanske klase prošlog vijeka. Ako okolina stvara muzeje u smislu u kojem Ž. A. Rivijer tvrdi da je muzej „ogledalo društva“, onda je na nivou etničkog, pitanje dobrog ukusa očekivati da u Africi postoje muzeji slični evropskim. Kritikujući građane koji su okruženi predmetima Sartr u *Mučnini* kaže kroz usta glavnog junaka: „Prošlost, to je raskoš koja pripada samo posednicima.“ Nije bez cinizma, ali i puno istine koju, doduše, ne bi trebalo prihvatiti. Treći svijet ima ne samo pravo na prošlost, nego i obavezu, jer je genetska obaveza svakog identiteta, pa i kulturnog, da se nastavi i reprodukuje. Identitet zemalja u razvoju nije onaj razvijenih zemalja, a ta fundamentalna razlika trebalo bi da ima za posledicu i fundamentalno različit pristup muzejima, naravno, ako govorimo o tradicionalnim muzejima. Nova muzeologija postiže takav nivo opšte prihvatljivosti, ali s jasnim praktičnim uputstvima da može važiti za sve identitete, pa tim argumentom dokazuje svoju superiornost pred tradicionalnom muzeologijom. Obavezani na naučno tumačenje i prosvjetiteljski pristup, evropski tradicionalni muzeji trpe farisejsku frustraciju: podilaženje moći i objektivnost su u prevelikoj nesrazmeri. Od tradicionalnih muzeja, osim tehničkog iskustva, nerazvijeni ništa ne mogu naučiti. Evropski muzej je pristrasan i predstavlja sredstvo diskriminacije društvenih grupa.

Savremena muzeologija mora pronaći način da kibernetički posreduje u uspostavljanju mehanizama za očuvanje baštine u ze-

mljama u razvoju. Ne smije se dogoditi da neometano teče proces kolonizovanja duha kao još jedan od suptilnih kolonizacionih procesa koji se ovih decenija događaju u svijetu. Najjače oružje borbe jeste sama nova muzeologija, a najjači metod jeste tehnologija komunikacija, koja će, ako ne postane sredstvo kulturne reprodukcije i odbrane, postati grobar identiteta svijeta u razvoju. Izvoz identiteta u zemlje u razvoju opasniji je od izvoza političke moći ili ekonomske zavisnosti. Ideja galerije slika je nezamisliva na Dalekom Istoku, pa ipak ih ima sve više. Niti ideja tradicionalnog muzeja ili zbirke, kakve ih ima Evropa, nije prirodna toj duhovnoj situaciji, a da ne govorimo o evropskoj ideji originala i originalnosti. To je varvarska isključivost, pa ipak zamenjuje, recimo suptilne istočnjačke odnose prema okolini i artefaktima. Kao što uvoz tehnologije stvara tehnološke zavisnike, tako i uvoz tuđeg kulturnog predloška imobilise žive procese dotičnog kulturnog entiteta i čini ga zavisnim. Darežljivost istoka i zapada u kulturnim produktima i stipendijama ima svoje mračno naličje. Na izvjestan način to kaže i već spomenuti francuski izveštaj Nora-Mink: „Informacija je nedeljiva od svoje organizacije, od svog načina uskladištenja“. Stoga bi korišćenje tuđih banaka podataka bilo „jednako prihvatanju kulturne alijencije. Uspostavljanje banaka podataka tvori, dakle, imperativ suvereniteta“⁴¹. U osnovi, ni muzeji nisu ništa drugo, nego oblik banke podataka, a treba znati da će tek jedan deo njihovog fundusa biti trodimenzionalnog karaktera. Šta će biti s onima koji neće moći uspostavljati takvu informacionu mrežu? Znači li to da je kulturna kolonizacija neizbježna? Sudeći prema poznatim okolnostima u svijetu, bez ulaganja značajnijeg napora, u kojem muzeji moraju da odigraju presudnu ulogu, kriza identiteta završiće se katastrofanlim posljedicama. Uz to, tradicionalni evropski muzej nije naročit način čuvanja identiteta. On nudi sliku prošlosti ne mnogo drugačije no što nam je nude grobovi s arheoloških lokaliteta. To mnogo jasnije vide stručnjaci izvan muzeja: „Ima li danas i jedna kultura koja nema sredstava da se izražava na malom ekranu šansu da preživi osim u muzejima i u barskim folklornim programima za turiste“⁴²? To je bila riječ o televiziji, a šta bi trebalo reći o šansama kulture kad nastane pakleni ritam telematike koja objedinjuje najmoćniju tehnologiju – televiziju, kompjutere i satelite? Već je Malro sasvim jasno video da zapad civilizuje obojene rase, a ti ljudi postaju na-

lik na nas, u gorem izdanju, postaju „zapadnjaci drugog reda“. Muzeji su efikasan dio te iste kolonijalističke politike i time u *potpunosti* i do ironije izdaju inherentnu prirodu svog poslanstva. Dilon S. Rippl kaže: „Proučavanje obrazovanja i komunikacije objektima i izložbama morali bi biti od posebnog interesa u zemljama u razvoju gdje su ogromne populacije u procesu munjevitog prilagođavanja tehnologiji, svijetu nauke i modernoj svakodnevnicima“⁴³. Samo, problem upravo tu i leži: i potrebe i načini rješavanja prilagođavanja novom svijetu su različiti. Različite su i mogućnosti. Upravo tu zakazuje muzeologija, ali zakazuje, *naravno*, i muzejska praksa. Praksa je primjena i stoga je oduvijek primjerena konkretnim situacijama, što se sadašnjih mogućnosti pomoći zemljama u razvoju tiče, pomoći u smislu uspostavljanja muzeja i održanja kulturnog identiteta, svi putevi su još uvijek zakrčeni osvajačkim ambicijama, ideološki i kulturno prepotentnog i tehnološki superiornog razvijenog svijeta. Luvr je potpuno besmislen u Indiji, a afirmisati ga tamo kao cilj predstavljalo bi subverziju. Luvr u Indiji nije ni moguć ni potreban, a kao ideja može svojom destruktivnošću zasenjivati i ometati realne lokalne inicijative. Efekat sadašnjeg eksporta muzeološke teorije i, konačno, prakse je, čak i da se događa kroz UNESCO, produbljivanje krize identiteta građenjem argumenata za kompleks manje vrijednosti. Mit tehnologije i vlasništva nad dobrima, potvrđen uspostavljanjem zapadnog društva obilja, predstavljaju vrhunske razloge za osjećaj nemoći i zavisnosti u zemljama u razvoju. Parole kao „*black is beautiful*“, „*small is beautiful*“ i kampanje svih alternativnih vrsta samo su spoljni znak duhovne pobune protiv kulturnog terora, čak unutar samih razvijenih zemalja. Novi talas muzeja zapada koji nastoji da zadovolji bar dio manjinske potrebe za izdvajanjem iz megakulturnog modela, predstavlja ujedno i prvi izvozno upotrebljiv oblik muzejske prakse za zemlje u razvoju. Jedno je, naime, sasvim sigurno: ako su u zemljama trećeg svijeta muzeji *a priori* u krizi, onda treba pitati da li su oni zaista i neophodan oblik rješavanja problema baštine. Možda takvi muzeji nisu potrebni tim zemljama? I muzeji Evrope napravljeni su onda kad je industrijska revolucija objavila smrt tradicionalnoj kulturi. Revolucijski šok, umjesto dotadašnje evolucije, probudio je prihvatljivu svijest o potrebi zaštite svijeta u nestajanju. Današnji tradicionalni muzej se činio

najpodobnijim mehanizmom, ali već imamo vijek-dva dugo iskustvo. Uostalom, tradicionalne kulture u zemljama trećeg svijeta još žive i možda im za osiguranje kontinuiteta nisu potrebni muzeji. Moderni muzej je recept, kao što je rečeno, sasvim specifičnih okolnosti i drugog vremena. Stoga, instaliranje nekog muzeja u srcu neke žive afričke kulture može imati upravo suprotno djelovanje. U duhu evropskog razmišljanja i koncepcije tradicionalnog muzeja, istovremeno s procesom muzealizacije u takvim okolnostima, traje proces monetarizacije. Kulturni produkt, odnosno muzejski predmet postaje roba i, posledično, gubi svoj primarno kulturni karakter.

Kakav muzej treba, makar i evropeizovanom Egiptu, kad se toliko razlikuje od Evrope? Službeni podaci priznaju postojanje 56% nepismenih, sistem funkcionisanja društva je nestabilan, dohodak po glavi stanovnika (uprkos poboljšanjima) izuzetno nizak itd. Novi mastodontalni muzej Egipta, čije projekte nadgledaju ICOM-ovi stručnjaci finansira UNESCO-a, verovatno će biti napravljen onakvim kakvog bi ga poželio Pariz. Samo, Egiptu možda treba nešto drugo. Ili, Egipat taj teret nije u stanju samostalno da nosi. Logika politike i velikog biznisa nudi svijetu konvergenciju kultura tj. njihov nestanak. „Koka Kola“, „Levis“, „Fanta“ i svi oblici transkontinentalnih korporacija svešće izvore našeg identiteta na uzak broj predložaka: svijet će postati ogromno jedinstveno tržište, manipulabilno i podatno za autoritativni diktat konzumerizma. U logici politike i biznisa nema, dakle, sentimenta za pojedinačne identitete. Muzeji Evrope i zemalja s evropskim kulturnim modelom imaju dva velika zadatka: da počnu zdravo da služe Evropu, *promenivši sebe*, i da se odreknu prava na ekskluzivni patent u odnosu prema baštini, *promenivši ekspanzionističku kulturnu politiku*.

Gigant poput Metropolitena muzeja ne bi u zemljama u razvoju trebalo da bude relevantan uzor. U 1983. godini prihod tog muzeja je bio 183 miliona dolara Ovo se, sravnjeno s podatkom da u *trećem svijetu* ljudi umiru od (prozaične) gladi, pokazuje kao tragična neraszmjera. Bez socijalnog dramatizovanja takvih podataka ili bez političkog interpretiranja jasno je da ni problemi, a kamoli načini njihovog rješavanja nisu isti.

Sadašnja muzeologija, tautološka i normativna, već stotinu godina se bori s pogrešnih pozicija za svoju afirmaciju. Njen prvi

zadatak, da bi postojala, jeste da se odrekne privlačnih pravila i simplifikacija. Kada bi nekim slučajem, izaberimo makar i nespretn primer, neki filozofski pravac odlučio da uspostavi svoje muzeje, muzeje svog identiteta i učini ih *jedinim* i *jedinim mogućim*, svi ostali pravci filozofije izgubili bi pravo na postojanje. Muzeji su, naime, emanacije identiteta, a unifikacija muzeja značila bi ustupak stapanja tih identiteta.

„Svaka kultura i svako doba ima svoj najdraži model percepcije i znanja kojeg je sklona da propiše za sve i svakoga. Obilježje našeg vremena je odbojnost prema nametnutim modelima. Odjednom nam je jako stalo da stvari i ljudi pokažu svoju posebnost u potpunosti. U tom novom stavu je duboka vjera, vjera koja je usmjerena konačnoj harmoniji svega živoga“⁴⁴..

Rješenje egzistencijalnih pitanja muzeologije i rješenje budućnosti muzeja nalazi se uveliko u novoj tehnologiji. Ona je, kako je već rečeno, i stvarni izlaz za muzeje u zemljama u razvoju i, ujedno, prečica koju će te zemlje moći da koriste u unapređenju svog odnosa prema baštini.

„Bez obzira na to da li naša umetnost izražava ili ne naše osvajanje svijeta od velikih otkrića do kraja Britanske imperije, *Imaginarni muzej* se rađa s nezavisnošću *trećeg svijeta* i zanimljivo je da se pronalazak usavršenog fotografskog postupka, bez kojeg bi se *Imaginarni muzej* rodio mnogo kasnije, vremenski podudara s oslobođenjem Indije. I umetnosti su se emancipovale, i pre no što prođe jedno stoljeće, u prvoj *Riznici Imaginarnog muzeja* nalaziće se ostvarenja iz cijelog svijeta“⁴⁵. Ima, dakle, vizija i zakonitosti o kojima premalo vodimo računa. Jedino što tješi jeste da je riječ o procesima koje naša neosjetljivost može samo da odgodi i produži, ali ne i da spriječi.

MUZEJI I PUBLIKA

113

Odnos

Publika je blagoslov i prokletstvo savremenih muzeja. Moderni muzeji, muzeji drugog talasa, tj. muzeji kakve je definitivno uspostavio devetnaesti vijek i prve decenije dvadesetog, deklarativno su već bili opredijeljeni za demokratsku koncepciju koja je podrazumijevala ničim ograničavanu publiku. Ipak, stvarnost je bila lagodna uz probranu i radoznanu publiku koja nije imala potrebu da bude uveravana i privučena. Porastom kvaliteta življenja, krug onih koji su imali sve više neispunjenog vremena i koje je trebalo privući u muzeje sve je više rastao. Svijest o misiji, o poslanstvu muzeja nije sasvim nova, ali se pretvara u redovnu praksu tek poslednjih nekoliko decenija. Opšta kriza identiteta, kriza planetarnih razmera koja se ne događa samo u antroposferi nego i u ekosferi, uzrokovala je napor brojnih mehanizama civilizacije da pronađu model preživljavanja. Pošto je to zadatak za sve i svakoga istovremeno, muzej je prepoznat kao jedan od dragocjenih korektivnih mehanizama upravo na nivou uticanja i uvjerljivosti. Kako umjetnici najsrećnije formulišu i velika pitanja i velike odgovore (i velike dileme), tako se za to vrijeme nastanka muzeja kao svojevrsan moto mogu uzeti riječi poljskog pjesnika ranih tridesetih godina 19. vijeka, Kažimjerža Brodžinskog (Kazimierz Brodziński): „Onaj ko živi s prošlošću, dvostruko živi“.

Homo sapiens je, *ipso facto*, *homo memorabilis*. Danas, kad je afirmisana vrijednost iskustva kao svojevrsnog uzvraćanja, jasno je da raspolaganje iskustvom predstavlja zalag bržeg i lakšeg rješavanja dilema pred kojima se čovječanstvo nalazi. Između ostalog, publika je izgubila čvrsto strukturisanu okolinu, a muzej je jedna od onih novih institucija koja nastoji da ispuni nove potrebe. Zato je i moguće da kustos *Metropoliten muzeja* definiše muzej potpuno u smislu publike i njenih potreba, kao „ustvari moderni hibrid

uzgojen s isprepletenim osobinama katedrale, kraljevske palate, pozorišta, škole, biblioteke, a prema nekim kritičarima, i robne kuće⁴⁶. Tradicionalni muzej se uglavnom miri sa činjenicom da je publika novi značajni parametar, ali ne čini dovoljno da bi potencijalni interes i oživeo ili da bi publiku privukao sebi. Razlog je mnogostruk.

Publika, kao novi parametar, ujedno je i ujedinjujuća stavka i tradicionalnih i reformisanih muzeja. Jedan nestručnjak dobro izražava klasični stav prema ulozi muzeja; a taj je da „stvari ugodan i neuobičajeno zanimljiv artificijelni ambijent“⁴⁷. Na tome se ambicije tradicionalnog muzeja zaustavljaju i kad je riječ o mišljenju djela stručnjaka. Novi muzeji se toga ne odriču, iako na tome ne insistiraju, ali nadograđuju zadatak muzeja insistiranjem na „služenju“ publici. To subordiniranje ih izvrgava, naravno, nekim opasnostima, a i zlobnim komentarima od strane zagovornika tradicionalne kulture.

Da orijentacija ka publici nije samo floskula i da nije tek dosetka, svedoče sve analize ponašanja čovjeka u kriznim vremenima kakvo je ovo naše. Analize koje prate dugotrajni proces sekularizacije crkve donose podatke da se u opštoj krizi identiteta značajan postotak mladih ljudi obraća crkvi. U crkvi traže izgubljeni identitet, obećanje i nadu, nešto što će im kao koordinatnim sistemom strukturisati navodnu slobodu. Smisao muzejskog angažmana nije da se takmiči s ostalima za naklonost publike. No, od takvih podataka muzej bi morao da uči o svijetu u kojem postoji i o potrebama koje sa svoje strane takođe treba da ispunjava. Zadatak muzeja nije ni imaginaran ni izvan savremenog konteksta. Nova aktuelizacija publike i njenih potreba učinila je bržim transformaciju muzeja od institucije u službi sopstvenog sadržaja, slično birokratskoj samodovoljnosti, u instituciju s jasnim zaduženjima u ispunjavanju kompleksnih duhovnih potreba jedne socio-kulturne situacije. Upravo zbog toga su danas sve ređi opšti, univerzalni enciklopedijski muzeji, a sve češći „primijenjeni“ muzeji, s tačno definisanim područjem djelovanja. Muzej nije više nešto što, recimo u nekoj metropoli, treba da postoji samo na najljepšem trgu uz gradsku vjećnicu i pozorište. Muzej je potreban i njega osnivaju periferni centri, seoske zajednice itd.

U Evropi se šezdesetih godina dvadesetog vijeka, ne bez razloga koji su kulminirali krajem decenije, sve češće zahtijevala „društvena

relevantnost“ kulturnih programa. U naprednoj muzejskoj sredini i zemlji gdje je cvao jedan od najznačajnijih alternativnih pokreta, u Holandiji, trebalo je očekivati i napredak muzejskog koncepta, baš u tom smislu. Žan Lering (Jean Leering)⁴⁸, poznati muzejski radnik, tih godina direktor muzeja Van Abe u Ajndhovenu, govorio je o potrebi da prihvatimo i spoznamo „poruke zajednice“. U istom smislu, iako ne tako socijalistički obojeno, anglo-saksonski svijet govori o kulturnoj „politici orijentisanoj na zajednicu“.

U čitanju potreba zajednice jedna stavka zauzima posebno mjesto: razumjevanje tehnologije. U današnjem svijetu, koji će i problem muzejske komunikacije morati da rješava na nivou nove tehnologije, razumjevanje i proučavanje konteksta tehnologije pruža odgovore na urgentna pitanja: „Današnjoj omladini se ne dozvoljava pristup tradicionalnom tehnološkom nasleđu kroz vrata tehnološke svijesti“⁴⁹. Isti autor dalje kazuje kako su ta „njima jedina moguća vrata“ zatvorena. Ne bi trebalo tvrditi da je riječ o zatvorenosti koliko o nerazumijevanju problema i mogućnosti. Muzej je nedvosmisleno jedan od najatraktivnijih načina inicijacije u znanje ili u kreativan odnos prema okolini. Na takav način služeći društvu, muzej postaje mehanizam neophodnog strukturisanja, „*organizator život*“. „Razumno društvo moralo bi da daje spektar institucija, od sasvim neobaveznih do čvrsto strukturisanih. Potrebne su nam otvorene učionice jednako kao i tradicionalne škole“⁵⁰.

Jedan od zadataka muzeja je da sam sebi raščisti put afirmacije u društvu revidirajući, sada već negativna, predubedenja o svojoj prirodi, poput onog da je postao sinonim za odbačeno i bivše. Popularna književnost i stripovi eksploatišu i nameću senzacionalističke i egzotične konotacije. Kojiput stvarna slika nije mnogo drugačija od tih predrasuda, a tome malograđanski muzej i sam pridonosi. Svjestan kvaliteta, ali i mana svog muzeja, direktor *Muzeja Viktorije i Alberta* (Victoria and Albert Museum) daje u jednom tekstu savršen prikaz atmosfere muzeja kao aristokratskog tavana, senzacionalnih cena i još senzacionalnijih krađa, kao zbnjujućih predložaka najšire publike⁵¹.

Duhovna snaga je oduvijek nadgrađivala fizičku, a svaki puni trbuh se pre ili kasnije nastojao dekorisati insignijama intelektualnog života. U tome, dakako, nema ništa *a priori* loše, jer su u zadovoljavanju na prvom mjestu nagonске potrebe. Ipak, ta

116 izdignutost kulture, činjenica da predstavlja viši oblik komuniciranja, izvor je njene mitologizacije i to od strane njenih kreatora i od strane potrošača. Prirodna težnja kulture da dosegne što savršenije oblike djelovanja i što finije oblike komunikacije uzeta je kao pretekst za elitističku mistifikaciju. Onima koji u kulturi žele da zadrže povlašćeni status odgovara elitni imidž kulture. Oni koji u kulturu na svaki način žele da dospiju, koji su, dakle, podlegli mitologizaciji, te ne vide da su i sami protagonisti neke kulture, vole da veruju u njenu nedosežnost i uzvišenost. Sve ovo je primjenjivo i na muzeje. Ako se muzeji uspostavljaju, prečesto, zbog političkog prestiža, posjećuju se zbog kulturnog. Od šezdesetih naovamo u zapadnoj Evropi i Sjevernoj Americi napravljene su brojne studije muzejskih posjetilaca. Većina komentatora se slaže da je „značajan“ rezultat tih istraživanja u tome da znamo da su nam pretpostavke bile potpuno tačne. Osnovna, stvarna muzejska publika su pripadnici gornjeg srednjeg sloja, dobro situirani, s višim ili visokim stručnim obrazovanjem. Sve specifične akcije muzeja na marketingu i odnosima s javnošću mogu se, kad je o njima riječ, svesti na minimum jer oni u muzeje dolaze jer ih smatraju važnima i relevantnima. „Ostatak“ publike čini školska omladina kojoj je posjećivanje muzeja dio inicijacijskih aktivnosti škole, turisti koji su najbizarniji soj muzejskih posjetilaca i, naravno, snobovi. Nijedan muzej koji je natprosječno posjećen neće priznati vjerovatnu činjenicu da se, obzirom na željeno i idealno, u većini slučajeva radi o *pogrešnim* motivima posjete, to jest, ne onima koji se priželjkuju i koji se provociraju.

Turisti su posebna vrsta muzejskih posjetilaca. Iako je pretežan dio posjetilaca nekih muzeja upravo turistički, turisti nisu matična publika muzeja. Ekspanzivni, savremeni nomadizam pati od prevelike ambicije i površnosti. Svako preambiciozno planiranje ima svoj uzrok u neznanju i nepoznavanju. Zbog toga su i mogući turistički aranžmani koji nude obilazak Pariza u „4 sata“. „Posjeta“, naravno, uključuje Luvr. Posjeta muzeju kao alibi za kulturni i intelektualni život raširen je sindrom, a samo je najizrazitiji kod turističkih posjeta, naročito onih organizovanih. Opet je, sljedstveno prirodi tradicionalnih evropskih muzeja, na djelu ritualno usvajanje vrijednosti koje fizičku zblizenost želi da smatra duhovnim iskustvom. Mona Liza je, naravno, vrijednija kao cilj nego kao direktno

iskustvo kakvo se nudi posjetiocu Luvra. Sitna sličica u niši, oklopljena centimetrima neprobojnog stakla i „opkopom“ od razapetih konopaca, okružena bučnom gomilom i neverovatnim tumačenjima vodiča, stoji ondje kao zalog i komprimat cjelokupnog nerazumijevanja kulture i barijera koja se s istim žarom održava i s jedne i s druge strane. Jednima treba mit i fama kao surogat realnog, a drugima treba sigurnost ili prestiž elite.

Demokratizacija donosi mnoge rizike, od kojih većinu treba prihvatiti, ali tek će nas nova tehnologija izbaviti iz dilema i nerješivih situacija koje populistički pokret u muzejima donosi: Sikstinska kapela, da spomenemo samo jedan od hiljadu sličnih primjera, ozbiljno je ugrožena vlagom ljudskih tijela hiljada onih koji će fizičkom prisutnošću željeti da izvrše simbolično usvajanje remek-djela zapadne kulture. U logici velikih brojeva i budućem tehnološkom *environmentu* biće tek simpatičan romantizam tvrditi da je fizičko iskustvo, suočenje sa stvarnim predmetom nezamjenjivo. To je isto kao i tvrditi da svi arhivski dokumenti moraju biti u svom originalnom obliku pristupačni i učenicima za izradu maturalnog rada. Onima koji se moraju suočiti s originalom, bilo da je riječ o arhivu ili muzeju (svježiji um ionako teško uočava temeljne razlike), taj će kontakt biti uvijek omogućen.

U svijetu tržišnih odnosa, gde svaka vrijednost ima i svoju cijenu u razmjeni dobara, kultura je tek jedan dio. Merkantilna civilizacija može varvarskom hrabrošću svemu da odredi cijenu pa tako i svaki kulturni događaj ima svoj ekvivalent u novcu. Sve što se uzima plaća se, a što je izostavljeno iz sistema nije, znači, vrijedno. I obrnuto, sve što je važno i vrijedno mora biti skupo do nedostupnosti. Jedino kultura izdaje ova pravila jer stalno nastoji da se izbori za sopstvenu logiku izvan monetarizacije. Besplatan ulaz u muzeje funkcionise s teškoćama i u nacijama s najvišim nivoom opšte kulture. Ta izdaja pravila „vrijedno = skupo“ umanjila je posetu u *Muzeju umjetničkog zanatstva* (Kunstgewerbe Museum) u Hamburgu, a povratak na plaćanje ulaznica značio je i ponovni porast posjete⁵². Novac je moć, sublimacija moći preko kulturnog prestiža je i posjeta muzeju, a plaćanjem se stiče osjećaj vlasništva i legalnost usvajanja. Snažni malograđanski sloj koji bdi nad elitizmom muzeja, jer im daje markaciju za filozofiju uspeha i uspona, u ime svojih aspiracija u društvenom uzdizanju sabotira sva nastojanja koja poništavaju

rezultate te zabune. Susret s nižima u hijerarhiji taj sloj doživljava kao napad na status i kao stvarnu opasnost pada. U nedostatku duha malograđanin sve poima fizički. U SAD taj isti sloj je postao dovoljno bogat da je od muzeja načinio utvrđenja svog prestiža. Članstvom, rangirani po visini priloga, malograđanin zaista fizički osjeća hijerarhijske stepenice; zajednički svečani ručkovi događaju se u sve užem, intimnijem krugu što je veći ulog, a pečat moći i svjedočanstvo usvajanja je mogućnost da odlučuje o sadržaju muzeja bilo utičući na politiku kolekcionisanja ili predajući muzeju sopstvenu donaciju.

Malograđanin ne može da bude ni u muzeju, a da ga ne promatra najpre kao materijalnu vrijednost. Otuda omiljeni izrazi kojima opisuje „vrijednost“ zbirke: basnoslovno, neprocjenjivo, riznica, blago itd. I sama posjeta muzeju je sublimirani akt koristoljublja. Za razliku od malograđana, snobovi su gotovo pjesnici. S pređašnjima imaju zajedničko jedino nerazumjevanje muzeja, ali je smisao tog nerazumevanja različit. Malograđanin poštuje muzej kao mehanizam moći i prestiža, ali prezire sve njegove druge osobine, – osim materijalnih, a snobovsko poštovanje je bezgranično i bezrezervno, ako su poznavaooci, koji su izvor njegove svekolike inspiracije, rekli da je (muzej) vrijedan takve privrženosti. Snobovski kompleks manje vrijednosti ne osvećuje se u nastojanju da potčini kulturnu vrijednost nego, upravo obratno, da se toj kulturnoj vrijednosti potčini. Snobovi su najbolji animatori interesa za muzej i korisni su dok mit koji grade ne postane preuveličan do odbojnosti. Kako snobove krasi živ interes i izuzetna imitativna sposobnost, mogu se pretvoriti i sami u „reproduktivne“ poznavaoce i steći izvjesnu sposobnost vrednovanja.

Govoreći o *pogrešnim motivima* muzejske posjete, treba znati da je riječ o univerzalnom problemu publike u kulturi. Razmišljanje A. Žida još uvijek ima realan osnov: „I ne čudim se previše što se, u tako preduzimljivom društvu kao što je parisko, može naći dovoljno publike da se jednom nedeljno ispuni ogromna dvorana s ljudima koji dolaze da vide kako naši najslavniji glumci recituju stihove koje oni nikad neće ni pomisliti da čitaju. Smatraju da naizgled uživati u umjetničkom djelu, ipak zaslužuje nekoliko sati dosađivanja“⁵³. Jedino bi mu se moglo prigovoriti na fatalističkom skepticizmu: do življih duhova poruka kulturnog čina ipak

dospjeva. Uostalom, unutar široko shvaćene umjetnosti, a danas smo na to konačno prisiljeni, muzeji su *art-mediji* ili će to tek pokazati. Višeslojnost i složenost art-medija čuvaju u sebi bezbroj motiva za publiku. *Metropoliten* je napravio veliku izložbu *Blago Drezdena* koja je bila izvrsno posjećena. Većina izloženih stvari, kako kaže direktor muzeja⁵⁴, ima svoj jednako efektan ekvivalent u samoj zbirci *Metropolitena*, ali rezultat njihovog izlaganja ne bi bio uporediv s rezultatom izložbe. Publiku neodoljivo privlači egzotika i rizik dopremanja predmeta izdaleka, spoznaja nekog truda koji je učinjen „samo za njih“. U ovom vremenu, jedno je sigurno: i pogrešne i prave potrebe, kao i pogrešni i pravi motivi prisustvovanja kulturnom činu, pa bio on i muzejsko događanje, izborili su pravo na postojanje. Stoga je bitno da ih poznamo.

Elitizam je jedina šansa vrhunske umjetnosti i nauke, a populizam je jedina šansa za pravedni svijet, pa u konsekvenci možda i za njegovo preživljavanje. Populizam nije nužno i grijeh protiv kulture, nego je, a to je važno, davanje šanse i akcija ekspanzije duha. Naravno, ako podrazumijevamo da je elitizam isto što i vrhunski dometi, a popularizovanje isto što i širenje kruga proizvođača i potrošača umjetnosti.

Omasovljenje obeju kategorija nije samo demokratska dosjetka nego diktat logike promjenjenog *environmenta*. Nove potrebe i novi mediji komunikacije učinili su demokratski zaokret u mnogim djelatnostima dijelom modela preživljavanja. Danas već možemo da govorimo o širokoj bazi „elitne“ kulture. Upravo zahvaljujući edukaciji, efikasnosti audio-vizuelnih medija i slobodnom vremenu, sve više ljudi prihvata izazov i mogućnosti kulturnog čina. Stoga je jedva moguće prihvatiti cinizam A. Žida: „Ja mrzim gomilu; ona ništa ne poštuje. Sva nežnost, sva senzibilnost, sva ispravnost, sva ljepota se u njoj kvari, lomi, iskrivljuje... (...) a kad joj se divim, divim joj se s balkona“⁵⁵. Prosječni građani, tradicionalno nastrojani, takođe ne vole kulturu koja ima aspiracije da bude široko prihvaćena. Realno jeste da obraćanje velikom broju i u politici, a kamoli ne u kulturi, znači nužno snižavanje nivoa komunikacije. Ali ne smeta ako se komunikacija smatra nužnom i nije pravilo da je propadanje jedini rezultat.

U okolnostima novih medija i u situaciji kad je počela da se osjeća kriza djelatnosti, muzeji su bezrezervno prihvatili načelo

što više posjetilaca. To vrijeme šezdesetih i početka sedamdesetih godina je za nama. Cilj omasovljenja posjete nije napušten, ali sad je vrijeme novog naglaska na kvalitetu posjeta. Naravno, muzeološke generalizacije, kao i ovaj rad, imaju svoja ograničenja, iako i dalje ostaju privlačne. Sigurno je da Holandija, gdje je posjeta muzejima udvostručena upravo u posljednjih sedamdesetih godina dvadesetog vijeka kao posljedica, između ostalog i popularizatorske politike, ne treba više da insistira na kvantitetu koliko na kvalitetu posjete. Istovremeno, situacija kod nas nužno zahtijeva snažne popularizatorske udare i sistematičnu kulturnu akciju.

Kao što je turistički marketing *Sikstinske kapele* premašio receptivnu sposobnost samog mjesta, tako se i muzejima događa da ustanove nisu u stanju ni osobljem, ni opremom ni prostorom, a ni programom, da prate iole značajniji porast broja publike. Popularni ili bar masovno posjećeni muzeji predstavljaju poseban tip problema od cirkulacije do novih kapaciteta pomoćnih prostorija i broja osoblja. Uostalom, preveliki broj posjetilaca može u nekim situacijama ozbiljno da ugrozi sigurnost muzejskih predmeta. Istinita je i provokativna konstatacija H. Gluzberga da „čovjeku s ulice muzeji uopšte nisu zanimljivi“, ali mu isto tako treba vjerovati kad tvrdi da „muzeju treba podrška čovjeka s ulice i njegovo budno zanimanje“⁵⁶. Tom logikom se rukovode novi oblici muzejske prakse u svijetu kao stvarni oblici obnove i preživljavanja muzejske institucije, tamo gdje svaka neefikasnost rađa efikasne alternativne oblike djelovanja.

Upravo kad je riječ o razlozima ili obrazloženjima krize muzeja uvijek se radi o problemu gubitka identiteta samih muzeja: „Publika u većini nema isto poimanje umjetnosti i kulture kako imaju muzeji. Muzeji su oduvijek propagirali elitističku, urbanu kulturu...“⁵⁷. Nije li tradicionalni muzej u položaju profesora koji predaje isključivo studentima koji bez ikakvih teškoća prate nastavu? I muzej se obraća, poslužimo se terminom Harolda Rozenberga (Harold Rosenberg), „zajednici znalaca“, ali šta je s onima drugima? Opšti je stav i *istoka* i *zapada*, svakog zbog svojih motiva, da nema drugorazrednih ljudi kojima ne treba ili koji ne zaslužuju kulturni proizvod. Socijalizam duguje pažnju svakom građaninu, jer to duguje svojim političkim načelima. Kapitalizam, iako je teško ovako poopštavati situacije, obaveze kulture tumači zavisnošću od finansijera:

„Muzeje održavaju poreski obveznici, pa zašto im se ne bi dala protivvrijednost koju očekuju kako bi time uživali u onome što je u stvari njihovo privatno vlasništvo“⁵⁸?

Bez obzira kako tekla muzejska praksa, većina muzeja posjeduje onaj poseban mehanizam komunikacije sa svojim posjetiocima koji, više od bilo čega pokazuje „definisanošću“ ili otkrivanje prave stvarnosti. Riječ je o pozivnicama. Pozivnica je poziv na komunikaciju, na druženje, na potrošnju kulturnog proizvoda o kojem je upravo riječ. Izuzmemo li znalce i sve one kojima muzej po liniji kolegijalnosti i struke šalje obavještenje o događaju, ostatak pozivanih zasluživao bi u svakoj sredini detaljnu analizu. Takvom bi analizom bilo moguće odrediti one zavisnosti muzeja koje ga ujedno definišu sasvim suprotno proklamovanom demokratskom opredjeljenju.

Savremeni muzej proživljava krizu jer je rastrzan između atavističkih opterećenja i imperativa današnjice. Negativni potencijal kreiran razlikama između potrebnog i mogućeg, u osoblju, fizičkim predispozicijama, rastućim potrebama, svijesti o novim okolnostima, potrebi totalne izmjene mehanizma zaštite baštine itd, stvara frustraciju koju će izliječiti jedino promjene identiteta muzejske ustanove. Uslojavanjem muzeja prema nivoima komunikacije, unutar pojedinih ustanova i među ustanovama, muzej će moći konačno i u potpunosti da zadovolji i elitistički ukus i popularne potrebe. Jedino čega se muzej mora odreći jeste socijalni elitizam koji za svoje pozicije koristi muzej. Kao i većina ostalih produkata u svijetu sutrašnjice i muzejski kulturni produkt će postati *custom*, napravljen po mjeri vrlo definisanih, sasvim specifičnih potreba korisnika. Već početni koraci korišćenja kompjutera u muzejima daju naslutiti da će ta vrsta *samoposluživanja* informacijom koja tačno odgovara potrebama korisnika biti jednostavna i efikasna gotovo do savršenstva. Taj zadatak nije sasvim jednostavan, pogotovo ima li se na umu ambicija da muzeji postanu mjesto za kultivisanje senzibiliteta, propraćeno dakako informacionim argumentima. Muzej je i naučna ustanova, ali ako je samo naučna onda nije i muzej.

Između publike i posjetilaca trebalo bi da postoji razlika. Publika nije bilo kakav i sasvim proizvoljan skup koji nije kadar da prihvati i da upotrebljava medij muzeja. Te oznake pripadale bi, zapravo, kategoriji posjetilaca. Od publike se očekuje i regularnost

u posjećivanju muzeja i „pravilnost“ u *uzorku stavova*. Analiza publike, po pravilu, omogućava stvaranje relevantnih zaključaka za funkcionisanje muzeja. Dakle, publika predstavlja čvrsto jezgro posjetilaca muzeja. Ona je, dakako, podložna programiranim efektima propagande ili kulturne akcije muzeja, ali u cjelini predstavlja stabilnu motivisanu grupu na koju se može računati pri svakom normalnom funkcionisanju muzeja. Ipak, osjećajući slabost i malobrojnost te kategorije posjetilaca, muzeji su pod stalnim pritiskom neophodnosti širenja svojih „potrošača“. Publiku, dakle, predstavljaju „inicirani“ posjetioci koji prihvataju i razumiju medij muzeja.

Potreban stav muzeja nije pasivan, nego aktivan. Kad je posrijedi publika, to znači da, uz sve obaveze koje ima u istraživanju potreba publike, muzej mora da usmjerava publiku, a ne publika njega. Muzej je kreativni mehanizam društva kojem je smisao u unapređenju nivoa svijesti. Polazište je matično područje kojim se muzej bavi, a metod je – komunikacija. Komunikacija, naravno, podrazumijeva dvosmjerni tok informacija što u posljedici znači da se od savremenog posjetioca očekuje, ili treba da mu se ponudi, participacija. Participacija još uvijek nosi pežorativne prizvuke obzirom na tradicionalnu kulturu jer pripada među „izume“ šezdesetih godina. U tradiciji je, sve od renesanse, da je kulturni događaj ili produkt pasivno iskustvo. Naravno, većina kulturnih zbivanja u muzeju ne podnosi direktnu participaciju, ali oblici reagovanja, ili oblici pripreme mogu imati participativni karakter. Za jednu izložbu mogu se javno zatražiti pozajmnice eksponata od pojedinaца ili se može zatražiti saradnja svih onih koji smatraju da mogu pridonijeti obradi teme itd. Snimanje ili bilježenje komentara događaja nakon posjete, slobodne ekspertize donesenih predmeta itd, mogući su oblici participacije. Participacija izgleda kao sve veća „savremena besmislica“ što je muzej udaljeniji od svoje okoline nivoom komunikacije koju nudi. Ali, novi oblici muzeja čine od participacije oblik svog postojanja. Osnova takvih novih muzeja jeste nova, drugačija, motivisana publika. Ulaskom u ovu fazu razvoja čovjekove civilizacije, shvatili smo da nam tek slijedi samopotvrđivanje identiteta, daleko složenije i suptilnije nego što je to predstavljao talas nacionalnih muzeja u prošlom vijeku. Za razliku od trenda da se svijet ujedinjava tako što će se svi usiviti, već

kasne šezdesete godine donijele su otrežnjenje. Svijet želi da se ujedini tek nakon iskustva decentralizacije identiteta. Iskustvo nametnutih kulturnih modela aktuelizovalo je zaštitu i novu svijest o pojedinačnim kulturnim identitetima. Upravo se nalazimo, gotovo nelogično, u vremenu intenzivne atomizacije interesa i identiteta. Pred perspektivom stapanja, beli žele da ostanu beli, crni žele biti crni, donedavni integracionisti među imigrantima insistiraju na svom etničkom biću, žene afirmišu (zapostavljeni) identitet svog pola, američki kongresmeni javno izjavljuju pripadnost gej-pokretu i računaju na podršku te „manjine“, cveta terorizam kojim se žele rješavati problemi nacija i nacionalnih manjina davno stavljeni *ad acta* itd. Muzeji u formiranju ne proizilaze više iz nadahnutosti i slučaja svog začetnika, njegove ideje ili ideja njegovih nastavljača. Područje velikog broja novih muzeja ne određuje se niti odabiranjem „facha“ iz enciklopedije znanja 19. vijeka. Novu konstantu kao polazište i temu muzeja predstavlja neka zaokružena *environmentalna* cjelina, kulturni krug koji je moguće definisati, obuhvatljiv i cjelovit radni proces, manjina, unutar nekog obuhvatljivijeg socio-kulturnog sklopa, ukratko, sve što predstavlja neki identitet i posjeduje inherentnu volju za zaštitom i valorizacijom, tj. kontinuitetom. Jednom potvrđen i uspostavljen hramom svog identiteta, muzejom, taj *environment*, taj predmet muzeja pokazuje sve manifestacije učestvovanja i saradnje.

Takav savremeni muzej mora zajednici da pruži dodatnu strukturu i značenje, mora da postane na izvjestan način potrebna restriktivna sredina koja strukturiše i nameće pravila. Novi romantizam, kao emocionalni nusprodukt, traži da muzej stvara osjećaj kulturnog mjesta kroz afirmaciju osjećanja pripadnosti i kroz familijarnost. Ponašajući se kao korektivni mehanizam u najboljem kibernetičkom smislu, muzej mora da prihvati tendencije ne boreći se protiv njih nego mijenjajući im smjer. Dobrovoljno organizovanje, stvaranje osjećaja pripadnosti, davanje insignija, nagrada itd, dio je spoljnog „kostima“ muzeja. U takvom muzeju postaje moguće da „publika stvaralački učestvuje u svemu što donosi preobražaj muzeja u radionicu“⁵⁹. Isti autor smatra da ta participacija može da ide i do preuzimanja specifičnih tehničkih usluga i funkcija. To je postignuto u mnogim ekomuzejima. Razni su oblici participacije i u muzejima koji nemaju tako centriranu djelatnost. Jedan drugi

autor⁶⁰ navodi australijski primjer kompleksnog učestvovanja muzeja u životu zajednice i participacije publike. Napravljena je izložba o Hariju Morantu (Harry Morant) koji je zbog navodnih zločina u Burskom ratu pogubljen. Postavljena je problemski i s jasnom tezom – zahtjevom vladi da zapisom na spomeniku bude rehabilitovan. Na kraju izložbe bila je kutija za glasanje. Na isti način se u obliku dramske igre po mnogim američkim muzejima izvode scene ili događaji iz nacionalne istorije, a posjetioци imaju priliku da učestvuju ili utiču itd. *Muzej susedstva Anakostije* (Anacostia Neighborhood Museum) u crnačkom delu Vašingtona primjer je izuzetne participacije lokalnog stanovništva⁶¹.

Participacija je oblik povratne informacije, povratne muzejske informacione emisije. Jedan autor koji se ozbiljno pozabavio temom kaže da je *fidbek* „ključni koncept kibernetičke revolucije bez kojeg ne bi bilo kontrolnih tehnologija“⁶². Nadam se da pod tim tehnologijama autor misli na korektivne mehanizme, a među takve mehanizme društva se onda svakako mora ubrojati medijski mehanizam muzeja. Po tumačenju istog autora je sve što je bez *povratnog efekta* deplasirano i osuđeno na propast. *Povratni efekat* je oblik saglasja s okolinom, neophodan za postojanje, kao preduslov da se verifikuje iskustvo: „ljudi koji ne dobijaju *povratnu informaciju* ili je odbijaju postaju autistični i katatonični“⁶³. Tradicionalni muzej nema sposobnost preuzimanja i procesovanja te povratne informacije i stoga postoji komunikacioni rascjep između njega i okoline. Svi oblici žive razmjene s okolinom stoga su način za trajno prilagođavanje muzeja i način da muzeji efikasno obave svoju misiju. Ekomuzeji, kao novi oblik muzejske prakse zamišljeni su na osnovu te permanentne interakcije, a njihovo „pogonsko gorivo“ je upravo povratna informacija.

Postoje dvije „prirode“ muzeja od kojih je, dakako, samo jedna ispravna. Ona lažna, zasnovana na predrasudama, predubedenjima, koja predstavlja refleks psihograma vladajuće klase u većini slučajeva shvata muzej kao sublimaciju sopstvenog paseizma, narcisoidnosti, superiornosti, duhovne i ekonomske moći, pa i izvesne nekrofilnosti. Istinska priroda muzeja afirmiše se u evolutivnom mijenjanju prakse i (tek potom) zastarele teorije. Novi korisnici muzeja, prirodna, demokratska šarolikost tih korisnika, još dugo neće naći formulu kojom bi izrazili svoje interese. Uostalom,

takvo strogo profilisanje demokratskih oblika kulturnog života oduvijek je nosilo opasnost prisile uniformnosti. Poslednji pokušaj „vlasnika“ tradicionalnih muzeja da izraze i zadrže svoje viđenje svijeta i muzeja u njemu je *Svjetska konferencija prijatelja muzeja*. Uprkos deklarativnim dopadljivostima, što pripada rječniku svakog svjetskog udruženja, uprkos jednom broju članova koji su poznavaoi problema savremenih muzeja, riječ je ipak o pokušaju da tradicionalni koncept muzeja i njihove publike, i to baš po liniji lažne prirode muzeja, zadrže pozicije moći i prestiža. Kad bi udruženju bilo zaista više stalo da se pomogne „stvar muzeja“ i ono čemu muzeji treba da služe, nego do kongresa i sastanaka, do prestižnog rituala, onda bi umjesto toga organizovali pomoć muzejima. Od tridesetak hiljada muzeja, koliko ih ima u svijetu, trećina (verovatno) tek preživljava. Ostalih trideset hiljada muzeja koji verovatno nedostaju svijetu, treba pomoć u nastajanju. Uostalom, i analiza članstva svjetskog udruženja prijatelja muzeja pokazala bi da se radi mahom o grupi slijedećih karakteristika: srednje ili podmakle godine, viši sloj srednje građanske klase, finansijski dobrostojeći, više ili visoko obrazovanje ili bogatstvo kao ekvivalent, tradicionalni pogledi na kulturu, blaga sklonost konzervativizmu u ime stabilnih vrijednosti, potpuno pristajanje u zapadno-evropski kulturološki model, sklonost svijetu u razvoju, ali s pozicija dobrostivosti i lažnog hrišćanskog morala, u stvari osjećaja krivice nad sopstvenom sitošću u svijetu koji umire od gladi, itd. *Prvi međunarodni kongres udruženja prijatelja muzeja* održan je 1972. godine u Barseloni. Teško je vjerovati da ne postoji uzročna veza između osnivanja pokreta za zaštitu (tradicionalnih) muzeja i pojave prvih reformisanih, savremenih muzeja (ekomuzej Le Krezo /Le Creusot/ osnovan je 1972).

Društva prijatelja muzeja osnivaju servis za pozajmljivanje umjetničkih djela (*art rental*) kao što je servis pri *Umjetničkoj galeriji* u Ontariju (Kanada) osnovan još 1965. Takva aktivnost zaista pomaže da se prave izložbe mladih umetnika, da se ljudi zbližavaju s umjetnošću, da uživaju u umjetničkim djelima. Ali napravljen je takođe i prodajni servis za unapređenje savremene umjetnosti, stvaranje zbirki u saradnji s industrijskim društvima i finansijerima. U sličnom obliku organizovanja, u *Galeriji Tejt* (Tate Gallery) okupljaju se ne samo jednostavni aspiranti na bliski odnos s

umjetnošću nego i znalci. Organizuju se sastanci svih zainteresovanih, od amatera do umjetnika, kritičara, izdavača, studenata akademija itd, održavaju se, kao i u ostalim sličnim organizacijama, predstave, priredbe, predavanja, projekcije, izložbe i slično. Djelom je, u slučaju takvih organizacija, riječ o interesnom okupljanju koje je neobično plemenito i korisno obostrano, za pojedince i muzeje. No, vrlo često, ponegde upravo i stalno, riječ je o različitim interesima koji se svi stiču u zajedničkom, finansijskom i prestižnom imeniocu. Velika korporacija „Filip Moris“ postala je, kako je i namjeravala, čuvena ne samo zbog cigareta. Veliki art projekti koje ne može finansijski da podnese nijedan muzej za korporaciju su prava sitnica; čovjekoljubni interes korporacije manji je nego što je u 19. vijeku bio interes prosvjećenog vlasnika fabrike za svoje radnike. Registar kojim aktiviraju fanfare prestiža nije finansiranje dugogodišnjeg arheološkog iskopavanja, na primer, nego glamur-izložba s najpoznatijim umjetnicima i onima koje smišljeno lansiraju kao novost. U velikoj igri manipulacije samo je rječnik umjetnički, sve ostalo s kulturom nema dublje veze.

Populistička orijentacija donosi, dugoročno gledano, „kamate“ u kvalitetu i broju posjeta. Krug muzejske publike time se značajno širi, muzeji ispunjavaju deo demokratskih dužnosti iz svog poslanstva. Kako je riječ o neiniciranoj publici, potrebno je stvoriti specifičnu metodologiju i okolnosti koje taj *rad nagovaranja i pridobijanja* omogućuju.

Svaka razlaganje, širenje, rasprostiranje, smanjuje ishodišni potencijal, njegovu snagu i uvjerljivost. To je prvi efekat. Da bi se održao kvalitativni intenzitet emisije kulturne poruke, potrebno je: poboljšati kvalitet poruke i snagu (metodologiju, sredstva) emisije. Jedno je problem kojeg treba da riješi specijalna muzeologija, a drugo treba da riješi nova tehnologija komuniciranja. Drugi efekat populističkog uspjeha muzeja je, kako je već naznačeno, isključivo kvalitativne naravi. Opšti prigovor zaštitnika sigurnih vrijednosti populističkim nastojanjima i rezultatima jeste da im je kulturni produkt vulgarizovan i trivijalizovan do mjere izobličenja. Početna tačka svakog učenja i privikavanja je simplifikacija i simulacija. Ukoliko prigovor i jeste primjenjiv na kulturne produkte prošlih razdoblja, novi oblici masovne umjetnosti i masovnih medija stavljaju pod sumnju predodređenost manjine na status isključivog

potrošača kulturnih proizvoda. Umjetnost je, kao okvirni duhovni kontekst, počinila fundamentalističku jeres i otvorila vrata totalnoj umjetnosti. Takva umjetnost ne segregira ljude na stvaraoce i potrošače na način koji predstavlja čvrsto pravilo.

Populistički bum donio je zaista nove brige tradicionalnim ustanovama i umovima. Među negativne posljedice treba ubrojiti obavezu ponude specijalnih događaja. Naročito se na zapadu od muzeja očekuje da uvijek imaju da ponude posebne i senzacionalne događaje i manifestacije. A senzacionalizam i manifestativnost oduvijek su oznake nesavršenosti i nepotpunosti kulturnog sistema, znak frustracija i lomova. Neiniciranoj, novoj publici muzej po sebi još uvijek nije dovoljno atraktivan. Prenesen na područje finansiranja i primjerene kontrole nad programom, problem je još drastičniji jer finansijeri (ili bar „poreski obveznici“, kako tu većinu nazivaju u SAD) hoće rezultate sad i odmah i, ako je ikako moguće, s glamur i senzacionalističkim efektima. Ovo vrijeme, iako bolje no sva prethodna, doba je instant hrane, ali i instant kulture. Instant hrana je, hteli ili ne, legitimna potreba vremena, a ne bi trebalo sumnjati niti u ovo drugo. U *Muzeju Metropolitena*, nakon zatvaranja velikih povremenih izložbi posjeta muzeju pada i do 70%⁶⁴. Nažalost, široku publiku privlače velike teme, izvikana imena, grandiozni poduhvati. To je podatak za koji nije potrebno ispitivanje javnog mnjenja. Ali to širokoj publici treba dati. Isto je i s medijima javnog komuniciranja, oni služe toj, takozvanoj opštoj publici i ponašaju se shodno istoj logici; zanima ih samo događanje, dinamika, barnamska atmosfera. Samo, „ako muzeji i zoološki vrtovi ne budu ljudima pružali ono što se od njih traži, prestaće da postoje“⁶⁵.

Uloga studijskog depoa, dakle takvog spremišta koje ipak omogućava potrebnu preglednost i radni komfor, jeste da prezentaciono opsluži znalce. Neku veću i ozbiljniju potrebu za izlaganjem kakvu imamo danas, muzeji 19. vijeka nisu imali. Ali već je tada započeta nova odgovornost prema publici koja je rezultirala u današnjoj prezentacionoj djelatnosti. Osim pojedinačnih muzeja koji služe specifičnoj publici, muzeji se obraćaju širokom spektru ukusa i potreba. Pritom, činjenica je, veliki dio publike nije racionalizovao svoje potrebe tako da ih u stvari ne poznaje. Prvo sredstvo za kojim poseže muzej koji želi poboljšati službu zajednici je anketa.

Ipak, i kad je dobro sprovedena, anketa nije sigurno sredstvo. Jedan od razloga je i manipulisana svijest koja se povinuje mnoštvu psiholoških i kulturnih modela i predložaka. Na kraju, na savjesti je muzeja da upotrebe sve načine koji ih mogu dovesti do razumijevanja potreba publike. Najdirektniji način je učestvovanje u svakodnevnom životu zajednice kojoj služe. To uključuje opredjeljenje za izvjesnu, bar preovlađujuću publiku i praćenje njenih stvarnih problema. Oblik služenja zajednici najdirektnije se ocrtava u najprimjenjivijoj aktivnosti, tj. u izložbenoj djelatnosti. A. Vitlin (A. Wittlin) kaže da je cilj izložbe „prenijeti zanimljivu i stimulativnu poruku laicima“⁶⁶. Govoreći da smo svi mi laici izvan naše „stručne niše“, A. Vitlin daje zatim vrlo praktičan savjet za komuniciranje s posjetiocima kako bi muzej izbjegao kognitivne disonance tako pogubne u većini slučajeva: „U našim posjetama muzejima želimo da dodamo nove informacije našem skladištu znanja, ali ne smijemo da budemo preopterećeni, zbunjeni i frustrirani novinom koja nadrašta naše razumjevanje, želimo umjerenu novinu ili potpunu novinu interpretiranu kroz poređenje s nečim vrlo prisnim. Naše razumjevanje i sklonost informaciji raste kad su pojednosti predstavljene u čistom slijedu i u opštem kontekstu. Poruka koja ima početak i kraj nam se dopada“⁶⁷.

Ako je u ime jasnoće i artikulacije, ovo je vrlo dobro uputstvo. No, kako se i zakoni aerodinamike mijenjaju pri nadzvučnim brzinama, mijenjajući u posljedici konstrukciju aviona, tako se i pri upotrebi elektronskih medija mijenja i ovo klasično pravilo *claire et distincte*. Ili bolje, ono se nadograđuje. Efikasna i egzaktna poruka je tek pitanje metodologije i sredstava onda kad je poznata i adresa na koju je treba „isporučiti“. Ma kako primjeren nekim specifičnim okolnostima i definisanim korisnicima, muzej će uvijek morati da vodi računa o istoj kategoriji opštih posjetilaca, štaviše, po svemu što razmišljajući na današnji način spoznajemo, sve više nam izmiču obrasci na osnovu kojih možemo da pravimo pretpostavke. „Kad neko dolazi u muzej, šta znamo o povjesti te osobe i vrstama iskustava koja bi bila najpogodnija da pobude čuđenje i radoznalost“⁶⁸? Današnja razmišljanja nastoje ovo posljednje upozorenje da shvate sasvim doslovno utoliko što je, danas je to jasno, taj „sadržaj“ beskrajno raznolik, ali i izmjenjiv unutar jedne iste lobanje. Odgovor na pitanje, „šta želi publika?“, ne postoji. Postoji bezbroj odgovora. Tradicionalni muzej, ne onaj iz 19. vijeka,

pružio je jedinstvenoj opštoj publici jedan opšti proizvod za kulturnu konzumaciju i smatrao je problem odgovornosti za komunikaciju uglavnom riješenim. Muzej je u svijetu, u kojem je jedino promjena konstantna, postao izvjestan anahronizam. *Curiosity shop* morao bi da postane, bar u novonastalim oblicima, savremeno samoposluživanje koje uspeva da podmiri naše razlistale potrebe. I potrošnja informacija, a i muzej je njihov sakupljač i diseminator, traži neprestano nove proizvode.

Traži se, zapravo, *custom product* skrojen i primjeren potrebama pojedinaca ili bar što manjih grupa potrošača. Možda ovo, netom izrečeno, objašnjava jedno ne tako davno razmišljanje: „Ironija je da, ako sutra zatvorimo dućan, ljudi neće ni primijetiti, niti protestovati. Muzeji i galerije su na neki način žalosno propustili da se učine voljenim i bitnim dijelom svačijeg života“⁶⁹.

Bog muzeja kojem treba prinositi probrane darove je publika. Omalovažavana ili precenjivana, publika je danas centralna tema muzeologije i najveći praktični problem prakse. Frustracija muzeja nad ovim problemom toliko je izražena da je uzrokovala rascjep institucije. Danas postoje ustanove koje nose ime muzeja, ali su do te mjere ograničene na zadovoljavanje potreba publike da je očigledno riječ o novom, nevalorizovanom obliku djelovanja. Na Istoku su muzeji, kako je već bilo riječi, bili obavezni da služenje širokoj publici zbog političkih proklamacija u kojima se govorilo da je kultura svojina većine. Na Zapadu demokratija traži svoje uporište sve češće u pravima poreskog obveznika „koji ima pravo da kontroliše utrošak svog novca“. Što se muzeja tiče time, bez obzira na kontekst, zahtjev za njihovom društvenom odgovornošću postaje okvirna obaveza za cjelokupnu aktivnost.

