

ISSN 2217 - 7531

br. 3 - decembar 2013

SRBIJA

COM

ČASOPIS NACIONALNOG KOMITETA
MEĐUNARODNOG SAVETA MUZEJA - SRBIJA

**TEMA BROJA:
DIGITALNA STRANA MUZEJA**

BRASIL CO RIO 2013





*Prof. dr. Hans-Martin Hinc
predsednik ICOM-a*

4. decembar, 2013.

Na pragu 2014. godine, pejzaž muzeja u svetu nastavlja da se razvija dramatičnom brzinom, sa pojavom novih modela, kao što su: muzeji zajednica i nastavak fokusiranja na posetioca i ukupnu svrhu muzeja.

Jedna od stvari koje su me najviše interesovale kao predsednika u periodu 2010 – 2013. bila je potreba da se razvije konverzijska tradicija ICOM-a tako što će se promovisati veće zajedništvo obeleženo uzajamnim poštovanjem. Ravnoteža između podsticanja decentralizovane strukture ICOM-ovih aktivnosti i jačanje neophodnih centralizovanih elemenata naše organizacije bila je, i još uvek jeste, od vitalnog značaja.

Tokom ovog novog mandata nastaviću da radim na osnaživanju suštinskih aktivnosti ICOM-ovih komiteta, za dobrobit muzejskog rada na međunarodnom nivou, što treba da ojača zaštitu kulturnog nasleđa, čemu su naši muzeji posvećeni. Suština rada naše organizacije treba da bude u rukama komiteta i regionalnih alijansi, a da bi se to postiglo, konstruktivan dijalog je od najvećeg značaja.

Obezbeđivanje prilika za razmenu ideja, vizija i najbolje prakse najveća je korist koju možemo da ponudimo našim članovima. Stručni dijalog će proširiti horizonte zajednice ICOM-a i pomoći će nam da učimo jedni od drugih.

ICOM je snažna, etički zdrava struktura i važno je da ima jasnu viziju u narednih nekoliko godina, u pogledu naših vrednosti i onoga šta možemo da ponudimo našim članovima. Voleo bih da vidim veće učešće članova ICOM-a u aktivnostima, i poboljšanu kulturu diskusije.

Budući da globalna ekonomska kriza i dalje pogađa muzeje širom sveta, ICOM treba da pomogne jačanju uloge i uticaja muzeja koji se nalaze u nestabilnim finansijskim, političkim i društvenim kontekstima. ICOM je posvećen obezbeđivanju podrške i alata neophodnih kulturnim institucijama da se suoče sa pretnjama i izazovima, od prirodnih katastrofa do budžetskih rezova. Ovo je pokazano inicijativama kao što su Lisabonska deklaracija, žalba Evropskom parlamentu i Komisiji, i parlamentima i vladama evropskih zemalja i regionalnim i lokalnim vlastima, da se odbrane evropski muzeji i kulturne institucije koje se suočavaju sa pretnjama i teškoćama u uslovima ekonomske održivosti.

Apelujem na naše kolege iz ICOM-a Srbije, kao dela naše međunarodne muzejske zajednice, da rade na ovoj viziji ICOM-a u 2014. i posle, stvaranjem mogućnosti za dijalog u okviru vaših zajednica i na međunarodnom nivou.



*Slavko Spasić,
predsednik Nacionalnog
komiteta ICOM-a Srbije*

NK ICOM-a Srbije izrastao je u važno strukovno udruženje muzejskih radnika, koje, svakako, svojim aktivnostima mora uticati na razvoj kulturne strategije države Srbije.

Ne smemo da zaboravimo da se institucije koje se bave proučavanjem, zaštitom i prezentacijom kulturne baštine ujedno bave i stvaralaštvom, da predstavljaju krovne ustanove kulture i ponos svake države.

Svi mi imamo isti zadatak, da sačuvamo i promovišemo kulturno i prirodno nasleđe države Srbije, da nahranimo dušu posetiocima, da naučimo decu o lepoti zemlje u kojoj žive, da strancima sa ponosom pričamo o zemlji u koju su došli.

