

Milena Jokanović

УДК 069.12:316.774]:379.822

Univerzitet u Beogradu

Filozofski fakultet

Odeljenje za istoriju umetnosti

Seminar za muzeologiju i heritologiju

SAM ILI USAMLJEN? POSETILAC U (VIRTUELNOM) MUZEJU

Apstrakt: Još od Kabineta čudesa, preteča modernih muzeja, posetilac je onaj koji kontemplira hodajući kroz odaje ispunjene nagomilanim predmetima. Za razliku od publike u teatru, koja masovno u određenom vremenskom intervalu doživljava delo, u modernim muzejima pojedinac može samostalno da korača kroz postavku, tumačeći različite značenjske odnose između predmeta. Pojavom sajber muzeja pak, samoću posetioca u kontemplativnom činu nadrašta usamljenost posmatrača pred ekranom. Kao i tradicionalni muzej, ovaj tehnološki konstrukt zamišljen je da komunicira ljudske vrednosti i istoriju čoveka, ali uz pomoć kliktanja miša i piksela koji predstavljaju slike artefakata. Interakcija sa drugima, ali i sa samim, fizički prisutnim predmetima okruženim austom, prilikom posete virtuelnom prostoru – izostaju. U radu ćemo pratiti odnose koji se vremenom uspostavljaju između muzeja kao medija i njegovih, sve usamljenijih, posetilaca.

Ključne reči: muzej, posetilac, medij, publika, virtuelni prostor.

Preteča moderne muzejske institucije, smatra se, jeste renesansni i barokni kabinet čudesa, odnosno kabinet kurioziteta i umetnina. Kolekcije ovog tipa, iako veoma pažljivo kreirane i uređivane, posećivalo je samo probrano, bogato stanovništvo blisko vlasniku ovog mnoštva najrazličitijih predmeta. Vremenom, ove naizgled haotične zbirke, zajedno sa promenom odnosa prema znanju i društvenim promenama, transformišu se u sve otvorenije za javnost, ali i sve disciplinarnije kolekcije, odgovarajući prvo prosvetiteljskoj misli i enciklopedijskom znanju, a zatim bivajući instrumentalizovane u svrhu promovisanja ideja vladajuće manjine. Moderno doba donosi i prve kritike muzejske institucije i od tada pa sve do danas govori se o demokratizaciji muzeja koji u svojoj biti treba da predstavljaju sva znanja ovog sveta, a znanje i kulturna baština jesu pravo i konstitutivni elementi identiteta zajednice, te je i dostupnost istih, naglašava se, neophodna. Nastanak novih

medija, kao i u drugim segmentima društva, uzburkava i prostore muzeja, te se od početnih polemika – treba li predmete dodatno interpretirati i kroz nove medije ili muzej tako podleže jeftinoj industriji zabave i u senku baca 'njegovo veličanstvo predmet', do danas susrećemo sa nedoumicama da li je predmet potpuno izgubio značaj, te da li je od njega ostala samo aura koja ne zauzima fizičke, već neretko samo virtuelne prostore. Posledično, rasprave o ideji muzeja koji nije nužno deo jednog fizičkog prostora danas dobijaju novi sloj, uplićući i termine *virtuelnosti*, *sajber muzeja* u već dugo poznate rasprave o *imaginarnom muzeju* i *muzeju bez zidova*. Nesumnjivo, muzejski posetilac se zajedno sa ovom institucijom transformiše, te se i njegove potrebe neretko ispuštaju iz vida u sve bržem napretku tehnologije i sve većim mogućnostima interpretacija muzejskih kolekcija.

POJMOVNO RAZGRANIČENJE

Na početku, neophodno je ukazati na pojmove koji će biti ključni u daljem tekstu, a koji se u teoriji neretko upotrebljavaju u različitim kontekstima. Naime, sam pojam *virtuelnog muzeja* danas se, uz savremene tehnologije, najčešće vezuje za određeni prostor na internetu, odnosno na CD-romu ili nekom od savremenijih nosača memorije. Ipak, Bernar Deloš u svojoj studiji ukazao je na neophodnost šireg sagledavanja ovog pojma: „S jedne strane, ubeđen sam da je virtuelni muzej vrlo daleko od onoga što danas nazivamo *sajber muzej*, od te očigledne mete neprijatelja novih tehnologija, jer ako je reč o tome da taj tip muzeja zameni instituciju muzeja, uspeh poduhvata je svakako vrlo neizvestan i teško se postiže. S druge strane, tačno je da me novi mediji, s tačke gledišta njihove tehnike i manipulacije, ne zanimaju ništa više od tastature po kojoj pišem ove redove – to su samo alatke – ali mislim da i ta sredstva u sebi nose nesumnjivu snagu transformacije realnog i nalažu otvaranje rasprave” (Deloš 2001: 9). Rasprava koju Deloš proročki najavljuje i dalje je veoma aktuelna. Ipak, treba imati u vidu da se upotreba novih medija radi dodatne interpretacije muzejskih predmeta i zbirke razlikuje od ideje muzeja koji zauzima virtuelne prostore – u savremeno doba – one koje digitalna tehnologija omogućava. Ako razmišljamo o muzejskoj interpretaciji uz upotrebu novih medija, možemo diskutovati o novim načinima proizvođenja doživljaja u muzeju kao mestu susreta. Deloš će napomenuti da je „virtuelno bezgranično proširilo polje ekspografije”, preuzimajući od Andrea Desvaljea termin *ekspografija* koji označava umetnost izlaganja. Termin je predložen 1993. kao dopuna termina *muzeografija*, da bi se označilo postavljanje izložbe, što se ne odnosi samo na postavljanje u prostoru, već i sve ono što se nalazi unaokolo na izložbama, bilo da je u muzeju ili nije. Ona

podrazumeva traženje jezika i vernog izraza da bi se preveo naučni program izložbe, objasniće autor.