Tek u posljednje vrijeme u protekloj deceniji, učestali su pokušaji analize muzejskih posjetilaca. Rezultati su bili indikativni, ali ne i neočekivani. Ono što je znao svaki iskusni muzejski radnik dobilo je formu izveštaja i elaborata, bilo je iskazano numeričkim podacima i komparacijom postotaka. Ne sumnjajući u potrebu takvih analiza, treba im prigovoriti za neke (neželjene) negativne efekte. Stvoren je utisak da je sve obavljeno i da ništa nije preostalo što bi mijenjalo ustaljene pretpostavke. Analize su rađene mahom tako da dedukuju na osnovu postojeće prakse i obostranih predrasuda: i publike i muzeja. Istovremeno, muzeologija ima premalo glasa da bi svojim spekulativnim analizama nametnula muzejskim radnicima novi na-

čin mišljenja. I muzeji i publika ograničeni su u saradnji tradicionalističkim razmišljanjima o fenomenu baštine.

Od muzeja se najpre tražilo da postanu pristupačni publici. Nakon toga tražilo se da postanu razumljivi. Danas se od muzeja zahteva da postanu privlačni, da sve što izlažu i nude kao kulturni događaj bude atraktivno i animativno. Ali ne samo to. Samo prvi zahtjev mogao je da se riješi klasičnim postupcima, iako današnji smisao za pojedinost ukazuje da i zadatak dostupnosti nije sasvim izvodiv bez tehnologizovanja muzeja. Uostalom, muzej može biti dostupan samo fizički, pa se podešavanja specijalnoj publici (deca, hendikepirani itd.) mogu svesti na predusretljivost dizajnera i arhitekata, ali dostupnost može imati širi, komunikacioni i participativni smisao. U tom slučaju je riječ o temeljno novom pristupu radnom procesu i upotrebi, gotovo nezaobilaznoj, savremenih tehnoloških sredstava. Ako je riječ o razumljivosti, očigledno razumljivosti muzejske poruke, obaveze današnjih muzeja nadilaze sve čemu se proteklo vrijeme moglo domisliti. Ukidanjem privlačne apstrakcije formulisane kao opšta publika, fokus je na fenomenu publike toliko izoštren da odjednom vidimo beskonačno mnoštvo varijacija interesa i komunikacionih nivoa. Više nije moguće definisati publiku kao jedinstvenog korisnika. Svi muzeji koji su to u stanju, svojim kadrom, opremom, prostorom i finansijama, uslojavaju svoje programe prema maksimalnom broju interesa i nivoa komunikacije. To je upravo obrnuto od tradicionalnog pristupa koji je polazio od individualnih potreba i uvjerenja pojedinaca-osnivača. Ako je osnivač zajednica, uspostavlja se time nova legitimnost demokratske orijentacije i omogućava *ipso facto* novi oblik razmišljanja o poslanstvu muzeja. To muzej u nastanku čini sasvim drugačijim, počevši od arhitektonskog do stručnog programiranja.

Želeći da muzej obavi svoju funkciju, da efikasno preda svoju poruku i da sve učini kako ne bi došlo „do smetnji i distorzije na vezama“, savremeni muzej je preduzeo mnoštvo predradnji. Jedna od njih je, kako to zovu u anglosaksonskom svijetu, *orientation center*. Proto-oblici muzeja su sadržavali objekte na kojima nije bilo legendi: vlasnik i znalci koje je primao znali su potrebne podatke. Kako se širio krug onih kojima je muzej trebalo da služi, rastao je i broj informacija koje je trebalo da pospeše razumjevanje sadržaja muzeja. Počelo je s legendama, a sada se nalazi u fazi razvijene službe muzeja s mnogobrojnim zadacima. Od nekoliko strelica

i obaveštenja nastao je pri ulazu u muzej pogon koji muzejskog posjetioca zove da izrazi svoje želje ili nedoumice. Na raspolaganju su mu ljubazni ljudi koji će mu objasniti kuda treba da ide, šta će gde vidjeti, kad se održavaju posebni događaji u muzeju, gde se može odmoriti, gde obaviti fiziološke potrebe itd. Muzej želi da postane predusretljiv domaćin, od kojeg se ne odlazi s neugodnim utiscima. Tema *orientacionog centra* varirana je u praksi u bezbroj oblika prema potrebama, mogućnostima i nivou muzeološke svijesti: od ljubaznog biletara do ekipe profesionalaca i svježih volontera, od lista s tlocrtom muzeja do videoteke programa na temu zbirke muzeja, do kompjutera koji odgovara na „sva pitanja“ itd. Jedan autor govori da je takav centar preambula za učenje, način prekondicioniranja za psiho-fizički ambijent muzejskog iskustva i mjesto gde se (inače) slučajni posjetilac angažuje, usmerava na gledanje i inspiriše na otkrivanje⁷⁰. Mogućnost izbora u ponuđenom ili mogućem je suština demokratije, a muzeji se specifičnošću svog poslanstva smatraju demokratskim ustanovama *par excellence*. Već su česti autori koji smatraju da dobrim uvođenjem kompjutera, koji bi svakom posjetiocu mogao dati njemu primjerene podatke, najbolje rješavamo problem programiranja posjete⁷¹.

Pored legendi koje su već spomenute, prvi ustupak publici je bio, vještačko osvetljenje. Ako legenda nije tehnološki posebno značajan zahvat, vještačka rasvijeta jeste; time su muzeji počinili *prvi tehnološki grijeh* nakon kojeg postoji jedino rješenje u dilemama, a rezultat je – još više tehnologije. Nakon što su se podesili svjetlom, muzeji su otkrili svoju obavezu da sve više služe posjetiocima, a u svakoj muzejski razvijenoj sredini muzeji ugrožavaju svoje druge zadatke na račun brige za posetioce. Krajnji cilj muzeja je, paradoksalno, vraćanje na efikasnost protomuzeja. Pretpostavimo li da je plemeniti i moćni vlasnik „muzejske“ zbirke (najverovatnije „rara et curiosa“) pozvao prijatelja, upoznao ga sa svojim domom i ukućanima, pružio ležeran uvod u udobnom ambijentu i piće koje osvežava; zatim ga je upoznao s okolnostima i opštim mjestima svog interesa i napokon odveo u zbirku. Zavisno od veličine zbirke i izraženom interesu, nakon intenzivnog druženja, pojašnjenja i pitanja, razgovora koji je suvoparnim fizičkim činjenicama pojedinih objekata dao potreban i zadovoljavajući kontekst, nastupio je ugodan zamor uklonjen za bogatom trpezom i uz milozvučnu muziku. Od tada se, naravno, sve izmjenilo. Ipak, pitanje kako masovnoj publici pružiti pojedinačnu

pažnju, kako joj dati pravo na dostojanstveni pojedinačni doživljaj i poštovati pojedinačne potrebe? Kako, uostalom, izgrađivati identitet, otkrivajući ga i ohrabrujući ga, kod publike koja nije preživjela ukalupljivanje u opšte modele i prototipove? Otuda i koncept aktivne saradnje s publikom, na čemu najsavremeniji muzeji zasnivaju svoju egzistenciju, a što tradicionalni muzeji sve više prihvataju. Aktivno učestvovanje je i tzv. *discovery room*, prostor obično mišljen za djecu, gde se posjetilac nalazi u najdirektnijem kontaktu s materijalom. Stoga su česti zahtjevi za omogućavanjem svih oblika aktivizma publike koji čak ne moraju imati direktnu vezu s muzejem (*activity area*)⁷². Današnji muzej je potpuno novo iskustvo koje nije moguće doživjeti starim načinima. Tradicionalni muzeji imaju vodičke službe koje zbog količine posla i tipizirane informacije postaju paradoksalno drastičan oblik formalizovanog odnosa prema publici; a u situaciji masovnih posjeta, sve nove tehnologije (audio-vodič, *av* programi) mogu biti bolji izlaz. U upotrebi napredne komunikacione tehnologije krije se i formula povratka na individualizovanu primjerenu informaciju. Kao stvarni korektivni mehanizam savremenog društva, i onda kad toga nije svjestan, muzej osigurava ono što *čovjek* gubi: javna mjesta pogodna za druženje, kreativan odmor, duhovnu rekreaciju, priliku za kontemplaciju, za sticanje znanja, za neformalno školovanje, za društveni angažman itd. Nakon klimaksa orijentacije masi, što je tipično ponašanje (Toflerovog) *drugog talasa*, dakle, nakon propasti populističke politike „po svaku cijenu“, muzej se priklanja novom trendu, kvalitetu. Kvalitet posjeta je hitniji od kvantiteta, ako već, bar danas nije moguće imati oboje. Jedan od prvih koji je o tome govorio je Žorž Anri Rivijer⁷³.

Opšte je poznata činjenica, dokazana istraživanjima, da nespo razumi u muzejskoj komunikaciji dostižu često upravo groteskne oblike. Riječ je o razlici između sadržaja poruke kako je shvata i uobličava kustos i sadržaja poruke kako je prima i tumači posjetilac. U *Kulturhuset* u Stokholmu su ustanovili da legenda o muzeju mora biti napisana na komunikacionom nivou petnaestogodišnjaka da bi bila efikasna kad je posrijedi prosječna publika. Ali ako se složimo da ne postoji takva publika, kvalitet komunikacije počinje da podrazumjeva mnoštvo još neriješenih potreba. Sve zajedno, te istovremene poruke, ma koliko god ih muzej mogao proizvesti, moraju pokrivati cjelinu publike. Takav zadatak, naravno, nadilazi

mogućnosti tradicionalne koncepcije muzeja i tradicionalne tehnologije.

Populistički glasovi, po inerciji, još traju. Muzeji, za razliku od pojedinih muzejskih izložbi, još nemaju redove posjetilaca pred ulazom. To uostalom ne bi bila ravnotežna situacija. Činjenica je, naime, da je godišnji broj posjetilaca u muzejima razvijenog svijeta negde u visini broja stanovnika tih zemalja ili nešto iznad: u SAD oko 300 miliona, u Zapadnoj Nemačkoj oko 45 miliona, u Holandiji oko 14 miliona itd. Tamo gdje praksa nalaže dalekosežne teorijske zaključke koji bi vrijedili za budućnost, tradicionalni muzeji su dostigli granicu svojih mogućnosti. Međutim, kvalitet posjeta podrazumjeva i brigu o potrebnoj strukturi posjetilaca, te efikasnost poruke. Već sadašnjim brojem posjetilaca, u tim najrazvijenijim zemljama, muzejski *fundus* može se smatrati ugroženim. Za tako velik broj posjetilaca muzeji moraju da promjene podove, rasveta mora biti drugačija, grejanje takođe, zagađenost prostora predstavlja nov problem, menja se mikroklima zbog topline i isparavanja mnogobrojnih ljudi, nastaju štetne vibracije i novi uslovi sigurnosti. Takva razmišljanja koja preispituju vrijednost posjetilačkog buma deo su sada već sistemskih istraživanja. Do sada se malo govorilo o produktivnosti u muzejskom radu: dok je u sakupljanju i obradi predmeta to donekle lako utvrditi, u komunikacionoj djelatnosti muzeja mjerilo produktivnog rada je bio broj posjetilaca. Iako je sve ostalo izuzetno teško mjeriti, znamo da jedino brojem posjetilaca ne možemo „amortizovati“ sav trud uložen u prezentaciju i komuniciranje u cjelini. Stoga će glavnina nastojanja ka efikasnosti muzeja biti upućena na poboljšanje kvaliteta komunikacije, a to je zadatak savremene tehnologije u muzeju.

Priroda muzejske komunikacije

Više no mehanizam za uspostavljanje, odbranu ili nametanje identiteta, muzej je mehanizam suočavanja sa samim sobom, mehanizam introspekcije i tumačenja. Savršen muzej je muzej savršene interpretacije. Slijedeći logiku te pretpostavke, sve što u muzeju učinimo, a služi povećanju interpretativne sposobnosti muzeja, legalno je prirode muzeja.

Mnogi muzejski radnici s nepovjerenjem gledaju na takva tumačenja muzejskog rada jer im se čini da je zaboravljena „osnovna funkcija“ muzeja: „Želim postulirati da, dok je osnovna funkcija muzeja da sakuplja predmete, sporedna i sekundarna funkcija je da djeluje kao izvor za sabiranje, spravljanje i rasprostiranje informacija o zbirkama i predmetima“⁷⁴. Istina je, naravno, da je riječ o ravnopravnim obavezama muzeja: jedan kompleks zadataka besmislen je, odnosno nemoguć bez drugog. Samo kroz publiku muzeji imaju odnos s objektivnom realnošću. Muzej ne komunicira svoju sopstvenu prirodu, on je podređen svojoj ulozi i poslanstvu. Muzej nije završni kvalitet nego sredstvo, posrednik, medij.

„Ako je adekvatno pripremljen, muzej može služiti kao glavno sredstvo premošćavanja jaza između masa te bogatstva informacija i duhovnog prosvjetiteljstva. Ako se pobudi do punih mogućnosti, muzej može prenijeti znanje zavidne složenosti i finoće ljudima s ograničenom spremom za učenje i ograničenim iskustvom u razmišljanju“⁷⁵. Naravno, najmanje je riječ upravo o taksativnom znanju, o činjenicama. Djelovanje muzeja, bar kako ga shvata savremena muzeologija, manje je edukacija, a više utjecaj sasvim posebne vrste. Kao što kaže A. Žid: „Uticao ništa ne stvara (...) on budi“⁷⁶, a jednom probuđeno u stanju je da se održi bez redovnih podsticanja. Pre desetak godina bilo je moguće reći „Na samom početku sistematskog ispitivanja mogućnosti muzeja kao sredstva komunikacije“⁷⁷. Danas su zadaci muzeja jasniji, jasniji su oblici obnovljene muzejske institucije, pa su, u kontekstu informatike i komunikologije, pojašnjeni i oblici muzejske komunikacije. Tradicionalni muzej uporediv je sa pozorištem, a novi bismo mogli uporediti s medijem filma i medijima koji su iz njega proizašli ili su mu srodni. Na jednom mjestu Malro kaže: „...u pozorištu možete biti posmatrač, ali u bioskopu morate učestvovati“⁷⁸. To je donekle ispravna formulacija razlike među tradicionalnim i novim (reformisanim) muzejima.

Tradicionalni muzej je bio, i jeste, informativni muzej, ali kako je, u osnovi, informaciju logično dobiti u biblioteci koja je za to potpunije i bolje opremljena, muzeju ostaju drugi zadaci. Frenk Openhajmer (Frank Oppenheimer) koji danas gradi svoju reputaciju na inovacionom trudu da *objasni* tehnologiju, kaže za svoju para-muzejsku instituciju: „Funkcija *Eksploratorijuma* (Explorato-

rium) nije da nas snabdije informacijama već da nas snabdije iskustvima⁷⁹. Jedino kreativan i obaviješten um može od golih činjenica da stvori zadovoljavajuće misaone strukture. Stvarna uloga muzeja nije da proširuje znanje nego da uči da se stvaralački misli pokazujući istoriju prirode i ljudskog iskustva. Ono što autori knjige *Interpretacija istorijskih mjesta* kažu o komunikaciji s posjetiocima vrijedi i za muzeje: „Posjetilac može otići s drugačijim informacijama i opažanjima, ali da ode bez razumjevanja istorijske važnosti, bilo bi negirati cjelokupnu svrhovitost napora zaštite (orig. *preservation*, op. T. Š.)⁸⁰. Stoga je zadatak muzeja „da premjesti naglasak dalje od neuvjerljive ‘edukacije’ na intelektualnu ‘rekreaciju’⁸¹. Trebalo bi vjerovati upozorenju Ser Roja Stronga koji kaže da bi tzv. obrazovanje u muzeju moglo imati poguban efekat na publiku, jer će ih muzeji asociirati na „instant unapređivanje pameti, neku vrstu državnog bona za kulturnu čorbu⁸², što, naravno, ne bi trebalo. H. Gluzberg samo je jedan od brojnih koji jasno upozoravaju da muzejska didaktičnost mora da se pretvori u kooperativnost koja posjetiocima „pruža priliku za kulturnu inicijativu⁸³.

Priroda muzejske komunikacije ustanovljiva je, bar donekle, kao broj osobina koje savremena muzeologija može da preporučiti i opravda, ali ne treba zaboraviti da je muzej sredstvo moći, što utiče na karakter i prirodu muzejske komunikacije: „Istorija je oblik propagande u kojoj je način na koji je priča ispričana oblikovan vrijednostima onoga koji je saopštava⁸⁴. Riječ je o istoriji, ali zar ne važi navedeni citat i za muzeje? Objektivnog sagledavanja istorije nema, kao što nema objektivnog pristupa baštini u muzejima. Razlike će postojati makar na nivou nesaglasnosti među stručnim pristupima. Istorijska kategorija ili, uopšte, kategorija istorijskog mišljenja predstavlja osnovu pristupa problemu baštine u svim muzejima. Već i Malro zamjera tu podređenost istoriji: „Istorija je vladala muzejima kao što je ljepota vladala galerijama antičkih umjetnina. Kakvo li je iskušenje učiniti ljudsku avanturu razumljivom⁸⁵!“ Činilo se valjda i Malrou da nam cilj može biti da postignemo razumijevanje za čovjekovu avanturu umjesto da je učinimo i zaista razumljivom. Temeljno je i proročanski formulisao ideju *imaginarnog muzeja* za kojeg kaže da ima „svoje istorije“, a ne svoju istoriju. Naravno, na takvom viđenju muzeja nije moguće

osnivati klasičan oblik obrazovanja niti se takav čini potrebnim izvan školskih ustanova. Muzejska komunikacija mora biti obostrano bogato iskustvo koje ne ostaje pri efektu škole-slikovnice.

Muzejska poruka mora biti mudra, slojevita i realna. Kao sasvim poseban, sinestetičan medij, muzej je upućen na korišćenje svih relevantnih iskustava i bilo bi teško pobrojati sve izvore: proto-muzejski oblici, pozorište, film, televizija, zabavni parkovi, školske ustanove, biblioteke, arhivi itd. Nijedno od tih iskustava ne smije biti prevladavajuće u muzejskoj praksi. Naročito strano bi muzejima trebalo da bude idealizovanje. Tradicionalni muzej je tvorevina prestiža, a identitet koji treba da predstavlja ili personifikuje dat je uvijek u potpuno afirmativnom svjetlu. Racionalizacija tog defekta iskrenosti pronađena je u estetizovanju muzejske prezentacije. Proto-muzejski oblik *rara et curiosa* bio je u osnovi demokratičniji u svojoj slobodi izbora nego što je to istinski tradicionalni muzej. Poslednji, naime, bira i prezentuje isključivo najljepše i najznačajnije objekte, „dokumentuje“ baštinu u njenim građanskim ili aristokratskim superlativima. Američki sistem kulturne politike prepušta većinu muzeja onima koji žele da ih finansiraju. Osim evidentnog procvata muzeja, uzrokovanog omogućavanjem korporativne prihvatne inicijative u zaštiti i interpretaciji baštine, dogodilo se da je kroz famozne *upravne odbore*, američki bogati malograđanin i skorojević dobio u ruke važan društveni mehanizam. Bogatstvo i opremljenost američkih muzeja kriju da je, osim u nekoliko izuzetaka, riječ o izrazito konzervativnim muzejima. Naravno, takve se opaske najviše tiču historijskih i umjetničkih muzeja. Naročito indikativna u ovom smislu je situacija, sve brojnijih, muzeja na otvorenom. Američki poreski platiša, preko muzejskih „povjerilaca“ zahtjeva od muzeja ulogu izlječitelja od dnevnih frustracija i nezadovoljstva svijetom kojim je okružen. Konzervativnom pogledu malograđanina prošlost je oduvijek bila utjeha i izvor raznježene nostalgije; budućnost je propast i smrt. Stoga i malograđanski muzej, a to se posebno vidi u muzejima na otvorenom, idealizuje i romantizuje prošlost. Katkad se dobre tendencije kroz službu kostimiranih interpretatora i statista pretvaraju u svoju suprotnost, u banalizovanje, trivijalizovanje i farsu. Kad bi barem za volju objektivnosti i realnosti muzejske poruke nad ulazom *Old Stabridž Vilidža* (Old Stubridge Village) ili *Old Viljemsbur-*

ga (Old Williamsburg) stajao natpis „Nedelja u Old...“. Nisu od tog estetizujućeg i idealizatorskog efekta daleko ni evropski etno-parkovi i etnografski muzeji. Nigdje u njima nema blata ni znoja ni gladi niti prirode koja je i sama „projektovala“ život o kojem je riječ. Univerzalna angažovanost iste autosubverzije omogućava nam muzeološku parafrazu jedne lucidne kritike savremenog urbanizma: Savremena muzejska komunikacija biće postignuta kad prošlost postane definitivno *nesavršena*, a budućnost bude zvanično *neizvjesna*. „Prošlost je uvijek bila savršena. Budućnost je od vajkada izvjesna. Što da kvarimo“⁸⁶. O kakvom se kvalitetu muzejske poruke radi kad u našim muzejima izlažemo afričku primitivnu skulpturu i egipatske kipove kao umjetnička dela? Uloga egipatskog, da ne govorimo o afričkoj skulpturi, kiparstva bila je, kako navodi i sam Malro, magijska, a ne estetska.

Po jačini *iščašenja* vjerovatno bi bilo jednako, izložiti usred afričkog sela evropski pribor za jelo s obrazloženjem da je riječ o magijskim predmetima.

Posebno poglavlje prezentacije, čime se uveliko određuje priroda muzejske komunikacije, jeste hiper-realistički pristup. Razlog se krije u imanentnom perfekcionizmu muzejskog radnog procesa. Kao što je u zaštiti teško odrediti dokle restauratorski perfekcionizam ne ugrožava stvarnu prirodu predmeta, tako je teško odrediti gdje interpretacija predmeta počinje da otkriva osobine muzejskog predmeta koje on „za života“ nije pokazivao ili su u njegovoj funkciji bile nevažne. Ma koliko god se muzeji budu opirali logici svog poslanstva, ono će se morati realizovati. Njihov je zadatak da prošlost učine otvorenom živom knjigom, da je uspostave kao imaginarni, ali i *stvarni informacijski* prostor u kojem će informacioni sklopovi zadržati barem srž originalnih odnosa i međuzavisnosti. Muzejska *spot-svjetla* zaista literarno *spotuju* i dekontekstualizuju pojedinačne predmete, izvlačeći ih po pravilu u prvi plan, jer ne postoji kontekst u kojem bi zauzimali neko pripadajuće mjesto. Tako neka istorijska minduša prestaje da bude bljesak i utisak koji je bio u plodonosnoj vezi s mekim inkarnatom ušne resice i pretvara se u vrijednost za sebe, u predmet čije se oblikovno značenje gubi u hiperrealističkoj analizi svjetla i detaljne legende. Podaci iz kartoteke, blistave vitrine, suvoparno detaljne legende, sve zajedno ne dočaravaju nam mindušu u njenoj funkciji

nego stvarno liče na pedantan analitički dosije koji je sastavljen po uzoru na revnosnog patologa. Ako je hiperrealistička analiza ona metodologija koja je neophodna kustosu u procesu istraživanja, posjetilac bi u prezentaciji trebalo da bude lišen podataka koji saopštavaju više od same prirode predmeta. Primer te zabune su česte televizijske emisije u kojima taj medij, i sam zbunjen svojim hiperrealističkim mogućnostima, opterećuje gledaoce morbidnim pojedinostima nekih vrlo uopštenih interesa. Pokazivati seriju emisija s kamerom u *sali za seciranje* gdje, na jednoj strani, na ekranu promiču čovjekove iznutrice⁸⁷, a na drugoj porodica gricka svoj večernji zalogaj, predstavlja i grandioznu zabunu i morbidan, degutantian vic. Takvih primjera, naravno, ima u medijima sve više. Sigurnu nečasnost predstavljalo bi našim precima da vide na koji način izlažemo neku njihovu svojinu, a trebalo bi se sjetiti da pokazati jedno vrijeme znači pokazati ga kako je moglo uopšte biti viđeno. Izlagati vitraže kao obojene i oslikane komadiće stakla u gro-planu u gotovo laboratorijskim vitrinama, besmislen je hiperrealizam jer je njihov smisao bio da u prostor prosiju, ikonografskim slikarskim zapisom posvećeno, *božansko svjetlo*. Ni većina savremenih slika nije slikana za gledanje pod bujicom hiljada *luksa* koji grubo razotkrivaju, oku ugodne varke i od *velike iluzije* prave njenu metodološku analizu. Umjetnost nas je i zbog tog fatalnog „doprinosa“ muzeja prestala zabavljati. Muzejska poruka pati od krive naučnosti, a da nešto nije u redu s prezentacijom, kojom se poruka emituje, svjedoči činjenica da ista izolacija predmeta i supoparno nizanje vladaju i u studijskom depou kao i u uobičajenoj muzejskoj ekspoziciji.

Kritička analiza tradicionalnog muzeja morala bi za svoje zaključke da uzme u obzir mnogobrojna svjedočanstva o muzejima, koja se nalaze rasuta po romanima, stripovima, feljtonima i putopisima i tome slično jer je literatura usvojila, očigledno ne bez razloga, jedan prilično romantičan i shematičan proto-tip muzeja za svoje potrebe. Riječ je, dakako, o pojednostavljenju. Bilo bi besmisleno, bez iole sistematičnog pokušaja obrade teme, nabrajati pojedine autore. Ipak, od Andre Žida do Sartra i, na drugoj strani, stripa o Ripu Kirbiju (Rip Kirby), slika muzeja je uobičajeno bizarna. Većina ljudi je potpuno načisto da su mrtvac i na groblju najsigurnije društvo, pa ipak se ljudi, gotovo bez izuzetka, nelagod-

no osjećaju na groblju. Atmosferu muzeja literatura opisuje s istom vrstom psihološkog angažmana: tuga, nostalgija, avetinjska prisutnost prošlosti, teskobni muk (...). U literaturi su muzejski čuvari uporedivi sa svim sumnjičavim čuvarima mitskih blaga kako ih literatura poznaje. Literatura nerijetko bira dvorane muzeja da nakon zatvaranja budu poprište događanja jer im se, ispravno čini da muzej tek tada pokazuje u potpunosti osobine koje su inače dnevnim svjetlom prikrivene za posjetioce. Ukoliko u dobrom djelu muzeja danas vlada potpuno drugačija atmosfera koja ne inspiriše morbidne asocijacije, predložak je još živ i upotrebljavan. Stoga i muzejska poruka nosi opterećenja tih predrasuda, čak i kad se trudi da ih izbjegne. Elektronski *environment* savremenog muzeja ili, još više, muzeja budućnosti, biće spasonosno različit od tradicionalnog, onog koji je otvoreno mogao da bude negativne i bizarne asocijacije preplićući ih sa zdravim sadržajem muzejske poruke tako da ove realno oslabe u komunikaciji. Nedovoljno je razrađena, a svakako bi zasluživala značajan trud, eksteritorijalnost muzejske poruke. Ako muzej mora da nađi ograničenja *lokal-patriotizma* i nametanja jednog identiteta drugima, za očekivati je da njegova poruka, uprkos potrebnim specifičnostima, ima opšte značenje. Naučnost muzeja i mudrost stečena kompleksnim istorijskim uvidom trebalo bi da budu garanti objektivnosti, dakle i univerzalnosti muzejske poruke.

Ako i nije tačno, nije bez značaja da je D. S. Rippl rekao da „umjetnost nije možda za svakoga, ali muzeji jesu“. Osnova muzejske djelatnosti, kao i umjetničke, jeste cjelokupno iskustvo čovjeka i prirode. Muzej je kao i umjetnost, komunikacioni medij, jer niti je muzej naučni institut niti je umjetnost laboratorija za ispitivanje umjetničkih materijala. Njihov napor je nužno stvaralački i nužno naslovljen na korisnike izvan samog stvaralačkog kruga. Otuda i umjetnost i muzeji dijele istu sudbinu u građanskom poimanju. Postoje moguće paralele između muzeja i hramova, ali je uputno jedno suštastveno mišljenje po kojem „muzeji, za razliku od crkava, imaju zavidnu snagu da učine da se neobrazovani pojedinac oseća podređenim“⁸⁸. Kako to da, uprkos distinkciji Ripplija, muzeji nisu demokratičniji od umjetnosti? Ili bar isto toliko demokratični? Na koji način građansko poimanje kreativnosti, bilo da je riječ o muzejima ili o umjetnosti ometa njihovu demokratičnost? I zašto

muzeji, uprkos sopstvenoj „hramovitosti“, čine posetioce podređenim?

Umjetnost ima tradiciju jednako dugu kao i postojanje čovjeka. U akademijama i izložbenim dvoranama ona je samo dobila na društvenom prestižu, ali je izgubila dio pripadajućih sloboda. Sakupljanje i nagon za njim osobina su čovjeka od kad i umjetnost, ali prerastanje sakupljačke aktivnosti u normirani, pragmatičan i sistematičan napor, sasvim je novog datuma u istoriji civilizacije. Uprkos institucijama, umjetnost je zadržala svoju neinhibiranu glavnicu, a na drugoj strani, tradicionalni muzeji su postali sinonim za svaki oblik sakupljačke aktivnosti. Institucije jednih i drugih stvarala je građanska klasa, ali je jedino muzeje uspjela potpuno da podredi svojem vrijednosnom sistemu i romantičnom poimanju prošlosti. Umjetnošću se bavilo i izvan akademija, pa je to ipak bila umjetnost, ali uprkos entuzijazmu, sakupljačka para-muzejska aktivnost nije nikad bila muzejska djelatnost, kako je danas poimamo.

Medijska priroda današnje umjetnosti svojom širinom bi lako priznala kreativnoj muzejskoj djelatnosti attribute umjetničkog. Umjetnost i muzeji, a to je važno u razmatranju karaktera muzejske komunikacije, sve će više konvergirati u načinima izražavanja i u odnosu prema prošlosti. Za sada je muzejska poruka većine muzeja čudna smesa naučnog biltena i serijskog romana.

Obična prosječna sredina, kad i ne govorimo o klasnom ili sociološkom aspektu, ne posjeduje izraženije stvaralačke sposobnosti i stoga nastoji da sve što je kreativno institucionalizuje i normira do mjere koja joj omogućava „razumijevanje“ i oponašanje, odnosno kontrolu. Malograđanin pretvara maštu u predloške, kreativnost u kodove i sheme, beskrajnu raznolikost ljudskih odnosa u *bon-ton*, itd. Nesposoban da razlikuje kreativce, umjetnike, od onih drugih, on im nameće prepoznatljive kodove i modele ponašanja kojim normira njihov ne-konformizam (sic!). Tako postupa sa svim što je stvaralačko i što je van njegovog domašaja. Kao što je umjetnicima objesio o vrat crveni šal tako je malograđanin napravio muzejima grandiozne klasicističke portale i monumentalna stepeništa na vrhu kojih muzejska poruka nije saopštenje nego objavljeno o superiornosti *njegove* rase i identiteta. Danas je, naime, uvijek borba da se dosegnu fiktivni ideali prošlosti. Građanski muzej je muzej mitova, demokratičan samo utoliko što svoju ideologiju voli da na-

metne što većem broju ljudi, ali u svakom trenutku poručuje da svako samozadovoljstvo ili osjećaj važnosti omogućava tek velika prošlost. Zato K. Hadson ima pravo da tvrdi da je (tajno) sredstvo komunikacije (tradicionalnog) muzeja „stvaranje osjećaja inferiornosti“. Riječ je, naravno, o ne-demokraciji, uprkos prividima.

Masonerija je tipična manifestacija malograđanskog pazeizma i eskapizma od rizika demokracije. To je ekstreman oblik, ali se u malograđanskom poimanju kulture uopšte, pa onda i stvaralaštva, ponavlja u raznim oblicima hijerarhizovanja i elitizma. Kako to čini „visoka“ umjetnost, takoi tradicionalni muzej implicite dokazuje masama da pripadaju nižem staležu „neposvećenih“. Vještačkim podizanjem praga komunikacije, barijerama mitova i kulisama, naizgled važnih kodnih sistema, muzejska poruka, iako adresirana na sve, upućena je *iniciranima*.

Crkva je nastojala i uspjevala da bude mjesto nadahnuća i duhovne re-kreacije. „Poniziti se da bi se uzvislo“ je formula koja pred autoritetom Boga djeluje uprkos svojoj paradoksalnosti, ali muzej ne može da se pozove na takvog arbitra. Jedna sudbina prirode i čovjeka u prošlosti, danas se pretvorila u dve, sudbinu prirode i sudbinu čovjeka. *Specijalizovanje* muzejske poruke po odeljenim stručnim i vremenskim klasifikacijama uništava to neophodno jedinstvo identiteta, kontinuum u kojem je moguće jasno vidjeti i logički zaključivati. Stoga je osnov razumljive muzejske poruke direktna veza sa sadašnjim vremenom i prostorom. To je, uostalom, i zalag demokracije u razumevanju.

Nadrastanjem koncepcije tradicionalnog muzeja, savremeni muzej prestaje da bude sredstvo moći; a mijenja se i odnos prema posjetiocu koji prestaje da bude objekat edukacionog procesa kao procesa diseminacije i nametanja pozitivnih znanja. Savremeni muzej ne informiše, on komunicira. Po mišljenju jednog autora, „muzej može opštoj publici da preda apstraktno znanje na vrlo sličan način kao što su srednjovjekovne crkve predavale ljubav za hrišćanstvo“⁸⁹. Dakle, priroda muzejske komunikacije nije edukativnog karaktera, iako se građanski duh upinje da obaveze prema posjetiocima u muzeju definiše kao oblik klasičnog, školskog podučavanja. Kad je kulturno iskustvo po srijedi, Dž. Džojs (J. Joyce), a ne samo on, govori o svojevrsnom objavljenju, epifaniji kao

posebnoj vrsti iskustva. Takvo iskustvo, da se ogradimo od napada „obrazovatelja“, podrazumjeva izvjesno faktografsko znanje, ali što je još značajnije, ono služi *kao motiv* brzog, smislenog usvajanja i samog faktografskog znanja. Muzeji, tj. komunikacija koju pružaju, morala bi biti „ili izuzetno jedinstvena ili da omogućava interakciju kakva nije moguća kod kuće (...) gde ne postoji socijalni aspekt“⁹⁰. Mekluan naše vrijeme zove *dobom tjeskobe* „zbog električke implozije koja gura na aktivno uključivanje i participaciju“⁹¹. To se, dakako, naročito tiče muzeja po liniji njihove korektivne i protivdjelatne prirode. To teško centriranje muzejske aktivnosti na sadašnje vrijeme i njegove potrebe ide teže no što se misli. Ili su muzeji pasivni i paseistički ili im se aktivizam, pod izgovorom intenziviranja osnovne djelatnosti, opravdava kao rad „za buduće generacije“. Primarni zadatak muzeja je da služe sadašnjoj publici, a ne budućoj jer će i sam oblik našeg služenja medijem muzeja budućim generacijama biti relevantno iskustvo.

U *dobu tjeskobe*, koje je, uprkos svemu, humanije no ijedno do sada, ali s bremenom odgovornosti za sudbinu čovječanstva na leđima svakog čovjeka, u tom vremenu muzej ima posebne zadatke. Muzej mora da otkriva konkretne potrebe svoje publike i odgovara na njih. Od njega se očekuje da publici koja ima višak slobodnog vremena i koja pati od izgubljenosti, pruži potrebnu strukturu, čvrst oslonac koji umeju da daju prijatelji, ljubavnici, duhovnici (vjernicima) ili psihijatri. Muzej je društveni mehanizam, stoga u njegove obaveze spada i pružanje orijentacije onima koji više ne mogu da je pronađu u sebi ili neposrednoj okolini. Nije riječ o tutorstvu niti o moralnoj poduci nego o pružanju prilike za samostalno pronalaženje potrebnih odgovora u istorijskom iskustvu, te o omogućavanju kreativnog učestvovanja u kulturnom činu. Uz poznate mogućnosti klasične i medijske prezentacije, „jedva da postoji ijedan razlog“, kako kaže A. S. Vitlin, „da se izložbe smatraju manje važnim medijem od govorne ili pisane riječi“⁹². Razmišljanja o odgovornosti muzeja idu i predaleko, čak do zaključivanja da muzeji moraju na sebe da preuzmu teret organizacije slobodnog vremena nezaposlenih⁹³. Muzeji će u tome učestvovati po prirodi svoje uloge u društvu, a već i učestvuju činjenicom da ionako pružaju naročitu vrstu komunikacije. Novi muzeji nastoje da imaju radno vrijeme koje je u potpunosti podešeno potrebama svojih

korisnika, kao što to, na primjer, čini *Centar Žorž Pompidu*. Još premalo istican kvalitet usluge koju pruža muzej je i mogućnost nenajavljene, iznenadne posjete za koju ne treba obavljati nikakve prethodne formalnosti. Tako muzej može zaista da funkcionise i kao mjesto kontemplacije, kao cezura u metežu svakodnevnice.

Kako je već drugde objašnjavano, muzej preduzima značajne inicijative da bi komunikaciju s posjetiocem učinio mogućom i efikasnom. U tom je smislu još davne 1865. godine nastala prva muzejska kafeterija (*refreshment room*) u *Muzeju Viktorije i Alberta* u Londonu. U takvom sličaju, a u međuvremenu je to postao neophodan dio muzeja, riječ je o zdravom posezanju u prošlost muzeja: vlasnik zbirke ponudio je rado svoje cijenjene goste i prijatelje prilikom za neobavezan razgovor i sređivanje utisaka. Upoređujući muzeje i institucije koje imaju mnoštvo posjetilaca (robne kuće, gostionice, bioskopi, stadioni itd.) jedan autor kaže: „Kao prvo, u najuopštenijem smislu može se reći da su takve institucije publici prihvatljive sve dok u njima ne osjeća kognitivne disonance. Kognitivne disonance se, naime, uspostavljaju kad na primjer, nisu primjenjivi kriterijumi svakodnevnog ponašanja⁹⁴. Uslovljavanje muzejske poruke, ostvarivo u novim medijima i elektronskom obradom podataka, jedino je u stanju da pruži istovremeno i svakom dohvatnu i najsofisticiraniju komunikaciju. Uz to, svoju važnost ima i sve drugo: „Učiniti da se posjetioci osjećaju i fizički i psihički udobno, ključ je za uživanje u muzeju⁹⁵. Naravno, muzej koji nije popularna verzija studijskog depoa može računati s novim rizicima. Tako je milioniti posjetilac *Kanadske nacionalne galerije* u Otavi, kojem je kao nagrada pripala umjetnička slika, priznao da je ušao zbog galerijske kafeterije⁹⁶. Ipak, oni koji imaju smisao za finese kulturnog života, znaće da je i taj efekat dio suptilnog programiranja. Savremeni muzeji počeli su da otkrivaju šarm i visoke socio-psihološke vrijednosti javnih prostora koje imaju svoje istaknute pretke u *agori* i *forumu*. Kako su ovi poslednji zaista često funkcionisali kao mjesto za afirmaciju i čuvanje identiteta (galerije portretnih bista, slavoluci itd.), doduše na jednom vrlo uprošćenom nivou, jasna je današnja ambicija muzeja. Književnost kojoj je otuđenje čovjeka omiljena tema, zna vrijednost javnog prostora koji omogućava oplemenjenu komunikaciju: „Kafane su bile do sada jedino moje utočište, jer su pune svijeta, i dobro osvetljene“, tako

144 kaže jedan Sartrov junak (roman *Mučnina*)⁹⁷. O tome i Hemingvej piše pripovjetku, itd⁹⁸.

I sama muzejska djelatnost prečesto nije svjesna da je doseg muzeja kratak i nedovoljno efikasan ima li se u vidu sav enormni kompleks kulturne i prirodne baštine u cjelosti. Šansa za očuvanje baštine je izvan institucionalnog dosega, ali s njegovom podsticajnom snagom i programom: „Sve baštine su smrtno, a kolektivna indiferencija uništava ih sigurnije od vremena“⁹⁹.

NOVI OBLICI MUZEJSKE PRAKSE

Pod opterećenjem pogrešnih pretpostavki („nauka o muzejima“), muzeologija nije mogla direktno da pripremi novu muzejsku praksu. Uprkos doprinosima nekolicine pojedinaca, i to doprinosa u teoriji i praksi¹⁰⁰, muzeologija je prisiljena da se izloži naporu i rizicima nagle transformacije, pa je već sada moguće govoriti o raskolu između nove i tradicionalne teorije¹⁰¹. Sagledavši svoje mjesto u savremenom kontekstu, muzeji su shvatili da, kako kaže Rid (Read), predstavljaju „dio jednog sistema rasonode, umjetnosti i obrazovanja“. Jednom prihvaćena obaveza funkcionisanja za publiku otvorila je sve ostale mogućnosti i skinula zabrane s „neortodoksnih“ i „nedostojnih“ metoda i tehnologije. Svaki novi korak, kao na primjer činjenica masovne komunikacije kao novog iskustva, otvara nove mogućnosti i obaveze, pa prvi zadatak neke revitalizovane muzeologije treba da se sastoji u tome da pobroji i normira ta iskustva. Sve što je čovjek osjećao kao potrebnu brigu, na ovom stepenu svijesti je institucionalizovano. Višak slobodnog vremena i relativno obilje, bar u razvijenom svetu, ujedinjeni s medijskom sposobnošću da nijedan događaj ne ostavi anonimnim, stvorili su pravi „*revival*“ alternativnih i vaninstitucionalnih inicijativa i kulturnih akcija. U traženju modela za preživljavanje muzeji su počeli drugačije da razmišljaju: „Naša je dužnost ne samo da podučavamo, nego da pobuđujemo tjeskobu i oduševljenje te stimulišemo rasprave. (...) Ako to zapustimo može nam se dogoditi da ostanemo bez posla. Iza sebe će nas ostaviti mediji kao što je televizija“¹⁰².

Trebalo bi sumnjati u potpunu opravdanost brojnih ispitivanja javnog mnijenja koje su muzeji i instituti sprovodili u društvu nakon što su kasne šezdesete godine pokazale količinu i nivo nezadovoljstva tradicionalnim kulturnim ustanovama. Takvih je ispitivanja javnog mnijenja bilo još odavno, ili kako kaže jedan autor

146 da su stara ili čak starija od same publike muzeja¹⁰³. Međutim, prvi sistematičniji napori datiraju od početka šezdesetih godina¹⁰⁴. Ipak, zbog čega bi trebalo sumnjati u ispravnost tih pokušaja kad dolaze od strane muzeja? Muzeji su nastojali da čuju ono što im se najviše vjerovalo, a to su mahom i slušali, jer publika manje od njih poznaje mogućnosti ili inherentne obaveze muzeja. Zamišljena slika koju publika ima o muzejima konzervativnija je nego što bi željeli i muzejski tradicionalisti. Muzeji bi bolje učinili da su na osnovu nekog „popisa“ potreba sastavljali plan svoje akcije i promjena. Kad bi se vodili interesom većine posjetilaca, a njih na posjetu motiviše gotovo isključivo znatiželja, muzeji ne bi nudili više od sajamskog *šoua*. Pa ipak, tu muzeji nisu slušali glas publike. U oklevanju pred promjenama, a po logici sopstvenog institucionalizma, muzejima su bili potrebni svi dokazi tih novih potreba. Relativno bizarnih „mjerenja“, kao što je „*hodometa*“ na *Univerzitetu u Kansasu*, bilo je mnogo. Mjerenje se sastojalo od postavljanja guste mreže električnih senzora ispod poda muzeja kako bi se ustanovilo vrijeme provedeno pred pojedinim slikama, broj koraka po prostoru, po svakom kvadratu, brzina kretanja itd. Od podatka da se prosječni gledalac u umjetničkom muzeju u proseku zadržava oko 15 sekundi pred pojedinim izloženim predmetom, imamo zapravo malo koristi. Naime, i prije smo znali da je to vrijeme apsurdno kratko i da s takvim načinom posjete muzeju ne dobija ni posjetilac niti muzej.

Kulturne revolucije su logična, makar i neželjena, reakcija na „kulturu drugih“ koja nije usvojena¹⁰⁵. Njihova žestina, kao što je to probilo 1968. godine, znak je najčešće dvostruke nesrazmjere i ozbiljnih disonanci. Ili je oficijelna kultura predaleko od stvarnosti ili je jaz nerazumjevanja između nje i većine, prevelik. Obično je, naravno, istina oboje, kao što je slučaj s tradicionalnim muzejima.

Stavljeni pod sumnju, a kao trome tradicionalne ustanove, muzeji su s promjenama započeli vrlo postupno, a stvarno nova praksa mogla se usaditi samo prilikom novih projekata. Jedan od načina usaglašavanja s okolinom bio je u akcijama upoznavanja publike sa samom institucijom muzeja. Takvih akcija bilo je posvuda¹⁰⁶, a zbog tih razloga je, uproščeno govoreći, 1971. godine oglašen *Međunarodni dan muzeja* kao prilika za taj osnovni „*marketing*“ kulturnog modela muzeja. Zbog takvog stanja i D. S. Rippli izjavljuje: „Mi znamo šta mislimo o muzejima kao o radnom mjestu, ali

smo u beskonačnom mraku kad je riječ o tome što drugi misle o nama¹⁰⁷. Muzeji su tek marginalno prisutni u dnevnom životu, ali kad se u šalama spominju onda je kustosu nadimak „plesnjavko“. Raspravljajući o tim problemima A. H. Smit navodi tipičnu reakciju na posao kustosa: „Oh! Radite u muzeju, šta uopšte radite sa sobom čitav dan?“, i nešto dalje, zaključuje: „Ali zar nismo mi za to krivi i da li bi se takva situacija dogodila kad bi muzej bio živa snaga u zajednici?¹⁰⁸“ Nastojeći da učine komunikaciju s posjetiocima prisnijom i podignu defekt pukog izlaganja, muzeji su uveli značajnu inovaciju *vidljivih depoa*. To se uglavnom ograničilo na Sjevernu Ameriku¹⁰⁹. Takav eksperiment koristi mogućnost jedne neposredne komunikacije karakteristične za „prvi talas“ muzeja, za privatno zbiranje koje se pojavilo u srednjem vijeku. Slično je, iako s drugim smislom, programiran *Centar Žorž Pompidu* gdje je otvorenostu centra pružena prilika svim znatiželjnicima da prošetaju potpuno neobavezno, da, ako im to odgovara, prisustvuju kulturnom doživljaju drugih.

Muzeji postaju svjesni svoje odvojenosti od svakodnevnice i njenih potreba i načina komuniciranja. Zbog toga, na primjer, muzej u Perigou (Périgueux), Francuska, poziva četiri umjetnika da rade u prostoru muzeja i na trgu ispred muzeja¹¹⁰. Njihove intervencije urađene su sa namjerom da povežu život ulice sa sadržajem muzeja. Ta „dosjetka“ praktične naravi predstavlja intervenciju u jednu tradicionalnu muzejsku situaciju, ali otkriva da su mnoga razmišljanja o sudbini muzeja često oslonjena na umjetnost. *Sintetička i sublimirajuća poruka kakva se traži od muzeja, poruka koja je sinergetička po prirodi i racionalizujuća u psihološkom smislu, nužno je medijski otvorena i (bar unekoliko) umjetnička po karakteru*. Uostalom, najefikasniji argumenti za takav medijski muzej dolaze od tradicionalnih muzeja, koji, ako ikako mogu, sve izložbe prave s audio-vizuelnim dodatkom, a uređenje postavke prepuštaju umetniku (dizajneru, slikaru ili arhitekti).

Važna prekretnica u praksi muzeja, nadvladana i nadmašena vremenom, ali još uvijek vrlo važna, jeste osnivanje odeljenja *Nordijskog muzeja* (Nordiska Museet) u Stokholmu 1873. godine, posvećenog svakodnevnicu švedskog sela. Osnivač, Artur Hazelijus je 1891. godine uspostavio *Skansen*, prvi istinski muzej na otvorenom. Muzejska praksa je prvi put načela značajno pitanje zaštite

i čuvanja ambijenta, pitanje granica ingerencija ili dužnosti muzeja, a prvi put se praksa cjelovito suprotstavila isključivosti sakupljanja reprezentativnih građanskih vrijednosti. Prvi put je u praksi pokazano da je podjela zaštite predmeta na pokretne i nepokretne potpuna administrativna proizvoljnost koja od samog uspostavljanja u 19. vijeku nanosi samo štetu. Trend okupljanja i sjedinjavanja onog što je nauka 19. vijeka beznadno *specijalizovala* traje sve do danas. Ipak, riječ je o relativno polaganom procesu. Pol Rive skovao je ime novog muzeja – *Muzej čovjeka*, koji je, kao simboličan duhovni otpor svjetskom ratu otvoren 1929. godine. Novokoncipiran muzej nastao je iz uvjerenja da je čovječanstvo nedjeljiva cjelina u prostoru i vremenu, te da „nauka treba da sruši barijere političke geografije i sintetizuje vještačke klasifikacije fizičke antropologije, praistorije, arheologije, etnologije, folkloristike, sociologije i filologije“¹¹¹. Taj koncept klasičnog muzeja doživeo je svoj klimaks u direktnom nastavljaju inovacijskog napora P. Rivea, Žorž Anriju Rivijeru, u ostvarenju *Muzeja narodne umjetnosti i tradicije* (*Arts et Traditions Populaires*) u Parizu¹¹².

Stvarno novi oblici djelovanja muzeja ili proširenja muzejskog koncepta su recimo različiti *centri za prirodu* sa svojim programiranim stazama. To je u teorijskim i praktičnim konsekvencama izuzetno značajan poma. Riječ je o muzealizovanju objektivne stvarnosti oko nas s ciljem senzibilisanja odnosa prema toj okolini i prikupljanju znanja o njoj. Metod je – interpretacija. U tu svrhu postoje *orijentacijski centri*, *legende*, *signalizacija*, publikovani materijal, itd. Takvi „centri“ brojni su u Sjevernoj Americi¹¹³.

Slično se u svijetu prave i interpretacije-prezentacije arheoloških nalazišta. Drugde se takav način naziva *parkom prirode*, *arheološkim* ili *istorijskim parkom*, u zavisnosti od sadržaja. U tematskom broju *Museuma o interdisciplinarnosti* dio je posvećen upravo tim institucijama, što znači da je riječ o oblicima muzejske djelatnosti, a od tog priznanja su konsekvence ogromne¹¹⁴. Na svim područjima se pojavljuju oblici para-muzejske djelatnosti koji se mješaju s ortodoksnom muzejskom praksom. Ugroženi su tradicionalni koncepti i sve važeće definicije muzeja, a onda i muzeologije. Prefiksima *poli-*, *multi-*, imenima kao *Centar* i specifičnim imenima (*Tehnorama*, u Vinterturu, Švajcarska¹¹⁵; *Eksploratorijum* J. R. Openhajmera u SAD itd.) označavaju se brojni oblici potpuno nove muzejske

prakse. Naročito su se u svijetu razvili razni oblici aktivizma uporedivi sa tradicionalnom djelatnosti umjetničkih muzeja, kao i mnogobrojni *naučni centri*. „*Naučni centri* imaju korisniju ulogu nego većina muzeja, ipak niko ih preglasno ne zagovara“¹¹⁶. Na način na koji *naučni centri* služe kao demonstracioni centri moderne tehnologije i popularne prirodnjačke laboratorije, nastaju i po drugim muzejima tzv. *muzejski edukacioni centri*¹¹⁷, očigledno kao potreba, ali i kao dokaz da je riječ o koherentnom, jedinstvenom interesu muzejske djelatnosti.

Kartezijanski muzeji su teško prilagodljivi egzistencijalističkom nastojanju da se pomiri racionalno i iracionalno, da se u pojedinačnoj egzistenciji čovjeka nadvlada „besmisao“. Novi muzeji zato ne nude užitak sakupljanja znanja i superiornost u kontinuumu istorije nego osjećaj solidarnosti i odgovornosti preživljavanja (identiteta) u vremenu i prostoru.

Da li muzej može da odgovori potrebama pojedinačnog? „Sasvim je nesumnjivo nemoguć zadatak napraviti knjigu koja bi trebalo da posluži kao sredstvo informisanja u čitavom nizu tema, jedva međusobno povezanih, a da bude privlačna ljudima različitih kulturnih podloga i interesa, učenjacima i laicima, odraslima i djeci. Isto tako je nemoguće napraviti izložbu koja smjera da odgovori na jednako mnoštvo jedva definisanih namjera“¹¹⁸. Rečeno potpuno jasno. Pa ipak, kao što je već bilo riječi, muzeji još uvijek spekulišu s nekom „opštom publikom“, a ako nije riječ o novim oblicima muzejske prakse, njihova poruka nema adrese. Prva obaveza muzeja, prvo preciziranje korisnika jeste služba sadašnjosti, današnjim ljudima, a ne budućim generacijama kako to neki stručnjaci tvrde¹¹⁹. Sada je riječ o potrebi kontekstualizovanja u tok vremena i prostora, riječ je o kontekstualizovanju aktuelnog vremena i njegovih ljudi. Jedino u korelaciji, zbunjujuće osobine stvari i pojava dobijaju jasniji smisao. U muzeju vrlo pretencioznog imena *Nacionalni muzej američke istorije* (National Museum of American History), koji vjerovatno nije najbolji primjer, nalazimo najnoviji materijal i dokumentaciju, od poznatih sportista do političara i ljudi iz šou biznisa. Izložen je inventar korišćen u famoznim TV serijama, lični predmeti aktera itd. Iako je riječ o rudimentarnom muzejskom fetišizmu, ima u tome privlačna crta narcisoidnosti, ogledalnosti i individualnosti. Sasvim neprimjetno, taj tradicionalni muzej

se odrekao ambicije da sve što napravi bude takvo da fascinira, pogotovo došljaka, ili, *došljaka* u svima. Tradicionalni muzej ima osobine statusnog simbola, a te se oznake imaju, naravno zbog drugih. Do koje mjere je savremenost legitimna tema muzeja, pokazuju već jedan vijek, iako ne istim intenzitetom, muzeji savremene umjetnosti. Oni su prvi razbili predrasudu o inkompatibilnosti savremenosti i procesa muzealizacije. To je njihova magistralna zasluga. Za razliku od recimo istorijskih muzeja, oni ne poznaju potrebu za istorijskom distancom. Umjetnički muzeji priznaju legitimnost promjena i stalnu potrebu za revalorizacijom vrijednosnog suda. Takav organički pristup poziva na odgovoran i analitičan stav prema savremenosti i pridonosi otkrivanju vitalne veze muzeja i svakodnevnice.

Iako je do sada već bilo riječi da tehnološkom obnovom muzejska komunikacija može da dobije takve osobine i takvu efikasnost da podmiri sve potrebe i nivoe komunikacije, navedeni primjeri svjedoče tek da, pored muzeja koji su vrlo novi u pristupu, takvo razmišljanje obnavlja neprimjetno i tradicionalne muzeje. Grandiozno pitanje je, neprestano, pitanje adresanta muzejske poruke. Upravo odgovor na to pitanje, ujedinen s rezultatima analize muzeja kao mehanizma čuvanja identiteta (ma o čemu da se radilo), donio je nove oblike djelovanja muzeja i nove muzejske oblike uopšte.

Osim spominjanih muzejskih oblika nastali su, odgovarajući na specifične potrebe te „manjine“, dječji muzeji. Danas u svijetu svaki treći muzej ima dječje odeljenje koje svjedoči o stalnom nastojanju da se poruka muzeja usloji po korisnicima. *Dječji muzeji* u Njujorku, Bostonu i Indijapolisu predstavljaju, vjerovatno najznačajnije primjere te vrste u svijetu. Posebno poglavlje danas već čine odjeljenja ili muzeji za hendikepirane posjetioce¹²⁰. U Americi, koja ima te potrebe i mogućnosti, rođen je novi oblik tzv. *neighborhood museum*, ili kako bismo ga mi mogli nazvati: *muzej mjesne zajednice*.

Prvi muzej te vrste je *Muzej Anakostije*, koji je područni muzej *Smitsonijanske muzejske korporacije*. I najviši stručni službenici *Smitsonijana* govore o toj instituciji kao o muzeju, i to već dvadeset godina, a taj muzej nema zbirke¹²¹. Njegova zbirka je sam dio Vašingtona kojem služi i čije ime nosi. Taj dio grada je gotovo

od samog postanka tradicionalno crnački, a muzej predstavlja zajednički socio-kulturni imenilac. Skromne kancelarije i sala za izložbe gotovo su sav prostor bivšeg, skromnog pozorišta. Ipak, za muzej *Anakostije* zna svaki obavješteni muzealac u svijetu. Program muzeja je bio od prvog dana stvaran na osnovu potreba crne zajednice u Anakosti. Danas već *neighborhood muzeji* čine dio muzejske scene u Americi, a postoje već i prve definicije¹²². U Njujorku je *Muzej Bario* (Museo del Bario), za portorikansku manjinu, i *Muzej Studio* (Studio Museum) za crnačko stanovništvo u Harlemu, u Bostonu je muzej *Africke umjetnosti* koji se takođe pretvorio u lokalni crnački muzej itd. „Kampanja za renesansu grada“, koju je Evropski savjet započeo 1980. godine, iznela je na vidjelo da je jaz između administratora i administriranih dublji nego ikad¹²³. Sve je više asocijacija građana „ali okruženih masom pasivnih građana“. Gradskoj četvrti, baš kao što to pokazuje Anakostija, pripada nova važnost. Uostalom i kod nas se čuju, doduše nezavisno od poznatih primjera, alternativni glasovi, da nam treba muzej mjesne zajednice¹²⁴. Zanimljiv i uspješan ekperiment predstavlja u Meksiko Sitiju područni „muzej“ famoznog *Antropološkog muzeja*, koji je i sam inovacija u smislu naukovanja Pola Rivea, naime, *Kuća muzeja* (La Casa del Museo).