Osnovni strateški pravac NK ICOM-a Srbije je jačanje muzeja i poboljšanje njihovog položaja kao važnih duhovno-kulturnih centara društvenog razvoja i institucija koje moraju činiti snažan kulturni, naučni i obrazovni uticaj na svim nivoima.

Muzeji moraju postati brend koji predstavlja značajnu stavku kulturno-turističke ponude Srbije. Kultura ne sme biti teret budžeta već značajan segment privrednog razvoja. Da bi to ostvarili neophodna je dinamičnost, ali ne samo u unutrašnjoj strukturi već i u poslovnoj strategiji i tehnici komuniciranja.

U ovom broju časopisa **ICOM-Srbija** sakupili smo teme, trendove i najbolje prakse u vezi sa digitalnom stranom muzeja, a sa ciljem pružanja jasnog uvida u to kako tehnologija i mediji oblikuju naše institucije i svet oko nas. Digitalne aktivnosti muzeja se više ne mogu posmatrati odvojeno od muzeja u celini. Razvoj tehnologije menja očekivanja muzejske publike, oni više ne žele informacije koje im prenosimo, već žele da sami stvaraju, da ko-proizvode iskustva. Svakako, potrebno je ohrabriti nova razmišljanja i stvoriti platformu koja će definisati pravce oblikovanja budućnosti muzeja. Kakva je budućnost muzeja kada je ekonomska i socijalna politika sve neizvesnija? Da bi ostali relevantne institucije, muzeji se moraju povezati sa zajednicom koristeći ključne tehnologije i planiranje procesa implementacije digitalne strategije. Sve sa istim ciljem: načiniti muzejske sadržaje što dostupnijim, angažovati publiku, podsticati aktivno učešće i stvaranje, inspirisati kvalitet iskustva, olakšati javne sadržaje.

Konačno, potrebno je unaprediti muzeologiju kao posebnu naučnu disciplinu, proširiti međuinstitucionalnu i međunarodnu saradnju, raditi na usavršavanju, specijalizaciji i profesionalizaciji kadrova, što je i misija časopisa koji je pred vama.

Kakva je naša budućnost. Opšte poznata premisa naših zbirki je večnost.

Ali, jedina večnost je KONSTANTNA PROMENA, što pre to shvatimo biće bolje.

SADRŽAJ

2	POZDRAVNA REČ <i>Hans-Martin Hinc</i>	38	MUZEJI U RALJAMA DRUŠTVENIH MREŽA – RIZIK ILI PRILIKA? <i>Helena Stublić</i>
3	UVODNIK <i>Slavko Spasić</i>	40	MUZEJI RADE ON-LINE <i>Tina Kaplani</i>
5	SLAVKO SPASIĆ – NOVI PREDSEDNIK <i>Jelena Savić</i>	42	MUZEJI I DIGITALNE TEHNOLOGIJE <i>Fransoa Meres</i>
6	MUZEJI (MEMORIJA + KREATIVNOST) = DRUŠTVENA PROMENA <i>Slavoljub Pušica</i>	46	DIGITALNA RE-PREZENTACIJA ZBIRKI: PONOVO RAĐANJE AUTORITARNOG ANAHRONOG MUZEJA? <i>Per Ejvind Rise</i>
10	REZOLUCIJE 23. GENERALNE KONFERENCIJE ICOMA-a <i>Živojin Tasić</i>	50	GUGL - NAJVEĆI MUZEJ NA SVETU? <i>Ari Haurinen</i>
14	ULOGA SAVETODAVNOG KOMITETA ICOM-a <i>Nikolas Kroft</i>	57	MUZEJI DIGITALNIH IGARA: PRIMENA COPYRIGHT-A NA NOSTALGIJU <i>Ljiljana Gavrilović</i>
17	FOTO-REPORTAŽA RIO DE ŽANEIRO <i>Borka Božović, Nikola Kilibarda i Živojin Tasić</i>	59	MUZEALIZACIJA INTIMNOSTI: DA LI JE I KOME JE POTREBAN MUZEJ KONTRACEPCIJE I ABORTUSA? <i>Ana Panić</i>
21	STRUČNA PRAKSA ZA MLADE ČLANOVE ICOM-a U MUZEJIMA RIO DE ŽANEIRA <i>Nikola Kilibarda</i>	61	DIGITALIZACIJA FOTOTEKE MIJ ILI KAKO (DE)KONSTRUISATI ISTORIJSKI FOTO-ARHIV <i>Ivan Manojlović</i>
24	MUZEJI U DOBA SAVREMENE KOMUNIKACIJE <i>Priredili: Draginja Maskareli i Slavko Spasić</i>	63	ETNOGRAFSKI MUZEJ NA INTERNETU <i>Tijana Čolak-Antić</i>
30	NAGRADA NACIONALNOG KOMITETA ICOM-A SRBIJE <i>Olja Vasić</i>	65	REGIONALNA ALIJANSA ICOM-A ZA JUGOISTOČNU EVROPU RA ICOM SEE <i>Mila Popović-Živančević</i>
33	SPECIJALNA NAGRADA EVROPSKOG MUZEJSKOG FORUMA MUZEJU U PRIJEPOLJU <i>Slavoljub Pušica</i>	69	MOGUĆNOSTI NOVIH TEHNOLOGIJA U AFIRMACIJI KULTURNOG NASLEĐA: QR KODOVI <i>Priredila: Mirjana Rikalo</i>
37	TEHNOLOGIJA, CILJ SEBI ILI SREDSTVO VRSNOĆE? <i>Tomislav Šola</i>		