Svakako, možemo se složiti sa idejom o virtuelnosti muzeja nezavisno od tehnološkog razvoja, jer slike pamćenja se još od antičkih mnemotehničkih veština jasno mogu prepoznavati kao mentalna lutanja kroz virtuelne, odnosno umne, a ne realne, fizičke svetove (Gnjatović, Stanković 2013). Ipak, i ako se radi pojmovnog razgraničenja, a za potrebe ovog teksta, zadržimo na malo užem shvatanju *virtuelnih svetova*, možemo prihvatiti stav Leva Manoviča: „Pod virtuelnim svetovima podrazumevam 3D računarski stvorena interaktivna okruženja. Pod ovo određenje može se svrstati niz postojećih 3D računarskih okvirenja – visokokvalitetne virtuelne stvarnosti koje rade pomoću monitora na glavi i sa fotorealističnim grafikama, saloni sa video-igrama, video-igre na CD-ROM-ovima i internetske igre sa više igrača, filmovi virtuelne stvarnosti reprodukovani na kvik tajm programu, VRML (oblikovani jezik virtuelne stvarnosti) scene i grafička okruženja ćaskanja kao 'palata' ili 'aktivni svetovi'” (Manovič 2001: 49).

U nastavku ćemo o virtuelnom muzeju razmišljati upravo kao o prostoru odvojenom od fizičkog, o mreži podataka koji uređeni i najčešće postavljeni onlajn treba da zainteresuju i edukuju posetioce sajta. Upravo ovakav prostor kroz koji se neko kreće kliktanjem kompjuterskog miša ili eventualno okretanjem glave a noseći VR naočare, biće razmatran kao previše pust prostor u kojem i posetilac ostaje pasivan, izopšten, odnosno usamljen. S druge strane, realan prostor muzejske institucije sagledaćemo kao mesto koje, uprkos mnogim kritikama i teorijama o njegovoj prevazidenosti, još uvek izgleda ostaje neophodno mesto susreta i razmene. U okviru muzejske postavke, posetilac je neretko sam i zaveden da luta između izloženih objekata tokom svog otkrivanja, za razliku od pozorišne publike koja se okuplja u određenom terminu i sedi na određenom mestu. Ipak, muzejski posetilac danas sve češće u posetu dolazi sa još nekim, ili neretko razmenjuje utiske sa drugima koje susreće, dok muzejski programi razgovora, foruma i uključivanja posetilaca u različite programe podstiču razmenu.

SAMOĆA U MUZEJU KAO USLOV ZA KONTEMPLACIJU

Vreme stvaranja prvih kabineta čudesa, period renesanse, odgovara Fukoovoj renesansnoj epistemi. U ovoj epohi, svet je svet znakova koji treba da se iščitaju, a beskrajan zadatak interpretiranja je osnovna struktura znanja. Sličnosti i istosti prepoznaju se na površini stvari i ne zadire se dublje u srž i načine funkcionisanja. Magijsko i okultno su bili sastavni deo znanja.

Kao posledica ovog beskrajnog ponovnog iščitavanja, reči i stvari razumevane su kao isto. Zapravo, reči su korišćene samo da definišu materijalni svet. Postojalo je isto onoliko jezika koji se odnosio na kamenje, životinje i biljke, koliko ga se moglo naći i u knjigama. Pisanje i čitanje bile su aktivnosti privilegovanih. Fuko opisuje renesansnu epistemu kao pletoričnu – koja odiše obiljem, ali pogođenu siromaštvom: neograničenu jer sličnosti nikada nisu stabilne, već se sastoje od beskrajnih odnosa. Ovo je bilo znanje koje je moglo i zaista jeste nastajalo akumulacijama konfiguracija koje su sve bile zavisne jedna od druge. Ono što je u sedamnaestom veku preostalo od renesansne episteme bile su igre – fantazije i čini još neustanovljenog „naučnog” znanja. Sličnost, kao primarna funkcija empirijskog znanja, kasnije je percipirana kao zbnjujuća, haotična i zbrkana. Kabinet je u ovom periodu – odnosno „Kabinet sveta”, kako ga Ajlin Huper Grinhil naziva – bio forma jezika, materijalni zapis univerzalnog znanja i slika sveta (Huper Grinhil 1992). Znanje se sastojalo iz povezivanja jednog iz jezika sa onim drugim iz jezika: od omogućavanja svemu da progovori. „Kabinet sveta” bio je, stoga, forma jezika sa kompleksnim odnosom prema drugim jezicima sveta. Enciklopedijski projekat koji Fuko identifikuje tokom poslednjih nekoliko godina šesnaestog veka probao je da oprostore materijalno znanje prema kosmološkim strukturama, da rekonstruiše poredak Univerzuma na način na koji su reči i tekstovi bili međusobno povezani i uređeni u prostoru. Na sličan način, „Kabinet sveta” uređivao je svoje materijalne slike i sličnosti kako bi otkrio poredak sveta.

Putovanja i velika otkrića proširila su i mentalne horizonte. Istovremeno, kosmologija kasne renesanse revidirala je i okultizovala srednjovekovna magijska znanja. Svet je bio podeljen na makrokosmos (koji je predstavljao Boga čiji su proizvodi razumevani kao Priroda) i mikrokosmos čoveka, čiji se tada proizvodi, predmeti koje kreira, razumeju kao umetnost, odnosno veština. Svet umetnosti i svet prirode bili su u konstantnoj oscilaciji, nekada se suprotstavljajući jedan drugom, a nekada bivajući u simbiozi. Kako su okultni filozofi a i drugi smatrali, umetnost je bila „imitacija prirode” i tako je i predstavljana u kosmološkim mapama. Deljenje umetnosti i prirode, predstavljanje mikrokosmosa i makrokosmosa otelovilo se u novim kategorijama predmeta u kolekciji: *artificialia* i *naturalia*. Kako nam je renesansna epistema sa osnovnim karakteristikama sličnosti između dva objekta, simetrija i konstantnih novih cikličnih interpretacija pomogla da razumemo šta je zapravo smatrano znanjem u doba stvaranja kabineta, te kako je kabinet predstavljao materijalizovan zapis univerzalnog znanja, tako i obilje predmeta u kabinetima nudi zaključke ne samo o istoriji svake kolekcije, već i o konstantnoj, neutaživoj potrebi da se doda, kompletira, sakupi, da se ne