„Proterani bogovi nalaze se u muzeju; zašto se sutra ondje ne bi našla i ogledala?“¹²⁵ Veliki muzeolog Malro mislio je najmanje na stvarna ogledala koja je video u jednom hinduskom hramu. Simbolika i stvarnost introspekcije nije samo ogledalo nego i mikroskop. Paralelno s elektronskim mikroskopima u biologiji i hemiji razvijeni su i metodi i sklonost „mikroskopiranja“ u društvenim naukama. Takvim pristupom otkriveno je mnoštvo sasvim izrazitih identiteta, interesnih grupa i cjelina koje zaslužuju primeren, poseban tretman i od strane muzeja. Broj glasova koji sasvim jasno traže od muzeja da budu „korjeni prema zajednici kojoj služe“¹²⁶, stalan je u literaturi poslednjih decenija. Zahtjev je za muzejima po pokrajini koji će svoje polazište naći u lokalnoj kulturi, koji će pronaći korjene, jer je sve drugo uvezeno i nesamoniklo. *Treći talas* donio je, takođe, slijedeći istu logiku povećanih mogućnosti, *custom* tehnologiju koja ima sposobnost, odnosno kvalitet da podmiruje krajnje specifične i individualizovane potrebe. Istorija time još jednom dokazuje umjeće spiralnog kretanja. Industrijsko doba koje

nas je toliko uplašilo tipizovanjem i gubitkom identiteta izgleda da je definitivno za nama i u muzejima.

Žorž Anri Rivier je u razdoblju od 1958. do 1960. godine prvi put konkretizovao svoje ideje izražene kojih desetak godina pre toga¹²⁷. Bio je to projekat mreže *tematskih muzeja* („musées de thèmes et des pays“) za svaku regiju kojoj je znao kulturnu specifičnost. Čvrsta tačka te mreže je jedan *sintezni muzej* (musée de synthèse) koji mora biti poziv na otkrivanje, koji ustanovljava vezu između istorije jednog kraja, ljudi koji u njemu žive i rade i njihove okoline. Plan je dobio temeljni podsticaj tek iluminativnim sastankom trojice zainteresovanih (Evrar, Rivijer, De Varan-Boan) 1972. godine, kad je novom „*muzeju zajednice*“ izmišljen naziv „*ekomuzej*“. Dvije godine kasnije nastaje *Musée de la Communauté Le Creusot Montceau-Les-Mines*, a danas je već u praksi brojnih ekomuzeja u Francuskoj, Kanadi i drugdje (gde ne nose naziv ekomuzeja), izgrađena teorija i osnovano *Udruženje za novu muzeologiju*. Praksa je donjela inovacije koje tradicionalna teorija ne priznaje, a rezultat je *raskol*, još pre no što nova teorija i nova praksa mogu i da počnu da funkcionišu usklađeno. *Ekomuzeji* nisu ekološki orijentisani: njihov predmet je *cjelina svekolikog okruženja*. Osnova muzeja je definisana teritorija koja je određena socijalnim, kulturnim, geografskim, ekološkim, istorijskim i ostalim parametrima. *Ekomuzejem*, fenomen muzeja i muzejska djelatnost kao praksa stupaju na područje civilizacije *trećeg talasa*, otvaraju pozicije *muzealiteta* do te mjere da više ništa u muzejskoj teoriji i praksi neće biti izuzeto od promjena.

Reference

¹ August Loehr, „Present Problems of Museums“, *Museum* 2, no. 2 (Paris 1949): 37.

² Ripley, „Museums: Evolution or Revolution“, 6.

³ Alexander von Saldern, Salzburg Seminar, *Function and Future...*

⁴ John Sailer, predavač na seminaru u Salzburgu, *Salzburg Seminar, Function and Future...*

⁵ Ibid.

⁶ Gaballah Ali Gaballah, *Salzburg Seminar, Function and Future...* Autor tvrdi da je u zemljama u razvoju kriza permanentno stanje muzeja.

⁷ Bernard Gilman, *Le musée, agent d'innovation culturelle* (Strasbourg: Conseil de l'Europe, Conseil de la coopération culturelle IV, 1977), 38.

- ⁸ Ripley, *The Sacred Grove*, 156.
- ⁹ Intervju sa Suzan Zontag, *El Pais* (Madrid), 1983.
- ¹⁰ Roy Strong, „Museums: New Horizons for the Seventies“, *Museums Journal* 70, no. 3 (London, December 1970).
- ¹¹ Shamberg, *Guérilla Television*, 13.
- ¹² Duncan F. Cameron, *The Museum: a Temple or the Forum* (Paris: Cultures, UNESCO, 1972): 189. Ili *The Museum: a Temple or the Forum*. *Curator* 14, no. 1 (March 1971): 11–24. Ili *Journal of World History* 14, no. 1 (1972). Uz dozvolu UNESCA
- ¹³ Robert M. Hume, „Progressive Innovation: The Director's Viewpoint“, *Curator* 12, no. 1 (New York, February 1969): 14.
- ¹⁴ Strong, „Museums: New Horizons“.
- ¹⁵ Huges de Varine Bohan, „The Modern Museum: Requirements and Problems of a New Approach“. *Museum* 28, no. 3 (1976): 131–144.
- ¹⁶ Direktor Van Abemuzeuma u Ajndhovenu, ugledni umetnički kritičar, direktor sedmih Dokumenata u Kaselu 1982. Iz intervjuja za časopis *Informatica Museologica*.
- ¹⁷ Marilyn K. Foster, „Boards Must Take Charge in New Age“, *Museum News* (Washington, July 1982).
- ¹⁸ Thomas Radeford, „From A to V: Audio-visuals for Exhibits“, *Museum News* 52, no. 5 (Washington, January/February 1974): 40.
- ¹⁹ Iz razgovora s autorom vođenog u maju 1984.
- ²⁰ Richard Cork, „What does Documenta Document?“ *Studio International* 194, no. 938 (London 1/1978): 37–47.
- ²¹ Veselko Tenžera, „Likovni sizizam“, *Vjesnik* (Zagreb), 18. mart 1980, 13.
- ²² Davorica Grenac, „50. rođendan MOMA-e“, *Vjesnik* (Zagreb), decembar, 1979.
- ²³ Carol Duncan and Alan Wallach, „Moma: Ordeal and Triumph on 53rd Street“, *Studio International* 194, no. 988 (London 1/1978): 53–57.
- ²⁴ Glusberg, *Cool and Hot Museums*, 53.
- ²⁵ Strong, „Museums: New Horizons“, 140.
- ²⁶ John Whitman, „More than Buttons, Buzzers and Bells“, *Museum News* 57, no. 1 (Washington, September/October 1978): 49.
- ²⁷ Andre Gide, *Povodi i odjeci; kritike, članci i eseji*, (Rijeka: Otokar Keršovani, 1980), 12.
- ²⁸ Giulio Carlo Argan, „Circulating and Educational Exhibitions in Italian Museums“, *Museum* 3, no. 2 (Paris 1950): 289–291.
- ²⁹ Džozef Nobl, bivši predsednik Američke asocijacije muzeja u: *Museum News* 56, no 5 (Washington, May/June 1978).
- ³⁰ Ibid.
- ³¹ Alexander, *Museums in Motion*, 6; autor govori i o „pobunjenicima“ iz 1968. godine.
- ³² Étienne Gilson, *Painting and Reality* (Washington D.C. 1957), 229.
- ³³ Shamberg, *Guerrilla Television*, 14.

³⁴ Sherman E. Lee and Edward B. Henning, „Works of Art, Ideas and Museums of Art“, in *On Understanding Art Museums* (American Assembly, Columbia University and Prentice-Hall, 1975), 10.

³⁵ Malraux, *Antimemoari*, 466.

³⁶ Grace Morley, „Museums and UNESCO“, *Museum* 2, no. 2 (Paris 1949): 11–21.

³⁷ Kenneth Hudson, *Museums for the 1980's; A survey of the World's trends* (Paris: UNESCO and London: McMillan Press, 1977), 198.

³⁸ Manfred Eisenbeis, „Elements for a Sociology of Museums“, *Museum* 24, no 2 (Paris 1972): 113.

³⁹ Morley, „Museums and UNESCO“, 11–21.

⁴⁰ Glusberg, *Cool and Hot Museums*, 55.

⁴¹ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*.

⁴² Servan-Schreiber, *Le pouvoir d'informer*, 336.

⁴³ Ripley, *The Sacred Grove*, 88.

⁴⁴ McLuhan, *Understanding Media*.

⁴⁵ Malraux, *Glava od obsidijana*, 160.

⁴⁶ Albert T. E. Gardner, u: Alexander, *Museums in Motion*.

⁴⁷ Kenneth E. Boulding, „The Future of Museums“, *Museum News* 52, no. 2 (Washington, October 1973).

⁴⁸ Alexander, *Museums in Motion*.

⁴⁹ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*, 100.

⁵⁰ Toffler, *The Third Wave*, 377.

⁵¹ Strong, „Museums: New Horizons“, 104.

⁵² Iz razgovora s direktorom muzeja, Aleksom fon Saldernom.

⁵³ Andre Gide, *Povodi i odjeci*, 58.

⁵⁴ Iz razgovora s direktorom muzeja P. de Montebelom.

⁵⁵ Gide, *Povodi i odjeci*, 59.

⁵⁶ Glusberg, *Cool and Hot Museums*.

⁵⁷ Ibid.

⁵⁸ Strong, „Museums: New Horizons“.

⁵⁹ Glusberg, *Cool and Hot Museums*, 53.

⁶⁰ *Museum Magic*.

⁶¹ Prema katalogu izložbi *Muzeja Anakostije* i kontaktima s direktorom Džonom Kinardom.

⁶² Shamberg, *Guerilla Television*, 12.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Iz razgovora s direktorom Metropolitan Museuma, P. de Montebelom.

⁶⁵ Prema autoru Watsonu Laetschu (Lawrence Hall of Science, University of California, Berkeley), navedeno u: John Whitman, „More than Buttons Buzzers and Bells“, *Museum News* 57, no. 1 (Washington, September/October 1978): 43–50.

⁶⁶ Alma S. Wittlin, „Hazards of Communication by Exhibits“, *Curator* 14, no. 2 (New York, June 1971): 138–152.

⁶⁷ Ibid.

- ⁶⁸ Richard A. Chase, „Museums as Learning Environments“, *Museum News* 54, no. 1 (Washington, September/October 1975): 39.
- ⁶⁹ Alma Wittlin, „Museum Docentship: Alternatives to Tradition“, *Gazette* 11, no. 1 (Ottawa, Winter 1978): 8–10.
- ⁷⁰ Strong, „Museums: New Horizons“, 103.
- ⁷¹ Daniel Dailey and Roger Mandle, „Welcome to the Museum“, *Museum News* 52, no. 5 (Washington, January/February 1974): 45–49.
- ⁷² Chase, „Museums as Learning Environments“.
- ⁷³ Danièle Giraudy et Henri Bouilhet, *Le musée et la vie* (Paris: La Documentation Française, 1977), 88.
- ⁷⁴ *Museum Magic*.
- ⁷⁵ Wittlin, *The Museum: Its History*, 221.
- ⁷⁶ Gide, *Povodi i odjeci*.
- ⁷⁷ Wittlin, *The Museum: Its History*, 188.
- ⁷⁸ Malraux, *Glava od obsidijana*.
- ⁷⁹ Citat naveden u: *Museum Magic*, 8.
- ⁸⁰ William T. Alderson and Shirley P. Low, *Interpretation of Historic Sites* (Nashville: AASHL, 1976), 20.
- ⁸¹ Froelich G. Rainey, *The Function and Future of Museums in the changing society of this century*.
- ⁸² Strong, „Museums: New Horizons“, 104.
- ⁸³ Glusberg, *Cool and Hot Museums*.
- ⁸⁴ *Museum Magic*, 48.
- ⁸⁵ Malraux, *Glava od obsidijana*, 150.
- ⁸⁶ Braca Gaković, *Komunikacije* (Beograd, maj 1984).
- ⁸⁷ Britanska serija iz prosekture na temu tzv. popularne medicine, prikazivana na JRT u toku 1983. godine.
- ⁸⁸ Hudson, *Museums for the 1980's*.
- ⁸⁹ Rene Dubos and Kenneth E. Boulding, „The Future of Museums: An Outside View“, *Museum News* 52, no. 2 (Washington, October 1973): 51.
- ⁹⁰ Whitman, „More than Buttons“, 43–50.
- ⁹¹ McLuhan, *Understanding Media*, 5.
- ⁹² Alma S. Wittlin, „Commonsense versus Universitology“, *Museums Annual* no. 3 (1971): 20.
- ⁹³ Rainey, *The Function and Future of Museums*.
- ⁹⁴ Eisenbeis, „Elements for a Sociology of Museums“, 113.
- ⁹⁵ *Communicating with the Museum Visitor. Guidelines for Planning*, (Toronto: Royal Ontario Museum, April 1976), 75.
- ⁹⁶ Wilcomb E. Washburn, „The Museum's Responsibility in Adult Education“, *Curator* 7, no. 1 (New York, January 1964): 37.
- ⁹⁷ Sartre, *Mučnina*.
- ⁹⁸ Ernest Hemingway, *The Well Lighted Place*.
- ⁹⁹ *Culture et Communication* no. 20 (Paris, Octobre 1979): 4.

¹⁰⁰ Žorž Anri Rivijer, D. S. Rippli, A. Vitlin, G. Rorli, Marsel Evrar, Vil Sandberg, Z. Z. Stranski, D. Kameron, P. Raven, I. de Varan-Boan, A. Bauer itd.

¹⁰¹ Udruženje Muséologie Nouvelle formirano je 1983. godine u Marselju nakon pokušaja da se dio protagonista novog pristupa u muzeologiji i muzejskoj praksi okupi u podkomitetu ili posebnom komitetu ICOM-a.

¹⁰² Ian Finlay, *Priceless Heritage. The Future of Museums* (London: Faber & Faber, 1977), 101.

¹⁰³ Eisenbeis, „Elements for a Sociology of Museums“, 110; navodi rad Alfreda Lichtwarka, *Ausgewählte Schriften* (Berlin 1917) i još dvojice autora: Fechnera iz 1876. i Birama iz 1919. godine.

¹⁰⁴ Hans L. Zetterberg, *Social Theory and Social Practice* (New York: The Bedminster Press, 1962).

¹⁰⁵ Aluzija na knjigu H. de Varine-Bohana, *La Culture des autres* koja predstavlja izuzetnu analizu rascepa između kulture establišmenta, službene kulture i kulture svakodnevnice.

¹⁰⁶ American Association of Museums, *America's Museums: the Belmont Report, A report to the Federal Council on the Arts and the Humanities*, October 1968 (Washington, 1969).

¹⁰⁷ Ripley, *The Sacred Grove*.

¹⁰⁸ Anna H. Smith, *Museums in Action* (Johannesburg: Africana Museum).

¹⁰⁹ Alexander, *Museums in Motion*.

¹¹⁰ Podaci su uzeti iz publikacije *Culture et Communication* (1982) ali su takvi primjeri brojni u svetu (Pariz, Le Kruze).

¹¹¹ Pol Rive, poznati francuski antropolog, etnolog i lingvista. Osnivač je i dugogodišnji direktor revolucionarnog, multidisciplinarnog muzeja *Muzeja čovjeka* u Parizu.

¹¹² Ž. A. Rivijer osnivač je *Muzeja narodne umjetnosti i tradicije*, koji je otvoren 1960. godine kao najsavremeniji muzej u svjetu i s najnaprednijom muzeološkom koncepcijom; projekat je rađen pod jakim uticajem Pola Rivea s kojim je Ž. A. Rivijer saradivao na preuređenju *Muzeja čovjeka*.

¹¹³ William A. Burns, *Your Future in Museums* (New York, N.Y.: Richards Rosen Press Inc., 1967).

¹¹⁴ *Musée et Interdisciplinarité*, Compte rendu de la réunion du comité „ad hoc“ pour la préparation d'un numéro spécial de la revue de l'UNESCO *Museum*, (Mai 12–13 1976), 5.

¹¹⁵ *Museums in the Mixed Economy*, Proceedings of the Milan Seminar of the European Museum of the Year Committe, European Council, April 1983.

¹¹⁶ Whitman, „More than Buttons“, 47.

¹¹⁷ „Hands on Museums; Partners in Learning“, A report from Educational Facilities Laboratories, 1975.

¹¹⁸ Wittlin, *The Museum: Its History*, 185.

¹¹⁹ Josef Beneš, referat na simpozijumu *Collecting Today for Tomorrow*, ICOFOM Annual Meeting, Leiden, October 1984.

¹²⁰ U toku nekoliko meseci studijskog rada u Dokumentacionom centru ICOM-a skupio sam relevantnu dokumentaciju i (barem 1979. godine) najkompletniju, tada postojeću bibliografiju.

¹²¹ John Reinhardt, jedan od direktora Smithsonian Institution u intervjuu za *Informatica Museologica* 1984. godine.

¹²² Alexander, *Museums in Motion*.

¹²³ Forum, Strassbourg, Conseil de l'Europe, 1/81, 17.

¹²⁴ Vladimir Dodig Trokut, umjetnik i protagonista *Antimuzeja*, sakupljač vrlo velike zbirke predmeta koji se, jednim djelom zbog nereprezentativnosti, ne smatraju muzejskim. Trokut je kontroverzna i posebna pojava na kulturnoj sceni, svakako izuzetno bitan kao reakcija na tradicionalnu muzeologiju i inertni muzej.

¹²⁵ Malraux, *Glava od obsidijana*, 274.

¹²⁶ Ian Finley, *Priceless Heritage. The Future of Museums*, (London: Faber and Faber, 1977), 171.

¹²⁷ Jean-Yves Veillard, „Le musée d'histoire, Musée de Combat“, in *Museum, Territory, Society: New Tendencies, New Practices / Musée, territoire, société: nouvelles tendances, nouvelles pratiques (Proceedings of ICOFOM symposium, London, July 1983* (Stocholm: ICOM, 1983).

AUDIOVIZUELNA KOMUNIKACIJA U MUZEJIMA

MUZEJSKI PREDMET

161

Priroda

Predmeti su blagoslov i prokletstvo muzeja. Pitanje ili problem muzejskih predmeta treba dovesti u polje suženih dilemma. Sadašnje tumačenje i stavovi toliko su različiti i neskladni da predstavljaju neprelaznu prepreku neophodnim konvencijama u muzejskoj djelatnosti. Ako se stav o važnosti predmeta u muzeju razlikuje od fascinacije i fetišizma, na jednoj strani, i ukidanja njegove središnje važnosti na drugoj, onda u nekim situacijama i rasprava među protagonistima tako različitih mišljenja, makar vođena i o drugim temama, prestaje biti moguća. Gotovo po pravilu, bez tih fundamentalnih neslaganja ne prolazi nijedna rasprava ili simpozijum *međunarodnih komiteta za muzeologiju i obrazovanje kadrova*, a slično je i s ostalim komitetima ICOM-a (*obrazovanje, odnosi s javnošću, razmjena izložbi* itd.). Prije ili kasnije u konfrontaciji mišljenja izbija na vidjelo drugačije gledanje na prirodu muzejskog predmeta. Kako je moguće postići konsenzus oko prezentacije politike kolekcionisanja, oblika interpretacije, ako ne postoji slaganje u razumevanju prirode muzejskog predmeta?

No, pogledajmo ukratko šta tvrde suprotstavljena mišljenja. U svojoj poruci čitaocima i najvećoj pojedinačnoj stručnoj organizaciji na svetu, *Američkom udruženju muzeja*, (bivši) predsjednik Džozef V. Nobl gotovo u cjelosti definiše stav koji bismo mogli nazvati konzervativnim i tradicionalističkim¹. Po tom euforičnom iskazu, muzej ima da zahvali svoj ugled činjenici da posjeduje „stvarne predmete“ (što je donekle prihvatljivo), ali malo dalje u tekstu Dž. V. Nobl ističe: „Učite od originala“ i „Mi smo čuvari istine našeg doba“, a to sve u „dobu jaza nepovjerenja“ u kojem se „na muzeje gleda kao na mjesta gde se istina održava sa savjesnom tačnošću“.

Teško je, pogotovo s današnjim odgovornostima i izmijenjenim svijetom držati se kategorije „stvarnih“ predmeta. U opasnosti je

i kategorija „predmet“, a kamoli njegova „stvarnost“. Učenje na osnovu „originala“ trebalo bi da ima prednosti, ali s današnjim znanjem o učenju i neodgovorenim pitanjem o prirodi originalnosti, preporuka je romantično isključiva. Po Dž. V. Noblu, svaki muzej je postao „kancelarija za standarde po kojoj posjetioci provjeravaju svoj koncept istine i stvarnosti“². Malo kasnije govori o tome da muzeji treba da budu budni da ne bi došlo do brisanja granica između originala, te faksimila i replika, jer ako se to dogodi „sve je izgubljeno, a mi ćemo postati *‘theme parks’* i centri za zabavu“. I opet, treba vidjeti šta je original u muzeju i koliko je danas originala u muzeju, šta se gubi, a šta dobija (i ko zaista dobija) ako sve podredimo originalu. I još nešto, treba odrediti da li naša sadašnjost i, još više, budućnost imaju realnu mogućnost da se vežu na „originalnost“ kao osobinu predmeta koje će muzeji posjedovati. Pri završetku svoje poruke koja je bila svojevrsan tradicionalistički *vox populi*, Dž. V. Nobl poziva se na demokratičnost takvog tradicionalnog muzeja koji ostavlja svakom posjetiocu mogućnost da „stvari sopstvene zaključke (...) bez nametanja pogleda od strane ikoga“. Muzej, kao savršen medij manipulacije, kao kreativan medij i medij gotovo filmske montaže, nije istinit i objektivan po sebi, iako je to Dž. V. Nobl mislio, jer je riječ o već poznatom argumentu: „U svakom objektu postoji njegova inherentna poruka“³, predmeti su nemušti i u mraku, bez svjetla interpretacije. Treba podsjetiti, interpretacija je sadržana već u načinu rasvete, visini postamenta, mjestu među ostalim predmetima, sve počevši od izgleda ulaza u muzej. Najprivlačnija racionalizacija frustracije sakupljanja u muzejima jeste već spominjano rješenje u „*excellence*“. Time Dž. V. Nobl završava svoju poruku koja je vjerovatno bila dobro primljena od strane većine zbog svoje otmenosti: „Ono što izlažemo su standardi odličnosti našeg vremena“. Nažalost, osim obaveze da skupe i pokažu „*excellence*“, muzeji imaju mnoge druge zadatke bez kojih ne bi mogli biti „čuvari istine našeg doba“, jer se ta istina najmanje nalazi u kategoriji *odličnog* i *savršenog*.

Imajući u vidu neke važne rasprave o prirodi muzejskih predmeta, namera je ovde pronaći do koje mjere je muzej sudbinski vezan za realni, trodimenzionalni predmet i koja su ograničenja te veze. Tradicionalni muzej pokazuje da je dio svog socio-kulturnog konteksta jer se i sam ponaša vlasnički. Posjedovanje predmeta nosi sva opterećenja prestižnog gomilanja, tako očigledna i trajna,

a koja smo upoznali u proto-muzejskim oblicima. Posjedovanje je još uvijek mitsko usvajanje, uzimanje duše posjedovanjem njenog fizičkog staništa. Vlasništvom nad predmetom ostvaruje se pravo na cjelokupan informacioni kôd predmeta, pravo na njegovu prošlost, simboličko pravo na njegov kontekst i protagoniste njegovog nastanka. Kako je u pitanju, pored naučnog interesa čije se postojanje i djelovanje ne mora sudarati s ovim simboličkim svojstvima usvajanja, izvjestan oblik fetišizma i prestiž moći činjenicom vlasništva, treba otkriti odnos muzejske institucije prema muzejskom predmetu bez tih opterećenja, jer mu ona nisu nužno imanentna, a pogodna su da manipulišu i samo muzejsko poslanstvo. Zbog tih simboličkih osobina zahtjeva se od muzeja da imaju jedino tzv. originalne predmete. Među najperfidnije oblike ratnih uništenja pripada ubistvo kultura koje se događa pljačkom kulturnih dobara, nelegalnim prometom, tj. izvozom kulturnih dobara, ekonomskim pritiscima koji prisiljavaju na prodaju itd. Kulturološkim ubistvom, koje takođe ima svoje istorijske paralele sve do zidova pećine, protivniku se oduzima duša, a time se njime potpuno i ovladava. Uz pljačku kulturnog bića država i naroda odvlačenjem predmeta sa svojstvima kulturne baštine, koji će eventualno postati muzejski predmeti, događa se još jedan ne manje značajan oblik simboličke, ali i praktične pljačke identiteta. Kroz odvođenje ljudskog kulturnog potencijala. Nekad se zavojevačka sila koristila brutalnim odvođenjem u roblje ili fizičkim uništavanjem. Rim je pokazivao najperfidniji ukus. Danas, kad stvari uzimaju sofisticirane oblike, postoje brojni načini da se takav ljudski potencijal privuče. Vraćajući problem važnosti muzejskih objekata na realno mjesto spoznajom da, uprkos već tradicionalnoj „*objektofiliji*“, gotovo fiksaciji na predmete, nisu važni predmeti nego kulturni ili prirodni entitet kojem ovi čine tek materijalno svjedočanstvo, dolazimo do osnova gdje je moguće lakše vidjeti i odgovornije odlučivati. Ne bi u raspravi trebalo ići predaleko dokazujući da ni ekonomiju ne čini tehnologija koliko stručna osposobljenost, tehnička kultura, opšta kultura i ingenioznost tzv. ljudskog faktora. Iako je to gotovo u cjelosti primjenjivo kao misaoni i analitički predložak i na muzeje, zahtjevalo bi preveliko udaljavanje od teme dokazivati da je predmet muzeja i čovjek i da čovjek kao fizička i kulturološka cjelina može biti muzej *ipso facto*.

I varvarski Rimljani, kojima je u brutalnom usponu trebao grčki duh, nisu samo prenijeli znanja, tehnologiju, kipove i filozofske zapise. Oni su u Rim prevezli grčke učenjake, umjetnike, filozofe, a pri tom još i naučili grčki jezik. Naša recentna civilizacija koja je stvorila moderne muzeje, naše varvarsko građanstvo industrijske revolucije nije imalo tako sofisticiran uvid u suštinu culture. Ono što se moglo vidjeti, opipati, ako treba i razbiti, jedino je imalo simbolički šarm usvajanja. Paralelno, ali ne slučajno, novo božanstvo zapadno-evropske civilizacije, koje će upropastiti sve ambicije zapadne civilizacije o obnovi u Novom svjetu, uspinjalo se do svog današnjeg statusa: produkt, materijalno dobro, potrošački predmet. Društvo koje je svoj vrijednosni i organizacioni sistem osnovalo na proizvodu još je uvijek, iako na izdisaju, savršeno zadovoljno s muzejom koji je usredsređen na objekat. Kako je već bilo riječi, društvo zasnovano na procesu, a ne proizvodu, priželjkivaće drugi pristup koji će radije govoriti o informaciji i konceptu, čak i onda kad podrazumjeva pod time i realni objekat. „Nadolazećoj, potrošački orijentisanoj kulturi postale su važne etikete autentičnosti i zaštita protiv krađe“⁴. Ali ne prepoznamo li da su muzeji poslušali istu logiku? Kult originalnosti i autentičnosti rođen je u renesansi, afirmisan u romantizmu i najbolje sproveden u muzejima. No, pre nego što se vrlo ukratko pozabavimo raspravom o značenju originalnosti i autentičnosti, razmotrimo još samo prirodu predmeta i sadašnju praksu.

Zanimljivo je da i na istoku i na zapadu, uz razlike u pojedinostima, važi isto pravilo reprezentativnosti kao kriterijuma za izbor predmeta za muzej. U nekim istočnim zemljama takođe se, kao na aukciji u *Sotbiju* (Sotheby's) kaže za neki skup predmet „*da ima muzejsku vrijednost*“. Protiv-teza je da bilo šta može biti predmet u muzeju bez obzira na tradicionalne vrijednosti, obično izrazive novčano na osnovu uloženog truda, rjetkosti itd. Osim pojedinaca i alternativne kulture (*Anti-muzej* Vladimira Dodiga Trokuta je reći primjer), malo je onih koji su tako načeli konvencije građanske kulture. Po jednoj nedavnoj definiciji s Istoka, „muzealije su takvi pokretni, autentični objekti koji kao nepobitni dokazi objašnjavaju razvoj prirode, odnosno društva kroz duži period vremena i koji služe istraživanju, obrazovanju, vaspitanju i rekreaciji“⁵. Da li je „pokretno“ ono što se može staviti pod ruku, ili je pokretan *pergamonski hram* ako ga Berlin dovoljno želi ili su pokretni spomenici kulture,

dakle i muzejski objekti, egipatski hramovi u *Abu Simbelu* zato jer se svijet složio da ih treba premjestiti? O autentičnosti, naknadno. „Nepobitnih dokaza“ je vrlo malo, a kad bi samo njih napustili, u muzejima ne bi bilo više *prostorne oskudice*, njihovog *sudbinskog* problema, naime. Uostalom, malo je toga u muzejskoj djelatnosti što bi trebalo shvatiti kao opravdanu potrebu dokazivanja. Relativne je vrijednosti i kategorija „*duži period vremena*“ jer omogućuje arbitrarnost procjene koja ne spada u tok klasične definicije.

Muzej nije niti mrtvačnica niti riznica, u njega ne pripadaju isključivo mrtvi predmeti ili trofeji basnoslovne vrijednosti. Ipak, mnogo toga u muzejima pripada kompleksu memorabilija i suvenira i ne govori ništa o smislu istorije ili iskustvima čovjeka ili zakonitostima promjena prirode. Muzeji savremene umjetnosti danas već imaju tradiciju postojanja, dakle i tradiciju bavljenja svakodnevnicom. Kako, dakle, priznati ortodokсну muzealnost nečemu što je pod logičnim rizikom suda vremena? Ako čekati priliku panoramskog uvida sa svim valorizacijama vremena znači prokletstvo rekonstruisanja, rizik pogrešaka u muzealizovanju svakodnevnice isplati se utoliko što traži od muzeja da bude prisutan i živ učesnik i što je zadatak rekonstrukcije mnogo lakši. Prihvatajući novu medijalnost, proširenu medijalnost umjetnosti, umjetnički muzeji bliže su od ostalih istini kakvu treba sačuvati. Uostalom, i sama umjetnost, koja je valjda jasnije no ikad protestovala protiv uokvirenog umjetničkog dela, pokazala je muzejima da smisao muzeja nije da se iglom pričvrsti na baršun što više insekata. Ako se umjetnička djela sele u život, prevelika i nepodesna za zidove (land art, body-art, mail art, akcije, konceptualna umjetnost itd.), onda to ne znači da nam muzeji nisu potrebni. Riječ je samo o dokazu da je sretnom okolnošću živi objekat muzealizovanja, ovoga puta umjetnost, odbio patološku pedanteriju odlaganja u vitrine i klimatizovane prostore. Valjan zaključak je da predmet muzeja ne mora da bude *samo* trodimenzionalni predmet, nego *dokumentacija, aktivnost, akcija, sastajanje...* Uostalom, nigdje kao u umjetnosti nije muzej pokazao svoju osobinu medijske metamorfoze. Jednom uspostavljen kao takva tradicionalna institucija, kao čuvalište *bivših* predmeta, sve što uđe u muzej dobija novo značenje. Muzej je postao konvencija i to negativna lingvistička i semantička konvencija.

Postupak muzejske dekontekstualizacije predmeta je jednako grub prema predmetima kao što je odvođenje u roblje zločin pre-

ma ljudima. To je oblik uništenja. Najčešće, a to danas, kad su *problemi tradicionalnih muzeja postali apsurdni*, lako uočavamo, predmet-informaciju svodimo na predmet-podatak. Razlika je ogromna i pogubna. Uostalom, kad je bilo riječi o zloupotrebama muzejskog medija, bilo je rečeno da je takav muzej podataka lakše koristiti u svrhe manipulacije. Izlaz iz takvog beznađa muzejski radnici potražili su u estetizaciji prezentacije. U nagonu je čovjeka da vrednom i važnom daje počasno mjesto: *svjetlo, zaštićeno, ugodno, na dostojnoj visini* i u *dostojnom ambijentu*. Tako se, i onda kad to nije direktno nastojanje, prezentacija estetizuje do mjere gubitka poruke. Bezbroj predmeta po muzejima znamo danas jedino kao lijepe predmete, a da im se izgubio svaki trag stvarnog, inherentnog značenja, značenja koje su imali kroz svoju funkciju, kroz namjeru i ambiciju koja ih je stvarala. To se u jednakoj mjeri tiče prirodnjačkih i umjetničkih muzeja. Prošireni pojam ljepote i estetskog nije najgori efekat, ali je slučajan i zamjena je potrebnog. Kao mehanizam vrednovanja muzej bi trebalo da bude oslobođen obaveza dnevnog konformizma, utoliko je oslobođen vremena. Zato, upravo, a o tome govori i Malro⁶, i starije slikarstvo izloženo u najstarijim muzejima odgovara tim ambijentima. Te slike su ili bile stvarane takođe za mjesta oslobođena vremena, kao što su crkve ili je riječ o djelima, kao što su klasicistička, koja su često bila rađena za druge javne prostore ili direktno za muzeje.

Kao što nasilno izlaže *različita* umjetnička djela u neposrednoj blizini jedna drugima, o čemu s indignacijom govori Malro, muzej dozvoljava sebi takve semantičke kolaže koji bi, recimo, prošlosti koju predmetima ilustruje izgledali kao apsurdni, uvredljivi ili besmisleni. Naravno, u muzeju koji bi držao svjest o cjelini, pojedinačni predmeti činili bi tek njen dio. I direktor jednog od najvećih svjetskih muzeja (Gaj Filip de Montebelo) čvrsto tvrdi da su muzeji „najneprijateljskiji ambijent za umjetnička dela“ jer predstavljaju djeliće vrlo heterogene postavke. Za razliku od toga, izložbe mu se čine pogodnim koherentnim kontekstom.

Još neko vrijeme proći će dok tradicionalni muzeji ne pokleknu pred besmisлом sopstvenog gigantizma. Uprkos svim širenjima, prostor kojim raspolažu ne može da primi takve količine sakupljenih predmeta. Ako muzeji danas u prosjeku izlažu 15% sakupljenog materijala, riječ je o činjenici koja izaziva ozbiljno razmišljanje. Imajući na umu ograničene fizičke mogućnosti čovjeka, a držeći

se pravila da se sakupljaju samo predmeti, bilo je predloga da se muzejska ekspozicija stavi na gigantsku traku koja bi prolazila ispred posjetilaca. *Žil-Vernovska* rješenja su napuštena, ali je ostao očaj muzejskih posjetilaca pred ogromnim muzejima i vapaj kustosa da uprkos kvantitetu, kvalitet muzejskih posjeta nije zadovoljavajući.

Malro je često govorio o metamorfozi i ponovnom oživljavanju u muzejima: „U muzeju u Bankoku prvi put sam vidio kako bonzi predaju Budama bivših kraljeva vijence tuberoza (...) Čuvar je s odobravanjem posmatrao taj obred. Kako bi bilo kad bi dominikanke u haljinama donosile ljiljane gotičkim Bogorodicama u Luvru? (...) Sva djela koja smo ponovo oživjeli dobijala bi cvijeće koje bi im zamjenjivalo izgubljeni hram, katedralu, palatu. (...) tek je naša civilizacija, zbog svoje sklonosti prema misteriji i zbog svog ludovanja za prošlošću, ispunila prošlost umjetnosti idolima kojima se više niko ne klanja i koji su tako prešli iz drugog svijeta, svijeta bogova ili mrtvih, u svet umjetnosti“⁷. Ali, Malro nam govori takođe da je nemoguće predvidjeti šta će budućnost učiniti sa našim vrijednostima. Doduše, uzrok tako drastičnim metamorfozama on nalazi u nepoznavanju, koje mi ne moramo dopustiti.

Mit originalnosti muči zapadnoevropsku civilizaciju i njen uticajni krug kao prokletstvo. Ima u tome nešto varvarski direktno i neučtivo, nešto nametljivo i necivilizovano, a istovremeno prihvaćeno u tolikoj mjeri da sve ove negativne epitete „zaslužuje“ sam pokušaj preispitivanja. Jedna od institucija zaduženih za održavanje i pothranjivanje tog mita jeste muzej. Kako bi mit takvih dimenzija zasluživao traktat, ovde je prilika da ga tek u kontekstu navedene institucije preispitamo i odredimo mu vrijednost i ograničavajuće efekte koje nameće.

Veličina umjetnika i graditelja, od slikara i skulptora do graditelja violina i katedrala bila je potvrđena reputacijom. Neki put je ona sezala do susednog mjesta, neki put zahvatala provinciju, a nekad dopirala i do danas značajnih udaljenosti. Umjetnici i graditelji nisu potpisivali svoja dela, ali su razmjeri međunarodne razmjene umjetnika u srednjem vijeku i renesansi toliko veliki da začuđuju obzirom na sve znane okolnosti. Autorima koji su ostajali poznati nekoj manjoj sredini nije bio potreban potpis da bi se njihovo djelo prepoznalo. Tek razvoj tehnologije i komunikacija, izum i upotreba štampe povećavaju i ubrzavaju razmjenu informacija do te mjere da umjetničko djelo počinje da nosi oznaku autentičnosti. Naravno,

nastajanje tržišta podrazumjeva obaviještenost kupaca, njihovu veliku sposobnost nabavke, ali ne nužno i sposobnost da imaju sopstvenu moć prosuđivanja. Finansijska aristokratija naučena je sve da kupuje, čak i duhovni život. Aristokratija je nabavljala, finansijska aristokratija kupuje, svesno gomilajući finansijsku vrijednost. Slikarske radionice gube šarm renesansne neposrednosti, postaju manufakture s elementima lančane proizvodnje, a majstor je finišer i garant kvalitetnog produkta i dobro uloženog novca. Kao i svaka mjenica, njegov proizvod nosi potpis i, knjigovodstveno vrlo važno, godinu nastanka. To sve zajedno nije, naravno, spriječilo nastanak umjetničkih djela, ali je pridonijelo formiranju mita originala i autentičnosti i potvrdilo robni karakter umjetnosti. Originalnost, iako proizvod umjetnosti, prihvaćena je u svim oblicima kreativnih djelatnosti, pa i daleko izvan. Današnje značenje riječi *original* primjenjuje se i u muzejskom svijetu da bi označilo stvarnu fizičku činjenicu nečega, za razliku od supstituta, od nečeg što taj dotični predmet zamjenjuje i predstavlja.

Podimo po konkretnim primjerima. Kenet Hadson, govoreći upravo o prirodi muzejskih predmeta, kaže: „Punjeni tigar u muzeju je punjeni tigar u muzeju, a ne tigar“⁴⁸. U ovoj i nekim budućim raspravama ovo će biti jedna od temeljnih postavki jer lucidno i jednostavno rješava neke zabune. Mit originalnosti u muzejskom kontekstu postao je ne manji mit istinitosti i objektivnosti zbog „posjedovanja originalnih predmeta“. „Učite od originala“, kako kliče Dž. A. Nobl. Patenta na originalnost, na istinitost i objektivnost teško se odreći, a pogotovo ga se teško odriče ekspanzivna, samouvjerena građanska klasa, riječ je o klasi po načinu mišljenja, a ne po geopolitičkoj mapi. Ali, „zadužena“ institucija, muzej, odstupa već dugo vremena. Parkovi prirode i zoološki vrtovi bili su popuštanje pred apsurdom, pred besmisлом punjenog tigra. Isti ti muzeji koji još i danas pune tigrove kriju fascinantne podatke o broju ubijenih životinja da bi se punili muzeji. Ambicija muzeja, po liniji kompleksa faraonove grobnice, jeste i *vječnost*. Ti punjeni „originali“, kao rezultat bezrazložnog pokolja, uspjevaju odoljeti atmosferi najviše nekoliko desetina godina, a onda se bacaju. Prašnjavi tigar kojem proviruje slama i mestimično opada dlaka nije poseban način da se prezentuje prirodni fenomen koji predstavlja. Govoreći istorijski, punjeni muzejski originali imaju vrijednost jednokratne upotrebe. Tek korak dalje, ne velik doduše,

predstavljaju zatvori za životinje u kojima publika može da vidi žive „punjene tigrove“. O svom životu i ambijentu gde ne umiru nakon nekoliko godina, kao u zoološkom vrtu, ne govore posjetiocima ništa više no što o Betovenu, u nekom drugom muzeju, govori pramen njegove beživotne kose. To je opet prokletstvo posjedovanja i usvajanja.

Izdaja originalnosti i istine počinje s muzejem samim i muzealizovanjem. I bića i stvari imaju svoj život i jedino što je ispravno učiniti jeste pustiti ih da umru kad im dođe vrijeme. To je dio dostojanstva prirode, prirode stvari. Ali sudbina čovjeka je u traženju vječnosti. Kako je velika čovjekova jeres, njegov izlazak iz raja, počinjena otkrićem tehnologije, prvim kamenom koji je poslužio kao produžetak njegovih osnovnih mogućnosti, čovjekova sudbina nije u „prirodnom“ djelovanju. Pikasova slika je original dok je osvetljena na način kojem je on bio svedok dok ju je slikao. Sve ostalo, pogotovo hiperrealistički bljesak današnjih muzeja, nije realno, nije istinito i ne pokazuje original nego njegovu metamorfozu. Nije li takođe izdaja realnosti i neke bivše stvarnosti predmeta izložiti u očistu posjetioca gotičku skulpturu koja je nekad krasila portal katedrale, desetak metara od vernikovih očiju? Da li bi se pobunio umjetnik da sazna kako se divimo obradi, jednodostavnoj površini pozadine i zagonetnom izrazu lica? Da li je rimska kopija grčkog originala kopija ili original? Da li će se istom vrijednošću smatrati kopija istog grčkog originala ako je napravi savremeni umetnik? Da li je, recimo, Biblija original ili kopija, kad su nam poznati samo različiti prepisi? Da li je nešto što se danas napravi starim kalupom ili matricom, original ili kopija? Šta je zapravo taj original kad i postoji u muzeju? Evo šta Malro kaže o poznatoj astečkoj glavi od obsidijana: „(...) postojana igra sudbine pretvorila je astečki idol, u očima Španaca, najpre u demona, zatim u imitaciju lobanje i, napokon, u remek djelo“⁴⁹. Malro se nadao da će industrijska revolucija donijeti kraj originalima i atraktivnosti vlasništva nad njima. Naprotiv, reprodukcije, a fotografija i film, proširili su u prvom trenutku samo bazu onih koji žele da poseduju originale.

Pored ostalog, mit originalnosti nije nešto što je u prirodi čovjeka, to je više sticaj vrlo složenih okolnosti i konvencija. Jedno relativno skorašnje stručno svjedočanstvo o poimanju originala u kineskim muzejima više je nego zanimljivo: „Kinezi upotrebljavaju

stare tehnike popravki i restaurišu s istim materijalima koji su izvorno bili upotrebljavani za pravljenje tih predmeta. Rad izgleda majstorski, a popravke i restauratorski zahvati nevidljivi su golim okom¹⁰. M. Jursenar, pisac biografije rimskog imperatora Hadrijana, kaže: „Ma šta radili, uvijek spomenik obnavljamo na svoj način. Ali već mnogo znači ako upotrijebimo pravi kamen“¹¹. Ipak, u praksi, iako zaljuljan ili relativizovan, mit originala još uvijek živi. Zato je netom navedeno kinesko iskustvo vrlo ilustrativno: „Oni koji prave reprodukcije su umjetnici s talentom virtuozna. Kad reprodukuju slike, prave čak replike umjetnikovog pečata; time je reprodukovana slika kompletna i autentična, izgledajući kao original“. Prave se reprodukcije, takođe, remek-dela u bronzi, porcelanu i kamenu.

I evropska praksa izvan muzejskih blokada, postavlja pitanja: jedan proizvođač francuskih tranzistorskih prijemnika koristi komercijalnost interesa za pedesete i šezdesete godine i proizvodi modele tranzistorskih prijemnika koji su kopija prvih koji su postali roba široke potrošnje. Replika ili original?

Ako je globalni prosede muzeja rekonstrukcija, jer drugo nije moguće s tako malo indicija obzirom na složenost prošlosti, čemu postoji tako grčevita vezanost za original, za realni predmet, za trodimenzionalno tijelo? Čemu izbjegavati reprodukcije? Da li u vrijeme kad se posredstvom medicine i tehnologije odričemo „originalnosti“ sopstvenog tijela, imamo pravo da insistiramo na originalnosti predmeta? Da li smo svjesni da, dok sprečavamo izrađivanje kopija predmeta iz srednjeg vijeka, u međuvremenu pejzaž poprima drastične razlike obzirom na svoje srednjovekovno, „originalno“ stanje?

Iskustvo muzeja je, zapravo, vrlo kratko i sve do sad je dozvoljavalo iluzije, čak i iluziju vječnog života, sačuvanim predmetima. Istorija nas uči da prirodna zastrašivanja, ratovi, elementarne nepogode itd, svode takve ambicije na simboličke vrijednosti. Neprestano obnavljanje i restaurisanje nije doli produženi put do replike, a balzamovani pokojnici se u svojoj „originalnosti“ uglavnom ne razlikuju.

Razlozi, bar njihov značajan dio, su u beznadnoj institucionalizaciji muzeja, u njihovoj administrativnoj krutosti i u, što bi rekao veliki muzeolog I. de Varan-Boan, u njihovoj razornoj *monetarizaciji*. Građanske motive treba bar polako napuštati jer, ako to muzeji ne učine, drugačije razmišljanje će kao rijeka pronaći najlogičniji

i najbrži put do ostvarenja. Mit originalnosti i autentičnosti treba sačuvati u mjeri njegove kulturološke atraktivnosti, trodimenzionalni objekti i dalje će biti zlatna podloga mjenicama muzejske komunikacije s okolinom. Ali mjerila vrijednosti mijenjaju se i u ekonomiji, pa će se mijenjati i u kulturi. Zlato će trebati prepustiti ulozi uljepšavanja i ukrašavanja.

Istinski predmet muzeja nije trodimenzionalna, materijalna činjenica nego transcendirano iskustvo i značaj koji predstavlja. „Objekat je samo vidljivi simbol intelektualnog procesa“, kao što bi rekao D. S. Rippl¹².

U jednom pristupu stvarnosti sadašnjeg ili prošlog vremena koji pretenduje na istinitost ne može postojati hijerarhija predmeta: važno je sve, iako sve ne treba fizički sačuvati. U relativizovanju neprikosnovenih mitova, površna analiza pokazuje da uprkos pozivanju na originalnost i autentičnost, muzejsko poslanstvo nije obavljivo bez zamjena. I sama interpretacija je oblik prevođenja iz jednog medija u drugi, oblik zamjene.

Muzejski predmet je samo argument i sredstvo komunikacije. Njegova priroda je medijska, a njegov informacioni karakter je zajednički imenilac sa svim ostalim predmetima. U nameravanom uzletu duha kojeg predmet u muzeju treba da inicira, muzeji su oduvijek koristili tehnologiju, od postamenta i svjetla do legende i kataloga. U prezentaciji i interpretaciji prihvatani su novi oblici djelovanja s jednim uslovom na umu: efikasnost komunikacije. Danas, kad upotrebljavana ili ponuđena tehnologija nije više iz istog civilizacijskog *okruženja* iz kojeg su i muzeji, tehnološka logika postaje i pristanak na novi civilizacijski, a valjda i kulturološki kontekst. Muzeji, kao glasnogovornici tradicije upregnuti su trikom u odbranu *bivših* vrijednosti iako bi, u ime istorijskog iskustva i svog poslanstva trebalo da budu efikasan mehanizam za *poboljšanje kvaliteta života*.

OPŠTI MEDIJSKI KONTEKST

Zaostatak koji bilježi muzeologija, kad je riječ o profesionalnoj svijesti, te posledično i muzejska djelatnost, s obzirom na jasne trendove razvoja postindustrijske civilizacije, nalaže posezanje za argumentima kojima je cilj sinhroni razvoj. Obrazloženošću i širinom, takvi argumenti bi trebalo da onemoguće kolebanja, a muzejsku akciju očuvaju od zabune i nerazumijevanja. Promjene, ako treba da se dogode, moraju da budu obrazložene i prihvaćene kao dio logičnog razvoja prirode i medija muzeja. Uostalom, „Slepcu su sve stvari iznenadne“¹³.

Doba velike metamorfoze, ovo naše, naročito cijeni tehnologiju koja je način pretvaranja jedne vrste znanja u drugi oblik, čin prerađivanja jednog kvaliteta u drugi, (pretpostavka je) složeniji, plemenitiji. Osim direktnih aktera permanentne tehnološke revolucije (*instituti, istraživački centri, industrija* itd.), korak sa zbivanjima drže jedino vojni sistemi, porno-produkcija, produkcija zabave, i naravno, administracija vlasti. „Naše *doba tjeskobe* je velikim dijelom rezultat nastojanja da današnji posao obavljamo jučerašnjim sredstvima, jučerašnjim konceptima“¹⁴. Rezultat je neuspjeh i podvojenost pristupa svijetu u kojem živimo, a na emotivnom nivou posljedica je tjeskoba. Promene se događaju u cjelovitim logičkim sklopovima i nemoguće ih je čak razumjeti bez poznavanja prirode medija i logike događanja. M. Mekluan je tipičnom arogancijom i radikalizmom *trećeg talasa* nametao svoje analize, iako nije jedini nudio ažurirana objašnjenja (ili bar pokušaje) frustracija koje su potresale svijet. Negdje u to vrijeme on je govorio: „Ja sam u položaju Luja Pastera (Louis Pasteur) koji doktorima tumači da je njihov najveći neprijatelj potpuno nevidljiv i da ga uopšte nisu uočili“¹⁵.

Po njemu je „opasnost“ u opiranju promjeni koju donosi elektronska tehnologija i to ne spoljna opasnost nego dolazeća iznutra među nas koji smo otupjeli, slijepi, gluvi i nijemi kad je riječ o njenom susretu s Gutenbergovom tehnologijom¹⁶. Nikom naime ne bi

trebalo da bude svejedno kako će i kada i po koju cijenu, najmanje materijalnu, doživjeti te nužne transformacije.

Nakon što je Mekluanov profetizam obavio svoju kontradjelujuću ulogu, nakon što su ljudi počeli da primjećuju promjene i njima se prilagođavaju, njegove su ideje pretočene u polaganu i razumljivu literaturu. Većini se, naravno, činilo da nije bio ni neophodan niti revolucionaran, ali on je otvorio vrata kroz koja će neko daleko, a neko tek na blizu vidjeti. Kako je slika „stigla u svijet jezika“¹⁷, a zapravo se vratila, iako u novom sjaju, 20. vijek prozvan je „vijekom slike“¹⁸. Još 1955. godine, Rene Ig izjavljuje: „Umjetnost nije nikad bila tako opsesivna kao u naše vrijeme, nikad tako proširena, prefinjena, ali i nikad tako analizirana, tako objašnjavana. Ona profitira (a naročito slikarstvo) od primarne uloge koju slike osvajaju u našem svijetu“¹⁹. To je ista linija razmišljanja koju je Malro pretvorio u viziju *imaginarnog muzeja*. Ta afirmacija umjetnosti koju je Ig još mogao s iznenađenjem otkrivati, a mi je smatramo svakodnevicom, to je, pored afirmacije slike, još jedan element koji će imati grandiozne posljedice na prirodu muzeja. Samo jedna posljedica, važna u ovom kontekstu, ali često citirana jeste: „Muzeji imaju privilegiju da govore jezik epohe, jezik slika, jezik razumljiv svima i takođe u svim zemljama“²⁰.

Vidjećemo kasnije da je to tek priželjkivana istina. Još i danas su muzeji vrlo daleko od služenja „jezikom epohe“. Njihov jezik ili je naučan ili naučno popularan, ali sveden mahom na tekst i kolaže trodimenzionalnih predmeta. Ima naravno i izuzetaka. Vizuelni jezik pogotovo pokazuje razlike među kulturama. Imajući u vidu neke zakonitosti, globalizovanje tih konvencija, koje je u punom jeku, pruža nam priliku za moralne dileme. Prvi zadatak muzeja je, naime, nastojanje na zaštiti *identiteta*.

Ispravno je upozorenje „da u naše opšte razumijevanje istorije moramo integrisati i značaj tehnologije“²¹. Nerazumijevanje tehnologije dovelo je do kritičnog stanja našu civilizaciju, a onemogućava nam da u stvarima duha koristimo, na svrsishodan način, tu čovjekovu ingenioznost.

Jedna je od teza Mekluana da je u današnjem razvoju medija riječ o povratku u „akustički prostor“, u prostor plemenskih emocija. Po njemu bi nerazvijene i neindustrijske kulture bile u prednosti u lakoći korišćenja nove tehnologije, jer imaju još živu oralnu

tradiciju koju mi, zbog novih medija, treba ponovo da otkrijemo. Kad bi bilo praktične istine u tome, ukazala bi se nerazvijenom svijetu prečica šira i kraća nego što je nova tehnologija zaista nudi. Ipak, na djelu su zaista značajni procesi, mnogi autori govore o potrebi i mogućnostima *sinteza cjelovitih pristupa, sinoptičkih sagledavanja*, govori se o *holističkom nastojanju* itd. Svi postojeći mehanizmi i institucije koje takav pristup imaju kao mogućnost ili kao dio prirode, postali su naročito zanimljivi. Takve pristupe Mekluan objašnjava pojmom mita koji je „oblik simultane svijesti o složenoj grupi uzroka i posljedica“ i kaže kako smo novom tehnologijom dobili tu mitsku dimenziju u svakodnevnici. Međutim, on problem vidi u činjenici da, iako nas naša tehnologija prisiljava da živimo „mitski“, mi „nastavljamo da razmišljamo fragmentarno, na pojedinačnim, odjeljenim planovima“²². To je, naravno, potpuno tačna opservacija i tiče se naročito muzeja koji su vrlo vezani za klasifikacije prošlog vijeka. Nova tehnologija oslobađa čovjeka od najrutinskih obaveza, može uštedjeti ogromne količine vremena, a može naše učenje učiniti bržim i boljim. Međutim, unutar takvog konteksta kojeg razvijaju neke efikasne djelatnosti treba i opstati, ali bilo da je riječ o ispunjenju nekih potreba ili držanju sopstvenih pozicija u javnosti, u zajednici, jedini način je korišćenje paralelnih mogućnosti tehnologije. Neki autori posebno podvlače važnost korišćenja masovnih medija za svrhe *public relationa*²³. Znamo već duže vrijeme da mnogo toga što je od ozbiljnih istraživanja (i u muzejima) obavljeno, a što je zahtjevalo obradu ogromnih količina podataka, nije moglo biti obavljeno bez nove tehnologije, kao što uostalom govori mnogo autora²⁴. Stoga nije u pitanju prestižna ekonomija, ako nas službenik IBM-a uvjerava da, ako muzeji žele postati istinski obrazovni aparat, „(...) kompjuter (...) mora naći svoje mjesto u toj novoj fizionomiji“²⁵. Nova fizionomija je svijet medija i njegova evolucija koja tehnologiju neprestano transformiše iz jednostavnijih u sve složenije oblike. Fizički i kvalitativni rast tehnologije ne znači i automatsko rješavanje naših problema. Tehnologija je uvijek ono što od nje tražimo. Ali šta ćemo tražiti? Kako je već bilo riječi, danas je medijskim intervencijama moguće potpuno programirati emocionalnu klimu cijelih kultura.

Ako je moguć takav psiho-socijalni inženjering, manipulisana veličina je *identitet*, a to je, maksimalno pojednostavljajući, upravo

jezgro muzejskog poslanstva. Stoga svako od ovih opštih razmatranja ima dalekosežne reference u muzejskoj djelatnosti: „(...) mi se danas, izgleda, nalazimo na pragu jednog talasa promjena izazvanih široko rasprostranjenom primjenom tehnologije komunikacija, koja se sedamdesetih godina tek nazirala. Ali daleko je složenije pitanje hoće li se stvari izmeniti na bolje ili na gore, na korist samo nekih stvari ili svih nas“²⁶.