ostavi nepopunjeno mesto. Ovo govori o cikličnoj prirodi želje za posedovanjem i zadovoljstvom posedovanja, o nedovršenoj aktivnosti koja je uvek u progresu, o nikada kompletiranoj kolekciji. Ove površine ispunjene predmetima, zamrznute u svojim simetrijama, namerno su postavljene da proizvedu efekat prilikom obilaska: da impresioniraju posmatrača izobiljem i vode ga od jednog predmeta ka sledećem, svakom bizarnijem i više zadivljujućem od prethodnog. Dok simetrija postavke osigurava harmonično jedinstvo sveta, retkost, odnosno pre *čudesnost*, bila je ključna reč svih kabineta kurioziteta koji se protežu kroz vreme i prostor, sa izuzetnim istorijskim i geografskim distancama i raznolikostima.

Ukoliko se oslonimo na nepreveden, originalan nemački termin *Wunderkammer*, odnosno nemački ili anglosaksonski izraz za čuderno – nem. *Wunderbar*, engl. *wonderous* – prepoznaćemo i skriveno lutalaštvo – nem. *wundernd*, engl. *wondering* – težnju za konstantnim otkrivanjem, traženjem novih objekata kako bi se dopunila nikada celovita kolekcija. Čitanjem ranijih zapisa o osećajima posmatrača kada pristupi kolekciji čudernih predmeta, uviđa se takođe da, nakon reakcije zapanjenosti prilikom susreta sa predmetom, sledi želja posmatrača da nastavi put kroz niz predmeta i njihovih značenjskih odnosa, luta kroz beskrajne cirkularne putanje uma. Tako se ovo lutanje odnosi i na fizičko istraživanje, kako kroz putovanja, velika otkrića i traženje objekata koji će upotpuniti kolekciju, tako i kroz fizičko lutanje kroz postavku predmeta koje je uvek i ono mentalno lutanje, težnja za razumevanjem kompleksnih višeznačnih odnosa među predmetima. Termin „kuriozitet“ koji se takođe koristi u kontekstu ovih kabineta onda nije teško povezati ne samo sa retkosti koja se odnosi na neuobičajenost, još neviđenost u kontekstu predmeta, već i na radoznalost uma – engl. *curiosity*, lat. *curiositas* – koji je stalno podstaknut na razumevanje, dalje istraživanje i otkrivanje kroz lutanje (Jokanović 2018: 81–92).

Sam, lutajući kroz postavku, posetilac u mnoštvu predmeta ili vlasnik kolekcije lično, kontemplira, saznaje svet i iz postavke izlazi obogaćen, inspirisan. Pišući o neophodnosti fizičkog kretanja, hodanja, odnosno lutanja kroz različite pejzaže, Rebeka Solnit takođe naglašava da mentalno lutanje često biva podržano i onim bukvalnim, za renesansnog čoveka putovanjem i otkrićem novih kontinenata, a za modernog šetača kroz gradske pejzaže – koraćanjem bez nekog određenog cilja. Najzad, „u idealnom smislu, hodanje je stanje u kojem su um, telo i svet u odgovarajućem redu, kao tri lika koja napokon međusobno razgovaraju, ili tri tona koja najzad tvore sazvučje. Hodanje nam omogućava da budemo u svome telu i u svetu, a da njima ne budemo zauzeti. Ono nam pruža slobodu da mislimo a da se ne izgubimo u sopstvenim mislima“, vešto primećuje autorka (Solnit 2011: 15).

Muzeji se od svojih preteča, kabineta čudesa, do danas više puta transformišu odražavajući odnos prema znanju i sisteme vrednosti svog doba. Iako se u postavkama vremenom redukuje mnoštvo predmeta, posetiocu se oni i dalje svesno predstavljaju kroz različite kontekste, zavodeći ga i navodeći ga da luta kroz njihove odnose i odaje u svom otkrivanju. Videćemo da muzeji vremenom teže da budu što otvoreniji za javnost, te da baštinu koju čuvaju učine što dostupnijom a publiku što širom. Novi mediji i tehnološki razvoj svakako će odigrati značajnu ulogu kada su ove tendencije u pitanju. Ipak, postavlja se pitanje da li su tokom ubrzanog tehnološkog razvoja mnoge premise podrazumevane a potrebe posetioca zanemarene, te da li muzej transformišući se i tražeći svoju ulogu u savremenim društvenim odnosima uspeva da ostane prostor za kontemplaciju i mentalno lutalaštvo svojih posetilaca.

OGRANIČENOST PROSTORA NOVIH MEDIJA?

Želja čoveka da sazna svet, okupi sve predmete, odnosno informacije o njima na jednom mestu, otelovljena i u protomuzejima o kojima je bilo reči, u savremeno doba novih medija i tehnološkog progresa često se čini kao po prvi put ostvariva. Kada govorimo o digitalnoj mreži i arhivima koji imaju gotovo neograničene količine memorije, odnosno baza podataka, mi pojmimo beskrajne prostore za skladištenje, a onda i upotrebu ovih kolekcija informacija. Ipak, poseta veb-sajtu na kojem se nalazi virtuelna postavka i dalje najčešće ostavlja utisak ograničenosti mogućnosti posmatrača.

Dok novi mediji nude aplikacije za telefone i druge uređaje koji nam omogućavaju prostore proširene stvarnosti (Augmented Reality), a naočare za virtuelnu stvarnost (Virtual Reality) nas potpuno izmeštaju iz trenutnog prostora, čak i našem telu, ostavljajući utisak nestabilnosti, deluje ipak da mentalno lutalaštvo novim prostorima još uvek ne može biti onoliko slobodno koliko i naše fizičko, telesno lutalaštvo koje pokreće i umno. Tako, pišući o obilasku virtuelnog muzeja, odnosno muzeja na internetu, Lijana Makteviš će zaključiti: „Dinamičko kretanje nije deo iskustva koje muzeji virtuelne realnosti nude posetiocima. Korisnici interneta se ne kreću kroz virtuelne odaje nego zauzimaju fiksne pozicije u centru galerija. Zidovi ovih galerija se okreću, stvarajući iluziju da stabilan posmatrač okreće glavu da bi pretražio trodimenzionalan prostor” (Makteviš 2013: 283). Iako tehnologija izuzetno brzo napreduje te danas, nakon što smo bili svedoci PokemonGo igre i ovaj aspekt statičnosti koji autroka naglašava može lako biti prevaziđen, činjenica je da se pojam *virtuelnog* muzeja i dalje odnosi na sajber muzej, odnosno galeriju u digitalnom prostoru koja prati sve principe klasične ekspografije.

„Iako posetioци могу да се преместе на другу фиксну позицију, они су ограничени технолошким, а не физичким баријерама. Доступне су само оне посматрачке позиције које су осмислили дизајнери софтвера. Посетиоцев доживљај могућности кретања је ограничен зато што је у виртуелним галеријама стварност дефинисана искључиво у визуелним категоријама. Виртуелним посматрачима се нуди ограничено телесно искуство, где се наглашава визуелна и повремено аудитивна перцепција” (Макевиш 2013: 284). Управо (не)ослањање на перцепцију какву човек има још од модерног доба, а која се дигиталном трансформацијом такође мења постајући трансмедјална и одступајући од линеарности, можда јесте кључ за креирање виртуелног музеја који ће одговорити на потребе дигиталних урођеника.

Оно што је у контексту овог рада можда најинтересантније, Макевиш ће закључити да је у виртуелном музеју посетиоцу ограничена и свест о постојању других посетилаца. „Уместо да приказују разне посетиоце на изложбама, виртуелне галерије су празне. Виртуелни посматрачи стављени су у околности у којима су независни посматрачи – иако различита истраживања показују да људи обично посећују музеје у групама. [...] У том смислу виртуелни музеји посетиоцима не пружају већу слободу кретања и мишљења; они више потврђују него што преобрађавају конвенционалне односе између музеја и публике” (Макевиш 2013: 285). Савремена истраживања, поред тога што јасно указују на музеј као место за размену и едукацију (о чему сведоче и музејски програми групних вођења кроз изложбу, конференција и трибина, перформанса у оквиру поставке и др.), указују на посету простору музеја (физичком) као време током којег се постиже боље расположење, а посетилац, иако можда сам, лутајући кроз изложбене просторе и упијајући нова saznanja и/или естетске форме, добија осећај испуњености, конструктивног, личног напретка.¹

Изгледа онда да виртуелни простори музеја и даље намећу осећај тескобе и усамљености посматрача који кликтањем за својим рачунаром не успева да сусретне друге посетиоце у музеју, истовремено не успевајући ни да прошири своје менталне хоризонте услед ограничености самог медија кретања. Ипак, с обзиром на то да је све више уметности која настаје искључиво у дигиталном простору, а самим тим и више поставки које су искључиво дигиталне, а истовремено све више технолошких могућности за сусретање посетилаца у просторима нових медија, можда ће и усамљеност савременог човека најзад моћи да буде превaziђена посетом виртуелном музеју.

Наводећи пројекте који се баве интернетом као својеврсном енциклопедијом и кабинетом чудеса најразличитијих информација, Хенинг закључује:

¹ Недавно је на Универзитету у Јорку најављена научна конференција која се управо тиће питања емоција приликом боравка у музеју: <https://www.york.ac.uk/ipup/events/conferences/emotion-in-the-museum-programme/>

„Najveće očekivanje od novog medija ne treba tražiti u uređajima i spravama, informacionim kioscima i ekranima koji se aktiviraju na dodir, nego u ulozi koju ima u povratku na retkosti” (Hening 2014: 455). Možda ćemo ipak, tek prevazilaženjem formi koje se samo iz realnog prenose u virtuelni prostor u kojem gradimo galerijske zidove i pokrećemo svoje usamljeno sopstvo kroz ove prostore klikom na dugme, uspeti da iskoristimo potencijal ogromnog skladišta u svojevrсном музеју без зидова. Virtuelni музеј на интернету онда можда може постати место откривања, истраживања и лутања кроз бескрајне колекције.

PODRAZUMEVANA INTERAKTIVNOST UZ NOVE MEDIJE?

Nesumnjivo je da novi mediji koji se konstantno razvijaju nude sve više mogućnosti za interpretaciju baštine i proizvođenje novih doživljaja umetničkih dela. Stoga su oni sve prisutniji u postavkama, navodeći posetioce da interaguju sa ponuđenim sadržajima. Participativnost publike i uključivanje zajednice u različite sadržaje jeste jedan od prioriteta savremenih muzeja. Ipak, videlo se kroz mnoge primere u praksi do sada, novi mediji ne podstiču nužno interaktivnost, te samo prisustvo virtuelnih sadržaja ne znači a priori da će posetioci postati uključeni. Naprotiv, posetilac postavke onlajn ili veb-sajta – virtuelnog muzeja, neretko ostaje još pasivniji, odustajući od svoje virtuelne posete na pola ili samo klikćući dugme miša, pritom se ne uključujući mentalno.