Posezanje za biblijskom jabukom je simboličko rađanje čovjeka. Buran ritam čovekovog razvoja, u kojem je tehnologija transfer, poznaje samo ubrzanje, ali ne i finalnu tačku. Kao stanje stalne frustracije između dosegnutog i mogućeg, tehnologija je prokletstvo, istinski i jedini „istočni grijeh“ čovječanstva. Još sasvim nedavno, komercijalni oglas za prodaju radio-aparata, 1940. godine u SAD, obećava kupcima da će ih radio „povesti uzbuđljivim putevima, na uzbuđljiva mjesta, dovesti im u posjetu zanimljive osobe koji će im postati bliži prijatelji nego oni iz prvog komšiluka“²⁷. Naivna pretencioznost liči na emfatičnost Mekluanovu. U radiodifuziji, naravno, nema senzacija o kojoj govori oglas, samo, tvrdnja je istinita, a svakodnevnica je banalna. *Akceleracija novosti ne ostavlja mjesto iznenađenju*. Za manje od jednog vijeka, čovjek je razvio tri glavna medija: radio, film i televiziju. Svaki od njih je nadgradnja onog prethodnog²⁸. Posezanje za jabukom bilo je za čovjeka simbolično uzimanje sopstvene sudbine u svoje ruke. Bog se sa svojom ljudskom prirodom i božanskim moćima preselio u čovjeka. S mikroprocesorskom tehnologijom koja je tek otvorila vrata u *nepoznato* svijet mora da spozna ozbiljnost situacije i odluči šta će sebi nameniti kao sudbinu. Treba li govoriti ili posebno naglašavati da je u pitanju svekoliki identitet u svim svojim segmentima i mikro-situacijama? Šta želimo sačuvati o sebi, magistralno je važno pitanje. Još je važnije kakvi u budućnosti želimo biti. I, konačno, koji je to kvalitet življenja koji treba omogućiti?

Muzej je, kako je i argumentovano, takođe i oblik moći, i treba svakako vidjeti šta sve omogućava nova tehnologija u namjeravanim demokratizacionim procesima kulture kojoj su muzeji jedan važan segment. Naime, kako ističe nekolicina autora²⁹, nova tehnologija ukida poznata ograničenja, i za centralizaciju i za decentralizaciju. Štaviše, moglo bi se prihvatiti da „opsesija starijim modelima jednosmerne mehaničke ekspanzije, od centara prema

marginama, nije više važeća u našem električkom svijetu. Elektricitet ne centralizuje nego decentralizuje³⁰. Sa stanovišta novih komunikacija i informatike svako mjesto može postati centar. Takve inovacije naročito su važne u razmišljanjima o tzv. mreži muzeja jer dozvoljavaju manja opterećenja kulturnim prestižem. U osnovi svekolikog razvoja je ljudski stvaralački um, ali „nosivi“ dio tog složenog razvoja predstavlja razvoj medija komuniciranja. Analizirajući logiku tog razvoja, Mekluan je ustanovio, naravno ne prvi, da između tehnologije i promjena u čulnoj percepciji postoji jaka posledična veza. Tu povezanost izrazio je u svojoj famoznoj sintagmi *medij je poruka*, koja je bila često interpretirana ali rijetko i shvaćena, a posebno su joj muzeji obratili minimalnu ili gotovo nikakvu pažnju. Najkraće definisan smisao glasio bi da medij logikom svog postojanja mijenja *okruženje*. Mekluan u objašnjenju svog pristupa kaže da se od razmatranja sadržaja poruke sve više i više okrećemo proučavanju cjelovitog efekta. Poziva se i na autora knjige *Slika* kojeg citira: „Značenje poruke je u promjeni koju proizvodi u slici“³¹. Idući tom logikom, poruka medija filma sadržana je u činjenici prelaza od linearnih veza na konfiguracije³² tj. uopšteno, poruka bilo kojeg medija *ili tehnologije* (sic!) je „promjena razmjera, ritma ili promjena koje uvodi u čovjekovo bavljenje“³³. Priroda tehnologije formira svijest i iskustvo svakog od nas: „Društva su uvijek bila više oblikovana prirodom medija kojom ljudi komuniciraju nego sadržajem komunikacije“³⁴. Ostaje nerazjašnjeno u kojoj mjeri je Mekluan u hijerarhiji posljedica prirode medija smatrao da priroda medija uslovljava ili oblikuje sadržaj, jer promjene u *okruženju* su tek krajnji domet. Utisak je da je namerno ostavio svoju poziciju nedorečenom i otvorio tako mogućnost mnogih prigovora³⁵. Muzej je komunikacioni medij *par excellence* i neobično zavisi od mogućnosti tehnologije, stoga su ova razmišljanja potrebnog podsticajnog karaktera. Kao i većina muzejskih radnika danas, i sam Mekluan je izgleda „mrzeo mašine“,³⁶ zauzimajući prema tehnologiji jedan moralizatorski stav, osjećajući užas prema modernom životu, industrijskom progresu i držeći masovne medije „ehom pada anđela“. U međuvremenu se štošta izmijenilo, a tehnološka svijest djela svugdje. Polovinom sedamdesetih godina dvadesetog vijeka osnovano je u Francuskoj i *Nacionalno katehitičko udruženje za audio-vizuelne medije*

178 (ACNAV)³⁷. Tek 1984. godine doneseni su u ICOM-u konkretni zaključci o budućem formiranju centralne banke podataka za muzeje svijeta i aktuelizovani odgovori da se u istom navratu tehnološke i organizacione modernizacije organizuje proizvodnja i distribucija audio-vizuelnih programa. Vrlo je važno da je i sama svjetska muzejska organizacija zakoračila u tehnologiju videći, u mogućnostima koje pruža, dio svoje budućnosti. Ako je o muzejima riječ *globalno selo zove se globalni muzej*. Takav *imaginarni muzej – totalni muzej*, govorimo li o njegovoj sveobuhvatnosti i univerzalnosti ambicija, može uz pomoć tehnologije zaista i postati „oblik simultane svijesti o složenoj grupi uzroka i posljedica“. Riječ je, naravno, o razumjevanju svijeta i njegove baštine. Tek razumjevajući ovaj opšti kontekst, ostaje pojedinačnim muzejima i *muzeografiji* da stvore fleksibilnu metodologiju koja će muzeje primaknuti korak bliže idealnoj praksi, korak bliže totalnom muzeju.

PRIRODA AUDIOVIZUELNE KOMUNIKACIJE

U jednom francuskom pokušaju približavanja tehnika audio-vizuelne prezentacije muzejskim radnicima, kaže se da je riječ „o razbijanju sjene koja još za mnoge okružuje audio-vizuelnost, a što vodi u dva suprotstavljena stanovišta jednako opterećena predrasudama. Prvo se sastoji u vjerovanju kako *audio-vizuelno* rješava sve probleme upućivanja publike prema muzejima, a drugo, da *audio-vizuelno* nije ništa drugo nego pitanje novca i prestiža. Ta dva stava, slepi entuzijazam ili direktno odbijanje, postoje isključivo zbog nepoznavanja tehnika koje čine dio naše svakodnevne okoline“³⁸. Iako je taj rad, jedan od svega nekoliko i obimom i trudom ograničenih pokušaja te vrste u svijetu, što je indikativno i začuđujuće za osamdesete godine dvadesetog vijeka, dakle dobrodošao, pitanja novih medija i eventualnog mijenjanja ustrojstva muzeja u izmijenjenom tehnološkom *okruženju* svode se na tehnicistički pristup. To je još jedan od argumenata svakog napora koji, makar i posredno, pokazuje fundamentalnu činjenicu našeg doba, tj. da je tehnologija (i) kategorija kulture, a ne samo civilizacije. U primjeru ili povodu muzeja čiji je pristup, bar u budućnosti, nužno sinoptičan, podrazumjevajući koncentrisano bavljenje i prirodom i civilizacijom i kulturom, *gestalt priroda* savremene tehnologije više je nego primjerena toj budućnosti, ona je može i inspirisati i omogućiti. Zato je nemoguće o novoj tehnologiji komunikacija razgovarati na nivou informatike: „Ali čak i sa onim što nam je danas dostupno ili je na pomolu, jasno je da nova tehnologija može znatno doprinijeti humanističkim i prirodnim naukama, kao i cirkulisanju ideja, ukoliko budemo u stanju da se oslobodimo predrasuda u pogledu kompjutera i koristimo ga ne samo kao medij informatike već i kulture“³⁹.

Neobično je važno da razvoj upotrebe nove tehnologije u stvaralačkim sferama teče uporedno s razvojem u domenima moći i

profita. TV, odnosno video tehnologija, već napočetku široke primene imaju takve velike mogućnosti modifikacije registrovanog podatka i mogućnosti sintetičkih efekata, da je sasvim sigurno i očekivano dodatno ugrožavanje istine. Samo reportažni kolaž TV vesti može neku objektivnu situaciju prikazati na beskonačan broj varijacija od kojih je samo jedna idealno bliza istini. Ali centralizacija podataka omogućava istinsku decentralizaciju korišćenja, pod uslovom da podaci nisu podvrgnuti manipulaciji. Priroda tehnologije nije moralno određena: „(...) neka društva će mikroprocesore koristiti za jačanje humanističkih vrijednosti, dok će ih druga koristiti za jačanje dominacije nad pojedincima i to od strane institucija, uključujući radne organizacije i samu državu“⁴⁰. Da li će muzeji ostati po strani (mogu li to uopšte?) ili će novu tehnologiju upotrijebiti da bi dosljedno svojoj kontradjelujućoj prirodi utjecali na svijet, ostaje pitanje shvatanja muzeja, bar za one koji pitanje smatraju otvorenim.

„Nadležni veruju u elektroniku i tehnologiju“, s dozom cinizma kažu mnogi muzejski radnici, ne bez mjere otpora⁴¹. Ali ako je administracija uvijek spremna da bude isključiva i da namegne makar i medijsku uniformnost, priroda nove tehnologije (dakle i *AV tehnologije*) realizuje se u novim mogućnostima izbora. Kulturološki identitet kao što je Luvr, vjerovatno će novu tehnologiju primijeniti jedino u obradi i skladištenju informacija, kao što i jeste u konkretnom slučaju⁴². Postoji i strah da nova tehnologija ukida potrebu čovjekovog rada i u svakoj se fazi razvoja činilo da je to neminovnost, ali automatska isključivost ne postoji. Svaki razvoj tehnologije prati rast novih potreba i novih oblika potrebnog rada. Tehnologija ne ukida čovjeka nego samo podiže kvalitativni nivo njegovog angažmana. Treba je razumijevati, jer ima svoja ograničenja, a pogotovo može pokazivati ograničenja onog koji je upotrebljava. I ono što zamjenjuje tehnologija, u muzejskoj prezentaciji, na primjer, može biti „dosadna, neparticipatorna, pokazivati izolovane činjenice umjesto procesa i integriranih cjelina“⁴³ i diktirati sopstveni ritam. Bilo bi, naravno, teško očekivati da će muzejski radnici sticati znanje i razumijevanje tehnologije, iako takvih akcija ima, kad u većini zemalja ne postoji ni osnovni oblik obrazovanja za muzejske radnike. U knjizi *Guerilla Television*

kaže se ispravno: „Mi ne učimo o naučnicima i tehnolozima na isti šarolik način kako učimo o političarima ili čak sportistima“⁴⁴.

Populistički trend muzeja kao rezultat spoznaje da je potrebno zaštititi identitet *svijeta* novom sviješću o *totalnom environmentu* orijentisao je muzeje najviše na prezentacione oblike rada. Otuda i činjenica da su muzejima najpoznatiji upravo ti problemi. Razloga za upotrebu audiovizuelnih medija ima, dakako, više. U poređenju s nekim drugim institucijama muzeji se ni dovoljno ni adekvatno ne služe filmovima, dijapozitivima, videom u integrisanju vizuelnog i auditivnog doživljaja. Jedan od autora izvan kruga muzejskih radnika smatra nesumnjivim da su „film i televizija najefikasniji instrumenti da bi se dosegli najširi društveni slojevi“, te predlaže da muzeji s tim medijima stupe u saradnju⁴⁵. Kako će još i biti riječi, kontakti traju podugo, ali riječ je još uvijek o početnim iskustvima i nerealizovanim mogućnostima. Televizija je svojevremeno uspjela čak i neke čuvene protivnike argumentovano da uvjeri da raspolaže jedinstvenim potencijalom. *P. B. S.* je bio jedini nekomercijalni kanal, a među ostalim je emitovao i famozni „*Sesame Street*“. *Servan-Šrajber* hvali tu seriju i kaže: „Kvalitet takvog obrazovanja i njegova sredstva da privuče i poduči, program kojeg pripremaju ekipe najboljih pedagoga, biće moguće finansirati. Mora se konačno naći sredstvo da se televizija učini produktivnom“⁴⁶. Audiovizuelna sredstva upravo u edukaciji mogu odigrati značajnu ulogu, dakle i u edukaciji u muzeju. Danas ta tema po svom opsegu predstavlja jedno od najvećih poglavlja savremene muzeologije. A, ako je riječ o tome da se televizija, a to znači nova tehnologija komuniciranja, učini produktivnom, rješenje je u obrazovanju za njihovo ispravno korišćenje. To je, između ostalog, problem koji ističe *Mekluan* kad kaže da se novim medijima obavlja posao starih. Obrazovanje za korišćenje *av* medija, zavisno od nameravanog nivoa, može biti vrlo kompleksno, ali i jednostavno upoznavanje prirode medija i osnovne sintakse vizuelnog jezika.

„Mediji i čovjek razvijaju se zajedno. Utisak svakog novog medija jeste da izgleda saglasniji procesu mišljenja, nego onaj kojeg je zamjenio. Ovo se događa u dve faze. Najpre medij izgleda čudesno ‘realan’ i beskrajno uzbuđuje ljude (...) Ali nakon nekog vremena medij izgleda tako običan da se njegovi efekti uzimaju kao nešto najnormalnije, a utisak koji ostavlja proglašava se ‘objektivnim’“⁴⁷.

Kritikujući Mekluanov pristup mnogi autori prigovaraju mu pretenzioznost i preambicioznost u širini i protežnosti njegovih definicija i zaključaka, ali se zaboravlja njegova inovatorska i kontradjelujuća uloga, prema najzdravijem poimanju kibernetike⁴⁸. Mediji osim toga, zahtjevaju najavu i pripremljen teorijski sklop pre no što uzrokuju nesporzume; prema istom teoretičaru oni se pojavljuju „pre no što su domišljeni kao potreba“⁴⁹. Treba citirati jednog drugog autora koji daje specifičnu definiciju medija u kojoj prepoznamo i samu instituciju muzeja: „Čovjekovi medijski procesi su kulturni *DNK*; njihovu asimilaciju nazivamo obrazovanjem. Da bi medij funkcionisao kao *DNK*, kao njegov genetički analog, mora da posjeduje tri modaliteta: upis, skladištenje i reprodukciju“⁵⁰. Upravo medijska priroda muzejskog mehanizma daje važnu legitimnost svakoj daljoj „medijizaciji“ muzeja. Čak i oni koji se zauzimaju za neku idealističku jednostavnost, koja muzejima ne priznaje pravo na medijsku revoluciju, i nehotično govore u prilog takvog razvoja, kazujući, recimo, da je muzej idealno mjesto za „direktno-senzornu percepciju“⁵¹. Važno je, stoga, analizirati ili bar sakupiti argumente koji govore da je audio-vizuelna percepcija i senzorna i direktna. Da je viđeno lakše zapamtiti nego rečeno, poznato je i bez velikih teorijskih konstrukcija. Razna ispitivanja pokazala su da čovjek prima 60 do 80% potrebnih informacija okom, a tek oko 15 do 20% uhom. Mali postotak informacija prima i drugim čulima. Obzirom na čulo koje prima tako značajan postotak informacija u literaturi se katkad govori i o *retinalnoj memoriji*. Spoznata, važnost slika pribavila im je semantički autoritet⁵². Slika je „neka vrsta univerzalnog jezika, čitkog vrlo različitoj publici“⁵³, a razlozi su delom u tome što „vizuelna edukacija po kojoj oko prenosi mozgu ideje (...) postaje sve važnijom što radio i televizija sve više šire svoj uticaj“⁵⁴. Davno objašnjenje bi se danas moglo proširiti s novim akterima vizuelne kulture.

Praktični priručnik o audio-vizuelnim sredstvima i njihovoj upotrebi morao bi voditi računa da objasni i pruži uputstva za sve što teorija predviđa. Kako ponekad za umjetnika nije potrebna ni akademija niti konzervatorijum, isto tako može postojati i nadahnut kustos koji će se talentovano služiti svakim medijem koji mu može omogućiti efikasnu komunikaciju. Većini, a za njih i postoji obrazovanje, treba pružiti obrazložena i detaljna praktična

uputstva. Zanimljivo je da je do sada poznato upadljivo malo takvih priručnih uputstava u svijetu muzeja⁵⁵. Ipak, u muzejskim časopisima, najmanje kao problematika muzeologije, pojavljuje se redovan broj napisa koji objašnjavaju, iznose dileme i uspjehe i uče da postavljaju pitanja. Od pametno postavljenih pitanja i sličnih odgovora zavisi oblik i nivo angažmana audio-vizuelnih sredstava u svakoj ustanovi⁵⁶.

Nesporazumi u upotrebi audio-vizuelnih sredstava počinju osporavanjem njihove relevantnosti: „Mnogi će se zapitati šta je stvarna potreba muzeja da ulazi u područje nekad rezervisano za televiziju i proizvođače obrazovnih filmova. Nabavljene slike će vjerovatno porasti u vrijednosti; elektronska oprema samo se uništava. Ali, kao što je prava vrijednost automobila u tome gde nas može odvesti, cilj audio-vizuelnih medija jeste da povedu muzejskog posjetioca prema svjesnijem vrednovanju umjetnosti (orig. *appreciation of the arts*, op. T. Š.)⁵⁷. Ako umjetnosti, koja s najviše podozrivosti prema interpretaciji zagovara jezik umjetničkog djela samog, sve više odgovara audio-vizuelna interpretacija, led je probijen na najdebljem mjestu. I jedan drugi autor kaže da je uloga audio-vizuelne interpretacije „dovesti publiku umjetničkom djelu, pružiti podršku i obogatiti njen pristup djelu“⁵⁸. Ali, audio-vizuelna komunikacija predstavlja potpuno nov jezik, a u posljedici, „razvijanje nove strategije viđenja i ostvarivanja interpretativnih nivoa u odnosu prema svijetu koji nam se prenosi putem audio-vizuelnih kanala, zavisi od načina upotrebe samog sredstva“⁵⁹. Isti autor smatra da je „otkrivačko viđenje“ koje mogu da omoguće novi mediji zapravo vizuelno mišljenje koje ujedno podstiče i razvoj kognitivnog mišljenja⁶⁰. H. Gluzberg je pokušao pojednostavljivanjem Mekluanove distinkcije „hladnih“ i „vrućih“ medija na isti način da podeli muzeje⁶¹. Prvi su participativni, a drugi samo informativni. Sličnih razmišljanja koja vode do teško održivih veštačkih konstrukcija ima, iako je Gluzberg konstruktivno upotrijebio taj dualitet i pokazao posljedice na odnosu s posjetiocima. Ali, tehnologizovanje poruke muzeja mora biti uravnoteženo protivargumentom kreativnosti i spontanosti, što u S. Americi zovu „*free creativity*“ i to u tzv. *radionicama* ili *ateljeima* u samim muzejima. Bez te protivteže, nova tehnologija bi osiromašila muzejsku poruku, a time i kvalitet muzejske komunikacije. Na isti je

način, prema Mekluanu i L. Mamfordu (L. Mumford), *Gutenbergova štampa* u jedno vrijeme osiromašila kulturu koja se gotovo u cjelosti orijentisala na pismo.

Mnogobrojni eksperimenti na svim područjima nauke koji istražuju oblike i mogućnosti ljudske komunikacije, pokazali su posebnost audio-vizuelne precepcije. Tako je potvrđeno „da se audio-vizuelna percepcija formira u mozgu drugde, ne u centru za vizuelno niti za auditivno“⁶², negde u kontekstu. U Francuskoj su obavljani vrlo opsežni eksperimenti kojima je data prioritarna važnost. Na zajedničkom poslu našli su se CNRS (Nacionalni centar za naučna istraživanja), INA (Nacionalni institut za audio-vizuelno) i famozni IRCAM Pjera Buleza (Pierre Boulez) iz *Centra Žorž Pompidu*. Audio-vizuelnom komunikacijom, naravno, nije prvi put otkrivena sinestezija i preplitanje čula u percepciji, ali je dobila novo značenje i postali smo je svjesni. Percepcija ostvaruje novi oblik holizma, „relacija koje se ne mogu vizuelizovati“⁶³ i time „detronezuje“ čistu vizuelnost.

Nakon što smo ustanovili do koje mjere je insistiranje na originalnosti „originala“ zapravo mistifikacija i nesnalaženje, u novom svjetlu se pokazuje prigovor koji audio-vizuelnu prezentaciju proglašava „iskustvom iz druge ruke“. U svojoj širokoj definiciji medija Mekluan je medijima proglasio sve ekstenzije, produžetke čovjekovih funkcija. Medij je i odeća kao „*extension*“ kože, medij je i svaka tehnologija pojedinačno. Mediji, naravno, posreduju, ali mjesto formiranja percepcije je mozak, pa su i čula mediji. Iskustvo *iz druge ruke* je odraz latentne zabrinutosti za istinitost poruke. Direktni kontakt s materijalom ima svoje najveće opravdanje u vremenu sticanja prvih iskustava s okolinom i kao viši oblik komunikacije, kad postoji iskustvo i mogućnost kreativnog mišljenja. Muzeji mogu biti dragocjeni da zadrže svjedočanstva i priliku rekreiranja onog *bivšeg* do mjere obnavljanja zaboravljenih iskustava, ali prošlost je prošlost i nijedan oblik njenog institucionalizovanja neće zaustaviti tok događaja. „Mi živimo svoje živote sve više iz druge ruke, razdvojeni prečesto od stvarnosti, razmišljajući i osjećajući kroz riječi i slike više no kroz stvarne situacije“⁶⁴. Postoje, naravno, nepotrebni surogati i „produžeci“, ali je romantičan vapaj za prošlošću govoriti o iskustvu iz druge ruke. Potpuno je nemoguće da svih dvanaest miliona stanovnika Njujorka, makar i povremeno,

uspostave direktno iskustvo s vatrom, da se greju na vatri koju su sami naložili ili da, oči u oči razgovaraju sa svima s kojima žele da razgovaraju, da ne govorimo o svemu ostalom što nam, kao indirektno iskustvo, omogućava fizičko i duhovno preživljavanje na planeti. Uostalom, današnja deca ne smatraju ni televizijsku emisiju neoriginalnim, posrednim iskustvom. Usavršavanje medija, kao što njihov razvoj već sada nedvosmisleno pokazuje, vodi nas samo sve bliže vrijednosti nekog idealnog direktnog iskustva. Strah od „iskustva iz druge ruke“ je takođe odraz tjeskobe da je na kanalu moguća manipulacija poruke, da je poruka izložena intervencijama koje ne pridonose njenoj istinitosti. Ako govorimo o neznanju ili lošem moralu, ta podatnost medija može se unaprijed smatrati njihovom lošom osobinom. Govorimo li pak u pozitivnim kategorijama, riječ je o otvorenosti i kreativnoj prirodi medija. I sam bazični medij muzejske zbirke je i medijalan i kreativno aspirativan. Ni minimalna intervencija u izlaganju koja se čini u studijskom depou nije imuna od kreativnog upliva, makar i nehotičnog. Tragovi takvog kreativnog stava naći će se već u politici kolekcionisanja, a da ne govorimo o svim oblicima prezentacije, jer u njima je kreativnost nemoguće izbjeći. Audiovizuelna prezentacija je zbog podatne prirode medija naročito izložena iskušenju autorskog pristupa. To je donekle prihvatljivo i muzejima koji su se odavno, u želji za demokratskim dijalogom i suprotstavljanjem odrekli isključivih patenata na objektivnost. Gde je potrebna ili moguća granica kreativnosti? U kojoj je mjeri zaista, valjda zahvaljujući i prirodi audiovizuelnih medija, muzejska poruka umjetnosnog karaktera? Možemo li govoriti o umjetničkom karakteru muzejske poruke? Još dosta davno A. Vitlin je naslutila ove dileme kada govori da sadržaj komunikacije zavisi od formalnih kvaliteta njenog odvijanja i na kraju još i od „opšteg misaonog stava“ autora „o njegovom *credu*“ koji utiče na svu komunikaciju koju ima sa svojom okolinom⁶⁵.

Audio-vizuelni medij, ma o kojem je riječ, uprkos latentnoj mogućnosti samostalne egzistencije u smislu isključivo umjetničkog medija, „nije cilj sam sebi, nego predstavlja jedno od sredstava“⁶⁶. Mediji, takođe, posjeduju sklonost stvaranju novih formi u susretu dva medija po principu hibrida.

Audio-vizuelna sredstva učinila su bliskim Malroovu viziju *imaginarnog muzeja*, a značaj te vizije nadilazi njen intelektualni,

186 spekulativni kvalitet. Opterećeni smo ostacima mehanike u sopstvenom fizičkom postajanju i u okolini, kao načinu mišljenja. Audio-vizuelni mediji, bilo da je riječ o radiju, filmu, televiziji ili videu, u njihovim hibridnim formama i primjenama, ili o tehnologijama koje su tek na pomolu, predstavljaju revoluciju komunikacija koja je tek započela. Muzej, uostalom, nije konstantna kulturološka niti kulturna veličina, nego promjenjiv sklop koji treba neprestano da bude redefinisani u „kontekstu novih tehničkih izvora i novih društvenih potreba“⁶⁷.

AUDIOVIZUELNI MEDIJI I PRIRODA MUZEJA

Primjerenost

Već je u kratkoj analizi audiovizuelnih medija bilo riječi o medijalnosti muzeja, o legitimnosti medijske nadgradnje tradicionalne muzejske interpretacije. Naravno, angažman medija ne staje kod interpretacije, niti na globalnoj stavci muzejske prezentacije, nego je riječ o sve većem angažmanu audio-vizuelnih medija u svim djelovima radnog procesa muzeja. M. Ošer (M. Osher) je jedan od rijetkih stručnjaka koji se sistematično pozabavio problematikom audio-vizuelnih sredstava u muzeju. Zagovarajući priključak muzeja na „tehnički genij“ društva, kojeg je i sam odraz, ona kaže kako je „zanimljivo sjetiti se da su muzeji nekad djelovali uspješno i bez pisanih mašina“⁶⁸.

Govoreći uopšteno o audio-vizuelnim sredstvima pronaći ćemo broj zajedničkih osobina koje su primjerene prirodi muzejskih predmeta i prirodi samog muzeja. Naročito je važna osobina novih medija što svojom primjenljivošću uspjevaju da objedine danas već visokospecijalizovanu podjelu unutar radnog procesa muzeja. Audio-vizuelni mediji mogu takođe objedinjavati kompleksnu muzejsku ustanovu ne samo unutar radnog procesa, nego unutar naučnih specijalizacija, povezujući odeljenja u cjelovit prezentacioni napor.

Muzejski stručnjaci su se uvijek takmičili u hvaljenju ljudske komponente muzejske komunikacije, ističući humanizam mjesta, poruka i pristupa publici. U tome je, naravno, bilo više romantizma no što se dalo vidjeti. Treba otići u jedan od prometnih muzeja, u Luvr, Hofburg, Ermitaž (Ermitage), Versaj (Versailles) i slično, da bi se na djelu mogla vidjeti ta hvaljena ljudskost kontakta s publikom. Iskrena kritika bila bi naizgled neumesna. U Hofburgu je službeni vodič, vjerovatno jedan od nekolicine, upravo groteskan

u svom prenemaganju da iznudi utisak svježje komunikacije. Na kraju obilaska začinjenog otrcanim šalama i turističkim anegdota, do tragičnog neukusa, vodič povjerljivo obznanjuje da se tog dana domogao ključa intimnih odaja kraljevskog para i da „tako šarmantnoj grupi“ mora pokazati taj, za javnost inače zatvoren, dio. Tako specijalna usluga „pegla“ nonšalanciju dok na izlazu prima značajne napojnice. Slično je u Versaju, isto je u Šenbrunu (Schönbrunn), jednako je pred Mona Lizom (komentari vodiča nadilaze svaku maštu) itd. Ta komponenta tradicionalnog muzejskog opsluživanja publike u svojoj je grotesknosti i neefikasnosti (gužva, velike grupe, nadvikivanje itd.) samo jasan dokaz da se tradicionalnim sredstvima ne mogu ispunit savremeni zahtjevi. Audio-vizuelna ili bar auditivna sredstva u muzeju zamenjuju efikasno čovjeka bar tamo gdje je, otuđen, prisiljen da neprestano daje iste informacije, tamo gde osoblja nema dovoljno itd. Za razliku od vodiča, audiovizuelna sredstva zadržavaju uvijek isti elan i sposobnost, ne umaraju se, mogu da interpretiraju teme koje nije u stanju da obradi većina vodiča, mogu da pokažu tehnike ili vještine koje mogu izvesti samo izuzetno rijetki pojedinci itd.

Audio-vizuelni mediji upotrebljavaju se u situacijama kad predmet koji treba pokazati nije fizički prisutan u muzeju kao što je „arhitektura, monumentalna skulptura, unutrašnja dekoracija, okolina, animirane predstave itd“⁶⁹. Postoje, takođe i forme umjetnosti koje nije moguće predstaviti fenomenološki tradicionalnim muzeografskim metodama, kao što su literatura, muzika, ples itd. Mnoge ideje i koncepti nisu lako razumljivi u govornoj interpretaciji, a ni klasični ostali metodi prezentacije ne objašnjavaju ih potpuno. Jedan od autora koji ukazuju takvo previđanje, ističe da bi „(...) bilo teško razumjeti geološko formiranje *Grand Kanjona* kroz govornu interpretaciju, čak i kad bismo ga gledali dok nam interpretator govori“⁷⁰, a navodi i druge primjere nemoći muzeja da osigura potrebno razumijevanje problema. Audio-vizuelni mediji omogućavaju uvid i pristup u materijal ili događanje koji inače ostaju potpuno izvan domašaja (vulkan, eksplozije, mikro-svet, sva događanja u svemiru itd.). Klasičnim filmskim postupkom, a naročito novim kompjuterizovanim intervencijama moguća je iluzionistička rekonstrukcija prošlosti. Mnogobrojni efekti montaže, trikova, pretapanja, paralelnih radnji i tome slično, čine broj mo-

gućnosti korišćenja novih medija ograničenim jedino maštom i, naravno, finansijskim sredstvima.

„Ekran proširuje prostor galerijske prezentacije na isti način na koji ogledala povećavaju sobu, ali u značajno višem stepenu“⁷¹. Upravo osobina audiovizuelnih sredstava da nadopune i kompletiraju mogućnosti tradicionalne prezentacije, a da pritom ne mijenjaju sadržaj poruke, osnova je njihovog sadašnjeg napredovanja. Naime, kako će kasnije biti još riječi, novi mediji za sada još uvijek pate od nesavršenosti, uglavnom mehaničke prirode, koje značajno ometaju i njihovu primjenu i širenje. Kako jedan autor, koji vrlo iscrpno govori o tome šta sve postaje moguće ako upotrebljavamo „automatske uređaje“, ispravno tvrdi: „*Automatski uređaj* ne zamjenjuje *ekspoziciju*, ali savladava dimenzionalne probleme prostora, vremena i mehanička ograničenja. Širina njegovih izvora je neograničena“⁷². Upotreba novih medija ima, osim toga i stratešku važnost za muzejsku ustanovu, jer ona mora da održi korak s tehnološkom revolucijom ako ne želi i sama da se pretvori u fenomen prošlosti.

Muzej je sam po sebi sredstvo komunikacije, ali nijedan način komuniciranja nije ispravan sam po sebi. To se, naravno, tiče i najsavremenije tehnologije komuniciranja. Muzej se do sada dičio svojom posebnosti po kojoj je predstavljao jedinstven mehanizam neobaveznog, neinstitucionalizovanog učenja i uvida, mehanizam slobodne komunikacije itd. S novim medijima konačno je pružena šansa da preduzmemo ne samo demokratsku raspodjelu znanja, da muzej ne bude samo (u osnovi) informacijski medij, nego da se posjetioci muzeja privuku kreativnijem odnosu prema *okruženju*. A audio-vizuelna sredstva ne samo da kazuju, ona *pokazuju* i način gledanja i upućuju na oblike otkrivačkog, kreativnog viđenja. Cilj muzeja je razvoj senzibiliteta: „dokazni materijal“ pripada prošlosti, ali je primjena predviđena za današnjicu i budućnost.

Upotreba u muzeju

Sve do sada nije bilo nijednog sistematskog priručnika koji bi teorijski, a potom i vrlo praktično razradio mogućnosti upotrebe audiovizuelnih sredstava u muzeju, sa svim potrebnim detaljima,

od nabavke opreme do uputstava za pravljenje programa. Zbog toga je i logično za pretpostaviti da bi imao smisla jedan cjelovit napor ka utvrđivanju veze muzeja i novih medija komuniciranja. Naročito, a vjerovatno nakon što postoji jasno pozitivan stav, postoji potreba za praktičnim uputstvima, što je izvan ambicija ovog pokušaja.

„Za neke starije muzejske radnike riječ *progresivno* imala je uvijek zastrašujuću prenaplašenost, a riječ *inovacija* izgledala je sve u svemu užasno“⁷³. Vjerujem da nije riječ o „starijima“ u biološkom smislu, ali broj ovakvih uvoda u rasprave o novim medijima u muzejima je značajno velik. Njihov zaključak je takođe uvijek sličan: „Ako muzeji ne budu upotrebljavali te medije mogli bi se naći zamenjeni drugim kulturnim ustanovama i svedeni na položaj nazadne i demodirane ustanove koja je napustila svoju važnu ulogu u kulturnom životu (...)“⁷⁴, ili jasnije: ako muzeji ne budu činili ono što nalaže savremeni *environment*, reformisane muzejske institucije nastojeće da se i nazivom razlikuju od njih i to kao radni proces (primjer: *ekomuzeji* itd.) i kao duhovni koncept (primjer: *nova muzeologija, ekomuzeologija, heritologija*)⁷⁵.

Korišćenje audio-vizuelnih medija u njihovim rudimentarnim oblicima započeto je pre stotinak godina. Poznat nam je primjer korišćenja „*lantern slides*“ iz *Američkog prirodnjačkog muzeja* („*Bickmore slides*“) iz 1884. godine kad su predavanja privukla gotovo milion posjetilaca⁷⁶.

ICOM je 1958. godine, prilikom *Svjetske izložbe* u Briselu organizovao međunarodni simpozijum o korišćenju filmova i televizije u muzejima. Dugo nakon toga, 1972, a po zaključku iz 1958. ICOM izdaje važnu, ali zbog prirode materije potpuno zastarelu brošuru⁷⁷. Danas je stanje potpuno drugačije: nekadašnje avangardne ustanove što se tiče audio-vizuelnih sredstava kao *Palata otkrića* (Palais de la Découverte u Parizu), *Nacionalni muzej nauke i tehnologije* (Tekniska Museet, Stockholm), *Frenklin Institut* (The Franklin Institute, Filadelfija), *Muzej nauke i industrije* (Science and Industry Museum, Čikago), i neki drugi, pogotovo u Sjevernoj Americi, nisu više usamljeni primjeri. Ipak, gotovo stogodišnja praksa upotrebe vizuelne i kasnije audio-vizuelne tehnologije u muzejima, dobar je argument da se ne radi o temi *à la mode*, da to nije samo talas koji će podići glave dežurnim inovatorima. Uostalom i Mekluan je već istorija iako još uvijek nije, bar u muzejima, apsolviran: „Takođe, ne

može se potcjeniti važna uloga medijske filozofije Maršala Mekluana koja je brzo 'docurela' do muzejskih praktičara. Nacionalni simpozijum na kojem je protagonista bio Maršal Mekluan (...) još uvijek vrši uticaj⁷⁸. To je izrečeno početkom sedamdesetih godina dvadesetog vijeka, a uprkos promjenama muzeji ni muzeologija nisu ni polovinom osamdesetih učinili definitivan korak u Toflerov *treći talas*. Stoga je još aktuelna analiza česta u sedamdesetim godinama: „Muzeji su poslednja institucija koja bi trebalo da upotrebljava pisani tekst na izložbama tražeći od posjetilaca da ga čitaju. Zbog nekog razloga, muzeji su sporo shvatili *medije koji nisu štampani* kao važan stimulans za povećanje vizuelne svijesti i percepcije. Većina nastavlja da insistira na dugim tekstovima i katalozima. Ovi posljednji namjenjeni su stručnjacima, te opterećeni stotinama dugih citata i opisa⁷⁹.”

Da pretnje *novim* nisu tek isprazna upozorenja svjedoči jedan od mnogobrojnih primjera. Još 1973. godine katolička organizacija *Franjevački komunikacioni centar* (sic!) u Los Anđelesu dobila je veliku subvenciju da razvije šest prototipnih programa hrišćanskog obrazovanja za upotrebu na kućnim video sistemima. Projekat je dio šireg nastojanja da se vidi u kojoj mjeri će *medijski usmjerene* američke porodice upotrebljavati takve programe. Već je tada bilo riječi o programima za *video-disk* i slično⁸⁰. „Mi smo u '*non-print*' vihoru. Sve je manje i manje ljudi iz široke muzejske publike koji su navikli na čitanje. Audio-vizuelna sredstva u muzejskim izložbama i obrazovnim programima mogu da proizvedu *multisenzorna* iskustva koja stimulišu aktivne stavove kod gledalaca⁸¹. Uprkos tome što autor opravdava čak i pretjeranu „medijsku“ opuštenost, ipak se čini vidljivim iz prethodnog primjera, da je crkva shvatila novo vrijeme bolje od nekih muzeja.

U složenom mediju komuniciranja i informisanja kakav je muzej, u svakodnevnicu se malo vidi „sudar kataklizmičkih razmjera između dvaju tehnologija⁸², ali bi bilo nerazumno smatrati da ne postoji. Muzej je tehnologija sjećanja, a „sve tehnologije su proširenja naših fizičkih i nervnih sistema u svrhu povećanja snage i brzine⁸³. Metod i forma te tehnologije je jezik „bez kojeg bi ljudska inteligencija ostala potpuno zaokupljena predmetima svoje pažnje⁸⁴. Mekluan kaže da je „jezik inteligenciji ono eto je točak nogama i telu⁸⁵. Pošto smo ustanovili da predmeti govore istinito

samo onome koji savršeno i na naučnom nivou poznaje njihovu prirodu, shvatićemo da je svrha naučnog istraživanja, u primjeni na komuniciranje, da bude akt savršenog prevođenja i tumačenja. Prva jezička forma je oralna, štampom je uobličena u trajnu verziju, a njen najefikasniji oblik fiksiranja za komunikaciju jeste *kombinacija* svih raspoloživih oblika komunikacije. Riječ je uvijek o ambiciji da se postigne trajnost i *preciznost* poruke. Audio-vizuelna sredstva, čak i na ovom nivou, predstavljaju najprecizniji oblik komunikacije. Samo, njeni se efekti ne događaju, kako tvrdi Mekluan, na nivou stavova ili koncepata, „nego mijenjaju razmere čula ili modela percepcije, i to stalno i bez otpora“⁸⁶.

Opšta ambicija audio-vizuelne komunikacije u muzeju je povećanje efikasnosti i veća istinitost poruke. Međutim, ne postoji jedinstven model primjene i uvođenja novih medija u muzej, nego je za svaki muzej potrebno „istražiti i koncipirati audiovizuelni sistem podešen zbirkama i arhitekturi“⁸⁷. Audiovizuelna komunikacija ne sme preklapati, te slabiti dejstvo opšte poruke muzeja, „mora biti nenametljiva i pouzdana i naročito mora u prvi plan stavljati poruku, a ne tehnologiju“⁸⁸. Kako je jezik čovjekova najbogatija umjetnička forma, a ovdje je riječ o jeziku, latentna opasnost je da se audio-vizuelna poruka iscrpi u formi. Smisao audio-vizuelne komunikacije je veća efikasnost i bolja *usmjerenost*: Zato se od nje očekuje primjerenost i fleksibilnost obzirom na potrebne (i različite) nivoe komuniciranja. Uostalom, ali i sasvim neprimjetno, stekli smo neke ambicije koje nijednim drugim načinom osim audiovizuelnom prezentacijom nije moguće ostvariti. Recimo, opšti kontekst za problematiku neke specijalističke izložbe. Ne samo to. Nastaju i muzeji koji prije ne bi bili mogući. Više od 50% sadržaja *Muzeja australijske demokratije* u Kanberi, sastoji se od audiovizuelnih prezentacija. Inače, bila bi to možda izložba u nacionalnom arhivu koju bi pogledali samo zainteresovani pojedinci, a kojima je i najmanje potrebna. Kao da žele da potvrde tezu o povratnom dejstvu tehnologije, evo šta kažu u tom muzeju: „Kontrast između ozbiljnosti imena muzeja i njegovog neuobičajenog sadržaja će, nadamo se, pomoći da se razdrmajaju stari stereotipni pogledi na muzeje. Tako je tehnologija dokazala svoju korisnost kao jednostavna šok taktika za rušenje predubedenja o lokalnoj istoriji i muzejima“⁸⁹. Evo šta se kaže u jednom drugom

iskustvu: „Multimedijalna izložba o Harlemu u *Metropolitan muzeju* je potvrda u raspravi za muzej koji je više nego samo mjesto gde gomile ljudi u mimohodu i poslušno prolaze uz predmete koji obično nemaju ništa s ičim izvan muzeja. Dio izložbe koji je priredio Alen Šener uz pomoć članova lokalne zajednice bili su dijapozitivi i televizijski snimci scena sa ulica Harlema. Tamo je, naime, događanje i tamo će umjetničke postavke takođe morati doći ako ne žele da zastare“⁹⁰.

Audiovizuelna interpretacija

U tako integrisanom mehanizmu kao što je muzej teško je razdvojiti pojedine funkcije jer je radni proces muzeja vrlo povezan. Šta je obrazovanje u muzeju i gdje počinje? Nije li istina da već politika kolekcionisanja oblikuje obrazovni proces? Čini se da je interpretacija dovoljno širok termin koji „pokriva“ sav trud muzeja da uputi razumljivu poruku. Sve u muzeju, na ovaj ili onaj način, služi interpretaciji, a audio-vizuelna sredstva treba da budu način približavanja izvora, poruke i cilja poruke. Dva autora, Huper⁹¹ (Hooper) i Grov (Grove)⁹², svaki u svojoj verziji kažu da je muzej medij neposrednosti, gdje se između muzejskog predmeta i posjetioca muzeja relativno lagano uspostavlja direktan odnos. No, ono što nas zanima je priroda tog odnosa i kvalitet i količina informacija koje dobija posjetilac. Tek u tom svjetlu čini se da postoji paradoks: da li je neposrednost stvarna i da li interpretacija stvarno znači posredovanje koje udaljava posjetioca od muzejskog predmeta? Ako je riječ o jeziku kao metodu interpretacije, već smo rekli, i on je naučen i on je naknadni napor prema interpretaciji. Sve što je kasnije uvedeno takođe je samo nastavak tog istog napora i samo bogatija forma i sintaksa tog istog jezika. Interpretacija nadređenije vrste koja podrazumjeva sve ostale, ali i nameće sebe, dakle audio-vizuelna, takođe je neposredno kontaktiranje. Sintaksički i semiološki atraktivna, takva interpretacija predstavlja otkrivanje novog ili bar otkrivanje novima jer novi mediji šire granice tradicionalnih konzumenata muzejske prezentacije. Iako šturo, i spomenuti Huper⁹³ nastoji da pobije tezu da je uvođenje medija

ujedno i nužno jačanje posredništva. On govori o jednoj izložbi o morskim sisavcima na kojoj posjetioci mogu čuti snimljene zvuke koje proizvode kitovi u jatu. U zoološkom vrtu koji bi imao kitove nije, pak moguće čuti takve zvuke pa stoga kaže: „(...) reći da je taj auditivni medij invencija između posjetioca i stvarnog objekta je očigledna besmislica. (...) primarna uloga audio-vizuelnih medija jeste da povećaju neposrednost“⁹⁴.

Džejms Borkoman (James Borcoman), direktor obrazovnog odjeljenja u Nacionalnoj galeriji Kanade, smatra da klasično vođenje po muzeju može biti vrlo uspješno uz idealne uslove, ali mu neobično smeta „urođeni porok“ te oralne komunikacije: riječ. Govoreći o nepreciznosti i višeznačnosti riječi kaže: „Zamislite, ako hoćete, pokušaj da riječima objasnite crvene boje na Albersovoj slici“⁹⁵. Problemi se pojavljuju „kad smo prisiljeni da pokušamo prevođenje iz neverbalnog medija u verbalni, što je ponekad nemoguće, a u nekim prilikama i pogubno“⁹⁶. Očigledno, da bismo interpretirali vizuelni izraz logično je posegnuti za vizuelnim sredstvima. Time se, iako osnažujemo interpretaciju, ne udaljavamo od objekta nego mu se približavamo. *Audio-vizuelna interpretacija ima već anatemisanu manu da „istiskuje“ čovjeka*. Naravno, teško je objasniti da je posrijedi dvostruki moral: nikom se ne dopadaju otuđujuće, automatizovane fabrike automobila, ali svi rado voze automobil. Treba zapamtiti da se ni automobilska industrija nije odrekla ručne izrade u potpunosti, ali... Evo šta o vodičima kaže jedan autor: „Danas vodiči mogu biti vrlo skupi, rade određeno vrijeme, teško ih je zamjenjivati, imaju dane kad ne rade i dane kad nisu za rad. Ali dobar vodič može da podesi svoj komentar konkretnoj publici i odgovara na pitanja. Mnogi će tvrditi da je dobar vodič najbolji oblik audio interpretacije, ali da li ga možete čuti? Da li je odmakao s onim na čelu do slijedećeg eksponata dok pokušavate dokučiti šta je rekao ispred eksponata kojeg najzad vidite, dok ste vi još uvijek proučavali onaj prethodni?“⁹⁷ Sve to, naravno, pod pretpostavkom da je riječ o dobrom vodiču, a takvih je izuzetno malo. Audio-vizuelna sredstva imaju jedan, već spomenuti kvalitet da svojom interpretacijom podučavaju gledanju i viđenju. U *Muzeju Viktorije i Alberta* postojao je svojevremeno projekat da se snimi film o tome kako gledati eksponate u muzeju. Takav je projekat, ako ne tamo, zasigurno realizovan, jer je riječ o temeljnom problemu muzejske

komunikacije: „istinitost“ predmeta slaba je utjeha ako njihova poruka ne dospjeva do posjetioca. U tom smislu se audio-vizuelna sredstva često danas koriste da bi se pripremila posjeta muzeju ili da bi posjeta muzeju bila evaluirana.

Već spomenuti problem tzv. opšte publike mora se na neki način rješavati. Čuli smo od Alme Vitlin da je rad za opštu publiku iluzija. Audio-vizuelna komunikacija ujedinjena s kompjuterskom tehnologijom će možda donijeti rješavanje ovakvih razmišljanja: „Stalna postavka, bivajući nužno sažeta, ne uzima i ne može uzeti u obzir brojne motivacije koje su privukle različite kategorije ljudi u muzej (...) U isto vrijeme relativni nedostatak mogućnosti za slojevit pristup ima tendenciju da umanja obrazovnu vrijednost izložbe. Ona računa na svakog reskirajući da ne zadovolji nikog“⁹⁸. Naravno, i sam autor je mišljenja da je jedini izlaz u upotrebi audio-vizuelnih medija koji mogu učiniti postavku „višedimenzionalnom i dinamičnom“⁹⁹. Jedan drugi autor smatra da će novi mediji omogućiti da posjetilac muzeja ne bude više „putujući mučenik“¹⁰⁰. Da bi se stiglo da posjetilac muzeja izmjeni ponašanje, da bi muzej shvatio da postoje u osnovi bar dva ekstremna nivoa: muzej kao zabavište i muzej kao naučni institut, te da je, bar što se posjetilaca tiče, istina negdje u sredini, treba dati šansu audio-vizuelnoj interpretaciji. Ona nije, kako ističu i najgorljivije pristalice, „odgovor na sve probleme“¹⁰¹, nego jedno sredstvo više za interpretacije muzejskih zbirki.

Medijski hiperrealizam

Jedna od rijetkih generalizacija koja je izdržala sva iskušenja jeste svijest i uvjerenje o konačnosti fizičkog. Cjelokupna ljudska egzistencija određena je fatalno zakonitošću umiranja, a sva ljudska djelatnost sadrži bar namjeru opiranja prolaznosti, bar iskru pobune protiv nestajanja. U vrijeme koje je odreklo apsolutnost, i kategoriji prostora i kategoriji vremena, kad se upiremo da izračunamo starost i trajanje, ne planetarnog sistema nego galaksija i svemira, insistiranje na vječnosti postaje dirljivo ljudsko, ali i trivijalno. Nesigurni čovjek zapadne civilizacije našao je oblik produžavanja trajanja u svijetu predmeta. Samoljublje i opsesiju

vječnošću, koje je u ranijim epohama tako uspješno transponovao u svoje bogove, zaželio je naći u svom fizičkom svetu. Renesansa, u kojoj je čovek shvatio da neće ovladati vječnošću kroz *alter ego* u liku svojih bogova, zanosila se još mišlju da vječnost može da dosegne umjetnošću. Taj prag spasonosnog rješenja napušten je usponom i apoteozom građanskog, u stvari monetarističkog društva. Društvo koje je svaki oblik *imati* pretpostavljalo svakom obliku *biti* instaliralo je novo božanstvo – materijalno dobro koje personifikuje trajanje i samouvjerenost vlasništva. Ciklična priroda istorije uči nas da se istina i vječnost, doduše, ne nalaze u bogovima, ali i da ih je besmisleno tražiti u ispraznosti *zlatnog teleta*. *Hramovi novog božanstva su muzeji*. U borbi za prestiž, za dokazivanje sopstvene superiornosti, tj. superiornosti sopstvenog identiteta, građansko društvo je upotrijebilo *svoje hramove*. Time je *muzejima* omogućen razvoj koji svojim ambicijama nadilazi doba građanskog duha. Muzej postaje mehanizam objektivne introspekcije, oblik auto-analize i mudrosti. Međutim, to je tek šansa koju ostvaruje neznatan broj muzeja. Danas su novi muzeji suprotstavljeni novim ambicijama monetarizacije. Braneći kategoriju i posebnost identiteta suprotstavljaju se uravnavanju i ujednačavanju svijeta.

U tom je kontekstu, naravno, iluzija smatrati da se klasičnim metodom sakupljanja predmeta, fizičkih činjenica, može u cjelosti dokumentovati stvarnost. Uostalom, stvarnost kao čvrsta i opipljiva kategorija ne postoji. Njene dimenzije nadilaze naše prirodne senzorne sposobnosti, ali će uvijek nadilaziti i mogućnosti naših produženih čula. Prostor identiteta je beskonačan u oba smjera od stupnja realiteta čovjekovih prirodnih mogućnosti. Makro i mikro svijet su legitimni dijelovi beskonačne stvarnosti. Sve što važi kao pravilo u muzeju mora i njih podrazumjevati, inače je muzej tek zabava i bijeg od stvarnosti.

Već prije je bilo govora o hiperrealizmu muzejske prezentacije. Muzej je *a priori* hiperrealistički medij jer je sam akt izbora, izdavanja i, potom, izolovanja u muzeju, hiperrealistički postupak. Uz pomoć danas već tradicionalnih tehnika muzejske prezentacije, svjetla, vitrine, postamenta, estetskih intervencija itd, muzejski predmet je podvrgnut jednoj vrsti „indiskrecije“ i radoznalosti bez ograničenja. Kako je već bilo spomenuto, današnja muzejska prezentacija samo je nešto ublažena postavka studijskog depoa

i izlog naučne laboratorije za obradu predmeta. Predmeti to mrze, a posjetiocima ne treba. Poruka predmeta je izobličena viškom, ali neinterpretiranih informacija hiperrealističkog karaktera. Sadašnji postupak muzeja gotovo je obratan od potrebnog. Ako je, recimo, riječ o izložbi gotičke skulpture, bićete suočeni s mnoštvom materijala prezentovanog u visokoestetizovanom ambijentu, osvijetljenog, zapravo, oživljenog dramatičnim svjetlom spotova, u blještavim vitrinama, na baršunima i obojenim zidnim nišama, uvijek u komfornom vidokrugu. Samo, to nije gotička skulptura. Trebalo je pokazati portale i skulptoralne frizove katedrala, oltare i grobnice, ali tako da shvatimo ambicije te skulpture, oblik njene originalne komunikacije s okolinom. Tek nakon toga može slijediti analiza koja podrazumjeva *gro-planove*, *uvećanja*, ikonografsku analizu, sve do analize materijala. Današnja upotreba audio-vizuelnih sredstava nerijetko služi na nov način starim ciljevima. Ona samo pojačava tu vrstu, zapravo, nepotrebnog hiperrealističkog uvida umjesto da objašnjava cjelovit koncept i upozna nas sa fenomenom.

Drugi i drugačiji oblik muzejskog hiperrealizma u cjelosti je oslonjen na postojanje i korišćenje novih medija prezentacije. Jedino tim medijima moguće je pokazati stvari izvan domašaja čovjekovih fizičkih mogućnosti. Riječ je o prezentaciji takvih pojava i predmeta koje nije moguće prezentovati drugačije nego *re-kreiranjem* postupka njihovog otkrivanja. Ako je zadatak muzeja da objašnjava sastav materijala, onda je legalan hiperrealistički postupak pokazati film snimljen kroz „objektiv“ elektronskog mikroskopa. U kreativnoj upotrebi audio-vizuelnih sredstava sve je, naravno, dozvoljeno ako predstavlja ispravno tumačenje čovjekove radoznalosti, jer ipak sve nije važno. Ako audio-vizuelni program pokazuje, na primjer, scene s *Trajanovog stuba*, onda je njegov hiperrealizam stvarni doprinos prezentaciji tog spomenika. Uostalom, oblik je hiperrealizma kad audio-vizuelna sredstva omoguće blizinu dalekog, prostorno dalekog, kao na primjer, prizor polarne zime ili života u džungli, ili vremenski dalekog, kao na primjer, sletanje Lindbergovog aviona ili scene Oktobarske revolucije. Prošlost postoji i traje u sadašnjosti u oblicima koji su preživjeli. Muzej je sam po sebi nadređeni oblik realizma jer svojim sistematskim institucionalnim naporom interveniše u „prirodne“ tokove namećući time uobičajenoj ili mogućoj mehanici svoju logiku kao fotografskim objektivom i hemijskom

198 obradom zadržava u kolektivnoj memoriji nestalne slike vremena. Muzej je u realizmu koji se živi i menja oblik gotovo nasilne intervencije i hiperrealističkog uvida. I sam sredstvo, i sam medij i oblik čovjekovog otpora prirodnom toku stvari, muzej priznaje i prihvata svako sredstvo koje može da posluži cilju savršenog i stvaralačkog pamćenja.

Medijski kontekst

Najnovija praksa muzeja, najbolje izražena u konceptu *ekomuzeja*, donosi jednu značajnu inovaciju. Kako je najrazumljiviji i najbliži kontekst sama životna svakodnevnica, ekomuzej vezuje prošlost za sadašnjost tipičnom kibernetičkom senzibilnošću. Tako u ekomuzeju može biti revitalizovana stara kovačnica koja bi u najboljem slučaju **izborom predmeta** bila **predstavljena** u lokalnom muzeju. Naravno, prema novijoj praksi, kustos bi potražio svjedočanstva još uvijek živih radnika da ostvari čuvanje predmeta u funkciji. Kovačnica bi bila sačuvana na svom originalnom mjestu, ali bi dobila potrebnu signalizaciju i objašnjenja. Konceptualno napredan je i primjer iz *Nacionalnog parka Kamarg* gdje je u jednom djelu nekadašnjeg ovčjeg tora rekonstruisan pastirov radni dan¹⁰². Poslednji pastir u Kamargi je snimljen na magnetofonsku traku, a dok pripovjeda, programirana rasvijeta spotovima obasjava predmete o kojima govori, mjesto spavanja, mjesto gde su ovce, mjesto gde ostavlja mlijeko, pravi sir itd. Presentacija djeluje impresivno i sablasno zbog svoje upečatljivosti, zbog sposobnosti da nas realnim predmetima, glasom učesnika i impresivnom zvučnom kulisom prenese u neko drugo vrijeme i drugu realnost. To su odškrinuta vrata u medijsku budućnost muzeja.