Naime, mnogi teoretičari će zaključiti da digitalni sadržaji nisu sami po sebi ništa novo kada govorimo o podsticanju posmatrača na uključenost. Tako Lev Manovič još 2001. godine ukazuje da su sva klasična, a još više savremena umetnička dela višestruko „interaktivna”, dajući primere elipsi u književnoj naraciji, nedostajućih detalja na stvarima vizuelnih umetnosti i drugih predstavljačkih „prečica” koje zahtevaju od korisnika da dopuni nedostajuće informacije. „Pozorište i slikarstvo takođe se oslanjaju na tehnike postavke i kompozicije kako bi orkestrirali gledaočevu pažnju u vremenu, zahtevajući od njega da se usredsredi na različite delove prikaza. U slučaju skulpture i arhitekture gledalac mora da pomera celo svoje telo kako bi sagledao prostornu strukturu. Moderni mediji i umetnost razvili su i dalje ove tehnike stavljajući pred gledaoca nove sazajne i fizičke zahteve” (Manovič 2015: 98). Ovaj teoretičar medija će doći do veoma značajnog zaključka za sagledavanje odnosa između novih medija i njihovih posmatrača/korisnika: „Kada koristimo koncept *interaktivnih medija* isključivo za računarski zasnovane medije, suočeni smo sa opasnošću da protumačimo *interaktivnost* bukvalno, izjednačavajući je sa fizičkim međudejstvom između korisnika

i medijske stvari (pritisnuti dugme, izabrati vezu, pomeriti telo), na štetu psihološkog međudejstva. Psihološki procesi popunjavanja, hipotetičkog oblikovanja, prizivanja i poistovećivanja, koji se očekuju od nas da bismo razumeli bilo koji tekst ili sliku, pogrešno su poistovećeni sa objektivno postojećom strukturom interaktivnih veza” (Manović 2015: 99). U ovom kontekstu možemo sagledati i virtuelni, odnosno sajber muzej. Manović će otići i korak dalje ukazujući da interaktivni računarski mediji odgovaraju tendenciji davanja stvarnih oblika duhovnim procesima, karakterističnoj za post-moderno doba. Naime, sam princip hiperveza koji leži u osnovi interaktivnih medija opredmećuje postupak asocijacija za koji se često smatra da je u središtu ljudskog mišljenja. „Duhovni procesi razmišljanja, rešavanja problema, podsećanja i asocijacija sada su oblikovani, izjednačeni sa praćenjem veze, prelaskom na sledeću stranu, biranjem nove slike ili nove scene. Ranije bismo posmatrali neku sliku i pratili u sebi sopstvene asocijacije vezane za druge slike. Umesto toga, sada naš interaktivni računar traži da kliknemo na neku sliku da bismo otišli na sledeću. [...] Ukratko, od nas se traži da pratimo preprogramiranje stvarno postojeće asocijacije. [...] od nas se traži da prihvatimo ustrojstvo nečijeg duha kao naše” (Manović 2001: 99–100). Ovakav zaključak može biti put ka razumevanju da je u slučaju savremenih interaktivnih računarskih medija, u okviru kojih se kreiraju i muzejske postavke, nama retko ostavljena mogućnost da ostvarimo potencijal kontemplativne samoće jer do sopstvene kontemplacije ne dosežemo s obzirom na ustrojstvo tuđeg duha i tuđe tokove misli otelovljene kroz gore opisanu logiku funkcionisanja medija i kretanje kroz kreiranu izložbu. Stoga, usled nemogućnosti da se razviju aktivni misaoni procesi i lični stavovi jer ih ni sam medij ne podstiče, osećanja usamljenosti i otuđenosti individua u ovom bezličnom procesu ne iznenađuju.

Primeri različitih praksi sadržaja na internetu koji podrazumevaju participativnost posetilaca, pa čak i primeri mnoštva novih aplikacija za mobilne telefone, a koje su sastavni deo projekata u kulturi i umetnosti, proširenja izložbi u fizičkom prostoru – pokazuju da nema interaktivnosti, manje je od deset procenata kreatora novih sadržaja, nešto više onih koji eventualno ostave komentar, dok je najviše nemih posmatrača. Kroz istraživački projekat virtuelnog muzeja Beograda (beopatrimonium.com), participativne mape koja s jedne strane nudi alternativne interpretacije baštine ovog grada, a sa druge strane poziva svakog posetioca sajta da doda multimedijalnu prezentaciju, odnosno izložbu o nekom sebi značajnom kutku grada, a kao jedan od kreatora ove platforme, vremenom sam došla do sličnih zaključaka. Dok je veoma mnogo onih koji su konzumenti ponuđenih sadržaja, gotovo niko nije zapravo podstaknut da i sam učestvuje u mapiranju novih tačaka direktno na sajt. Ipak, mnogo je građana koji žele da podele sa vama šta bi

dodali na mapu kada ih intervjuišete na ulici ili organizujete radionicu. Dakle, sam sajt, kao ni propratna strana na Fejsbuku nisu podstakli posetioce da postanu koautori ove virtuelne postavke. Ako aktivno učestvuju kada ih susretnete u fizičkom prostoru, na koji način učiniti i virtuelni muzej mestom susreta i razmene u kojem se posetioci neće osećati usamljenim u beskrajnoum pretraživanju veb-stranica?

ODSUSTVO PREDMETA: MUZEJ KAO FORUM ILI SAMOSTALNA AURA?

Savremeni muzej, dakle, na različite načine pokušava da odgovori izazovima društva. Dok je sa jedne strane ova institucija proglašena mrtvom još pre čitavog veka, muzej kao ideja, odnosno kao medij, osvaja nove, virtuelne prostore, izlazi iz zatvorenih prostora ili napušta osnovnu ideju da je ovo inicijalno kolekcija predmeta i postaje prostor za diskusiju, razmenu, pre agora nego zbirka predmeta.

Tokom sedamdesetih godina dvadesetog veka, paralelno se razvijaju ideje o transformaciji muzeja, odnosno kreiranju mehanizma koji bi se mogao nazvati muzejom zajednice i podstaći posetioce na participativnost, odnosno aktivan odnos prema nasleđu. Tako u Evropi i Kanadi nastaje koncept ekomuzeja, u Severnoj Americi muzej komšiluka, dok u Latinskoj Americi nastaje ideja integralnog muzeja. Kada govorimo o uključivanju zajednice u muzejske programe, govorimo o posetiocu koji više nije sam u svom lutalaštvu kroz predmete i njihove odnose u postavci, već su mu za diskusiju neophodni kako drugi posetioci tako i kustosi. Naime, ideje diskurzivnog muzeja kao prostora kritičke debate vezuju se za Novu muzeologiju Pitera Vergoa i kritičke studije muzeja. Dekonstruišući tradicionalni muzej, kritička muzeologija preispituje ideološke osnove muzeja, njegove političke ciljeve, veze sa strukturama vlasti i tržišta, pitanjima klasne, rodne, rasne reprezentacije, kao i reprezentacije manjinskih i marginalnih grupa u muzejima. Kritičke studije muzeja nisu vezane za konkretnu školu ili grupu stručnjaka, ali upravo iz ovih promišljanja kristališu se dva nova modela muzeja: muzej forum i kritički muzej. Ideja Hansa Beltinga da muzej treba da postane politički forum u okviru kojeg se dekonstruišu mehanizmi i načela na kojima je muzej od svog osnivanja na dalje počivao jeste ideja zasnovana na zamisli muzeja kao prostora za debatu, refleksiju. Ovakav muzej direktno bi bio suprotstavljen muzeju senzacija, plodu neoliberalne ekonomije zabave. Ovu Beltingovu ideju kroz svoj teorijski rad, a pokušavajući i u praksi, razvija i Pjotr Pjetrovski koncipirajući ideju kritičkog muzeja, mesta javne debate o

društveno-političkim pitanjima, kao i o zadatim istorijsko-umetničkim kانونima u čijem je konstruisanju muzej imao značajnu ulogu (Luković 2018: 34). Ovakav muzej, smatra autor, posetioca treba da navede na aktivno učešće, kako u debati tako i u političkom životu. Predmet u ovakvom muzeju ne izostaje nužno, ali svakako više nije primaran za funkcionisanje (Pjetrovski 2013). S druge strane, potpuni oponent prethodno opisanom jeste muzej u virtuelnom prostoru. Ono što je svakako zajedničko obema idejama, pak, jeste odstupanje od predmeta kao primarnog još od nastanka ideje muzeja.

Boris Grojs će diskutujući o savremenom muzeju takođe zaključiti da muzeji nisu nestali, naprotiv, njihov broj raste u celom svetu, što znači da su i sami muzeji uronili u tok vremena. Naime, muzej je prestao da bude mesto za stalnu kolekciju i postao je poprište promene kustoskih projekata, vođenih turneja, projekcija, predavanja, predstava itd. „U naše vreme umetnička dela trajno kruže od jedne izložbe do druge, iz jedne u drugu kolekciju. A to znači da se muzeji sve više i više uključuju u protok vremena” (Grojs 2016: 3). Savremeni muzej je, prema rečima Grojsa, prestao da bude mesto za kontemplaciju iste slike. S druge strane, pozivajući se na ideju Valtera Benjamina o gubitku aure usled izvlačenja predmeta iz materijalnog toka, Grojs će doći do veoma interesantnog zaključka kada je muzej u virtuelnom prostoru u pitanju: „Predmet je postao kopija samog sebe – zamišljen izvan originalnog natpisa u *ovde i sada* materijalnom toku. Muzejski predmet je objekat umanjen za njegovu (nevidljivu) auru originalnosti (originalnost se podrazumeva kao originalno postavljanje predmeta u prostor i vreme). Digitalno arhiviranje, naprotiv, ignoriše objekat i čuva auru. Sam objekat je odsutan. Ostaju njegovi metapodaci – informacije o *ovde i sada* o njegovom originalnom upisu u materijalni tok: fotografije, video-snimci, tekstualna svedočenja.” Muzejskom predmetu, zaključice Grojs, oduvek je bila potrebna interpretacija koja je zamenjivala njegovu izgublјenu auru. „Digitalni metapodaci stvaraju auru bez objekta. Zato je adekvatna reakcija na ove metapodatke preuređivanje dokumentovanog događaja – pokušaj popunjavanja praznina usred aure” (Grojs, 2016: 4). U ovom kontekstu, treba se osvrnuti na pitanja: Zašto je sam nedostatak predmeta i okvira za tumačenje u virtuelnom muzeju problematičan kada govorimo o osećanju posetioca? Zašto samostalна aura bez predmeta nije dovolјna?

Odgovori se možda kriju u ideji ulaska u fikciju prolaskom kroz zadate okvire za tumačenje. Naime, tradicionalne institucije, poput muzeja ali i pozorišta, predstavljaju fikciju u kojoj posetilac treba da dostigne stanje zaborava svog sopstva – da zaboravi sve o prostoru u kojem je. Samo tako on može biti sposoban da duhovno napusti realnost svakodnevice i uroni u predstavlјen fiktivni svet. „Posetilac muzeja umetnosti morao je da zaboravi

музеј уметности да би се духовно заокупио размишљањем о уметности. Другим речима, предуслов функционисања фикције као фикције је дисимулација материјалног, технолошког и институционалног кадрирања која ово функционисање омогућава”, закључиће Grojs (Grojs 2016: 172). Музеј на интернету, с друге стране, иако данас технолошки веома добро поткован, има проблем што управо мрежа сама – интернет – функционише под претпоставком нефикционалног карактера. Интернет је медиј информисања и претпоставља се да сваки податак има референцу у реалности изван мреже. Информација је дакле увек о нечему, а ово *нешто* је увек ван интернета, односно офлајн. У супротном, сматра Grojs, све економске трансакције на интернету биле би немoguће, као и све војне и безбедносне операције. Наравно да фиктивни корисници и други слични садржаји могу бити креирани на интернету, али у таквим случајевима фикција постаје превара која мора бити откривена.