„Danas više nije dovoljno da se predmeti u muzeju opreme legendama. Već pola vijeka pokušava se da se svim postupcima jedne dobre vizuelne pedagogike ilustruje uloga tih predmeta, njihovo porjeklo, njihova istorija i svi aspekti za koje postoji praktičan ili estetski interes“¹⁰³. Ipak, tek od početka sedamdesetih godina dvadesetog vijeka, ozbiljnije se razmišlja o važnosti konteksta, a paralelno traje i korišćenje audio-vizuelnih sredstava kao načina za

stvaranje tog konteksta. Ako je smisao *diorame* u prirodnjačkom muzeju da punjenim pticama da karakterističan ambijent, onda je u svhu prezentacije pravoverno sve ono što sa više efikasnosti dočarava taj ambijent. Najbolje diorame radili su umjetnici i to je jedan od dobrih primjera gdje umjetnički karakter muzejske poruke izlazi vidljivo na površinu. Slikanje pozadine, modelovanje pejzaža, sušenje i konzervisanje rastinja, učvršćivanje, bojenje, procesi su mukotrpne i dugotrajne rekonstrukcije da bi punjena životinja bila pokazana bar u naznaci svog prirodnog ambijenta. Malo je poznato da je svaki list rastinja tih, koji put, raskošnih diorama posebno sušen, posebno bojen i zasebno pričvršćen na granu. Ipak, nakon nekog relativno kratkog vremena, diorame izgledaju tužno kao prastare čipke ili lutke iz bakinog djetinjstva, nikad ne znate šta biste s njima. Ono što je bitno, to je očajničko upiranje da se muzej približi slici realnosti i u toj nameri sredstva su sva, treba spomenuti, veštačka. Naravno, audiovizuelna prezentacija koju bi, eventualno, trebalo pokazati, u navedenom slučaju, u zoološkom vrtu, ma kako da je riječ o tipičnoj instituciji građanske arogancije prema prirodi, dala bi kvalitativno superiornije rezultate. Lažno bi bilo ukloniti efekat grube sile i lažne superiornosti čovjeka nad prirodom koji se stiče u zoološkim vrtovima i, u sasvim morbidnoj, gotovo nekrofilnoj varijanti, u zoološkim muzejima. Audiovizuelna sredstva mogu pokazati životinje, ali i biljke, pa čak i anorganski svijet u njihovoj dostojanstvenosti i dignitetu. Trebalo je da muzeji odavno shvate poruku uspjeha televizijskih naučno-popularnih serija. Medijski tretman, upravo audiovizuelni, pokazao je objektivnost i respekt prema živom svijetu, svijetu prirode, nastojeći povratiti poštovanje čovjeka prema sopstvenoj okolini. Već i sam fenomenalan uspeh tih emisija koje je započeo (veliki praktičar-muzeolog) Volt Dizni objašnjava široko prihvaćenu ispravnost tog pristupa¹⁰⁴. Tradicionalni muzeji, muzeji *drugog talasa*, ponašaju se kao i civilizacija *drugog talasa*, kao (građanska) industrijska tehnologija. Oni moraju da sačuvaju svijet čuvajući, naravno, sebe. Nekoliko desetina hiljada životinja osuđuje se godišnje na smrt da bi se vršila zamena za propale primjerke u muzejima i zoološkim vrtovima. Danas kad se u srednjoj Evropi od zagađenja suše čitave goleme šume, a godišnje nestaje na svijetu desetak hiljada živih vrsta¹⁰⁵, nije nikakav kataklizmički profetizam najaviti da ćemo se

odreći ubrzo benzinskog automobila, jer smo to davno mogli što se tehnologije same tiče, ali i zooloških muzeja kakvi su danas, što takođe već odavno možemo. Ne samo da će audio-vizuelna sredstva biti legitiman i najefikasniji način za postizanje dragocjenog konteksta, nego će morati da zamjene i dosadašnje oblike „realnosti“ trodimenzionalnih predmeta.

Danas se po muzeološkoj ili muzeološki obojenoj literaturi nalaze već relativno brojna upozorenja da je zadatak muzeja da osigura razumijevanje, a odmah se i pretpostavlja da je razumijevanje nemoguće bez potrebnog konteksta. Jedan autor navodi primjer korišćenja videa u objašnjavanju kako je funkcionisala naprava za guljenje jabuka iz 19. vijeka¹⁰⁶. Isti autor opisuje izložbu *Muzičke naprave – američki način*, u Smitsonianovom muzeju *Istorije i tehnologije* kao uspješno korišćenje audio-vizuelnog kontekstualizovanja. Na tri mjesta na izložbi bile su projekcije dijapozitiva, potpuno ozvučenje, sve vezano za period koji prikazuje izložba, a u posljednjem djelu je predstavljena, tad potpuno nova rok muzika i *light show*, a u posebnom odeljku prikazivani su muzički filmovi navedenog perioda itd. U svijetu koji ozdravljuje od prekomjerne specijalizacije i traži, u osnovi demokratsku priliku potpunog uvida i mogućnost slobodnog vrednovanja, kontekst i korelacija postali su društveno relevantne kategorije. To može biti istina i u najdoslovnijem smislu prema primjeru koji navodi A. E. Parr (A. E. Parr) još 1969¹⁰⁷. On, naime, govori o prezentaciji rudnika u muzejima i kaže da ta prezentacija nikako ne objašnjava sve što znamo o rudnicima i rudarima u istoriji. Naravno, u svim muzejima gde postoji slična prezentacija rekonstrukcijom, riječ je o instalaciji koja može savršeno da posluži kao demonstracija rudničke tehnologije za rudarske tehničare ili unutar neke globalne tehnološke teme. Psihološke, socijalne, sociološke, *environmentalne* i ekonomsko-političke komponente nisu takvom prezentacijom predviđene iz jednostavnog razloga što bi to jedva bilo moguće klasičnim, tradicionalnim muzejskim metodima. Autor koji reinterpreтира A. E. Parr ispravno zaključuje, da se na osnovu takve prezentacije, a ima na umu rudnik iz muzeja nauke u Čikagu, „nikako ne može shvatiti istorijska borba rudara za bolje uslove rada u jamama”¹⁰⁸.

U naročito posebnom položaju su umjetnički muzeji i po mnogo čemu se sudbina, a ne samo trendovi muzejske djelatnosti uobličava na osnovu njihovog predloška. Svaka nauka, pa tako i muzeologija, trudi se da svoje postojanje i opravdanost pokaže sposobnošću efikasnog uopštavanja. U svakom slučaju, problem konteksta je i problem umjetničkih muzeja, kakogod su i danas brojni glasovi koji umjetničke muzeje izuzimaju iz reformskih zahtjeva¹⁰⁹. Teza je, uglavnom, da interpretacija umjetničkog djela treba da se ostavi prisnom kontaktu posjetioca i umjetničkog dela. Riječ je, naravno, o mistifikaciji koja u svakom posjetiocu vidi barem Bodlera koji je, pretpostavimo, znao šta će misliti pred svakim umjetničkim djelom pred kojim se našao. Umjetnost kao najsenzibilnija emanacija duha sasvim je nerazumljiva bez poznavanja tog istog duhovnog konteksta. Sve što bez tog poznavanja možemo da zaključimo vjerovatno je pogrešno i proizvoljno do netačnosti. Uz to, poznavanje umjetničkog jezika, istorije umjetnosti kao vremenskog i prostornog konteksta umjetnosti, kao istorije duha kroz umjetničko izražavanje, bitni su za svako prosuđivanje umjetničkog djela, a bez poznavanja barem osnova, komunikacija s umjetničkim djelom je nemoguća. Smeštajući autora i djelo u pripadajući kontekst, muzej omogućava realno viđenje. Treba znati da je postupak artifičijelnosti muzeja započet već aktom sakupljanja, vađenjem iz originalnog ili nameravanog konteksta, malo je dela rađeno za muzeje, a već je oblik nasilja izložiti toliko raznih umjetničkih dela na jednom mjestu i u takvoj blizini. Znajući da postoje jasne i logične paralele između umjetnosti i nauke, tehnike, tehnologije i društvenih zbivanja, audio-vizuelni program koji nekog umjetnika ili neku umjetnost jasno smješta u takve, uglavnom poznate koordinate, ima itekako opravdanja i smisla. Već današnja audio-vizuelna tehnologija omogućuje nam da, recimo, za potrebe jedne izložbe za sve posjetioce i u ime njih snimimo komplementarni materijal: razgovor s umjetnikom, posetu ateljeu gdje su izložena djela nastala, eventualno razgovori ili drugi kontekstualizujući materijali iz njegove okoline, sa studija itd. Mogućnost intervjua obrazlaže kao izvrstan način kontekstualizovanja nekoliko autora¹¹⁰, a potonji citirani autor spominje još jednu značajnu funkciju takvog materijala. Video registracija intervjua s pojedinim umjetnicima ima, naime, i značajnu dokumentarnu vrijednost koja će

u budućnosti biti nezamjenjiv kontekstualizujući materijal. Pomenuti autor navodi primjer da je takav intervju autora Namut-Falkenberga (Namuth-Falkenberg) s Dž. Polokom (J. Pollock) jedini sačuvani vizuelni materijal o tom značajnom autoru. To je već podatak koji mora da zainteresuje i protivnike audiovizuelne komunikacije. U Muzeju Metropolitan napravili su značajan i ogroman intervju s Lipšicom (Lipshitz)¹¹¹. Ponegdje posjetilac može već pritiskom na dugme da zatraži i dobije tu audio-vizuelnu informaciju prema sopstvenom pitanju: na ekranu će biti neko od umjetnika ili teoretičara svetskog glasa, kakve retko ili nikad neće moći išta da zapita.

Audio-vizuelni program sledi neke najvažnije odrednice prirode muzeja: radoznalost, kojom širi područja interesa na komplementarni materijal, objektivnost, jer nudi visokoprofesionalni uvid, razmišljanje i način gledanja, i istinitost, jer mnoštvom informacija ispravlja zablude i smanjuje rizik nerazumjevanja.

Novi oblik bogatstva muzeja

U svijetu koji je mislio da ima stabilne vrijednosti, muzej je mogao da bude pasivan i receptivan. Sve poetske sublimacije uvijek su barem blizu istini, ali današnji muzej odbija da bude i grobnica i riznica. Broj upozorenja koja traže nove stavove sve je veći u svim djelatnostima što direktno potvrđuje tezu o vremenu velike transformacije. Bakminster Fuller poručuje arhitektima: (...) „Morate uistinu nastojati, s *apsolutnim poštenjem*, da vidite šta se napolju događa. Vidjeti šta evolucija nastoji da učini. Šta svemir nastoji da učini“¹¹². I tako ozbiljan stručnjak kakav je Aleksander tvrdi da je došlo novo vrijeme u kojem je upotreba audio-vizuelnih sredstava u muzeju konačno raskidanje s prošlošću¹¹³. Da bi dobro obavili svoj zadatak dokumentovanja, muzeji su proklamovali potpuno uključivanje u svu problematiku, što bi u anglosaksonskoj komunikacionoj teoriji vjerovatno zvali *total environment*, ali je time prestalo da bude važno kojeg će se obrasca držati u dolaženju do podataka, njihovoj obradi i komuniciranju. Kao da su poslušali Mekluana: „Treba da upotrebimo sve medije na takav način da nam

omogućće da vidimo našu situaciju¹¹⁴. Prema sadašnjem stanju teorije muzejske djelatnosti i stanju novih medija obzirom na njihov razvoj, prevladava još uvijek razmišljanje da „audio-vizuelna sredstva ne treba da zamene objekte već treba da ih upotrebe kako bismo obogatili postojeće zbirke“¹¹⁵. No, vidjeli smo da je medijska metamorfoza muzeja mnogo ozbiljnijeg karaktera, bar što se tiče razvoja koji slijedi. Od 1972. godine, ali i pre toga, kad je objavljena ICOM-ova publikacija, medijska transformacija muzeja pretvorila je muzeje u novi kvalitet¹¹⁶. Nije, dakle, posjetilac taj koji svojim pristupom oživljava muzej, nego je muzej živi, ako treba i polemički, mehanizam koji će „oživljavati“ čovjeka.

U toku razmatranja položaja i promjena koje je muzejska institucija proživjela u kontekstu savremene tehnologije bilo je već riječi o kvalitetno novim oblicima njene djelatnosti. Ostaje za spomenuti ili detaljnije obrazložiti tek neke aspekte, ostavljajući gotovo svaki od njih jednom posebnom pokušaju analize. Tradicionalno se već govori o bogatstvu muzeja, ali savremeni muzeji afirmišu nove oblike i značenja bogatstva. Novom efikasnošću svoje poruke i prisutnošću u ostalim masovnim medijima, ideja muzeja gubi svoje elitističke konotacije, gubi i negativne konotacije koje su proizilazile iz nerazumjevanja muzejskog medija. U oblik prezentacije muzeja pripada i saradnja s televizijom, na primjer. Publika, u broju koji je bilo teško i pretpostavljati svega nekoliko godina unatrag, predstavlja novo bogatstvo muzeja. Dakako, riječ je i o riziku populizma, kako je već bilo riječi, ali nijedna institucija, pogotovo u budućnosti, neće moći da računa na opstanak bez čvrste osnove i široke podrške. Da će korišćenje novih medija, koji po svojoj prirodi ne mogu biti internog karaktera, ugroziti samostalnost muzeja, možda donekle i njihovu egzistenciju u oblicima koje smo sada u stanju da prihvatimo, vrlo je vjerovatno. Ali ne treba zaboraviti da se muzej ne realizuje u jačanju i uvećavanju svoje institucije, njegova ambicija nadilazi tu administrativnu logiku. Ambicija muzeja je ostvarivanje muzejskog poslanstva i, na kraju, nebitan je mehanizam kojim će poslanstvo biti obavljeno. Bogatstvo te širine komunikacije s okolinom efekat je od magistralnog značaja koji se velikim djelom može pripisati novim medijima ili njihovim posrednim efektima.

Tradicionalni muzej imao je jasna mjerila bogatstva. Vrijednost je koncentrisana u zbirci tj. čini je zbir vrijednosti predmeta. Mjerila tog bogatstva upadljivo su istovrsna s mjerilima koje su

primjenjivali proto-muzejski oblici, to jest muzej se nije naročito udaljio od koncepta riznice. Danas se muzej, doduše, odrekao „curiosa“, ali rjetkosti skuplja. Svaki osnovani elitizam ima privlačnu snagu, ali muzejski se obično poziva na slabe argumente. Vrhunski mu je argument tzv. *excellence*. Neophodna selekcija muzejskog materijala još se uglavnom događa kao izabiranje najprezentativnijih primjeraka vrste. Rezultat je, naravno, *excellence* jer se svemu što je sakupljeno može dati prefiks *naj*. Međutim, to bogatstvo, kao rezultat *faraonskog muzejskog sindroma*, nije u saglasju sa zaricanjem muzeja na istinitost i objektivnost. S holističkim konceptom u čijem fokusu nije pojedinačni predmet teško je braniti isključivu orijentaciju na sakupljanje remek-djela i najprezentativnijih primjeraka. Afirmacijom konteksta kao metoda holističke spoznaje u muzeju, ukinuta je tradicionalna hijerarhija vrijednosti muzejskih predmeta.

Sve što namjeravanu poruku može da prenese i sačuva u najistinitijem obliku, postalo je važno. Međutim, to *sve* nije samo predmet, trodimenzionalni objekat, nego je to *informacija*. Definišući svoje ciljeve muzeji su shvatili da rješavanje svih problema započinje definisanjem cilja. U muzejskoj djelatnosti definicija se sastoji u određenju granica identiteta kojeg treba čuvati i komunicirati. Svojom pojavom, audio-vizuelna sredstva su pospešila takvu orijentaciju i istovremeno je učinila mogućom. Ukoliko ta sudbinska vezanost nije očigledna sad, pokazivaće se kao takva vremenom. Ukratko, novo bogatstvo muzeja može se nazvati zbirnim imenom *informazione sposobnosti*. Ta sposobnost podrazumjeva kako količinu tako i kvalitet informacija. Rezultat je, naravno, jasno usmjerena i efikasna poruka. Dakle, današnji muzejski *excellence* jeste njihova osposobljenost da pomoću trodimenzionalnog materijala ostvare stvaralačku komunikaciju sa svojim *environmentom*, u najširem smislu. Ako je *Metropoliten* u stanju da kupi jednu *naj-grčku* vazu za milion dolara i ako je to isključivi ideal muzejskog kolekcionisanja u svijetu, misli se, dakako na ideal jednako tako basnoslovnih vrijednosti, onda je spremljen teren za sve oblike kulturnog kolonijalizma bogatih nad siromašnima. Danas je upravo tako. Afirmacijom audiovizuelnih sredstava kao legitimnog načina čuvanja i dokumentovanja *environmenta* u vremenu i prostoru, monetaristički argument kulturnog kolonijalizma slabi. Budu li muzeji smogli snage da od vlasništva nad predmetima ne prave

obrotni kapital, neće biti nikakvih teškoća da, jednog dana, bilo koji mali muzej grčke arheologije dobije savršenu trodimenzionalnu kopiju. Ili će mu biti date mogućnosti iluzionisanja vizuelnim materijalnom, recimo, vaze iz *Muzeja Metropolitena*. Na redu su holografija i nove hibridne audio-vizuelne tehnologije. Bogati muzej danas je onaj u kojem korespondirajuća zajednica učestvuje i živi ne odričući se istovremeno sadašnjosti i budućnosti.

Već je bio spominjan *Muzej australijske demokratije* u Kamberi, jer više od polovine njegove prezentacije čine audio-vizuelna sredstva. Muzej je izuzetno aktivan i živ centar komunikacije, te time posebno neobičan za takvu vrstu istorijske zbirke, s dokumentarnim ozvučenjima, glumcima u istorijskim kostimima itd. Publika koja očekuje dosadu je na taj način „potpuno zatečena prezentacijom u kojoj audiovizuelna tehnologija pokazuje kako se istorija oblikuje u sukobu pojedinaca i grupa“¹¹⁷. Nije li to pravo bogatstvo?

Bogat je muzej onaj koji raspolaže ili će raspolagati mogućnostima savršene analize okoline u svim njenim bezbrojnim pojedinostima, danas možda neostvarenim, potrebnim kapacitetom čuvanja multimedijalnih podataka i informacija, te efikasnim sistemom pretraživanja i prezentacije informacija i informacionih sklopova. Tako će većina predmeta moći da umire prema zakonitostima svog trajanja, što se doduše događa i sada, ali tad će to biti bez našeg osjećanja krivice ili nemoći što im nije osigurano mjesto u *vječnosti* muzeja. Inače, ta fiksacija muzeja na fizički materijal liči na tradicionalnu hrišćansku doktrinu uskrsnuća pokojnika. Kao što je hrišćanskoj religiji ipak bitan duh, tako je muzejskom poslanstvu bitan informacioni sadržaj predmeta, a ne njihova fizička konstitucija. Vezati mogućnost zagrobnog života ili uskrsnuća uz uslov da je pokojnik balzamovan ili, što se muzeja tiče, smatrati da predmet može ostati u kolektivnoj memoriji čovječanstva jedino ako je sačuvan u svom fizičkom integritetu, predstavlja vulgarno i varvarsko opštenje s vječnošću.

Bogatstvo muzeja nije samo u širenju na veliki broj „konzumenata“ muzejskog proizvoda, nego u mogućnosti da kvalitativno utiče na svijest tog velikog broja ljudi. Ulaskom muzeja u kuću putem televizije, videokasetama, videodiskovima ili, jednog dana, hologramima biće zaista moguće govoriti o ostvarenju velike vizije A. Malroa.

Audiovizuelna sredstva omogućice, jer već omogućavaju, obogaćenje muzeja povišanjem njihovog stručnog standarda. Vezom na grandiozne datoteke i fantastična skladišta audio-vizuelnih informacija, što je već sad finansijski moguće, i najmanja muzejska ustanova može raspolagati najatraktivnijim materijalom. Promjene su već među nama i prividno klasična, retrogradna centralizacija najnovijom serijom svjetskih muzejskih katedrala, samo je priprema za ovu budućnost. Koncept stručne centralizacije kroz jake centre kao emitera – informacija, putujućih izložbi, stručnih usluga, stručnog standarda itd. – treba da se ponovi u novoj tehnologiji. Rezultat, najlogičniji, ako ga ne spriječi destruktivnost, biće savršena decentralizacija. Već danas, naime, postoje oblici koordinacije u korišćenju novih medija u Francuskoj preko *Direkcije za muzeje*¹¹⁸. Namjera je da se muzejski radnici osposobe za produkciju programa, korišćenje programa, razmjenu programa i standardizaciju. U Holandiji¹¹⁹ postoji video mreža po muzejima koja olakšava razmjenu programa, slične organizacione sheme se uspostavljaju u SAD i drugdje u svijetu¹²⁰. Novi mastodont *La Vilet* (La Villette) u Parizu ima, prema svom karakteru, centralni nacionalni katalog (i skladište) naučnih filmova i videograma koje je moguće nabaviti u Francuskoj, a koji će biti *na raspolaganju na udaljenosti*¹²¹.

Audio-vizuelna sredstva mogu da proizvedu i proizveće tako brojne inovacije u djelatnosti muzeja i sudbini njihovog poslanstva da će i veća predubedenja od tradicionalnog pojma bogatstva morati da naprave mjesta novim vrijednostima.

Razlozi usporenog napredovanja nove medijske prakse

Skeptika je nemoguće pobiti.

Sartr

U muzeološkoj literaturi postoji danas ipak nešto podataka o kritičkoj valorizaciji audio-vizuelnih medija, pa i o novoj tehnologiji čiji značajan dio čine. Nekritičko i euforično najavljivanje

brzog preobražaja muzejske djelatnosti u novom tehnološkom kontekstu obrade, uskladištenja i cirkulisanja informacija učinilo je loše usluge tehnološkoj obnovi muzeja i usporilo promjene stavova koje iz toga proizilaze. Sada se vidi da je prevelik broj objektivnih razloga zbog kojih tehnološka revolucija u muzejima mora da se odvija krajnje postupno¹²². Naravno, znamo da ništa ne može da je odgodi i spriječi.

Većina autora iznosi probleme nerazumevanja, unutar radnog procesa muzeja, između naučnog i tehničkog kadra na jednoj strani i kadra zaduženog za komunikaciju s posjetiocima i ostalima. Činjenica je, naime, da je najočiglednija potreba za audiovizuelnim pomagalicama i metodima rada upravo u odeljenjima koja najviše osjećaju praktičnu stranu muzejskog poslanstva – primjenu muzeja u svakodnevnici i za potrebe referentne zajednice. Ipak, kako je već bilo riječi, tehnološka obnova počinje se ticati svih, tako da treba da se očekuje saradnja umjesto nerazumjevanja. *Novim stavom o prirodi muzejskog predmeta* tj. o njegovom informacijskom karakteru, promjenice se način obrade i uskladištenja podataka, a odatle izrasta komunikacija. Svaka inovacija, ako tako nazovemo žustrije rasprave oko audio-vizuelnih sredstava unatrag sedamdesetih i početka osamdesetih godina dvadesetog vijeka, prolazi kroz tri prepoznatljive faze. Euforično prihvatanje čarobnog sredstva koje će rešiti sve probleme, potpuno osporavanje u ime tradicionalnih vrijednosti, a protiv „novotarija“ i realna primjena kroz upoznavanje prirode sredstava, okolnosti, mogućnosti itd. Mi smo još uvijek, govoreći u globalu, što nije lako obzirom na neujednačenosti svijeta, pri kraju druge faze, dakle, faze potpunog osporavanja.

Stavovi

Literatura je izdašnija primjerima osporavanja nego zagovaranja. Neki autori su naročito borbeni u svojim istupima¹²³, a to pruža izuzetnu mogućnost analize trenutnog stanja muzeja, posebno prema izazovima tehnološke revolucije. Uglavnom su to slijedeći stavovi:

- edukativna uloga muzeja je nametnuta

– potrebno je izvršiti protivnapad nakon inaugurisanja tema o koncept-izložbama i audiovizuelnim medijima („muzeji će otići dođavola u psihodeličnom haosu“)¹²⁴

– objekti su primarni medij

– zahtev za primjerenošću je nepotrebno nametnut muzejima

– muzej je gotovo isključivo mjesto za predmete; „Muzej je muzej, što je pre svega i nakon svega i uvijek zbirka predmeta“¹²⁵

– „Koliko treba *muzej predmeta* da kazuje izvan inherentne poruke predmeta koje sadrži?“ itd.

Kad tradicionalno obaviješten um posumnja u ispravnost i svrshodnost muzejske poruke kojoj nedostaje potrebni kontekst, dakle cjelovitost, apologija postoji makar bila i groteskna u svojoj protivriječnosti: „Muzej je na kraju svega – muzej...“. Naravno, može se dogoditi da nema prostora da se pokaže svaki primjerak, ali se mogu izložiti dva ili tri prvoklasna originala, a ostalo mogu biti modeli u umanjenom obliku. Nisu nam potrebni filmovi kanua na uzburkanoj vodi ili čak zvukovi brzaka. A ne treba ni da pokazujemo načine upotrebe kanua¹²⁶. Prilježnost tradicionalom načinu mišljenja nije izvan kontesкта uobičajenog muzeja, ali je ipak zanimljivo čuti objašnjenje za izlaganje umanjenih modela: „Trodimenzionalne reprodukcije mogu da prenose ekskluzivno muzejsku poruku. Dijapozitiv ne može. Film ne može. To nisu ekskluzivno muzejski mediji. Punjena ptica jeste. (...) U muzeju punjena ptica (vrijednošću) nadmašuje dijaprojekciju. Mora. To je ekskluzivno muzejski medij¹²⁷“. Cilj ovog teksta nije polemički ton, ali činjenica je da je polemisanja s tako ekstremnim stavovima (osporavanja novih medija) u muzejskoj praksi bilo premalo. Reakcija na spomenuta razmišljanja je doduše bilo¹²⁸, ali takva zastranjenja zasluživala su direktan odgovor, stav protiv stava.

Bojažljivost i nesigurnost pred novim, pred tehnologijom, pogotovo su zapravo i logične i normalne reakcije. Ako ih ima u muzejima, ima ih takođe i u arhivima i bibliotekama¹²⁹. I sam film i televizija, da ne idemo dalje u prošlost, dakle mediji koji su nesumnjiv dio savremene kulture, bili su potpuno osporavani. Ono što brine u slučaju muzeja je osjećaj i uverenje da tehnološka obnova u muzejima kasni i da dovodi te neobično važne institucije u egzistencijalnu opasnost. I ovaj rad je nastojao da kontekstualizuje problem tehnološke obnove u problematiku *nužne duhovne obnove mu-*

zeja, jednog opšteg preispitivanja poslanstva muzeja i nove definicije ciljeva.

Mnogi muzejski stručnjaci, baš kao i predavači na školama, smatraju upotrebu audio-vizuelnih sredstava „ispod časti“ svoje profesije¹³⁰, stoga se odlučuju na rješenje (i propagiraju ga) koje „ističe legitimnost, vrijednost i jedinstvenost ljudskog kontakta u obrazovnom i komunikacionom procesu“¹³¹. Audio-vizuelni mediji, ispravno shvaćeno, ne ukidaju humanu dimenziju komunikacije, oni joj dodaju vidljivost i, ako je moguće, ističu je. To je korjenita razlika. Naravno da je Pitagora mogao da podučava nekolicinu svojih (nadarenih) učenika razgovorom, crtajući geometrijske likove štapom na pijesku. Bilo ih je svega nekoliko i s motivacijom za učenje kakvu može poželjeti svaki profesor. Današnji koncept obrazovanja ima premalo Pitagora po broju učenika, a ni učenici (u tom broju) nisu ono što su bili Pitagorini. Uostalom, i na sreću, sve je različito, pa bi bilo i više no čudno da je način obrazovanja isti. Zašto su u tradicionalnom predavanju znanja, na primjer, dozvoljeni grafikoni, geografske karte i fotografije u knjigama, a nisu audio-vizuelna sredstva, stvarno je teško opravdati logikom. Ako je do muzeja ili do škole, mediji su i knjiga i legenda i, naposljetku, sami muzejski predmeti. U tehnološkoj fenomenologiji ne postoji razlika između školske table i grafoskopa na kojem nastavnik takođe može da piše, ili čak dijaprojeksije... Isto tako nema fenomenološke razlike između umanjenih modela i neke audio-vizuelne prezentacije zajedničkih „originala“. Razlike na kojima insistira novi pristup su u kvalitetu i efikasnosti. Kako, dakle, u stavovima postoji samo minimum logike koja bi opravdala odbijanje tehnoloških inovacija, riječ je o preživljenim načinima razmišljanja koja pripadaju logici drugog vremena u kojem su važili i drugačiji odnosi. Iznoseći primjere nekih švajcarskih eksperimenata školske nastave audio-vizuelnim sredstvima, autor koji se mnogo bavio efektima nove tehnologije kaže, da se „rađa jedan novi jezik koji će možda iznenaditi zbunjujućom ozbiljnošću – širokom razumljivošću“. „Taj *veliki strah*, kaže dalje, pred audio-vizuelnim sredstvima, očigledno proizvode naše stare školske institucije, ti poslednji bedemi mita o srećnom i nevinom djetinjstvu, željnom učenja“¹³². U muzejima je ugrožen mit o savršeno obavještenoj i koncentrisanoj publici i mit o svemoći trodimenzionalnih originala.

Obrazovno odjeljenje muzeja je najčešći pokretač inicijative ili bar razmišljanja o audio-vizuelnim sredstvima, ali je vrlo ambivalentnog stava u primjeni tih sredstava. Ako je osnovni napor unutar te aktivnosti utrošen da bi se odjeljenje uopšte uspostavilo, da bi uopšte postojalo, ostaje malo ili ni malo prostora za preduzimljivost u audio-vizuelnoj komunikaciji. Biće svakako govora o tome da dobra volja ne rješava mnogo, a i siromaštvo je poguban porok. Vremenski i idejno, zbog svođenja ambicija na bazične poslove, ono onemogućuje budućnost. Kad je riječ o stavovima, o činjenici da najznačajnije odlučuju o sudbini muzejske djelatnosti, treba reći da je Evropa konzervativnija od Sjeverne Amerike, bar utoliko što je veći broj visokih službenika koji o problematici nove komunikacione tehnologije govore s nipodaštavanjem. Istup jednog od direktora RAI na savetovanju *Evropskog savjeta* koje je određivalo kulturnu politiku kroz mogućnosti audio-vizuelne tehnologije, školski je primjer otpora koji se nameće autoritetom pozicije i ustanove¹³³. Prema tom mišljenju, pseudonaučnom i naizgled obavještenom, nakon buma audio-vizuelne tehnologije, primjena će se svesti na neke ograničene, vrlo specijalizovane programe. Uostalom, niti ICOM, pokrećući, sedamdesetih godina dvadesetog vijeka, raspravu nije pridoneo stvaralačkoj viziji i perspektivama audio-vizuelne tehnologije u muzejskoj djelatnosti. „Biće apsurdno i stoga potpuno beskorisno buniti se protiv rastućeg prestiža vizuelnosti i njegovih beskrajnih snaga. Jedini realističan stav jeste da se prihvate sredstva koja publika voli i, prolazeći od čulne nezasitosti naše epohe, razviti duhovne i afektivne vrijednosti koje, izgleda, ugrožava služeći se kinematografskim tehnikama“¹³⁴. S takvom „reklamom“ najlakše se stvara otpor, a ako dolazi od svjetskog stručnog udruženja ima više nego značajnu težinu. Svi koji su u muzejima vodili akciju za novu tehnologiju rada znaju da je dugoročno najefikasniji način opstrukcije omogućiti i ohrabriti oblike neprimjerenog i preteranog angažmana ili, pak, dopustiti akcije bez nužne podrške i konteksta. Tako je u Americi, na primjer, nova audio-vizuelna tehnologija stekla kapital negativnih konotacija kroz nekritičku i pretjeranu upotrebu, naročito 60-ih godina. Siromašnija Evropa, a da ne govorimo o *ostatku svijeta*, nije mogla sebi da *omogući* te greške.

U velikoj većini zemalja svijeta ne postoji nikakva mogućnost za obrazovanje muzejskih radnika. Sve do nedavno, govoreći

u svjetskim razmjerama, prirodna, civilizacijska i kulturna baština ove planete, svekoliko kolektivno iskustvo i kolektivna memorija, kako ih čuvaju muzeji, bila je u rukama ljudi koji su u muzeje dospjeli ili linijom slučaja i negativne selekcije ili linijom prestiža profesije i entuzijazmom. Ukratko, metodiku i pozitivna iskustva profesije kojoj je u većini zakonodavstava svijeta priznat status od posebnog društvenog interesa, trebalo je učiti usmenom predajom. *Apsurd ne može imati za posljedicu ništa drugo nego apsurde.* Govoreći u globalu i na osnovu slobodne procjene, vjerovatno je istina da je malo profesija koje su, valjda zbog prirode posla, tako paseistički i tradicionalno orijentisane. Ako je tačno tek da ima mjesta upozorenjima, treba znati da muzejska profesija nije bilo koja profesija. Kolektivna memorija i iskustvo, smisao su dosadašnjeg zrijenja čovjekove vrste, a kolektivni ego i identitet kojeg uspostavljaju muzeji, jedna od garancija preživljavanja čovjekove vrste. Da bismo, dakle, imali dobre muzeje moramo najpre imati dobar kadar. Samo savremeno obrazovan kadar muzeja može donositi meritorne i efikasne odluke o sudbini svoje djelatnosti i djeliću svijeta u njoj. Dakle, stavovi u glavama muzejskih radnika u direktnoj su i proporcionalnoj vezi s postojanjem i kvalitetom stručnog obrazovanja.

Finansije

Treba se složiti s oštroumnom primjedbom autora da nedostatak sredstava nije stvarni uzrok sporog napredovanja novih medija u praksi muzeja, nego je tek posljedica i *simptom* dubljih razloga, od kojih ističe „negativni stav među onima koji donose finansijske odluke“¹³⁵. Istina je, takođe, da i škole i muzeji koji su najpozvaniji da upotrebe audiovizuelnu tehnologiju lakše investiraju u bilo šta drugo. *Stavovi*, o kojima je bilo riječi, kao posljedica negativne selekcije kadrova i nikakve ili nedovoljne prilike za profesionalno obrazovanje, te *slaba teorijska* podloga tehnologije, *razlog su* da su traženja za finansiranjem takođe slabo obrazložena i argumentovana i tim više neuspješna.

Činjenica jeste da nova komunikaciona oprema jedino troši novac: njena vrijednost vremenom pada. Govoreći tržišnim jezikom, kako je muzej osnovan ipak najviše na fenomenu vlasništva nad dobrima i vrijednostima, prednost u finansiranju imaće uvijek,

212 kako uostalom i navode neki autori¹³⁶, one investicije kojima vrijednost raste, na primjer zbirka, zgrada itd. Informacijska vrijednost u potencijalu fonda informacija i aparatu, kao novi oblik bogatstva muzeja, nije još afirmativna veličina. Ipak i investicija *u trošenje* dobija svoju vrijednost kako muzeji svoje deklarativno opredjeljenje za publiku zamjenjuju angažmanom u kojem je bitna jedino uspješna i plodonosna komunikacija. Broj primjera već ohrabruje¹³⁷.

Tužna je činjenica da je gotovo uvredljivo govoriti o finansiranju audio-vizuelnih medija u većem djelu svijeta, gdje je teško afirmisati i potrebu postojanja muzeja, iako i ovim problemom vlada paradoks. Jer, novi su mediji svojevrsna prečica, govoreći o komunikacionim i o informacionim vrijednostima, nešto što siromašnima može da omogući duhovno bogatstvo bez fatalne obaveze na *pokriće* u banoslovnim vrijednostima uskladištenih predmeta. Ali, zbog svoje finansijske vrijednosti i činjenice da su plauzibilni jedino uz stručnu radnu snagu, servise, mrežu korisnika itd, audio-vizuelni mediji su i dalje *povlastica bogatih* i još jedan način njihovog utjecaja na siromašne. Umjesto afirmacije svoje inherentne demokratizacije prirode, u globalnim odnosima identiteta, audio-vizuelni mediji postali su jedno od efikasnih sredstava duhovnog kolonijalizma i podvlašćivanja identiteta.

Ohrabrujuća je okolnost da cijena same opreme u nabavci sve više opada, upravo proporcionalno s količinom elektronike u uređajima. Međutim, kako problemi ne nestaju, nego samo menjaju oblike i postaju sofisticiraniji, novi je izvor frustracija tzv. *softver*, dakle programski dio. Njega, naravno, čine ekipe stručnjaka. Tako se tehnološka zavisnost, umjesto u smislu *hardvera*, koji ipak postaje sve dostupniji, premješta s većom težinom na područje *softvera*. Dok je prva zavisnost u osnovi ekonomske prirode, druga vrsta zavisnosti ima i fatalnu mogućnost duhovne i kulturne podređenosti. Gledavši svakodnevnicu s tim argumentima na umu prestaje biti svejedno od koga se šta i koliko (najrazličitijih) programa preuzima. Nekadašnje ekspanzionističke aspiracije ostvaruju se danas tihim bitkama informacionog rata, politička i ekonomska ekspanzija najavljuju se kulturnom ekspanzijom.

Proizvodi

U praktičnom iskustvu, najviše smeta visoka stopa kvarova opreme što povećava troškove, utiče na motivaciju u nabavljanju i predstavlja vrlo neprijatno iskustvo i za muzej i za posjetioca. Jednom kad je program povjeren mehaničkom sredstvu, izvedba je u potpunosti zavisna od njegovog funkcionisanja. Dobrom organizacijom održavanja, spremnošću na zamene čitavih sklopova u slučaju kvara, problem kvarova se može svesti na vrlo prihvatljiv nivo. Savjetuje se upotreba najboljih materijala i jednostavnost sistema jer „održavanje ne bi trebalo da oduzima suviše vremena, inače oprema postaje nepraktična i neekonomična za rad“¹³⁸. Neoprebno je gotovo i reći da količina kvarova takođe zavisi i od stručnosti rukovanja. Posebno je važno reći da je uglavnom riječ o kvarovima na mehaničkim djelovima, a broj takvih djelova sve više opada. Mehanika je anahronistički dio audio-vizuelne opreme i upravo njena najslabija tačka. Stoga je izvjesna zloradost protivnika nove tehnologije spremna da na svaki način omalovaži njene dobre strane¹³⁹. Ako upuštanje u audio-vizuelnu tehnologiju nije motivisano željom da se, *nakon neuspjeha*, vratimo dobrim starim vrijednostima, svako bi morao znati da je ta tehnologija još uvijek fragilna i skupa, ako joj se ne omogući optimalan rad. Zbog toga se i događa blaga konsternacija i publike i muzejskih radnika u slučajevima opterećenja i grešaka ili, kako se kaže u jednom materijalu, „audio-vizuelno sredstvo koje ne funkcionise je uvreda za posjetioca“¹⁴⁰. Naravno, niko od oponenta novoj tehnologiji ne spominje da je prvi razlog kvarova opreme nestručnost i, često, vandalizam publike u rukovanju tim sredstvima.

Krajem sedamdesetih godina dvadesetog vijeka nastupio je izvjestan zamor među proizvođačima opreme. Posebno se to vidjelo na međunarodnim manifestacijama. U jednom komentaru s *Didakte* u Briselu stoji: „Doba snova je izgleda prošlo“¹⁴¹. Činilo se da snovi pripadaju vremenu pre ekonomske krize, a da je spuštanje na zemlju „osveta ozbiljnih, ‘ziheraša’, klasičnog investiranja nad perspektivnim investiranjem“¹⁴².

Na svakoj od manifestacija koje su načinili proizvođači, najveći problem je bio u njihovoj prepuštenosti sopstvenoj domišljatosti. Ispravno shvaćeno, ta je domišljatost, iako katkad bizarna, trebalo samo da pokaže zainteresovanima da oni mogu da izvrše svoj

zadatak. Problem je bio (i ostao) da je malo traženja. Razlog je u neorganizovanosti potrošača, ali i njihovoj zbunjenosti i nekompetenciji. Djelom to nije ni čudo zna li se kakvim brzim tempom, upravo zamornim, tehnologija mijenja svoje mogućnosti i zahtjeva nova prilagođavanja. U osnovi je moguće reći da su mašine spremne, ali ljudi nisu.

„Ako se čini da je audio-vizuelna revolucija na putu, njeno napredovanje je jednako nesigurno kao i stvaranje postindustrijske Evrope u aktuelnom kontekstu kritične konkurencije. Štaviše, za nove audio-vizuelne sisteme tržište će biti zajedničko ili ga neće biti“¹⁴³. Izjava dolazi iz vrlo upućenog izvora i poznavanja same prirode audio-vizuelne tehnologije. Nije, naime, riječ samo o tržištu, nego i o drugim oblicima zajedništva: standardizaciji, zajedničkim istraživačkim projektima, itd. Za sada se još uvijek može govoriti o komercijalnoj bitci za prestiž „bez milosti“¹⁴⁴. Ono što nas ovdje više interesuje od konkretnih akcija za dogovaranje konkurenata radi standardizacije i kompatibilnosti sistema, jeste činjenica da se audio-vizuelna tehnologija realizuje jedino u sistemu velikih brojeva, ili govoreći ekonomsko-politički, u transnacionalnim razmjerama. Ta crta karaktera savremene tehnologije komuniciranja može u realizaciji biti i demokratska, ali i autoritarna. I još nešto, ona ima tendenciju transkulturnog djelovanja, a to takođe može biti dobro i vrlo loše.

Organizacija

Audio-vizuelni mediji su vrlo skorašnji ili potpuno nov dodatak jednom tradicionalno definisanom organizacionom sklopu kakav je muzej. U simboličkoj upotrebi koja završava na jednoj ili dvije prezentacije dijapozitiva, problemi organizacije su priprosti i lako rješivi. Naravno, već i najmanje finese i stalna instalacija audio-vizuelnih medija u prezentaciji uzrokuje značajne probleme koje treba znati optimalno riješiti. Da je riječ samo o jednom stalnom punktu gdje se odvija projekcija dijapozitiva, broj stavki na koje je potrebno organizaciono odgovoriti je povelik: ko će izvršiti nabavku materijala, ko će izvršiti tehničku instalaciju, ko će biti autor programa, ko će vršiti nadzor i servisiranje, na koji način i ko

će startovati program, na kojem mjestu i kako u prezentaciji treba instalirati audiovizuelnu jedinicu itd.

Treba, naravno, *izbjeći* da novi mediji obavljaju posao starih, kako je već bilo riječi, te da se upotrebljava isključivo kao dodatni materijal nakon što su glavne odluke u načinu prezentacije već donesene: „Umjesto organizacione strukture koja dozvoljava bogat, dinamičan odnos između forme i sadržaja, dobijamo linearni postupni proces koji stručnjacima za medije jedino dozvoljava da ilustruju zamisli i ideje koje su već zamislili drugi. Termin ‘vizuelna sredstva’ savršeno otkriva tu sporednu ulogu”¹⁴⁵.

Ako postoji neorganizovanost u nastupu proizvođača, još je veća neorganizovanost korisnika koji su propustili priliku da utiču na proizvodnu politiku i mogućnosti hardvera. Organizacija u korišćenju korespondira neophodnoj organizaciji u plasmanu na tržište, odnosno, dogovaranju produkcije. Efikasnost, ekonomičnost i sinhronizacija postižu se jedinstvenim sistemom distribucije programa i standardizacijom programiranja. Slična organizaciona struktura postoji u Engleskoj¹⁴⁶, a i u nekim drugim zemljama, kako je već spomenuto. U istom smislu je značajan trud koji ulaže ICOM, ali će nažalost do koncertisane svjetske akcije, koja bi ostvarila potrebnu stručnu kontrolu i racionalizaciju, proteći još mnogo vremena. Na nacionalnim i regionalnim nivoima biće neophodno i dalje nastojati organizovati rješavanje svih navedenih praktičnih problema, ali i potrebne strategije djelatnosti kad je riječ o novoj tehnologiji komuniciranja.

Teorija

Neriješen problem teorije pridonosi usporavanju primjene nove komunikacione tehnologije, odnosno, problem teorije audio-vizuelnih medija je „u stvari njeno odsustvo”¹⁴⁷. Tek sredinom sedamdesetih godina dvadesetog vijeka intenzivno se razvijaju informacijske nauke, te raste i broj vrlo relevantnih teorijskih priloga, ali je deficit još izrazito velik u nekim djelatnostima gdje opšta teorija treba da ima svoju specifičnu problematiku. Muzejska djelatnost je izrazito u manjku sa kadrovima koji u tom smislu prednjače, jednako kao što je izrazit manjak i teorijskih radova o tome. Razlog više leži u nerazvijenosti i tradicionalnosti muzeologije koja, kakva

je sada, nije u stanju da primi novu problematiku. Ono što nam je sad najneophodnije nije nova muzejska praksa, nego teorija koja bi imala mobilizatorsku sposobnost i koja bi novu praksu omogućila u obliku i količini koji su nam potrebni. Tako se dogodilo da teoretičari medija nisu imali ni motivacije niti poznavanja prirode muzeja da pomognu muzejskoj djelatnosti da se suoči s tehnološkom revolucijom, a u samim muzejima, oni koji misle drugačije još uvijek su manjina kojoj treba pomoć. Zbog toga, osim u rijetkim navratima i bez potrebne širine i sistematičnosti, nije bilo potrebnog preispitivanja sadašnjice muzeja u suočenju s mogućnostima nove tehnologije komuniciranja unutar informacijskih nauka. Istinski inovativni pristupi čak su i posve rijetki u svjetskim razmjerama.

Imajući navedene razloge na umu, ostaje da se spomene jedno važno područje nesporazuma: nasleđe humanističkih nauka toliko opterećuje muzeologiju i muzeje da se tehnološke teme odbacuju kao strano tijelo i to na osnovu jedne, sad već genetske netrpeljivosti. Naravno, riječ je o stanju koje se mijenja, bar pod pritiskom potreba, a to je dio „tromosti“ kulture. Nedostatak te egzistencijalno važne veze između kulture i tehnologije, za razliku od ranijih razdoblja čovjekovog razvoja, i to u planetarnim razmjerama, stvorio je ove grandiozne probleme koje čovječanstvo s mukom rješava.

Muzeji, kao ogledalo svojih stvaralaca, samo su mogli ponoviti njihove greške, ali im pripada mnogo dostojanstvenija sudbina nego što je odbrana te fatalne podjeljenosti čovjeka na kulturno i tehnološko biće. Riječ je uvijek o jednom.

Greške u praksi

Audio-vizuelni program je vrlo senzibilna materija i vrlo neuređan oblik izražavanja. U tradicionalnoj muzejskoj ekspoziciji moguće je dosadno i neinventivno poređati predmete, označiti ih i dati im minimum prostora i svjetla, pa da se posao smatra obavljenim. Za to postoje dva razloga. Prvo, već smo navikli na uobičajeni domet prezentacije, imamo na umu i objektivna ograničenja. Drugo, naučnost prezentacije je uvijek izazov nestručnjaku, od nje se kao i od muzeja očekuje da budu dosadni, kultura drugih je, sasvim logično, dosadna jer nije razumljiva. Promašaj audio-vizuelnog programa je ravan katastrofi: neprovjeren i bez tradicije, s

negativnim konotacijama, a „novotarija“, nepoznat, zato i nesimpatičan i neizvjestan, sa svim inherentnim greškama koje višestruko demantuju njegovu navodnu savršenost. Dakle, sa svim tim opterećenjima, audio-vizuelni program često skuplja negativne poene. Kako je vrlo podatan, prilagodljiv i beskrajno bogat u riječniku, audio-vizuelni jezik je u rukama nestručnjaka kao sportski automobil u rukama kočijaša.

Najveća greška u praksi novih medija je upuštanje u njihovu upotrebu bez dovoljno znanja, stručnosti, sredstava, pratećih, neophodnih mehanizama (servisi, rezervni dijelovi), razumjevanja neposredne i šire okoline, nepoznavanja softvera i njegove produkcije, itd.

Mnogo autora se gotovo nadmeće u analizama upotrebne vrijednosti audio-vizuelne tehnologije i greškama koje se u praksi čine¹⁴⁸, ali je malo onih koji su u stanju da nam daju dobar prikaz prirode tih medija i oblika njihove iskoristivosti u muzeju obzirom na prirodu njihovog jezika itd. Da li su, kako se danas svi autori slažu, audio-vizuelni mediji *sredstva*, ili ipak nešto više? Mogu li, i u kojim sve okolnostima, slika i zvuk zameniti trodimenzionalni objekat?

Uobičajena greška prakse je kupovanje opreme bez poznavanja odgovora i na najjednostavnija pitanja koja proizlaze iz analize problema, te sposobnosti tehnologije da pitanja proistekla iz analize rješava. U osnovi toga je nepoznavanje stvarne prirode muzejskog medija, prirode muzejskih objekata, i naravno, prirode audio-vizuelnih medija i nove tehnologije uopšte. Svaki napor koji nastoji da probleme zaostajanja muzeja u tehnološkoj revoluciji razriješi na tim globalnim nivoima vredniji je od privida poznavanja problema kojeg pokazuju analize prakse s tehničkim pojedinostima i riječnikom postindustrijskog, a razmišljanjem industrijskog doba. Uostalom, kako kaže jedan autor: „Mnogo je važnije uspostavljati razvoj softvera, nego raspolagati sofisticiranim izborom hardvera“¹⁴⁹. Narod to kaže: „Bolje je znati, nego imati“. Prepuštena nestručnosti ili prepuštena tehnološkoj euforiji, *av* prezentacija u muzeju završava ili nesporazumom dosade ili u ispraznosti, u svakom slučaju u zabuni. Samo, za volju objektivne kritike treba imati na umu da je i jedna „korektna“ muzejska postavka promašaj ako je „ništa više od trodimenzionalnog udžbenika“¹⁵⁰.

U nekim zemljama (Francuska, Holandija i drugdje) muzeji su se sami organizovali tako da muzejskim radnicima omogućuju osposobljavanje za rad s novom medijskom tehnologijom. To je jedini ispravan put. Po neki put, danas sve više, i sami proizvođači opreme, zainteresovani za plasman, organizuju seminare i promociona predavanja. Kompanija „3M“ proizvela je 45-minutni didaktički film o tome šta treba, a šta ne sme da se radi u produkciji TV i videa. Broj sličnih programa u svijetu muzeja za koje ne znamo dovoljno je velik da bi samo organizacija pozajmice, otkupa i iznajmljivanja podmirila sadašnju nestašicu stručnih uputstava.

Prema *ideji predmeta* njegova se fizička pojavnost odnosi prema korisniku kao medij i oblik interpretacije. Sve što nije *odsjaj u duhu* je medij.

Očigledno je, dakle, da su razlozi sporog ulaska muzeja u sopstveno vrijeme i višestruki i ozbiljni po tome što zahtjevaju temeljne promjene. Na početku svih promjena stoji formiranje nove muzeologije što će umanjiti broj grešaka i omogućiti ispravnu orijentaciju muzeja, kao i obrazovanje kadrova, koji će na osnovu novih spoznaja moći kompetentno voditi muzeje. Tada će možda biti shvaćeno da je novo sredstvo koje (i) muzeji imaju u rukama, epohalnog značenja. Slika nije samo medij kao govor ili pismo. Zamislite da su nam senzori kojima poimamo okolni svijet svedeni na tekstualnu analizu bilo da je čujemo ili da je vidimo kao ispisan tekst! Za razliku od toga, slika je vid realnosti. Tehnologijom koja bilježi, pamti i prenosi sliku, slika postaje više od realnog, ona je, kao i mišljenje, realnosti nadređeni medij, nešto što se na kraju svog razvoja stapa s umjetnošću.

Reference

- ¹ *Museum News* 56, No. 5 (Washington, May/June 1978).
- ² Ibid.
- ³ Joseph Shannon, „The Icing is Good, But the Cake is Rotten“, *Museum News* 52, no. 5 (Washington, January/February 1974).
- ⁴ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*.
- ⁵ Klaus Schreiner, „Museology – These“ (Paper presented at the symposium of ICOFOM, London, 1983).
- ⁶ André Malraux, *Tête d'obsidien* (Paris), 157.
- ⁷ Ibid., 173.
- ⁸ Hudson, „Museums for the 1980's“, 198.

- ⁹ Malraux, *Tête d'obsidien*, 157.
- ¹⁰ Caroline Leonetti Ahmanson, „China is a Living Museum“, *Museum News* 52, no. 4 (Washington, December 1973): 17–25.
- ¹¹ Jursenar, *Hadrijanovi memoari*.
- ¹² Ripley, *The Sacred Grove*, 98.
- ¹³ McLuhan, citirano po sećanju.
- ¹⁴ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*.
- ¹⁵ McLuhan, *Understanding Media*, 17.
- ¹⁶ Ibid.
- ¹⁷ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 2.
- ¹⁸ *Musée, Film, Télévision* (Paris: ICOM, 1972).
- ¹⁹ René Huyghe, *Dialogue avec le visible* (Paris: Flammarion, 1955), 5.
- ²⁰ Georges Salles, *Musées et Collections publiques de France* 8 (Juillet/Sep-tembre 1956): 138.
- ²¹ „Tehnologija sutrašnjice“, *Pregled* no. 217 (Beograd 1982): 40; razgovor s nekolicinom naučnika; prevod iz časopisa *Deedalus*.
- ²² McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*, 114.
- ²³ *Musée, film, télévision*, 13–14.
- ²⁴ Bowles, „The Marriage of Museums and Technology“, 36.
- ²⁵ Ibid., 35.
- ²⁶ Orvell, „Još jedan pogled na Marshall McLuhana“.
- ²⁷ Ibid., 28.
- ²⁸ Shamberg, *Guerilla Television*.
- ²⁹ Ron Chedister, „Museum Audio-visuals, or Play it Again Sam“. *Museum News* 50, no. 6 (Washington, February 1972): 32–35; Nora et Minc, *L'informatisation de la société*.
- ³⁰ McLuhan, *Understanding Media*, 36.
- ³¹ Ibid., 26.
- ³² Ibid., 12.
- ³³ Ibid., 7.
- ³⁴ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*.
- ³⁵ Orvell, „Još jedan pogled na Marshall McLuhana“, 26.
- ³⁶ Michel Bedu, „Le livre du trimestre 'd'oeil à oreille“, *Media* no. 2 (Paris, Juin 1978): 10.
- ³⁷ Prema podacima iz časopisa *Sonovision*, Paris.
- ³⁸ Ministère de la Culture, Direction des Musées de France, Bureau de l'Audiovisuel *L'audiovisuel dans les musées*, Paris, 1983.
- ³⁹ Tenner, „Kompjuter i obrazovana osoba“, 41.
- ⁴⁰ Albert B. Cherns, „Neka razmišljanja o mikroelektronici i njenom uticaju na društvo“, *Pregled* 217 (Beograd 1982): 61; prevod iz časopisa *International Labour Review*.
- ⁴¹ Iz razgovora vođenog 1984. godine sa Alexanderom von Saldernom, direktorom Muzeja dekorativnih umjetnosti u Hamburgu.
- ⁴² Već je 1978. za jedan dio zbirke Luvra funkcionisao kompjuterski sistem obrade i pretraživanja.

- ⁴³ *Museum Magic*, 44.
- ⁴⁴ Shamberg, *Guerilla Television*.
- ⁴⁵ Enrico Fulchignoni, *La Civilisation de l'Image, ou les Boîtes de Pandore*, (Paris: Petite bibliothèque Payot, 1972), 243.
- ⁴⁶ Servan-Schreiber, *Le Pouvoir d'Informier*, 338–339.
- ⁴⁷ Shamberg, *Guerilla Television*, 7.
- ⁴⁸ Bedu, „Le livre du Trimestre“, 1.
- ⁴⁹ McLuhan, *Understanding Media*.
- ⁵⁰ Shamberg, *Guerilla Television*, 7.
- ⁵¹ Dubos and Boulding, „The Future of Museums“.
- ⁵² *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 1.
- ⁵³ *Musée, film, télévision*.
- ⁵⁴ M. L. Wilson, „Museum and Technical Assistance“, *Museum* 5, no. 4 (Paris 1952): 213.
- ⁵⁵ Od dve publikacije napravljene s namerom da pomognu muzejima (1978. Velika Britanija i 1983. Francuska) nijedna ne nadilazi nivo praktične informativnosti; nijedna od tih publikacija nema muzeološki kontekst i cilj.
- ⁵⁶ Muhammad Ishtiaq Khan, „Audio-visual Techniques in Museums“ (paper presented to the Regional Seminar on the Adaptation of Museums in Asia to the Needs of the Modern World, Tokio and Kyoto, March 22–27, 1976), UNESCO documents SHC.76/CONF.703/6; SHC.76/CONF.703/COL.7; Colin, Claude. “L'Audiovisuel, vous connaissez?“, *Sonovision* 207 (Paris, Juillet/Août 1978): 42–44; Elizabeth Frere and Robin Jones, „Like It Was with *Like It Is*“, *Curator* 13, no. 2 (New York, June 1970): 153–164; *Reflections on Communications in Museums by some Scandinavians*, (Stockholm: Nordiska Museet, Kungl. Boktryckeriet Pa Norstedt & Soner, 1974); Paul Haesaerts, „The opportunities and problems in making films about museums“, in *Museums, Film and Television*, Meeting of experts under the auspices of UNESCO, Brussels, July, 1958, itd.
- ⁵⁷ James F Howard and Sylvia L. Marchant, „Electragraphics: at the Greenville County Museum of Art“, *SEMC Notes* no. 13 (1972): 19–24.
- ⁵⁸ *L'audiovisuel dans les musées*, 7.
- ⁵⁹ *Televizija danas*, *Bit International* 8/9 (Zagreb 1972): 192.
- ⁶⁰ *Ibid.*, 196–197.
- ⁶¹ Glusberg, *Cool and Hot Museums*.
- ⁶² Ginette Blery, „Les bases scientifiques de l'audiovisuel“, *Sonovision* no. 213 (Paris, Février 1979): 20–22.
- ⁶³ McLuhan, *Understanding Media*, 111.
- ⁶⁴ Harrison, „Education in Museums“, 92.
- ⁶⁵ Wittlin, *The Museum: Its History*, 185.
- ⁶⁶ *L'audiovisuel dans les musées*.
- ⁶⁷ Hudson, *Museums for the 1980's*, 7.
- ⁶⁸ Mary Elizabeth Osher, „Video overview 1975“/„Survol de la vidéo au 1975“, *ICOM Education* no. 7 (Paris 1975/76): 38.
- ⁶⁹ *L'audiovisuel dans les musées*, 9.

⁷⁰ William T. Alderson and Shirley P. Low, *Interpretation of Historic Sites* (Nashville: American Association for State and Local History, 1976), 83.

⁷¹ Marten Lewis, „Stop, Look and Listen. Electronic Techniques for Interpretation“, *Proceedings of the annual conference of the Canadian Museums Association, St. John's, 1974* (St. John's: Canadian Museums Association, 1974), 6.

⁷² E. Vogelpoel, „Audio-visual Devices“, *Kalori* no. 31 (Melbourne, August 1965): 29.

⁷³ Robert M. Hume, „Progressive Innovation: The Director's Viewpoint“, *Curator* no. 12 (New York, February 1969).

⁷⁴ Josef Beneš, „Audio-visual Media in Museums“, *Museum* 28, no. 2 (Paris 1976): 41.

⁷⁵ Tomislav Šola, Koncept suvremene muzeologije, *Informatika museologica*

⁷⁶ Alexander, *Museums in motion*.

⁷⁷ Musée, *Film Télévision*.

⁷⁸ Thomas W. Stephen, „A New Museum Orientation Theater: An Experiment in Interpreting Exhibits at the Rochester Museum and Science Center“, *The Museologist* no. 122 (March 1972): 19.

⁷⁹ Thomas Radford, „From A to V: Audio-Visuals for Exhibits“, *Museum News* 52, no. 5 (Washington, January/February 1974): 37.

⁸⁰ E/ITV News, 1975.

⁸¹ Radford, „From A to V“, 37.

⁸² McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*, 94.

⁸³ McLuhan, *Understanding Media*, 90.

⁸⁴ Anri Bergson, francuski filozof.

⁸⁵ McLuhan, *Understanding Media*, 79.

⁸⁶ Ibid., 18.

⁸⁷ *L'audiovisuel dans les musées*, 7.

⁸⁸ Thurman, „More than Meets the Ear“, 13.

⁸⁹ *Museum Magic*.

⁹⁰ John B. Hightower, „Are Art Galleries Obsolete?“, *Curator* 12, no. 1 (New York, February 1969)

⁹¹ Richard Hooper, „The Museum–Medium of Immediacy“, *Nieuwsbulletin van de KNOB* no. 1 (Amsterdam, January 1973): 1–7.

⁹² Richard Grove, „Museum and Media: A Status Report“, support paper for *To Improve Learning: a report to the President and the Congress of the United States by the Commission on the Instructional Tehnology*, 1970.

⁹³ Hooper, „The Museum–Medium of Immediacy“, 1–7.

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ Duncan F. Cameron ed., „Are Art Galleries Obsolete?“, *proceedings of a seminar organized by the Art Gallery of Ontario and supported by a grant from the Province of Ontario Council for the Arts, Ontario, 1969* (Toronto: Peter Martin Associates Lim., 1969).

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Philip Eden, „The Listening Post. A New Audio-guide Device“, *Museums Journal* 78, no. 3 (London, December 1978): 119.

⁹⁸ Khan, „Audio-Visual Techniques in Museums“, 1–2.

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Danièle Giraudy et Henri Bouilhet, *Le Musée et la vie* (Paris: La Documentation Française, 1977).

¹⁰¹ Lewis, „Stop, Look, and Listen“, 10.

¹⁰² Instalacija i muzeografski program rađeni su prema savetima Žorža Anrija Rivijera.

¹⁰³ Fulchignoni, *La Civilisation de l'Image*, 240.

¹⁰⁴ Tomislav Šola, „Disneyland kao muzeološko iskustvo“, *Informatica Museologica* no. 3/4 (Zagreb, prosinac 1981).

¹⁰⁵ Referat P. Ravena na Generalnoj konferenciji ICOM-a održanoj u Meksiko Sitiju 1980. *Proceedings of the 12th General Conference and 13th General Assembly of the International Council of Museums, Mexico City, 25 October-4 November 1980: The World's Heritage – the Museum's Responsibilities*. ed. by Alexandra Bochi and Sabine de Valence. Paris: ICOM, 1981.

¹⁰⁶ Chedister, „Museum Audio-visuals, or Play it Again Sam“.

¹⁰⁷ Basala, „Museums and Technological Utopianism“, 116.

¹⁰⁸ Ibid.

¹⁰⁹ Hooper, „The Museum-Medium of Immediacy“; William Fagaly; Gilbert Wright and Frederick Dockstater, „Thoughts on the Audio-visual Revolution“, *Museum News* 51, no. 5 (Washington, January 1973).

¹¹⁰ Nancy E. Miller and Christopher Crossman, „A Cure for Videophobia“, *Museum News* 55 no. 4 (Washington, March/April 1977), 39.

¹¹¹ Ann Zelle, „The Artist via Videotape: conversations with Jacques Lipchitz“, *Museum's Annual* no. 4 (1972), 27.

¹¹² *Komunikacije* no. 27 (Beograd, Maj 1984).

¹¹³ Alexander, *Museums in Motion*.

¹¹⁴ McLuhan, *Understanding Media*, 10.

¹¹⁵ M. B. Alt, „Improving Audio-Visual Presentations“, *Curator* 22, no. 2 (New York, June 1979): 85–95.

¹¹⁶ *Musée, film, télévision*

¹¹⁷ *Museum Magic*, 44.

¹¹⁸ M. F. Aubert, „Une cellule audiovisuelle a la Direction des Musées de France“, *Musées et collections publique de France* 124, no. 4 (1973): 196.

¹¹⁹ Mary Elizabeth Osher, „A Video overview, 1975. The Museum Educator's Newthink; A Metamorphosis?“, 11.

¹²⁰ Howard and Marchant, „Electragraphics“, 21.

¹²¹ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 2.

¹²² Hooper, „The Museum-Medium of Immediacy“. Za potrebe ovih razmatranja preuzeta je podela koju nudi Ričard Huper, kao najcelovitija i najprikladnija potrebama savremene muzeologije.

¹²³ Shannon, „The Icing is Good“. U svom protivljenju audiovizuelnoj revoluciji u muzejima Šenon je vrlo sistematičan i uspeva da nabroji najpotpuniju

listu negativnih stavova. Zbog toga nije potrebno spominjati neke druge autore koji razmatraju samo neke negativne aspekte.

¹²⁴ Ibid., 29.

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ Ibid., 34.

¹²⁷ Ibid.

¹²⁸ N. B. Alt, „Improving Audio-Visual Presentations“: 85–95.

¹²⁹ *Culture et Communication* no. 20 (Paris: La Documentation Française, Octobre 1979): 9.

¹³⁰ Craig A. Gilborn, „Filmstrips and Slides“, *Museum News* 36, no. 2 (Washington, October 1967): 26.

¹³¹ Lewis, „Stop, Look and Listen“.

¹³² Jean François Lacan, „La video a l'école“, *Sonovision* no. 191 (Février 1977): 25.

¹³³ L. Beretta Anguissolla, *Audiovisual Assets: European Perspectives* (Council of Europe, Committee for out-of-school education and cultural development, 1972): 40.

¹³⁴ *Musée, film, télévision*.

¹³⁵ Hooper, „The Museum–Medium of Immediacy“, 3.

¹³⁶ James and Marchant, „Electragraphics“, 23.

¹³⁷ Rick Krepels, „To Tell a Story: Interpretation on a Nationwide Scale“, *Museum News* 48, no. 7 (Washington, March 1970): 42.

¹³⁸ E. Vogelpoel, „Audio-visual Devices“, 32.

¹³⁹ Basala, „Museums and Technological Utopianism“, 115.

¹⁴⁰ *L'audiovisuel dans les musées*, 7.

¹⁴¹ *Sonovision* (Paris, Septembre 1978).

¹⁴² Ibid.

¹⁴³ F. N. „Prospective audiovisuelle, l'an 2000 dans 5 ans?“, *Sonovision* no. 217 (Paris, Juin 1979): 38–43.

¹⁴⁴ J. F. Lacan, „Video-cassette; La deuxième vague atteint la France“, *Sonovision* no. 204 (Paris, Avril 1978): 30–31.

¹⁴⁵ Hooper, „The Museum–Medium of Immediacy“, 3. Autor zove audiovizuelna sredstva i „kozmetikom obrazovnih činjenica“.

¹⁴⁶ Colin V. Dawes, „Audio-visual Displays for Small Museums“, *Museums Journal* 78, no. 2 (London, September 1978): 62.

¹⁴⁷ Hooper, „The Museum–Medium of Immediacy“, 3.

¹⁴⁸ Vidi u literaturi: E. Fulchignoni, 1972, William Fagaly 1973, William T. Alderson and Shirley P. Low 1976, Josef Beneš 1976, George Basala 1974, Michael B. Quinion 1976, Claude Collin 1978, Renée Marcousé 1949, itd.

¹⁴⁹ David A. Ross, „Search for Tomorrow“, *Museum News* 52, no. 5 (Washington, January/February 1974): 57.

¹⁵⁰ U jednom broju časopisa *Curator* to izjavljuje značajni muzeolog Dankan Kameron za tradicionalne naučne muzeje.

PREMA BUDUĆNOSTI MUZEJA

UMJESTO ZAKLJUČKA

Dobri poznavaoци muzeološke literature znaju da se od početka sedamdesetih godina dvadesetog vijeka na razne načine vode rasprave kojima je zajednički imenilac – kriza muzeja. Postoje, naime, oni koji u svemu što je muzejska praksa i muzeologija nalaze argumente za krizu i oni što u svemu vide argumente za suprotne tvrdnje. Istina je da upravo sedamdesetih godina počinje *bum muzeja* kakav ni njihovi najvatreniji zagovornici nisu predviđali. Paralelno ili prethodeći, broj posjetilaca je porastao do neverovatnih cifara. U maloj Holandiji u jednoj deceniji je učetvorostručen, dakle, oko 40 miliona godišnje. Novi muzeji u svijetu otvaraju se gotovo svakodnevno: za neke zemlje znamo i koliko njih nedjeljno.

Šta je, dakle, posrijedi? Ipak – kriza. *Bum* sakriva svoje pravo lice: fenomen muzeja se afirmiše u svojim tradicionalnim oblicima i njima nastoji da odgovori na nove pokrete. Pogrešno, a vjerovatno i kratkotrajnog efekta. Nezadovoljene potrebe već sada rađaju frustracije.

Stanje krize samo je spoljašnja slika promjena koje se događaju. Ono što ima da se dogodi, moguće je samo odgađati, ono što današnjica ne ispunjava, sutrašnjica će morati. Ne ispune li potrebe oni koji su „zaduženi“ da ih ispune, ispuniće ih neko drugi. Klasični američki biznis vodio se u svojoj ekspanziji geslom: *pronađi potrebu i ispuni je*. Muzeji će morati da učine sličan gest vitalnosti na svom području duhovnog života čovjeka. U stvari, oni to već čine. U svakoj sadašnjici je i njena budućnost. Potrebno je imati izvjesnu sublimaciju istorijskog iskustva i logički zaključivati na osnovu viđenog.

Muzeji su sve češće suočeni sa zbunjujućim pitanjem: kakva će biti budućnost te institucije? Jednom smještenima u klasicističke hramove bila im je namijenjena vječnost kakvu su i sami tražili za svoje zbirke. A upravo su muzeji morali znati da je jedino promjena vječna. Prije ili kasnije to će morati da nauče, prije ili kasnije postaće *hramovi Mudrosti* jer se jedino ona može nadmetati s *Pro-*

mjenom. Za muzeje je prošlo doba fenomenološkog sazrijevanja. Tradicionalni, građanski, kartezijanski, prestižni muzej industrijskog doba – muzej *drugog talasa*, samo je preživjela prošlost. U dobu adolescencije, muzej kao fenomen, a ne samo kao institucija, treba da preuzme odgovornosti koje proizilaze iz njegovog poslanstva. Pitanje o budućnosti, sve češće postavljano u muzejima, toliko često da postoji već apatija prema njemu, istinski je znak dubokih promjena i prerastanja muzejske ustanove u kvalitet trećeg talasa. Sticajem okolnosti muzeji su među posljednjim institucijama koje se suočavaju sa svijetom koji proživljava dramatične promjene, tako da ima malo razloga za podozrivost prema prognozama. Uostalom, kako je već i argumentovano, praksa je preduhitrila i teoriju i puku domišljatost. Ostaje ipak dosta spekulativnog prostora u kojem će biti potrebno da se projektuju glavni oslonci u novim dilemama, pred novim mogućnostima. U tom naporu nije najveća stavka redefinicija muzeja i redefinicija muzeologije. Najveći je problem, u bilo kojem kontekstu, čovjek, dakle kustos muzeja, ili preciznije njegov način, treba li naglasiti, stručnog mišljenja.

Ipak, ključna riječ budućnosti muzeja je – tehnologija. Ne treba zaboraviti da nikako nije riječ o nasilju nad tradicionalno humanističkim muzejima, nego o ponovnom otkriću, ili još bolje, o afirmaciji postojećeg ali zanemarenog. „Muzej sam po sebi je sredstvo komunikacije“, kaže jedan autor¹, a *Enciklopedija Britanika* tvrdi da je muzej *audio-vizuelni medij*. Ako je na jednoj strani baština, a na drugoj muzej kao način, mehanizam, dogovor da se ta baština okupi, čuva i komunicira, onda je očigledno riječ o procesiranju baštine muzejem kao tehnologijom tog procesa. Stoga i sve što od tehnologije biva za iste zadatke ponuđeno muzeju ima i legitimitet, tehnologija nije ni novost niti nasilje nad muzejskom ustanovom. Novom tehnologijom, dakle, nije ugrožena institucija muzeja u svom opstanku, nego muzeološki neobrazovan i negativno selekcionisan muzejski kadar. Surovi kibernetički princip zagriženim apstinentima suprotstavlja nekritičke zagovornike tehnologije, a rezultat je poguban za muzeje i muzeologiju. Jer kako kaže Tofler „(...) ono što se događa nije samo tehnološka revolucija, nego dolazak čitave nove civilizacije u najpotpunijem smislu riječi“².

Jedna od stvarnih opasnosti revolucije jeste da jedna *a priori* progresivna tehnologija, kao što je magnetofonska kasetna može da posluži uspostavljanju, u osnovi, jedne „retro“ revolucije, kao

što je to urađeno u Iranu. Ako je pak riječ o apsurdnu rata, očigledno je da je nemoguće primjeniti u tim okolnostima domišljatost koju pokazujemo držeći opisanu tehnologiju dalje od djece i neodgovornih. Nova tehnologija daje veće mogućnosti manipulacije istovremeno kad i veću preciznost u istinitoj komunikaciji i slobodniji pristup do izvora informacija. Nova tehnologija omogućava tiransku dominaciju nad duhom, ali i gotovo utopijsku decentralizaciju moći. Isto je i u muzejima: pogrešno upotrebljavana, greške će učiniti većima, a ispravno shvaćena i upotrebljavana, afirmisaće muzejsko poslanstvo u takvim razmerama da postaje realno govoriti o ostvarenju *Imaginarnog muzeja*. Ako su, dakle odgovori sadržajem i preporukama drugačiji danas nego juče, pitanja su, bar u osnovi, ista. Muzeologija i direktna praksa moraće da unose neprestane izmjene: „neizvjesne ciljeve nije moguće precizno gađati“³. Konsenzus svjetske muzejske organizacije ima osobine i opterećenja političkog kompromisa, a rezultat je da svjetska muzejska organizacija ne prednjači u novim shvatanjima. Na *Devetoj konferenciji ICOM-a* u Grenoblu, 1971, bila je tema posvećena novim mogućnostima muzeja u novoj tehnologiji. Od tada je malo postignuto na tom temeljno važnom području. ICOM je postavljao važna pitanja i davao važne odgovore u međuvremenu, ali fundamentalna pitanja su ostala neriješena, ako se na tom nivou i s tim opterećenjima uopšte daju riješiti.

Za plan rada ICOFOM-a (Međunarodni komitet ICOM-a za muzeologiju) 1980. godine u Meksiko Sitiju predložena je tema „odnos muzeja i ideologija“. Razumljivo, nije prihvaćena. Ipak, ostaje za razmišljanje da li je moguće govoriti o muzejima istim jezikom, a s drugih klasnih, ideoloških, kulturoloških, rasnih i ostalih uslovljenosti? Tradicionalna muzeologija to nije bila u stanju, a nova će se morati odreći iskušenja taksativnosti i normiranja počevši od samih definicija. Ako je u osnovi muzejske teme baština, a jeste, fundamentalno pitanje nije kako napraviti muzej, nego šta je baština, ko koga naslijeđuje i zašto. Da li muzej treba da izgleda isto u Zimbabveu i u Čehoslovačkoj? Kakav je muzej potreban u Kini? Da li Jordanu zaista treba muzej moderne umjetnosti?⁴ U kojoj mjeri fundamentalistički Iran ima ispravan odnos prema baštini?⁵ Treba li Ujedinjenim Arapskim Emiratima kolekcija pokušava Luja XV u muzeju? Muzejska institucija pokazuje začuđujući stupanj fenomenološke kompaktnosti u svijetu i to stoga što su svijetu na-

metnuti kanoni *internacionalne kulture*. Jedna potpuna analiza muzeja u svijetu otkrila bi vrlo jasno vrijednosni sistem konkretne sredine i omogućila zaključke najčešće fundamentalno različite od proklamovanih, službenih, možda čak i pretpostavljenih. I fenomenološki i sadržajem, većina muzeja u svijetu su ili aristokratske ili prestižne građanske institucije, naročito se to tiče umjetničkih i kulturno-istorijskih muzeja. Danas se pak, jedva igdje društveno politički sistem deklarira nezainteresovanim za najšire ciljeve i njihovu sudbinu. Demokratski tokovi i jesu naša stvarnost, ali postoji tragična nesrazmjera između svijeta i njegovih muzeja. Svako ima pravo i obavezu da se pita čiji smo baštinici, čiji baštinici želimo da budemo, šta je ono što želimo da sačuvamo i kome. Od odgovora na takva pitanja zavisi konačno i sudbina rasprave o tehnologiji. Bar što se tiče trenutnih stavova i želja.

Središnja ideja muzejske službe je da se sačuva i otme od prolaznosti i zakonitosti trajanja. Paradoksalno je, uprkos upotrebljenoj tehnologiji, da se radi takođe o svojevrsnoj privremenosti. Većina danas uskladištenih predmeta u muzejima ne može računati s trajanjima od milenijuma, a milenijum je tek sitan delić vječnosti. Uzevši u obzir metode zaštite i restaurisanja, moguće je bar teoretsko trajanje, ali takav broj intervencija neuporediv je s tradicionalnim poimanjem originala. Odreknemo li se pak takvog poimanja muzejskog predmeta, otvaraju se širom vrata u drugačiji način razmišljanja. Možda će nešto uvijek trebati čuvati u ma kako strogoj selekciji, a problem prostora tištiće nas upravo sudbinski. U nepunih vek-dva, muzeji zapadnoevropske kulture napunjeni su do vrha, u svojim novim i starim zgradama. Šta ćemo dalje? Hoćemo li se moći riješiti romantičarskog fetišizma i fiksacije na tzv. originalni predmet kad bude moguća potpuna analiza i savršena re-kreacija? Već danas raspoložemo gotovo fantastičnim mogućnostima kopiranja i reprodukovanja nakon što original „živi“ jedino u podacima. Ne treba zaboraviti ni fantazmagorične mogućnosti bioinženjeringa koji će se, hteli to muzeji ili ne, ticati muzeja. Mit originala trebalo je da padne kad je postalo moguće stvoriti identičnu jedinku najjedinstvenijeg identiteta na našoj planeti – čovjeka. Kloniranjem ćelije već je danas tehnički moguće „prevariti“ *smrt*. Sutra će biti moguće „oživeti“ ćelije davno umrlih ljudi i životinja kao što je danas moguće veštački izdvojiti i čuvati ćelije postojećih. Nije li idila muzejskih predmeta koji tako otvoreno slave prošlost

tek bijeg pred velikim odlukama koje će neko morati da donese? Ko će smoći snage za tako velike rizike i opasnosti?

Istančana osjetljivost za neposredan kontakt s okolinom i sama je arbitrarnog karaktera, jer života bez tehnologije nema. Ipak, predložak se uvijek ponavlja, svaki put na sofisticiranijem nivou. U novije vrijeme sa sve više razloga preispitujemo ispravnost takvih dilema. Da li upošljavanje tehnologije podrazumjeva nužno i artificijelne rezultate? Nije li zapravo artificijelno samo ono što je neosnovano, izvan konteksta, izvan odnosa prema drugim stvarima i fenomenima, što ne pogađa probleme u njihovoj suštini? Ako je tako, opipljivost, materijalnost i trodimenzionalnost sami po sebi nisu garancija istinskog. Obzirom na semantičku vrijednost, slika i zvuk mogu se smatrati prirodnim, legitimnim medijem. I oko prima svjetlosnu emisiju osvijetljenog predmeta, stoga već i prozor u muzeju, da ne govorimo o prirodnoj zenitalnoj rasveti, predstavlja tehnologizovanje prezentacije. Između vještačke rasvjete u muzeju i muzejskog dijapozitiva samo je razlika u stupnju tehnologizovanja. Dopušteno je razmišljati da se i *sama fizička pojavnost predmeta* odnosi prema *ideji predmeta* kao medij. Tako bi se medijem moglo smatrati sve što nije odsjaj u duhu.

Budućnost je, naravno, u svim svojim važnijim osobinama već među nama. Mi već živimo u novoj okolini ali osobina je *novog environmenta* da uzima neprimetne oblike svakodnevnice. Sve ono čega smo svjesni jeste mehanički sadržaj tog *environmenta*, jer u novom uvijek prepoznajemo staro.

Kao što oko nije savršeno, niti su sve oči iste, i takozvani neposredni perceptivni kontakt nema obilježja objektivnosti. Imaju li se na umu krajnje specifičnosti i kondicioniranosti analitičke mašine koju svaki pojedinac nosi u glavi, svaka je objektivnost relativizovana. Stoga i strah da će medijalizovanje muzeja oduzeti neposrednost, istinitost i objektivnost muzejskoj poruci ima više opravdanja kao otpor pred nepoznatim i kao negativno iskustvo, nego što je objektivno osnovan. Nema stvarne prepreke da današnja povremena iskustva prerastu u redovnu praksu kad je riječ o tome da se u nekim audio-vizuelnim programima bilježe svi tehnički aspekti i podaci o nastanku programa. Takva dokumentacija osigurava dodatni stepen uvida i kontrole. Ako nas u televizijskoj emisiji gospodin Kenet Klark (Kenneth Clark) lično vodi kroz istoriju umjetnosti, posebna je čast ponuđena svima i neizreciv komfor gle-

dati kroz njegove oči, govoriti kroz njegove riječi. Takvo „name-tanje“ u difuziji, istini za volju, treba pretpostaviti svakom nepo-srednom laičkom iskustvu. Uopšte malo je puta bilo rečeno da je, takozvano, neposredno iskustvo često samo neposredna zbunjenost i nesnalazjenje koje, logično, rađaju nesporazume i odbojnost. Mu-zej *trećeg talasa* još je samo vizija u obrisima, a audio-vizuelna teh-nologija tek je ostvarila preduslove za ozbiljniju afirmaciju. Prvima je potrebna nova muzeologija, drugima treba još jedan tehnološki korak, a oba zajedno trebaju novog kustosa. Tipično razumijevanje za audio-vizuelnu budućnost muzeja izgleda ovako: korišćenje bi trebalo da bude ograničeno na „direktnu upotrebu za ciljeve komu-niciranja kulturne i edukacione akcije. Muzeji se, dakle, neće pre-tvoriti u svetišta moderne tehnologije, nego će zadržati sopstveni stil prezentacije u kojem će audio-vizuelni mediji igrati samo pomoćnu ulogu, ulogu koja ipak uvećava obrazovnu djelotvornost izložbi. To je fundamentalni princip“⁶. Takav kompromis koji će netaknutim ostaviti klasični, tradicionalni muzej nije mogući: transformacija će biti drastična. Bilo o čemu u tehnologiji da je riječ, čini se da pod-leže pravilu kontinuiranja, nova tehnologija nikad potpuno ne uki-da ni jednu prethodnu. Ona uzrokuje pomicanja u hijerarhiji upo-trebnih vrijednosti, obogaćuje izbor mogućih rješenja i efekata, ali će imati i značajnu samostalnu ulogu. Ni izum pisac mašine nije ugrozio urezivanje pisma u kamen, ali ga je ograničio na spomenike i portale prestižnih institucija.

Popis i analiza savremenih medija koji imaju ili bi mogli imati primjenu u radnom procesu muzeja, nije predmet ovog razmatranja i stoga je važnije za ove svrhe kontekstualizovati muzejske i muze-ološke dileme u savremeni tehnološki *environment*. Predmeti u mu-zeju pomognuti tradicionalnom tehnologijom ekspozicije služe nam kao bolji ili gori osnov za mentalnu rekonstrukciju neke bivše stvarnosti. U tu svrhu tradicionalni muzej se dovija kojekakvim ingenioznim rješenjima. Kako je na kraju riječ o stvaranju iluzije, sve što pridonosi takvoj iluziji, koja je ujedno jedini put do izgublje-ne stvarnosti, sredstvo je istine, kako god to paradoksalno zvučalo. „Audio-vizuelna tehnologija je vrlo podesna za dočaravanje nepo-srednosti prošlih događaja, kakaktera davno nestalih osoba i iznena-đujuće svezremenosti ili bezvremenosti starih razmirica“⁷.

Veliki iluzionist Dizni koji je, ma kako insistirajući na popular-nosti nivoa, napravio prve naučno-popularne filmove iz životinjskog

svijeta u vrijeme kad niko nije vjerovao u njihov uspjeh, u svom je svijetu zabave pokazao čudesno imaginativne postupke. Trebalo ih je koristiti i u muzejima. Iz njegovih studija potiče i izraz „*image-neering*“, nešto kao *inženjering slike* i „*animatronics*“, *animatronika* – animacija i elektronika⁸. Ni jedno ni drugo nije izmislio Dizni, ali im je dao novi polet. Još 1963. godine NASA je proizvela sintetizovane animirane kolor-filmove, a danas se dobar dio crtanih filmova proizvodi kompjuterskim sintisajzerom. Danas je moguće elektronskim postupkom ne samo bojiti crno-bjele filmove, što je učinjeno već 1978, nego je moguće u njih usnimavati i kolažirati novi materijal. Tako zvana informatička vizuelizacija je u nekim slučajevima tako kvalitetna da nadmašuje preciznost i kvalitet klasičnog filma od 35 mm. Takva informatička slika omogućava matematičke tehnike „filtriranja“ tako da je tako zvanu vizuelnu buku moguće smanjiti do te mjere da se u slici pojavljuju gotovo potpuno nestale informacije. U astronomiji se koriste „numeričke slike“, kamere na brojanje fotona. Medicina i fizika koriste skenografiju, radiografiju na nuklearnu difuziju, teledetekciju, spektroskopiju... U skenografiji, na primjer, neutrografija omogućava vizuelizovanje bilo kojeg unutrašnjeg organa i to u boji i u tri dimenzije. Tim tehnikama je nevidljivo dobilo naučni status, a područje realnosti prošireno je izvan domašaja tradicionalnih muzeja i tehnologije. Danas je programiranim kompjuterima moguće simulirati hemijske eksperimente koji bi inače bili preskupi ili neizvodljivi ili samo opasni. Isto tako statičari mogu automatskim crtačima za nekoliko minuta ili sekundi dobiti najsloženiji nacrt koji, umjesto modela ili izvedene konstrukcije, mogu da opterećuju i modifikuju za istim stolom ili ekranom.

Fotogrametrija je napravila revoluciju u registrovanju spomenika kulture. Ona je jedna od bazičnih tehnologija koja će u kasnijoj fazi svog razvoja, povezana s drugim tehnologijama kao što je kompjuter, video i slično, stvoriti hibridne oblike jedva slučenih mogućnosti. Kao što je fotogrametrija bar za sada fotomehanička rekonstrukcija gledanja očima, holografija je ambicioznija jer se oslanja samo na foto komponentu. U stvari, holografija je vrhunski oblik klasične fotografije jer daje i stvarnu, a ne samo mentalnu iluziju treće dimenzije. Bedževi i razglednice za sada su jedini usputni produkt holografskih istraživanja koja traju u čitavom svijetu. Muzeji holografije u Parizu i Njujorku za sada samo pokazuju dosadašnji isto-

rijat te fascinantne tehnologije. Ipak, načinjeno je već dosta holografskih snimaka muzejskih predmeta, upravo toliko da su uspostavljene prve muzejske izložbe „iluzija“ predmeta umjesto predmeta samih⁹. Danas više ni za stvaranje, a ni za prezentaciju holograma, nije neophodan uslov lasersko svjetlo. Bez bombastičnih vijesti, takmičenje konkurencija u holografskoj tehnologiji traje: RCA je odavno započela istraživanja, izašla s gotovim inovacijama prema filmskoj verziji holografije (*Selectavision*), ali je kasnije dobila konkurenciju brojnih kompanija (*SONY, AVCO, AMDEX...*). Veliki troškovi prisilili su RCA na obustavu eksperimentisanja 1971. godine, ali već polovinom osamadesetih godina XX vijeka u SSSR-u postoji višeminutni holografski film, doduše u eksperimentalnoj fazi. U SSSR-u od 1976. godine traju eksperimenti s tzv. *reljefnom televizijom*, u stvari televizijskom holografskom slikom. Svega četiri godine kasnije u Zapadnoj Nemačkoj ostvareni su počeci stereo-televizije, a slično teku istraživanja u Holandiji. Kompanija *Hitači* još je 1974. godine demonstrirala prenos statičnih i trodimenzionalnih televizijskih slika u boji, pa je jasno da je riječ o brzom razvoju uprkos velikim teškoćama. Zna li se pak da je riječ o takvom sistemu vizuelizacije koji postiže upravo fascinantne oblike iluzionizma, čini se da razmišljanje o mogućim primjenama nije pitanje mašte, nego praktične domišljatosti. Hologram ima zadivljujuću moć skladištenja trodimenzionalnih vizuelnih informacija što ga čini višestruko upotrebljivim. Od holografskog filma koji dokumentuje neki događaj ne postoji ništa realnije i potpunije, nego događaj sam. Ono što Malro naziva „ponovno oživljavanje“ samo je slikovita metafora za klasičnu muzejsku postavku u kojoj predmeti ponovo stiču pravo na život. Ono što nudi holografija, odnosno što će nuditi, jeste avetinjski realna slika prošlog i nestalog, „ponovno oživljavanje postaje spiritistička seansa“ – jasna i potpuno pod kontrolom „prizivača“.

Vjerovatno je najbolji oblik komunikacije ostvariv u slučaju kao što je bio spomenuti odnos Pitagore i njegovih učenika: vrhunski učitelj i gorljivo zainteresovani učenici koje za učitelja veže poštovanje i ljubav. Od komunikacionih medija štap i pjesak bili su gotovo dovoljni. To je, naravno, idealizovana i sintagmična situacija, ali kao da nju upravo imaju na umu svi koji zagovaraju isključivost tradicionalnih metoda. Ako je u proto-oblicima muzejske djelatnosti, u velikim privatnim zbirkama „muzeja“ prvog talasa bilo moguće ophodom zbirke počastiti zainteresovanog gosta i prijatelja,

vremena su dakako potpuno drugačija. Širenjem zbirki, širenjem ambicija koje su na sebe preuzimale, širenjem odgovornosti, poslanstva i ingerencija, širenjem broja onih kojima se obraća, muzej je definitivno i jednom za svagda nadrastao kamerne, intimističke oblike svog postojanja i svoje komunikacije, govoreći u cjelini. Populistička politika nije više pitanje moralnih načela pretočenih u demokratizaciju kulture. To je muzejski segment grozničave potrage za modelom preživljavanja čovječanstva, odnosno za identitetom planete. U tom kontekstu je insistiranje na usmenom kontaktu ravno samoukinuću. Prigovor je, naravno, da svi novi metodi idu na uštrb humanosti kontakata i da proizvode samo otuđenja. Nedostaje, kažu, mogućnost dvosmjerne komunikacije koju tako dragocjeno i jedinstveno pruža ljudski kontakt. U teoriji, naravno. Otuđenost prezaposlenih muzejskih vodiča u velikim muzejima svijeta upravo je eklatantna, a samo rijetkim posjetiocima pada na pamet da ih nešto priupitaju. Oni koji to učine traže potvrdu svoje obaviještenosti, a drugima magnetofonski naučena konferansa ne pruža inspiraciju za pitanja. U tom smislu je savremena varijanta komunikacije sa mašinom „humaniji“ i manje otuđen oblik komunikacije. U nekim muzejima, koji su smogli motiva i finansija, postoji kompjuterski terminal ili nekoliko njih, a ponuđeni podaci već sada zapanjuju svojom raznolikošću. Njihov kvalitet je gotovo neprikosnoven u stručnosti, a već i unutar takvog tehnološkog konteksta moguća je kompleksna informacija tekstom, slikom, zvučnim efektima, gestualnošću i mimikom likova, karakterom pokazanih ambijenata itd. Stručnost, dobra volja i finansiranje su potrebni da se takve informacije usloje prema pretpostavljenom broju potrebnih komunikacionih nivoa.

Nova tehnologija postoji sada gotovo u definitivnom broju komponenti, ali su te komponente rasute i bez mogućih međusobnih veza i hibridnih oblika. Svaka od znanih, posebnih tehnologija ima inherentni razvoj i dostiže sve sofisticiranije nivoe, pretapa se u nove kvalitete, a neprestano joj se pružaju mogućnosti saradnje i spojeva s drugim tehnologijama. Film, u svim svojim verzijama i formatima, doživljava vrhunac razvoja nakon kojeg je teško išta novo očekivati osim usavršavanja postojećeg. Filmske kasete, film koji se razvija u toku snimanja, sofisticirana mehanika, savršen kvalitet slike u boji i detalju, mogućnost naknadnih intervencija, trikova itd, osobine su stanja klasične filmske tehnologije danas.

Štaviše, najnoviji razvoj koji je našao svoj zvonak odjek u muzejskoj prezentaciji – filmski sistem *IMAX* i podsistem *OMNIMAX* vrhunac su onoga što filmska tehnologija može da ponudi¹⁰. Zajedničko svim naporima nove audio-vizuelne tehnologije jeste ambicija da se postigne kod gledaoca i slušaoca minimalan mogući bijeg pažnje. Konkavni ekran *OMNIMAX* kinematografa smješta gledaoca gotovo u samo zamišljeno žarište: efekat je sličan onom kojeg su na gledaoce u prvim redovima bioskopa proizvodili Limijerovi (*Lumière*) filmovi. Prvi put nakon toliko vremena, gledaoci ponovo klikću od ushićenja i straha. Bijeg pažnje je sveden, veličinom i pozicijom ekrana, na donju granicu koju može da postigne klasična filmska tehnologija. Naravno, i klasična filmska oprema za snimanje i projekciju ingeniozno je poboljšana u svojim performansama.

Sadašnji hologrami su još maleni i mahom statični, ali daju naslutiti fascinaciju koju ćemo morati da osjetimo suočeni sa savršenom re-kreacijom živih bića i predmeta u svim pojedinostima spoljašnje pojavnosti, volumena i pokreta, sastavljenih od svjetlosti, a koje je moguće obići, razgledati i čuti, ali ne i opipati, baš kao što je to sa priviđenjima.

Ujedinjene s kapacitetom pamćenja i performansama kompjutera u pretraživanju i mutacijama podataka i informacija, sve pojedinačne tehnologije od dijapozitiva, filma, televizije, videa, holografije i tome slično, mogu da proizvedu beskonačan broj kombinacija. Jedan od više takvih projekata koji se nalaze u svijetu u fazi istraživanja i eksperimenata je *DATALAND*, koji je *Arhitektonsko-mašinska grupa* (*Architecture Machine Group, AMG*) s *Instituta za tehnologiju u Masačusetsu* (*MIT*) započela u proleće 1976. godine¹¹. Projekat je predložen *Državnoj kancelariji za kibernetičku tehnologiju* (*CTO*) kao istraživački program o upotrebi sugerisane prostornosti kao matrice za organizaciju informacija: u sobi podataka veličine manje kancelarije jedan čitav zid je ekran. Nasuprot se nalazi radno sjedište *EAMES* s instrumentima na naslonima za ruke i dva kontrolna ekrana osjetljiva na dodir, vokalne i gestualne instrukcije. Tu je i pomična „tabla“ za pisanje i oktafonsko ozvučenje koje omogućuje potpunu prostornu lokaciju zvuka. Naravno, sklopu je moguće dodati i tastaturu za alfa-numeričku komunikaciju sa mašinom. Na ekranu od tri metra iluzionisan je prostor podataka, „multidimenzionalni prozor, otvorena informacija“¹². Riječ je o fiktivnom prostoru informacija koji je korisniku konstantno vidljiv

u cjelosti kao pri pogledu iz vazduha. Komandna palica omogućuje „putovanje“ kroz taj „prostor podataka“ (desno po površini, levo po dubini), povećavanje itd. Sliku je moguće „pokretom“ okrenuti kao stranicu i dobiti slijedeću prostornu informacijsku strukturu. U informacijskom „prostoru“ moguće je čuvati animirani film, sonorizovanu knjigu itd. Ime ovog projekta je **3SD** („Sistem prostorne strukturacije podataka“). Mali sinoptički ekrani omogućavaju tzv. *proprioceptivnu interakciju* u kojoj je sistemu moguće naređivati gestovima i glasom. To je „povratak“ informacije prema sistemu i to vrlo efikasan, a to je ona dugo tražena mogućnost komunikacije sa mašinom: „Ta sposobnost, koju je čovjek razvio, da informacije prostorno organizuje nije još bila eksploatisana u informatici“, a pogotovo ne u muzejskoj teoriji i praksi, dodali bismo¹³. U primjeru *DATALAND*-a upadljivo je da se radi o stvaranju jednog sistema koji je za „vađenje“ informacija u stanju da koristi gotovo sve oblike svakodnevnog ljudskog komuniciranja, čak do pokreta i gestova, dakle u funkciji maksimalno detehnologizovanog i demedijalizovanog. Pri tom, takav sistem se, svojom elegantnom i vrhunskom kompleksnošću, stvaranjem iluzije jednog prostora i otvorenom mogućnošću kreativnih informacijskih asocijacija, približava ljudskom mozgu u nečemu ga slijedeći, a u nečemu nadmašujući. I stvarno, nije pitanje futurološkog zamišljanja nego puke stručne domišljatosti šta sve u muzejima može, na bolje i drugačije, da promjeni uvođenje ove i sličnih tehnologija.

Muzeji i televizija čine jedan sklop mogućnosti o kojem je do sada u muzeološkoj literaturi bilo relativno malo govora¹⁴. Razlozi su dvostruki: muzeologija, kao teorijski korpus muzejske djelatnosti nalazi se, uostalom kao i muzeji, na prekretnici, a televizija nije dovoljno istražen i prihvaćen medij. Još uvijek važi opaska: „Glavni razlog razočarenja i kritike televizije leži u propustu njenih kritičara da je prime kao potpuno novu tehnologiju koja zahtjeva različite čulne reakcije. Ti kritičari insistiraju da se televizija sagledava kao puka degradirana forma tehnologije štampe“¹⁵. Afirmacijom videa koji je produžetak i „korekcija“ performansa televizije, televizijski medij je značajno napredovao, dobio je mogućnost dvosmjerne komunikacije, participativnu sposobnost itd. Taj napredak ostvaren je i paralelnim razvojem kablovske televizije koja je, zajedno s videom, od nametljivog televizijskog medija načinila izrazito prilagodljivu i participativnu tehnologiju komuniciranja. Imajući

na umu krajnju neujednačenost razvoja televizijskog medija u svjetskim razmjerama, još uvijek se može prigovoriti da su mogućnosti televizije jedva istražene. Relativno nedavno dr H. Dieuzeide direktor *Odelenja za strukture, sadržaj, metode i tehnike obrazovanja* u UNESCO-u izneo je podatak da je istraživanjem ustanovljeno oko dest hiljada načina na koje televizija može biti upotrebljena u obrazovne svrhe. Prema istom izvoru, od tog se broja u praksi upotrebljava svega nekih 800¹⁶. Šta treba onda reći o mogućnostima koje postoje neistražene za upotrebu televizije u zadacima koje imaju muzeji? Margaret Ošer postavila je pitanje na koje još uvijek nemamo odgovor: „Hoće li televizija učiniti za muzeje ono što je radio učinio za orkestre?“¹⁷ Obzirom na novi tehnološki kontekst televizije, sa sigurnošću je moguće tvrditi da će učiniti više. „Postoji novo traženje za oblike novog znanja koje dolazi od strane nove publike. Ona zna televizijsku tehniku i, često, ono što očekuje od jedne izložbe nadmašuje sve što je muzej ikad predviđao da joj da“¹⁸. To može da bude argument neke praktične naravi, ali glavni argumenti se nalaze u konvergenciji medija i činjenici da postoje promjene koje logično proizilaze iz izmjenjenih uslova egzistencije sadašnjih medija, podrazumjevajući među njima i muzeje. Broj pragmatičnih razloga predstavlja lako prihvatljive argumente, pa spomenimo zato bar još jedan iz SAD. „Do vremena kad mladi čovjek maturira vidjeo je otprilike petnaest hiljada sati televizijskog programa, a u isto to vrijeme u učionici je proveo samo jedanaest hiljada sati“¹⁹. Zbog toga je bilo moguće da i tako ozbiljan teoretičar kao Bakminster Fuller kaže kako je televizija „treći roditelj“. Kad bi se radilo samo o ovom, makar i ovako šturo napomenutom broju mogućnosti medija televizije, svako razmišljanje o današnjici i budućnosti muzeja moralo bi o njemu da vodi računa. Istina je da već šezdesetih godina dvadesetog vijeka, naročito u Sjevernoj Americi, traju povremeni pokušaji vezivanja medija televizije i muzeja, ali zajednička osobina tih pokušaja je, osim u rjetkim izuzecima, da nisu ostvarili stalne oblike zajedništva. Umjesto razočaranja, zaključak bi trebalo da bude da nijedan od ta dva medija nije potpuno „dozreo“ za zajedništvo. Ipak, gledaoci televizije u većini zemalja svijeta gledali su vrlo uspjele televizijske emisije posvećene baštini ili one koje su u svojim programima tretirale probleme na vrlo muzeološki način (npr. *Civilizacija* ili *Uspón čovjeka*). Uspjeh tih i ostalih brojnih naučno-popularnih programa više je nego indi-

kativan. Jedan od tih televizijskih programa se zvao *Muzej bez zidova* što je, pogotovo zato što dolazi od televizije, sve prije nego nevažan signal²⁰.

Ako „klasični“ televizijski medij nije najidealniji saradnik muzeja na zadacima zaštite i prezentacije baštine, možda treba čekati zaista nove medijske oblike. Po svemu se čini da u kompleksu hibridnih tehnologija dobijamo nešto što muzeji moraju da imaju na umu kao magistralno važnu činjenicu. Fabulozna nova tehnologija koja će omogućiti započeto mijenjanje svijeta zove se telematika. „Sve do danas televizijska i telekomunikacijska mreža jasno su se razlikovale. Oblikovani kao zvijezda s jedinstvenim centrom emisije televizijski sistemi su jednosmjerni, emituju iz središta prema brojnim primaocima. Za razliku od njih, telekomunikacione mreže osiguravaju saobraćaj između dvije tačke“²¹. Još 1972. godine, stvaranje nove asocijacije između *francuske televizije (ORTF)* i *Francuskog društva za teledistribuciju (SFT)*, dalo je na znanje da kreću novi počeci na području informatike. Samo godinu dana kasnije u Italiji je donesen dekret koji zabranjuje uspostavljanje svakog zatvorenog televizijskog sistema bez koncesije *PTT*-a. Iste godine francuska vlada odobrava projekat lokalne teledistribucije za pet gradova Francuske, a već 1974. godine Ustavni sud Italije donosi rešenje u konfliktu između državne televizije (*RAI*) i novonastalih privatnih televizijskih stanica: zaključak je da monopol *RAI* nije ustavan (*sic!*). Iste godine u Sjevernoj Americi uspostavljaju se prve mreže tipa *televizija-telefon-kompjuter*. Samo godinu kasnije izbačen je u orbitu *Intelsat IV*, a već slijedeće godine, dakle 1976, obavljena je prva transmisija faksimila jednih novina (*Wall Street Journal*) preko satelita. Dvije godine kasnije počinje komercijalizacija teleteksta *CEEFAX* u SAD, *BBC* ustanovljava svoj telekino, a proizveden je minikompjuter za programiranje audio-vizuelnih programa (*AVL-Eagle*). U novoj tehnologiji najbrži su najmoćniji jer tako mogu ostvariti još veću snagu. *IBM* gradi 1979. godine svoj *Satellite Business System*, a *Xerox* satelit *X-Ten*. Pored svih inovacija koje konvergiraju u jedan tehnološki kompleks, ponekad se kablovski TV sistem, recimo, „opslužuje“ preko geostacioniranog satelita, još te iste godine obavljena je u Lilu teledistribucija putem optičkih niti, gdje je strujni impuls zamenjen optičkim. Uopšte, ne samo što se nameće u grandioznim spekulativnim izazovima konvergencija tehnologije, nego se nameće svojim razvojem i sam hardver, tehni-

ka sama. Nakon što broj veza i međuodnosa počinje da stvara strukturu sličnu ljudskom mozgu u najnovije vrijeme, idući prema daljoj efikasnosti i minijaturizaciji legendarni silicijum iz čipova biće izgleda zamenjen bio-supstancom. Svakom ko ne vlada novom situacijom nova tehnologija u svojim mutacijama izgledaće haotično: *viewdata*²², *teletext*²³, *videotext*²⁴ – sve su to podsistemi jednog novog poglavlja komunikacija. Unutar ovih razmatranja, iako bez ambicije ulaska u pojedinosti i projektovanje, posebno je zanimljiv tzv. *teletekst* koji je ime za videografske sisteme koji koriste televizijsku mrežu²⁵. Telematski program *PLATO*, nastao u Francuskoj, obrazovnog je karaktera, a već 1981. je sadržavao 2500 sati kurseva na sto područja²⁶.

Još polovinom sedamdesetih godina dvadesetog vijeka, *Nacionalni institut za audio-vizuelno* u Francuskoj (*INA*) najavio je stvaranje nacionalne i regionalnih teleteka, kao banaka podataka. U isto vrijeme u Francuskoj su, radi selekcije korisnika, stvoreni telematski programi sistema *Didon*, koji je dostupan samo šifrom, i *Discret* čija je cijela emisija kodirana²⁷. Francuski sistem *ANTIOPE* prodro je na tržište SAD, a ostvario takođe ugovore s nekoliko južnoameričkih zemalja. Novi oblik moći je vlasništvo nad bankom podataka. Već prije nekoliko godina SAD su imale više podataka o Evropi nego Evropa sama²⁸. Stvaraju se i područja novih dogovora. Velika Britanija i Francuska uskladili su 1981. godine sisteme *Teletel* i *Antiope* u *Prestel* s jedinstvenim dekoderom i jedinstvenom memorijom²⁹. Nova informatika je izvan domašaja većine ljudi: te iste godine 52% Francuza nije znalo šta je telematika³⁰. Novi medij je još nefleksibilan i ne pokazuje svoju buduću snagu. *Teletekst*, na primjer, je funkcionalni jezik u kojem je favorizovano iznošnje praktičnih i kvantitativnih podataka, naravno, na štetu kvalitativnog, simboličkog, afektivnog, istoričnog itd. On je još uvijek, za razliku od telekomunikacione informatičke varijante *videotexta*, jednosmjernan. Ali njegova efikasnost i brzina su nenadmašni; uostalom, razvoj je tek započet i velika utakmica u usavršavanju traje. Povećani ekrani, visoka rezolucija slike i pristupačnost u cijeni priključivanja u mrežu učiniće da će telematika biti, kako se kaže u izvještaju *NORA/MINC*, „na takav način dostupna kao danas električna energija i toliko će biti slobode u upotrebi“³¹. U istom se izvještaju tvrdi: „Telematika će, dakle, polako, ali sigurno utjecati na glavne instrumente kulture“³², a „društveni efekti telematike

su, prema istim autorima, bez sumnje važniji od ekonomskih, jer remete tradicionalni raspored moći³³. U posljednje vrijeme, ako već i nema u ovom smislu relevantnih muzeoloških pokušaja, postoji mnoštvo publikovanih analiza i spekulacija na temu orijentacije i budućih utjecaja medijskih institucija i tehnologija uopšteno.

Nakon ovog sažetog i nužno fragmentarnog uvida u kompleks savremene telematike, možda je potpuno dovoljno pitati se: nameravaju li muzeji da muzealizuju sami sebe, nameravaju li da se postave u poziciju subjekta ili objekta, žele li da služe kao banke podataka nad sistemima koji će ih upotrebljavati ili žele da budu ravnopravan partner? Još **sredinom sedamdesetih** godina dvadesetog stoljeća D. A. Ros (D. A. Ross), doduše govoreći samo o videu i umjetničkim muzejima, izjavljuje: „Jedna od najupornijih i sasvim ispravnih kritika novih muzeja je da pre naglašavaju muzejske strukture, koje su, u stvari, postale same sebi cilj (...) Čini se muzejskom odgovornošću da učini umjetničko djelo što dostupnijim služeći u isto vrijeme kao javna informativna služba“³⁴.

Nije li telematički sistem ona buduća podloga kompleksnih konvergentnih tehnologija koja će omogućiti muzej bez zidova, imaginarni muzej pristupačan svakom i u svako vrijeme?

Kako tehnologije postaju sve prilagodljivije i podatnije sve većem broju vrlo specifičnih zadataka i korisnika, tako te, u osnovi, demokratizacione procese slijede i drugi: ono što je i bilo jedinstveno sada je samo predstavnik svoje vrste. I muzeji stoje na čelu čitavog niza oficijelno priznatih oblika brige nad baštinom, a to „priznajе“, aneksima proširena definicija *ustanove muzeja* svjetske muzejske organizacije. Izvan te definicije nalaze se još uvijek problematika i praksa zaštite nepokretnih i ambijentalnih spomenika, te cjelokupna djelatnost arhiva. Između inkunabule, srednjovjekovnog zamka i starog automobila ne postoje muzeološke razlike. Riječ je uvijek o predmetima baštine, kao što, uostalom, muzeološki govoreći ne postoje fenomenološke razlike između pojedinih muzejskih institucija. Tradicionalni muzej, ako je kulturološka vrijednost za sebe, biće i sam čuvar, ali nove generacije muzeja moraće zaista da pronalaze, kao i sve institucije uostalom, model preživljavanja, oblike transformacije kao garanciju trajanja i obavljanja svog poslanstva. Insistiranje na muzeologiji kao nauci o muzejima zaustavilo je njenu afirmaciju i oduzelo joj vitalnost. Insistiranje na specijalističkoj podeli ingerencija u ču-

vanju i komuniciranju baštine fragmentizovalo je napore i stvorilo veštačke frustracije kroz pojedinačne razvoje tog zapravo jedinstvenog kompleksa čovjekovog duhovnog života. Odnos prema naslijeđenom radi čuvanja identiteta i sticanja sve potrebnije mudrosti jedinstven je iako grandiozan kompleks egzistencije čovječanstva. Nove potrebe za integralnom spoznajom, holističkim uvidom i sinoptičkim pregledom tog cjelokupnog naslijeđa moguće je po prvi put ujediniti s tehnologijom koja je u stanju da savlada taj ogroman broj informacija i podataka. Nauka koja će biti svojevrsna multidisciplinarna filozofija odnosa prema naslijeđu, neka „heritološka kibernetika“, mora ujedno da bude i informacijska nauka da bi uspjela da poveže sadržaj i način razmišljanja. *Heritologija* ili *muzeologija*³⁵ može biti sasvim ishitrena i vrlo formalna dilema zna li se da smisao jedne naučne discipline, bila ona nova ili u transformaciji, ne određuje konvencija imena, nego njen sadržaj. Da li funkcionisanje kompleksnog telematičkog sistema, u kojem se pojavljuje holografska tehnologija ili trodimenzionalni informacijski prostor, a riječ je o obradi i prezentaciji baštine, treba da analizira, definiše i normira muzeologija, heritologija, ili muzeografija? Ili treba zadatak prepustiti nekom drugom? Dileme, na žalost onih koji u muzejima gledaju „garanciju“ humanog, istinitog, originalnog i objektivnog, nisu izmišljene, **a niti odgodive.**

„Muzeji“ *prvog talasa* bili su, imajući izuzetke na umu, emanacija grube volje za posjedovanjem i usvajanjem. „*Excellence*“ defile tradicionalnih vrijednosti muzeja *drugog talasa* još uvijek se pre-tapa u uzdržani oblik prestižnog teatra. Muzej *trećeg talasa* u sebi sadrži sve vrijednosti prethodnog muzeja, ali predstavlja broj samostalnih oblika kojima odgovara na specifičnosti, JER MUZEJ JE TAJ MEHANIZAM KOJI MORA DA ZAŠTITI SPECIFIČNOSTI, da se opire svakoj sažetoj i formalnoj definiciji. Žorž Anri Rivijer je čitavog radnog vijeka pokušavao da izgradi najbolji mogući muzej. Njegove definicije muzeja su uprkos ogromnom taksativnom znanju zapravo programatski poetski zapisi³⁶. Muzej *trećeg talasa* poprimaće sve oblike efikasnosti, pomognut tehnološkom i fenomenološkom transformacijom koju mora da prođe – od šatora do živih sela, tehnoloških i životnih ambijenata, do fantazmagoričkih multimedijalnih spektakla koji će, više no išta do sada, ličiti na putovanje vremenskom mašinom. Gotovo potpunim uklanjanjem gubitka pažnje, bez gubitaka u emisiji i trans-

feru poruke, muzej će se preseliti u unutrašnjost glave, kao stereofonski zvuk, omogućavajući oblike totalne komunikacije. Inherentni i imanentni cilj tehnologije koja se nudi muzejima i nije ništa drugo nego da se omogući komunikacija bez distorzija i ograničenja. Najrazvijeniji dio jezika muzejske komunikacije postaće oblik zgusnute verbo-vizuelne komunikacije blizak onom što Tofler zove *blip-kultura*. Neuništivost i savršenog informacijskog zapisa, fenomenalni kapacitet nove tehnologije i neograničeno trajanje jedini su realni i dostojanstveni oblik besmrtnosti čovjeka i njegovog životnog konteksta. Ideja muzeja nosila je u sebi odgovor na pitanje šta bi trebalo da ostavimo i šta zaista ostavljamo iza sebe. Tradicionalni muzej kao ostavština namenjena budućim generacijama nije mnogo više od otiska stopala u snijegu. Muzej *trećeg talasa*, **totalni muzej**, pokazaće do koje mjere je ova namjerno emfatična metafora istinita. Kao kreativni medij kojem će i sama umjetnost konvergirati i kao medij koji umjetnosti neprestano teži, muzej *trećeg talasa* biće, kao i umjetnost, teško definisati. Od ambicije *memorije*, ma kako savršene, njegova će ambicija postati stvaranje potpune svijesti o *multidimenzionalnom iskustvu čovjeka*. Govorili o ljubavi ili mržnji, građenju ili uništavanju, uvijek je riječ o komunikaciji. Totalna, potpuna komunikacija može donijeti sveobuhvatnu svijest.