„На интернету, уметност и литература делују у истом простору као и војно планирање, туристичко пословање, капиталне инвестиције и тако даље; Gugl између осталог показује да у интернету нема зидова. Наравно, постоје посебне веб-странице или блогови за уметност. Али да би им се обратио, корисник сам мора кликнути и тако их уоквирити на површину свог сопственог рачунара, tableta или мобилног телефона. Дакле, кадрирање постаје деинституционализовано, а уоквирена фиктивност постаје дефикционализована. Корисник не може занемарити оквир јер га је он створио. Кадрирање – и радња кадрирања – постају експлицитни и остају експлицитни током искуства размишљања и писања. Овде дисимулација оквира који је вековима дефинисао наше фиктивно искуство долази до свог краја. Уметност и литература још увек могу да се односе на фикцију, а не на стварност. Међутим, ми, као корисници, не урњачу у ту фикцију, нећемо попут Алисе проћи кроз огледало; уместо тога, уметничку продукцију доживљавамо као стваран процес, а уметничка дела као стварну ствар. Може се рећи да на интернету нема уметности или литературе, већ само информације о уметности и књижевности, упоређо са другим информацијама о другим пољима људске активности.” (Grojs 2016: 174)

Овакав Grojsов закључак директно нас доводи до питања: да ли је онда могуће у сајбер, веб, односно музеју на интернету, достићи ментални момент када посетилац може да се отисне на контемплативни пут? Технолошка остварења попут проширене и виртуелне стварности веома успешно представљају фиктивне светове, али концентришући се претежно на визуелно, док остала чула изгледа још увек не успевају да буду involvirana довољно да посетилац урони у свет фикције.

С једне стране, у згради у којој тежи да оствари форум и покрене дискусију, а са друге стране на мрежи где не успева да уведе посетиоца у свет фикције, савремени музеј у својим трансформацијама изгледа неретко заправо

zaboravlja na potrebe svojih posetilaca ostavljajući ih usamljenim u traganju za ispunjenjem sopstvenih potreba. Dakle, kako i Mark Trajb zaključuje, a složićemo se: ma koliko izgledali tromi i lenji, galerije i muzeji imaju značajnu ulogu tumača. „Oni privlače pažnju kritike i publike, stavljaju dela u istorijski kontekst i daju nam vremena i prostora da ta dela doživimo i da razmišljamo o njima. Na tehnološkim granicama umetničkog stvaralaštva, do kojih se muzeji ne usuđuju da dođu, kritički dijalog postaje utoliko značajniji” (Trajb, u: Manovič 2015: 13). Aura bez predmeta sada bi trebalo da preuzme glavnu ulogu nosioca značenja, dok kreatori muzeja u virtuelnom prostoru zaista treba da zakorače u domen futurologije, kako Trajb piše o novim medijima, ali i da prateći *tok vremena* odgovore na potrebe nove muzejske publike. Nije li najzad, ako je već odustao od svoje osnovne ideje – zbirke predmeta koju čuva i izlaže proizvođači različite značenjske odnose svojom postavkom, vreme da muzej počne da proizvodi potpuno drugačije sadržaje odgovarajući na drugačiju percepciju i nove potrebe za saznavanjem sveta savremenih posetilaca?

Kako pisanje ovog rada završavam upravo kada je proglašena pandemija Korona virusa (Covid-19), te kada je u gotovo čitavom svetu proglašena vanredna situacija u kojoj se preporučuje ostanak kod kuće, zatvaranje svih muzeja, pozorišta i drugih okvira kulturnog i društvenog života, čini se veoma izvesnim da će usled ovakvih okolnosti zaista konačno doći do već dugo najavljivane digitalne transformacije, te da će i posetilac virtuelnog muzeja najzad prevazići osećanje usamljenosti. Prisiljeni da zatvore vrata u realnom, oflajn prostoru, muzeji (kao i druge institucije kulture) traže načine da ostanu otvoreni za svoju publiku sadržajima koje sada postavljaju na mrežu. Dok *Gugl umetnost i kultura* (Google Arts and Culture) projekat otvara mogućnost pristupu preko 500 svetskih muzejskih kolekcija, virtuelne ture u obliku 3D modela, video-vođenja kroz izložbe, dostupne muzejske publikacije onlajn, te veoma aktivne stranice muzejskih institucija na socijalnim mrežama, ukazuju na rapidne promene savremenih muzeja i veliku posvećenost novim poljima reprezentacije. S druge strane, prisiljeni da ostanu izolovani u svojim domovima i bez mogućnosti socijalne interakcije, korisnici interneta širom sveta postaju sve aktivniji u onlajn svetu. Neretki su novinski naslovi koji najavljaju pozorišne predstave koje će biti prikazane za publiku preko interneta umesto u realnoj pozorišnoj sali i virtuelne ture kroz izložbe, a koji šalju nedvosmislene poruke: *Umetnošću i kulturom protiv usamljenosti*. Takođe, psiholozi objavljuju tekstove u kojima uveravaju da poseta onlajn prenosu pozorišne predstave ili virtuelna šetnja kroz muzej stvara doživljaj zajedništva i konstruktivnosti u vreme izolacije. Lev Manovič će, prateći sadržaje koji nastaju u vreme globalne pandemije i izolacije

Људи на свим странama света, закључити да је ово тренутак када су корисници дигиталних садржаја постали веома involvirани и активни онлајн, док ће сами садржаји бити све квалитетнији услед изолованости, посвећености и времена за контемплацију уметника и kustosa (Manovič 2020). Огроман број посетилаца виртуелних тура, бројеви лажкова и никад веће количине коментара на званичним музејским странama представљају материјал изузетне вредности који тек треба инкорпорирати у истраживања савремене музејске публике. Размишљајући о овим темата и музеолог Alesandro Debono се пита да ли ће музеји моћи да створе искуства из другог живота са намером да поново створе тај осећај да се налазе на месту где се људи могу удобно okupljати, макар и на даљину, или ће тежити да омогуће потпуно другачије искуство сличније гејmersком, које надопуњује виртуелно са физичким искуством музеја. Може се догодити да виртуелна стварност постане део ширег и обимнијег пакета музеја за стварање искустава другог живота која надопуњују традиционалну физичку посету, сматра он (Debono 2020).

Да ли глобална изолација у физичком простору отвара нове путеве ка превазилажењу осећања усамљености у виртуелном? Да ли, знајући да нико није у могућности да буде у реалном – онлајн простору социјалне интеракције, посетиоци виртуелних светова постају охрабrenи да интерагују у оквиру мреже? Осећај празнине, наметнут конзументским духом, луталице новог доба испуњавале су hodanjem и сакупљањем, док се усамљеност савременог човека најбоље може уочити на социјалним мрежама. Да ли управо ови простори онда имају и пуно потенцијал за превазилажење усамљености? Да ли заиста морамо укинути један простор функционисања да бисмо интераговали у другом и одвојили се од ustaljenog поимања човекове перцепције препуштајући се трансмедijалности савременог доба?

LITERATURA

Groys (2016): Boris Groys, *In the Flow*, London and New York: Verso.

Gnjatović, Stanković (2013): Milena Gnjatović, Isidora Stanković, Могућности виртуелног музеја, у: *Muzeologija, nova muzeologija, nauka o baštini*, Тематски зборник, Beograd: Centar za muzeologiju i heritologiju.

Debono (2020), Sandro Debono, *The Empty Museum*, preuzeto marta 2020. sa: <https://medium.com/the-neo-humanist-museum/the-empty-museum-8ed23c1431d1>.

Deloš (2006): Bernar Deloš, *Virtuelni muzej*, Beograd: Clio.

Jokanović (2018): Milena Jokanović, *Kabineti čudesa u svetu umetnosti: Upotreba istorijskih modela kolekcioniranja u savremenoj umetničkoj praksi*, Doktorska disertacija, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet.

Luković (2018): Mira Luković, *Muzej kao javno dobro: razvoj koncepta javnog muzeja*, Završni rad, Beograd: Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet, Odeljenje za istoriju umetnosti.

Makteviš (2013): Lijana Makteviš, Obilazak virtuelnog muzeja: umetnost i doživljaj umetnosti onlajn, u: Dž. Marstin (prir.), *Nova muzejska teorija i praksa*, Beograd: Clio, 276–300.

Manović (2015): Lev Manović, *Jezik novih medija*, Beograd: Clio.

Manović (2020): Lev Manović, post na Fejsbuk stranici autora, preuzeto 16. marta 2020 sa: https://www.facebook.com/lev.manovich?_tn__=%2Cd*F*F-R&eid=ARAEVnFb-FCG_QGtoy9DS3tbNEWXVR9JFxCtdzMdPAzoq7sl77fjyA9fB4LL74dUqwsQDjzYld2ZWPqj&tn-str=*F.

Pjetrovski (2013): Pjotr Pjetrovski, *Kritički muzej*, Beograd: Centar za muzeologiju i heritologiju, Evropa Nostra Srbija.

Solnit (2010): Rebeka Solnit, *Lutalaštvo, istorija hodanja*, Beograd: GeoPoetika.

Hening (2014): Mišel Hening, Novi medij, u: Š. Mekdonald (prir.), *Vodič kroz muzejske studije*, Beograd: Clio, Narodni Muzej, 433–352.

Huper-Grinhill (1992): Eliean Hooper-Greenhil, *Museums and Shapping of Knowledge*, London and New York: Routledge.

Milena Jokanović

University of Belgrade

Faculty of Philosophy

History of Art Department

Seminar on Museums and Heritage

ALONE OR LONELY? A VISITOR IN A (VIRTUAL) MUSEUM

Summary: Ever since the Cabinet of Wonder, the forerunner of a modern museum, it is the visitor who contemplates walking through chambers filled with accumulated objects. Unlike theater audiences, who experience the play together and in a particular period, in a museum an individual can walk independently through the setting, interpreting various semantic relations between objects. With the advent of the cyber museum, the solitude of the visitor in the contemplative act outweighs the loneliness of the spectator in front of the screen. Like a traditional museum, this technological construct is designed to communicate human values and human history, but with the click of a mouse and pixels that represent images of artifacts. Interaction with others, as well as with the physically present objects, when visiting the virtual space – is absent. This paper explores the relationships that are established over time between the museum as a medium and its increasingly lonely visitors.

At the very beginning of the paper, the key terms such as: *virtual museum*, *cyber museum* and *new media* are defined for the purposes of further discussion. However, in the first chapter of the paper, the historical overlook on the development of museum audiences from the proto museums to modern museum institutions is given, seeing a museum visitor as an individual in the contemplative act while walking through the setting. The second part of the paper is questioning the possibilities for contemplation in today's existing online virtual museum tours and arguing if the technological development succeeded in creating new spaces for contemplation or it just transmits traditional manners of exposition in the virtual space. This issue also leads to the next chapter which is arguing that the default interactivity when using new media is actually not psychological interactivity which involves mind. The museum on the Internet, therefore, is still not managing to involve its visitors completely and create the experience of a fictional world for mind wondering. Finally, while observing tendencies of the contemporary museum institutions to become forums for discussion on one hand, or to develop new manners of functioning in virtual spaces, we are concluding that the object, once being a center in every museum, has today lost its primary role and that the museum has completely changed the idea of a museum existence. Therefore, the institution itself should concentrate more on the needs of its visitors in this new context. As the writing of the paper was finished at the moment of the outbreak of Coronavirus pandemic, when almost the

whole world proclaimed social distancing and isolation and museums closed their physical doors, sharing catalogues online and inviting the audience to video-guided tours and 3D models of exhibitions in virtual spaces, the final conclusion are slightly different from the original one. Actually, number of people being active online and following the rich offer of free contents is constantly increasing. The question is whether the virtual museum will finally succeed in creating a unique exposition offering its visitor a completely new experience and perception. Will the loneliness in the virtual space finally be surpassed now when, due to the proclaimed isolation, this is the only possibility of socio-cultural interaction?

Keywords: museum, visitor, medium, audience, virtual space.



Predrag Terzić, Graz 09, ugljen na papiru, 70x50cm, 2015.