Toranj Gistava Ajfela (Gustave Eiffel) bio je spomenik optimizmu i pobjedama koje je trebalo ostvariti u stoljeću koje je dolazilo. To je bio spomenik civilizaciji *drugog talasa*, kartezijskom, mehaničkom svijetu koji se mogao tešiti zanosima, jer je podrazumjevaao postojanje konačnosti. Samo dvije decenije kasnije, svijet je preživio prvi veliki pokolj. Na početku novog razdoblja trebalo je da bude podignut još jedan grandiozni spomenik koji je imao zadatak da označi i najavi dostojanstveni život čovjeka. Ipak, Tatljinov spomenik *Trećoj Internacionali* srušen je prije nego što je sagrađen i to od onih koji su u njegovo značenje trebali da vjeruju. Sve je u osnovi mišljeno da ostane kako je bilo. Izjalovljene nade čovjeka potvrdio je užas novog svjetskog bezumlja. Njegovi najimpresivniji spomenici su svjedočanstva razaranja. Novo razdoblje nade nije više uspostavljeno: nada i užas naučili su biti zajedno. U rukama čovjeka, takvog kakav jeste, našla se njegova sopstvena sudbina. Ni ideologije, ni paseizam, ni religijski zanos, ni ideje obnove ne pomažu u vještačkim podjelama čovječanstva. Možda će konač-

244 no iskušenje samoubistva vrste i ubistva planete donijeti nov osjećaj solidarnosti i saradnje. Progres i napredak danas su zbunjujući pojmovi, jer nam više govore o starim zabludama, nego što nam osvjetljavaju horizonte. Jedina permanentna revolucija je informatička i komunikaciona. U imaginarnoj krajnjoj tački te revolucije, **u društvu totalne komunikacije**, biće moguće pronaći sve ono što je tako duboko zaokupljalo sve utopiste. Ključno geslo alternativ-revolucije šezdesetih godina bilo je *ljubav*. Ona je označavala totalnu komunikaciju kao oblik potpunog razumijevanja, saživljavanja s okolinom i kooperativnosti. Taj pokret je bio potrební pokušaj uravnoteživanja savremenog svijeta u čemu muzeji ničim nisu učestvovali! No, ujedno i pokazatelj količine razaranja na drugoj strani. Pokret nije slavio prošlost, ali je htio da je razumije i od nje da uči. Spoznavanje sebe, građenje samopoštovanja i dostojanstva čovjeka pripali su, između ostalog, u zadatak muzejima. Njihova je dužnost da prihvate nove duhovne i tehnološke izazove, ne izdajući svoje humanističko poslanstvo, nego štaviše, definišući ga sve bolje.

MUZEOLOGIJA TOTALNOG MUZEJA

Jedan vijek traje nastojanje da se uspostavi muzeologija kao samostalna nauka³⁷. Rezultat je *pokušaj dug jedan vijek*. I takva kakva jeste, muzejska teorija ima svoje heroje i velikane. Upravo u njihovom radu su naznačena rješenja koja razrješavaju stoljetnu frustraciju. Danas su, naime, postavljena prava pitanja koja zahtjevaju odgovor kakav prošlo vrijeme nije moglo dati. Kontekst je zreo, a praksa sama daje dovoljno elemenata opštim zaključcima. Vrijeme postindustrijske ere, *treći civilizacijski talas*, definiše i svoje duhovne potrebe. Danas već postoje muzeji *trećeg talasa* koji će svojim praktičnim iskustvom konačno učiniti mogućom celovitu i specifičnu teoriju³⁸.

Ta, naoko pretenciozna sigurnost, česta u svakom vremenu jer se svako smatra važnijim od svih prethodnih, ima čvrste argumente. Neka vremena zaista jesu korjenito važni prelazi iz jednog kvaliteta u drugi. Jedan od teoretičara u muzejskoj djelatnosti, Z. Z. Stranski priznaje da je napredak u afirmaciji i osamostaljenju muzeologije sasvim minimalan³⁹. Brojni autori nevoljno priznaju da je muzeologija još uvijek u „status nascendi“, da je riječ o heurističkom razdoblju u kojem još uvijek intenzivno prikuplja i analizira podatke sa svog područja primjenjivosti otkrivajući, paralelno, dimenzije tog područja. Muzeologija je razapeta između obaveza koje nameće dignitet ustanove tradicionalnog muzeja, kojeg ne može da slijedi svojim dignitetom samostalnosti i afirmacije, obaveza za demonstracijom efikasnosti i snage koje joj nameće ozbiljni kontekst akademskih disciplina, koje ne može da slijedi u konzistenciji i sistematici, i obaveza koje joj nameće živa praksa zaštite nasleđa, koje ne može da zadovolji jer nije ni približno spremna za dijalog sa savremenošću. To je neudoban i nedoličan položaj koji ne može dugo trajati. Prije stotinu godina ni kontekst nije obavezivao na velike aspiracije. Stanje nereda je paralelogram nerealizovanih napetosti

i „neutrošenih“ sila. U pogodnim okolnostima i, najčešće, u burnom procesu događa se prijelaz u stanje reda. U čemu se sastoji današnja muzeološka frustracija? Potrebno je samo prolistati muzejske i muzeološke publikacije, silabuse, programe studija, dokumente koji donose definicije, pa da se ustanovi potpuni nesklad među tumačenjima i u terminologiji samoj. U Meksiku i Francuskoj indikativno često se čuje termin *muzeografija* u kontekstu u kojem drugi upotrebljavaju riječ *muzeologija*. U *Museumu*⁴⁰ se na sličan način spominju *museographers* umjesto *muzeologa*, u kanadskoj *Gazette*⁴¹ muzejske radnike nazivaju *museologists*, dok neki autori⁴² gotovo identičnim riječima upozoravaju da *muzejski radnik* nije nužno i *muzeolog* itd. Muzeologija se najčešće definiše kao „nauka o muzeju“, a osnovni ton, naravno, potiče od svjetske muzejske organizacije i njene „definicije“ *muzeologije* i *muzeografije*. Isto potpuno nesnaženje vlada u stručnim priručnicima i enciklopedijama. Tradicionalna muzeologija još uvijek se iscrpljuje na bilježenju istorije muzeja i nabranjanju funkcija muzeja. Z. Z. Stranski navodi da „još ne posjedujemo sistem muzeologije“ iako je po istom autoru posjedovanje sopstvenog sistema najvažnija osobina nauke⁴³. Mnogi autori su izričito zahtjevali sistematičan napor na terminologiji muzeologije jer im se u praksi nametao neprijatan zaključak da se istim riječnikom razgovara o različitim stvarima ili obrnuto⁴⁴. Nažalost, koliko god to i jeste istina, problem je značajniji i dublji. Zbog toga je veliki broj i onih autora koji, upravo da bi uspostavili muzeologiju, savjetuju veliki broj konkretnih akcija⁴⁵. Akcije koje predlažu i klasifikacije koje se tom logikom nameću odbijaju svojom složenošću i brojem. Stoga se muzeologija, s entuzijastičnim učestvovanjem zainteresovanih (MuWoP, simpozijumi ICOFOM-a) bori s fundamentalnim pitanjima svog opstanka ili, tačnije riječeno, svog postanka. Razlozi njene usporene afirmacije sve do nedavno potpuno su pogrešno indicirani i formulisani. Usredotočena na muzeje (*museum centred*) muzeologija je osuđena na mučno *radanje bez rođenja*. U Francuskoj, koja je stvorila pretpostavke savremene muzeologije već neposredno posle rata nastala je inovativna atmosfera koju je održavao Žorž Anri Rivijer, a na svojevrsan način „dovršio“ svojim teorijskim radom Ig de Varen-Boan. Dio tog napora u kojem ta dva imena nisu jedina (Evrar *etc.*) materijalizovan je u praksi ekomuzeja. Obzirom na stanje muzeologije danas u svijetu, pojava ovih pojedinaca, koji nisu bili jedini akteri

inovativnog razmišljanja, i napredna praksa ekomuzeja daleko su ispred tradicionalnih pozicija većine, upravo – još su izvan mogućnosti prihvatanja⁴⁶.

Kratka površna analiza pokazuje kaos u kojem već postoje sigurni oslonci budućeg reda. Pogledajmo ukratko čime je rezultiralo takvo stanje i u čemu se sastoje novi pomaci.

Bazična ICOM-ova bibliografija za muzeologiju s ažuriranim podacima pokriva najvažnija, muzeološki relevantna djela. Njih, da odmah kažemo, ima začudno malo a i tu je riječ, kako je upravo sugerisano, o približavanju muzeologiji. Nepostojanje muzeologije kao nauke u vrijeme i u svijetu vrtoglave afirmacije i množenja muzeja, mora rezultirati frustracijom. Pojednostavljeno gledajući, mi upravo podnosimo rizik stihijskog razvoja i treba unaprijed da bude jasno da će nesporazumi biti brojni, a teret reforme veći. Kad bi muzeologija i bila uspostavljena kao nauka, morala bi računati s razvijanjem svijesti o tome da i naučni koncepti i metodi zastarevaju. Ovako, na kraju slijepe ulice muzeja *drugog talasa* i logike 19. vijeka, tradicionalna muzeologija ne može pružiti teorijski alibi ni klasičnoj muzejskoj instituciji. Tek spuštena na razinu muzeografije, dakle korpusa praktičnih znanja, tradicionalna muzeologija ima smisla u svom vezivanju za instituciju muzeja. Ustvari, jedino u tom obliku, s dodatkom istorije institucija, danas je i moguće predavati muzeologiju. Iako je pred izazovima nove prakse, u svijetu koji se prevratnički ponaša prema svim tradicionalnim vrijednostima, postalo jasno da je muzeološka poruka nepostojeća zato jer nema muzeologije, osnovan je i međunarodni komitet ICOM-a za muzeologiju, a učestale su i rasprave, osobito kroz simpozije ICOFOM-a i MuWoP. Zbog nepostojanja muzeologije, a to itekako osećamo, nije na vrijeme ukinut apsurd razdvajanja zaštite pokretnih i nepokretnih spomenika i odvojenost jurisdikcija. Iz istog razloga, a s izuzecima koji upravo potvrđuju pravilo, radnici u muzejima, zemljoradnici i ribari su vjerovatno jedine profesije za koje ne postoji formalno školovanje. Napuštajući dalja poređenja u ovom časnom društvu, već na nivou logike stvari moglo bi se tvrditi da to ne može uroditi dobrim posljedicama. Nepokretna i neadaptibilna ustanova, a onda i njena teorijska osnova, moraju izazvati alternativu.

Na simpoziju ICOFOM-a u Meksiko Sitiju, 1980. godine, učinjen je prvi pokušaj da se formira radna grupa ICOFOM-a za mu-

zeologiju zemalja u razvoju⁴⁷. Ideja je glatko odbijena „jer ne postoji nekoliko muzeologija nego samo jedna“. Obrazloženje je potpuno ispravno zato što muzeologija, ako je nauka, mora biti univerzalno primjenjiva, ali i pogrešno, jer tradicionalna muzeologija jasno pokazuje svoju neprimjenjivost i nemoć van kulturno-civilizacijskog kruga u kojem je nastala. Ovdje, naravno ne govorimo o ostalim njenim nedostacima. I u Parizu 1982⁴⁸, a i u Londonu 1983⁴⁹, činilo se da će tradicionalnoj muzeologiji biti ostavljena šansa prilagođavanja i pretapanja u novi kvalitet. Traženja za radikalnim promjenama nisu uslišena. Danas zbog toga imamo alternativne muzejske institucije, jer se ne uklapaju ni u opštu ICOM-ovu definiciju, ali i organizovani nastup novog načina razmišljanja, kao simpozijumi Association muséologie nouvelle. Uostalom i ICOM je prvi put u svom postojanju bio primoran da zatraži pomoć u redefinisaju svojeg funkcionisanja, ciljeva, metoda, itd. Kao i tradicionalna muzeologija ICOM se vjerovatno nada da će dobiti šansu polaganog prelaska iz jednog kvaliteta u drugi. Bez radikalnih zahvata ICOM će slijediti sudbinu tradicionalne muzeologije, postaće nepotreban, a to je gore od ukidanja. Svaka posebna alternativna teorija je u svojoj akciji i kontradjelujuća, pa, ako i nema sopstveni definisani sistem, njena je vrijednost da precizno ukazuje na probleme i postavlja dragocjena pitanja. Nastupanje nove muzeologije uočava se najprije u proširenju nasilno suženih margina tradicionalne muzeologije, u oblicima konfrontacije i non-konformizma. Danas tu fazu možemo smatrati sasvim razvijenom jer nema više efikasnog načina da se „alternativa“ prećuti.

Muzeologija je svih proteklih stotinak godina bila uglavnom zabavljena samom sobom, nastojeći da pronade u svojim ambicijama ne samo inspiraciju nego i argumente. Dubina introspekcije zaustavljala se uglavnom na institucionalnoj formi muzeja i pokušajima da se tradicionalni muzej osavremeni. Radilo se naravno o tome da se mijenja. Takva granica analize nije dosegala fenomen muzejskog objekta na takav način da bi se kroz njegovu prirodu potražila inspiracija za sve ostale zaključke, muzejski predmet određuje karakter i institucije i neke moguće teorije.

Uzet kao eshatološka ambicija, kao mehanizam „faraonskog kompleksa“ čovječanstva⁵⁰, muzej je uzvišen, svečan, ozbiljan i suzdržan. To pokazuje već svojim ulazom, atmosferom i, najviše, predmetima koje skuplja, obrađuje i prezentuje. Najprije je predmet

u protooblicima muzeja bio vrijednost, kroz vrijednost materijala, vrijednost uloženog rada ili rjetkost. Njegova uloga je bila da, upravo najviše, služi prestižnim interesima vlasnika, makar se pod vlasništvom podrazumjevao i narod. Naše vrijeme je otkrilo predmet kao posebnu i samostalnu vrijednost i ukinulo hijerarhiju kojom su „trivijalni“ predmeti zaboravljani⁵¹.

Razvojem specijalističkih muzeja kao što su muzeji posvećeni tehnologiji, prirodnjački i memorijalni muzeji, data je šansa novom načinu razmišljanja, *predmet kao kontekst* i *predmet kao transfer koncepta* dobili su novu važnost. Smisao napredovanja u muzeološkom smislu nije dakako revolucionarni prevrat koji ruši tradiciju izraslu iz logičnih pretpostavki. Niko ne namerava da ukine Luvr, ali mu može proricati transformacije ili prelazak u kulturno historijsko nasleđe kad će i sam da postane svojevrsan muzejski objekat. Proces demitizovanja muzejskog objekta, defetišizacija, neće biti dakle nasilan proces nego postupno prilagođavanje novim oblicima muzejske prakse. Sumnjom smo već ukinuli apsolutne kategorije jedinstvenosti, originalnosti, nezamjenjivosti predmeta. Ukiđanjem apsolutnih kategorija u osobinama muzejskog predmeta omogućeno je logično utemeljenje najvažnijim reformskim inovacijama u muzejskoj praksi i muzeologiji. U razlikovanju esencije i egzistencije, forme i materije, ideje i pojedinačnog, postoji već filozofsko „opterećenje“ po kojem je predmet samo dokaz našeg zastajanja za božjim uzorom, kako bi rekli stari neoplatoničari. Manjkav u prividnosti i kao posljedica i ljudske ideje, ili koncepta, kako bismo danas rekli. Suočeni s beskonačnom rastegljivošću novih gledanja na prirodu muzejskog predmeta, jer, zaista, SVE ima pravo da bude muzejski predmet, lako ćemo doći u iskušenje da, prema Tomi Akvinskom, prestanemo da smatramo predmete nužnim. Sve do sada smo smatrali da jedino egzistencijom predmeta, izlaganjem njegove fizičke pojavnosti, po čemu stvar jeste, možemo pokazati i esenciju, kvalitet predmeta, ono što stvar jeste. Ako je, dakle, riječ o ideji, malo će nas zanimati pojedinačno, a više opšti pojmovi koji su, prema naukovanju Avicene, *prije stvāri, u njima i poslije njih*. Stoga nije rijetko da naiđemo danas na revolucionarno razmišljanje koje kaže da muzeološki program ne treba raditi na osnovu objekata koje posedujemo ili želimo, nego na osnovu ideja koje želimo da izrazimo⁵². Posljedice ovog stava su nesagledive. Sakupljanje je područje fizike, ali cilj muzejskog rada,

muzejski softver je metafizičkog karaktera. Prelaženje te udaljenosti moguće je jedino kreativnošću, a ta činjenica odlučujuća je u razmišljanju o muzejima.

Pred logikom velikih brojeva svet se povinuje novim oblicima prikupljanja, obrade, uskladištenja i komuniciranja podataka i informacija. Istinski muzejski predmet je relevantna informacija čiji nosilac i oblik čuvanja zaista može biti trodimenzionalni predmet, ali i ne mora. Štaviše, izvjesno je da će rapidno padati procent originalnih, trodimenzionalnih predmeta u radnom procesu muzeja. Uz sve rizike koje nosi, tehnologija je čovjeku predstavljala jedino moguće rješenje u frustraciji nemoći. Između savršenog holograma i predmeta zatvorenog u staklenu vitrinu na sigurnosnoj udaljenosti, postoji samo formalna razlika.

Novi oblik bogatstva muzeja sastoji se u informacionom i komunikacionom potencijalu, u tehnološkoj sposobnosti, u stručnom kadru, logičnom i primjerenom muzeološkom programu. Multidisciplinarnost muzeja ili ideja integrisanog muzeja (Ž. A. Rivijer) predstavljaju fazu u domišljanju jedne zaista savremene koncepcije muzejske prakse u kojoj bi muzej bio u potpunom sudaru s referentnom okolinom. U vijeku *Velike tjeskobe Univerzalne ugroženosti identiteta*, i pred mogućnošću samoubistva, čovječanstvo je sklon introspekciji i preispitivanju. Brutalnu samouvjerenost industrijske ere, civilizacije *drugog talasa*, zamjenjuje ambicija za podizanjem kvaliteta života. Svijet, pa i njegovi muzeji, traže model preživljavanja: nakon Aristarhovog otkrića da Zemlji ne pripada nikakvo posebno mjesto u Svemiru čovječanstvo je „pobjeglo“ u iracionalnu utopiju. Nakon Kopernika, Galileja i savremenih otkrića preostaje nam jedino odrastanje kroz spoznaju. Sofistički 19. vijek preferirao je snalaženje u praktičnim stvarima, svrhovitost i efikasnost. Pomagao se takođe iracionalnim bjegom kojeg je ostvarivao sentimentalnošću i romantikom. Stvarnost je od procjene i kritike u muzejima ograđena istorijskim distancama i prisilnim dignitetom muzeja. U mehaničkom svijetu se činilo da je obrazovanje kao prikupljanje znanja sveopšti lijek čovječanstva.

Međutim, nove potrebe i nove spoznaje mjenjaju svet i muzeje u njemu. *Custom tehnologija* zamjenila je uniformisanu masovnu proizvodnju, a novi muzeji otkrili su novi smisao za pojedinosti, za mikro situacije, za sadašnjost. Muzej bi među institucijama kulture trebalo da bude ono što je, po mišljenju Žida, *Prust* (Proust)

među pjesnicima: dok ga čitamo počinjemo da primjećujemo po-jedinosti tamo gde nam se sve do tada ukazivala samo hrpa. Sli-jedimo li Židovo razmišljanje saznajemo da Prust nije analitičar nego „oseća tako sasvim prirodno“. Poslednja riječ je ispuštena iz riječnika muzeja. No, nije tehnologija, nego pristup sopstvenom poslanstvu i lažna slika, koju stvaraju svojom selektivnošću, ono što tradicionalne muzeje čini ne-prirodnim.

Pomaci o kojima je riječ omogućili su pojavu ekomuzeja u ma-nje-više poznatim okolnostima. Ekomuzej je mutant muzejske vrste, verovatan model preživljavanja. To je institucionalizovani oblik kulturne akcije u zaštiti baštine. Nadilazi ograničenja službenih defi-nicija, određen je u nastanku i funkcionisanju osobinama i potre-bama *environmenta* (u širini kako ga definiše Mekluan). Briše gra-nice između institucije i okoline, između kustosa i publike, izme-đu predmeta u muzeju i izvan, između pokretnog i nepokretnog predmeta, između informacije i predmeta. Njegova specijaliza-cija je u sveobuhvatnosti, a dugoročna koncepcija u prilagodljivo-sti. Ekomuzej je muzej po mjeri potreba, muzej koji je manje činje-nica a više proces, koji je manje institucija, a više akcija i reagovanje. Zbirka ekomuzeja nije hijerarhijski koncipovana i predstavlja **posljedicu** aktivne saradnje s okolinom, dakle ne kondicionira je. U vrlo aktuelnoj dilemi za „imati“ ili „biti“ on se opredeljuje za ovo poslednje. Ekomuzej nije ukras društvene sredine nego njeno ogledalo. Njegovi interesi sežu i u budućnost, ali tek u posljedici bavljena prošlošću. Prošlost je u ekomuzeju sve što nije budućnost, a sadašnjost je tek pomična crvena crta među tim kategorijama vremena. Snagom informacija i komunikacijom, ekomuzej stvara informacionu sredinu kojoj su osobine, da parafraziramo, „integralna misao, obrazovna intuicija i etičko predosjećanje“⁵³. Za razliku od memorije tradicionalnog muzeja, memorija ekomuzeja je kreativna i dinamična. Ujedinjena s *mnemo-tehnologijom* i novim medijima ta kreativnost će temeljno mijenjati mjesto muzeja u društvu.

Tek s iskustvom ekomuzeja i početnim teorijskim kapitalom njegovih začetnika bilo je moguće tražiti da se područje muzeo-logije proširi na cjelokupno naslijeđe⁵⁴. Kroz ekomuzeje je ostvaren veliki pomak u praksi i filozofiji zaštite nasleđa, redefiniciji muzej-skog objekta i redefiniciji procesa muzealizacije, pa je muzej, ako odlučimo da se držimo tog termina, svaka ustanova koja foku-sira, analizira, dovodi u odnos s prošlošću i sadašnjošću i skla-

dišti predmet (ili informaciju). Ponavljajući metodološku grešku tradicionalne muzeologije, traženo je da se afirmiše novi pojam „ekomuzeologija“⁵⁵. No, iskustvo ekomuzeja upire na neke druge mogućnosti. Naučna disciplina koja se bavi proučavanjem metodologije i tehnika funkcionisanja muzejske ustanove onomastičkom logikom se zove **muzeografija**. Ono što nadilazi praksu širinom i dosegom svog koncepta, nadilazi i samu muzejsku instituciju i ima za predmet odnos čovjeka prema cjelokupnom kompleksu baštine: čuvanje, proučavanje, komuniciranje. „Korisnici“ takvog širokog teorijskog pristupa, učesnici te globalne strategije i dogovora nisu više samo muzeji. Takav teorijski zaokret priznaje i valorizuje stvarnost u kojoj muzeji svom radnom procesu podvrgavaju tek mali dio cjelokupnog naslijeđa.

Civilizacija *trećeg talasa* je holistička i sinoptička, ohrabruje sve oblike integracije i zajedništva disciplina pred kompleksnim problemima savremenog svijeta. Potrebna nam je teorija koja će priznavati i omogućavati tu višestruku zainteresovanost. Od takve teorije očekujemo kreativnost, otvorenost, nova pitanja i prostor za nove spoznaje koje može obuhvatiti. Tradicionalna muzeologija je svojim zatvorenim horizontima pozivala samo na perfekcionizam i ukazivala na svoju, u osnovi, muzeografsku prirodu. Njen središnji problem je bio institucija i metod djelovanja. Shvatajući da su i sami muzeji tek sredstvo, započeli smo reformu institucije, ali i shvatili da se predmet bavljenja teorijskog korpusa nalazi u samom fenomenu naslijeđa kojem su muzeji, kako je već napomenuto, samo jedan od mehanizama. Integralistički pristup fenomenu baštine probija se snagom logike u legislativu, u terminologiju, u nazive institucija, u nove inicijative za sinhronizovanim djelovanjem već i na svjetskom nivou, itd. Upućeni će se lako sjetiti brojnih upotreba termina „baština“. Sadašnju razjedinjenost o brizi za baštinu jedan autor zove „*anomalijom*“, zagovarajući „*all embracing heritage*“, a za sadašnje stanje smatra da je „*only a historic accident*“⁵⁶. Apeli da se u muzeologiji nađe „*theoretical framework*“ za „*museum movement*“⁵⁷ samo su prepoznavanje problema, ali ne i ukazivanje na rješenje. Predmet tradicionalne muzeologije – muzej – više ne postoji kao definisana i jasna veličina, tako da je vjerovatno riječ o „*heritage movement*“ i o „*museum transformation*“. U logici novog pristupa je i podsticajna provokativnost. Predlog terminske konvencije **heritologija**, kao nauke o naslijeđu, ne ponavlja fatalnu bojažljivost

ekomuzeologije koja tim parcijalnim zahtjevom izdaje široku ideju eko-muzeja. Novi muzej i muzej budućnosti su negentropijski i protivdjelatni mehanizmi, a ista vitalnost trebalo bi da se očekuje od referentne teorije. U odnosu čovjeka prema cjelokupnom naslijeđu mora da postoji teorijski korpus sa zadatkom analize i sistemskog vođenja akcija. Takva nova teorija koja bi naslijedila muzeologiju imala bi osobine svojevrsne *heritološke kibernetike*. Možda bi takvoj nauci polazilo za rukom da uskladi i objedini istom filozofijom biblioteke, muzeje, izložbene centre, zavode za restaurisanje, zavode za zaštitu spomenika, arhive, kinoteke, ostale oblike čuvanja informacija, te medije u djelu koji je heritološki obojen. Već u prvim pokušajima takvih sinteza dolazi do izražaja logika zajedništva arhivistike, bibliotekarstva, muzeologije (tj. muzeografije), a djelom i komunikologije i informatike⁵⁸. U ovakvom sklopu prisustvo muzeja izjednačava se sa informacijskom prirodom muzejskog predmeta (što je temeljna spoznaja) i komunikacionom prirodom muzejske ustanove. Samo, to je tek dio istine. Spremajući se za budućnost, muzeji mogu da izaberu nestajanje, pretvaranje u *data base* velikih telematičkih sistema ili se mogu opredjeliti za ulogu jednog od najvažnijih mehanizama *environmentalne harmonije* (a to je ono što nam zaista treba).

Nije bez simboličkog značenja da je umjetnik Malro upravo jedan od najvršnjih muzeologa. Uz sve pokušane argumente, njegov *imaginarni muzej* predstavlja vrijednost muzeološke ili, bolje, *heritološke epifanije*. Tek to je idealistička, *art* vizija izvan dosega sadašnjem arsenalu teorije i prakse muzeja. *Kartezijanski 19. vijek* insistirao je na znanju. Nama je danas bliža ambicija stvaranja stanja osjetljivosti, svijesti, ili čak savesti o cjelokupnom naslijeđu. Svojim pionirskim naporom pokazuju to ekomuzeji. Uostalom, na sasvim indikativan način približavaju se međusobno novi oblici muzejske prakse i praksa nove umjetnosti. Umjetnost u oblicima iznad puke igre i dekoracije ima, kao i muzeji, ambiciju da pronade odgovore na vječna pitanja (ko smo, odakle smo i kuda idemo?), i to s istog polazišta (**identitet**) istom sposobnošću (**kreativnost**) i istim metodom (**interpretacija**). Kao i umjetnost, novi muzej ima obavezu na neku opštu odgovornost koja stoji u ime objektivnosti, ali je svojom protivdjelatnom prirodom, svojom vezanošću za određeni identitet i prilagodljivošću, u stvari kreativan i u osnovi, subjektivan medij. Otkrili smo, naravno, da prezentacija prošlosti

kroz sakupljanje slučajnih ostataka ili kroz namerni odabir nije metod objektivnosti nego prisila mogućeg. U mrtvom svijetu muzejskih predmeta samo je oblik umjetničke kreativnosti u stanju da proizvede žive slike u duhu. Plemenita muzejska komunikacija uvijek je uspjevala da ostvari izvjestan **višak vrijednosti**, oblik poetskog doživljaja koji je i jedini osnov za sve očekivane efekte takve komunikacije. Kao što je površina kruga izračunljiva samo tzv. *metodom iscrpljivanja*, pomoću iracionalnog broja, tako je karakter i iskustvo baštine moguće komunicirati jedino uvođenjem iracionalnog faktora umjetničke kreativnosti. U savremenoj komunikaciji u muzejima, prepoznatljivi su elementi magije (izložbene tehnike, novi mediji), religije (muzejski fetišizam, epifanijski karakter muzejske poruke), društvene organizacije, igre (konvencije, pravila, društveni događaji) itd. To su elementi sinkretičke, paraumjetničke komunikacije koja nas u smislu Mekluanovih ideja vraća u totalnu komunikaciju primitivnog društva. Pokušaji definisanja karaktera ekomuzeja svojim humanizmom i sveobuhvatnošću liče na nastojanja definisanja umjetnosti⁵⁹, a rasni, novi muzeološki iskaz ima osobine poetskog saopštenja⁶⁰. Savršena, plemenita memorija, muzeja ili muzejima sličnih društvenih mehanizama, i nesputana, umjetnička kreativnost imaju u visoko-tehnologizovanoj medijskoj sredini daleku tačku konvergencije: totalni muzej. To je konačno „*ukidanje*“ muzeja njegovom potpunom afirmacijom, a **realizacija** nove muzeološke poruke.

Reference

¹ *Reflections on Communication's by some Scandinavians*. Stockholm: Nordiska Museet, Kungl. Boktryckeriet PA Norstedt et Soner, 1974, 11.

² Toffler, *The Third Wave*.

³ Wittlin, *The Museum: Its History*, 185.

⁴ Prije nekoliko godina u Jordanu je osnovan Muzej moderne umjetnosti s ambicijom da se pojavi i na tržištu umjetnina radi uspostavljanja zbirke.

⁵ Muzej moderne umjetnosti u Teheranu, osnovan neposredno prije revolucije bio je meta izuzetno žučnih osporavanja u Iranu, a nakon prevrata je ukinut kao simbol otuđenja nacije. Bila je riječ o kulturološkom modelu koji je instaliran i ekspertskim učestvovanjem stručnjaka preko ICOM-a.

⁶ Beneš, „Audio-visual Media in Museums“, 120.

⁷ *Museum Magic*.

⁸ Animatronički likovi su modeli koji govore i „kreću“ se poput originala. Najpoznatiji animatronički uspjeh je lik Abrahama Linkolna. Izvjesna kič oso-

bina i, dakako, nesavršenost, još uvijek vrlo smetaju. Pokušaj imitacije prirode mehaničko-elektronskim sredstvima ima ograničen domet, ali će zato čista elektronika tehnikama kao holografija (osnažena kompjuterskim programom i audio komponentom) načiniti krajnju revoluciju.

⁹ Poznata nam je putujuća izložba „predstavljenih“ predmeta iz Kijevskog muzeja.

¹⁰ Šola, T. Imax, 1983.

¹¹ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981)

¹² Ibid., 19.

¹³ Ibid.

¹⁴ Paralelno s ovim tekstom nastajao je rukopis o vrlo konkretnim upotrebnim vrijednostima AV medija u muzejskom radnom procesu.

¹⁵ McLuhan and Fiore, *The Medium is the Message*.

¹⁶ Michael Evans, „Can Television Teach?“, *Visual Education* (August/September 1978): 34–35.

¹⁷ Margaret Ošer je američki stručnjak; napravila je analizu po muzejima svijeta o upotrebi audio-vizuelnih sredstava. Pisac je mnogih članaka na tu temu.

¹⁸ *Musées, imagination et education*. Musées et Monuments 15. (Paris: UNESCO, 1973) 91.

¹⁹ *Videoscope* 1, no. 3 (1977).

²⁰ Kimmis Hendrick, „Film in Museums“, *The Christian Science Monitor* (Boston, October 1971).

²¹ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 23.

²² Bob Marshall, *Audio-visual Aids: A Simple Guide to their Use in Museums and Art Galleries* (Plymouth: Plymouth College of Art and Design, AVTE Department 1978).

²³ Ibid.; Evans, „Can Television Teach?“, F. N. Antiope: „Extensions“, *Sono-vision* (Paris 1978): 6.

²⁴ F. N. Antiope, „Extensions“, 6.

²⁵ Ibid.

²⁶ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 12.

²⁷ F. N. Antiope: „Extensions“, 62.

²⁸ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 22.

²⁹ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 3; F. N. Antiope: „Extensions.“

³⁰ *Problèmes Audiovisuels* no. 4 (Novembre/Décembre 1981): 1.

³¹ Nora et Minc, *L'informatisation de la société*, 29.

³² Ibid., 115.

³³ Ibid., 49.

³⁴ Ross, „Search for Tomorrow“, 57.

³⁵ Tomislav Šola, ICOFOM 1982. Paris (vidi bibliografiju). Takođe: Informatologija Jugoslavica, 1983. (vidi bibliografiju) Takođe: Konceptija savremene muzeologije, *Museum*, 1985.

³⁶ Ideje se nalaze najvećim dijelom u umnoženim beleškama za predavanje; tamo je i nekoliko definicija muzeja, ekomuzeja i muzeologije.

³⁷ Zbyněk. Z. Stránský, „A Proposal of Orientation of Future Activities of the International Committee for Museology“, umnoženo za godišnji sastanak ICOFOM-a održan u Parizu 1982.

³⁸ Tomislav Šola, „Prema suvremenoj koncepciji muzeologije“, *Informatologia Yugoslavica* no. 15 (1983)

³⁹ Stránský, „A Proposal of Orientation“.

⁴⁰ Eisenbeis, „Elements for a Sociology of Museums“, 110–119.

⁴¹ *Gazette* 11, no. 2 (Ottava, Spring 1978).

⁴² Elis Burcaw, *MuWoP* no. 2 (1981): 29–30; Maria Manuela da Mota, „Musée ou musées? Réflexions sur une métamuséologie“ (paper presented at the ICOFOM Symposium The System of Museology and Interdisciplinarity, Paris, August 1982); Stránský, „A Proposal of Orientation“.

⁴³ Stránský, „System of Museology“ (paper presented at the ICOFOM Symposium on The System of Museology and Interdisciplinarity, Paris, August 1982).

⁴⁴ Vиноš Sofka, „Museology – Systems, Systematics, Relations in the Light of MuWoP contributions“, umnoženo za godišnji sastanak ICOFOM-a održan u Parizu 1982.

⁴⁵ Stránský, „The Interdisciplinary Character“ (prilog za savetovanje ICOFOM-a u Parizu 1982); Maria Manuela Mota, „Musée ou musées?“.

⁴⁶ Anton Bauer, Muzeologija u teoriji i praksi, *Informatica museologica* (April 1971)

⁴⁷ Tibor Sekelj, *MuWoP* no. 2 (1981): 60–62.

⁴⁸ *The System of Museology and Interdisciplinarity*, Fifth ICOFOM Symposium, Paris 1982.

⁴⁹ Museums, Territory, Society: New Tendencies-New Practices, ICOFOM Symposium, London, July, 1983.

⁵⁰ Glusberg, *Cool and Hot Museums*.

⁵¹ Alternativna institucija „Antimuzej“ Vladimira Dodiga Trokuta, Zagreb, Jugoslavija.

⁵² Veillard, „Le musée d'histoire, Musée de Combat“.

⁵³ Harlan Cleveland, „Informacija kao prirodno dobro“. *Pregled* no. 223 (Beograd 1983).

⁵⁴ Tomislav Šola, „A Contribution to a Possible Definition of Museology“ (paper presented at the ICOFOM Symposium The System of Museology and Interdisciplinarity, Paris, August 1982).

⁵⁵ André Desvallées, „Les ecomusées“, (paper presented at the ICOFOM Symposium Museums, Territory, Society, London, 1983).

⁵⁶ Geoffrey Stansfield, „The Development of Environmental Recording by Museums“, *MDA Information* 8, no. 4 (Duxford, Winter 1984).

⁵⁷ Klaus Schreiner, „Museology – Theses“, (paper presented at the ICOFOM Symposium Museums, Territory, Society, London, 1983).

⁵⁸ Ivo Maroević, „Predmet muzeologije u okviru teorijske jezgre informacijskih znanosti“, *Informatica museologica* no. 1–3 (1984): 3–5.

⁵⁹ Nekoliko definicija koje je ponudio Žorž Anri Rivijer.

⁶⁰ Veillard, „Le musée d'histoire, Musée de Combat“.

PRILOZI

BIBLIOGRAFIJA

AASLH Audiovisual Project Releases Three New Units. *History News* 31, no. 3 (Nashville, March 1976): 55–59.

Alderson, William T. and Shirley P Low. *Interpretation of Historic Sites*. Nashville: American Association for State and Local History, 1976.

Alt, M. B. "Improving Audio-visual Presentations." *Curator* 22, no. 2 (June 1979): 85–95.

Arlen, Michael J. *Thirty seconds*. New York: Farrar, Strauss and Giroux, 1980.

Arlen, Michael J. *The Camera Age: Essays on Television*. New York: Farrar, Strauss and Giroux, 1981.

Altin, Aimee and Edeen Martin. "A Self-guide to Self-guides." (MAT – Museum Education Graduates, 1976.)

Arnell, Ulla, Inger Hammer and Göran Mylof. *Going to Exhibitions*. Stockholm: Riksställningar, 1976

Ashmann, G. "Drahtlose Führungen im Museum - Erfahrungen mit dem Gidophon." In *Die Praxis der Museumdidaktik. Bericht über ein internationales Seminar der Deutschen UNESCO-Kommission 21. Veranstaltet in Zusammenarbeit mit dem Museum Folkwang von 23. bis 26. November 1971, Essen, Pullach/München*. Köln: Verlag Dokumentation für Deutschen UNESCO-Kommission, 1974.

Association Releases Tapes: New Audio-visual Training Units Ready for Loan. *History News* 29, no. 2 (Nashville, February 1974).

Atkinson, Norman J. and John N. Atkinson. *Modern Teaching Aids*. London: McDonald and Evans, 1975.

Aubert, M. F. "Une cellule audio-visuelle a la Direction des Musées de France". *Musées et collections publique de France* 124, no. 4 (1973): 196–197.

Audio-Visual Education in Encyclopaedia Britannica.

"Audiovisuel et Culture. Une communication naturelle." *Culture et Communication* no. 13 (Janvier 1979): 42–47.

The Audio-Visual Equipment Directory. Eighteenth Edition. Fairfax: National Audio-Visual Association, 1972.

Audiovisuella hjälpmedel i museerna. En rapport Smanställd av Jan Hjorth. *Svenska Museer* no. 2 (1972): 44–53.

Balle, Francis. *Média et société*. Paris: Montchrestien, 1980.

Banach, Jerzy. "Die Anwendung von Filmen zur Einführung in Sammlungen oder Ausstellungen." In *Die Praxis der Museumdidaktik. Bericht über ein internationales Seminar der Deutschen UNESCO-Kommission 21. Veranstaltet in Zusammenarbeit mit dem Museum Folkwang von 23. bis 26. November 1971*,

Essen, Pullach/Munchen. Köln: Verlag Dokumentation für Deutschen UNESCO-Kommission, 1974.

Banasik, Tadeusz. "Rola filmu w pracy oświatowej muzeów." *Muzealnictwa* no. 11 (1963): 144–154.

Barbolini, Armandi Marina, Daniela Nasi e Maria Canova. *Museo come scuola; risultati di un'esperienza. Museo Civico Archeologico di Modena*. Modena: Comune di Modena, 1976.

Barnard, Patricia. "Problems and Techniques in Producing Museums Programs." In *Television Section. Production, Programming of Television: Proceedings of the Annual Meeting of the AAM*, 1966.

Barrett, William. *The Illusion of Technique: A Search for Meaning in a Technological Civilization*. New York: Anchor Press/Doubleday, 1978.

Baudouin, F. "Séminaire International sur l'activité éducative au Musée à Essen, Allemagne." *Vie des Musées* no. 22 (Février 1972): 13–22.

Bauer, Antun. „Muzejska propaganda i povremene muzejske izložbe.“ *Muzeologija* no.2. (1953): 69–99.

Bauer, Antun. „Muzejska pedagogija.“ *Muzeologija* no. 17 (1975):101–111.

Bauer, Antun. „Muzejski predmet kao subjekt i objekt u izložbenom prostoru u historijskim muzejima i zbirnama.“ *Zbornik istorijskog muzeja Srbije* no. 13–14 (Beograd 1977).

Bauer, Antun. "Prva pariška revolucija u muzeologiji." *Zbornik radova Muzeja revolucije BiH* god. 2, no. 2 (1976).

Bazin, Germain. *The Museum Age*. New York: Universe Books, 1967.

Beatow, W. G. "Museum Education and Closed-Circuit Television." *Museums Journal* 67, no. 2 (London, September 1967): 129–134.

Bedu, Michel. Interview de M. François Mariet. "Actualité de M. McLuhan. McLuhan par les enseignants français," *Media* no. 2 (Paris, Juin 1978): 12–14.

Bedu, Michel. "Le livre du trimestre d'oeil à oreille." *Media* no. 2 (Juin 1978): 9–11.

Bell, Daniel. *The Coming of Post-industrial Society*. New York: Basic Books, 1973.

Bellone, Roger. "Super super – 8". *Le Monde* (Paris) Mars 26, 1977.

Bellos Alexandra, Rubin Peter and Terry Sharp. "Video Lab: Home Made TV. Making Video Tape as an Educational Programs." *Museum News* 55, no. 3 (January/February 1978): 75–80.

Bellow, Corinne. "Museum Public Relations." *ICOM News* 29, no. 1–2 (1976): 32–37.

Beneš, Josef. "Audio-visual Media in Museums." *Museum* (Paris) 28, no. 2 (1976): 121–124.

Benoist, Luc. *Musées et muséologie*. (series «Que sais-je?» no. 904) Paris: Presses Universitaires de France, 1971.

Berger, René. "Le Contre-défi de la vidéo." Introduction par René Berger pour la exposition *Art vidéo: Recherches et expériences* aux Portes de la Suisse à Paris. Paris, 1976.

Bergmann, Eugene. "Letter to the Editor: Audio-Visual vs. Traditional Exhibits." *Curator* 19, no. 1 (March 1976): 87–88.

Bežen, Ante. „Premalo korišten medij; film u školi.“ *Vjesnik*, (Zagreb) 5. septembar 1979.

Blery, Ginette. "L'audiovisuel à l'Éducation nationale... ou charrue avant les bœufs." *Sonovision* no. 207 (Juillet/Aout 1978): 27–28.

Blery, Ginette. "Les bases scientifiques de l'audiovisuel". *Sonovision*, no. 213 (Février 1979): 20–22.

Blery, Ginette. "La lecture passe pour l'oreille." *Sonovision* (Marc 1979): 17–18.

Bodnar, John. "Hacking Full Use of TV Equipment." *Visual Education* (London, June 1978): 23–24.

Boorstin, Daniel J. *The Republic of Technology: Reflections on our Future Community*. New York: Harper and Row, 1978.

Bordaz, Robert. *Le Centre Pompidou: une nouvelle culture*. Paris: Éditions Ramsay, 1977.

Bourdieu, Pierre et Alain Darbel. *L'amour de l'art. Les Musées d'art européens et leur public*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1969.

Bourron, Yves. *Audiovisuel: pédagogie et communication*. Paris: Éditions d'Organisation, 1980.

Bowles, Edmund A. "The Marriage of Museums and Technology." *Museum News* 51, no. 8 (April 1973): 35–36.

Bowman, Ruth. "Media: Plugging into the Primary Audience." *Museum News* 56, no. 5 (May/June 1978): 49–54.

Bowman, Ruth. "Plugging into the Primary Audience: Audio-Visual University Courses." *Museum News* 56, no. 5 (May/June 1978): 57–59.

Bronowski, J. *The Ascent of Man*. London: BBC, 1973.

Brown, H. D. "Museums and Radio." *Museum* (Paris) 2, no. 4 (1949): 238–246.

Bryan, Courtland D. B. *The National Air and Space Museum*. New York: H. N. Abrams, 1979.

Bunning, Richard L. "A Perspective on the Museum's Role in Community Adult Education." *Curator* 17, no. 1 (March 1974): 56–63.

Burcaw, G. Ellis. *Introduction to Museum Work*. Nashville: American Association for State and Local History, 1975.

Bureau, Jacques. *L'ère logique*. Paris: Robert Laffont, 1969.

Burkhart, Joann Roe. "Audio Cartridges in Museums." *Curator* 20, no. 3 (September 1977): 181–184.

Burns, Ned J. "History of Dioramas." *Museum News* 17 (February 15, 1940): 8–12.

Burns, William A. "Personnel and Programs in Museum Education." *Museum News* 35 (January 1, 1958): 3–6

Burns, William A. *Your Future in Museums*. New York, N.Y.: Richard Rosen Press Inc., 1967.

Bussers, H. Compte rendu de la Réunion de l'ICOM, tenue à Amsterdam du 6 au 11 novembre 1972. *Vie des Musées* no. 23–24 (Mariemont, Décembre 1972 – Avril 1973): 15–16.

Camargo e Almeida Moro, F. de. *Organización de un programa educativo para los museos: El Salvador - (misión) 15 de Noviembre - 15 de Diciembre de 1974*. UNESCO documents (FMR/SHC/MS/75/130). UNESCO: 1975. El Salvador.

Cameron, Duncan. F. "A Viewpoint: The Museum as a Communications System and Implications for Museum Education." *Curator* 11, no. 1 (December 1968): 33–40.

Cameron, Duncan F, ed. *Are Art Galleries Obsolete? A report of the Proceedings of a Seminar 2 organized by the Art Gallery of Ontario and supported by a grant from the Province of Ontario Council for the Arts, Ontario, January 31, 1968 to February 3, 1969*. Toronto: Peter Martin Associates Lim., 1969.

Cameron, Duncan F. "Museums for Moderns." *UNESCO Courier* 23, no. 10 (1970): 22–26.

Cameron, Duncan F. "The Museum: a Temple or the Forum." *Curator* 14, no. 1 (March 1971): 11–24.

Candler, G. M. "The New Education Center." *America in Britain* 13, no. 2 (1975): 4–8.

Caver, Katy. "Practically Speaking." *History News* 34, no. 4 (Nashville, April 1979): 114–115.

Chhabra, B. Ch. *Museums and Democracy*. New Delhi, 1955.

Chapman, R. "Audiovisual - Is it Cost Effective." *Museum News* no 20 (New York 1981): 5–6.

Chedister, Ron. "Museums Audio-Visuals, or 'Play it Again, Sam.'" *Museum News* 50, no. 6 (Washington, February 1972): 32–35.

Clay, George R. "Do Museums Educate?" *Museum News* 39, no. 2 (New York, October 1960): 36–40.

Cole, Rona and Robert Reed. "The Guernsey Museum and Art Gallery: a New Museum in Channel Islands." *Museums Journal* 75, no. 3 (London, December 1978): 126–128.

Combalia Dexeus, Victoria. "Acerca de los video-tapes." *Estudios Pro-Arte* no. 4 (Barcelona, Octubre/Diciembre 1975): 69–73.

Community Action in the Cultural Sector. Commission Communication to the Council sent on 22 November 1977. COM (77) 560 final, 2 December 1977. Bulletin of the European Communities, supplement 6/77. Paris, 1978.

Contreras, Eduardo, James Larson, John E. Mayo, et al. *Cross-cultural broadcasting*, (Reports and Papers on Mass Communication 77) Paris: UNESCO, 1976.

Cornish, Edward, ed. with the members of The World Future Society. *The study of the Future: an Introduction to the Art and Science of Understanding and Shaping Tomorrow's World*. Washington, D. C.: The Society, 1977.

Cutler, Robert. "Audio Interpretation and Tours in Continuity." *The Visitor* (January/February 1975)"

- Čollák, Peter. "Múzeum a zvukový zaznam." *Múzeum* 22, no. 3–4 (1977): 40–45.
- Dajn, Roul van. *Towards a new Moral Revolution. Message of a Wise Kabouter*. London: Duckworth and Co., 1972.
- Davis, Denis K. and Stanley J. Baran. *Mass Communication and Everyday Life: A Perspective on Theory and Effects*. Belmont (California): Wadsworth, 1981.
- Dawes, Colin V. "Audio-Visual Displays for Small Museums." *Museums Journal* 78, no. 2 (London, September 1978): 61–62.
- Degen, Carl and Paula. "A V." *History News* 31, no. 5 (Nashville, May 1976): 97–105.
- Degen, Carl. "AV: Producing Audio-Visual Programs." *History News* 31, no. 8 (Nashville, August 1976): 151–159.
- Degen, Carl and Paula. "A V: Selection of a Producer of the Audio-Visual Program." *History News* 31, no. 12 (Nashville, December 1976): 255–256.
- Dobin, Michael. "The Race for Media Space." *Museum News* 52, no. 3 (November 1973): 21–28.
- Ducrocq, Albert. *Vers une société de communication*. Paris: Hachette, 1981.
- Dove, Jack. *The Audio – Visual: The Availability and Exploration of Non-print Material with Special Reference to Libraries*. London: Andre Deutsch Ltd., 1975.
- Dubos, René and Kenneth E. Boulding. "The Future of Museums: an Outside View." *Museum News* 52, no. 2 (Washington, October 1973): 50–52.
- Eden, Philip. The Listening Post (a new audio-guide device). *Museums Journal* 78, no. 3 (London, December 1978).
- L'éducation permanente, un cadre pour l'éducation récurrente: théorie et pratique*. Strassbourg: Conseil de l'Europe, 1975.
- Eisenbeis, Manfred. "Elements for a Sociology of Museums." *Museum* (Paris) 24, no. 2 (1972): 110–117.
- Encyclopaedia of Computer Science. 1st ed., Anthony Ralston, ed. New York: Petrocelli and Charter, 1976.
- Enquête sur les mesures adoptées par les réseaux ferroviaires européens pour assurer la préservation des objets et documents de valeur historique*. Paris: UIC et IATM, 1975.
- Equipment for Audio Visual Aids and Price Guide. NCAVE/EFVA, yearly.
- Evans, I. M. "Specimens or People: a Question of Communication." *Museums Journal* 69, no. 3 (London, December 1969): 107–109.
- Evans, Michael. "Can Television Teach?" *Visual Education* (London, August/September 1978): 34–35.
- Evans, T. Audio Visual Aids, an Introduction. NCAVE/EFVA, 1973.
- "Évolution du parc audiovisuel le second degré." *Sonovision* no. 203 (Mars 1978): 17.
- Extension Program Development and Services. *National Gallery of Art (U.S.) Annual Report 1975*, Washington, 1976, p. 50–51.

Fagaly, William, Gilbert Wright and Frederick Dockstater. "Thought and the Audio-Visual Revolution." *Museum News* 56, no. 5 (January 1973): 13–14.

Faivre d'Arcier, Bernard. "Qu'est ce que l'Institut National de l'audio-visuel ? Création audiovisuelle et communication sociale." *Culture et Communication* no. 10 (Octobre 1978): 47–54.

Fare scuola al Museo. Dialoghi con ragazzi delle scuole elementari e medie di Milano sulle opere d'arte. Milano: Associazione Amici del Poldi Pezzoli, 1976.

Fernsehen und Museum. Bericht über ein Seminar, das von der Deutschen UNESCO-Kommission mit Unterstützung der UNESCO sowie in Zusammenarbeit mit dem Museum Folkwang und dem Deutschen National komitee des Internationalen Museumstrates vom 21. bis 24. Januar 1969, im Museum Folkwang Essen veranstaltet wurde. Köln: Deutsche UNESCO-Kommission, 1970.

Film im Museum. Bericht über ein Seminar, das von der Deutschen UNESCO-Kommission 2, von 11. bis 14. October 1966, im Museum Folkwang Essen veranstaltet wurde. Köln: Deutsche UNESCO-Kommission, 1967.

"Filmtjänst? Filmutbildning? Videografer?" *Svenska museer* no. 2 (1976): 50–54.

Finley, Ian. "The Next Ten Years." *Museums Journal* 70, no. 3 (London, December 1970): 100–102.

F. N. "Choix d'une camera." *Sonovision* no. 198 (Octobre 1977): 62–63.

F. N. "Prospective audiovisuelle l'an 2000 dans 5 ans?" *Sonovision* no. 217 (Juin 1979): 38–43.

Fleming, Malcolm. "Perceptual Principles and Audio Visual Practices". *AV Communication Review* 12, no. 1 (Spring 1964): 75–87.

Franceschini, Jane. "Audience Research. Solving the Visitor Identity Crisis." *Gazette* 10, no. 4 (February 1977): 36–37.

Frerre, Elizabeth and Robin Jones. "Like it was Like It Is." *Curator* 13, no. 2 (Jun 1970): 153–164.

Frese, H. H. "L'éducation permanente - rêve ou cauchemar?" *Éducation et Culture* no. 19 (1972): 9–13.

Friedlander, Renate. "Creative Encounter with Museums. Experiment of the Cologne Museums Educational Service. Museums which are Learning How to Live." *Museum* (Paris) 28, no. 1 (1976): 15–28.

Fukuda, Shigeru. "Training for the Museum Profession." Paper presented to the Regional Seminar on the Adaptations of Museums in Asia to the Needs of the Modern World, Tokyo and Kyoto, March 22–27, 1976.

Fulchignoni, Enrico. *La Civilisation de l'image, ou les Boîtes de Pandore.* Paris: Petite bibliothèque Payot, 1972.

Friedman, Renée. "The Museum-Media Contractor Relationship." *Museum News* 57, (March/April 1979): 17–19.

Funke, Mary Louise. "Mass Education and the Visual Arts." *Curator* 12, no. 1 (February 1969): 60–65.

Gall, Günther. "Überlegungen zu Audiovisioanlagen." In *Die Praxis der Museumdidaktik. Bericht über ein internationales Seminar der Deutschen UNESCO-Kommission 21. Veranstaltet in Zusammenarbeit mit dem Museum Fol-*

kwang von 23. bis 26. November 1971, Essen, Pullach/Munchen. Köln: Verlag Dokumentation für Deutschen UNESCO-Kommission, 1974.

Le Gall, A. et al. *Problèmes actuels de la démocratisation des enseignements secondaire et supérieur*. Paris: UNESCO, 1973.

Gates, Jay. "TV from the Gallery. Educational TV Programm." *Museum News* 54, no. 2 (November/December 1975): 48–50.

George, Frank H. ed. *Science Fact: Astounding and Exciting Developments that will Transform your Life*. New York: Sterling Publ. Co., 1978.

Gilborn, Craig A. "Filmstrips and Slides." *Museum News* 46, no. 2 (October 1967): 24–31.

Gilborn, Craig. "Words and Machines: The Denial of Experience." *Museum News* 47, no. 2 (September 1968):

Giraudy, Daniele et Henri Bouilht. *Le musée et la vie*. Paris: La Documentation Française, 1977.

Gorbey, Ken. "Video Standardization for New Zealand Museums." *AGMANZ News* 6, no. 4 (November 1975): 85–86.

Grier, H. D. M. "Television Experiments in American Art Museums." *Museum* 2, no. 4 (Paris, 1949): 247–252.

Grove, Richard. "You Don't Need a Weatherman to Tell Which Way One Wind's Blowing." *Museum News* 52, no. 9 (June 1974): 33–34.

Grupa autora. *Televizija danas*. *Bit International* no.8/9 (1972)

Guide Pratique de la vidéo Légère. Paris: INA, CNDP. La Documentation Française, 1979.

Haesaerts, Paul. "The Opportunities and Problems in Making Films about Museums." In *Museums, Film and Television: Proceedings of the Meeting of experts under the auspices of UNESCO, Brussels, July 8–11, 1958*. Brussels: UNESCO, 1958.

Hands - On Museums, Partners in Learning. A report from Educational Facilities laboratories, 1975. Educational Facilities Laboratories, 1975.

Haque, dr Enamul. "Museums and the Concept of Interdisciplinarity." Paper presented to the Regional Seminar on the Adaptations of Museums in Asia to the Needs of the Modern World, Tokyo and Kyoto, March 22–27, 1976.

Harrison, Molly. "Education in Museums." In *The Organization of Museums. Practical Advice*. *Museums and Monuments* 9 (1960): 81–92.

Hendon, William S. *Analyzing an Art Museum*. New York: Praeger Publishers, 1979. Hendrick, Kimmis. "Film in Museums." An Art Series Intended for All Begins in "Museum Without Walls." *The Christian Science Monitor* (Boston), October 4, 1971.

Hightower, John B. "Are Art Galleries Obsolete?" *Curator* 12, no. 1 (February 1969): 9–13.

Hjorth, Jan. "Tru och kulturen inget kultru att vanta". *Svenska museer* no. 3 (1975): 88–90.

Hjorth, Jan. "Film och TV pa museerama". *Svenska museer* no. 3 (1974): 71–75.

Hooper, Richard. "The Museum - Medium of Immediacy". *Nieuwsbulletin van de KNOB* no. 1 (Amsterdam, Jan. 1973): 1-7.

Howard, James F. and Sylvia L. Marchant. "Electragraphics: At the Groenville County Museum of Art". *SEMC Notes* 13 (1972): 19-24.

Hudson, Kenneth. *Museums for the 1980's. A Survey of the World Trends.* (Foreword by Georges Henry Rivière). Paris: UNESCO and London: Macmillan Press, 1977.

Hume, Robert M. "Progressive Innovations: The Director's Viewpoint". *Curator* 12, no. 1 (February 1969): 14-18.

Hunt, Albert. *The Language of Television: Uses and Abuses.* London: E. Methuen, 1981.

IAMCR - Mass media and national cultures: a conference report and international bibliography. Leicester, Centre for Mass Communication Research, Univ. of Leicester, 1980.

Indagine sulla didattica dei beni culturali in Lombardia. Centro fra ricercatori per i beni culturali in Lombardia. Milano: Unicopli, 1977.

INA - BETEA. (étude no. 3/1977.) Connaître le matériel, BETEA. *Media* (Paris) no. 4 (Decembre 1978): 8-12.

INA - BETEA. (étude no. 3/1977.) Connaître le matériel, comment préparer, entretenir et réparer les matériels audio-visuels. *Media* (Paris) no. 3 (Septembre 1978): 7-9.

Informacija i dokumentacija u kulturi; planiranje razvoja. tekstovi sa savjetovanja i dokumenti o djelovanju INDOK službe. Zagreb: Zavod za kulturu Hrvatske, 1976.

Interpretation. Compiled by Rosemary S. Reese. Edited by Frederick L. Rath, Jr. & Merrillyn Rogers O'Connell. Nashville, American Association for State and Local History, 1978. (A bibliography on historical organization practices, v. 3)

Jamieson Hall, Kathleen. *The Interplay of Influence: Mass Media and their Publics in News, Advertising, Politics.* Belmont (California): Wadsworth, 1983.

Jelinek, Jan. "The Modern, Living Museum." *Museum* 27, no. 2 (Paris, 1975): 52-60.

Jolly, Brad. "Available and Affordable. Video for the Historical Society." *History News* 35, no. 3 (Nashville, March 1980): 15-17.

Jug, Jurij. „Funkcija tehničkih i specijalnih muzeja u obrazovanju odraslih u SFRJ.“ *Muzeologija* no. 16 (1974): 1-132.

Kahn, Herman. *The Coming Boom: Economic, Political and Social.* New York: Simon and Schuster, 1982.

Karloff, Michael. *Cinéma Super 8 et Vidéo légère.* Paris: Denoël, 1980. (Coll: Connaissance et Technique).

Katai, Ferenc. "Le magnetoscope et la communication universelle". *Sonovision* n. 206 (Juin 1978): 58-60.

Katzen, Ivan. "Form us. Function". *Museum News* 55, no. 4 (March/April 1977): 43-48.

Katzive, David. "Museums Enter Video Generation." *Museum News* 51, no. 5 (January 1973): 20–24.

Keck, Sheldon. "A Little Training Can be a Dangerous Thing." *Museum News* 52, no. 4 (December 1973): 40–42.

Kenyon, Frederic George. *Museums and National Life*. Oxford: The Clarendon Press, 1927.

Kingsley, Brandt. "Children in Museums: a Bibliography". In *Children in Museums: Proceedings of the International Symposium of the Office of Museum Programs, Smithsonian Institution in cooperation with National Gallery of Art, Washington, October 28–31, 1979*. Washington D. C.: Smithsonian Institution, Office of Museum Programs, 1979.

Kommunikation über Sateliten. Vortrage des am 23–24 Oktober 1980 im München abgehaltenen Kongresses.= Communication via Satellites: technical and political questions concerning a new medium. Proceedings of a Congress held in Munich, October 23–24, 1980. Berlin: Springer Verlag GmbH and New York: Heidelberg, 1981.

Kopp, Peter F. "Erfahrungen mit auditiv en geräten im Museum." *Information VMS/AMS* no. 17 (December 1976): 16–17.

Kramer, Edward J. J. and Thomas R. Lewis. "Comparison of Visual and Non-visual Listening". *Journal of Communications* 1, no. 2 (November 1951): 16–20.

Krepels, Rick. "To Tell a Story. Interpretation on a National Scale. (Division of audio-visual arts, National Park Service.)" *Museum News* 48, no. 7 (March 1970): 42–45.

Krizas, Anthony T. *Encyclopaedia of Information Systems and Services*, Gale, 1980.

Lacan, Jean François. "Moyens de production audiovisuelle. Quelques équipements types". *Sonovision* no. 190 (Janvier 1977): 39–42.

Lacan, Jean François. "Videodisque: De l'utopia a la realito." *Sonovision* no. 190 (Janvier): 1977.

Lacan, Jean François. "La video à l'école." *Sonovision* no. 191 (Février 1977).

Lacan, Jean François. "Vidéocassette: La Deuxième Vague Atteint la France". *Sonovision* no. 204 (Avril 1978): 29–33.

Lacan, Jean François. "Le centre av do Paris VIII. Un outil polyvalent et remodelé." *Sonovision* no. 210 (Novembre 1978): 21–25.

Laird, Dugan. *A User's Look at the Audio-Visual World* (2nd edition). Fairfax, Va: National Audio-Visual Association, Inc., 1974.

Lambert Jean, ed. *The Bibliography of Museum and Art Gallery Publications and Audio-Visual Aids in Great Britain and Ireland, 1977*. Cambridge: Chadwyck-Healey, 1978.

Lewis, Marten. "Stop, Look, and Listen! Electronic techniques for interpretation"/Arrêtez! Écoutez! Regardez! L'interprétation à l'aide de la technique électronique." In *Proceedings of the 1974 Annual Conference of the Canadian Museums Association/ Actes de la réunion annuelle de 1974 de la Association*

des musées canadiens, St. John's, Canada, 1974. St. John's Nfld.: Province of Newfoundland, 1974.

Lillys, William. "Museum TV: its Genesis." *Museum News* 51, no. 5 (January 1973): 15–19.

Luhde, Ernest T. "Television and the Museum." *Museum News* 128 (February 1, 1951): 7–8.

MacBriar, Wallace, N., Jr. "Success Story. Museum TV." *Lore* 8, no. 4 (1958): 126–127.

Madier, Claude. *Diaporamas et montages audiovisuelles.* Paris: Paul Montel Publications Photo-Cinema, 1971.

Marchand, Antoinette. "I've Watched Museums Change." *Science on the March* 54, no. 2 (Summer 1974): 19–21.

Marcoué, Renée. "Visual Education and the Museum." *Museum* 2, no. 4 (Paris 1949): 233–237.

Marshall, Bob. *Audio-visual Aids: a Simple Guide to their use in Museums and Art Galleries.* Plymouth: Plymouth College of Art and Design, AVTE Department, 1978.

Martinoli, G. "Le déclenchement du processus d'autogestion dans le cadre de la formation permanente." Strasbourg: Conceil de l'Europe, Conceil de la la cooperation culturelle, 1974. (CCC/EES/74/35)

Материалы научной конференции по внедрению в практику работы музеев достижений современной оптики. 24 - 26 октября 1973 г. М. Советская Россия 1975г. 111с.илл, С. 112.

Mattingly, Grayson and Welby Smith. *Introducing the Single Camera VTR System.* Washington: D.C.: Smith - Mattingly Productions, Ltd., 1971.

McPhail, Thomas. *Electronic Colonialism: the Future of International Broadcasting and Communication.* London: SAGE Publications, 1981.

McWilliams, Jerry. *The Preservation and Restoration of Sound Recording.* Nashville: AASLH, 1979.

Mervill, Gilbert E. "New Dimension in Museum Teaching." *Museum News* 46, no. 2 (October 1967): 35–37.

The Metropolitan Museum as an Educational Institution: a Study with Recommendations. New York: Metropolitan Museum of Art, 1970.

Meyer, Karl Ernest. *The Art Museum: Power, Money, Ethics.* New York: Morrow, 1979.

Michel, Jean-Luc. *De la diapositive au diaporama: Guide de la diapositive.* Paris, Média Jeunesse (Collection Les mementos pratiques), 1980.

Михайловская А.И. Архитектурно-художественное решение экспозиций и применение аудиовизуальных средств в музеях: Обзорная информация. – М., 1978. – 48с.

Miller, Nancy E. and Christophor Crossman. "A cure for videophisia. (A program at the Albright-Knox Gallery will dispel Doubts about the Place of Video in the Art Museum)". *Museum News* 55, no. 4 (March/April 1977): 38–41.

Miller, Robert C. "A Scientific Museum's Experiment in Television." *Museum* 5, no. 4 (Paris, 1952): 245–250.

Ministère de l'Éducation. Service General des Moyens d'Enseignement. *Traitement automatisé des documents multi-média avec les systèmes ISBD unifié*, par F. Lamy-Rousseau et précis: Propositions S.I.L.P. Québec, 1974

Mirams, Gordon. "The Function of the Art Film." *Museum* 1, no. 3-4 (Paris, 1948): 198–203.

Moles, Abraham A. and Elisabeth Rohmer. *L'image: communication fonctionnelle*. Paris: Casterman, 1981.

Mollard, Claude. *Centre national d'art et de culture Georges Pompidou, Le centre... on l'innovation culturelle sur le plateau Beaubourg*. Paris: Centre national d'art et de culture Georges Pompidou, 1975.

Montes-Braquer, José. "Audiovisuelle Elektronik und die Museum". In *Die soziale Dimension der Museumsarbeit: Bericht über ein internationales Seminar der Deutschen UNESCO-Kommission 28, veranstaltet in Zusammenarbeit mit dem Museum Folkwang vom 20. bis 23. Mai 1974 in Essen*. Köln: Deutsche UNESCO-Kommission, 1976.

Mooney, Karen and Gerald O'Grady. "The Perspective from Buffalo." *Videoscope* 1, no. 2 (1977): 13–15.

Moore Clarly, Rebecca. "Video in Museums, Gadgetry (sic) or Imagery." *Televitions* 3, no. 1 (January/February 1975): 4.

Morrison, William W. "The Unloved Medium /Media/." *Museum News* 55, no. 2 (November/December 1976): 64–65.

Le musée en tant que centre culturel et son rôle dans le développement de la collectivité. Stage d'études régional de l'UNESCO, Tokyo, 4-30 Septembre, 1960. (Paris: UNESCO/CUA/117, 1962). *Museum* 16, no. 4 (Paris, 1963).

Les musées dans le monde. Lausanne: Éditions Grammont S. A., 1975.

Le musée, agent d'innovation culturelle. par Bernard Gilman. Strasbourg: Conseil de l'Europe, Conseil de la coopération culturelle, 1977.

The Museum and the Modern World: The Papers from the Tenth General Conference of ICOM = Le musée et le monde moderne: actes de la dixième conférence générale de l'ICOM. Paris: ICOM, 1975

Museums and Education. Proceedings of the Smithsonian Institution Conference on Museums and Education, University of Vermont 1966. Eric Larrabee, ed. Washington: Smithsonian Institution Press, 1968.

Music in the Museum. Proceedings of the CECA Conference, Warszawa, Torun, Poznan, 6-12 October, 1975. ed. by Dominika Cicha. Poznan, Warszawa: ICOM Polish National Committee, 1976. (Materials to Museum Theory and Practice = Materiały do Teorii i Praktyki Muzealnej, 8).

The Myth of Transparency. *Visual Education* (London, June 1978): 21–22.

Naisbitt, John. *Megatrends*. New York: Warner Books, 1982.

Newson, Barbara Y. and Adele Z. Silver, ed. *The Art Museum as Educator: A Collection of Studies as Guides to Practice and Policy/Council on Museums and Education in the Visual Arts*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press and London: University of California Press, 1978.

Nicholas, Ralph G. and Leonard A. Stevens. "Listening to People." *Harvard Business Review* 35, no. 5 (September/October 1957).

Nilsson, Bengt V. "Museets informationsmodel." *Svenska Museer* no.4 (1975): 14.

Niney, François. "La politique des constructeurs Thomson-Audiovisuel: circuit forme et exportations." *Sonovision* no. 190 (Janvier 1977): 67-71.

Niney, François. "Rapport Nora/Minc. La revolution telematique." *Sonovision* no. 210 (Novembre 1978): 30-38.

Nora, Simon et Alain Minc. *L'informatization de la société. Rapport à M. Le President de la Republique.* Paris: La Documentation française, 1978.

Norgate, Martin. "Linked Tape and Slide Audio-visual Displays." *Museums Association Information Sheet* no. 17 (London, May 1973): 4.

O'Doherty, Brian, ed. *Museums in Crisis.* New York: George Braziller, 1972.

Osher, Mary Elizabeth. "Video Overview 1975/Survol de la video an 1975." *ICOM Education* no. 7 (1975/76): 38-41.

Osher, Mary Elizabeth. *A Video Overview 1975. The Museum Educators' Newthink A Metamorphosis*, 11, p., bibliogr.

Osher, Mary Elizabeth. "A Video Overview 1976: What's New in Museum Education?" Material for the meeting of the Educational Committee of ICOM in Sweden, 20 p.

Paris. Centre national d'art et de culture Georges Pompidou. *Atelier des enfants hors Beaubourg.* Paris, 1977.

Parker, Harry S. "Museum Education on My Mind." *The Museologist* no. 122 (March 1972): 13-18.

Parker, Norton S. *Audio-Visual Scriptwriting.* New Brunswick, N. J.: Rutgers University Press, 1968.

Paterson, Graham. "Video Hardware and Education." *Visual Education* (London, August/September 1978): 30-31.

Perlmutter, Martin. "TV and the Inner Eye." *Videoscope* (1976) 6-7.

Permanent Education. Work of Consolidation of the Evaluation of Pilot Experiments in the Permanent Education Field. Strasbourg: Council of Europe, Council for Cultural Cooperation, 1977. CCC/EP (77) 3.

Permanent Education. Final Report. Strasbourg: Council of Europe, Council for Cultural Cooperation, CCC/EP (77) 8 revised, 1978.

Pessis-Pasternak, Guitta. *Dictionnaire de l'audio-visuel, français-anglais et anglais-français. Cinéma, photographie, presse, radio, télévision, télédiffusion, vidéo.* Paris: Flammarion, 1976.

Peterson, Richard F. "A Conceptual Framework". *Museum News* 56, no. 5 (Washington, May/June 1978): 19-20.

Pirlot, Constant, ed. *Musée, film, télévision.* Paris: ICOM, 1972.

The Philips - Magnavox/MCA; Magnavision/Disco Vision System. The age of the videodisc has finally arrived. *Educational & Industrial Television* (USA, Danbury January 1979): 33, 78.

Planque Bernard. "Vors l'âge de raison?" *Sonovision*, no. 205 (Paris, Mai 1978): 37-39.

Planque, Bernard. "De quoi, de quoi?" *Sonovision* no. 210 (Paris, Novembre 1978): 20.

Wallace, Brenda. "Plugging into the Audio-visual Revolution." A seminar report. *CMA/AMC Gazette* 7, no. 4 (Ottawa, October 1973) 11-12.

Postman? Leo. "Human Learning and Audio-Visual Education." *AV Communication Review* 9, no. 5 (September/October 1961)

Les programmeurs de multivision. *Sonovision* (Mars 1979): 52-62.

"Qu'est-ce que l'Institut National de l'audiovisuel?" *Culture et Communication* no. 10 (Octobre 1978): 47-54.

Quinion Michael B. "Slide - Tape Presentations." *Museums Journal* 76, no. 1 (London, June 1976): 13-14.

Quiniou, Jean Claude. *Télématique, mythes et réalités*. Paris: Gallimard, 1980.

Radeford, Thomas. "From A to V. Audio-visual for exhibits." *Museum News* 52, no. 5 (January/February 1974): 36-40.

Reflections on Communications in Museums by Some Scandinavians. Stockholm: Nordiska museet kungl. boktryckerist PA Norstedt Et Söner, 1974.

Ripley, Dillon S. *The Sacred Grove. Essays on Museums*. New York: Simon and Schuster, 1969.

Ripley, Dillon S. "Museums: Evolution or Revolution." *The Museologist* no. 122 (March 1972): 4-10.

Rivière, Georges Henri. "The Organization and Function of the Museums." *Museum* 2, no. 4 (Paris 1949).

Rivière, Georges Henri. Le musée: instrument pour la prise de conscience des problèmes de l'environnement. Rôle du musée d'art et du musée des sciences humaines et sociales." *Museum* 25. no.1-2 (Paris 1973): 26-44.

Roberts, Martin. *Video Cassettes. The System, the Market, the Future*. Beverly Hills, California: Martin Roberts and Associates, Inc., 1970.

Robinson Glass, Tora and Janet Landy. "Media. Evaluating the Arnsberg Tapes." *Museum News* 55, no. 6 (July/August 1977).

Robinson Hoth, Sue. "Resources for Lifelong Learning." *Museum News* 56, no. 5 (May/June 1978): 61-69.

Rodwell, Susie. "The Economic Analysis of Educational Technology Decisions." *Visual Education* (London, August/September 1978): 27.

Roizen, Joe, ed. "Mavica: Sony's New Ace." By N. Kihara and T. Nakamura in cooperation with the editor. *Video Systems* (November/December 1975): 26-28.

Rohmeder, Jürgen. "Audiovisuelle Medien." in *Methoden und Medien der Museumsarbeit. Pädagogische Betreuung der Einzelbesuchen in Museum, mit Karikaturen von Marie Marcks*. Köln: Du Mont Buchverlag, 1977.

Romiszowski, A. J. *Selection and Use of Instructional Media*. London: Kogan Page, 1974.

Rosenfeldt, Marilyn. Audio-guides. Are they a Marketable Commodity for Museums?

Ross, David A. "Search for Tomorrow. Museum Participation in Television." *Museum News* 52, no. 5 (Washington, January/February 1974): 55–57.

Rushton, Brian N. "Producing and Selling Quality Service to Education, Slides." *Museum News* 46, no. 5 (Washington, January 1968): 27–32.

Salaün, Jean-Michael. "De la vidéo-gazette au centre de ressources. L'innovation au langue audiovisuel." *Sonovision* no. 207 (Paris, Juillet/Août 1978): 38–41.

Schafer, Paul. *Aspects of Canadian Cultural Policy*. (Studies and documents on cultural policies). Paris: UNESCO, 1976.

Schonberg, Harold C. "Tapes help Museum to Offer Centuries of Exotic Music." *The New York Times* (New York), February 5th, 1973.

Science Museums and the Future. Proceedings of the Australian UNESCO Seminar, Brisbane, 16–19 November, 1976 (Sydney: Australian National Commission for UNESCO 1977.

Sée, Geneviève. "L'utilisation des musées a l'école active." *École Française* no. 4, 1951.

Seguin, Marie-Chantal. Ordinateur et 3/4 de pouce: «Studiö See». *Sonovision* no. 204 (Avril 1978): 21–23.

Seminario La formación del personal técnico de museos, Barcelona. Paris: ICOM e Barcelona: Disputación provincial de Barcelona, 1975.

Servan-Schreiber, Jean-Louis. *Le Pouvoir d'informer. Qui le détient comment il s'exerce ce qu'il sera demain*. Paris: Robert Laffont, 1972.

"Seven New AV Training Kits Available for Loan." *History News* 30, no.4 (Nashville, April 1975): 81.

Shamberg, Michael and Raindance Corporation. *Guerilla Television*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1971.

Shannon, Joseph. "The Icing is Good, But the Cake is Rotten." *Museum News* 52 no. 5 (January/February 1974): 28–34.

Shaw, Marilyn B. *Adult Education in the Art Museum: A Content Analysis of Acoustical Guides in American Art Museums*. Blacksburg, Virginia: Virginia Polytechnic Institute, 1976.

Siegel, Seymour. "Radio and Television in Museum Education." *Museum News* no. 29 (Washington, February 15, 1952): 6–8.

Stephen Thomas, W. "A New Museum Orientation Theater: An Experiment in Interpreting Exhibits at the Rochester Museum and Science Center." *The Museologist* no. 122 (March 1972): 18–20.

Special ecomusée. *CRACAP Informations* no. 213 (Le Creusot 1976): 1–122.

Stránský, Zbyněk. Z. "Pojam Muzeologije." (poglavlje: Teorija muzejske komunikacije). *Muzeologija* no. 8 (1970): 61–72.

Strong, Roy. "Museums: new horizons for the seventies. Session 1. The Next decade." *Museums Journal* 70, no. 3 (London, December 1970): 102–104.

Strykowski, Waclaw. "Zastosowanie środków audiovizualnych w pracy oświatowej muzeów. Założenia teoretyczne i praktyka." *Materiały ogólnopolskiej konferencji oświatowej, Poznań, Muzeum Narodowe, 21–24. 9. 1972.* (red. par) Dominika Cicha. Poznań: Muzeum Narodowe, 1973.

Suarez, Diana and Gail Pierris. *Museum Media. MAT - Museum Education Graduates*, 1978.

Sultan, Josette et Jean-Paul Satre. *La Télévision à la porte de l'école: les instituteurs et la télévision*. Paris: Documentation française, 1981.

Télécommunications, objectif 2000. Sous la direction d'Albert Glowinsky; pref. de Gérard Thery. Paris: Dunod. 1980.

Terakowski, Janusz. "Film w pracy oświatowej muzeum etnograficznego." *Rocznik Muzeum etnograficznego w Krakowie* 3 (1968): 273–295.

Thinking about the Future: A Critique of 'The Limits to Growth'. ed. Cole, H. S. D., Freeman Christopher, et. all. London: Chatto and Windus, 1974.

Thomas, Nicolas. "Finds of the Year: A Television Programme for Museums." *Museums Journal* 87, no. 3 (London, December 1967): 203–211.

Thurman, John. "More Than Meets the Ear. Media." *Museum News* 56, no. 2 (November/December 1977): 11–18.

Tibone, Maria Luisa. *Il museo, un incontro nuovo*. Torino: Paravia, 1977.

Tigne, Mary Ann. "Tuning in to Audio Tours." *Museum News* 54, no. 5 (May/June 1976): 53–60.

Tkalčić, Vladimir. "Muzeji kao sredstvo pučke prosvjete." *Zbornik za pučku prosvjetu* sv.1–2 (1/1922): 16–19.

Tkalčić, Vladimir. "Na putovima socijalističke muzeologije." *Predavanje na I kongresu i seminaru muzejskih radnika Jugoslavije u Zagrebu 1947. Bilten - Informativa Museologica* no. 10 (prosinac 1971).

Toker, Franklin K. B. "Slide Tapes for Art Museums." *Museum News* 47, no. 1 (September 1968): 50–55.

"Today's Museums in tomorrow's Society." *Science on the March* 51, no.2 (June 1971): 16.

Tosi Virgilio. *Cinematography and Scientific Research*. Paris: UNESCO, 1977.

Trowbridge, N. E. *The New Media Challenge*. London: McMillan, 1974.

Turner, Peter. "Education and Training at Audio-Visual 78." *Visual Education* (London, August/September 1978): 33–34.

UNESCO regional seminar on the educational role of museums, Rio de Janeiro, Brazil, 7-30 September 1958. Report by the director of the seminar, Georges Henri Rivière (Director of ICOM). Paris: ICOM (Educational Studies and Documents no. 38) 1960.

"L'utilisation du film dans les musées modernes." *Museum* 1, no. 3-4 (1948): 208–209.

Van den Sande, P. "Moyens audio-visuels modernes et leur utilisation au ZOO." *ZOO* 42, no. 1 (Juil 1976): 9–10.

Van Zwolle, H. J. "De geluidspresentatie in de David Roenzaal." *Bulletin van het Rijksmuseum* no. 3 (1970): 146–150.

Varine-Bohan, Hugues de. "The Modern Museum: Requirements and Problems of a New Approach." *Museum* 28, no. 3 (1976): 131–144.

Vogelpoel E. "Audio-Visual Devices." *Kalori* (Sydney) no. 31 (August 1965): 29–34.

Vojnović, Zdenko. "Naučno-prosvjetni zadaci muzeja." *Muzeologija* no. 1 (1953): 19–33.

Vollrath, Wolfgang. "Praktische. Erfahrungen mit Lichtbildern zur Einführung in Ausstellungen." In *Die Praxis der Museumdidaktik. Bericht über ein internationales Seminar der Deutschen UNESCO-Kommission 21. Veranstaltet in Zusammenarbeit mit dem Museum Folkwang von 23. bis 26. November 1971, Essen, Pullach/München*. Köln: Verlag Dokumentation für Deutschen UNESCO-Kommission, 1974.

Vrišer, Sergej. „Muzeji in sodobni svet“. *Informatica museologica* no. 5 (1979) Völkerkundemuseum morgen - Aufgaben und Zeite. *Zeitschrift für Ethnologie* 101, no. 2 (1976): 198–313.

Waldius, Ake and Ted Weisberg. "Video i studiecircles"/"Vidéo et cercles d'étude". *Pa gang utställningsverien*, Stockholm, Riksställningar, no. 4–5, 33–35.

Wallace, Brenda. "Plugging Into the Audio-Visual Revolution."/"Au pas de la révolution audio-visuelle." A seminar report. *CMA/AMC Gazette* 7, no. 4 (Ottawa, October 1973): 11–12.

Washburn, Wilcomb, E. "The Museum's Responsibility in Adult Education." *Curator* 7, no. 1 (New York 1964): 33–38.

Webb, Michael. "Film Programs: Where to Go for Help." *Museum News* 54, no. 6 (Washington, July/August 1976).

Wenger, Maurice."La télévision éducative au Suisse romande." *Sonovision* no. 205 (Paris, Mai 1978): 72

Wengen, Ger van and T. A. Swart. "Museum en Openbaar Kunstbezit." *Bulletin KNOB* 74, no. 1. (Amsterdam, Fev. 1975): 44–50.

Wiring the World. The Explosion in Communications. Joseph Newman, ed. U.S. News & World Report Inc., 1971.

Wisselmann, Rolf. "Museumsdidaktik für Film und Fernsehen". In *Die Praxis der Museumdidaktik. Bericht über ein internationales Seminar der Deutschen UNESCO-Kommission 21. Veranstaltet in Zusammenarbeit mit dem Museum Folkwang von 23. bis 26. November 1971, Essen, Pullach/München*. Köln: Verlag Dokumentation für Deutschen UNESCO-Kommission, 1974.

Wittich, Walter Arno and Charles Francis Schuller. *Audio-Visual Materials. Their Nature and Use*. New York: Harper and Brothers, 1953.

Wittlin, Alma S. "Hazards of Communication by Exhibits." *Curator* 14, no. 2 (1971): 138–152.

Wittlin, Alma S. "Commonsense Versus Universitology." *Museums Annual* no. 3 (1971): 19–21.

Wittlin, Alma. *Museums: In Search of a Usable Future*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 1970.

Wittlin, Alma. *The Museum: Its History and Its Tasks in Education*. Ed. By Karl Manheim. London: E. C., Routledge and Kegan Paul Ltd., 1949.

Wystawa "Audio-visual at Work" /Brighton/ (Biuletyn informacyjny Zarządu muzeow, Warszawa, no. 112 (Juin/Août 1974): 97-100.

Youngblood, Gene. *Expanded Cinema*. New York: E. P. Dutton and Co. Inc., 1970.

Zelle, Ann. "The Artist via Videotape: Conversations with Jacques Lipchitz", *Museums Annual* no 4 (1972): 25-29.

Zetterberg, Hans L. *Museums and Adult Education*. London: Evelyn, Adams and Mackay for the ICOM, 1968.

Tomislav Šola, TOWARDS A TOTAL MUSEUM

Having the roots of their existence and origin in the human instinct for prestige and resistance to transience, museums were discovered as a mechanism of wisdom and protection of the dignity of life. Their progress toward these goals have been achieved through tremendous efforts, but within a rational and pragmatic system of values: the spiritual aspect of the museum mission is inhibited by the traditional spirit from the time of emergence of the modern museum institution. The electronic revolution has produced the third wave of civilization and it implies a fundamental change of the spirit. There is *movens* hiding in the technology of data storage and processing which will change museums and enable them to truly fulfil their mission.

In order to survive, a museum must be needed and used; therefore it must possess immediate action. Contemporary museum, and it especially pertains to the future museum, will be a counteractive mechanism of the society, a corrective in disparate events, which will contribute to the management of the “Spaceship - Earth” as true wisdom of the Council of Elders.

During the last fifteen years or so, the traditional museum model has been giving way to the so-called Third Generation - the Third Wave museums. Their ambitions are bigger although it may appear they require and imply less. Following the industrial civilization, which with the madness of fascism showed its end goals and destiny of grand schemes that allowed no place for the individual entity, it is the task of the group entities to defend interests and particularities of separate identities, even when it comes to the individual, people, endangered plant species or parts of nature...

“Evidence” in museums is not sufficient and does not meet the protection requirements. The transfer of information from the past, transfer of the complex human experience and documenting

changes of the entire environment are no more possible and even necessary to achieve through the ordinary museum workflow. The powerful potential of technology will become a means of destroying the planet or a means of achieving the dream of immortality. In these grandiose planetary events, museums can be both objects and subjects, which means they may turn into passive data banks, or they may become an important factor of growing and survival of the human race.

The purpose of this study was to support the known theses with new arguments, raise relevant questions to be answered by theory and practice of the museum mission and bring forth the theses that critically determine the future of the museum institution and its role in the protection of universal heritage: the Museum is a creative medium and its message converges with the artistic one; the future is possible only in conjunction with the new IT revolution; the new information technology, and eventually the audio-visual technology is not a mere tool, but also a new spiritual outlook; museology must evolve into a comprehensive theory of heritage; the cybernetic, counteractive nature of the museum must have its basis in theory; museum as a mechanism to protect the identity cannot be a means of subjugation; the point of reaching the ideal of the museum mission is the total museum, as a new awareness of the overall environment unlimited with space and time....

BIOGRAFIJA

Tomislav Šola je rođen u Zagrebu, 1948. Studirao je arhitekturu, povijest umjetnosti i engleski jezik u Zagrebu, muzeologiju u Zagrebu i Parizu, te novinarstvo u Zagrebu. Doktorat iz muzeologije obranio je na sveučilištu u Ljubljani s radom na temu „Prema totalnom muzeju”.

Strukovnu karijeru započeo je kao kustos (1975-81) u *Galeriji primitivne umjetnosti*, dijelu današnjeg *Muzeja suvremene umjetnosti* u Zagrebu. Od 1981. do 1988. je bio direktor *Muzejskog dokumentacijskog centra* u Zagrebu gdje je bio glavni i odgovorni urednik časopisa “*Informatica Museologica*”, te zbornika “*Muzeologija*”. Objavio je jednu umjetničku monografiju (Ivan Lacković), brojne predgovore katalogima, te članke o umjetnicima i izložbama (52). Od 1980. piše pretežno o temama iz muzeologije i muzejske prakse. Napisao je knjigu “*Essays on Museums and their theory - towards the cybernetic museum*” (Finnish Museums Association, Helsinki, 1997). Za tu je knjigu 1998. dobio nagradu “*J.J.Strossmayer*” HAZU. 2003. godine knjiga je prevedena i izdana u proširenom izdanju u Zagrebu. Objavio je i poglavlja u pet knjiga izdanih u Velikoj Britaniji, te oko 265 radova u strukovnim časopisima i novinama. *Hrvatsko Muzejsko društvo* izdalo mu je knjigu “*Marketing u muzejima ili o vrlini i kako je obznaniti*” koja je 2002. primila godišnje priznanje struke (ubrzo potom se pojavilo i beogradsko izdanje iste knjige kod *Clia*). Neki radovi prevedeni su, ukupno, na jedanaest jezika. Sudjelovao je vlastitim prilogom na 20-tak međunarodnih skupova u 17 zemalja širom svijeta.

Profesor Šola je održao oko 300 sati pozivnih predavanja u brojnim zemljama (Indija, Finska, Švedska, Kanada, Španjolska, Čehoslovačka, Slovenija, Francuska, Turska, V. Britanija, Srbija, Danska, Velika Britanija). Redovno je, više godina, predavao na Međunarodnoj ljetnoj školi muzeologije u Brnu (ISSOM/Unesco), na Sveučilištu u Ljubljani (postdiplomski) i na Školi za Evropsku baštinu u Barceloni (gdje je bio i član Akademskog odbora). Danas

280 još redovno predaje na Univerzitetu umetnosti u Beogradu – Postgraduate Studies in Cultural Management and Cultural Policy in the Balkans (Francuska vlada, UNESCO, Paris IX etc.), te po pozivu u Seminaru za muzeologiju i heritologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu. U Finskoj (Jyvaskyla) je osnovao (1990) Međunarodnu školu za studij baštine (ISSHS) i na njoj predavao do 2009. U istom gradu je započeo projekt centra za baštinu “To je Finska”.

Reference:

Organizovao je godišnje konferencije triju međunarodnih komiteta svjetske muzejske organizacije (ICOFOM, ICTOP, CIMAM). U Finskoj (Jyvaskyla) osnovao (1990) Međunarodnu školu za studij baštine (ISSHS). U dva mandata predsjednik Nacionalnog komiteta ICOM/UNESCO (1981–1987), jedan od pet izabраниh članova Izvršnog savjeta te svjetske organizacije (1983–1986), i član Izvršnog odbora (ICOFOM/ICOM).

Autor je nekoliko projekata obnove ili izgradnje muzeja: Muzej Narodnog parka Triglav, Muzej novije zgodovine (Ljubljana), Pokrajinski muzej (Maribor), Tehnički muzej (Zagreb). Autor je projekta „Slovenianum“ (Ljubljana), te ideje i prve faze projekta (1999) „Mostovi – virtualni muzej Evrope“ (Bonn). 2003/04 je izradio koncepciju Židovskog kulturnog centra u Zagrebu, 2004–2005 savjetnik je Vlade Crne Gore u reorganizaciji brige za baštinu.

2004. postao predsjednik Zajednice za kulturni turizam pri Hrvatskoj gospodarskoj komori.

Najnoviji radovi uključuju projekte na reorganizaciji Narodnog muzeja u Zadru, Muzeja vjetra u Istri i Muzeja iseljništva (Zagreb). 2002. osnovao je nevladinu organizaciju „Evropska udruga za baštinu“. Autor je koncepta i organizator godišnje manifestacije „The Best in Heritage“ u Dubrovniku (www.TheBestInHeritage.com), te bialne manifestacije “Excellence Club” koja se održava u sklopu Koelnmesse’s sajma Exponatec u Koelnu, Njemačka.

Od 2010. učesnik je na potprojektu *Strategije baštinjenja* koje Ministarstvo za nauku Srbije finasira u okviru projekta *Instituta za*

noviju istoriju pod nazivom Tradicija i transformacija: istorijsko nasleđe i kolektivni identitet u Srbiji u 20. veku.

Član je redakcijskih savjeta časopisa “Museum Practice” (MA, UK), “Museum International” (UNESCO) i “International Journal of Heritage Studies” (UK);

Član Savjetodavnog komiteta svjetske organizacije *Museums for Peace*.

Član Naučnog Savjeta Instituta za Katalonsku baštinu, Girona, Španjolska.

Član Savjeta Europa Nostra, Haag, Nizozemska.

Član Savjeta Centra za muzeologiju i heritologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu.

Poklonik inovacije i “proučavanja” budućnosti: autor desetak nerealiziranih projekata muzeja, atrakcija, *experience industry* projekata.

IZBOR IZ BIBLIOGRAFIJE

Tomislava Šole

De la vanitat a la saviesa (From Vanity to Wisdom). Girona: Institut Catala de Recerca en Patrimoni Cultural, 2009.

“Heritage and human development”, In *World Heritage and Sustainable development: International Conference publication: Heritage 2008*. Porto: Green Lines Institute, 2008, 11–19.

“Museums and potentials for development of traditional crafts”, In *Traditional crafts - a challenge for cultural tourism: International Conference Proceedings*, Donja Stubica: 2008, 28–33.

“Museums in Croatia - a brief review.” *Museum Aktuell*, (April 2008): 10–13.

The Best in Heritage (6) 2007 - Interactive Edition (DVD-ROM). Ed. Šola, T., D. Babić and E. Šilić. Zagreb: Novena, 2008.

“Será el museo Capaz de defenderse? Una mirada sobre la inspiracion el ecomuseo / /Filosofia y tipologia de los museos locales.” *Mus-A Revista de los Museos de Andalucía*, No. 8 (Julio 2007): 30–39.

The Best in Heritage (5) 2006 - Interactive Edition. (DVD-ROM). Ed. Šola T., D. Babić and E. Šilić. Zagreb: Novena, 2007.

“La définition du musée : étendue et motifs.” In *Vers une redéfinition du musée ?* (Sous la direction de François Mairesse et André Desvallées; avant-propos de Michel Van-Praët. Paris: L’Harmattan, 2007.

“The return or the three faces of Europe.” In *Cultural Heritage in the 21st Century: Opportunities and Challenges*. Krakow: Research Institute of European Heritage, International Cultural Centre, 2006.

“Can theory of Heritage help peace?” In *Museums for Peace: A Contribution to Remembrance, Reconciliation, Art and Peace*. Gernika-Lumo: Fundacion Museo de la paz de Gernika, 2006, 360–365.

The Best in Heritage (4) 2005 - Interactive Edition. (DVD-ROM). Ed. Šola T., D. Babić and E. Šilić. Zagreb: Novena, 2006.

“What theory? What heritage?” *Nordisk Museologi* (2005/2): 3–16.

“The Best in Heritage: The 4th annual presentation of awarded projects in museum, heritage and conservation.” *Museum Aktuell* (April 2005): 31–32.

“Redefining collecting” In *Museums and the future of Collecting* ed. Knell, Simon J. Aldershot: Ashgate Publishing Limited, 2004, 250–260.

“The importance of being wise or could museum archaeology help us be better professionals” In *Archeologia del museo*. Ed. Lenzi, Fiamma e Andrea Zifferero. Bologna: Editrice Compositori, 2004, 11–16.

Marketing u Muzejima: ili o vrlini i kako je obznaniti. Zagreb: Hrvatsko muzejsko društvo, 2001.

“Redefining Collecting.” In *Museums and the Future of Collecting*. (first edition) Ed. Simon J. Knell. Ashgate : Aldershot, 1999.

Začarane minijature u prostoru. Bahunek. ed. Burt Chernow. Zagreb: Nakladni zavod Globus, 1998.

“Museums, museology, and ethics: a changing paradigm.” In *Museum Ethics*. ed. Gary Edson. London: Routledge, 1997.

Essays on Museums and their Theory: towards the cybernetic museum. Helsinki: Finnish Museums Association, 1997.

“The European Dream and Reality of Museums: a report from South-East”. In *Museums and Europe 1992*. ed. Susan Pearce. London: The Athlone Press, 1992.

“Museums and Curatorship” In *The Museum Profession*. ed. Gaynor Kavanagh. Leicester: Leicester University Press, 1991.

“The Museum Curator: enedangered species.” In *Museums 2000*. Ed. Patrick Boylan. London: Association Routledge, 1990.

Ivan Lacković-Croata. Zagreb: Mladinska knjiga, 1986.

Antimuzej: bibliofilsko izdanje. Zagreb: Zbirka Biškupić, 1985.

INDEKS

- ACNAV v. Nacionalno katehitičko udruženje za audio-vizuelne medije
Ajfel, G. (Eiffel, G.) 243
Ajzenbajs, M. (Eisenbeis, M.) 154, 155, 156, 256
Ajzenštajn, S. (Eisenstein, S.) 85
Alderson, V. T. (Alderson, W. T.) 155, 221
Aleksander, Edvard P. (Alexander, E. P.) 73, 88, 153, 154, 156, 157, 221-2
Alt, N. B. 222-3
Američki muzej istorije prirode (The American Museum of Natural History),
Njujork 190
antimuzej 164
Američko udruženje muzeja 161
Antropološki muzej (Museo de Antropologia), Meksiko Siti 70, 151
Argan, Đ. K. (Argan, G. C.) 153
Asocijacija za muzejsku dokumentaciju (Museum Documentation Association),
London 37
audio-vizuelno (AV) 11, 179, 180-181, 183, 185-192, 194-95, 199, 201-02, 206,
209, 213-17, 228, 232
Bakminster Fuller, R. (Buckminster Fuller, R.) 43, 202, 238
Bazala, Ž. (Basala, G.) 55, 222-23
Bauer, A. 256
Bedu, M. 219-20
Bejtson, G. (Bateson, G.) 22, 106
Beneš, J. 156, 221, 254
Berns, V. A. (Burns, W. A.) L. 156
Bergson, A. (Bergson, H.) 221
Bleri, Ž. (Blery, G.) 220
blip kultura 51, 243
Bobur (Beabourg) v. Centar Žorž Pompidu
Bolding, K. E. (Boulding, K. E.) 154
Borkoman, Dž. (Borcoman, J.) 194
Bouls, E. A. (Bowles, E. A.) 54, 55, 219
Branskomb, E. V. (Branscomb, A. W.) 21
Buile, A. (Bouilhet, H.) 222
Bulez, P. (Boulez, P.) 184
Biro, Ž. (Bureau, J.) 56
Burkou, E. (Burcaw, E.) 256
Centar Žorž Pompidu (Centre Georges Pompidou), Pariz 76, 82, 103, 143,
147, 184

- 286 CNAM v. Nacionalni konzervatorijum za primenjenu umetnost
 CNRS v. Nacionalni centar za naučna istraživanja
 CSA v. Visoki savet za audio-vizuelno
 Čedister, R. (Chedister, R.) 219, 222
 Čejs, R. A. (Chase, R. A.) 155
 Černs, A. B. (Cherns, A. B.) 219
 Dajn, R. van 80, 82, 88
 Dambarton Ouks muzej (Dumbraton Oaks Museum), Vašington 39
 Dankan, K. (Duncan, C.) 153, 221, 223
 Darvin, Č. (Darwin, Ch.) 42
 dečji muzej 150
 Dejli, D. (Dailey, D.) 155
 Dejvs, K. V: (Dawes, C. V.) 223
 Desavales, A. (Desvallées, A.) 256
 Dibo, R. (Dubos, R.) 155, 220
 diorama 199
 Direkcija muzeja Francuske (Direction des musées de France), Pariz 206,219
 Dizni, V. (Disney, W.) 85 199, 232-33
 Doksteter, F. (Dockstater, F.) 222
 Drakulić, S. 88
 drugi talas 41-42, 46, 48, 49, 51,199, 228, 242, 247
 Džojz, Dž. (Joyce, J.) 141
 Džons, R. (Jones, R.) 220
 ekomuzej 72, 152, 190, 251
 ekomuzeologija, 190, 252-53
 Ermitaž 187
 Eksploratorijum (Exploratorium), San Francisko 134
 Ešmolian muzej (Ashmolean Museum), Oksford 39
 Evans, M. 255
 Evrar, M. (Evrard, M.) 152, 246
 Fagali, V. (Fagaly, W.) 222-3
 Finli, J. (Finley, I.) 156-57
 Foster, M. K. (Foster, M. K.) 153
 Franjevački komunikacioni centar (Franciscan Communications Center), Los
 Anđeles 191
 Frer, E. (Frere, E.) 220
 Fulkinjoni, E. (Fulchignoni, E.) 220, 223
 Fuentes, K. 70
 Fuks, R. (Fuchs, R.) 87, 92
 Gaković, B. 155
 Galerija Tejt (Tate Gallery), London 125
 Gardner, A. T. E. 154
 Gilborn, K. A. (Gilborn, C. A.) 223
 Gilman, B. 152
 Gilson, E. (Gilson, É.) 153

- Gluzberg, H. (Glusberg, J.) 45, 56, 61, 63, 85, 87, 96, 106, 120, 135, 153-54, 183, 220, 256
- Grouv, R. (Grove, R.) 193, 221
- Gugenhajm muzej (Guggenheim Museum), Njujork 101
- Gutenberg, J. 44, 173, 184
- Guerilla Television 154, 180
- Hadson, K. (Hudson, K.) 95, 104, 141, 154, 155, 218, 220
- Hamer (Hammer), kolekcionar 78
- Hajtauer, Dž. B. (Hightower, J. B.) 221
- Hajzenberg, V. (Heisenberg, W.) 30
- Harison, M. (Harrison, M.) 88, 220
- Hauard, Dž. F. (Howard, J. F.) 220
- Hazelijus, A. (Haselius, A.) 147
- Hegel, G. V. F. (Hegel, G. W. F.) 42
- Hendrik, K. (Hendrick, K.) 255
- heritologija 10, 190, 242, 252-53
- Hjum, R. M. (Hume, R. M.) 153
- Hofburg, Beč 187, 188
- Hoving, T. P. F. 18
- Huper, R. (Hooper, R.) 193, 221-13
- ICOFOM 157, 218, 229, 246-47, 256
- ICOM 37, 42, 56, 62, 108, 111, 157, 161, 178, 190, 203, 210, 215, 222, 229, 247-48
- ICRAM 184
- Iden, F. (Eden, P.) 222
- Ig, R. (Huyghe, R.) 174, 219
- imaginarni muzej 66, 112, 135, 178, 229, 253
- INA v. Nacionalni institut za audio-vizuelno informatička revolucija 17,19,27,28,52,54
- Institut Frenklin (The Franklin Institute), Filadelfija 190
- Institut Smitsonijan (The Smithsonian Institution), Vašington 91
- Intersindikalna grupa za audio-vizuelnu komunikaciju (Groupement inter-syndical de la communication audiovisuelle) 20,
- Jursenar, M. (Yourcenar, M.) 88, 170, 219
- Kameron, D. F. (Cameron, D. F.)
- Kan, M. I. (Khan, M. I.) 220, 222
- Kant, I. (Kant, E.) 42
- Katai, F. 55
- Klajn, P. (Klein, P.) 45
- Klivlend, H. (Cleveland, H.) 256
- Kolekcija Frik (Frick Collection), Njujork 101
- Kondorse, N. (Condorcet, N.) 42
- Krepels, R. 223
- Krosman, K. (Crossman, C.) 222
- Lakan, Ž. F. (Lacan, J. F.) 223

- 288 Lajbnic, G. (Leibniz, G. W.) 42
 La Vilet (La Villette), Pariz 206
 Leč, V. (Laetsch, W.) 154
 Lenbahhaus muzej (Lenbachhaus Museum), Minhen 39
 Ler, A. fon (Loehr, A. von) 152
 Lering, Ž. (Leering, J.) 115
 Lesing, G. E. (Lessing, G. E.) 42
 Limijer (Lumière) 236
 Lipšic, Ž. (Lipshitz, J.) 202
 Ludvig (Ludwig), kolekcionar 77-78
 Luis, M. (Lewis, M.) 221-23
 Lunačarski, A. V. (Луначарский, A. B.) 61
 Luvr (Louvre) 63, 81, 110, 116-17, 167, 180, 187, 219
 Malro, A. (Malraux, A.) 32, 62, 64,66-67,76, 87-88, 102, 109, 135, 154-55, 157-58, 166-67, 169, 174, 185, 205, 218-9, 234
 Mamford, L. (Mumford, L.) 184
 Marčant, S. L. (Marchant, S. L.) 220, 223
 Marineti, F. T. (Marinetti, F. T.) 98
 Markoni, Đ. (Marconi, G.) 44
 Marks, K. (Marx, K.) 42
 Maroević, I. 154, 256
 MDA v. Asocijacija za muzejsku dokumentaciju
 Međunarodni komitet za dokumentaciju (International Committee for Documentation) 37
 Mekluan, Maršal (McLuhan, M.) 17, 19, 21, 28-31, 36, 42-43, 48, 55-56, 60, 62, 75, 79-81, 87-88, 142, 154-55, 173-74, 176-77, 181-84, 190-91, 202, 218-22, 255
 Merime, P. (Mérimé, P.) 73
 Metropolitan muzej (The Metropolitan Museum of Art), Njujork 63, 78, 95, 101, 103, 111, 114, 119, 127, 193, 202, 204-5
 Mil, Dž. S (Mill, J. S.) 42
 Miler, N. (Miller, N.) 222
 Mink, A. (Minc, A.)
 mnemozofija 9, 10
 MoMA v. Muzej moderne umetnosti
 Montebelo, G. F. de (Montebello, G. P.) 63, 95, 103, 154, 166
 Morli, G. (Morley, G.) 154
 Mota, M. M. da (Mota, M. M. da) 256
 Muzej afro-američke umetnosti (Museum of African American History), Boston 151
 Muzej Anakostije (Anacostia Neighborhood Museum), Vašington 124, 150-51
 Muzej australske demokratije (Museum of Australian Democracy), Kanbera 68, 192, 205
 muzej bez zidova 43, 239
 Muzej Barrio (Museo del Barrio), Njujork 151

- Muzej Bruklina (Brooklyn Museum), Njujork 39, 101
Muzej čoveka (Musée de l'Homme), Pariz 83, 148
Muzej Izabele Stjuart Gardner (Isabella Stewart Gardner Museum), Boston 39
Muzej Karnavale (Musée Carnavalet), Pariz 39
Muzej Le Krezo (Musée de la Communauté Le Creusot Montceau-Les-Mines)
72, 125, 152
Muzej moderne umetnosti (Museum of Modern Art), Njujork 101
Muzej nauke i industrije (Museum of Science and Industry), Čikago 190, 200
Muzej primenjene umetnosti (Kunstgewerbemuseum), Hamburg, 117
Muzej Studio (Studio Museum), Njujork 151
Muzej tehnike (Tekniska Musset), Stokholm 190
Muzej umetnosti i tradicije (Musée national des Arts et Traditions Populaires), Pariz 148
Muzej Van Abe (Van Abbemuseum), Ajndhoven 65, 115
Muzej Viktorije i Alberta (Victoria and Albert Museum), London 115, 143, 194
muzeologija 82, 95, 99, 111-2, 181, 228-9, 242, 245-8, 251
muzeografija 246, 252
MuWoP (Museological Working Papers) 246-7, 256
Nacionalna galerija Kanade (National Gallery of Canada), Otava 143, 194
Nacionalni centar za naučna istraživanja (Centre National de la Recherche Scientifique - CNRS), Pariz 184
Nacionalni institut za audio-vizuelno (Institut national de l'audiovisuel - INA), Pariz 20, 184, 240
Nacionalni konzervatorijum za primenjenu umetnost (Conservatoire National des Arts et Métiers), Pariz 20,
Nacionalni muzej američke istorije (National Museum of American History), Vašington 149
Nacionalni park Kamarg (Parc Naturel Régional de Camargue) 198
Nacionalno katehetičko udruženje za audiovizuelne medije (Association catéchétique nationale pour l'audiovisuel - ACNAV) 177-8
Namut, H. (Namuth, H.) 202
Nilson, V. (Nielson, W.) 93
Nanej, F. (Niney, F.) 21, 54
Nobl, Dž. (Noble, J.) 97, 153, 161-2
Nora, S. (Nora, S.) 19, 54-6, 88, 109, 154, 255
Nordijski muzej (Nordiska museet), Stokholm 147, 220, 254
nova muzeologija (Muséologie Nouvelle) 108, 152, 156, 190, 248
Ogrizović, V. 88
Old Starbridž Vilidž (Old Sturbridge Village) 136
Old Vilijamsburg (Old Williamsburg) 136
Openhajmer, F. (Oppenheimer, F.) 134, 148
Orvel, M. (Orvell, M.) 55, 219
Ošer, M. (Osher, M.) 187, 220, 222, 255
Palata otkrića (Palais de la Decouverte, Pariz) 190

- 290 Par, A. E. (Parr, A. E.) 200
 Paster, L. (Pasteur, L.) 173
 Pitagora 209
 Polok, Dž. (Pollock, J.) 202
 prvi talas 41, 242
 Radeford, T. (Radeford, T.) 153, 221
 Rajnhard, Dž. (Reinhardt, J.) 157
 Rankin, L. J. (Rankine, L. J.) 54
 Rejni, F. G. (Rainey, F. G.) 155
 Rembrant, H. van Rijn 78
 Rip Kirbi (Rip Kirby) 138
 Ripli, D. S. (Ripley, D. S.) 36, 55, 87-9, 110, 139, 146, 152-154, 156, 170, 219
 Rive, P. (Rivet, P.) 83, 148, 151, 156
 Rivijer, Ž. A. (Rivière, G. H.) 71, 98, 108, 132, 148, 152, 156, 222, 246, 250, 256
 Roberts, M. (Roberts, M.) 56
 Ros, D. A. (Ross, D. A.) 223, 241, 255
 Rosak, T. (Roszak, T.) 71
 Rozenberg, H. (Rosenberg, H.) 120
 Saldern, A. fon (Saldern, A. von) 87, 88, 152, 154, 219
 Sales, Ž. (Salles, G.) 219
 Sandberg, V. (Sandberg, W.) 55, 86, 88
 Sartr, Ž. P. (Sartre, J. P.) 62, 138, 144, 155
 Sekelj, T. 256
 Sejler, Dž. (Sailer, J.) 152
 Servan-Šrajber, Ž. L. (Servan-Schreiber, J. L.) 24, 54-56, 154, 181, 220
 Sezan, P. (Cézanne, P.) 76
 Sherman E. Lee and Edward B. Henning, 154
 Simon, H. A. 27,
 Skansen 147
 Smit, A. H. (Smith, A. H.) 147, 156
 Smitsonijan v. Institut Smitsonijan (The Smithsonian Institution), Vašington
 200
 Sofka, V. 256
 Stiven, T. V. (Stephen, T. W.) 221
 Stansfild, Dž. (Stansfield, G.) 256
 Stranski, Z. Z. (Stránsky, Z. Z.) 154, 245-46, 256
 Strong, R. 91, 93, 135, 153, 154, 155
 Šamberg, M. (Shamberg, M.) 54 99, 153, 154, 219-20
 Šenbrun (Schönbrun), Beč 188
 Šenon, Dž. (Shannon, J.) 21,22, 218, 222
 Šrajner, K. (Schreiner, K.), 218, 256
 Štajn, G. (Stein, G.) 96
 Tener, E. H. (Tenner, E. H.) 55, 219
 Tofler, A. 41-42, 48-49, 50-51, 55-56, 88, 132, 154, 191, 228, 254
 totalni muzej 9, 243

- treći talas 32, 42-43, 48-49, 51,151,191, 232, 242-43, 252
Trokut, Vladimir Dodig 157,164, 256
Turgo, A. R. Ž. (Turgot, A. R. J.) 42
Umetnička galerija Ontarija (Art Gallery of Ontario), Ontario, 125
UNESCO 60,66, 101, 108, 110, 111
Urs, M. (Madelain Hours) 60, 87
Valeri, P. (Valéry, P.) 98
Varan-Boan, I. de (Varin-Bohan, H. de) 92, 152, 153, 156, 170, 246
Versaj (Versailles) 187, 188
Viole-le-Dik, E. (Viollet-le-Duc, E.) 73
Vilar, Ž. I. (Veillard, J. Y.) 157, 256
Wilson, M. L. (Wilson, M. L.) 220
Visoki savet za audiovizuelno (Conseil supérieur de l'audiovisuelle), Pariz
Vitlin, A. (Witllin, A.) 88, 128, 142, 155-156, 185, 195, 220, 254
Vitman, Dž. (Whitman, J.) 153-54, 156
Vogelpoel, E. 221, 223
Vošburn, V. E. (Washburn, W. E.) 155
Zele, E. (Zelle, A.) 222
Zeterberg, H. L. (Zetterberg, H. L.) 156
Zontag, S. (Sontag, S.) 66, 88, 153
Žid, A. (Gide, A.) 96, 118, 119, 134, 138, 153-55, 250-51
Žirodi, D. (Giraudy, D.) 155, 222

CIP - Каталогизација у публикацији.

Народна библиотека Србије, Београд

069.01 069:004]:316.77

ШОЛА, Томислав, 1948-

Prema totalnom muzeju / Tomislav Šola. -

Beograd : Centar za muzeologiju i heritologiju Filozofskog fakulteta, 2011

(Kruševac : Sigraf). - 292 str. ; 25 cm. (Biblioteka: Mnemosophia; knj. 1, tom 1)

Tiraž 500. - Str. 9-10: Dobronamernost mnemozofije / Dragan Bulatović. - Biografija:

str. 279-281. - Napomene i bibliografske reference na kraju teksta. - Bibliografija: str. 259-275.

- Summary : Towards a Total Museum. - Izbor iz bibliografije Tomislava Šole: str. 283-284. -

Registar.

ISBN 978-86-88803-04-5

а) Музеологија б) Музеји – Информациона технологија COBISS.SR-ID 187593484

IZDANJE SU OMOGUĆILI:

Ministarstvo kulture Republike Srbije
Narodni muzej iz Kruševca
i Muzej Ras iz Novog Pazara
u okviru projekta: *Ka novom muzeju*

Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije
u okviru projekta: *Tradicija i transformacija: istorijsko nasleđe i nacionalni identitet u Srbiji u 20. veku*, i podprojekta *Strategija baštinjenja (47019)*, Instituta za noviju istoriju, iz Beograda.



Centar za muzeologiju i heritologiju
Filozofskog fakulteta u Beogradu
www.heritagefbg.info

Biblioteka MNEMOSOPHIA
urednik: Dragan Bulatović

Prvo kolo

- ♦ Tomislav Šola, KA TOTALNOM MUZEJU
- ♦ Vojćeh Glužinjski, KA USPOSTAVLJANJU MUZEOLOGIJE
- ♦ Dragan Bulatović, MUZEOLOŠKA TEORIJA SVEDOČANSTVENOSTI
- ♦ Angelina Milosavljević-Ault, IKONOGRAFIJA ITALIJANSKIH STUDIOLA XV I XVI VEKA U SLUŽBI VLADARSKE IDEOLOGIJE
- ♦ Nenad Radić, ZBIRKA JOSIPA BROZA TITA KAO SLIKA MOĆI
- ♦ Milan Popadić, MNEMOTEKTURE ILI PROSTORNO-MEMORIJSKI SISTEM MUZEOLOŠKE VREDNOSTI
- ♦ Nikola Krstović, MUZEALIZACIJA SVAKODNEVICE KAO PREDMET SKANSENOLOGIJE