SLAVKO SPASIĆ – NOVI PREDSEDNIK



Semptembra 2013. godine u Beogradu je održana vanredna izborna skupština Nacionalnog komiteta ICOM-a Srbije kojoj je prisustvovalo šezdeset pet članova, dok je još pedeset šest bilo zastupljeno putem ovlašćenja, čime su se stekli uslovi za regularno odlučivanje. Birani su novi predsednik Nacionalnog komiteta i po jedan član Izvršnog odbora, Nadzornog odbora i Komisije za dodelu nagrada.

Na samom početku sednice izabrana je komisija za sprovođenje izbora u sastavu: Jan Kišgeci, Slavica Nikolić i Slavoljub Pušica, dok su administrativnu podršku u procesu glasanja pružale Marija Petrović i Jelena Savić.

Za člana Komisije za dodelu nagrada predloženo je troje kandidata: Bojana Popović, muzejski savetnik Muzeja primenjene umetnosti, Vladislav Vujin, kustos Narodnog muzeja u Kikindi, i Dubravka Mićković, kustos Prirodnjačkog muzeja. Većinom glasova za novog člana Komisije izabran je Vladislav Vujin, kustos Narodnog muzeja u Kikindi.

U ime Izvršnog odbora, Slavoljub Pušica je za člana Nadzornog odbora predložio pravnika Srećka Savića, a za člana Izvršnog odbora gospođu Lidiju Milašinović, direktorku Narodnog

muzeja u Kikindi. Oba predloga Skupština je usvojila javnim glasanjem.

Pre početka izbora novog predsednika Nacionalnog komiteta Skupštini se opet obratio Slavoljub Pušica. Osvrnuvši se na rezultate koje je Nacionalni komitet ostvario u proteklom periodu, on se zahvalio članovima ICOM-a na dobroj saradnji i ukazanom poverenju tokom dva mandata.

Skupštini su se potom, promotivnim govorima kao kandidati za predsednika Nacionalnog komiteta ICOM-a, obratili Bojan Popović, upravnik Galerije fresaka, i Slavko Spasić, direktor Prirodnjačkog muzeja u Beogradu.

Sam izbor sproveden je tajnim glasanjem, pri čemu je svaki prisutni član popunjavao svoj listić, a oni koji su imali ovlašćenja i onoliko listića koliko su članova zastupali.

Nakon javnog prebrojavanja, ustanovljeno je da je većinom glasova za novog predsednika Nacionalnog komiteta ICOM-a Srbije izabran gospodin Slavko Spasić.

Na samom kraju sednice novoizabrani predsednik se kratkim govorom zahvalio na ukazanom poverenju ■

Jelena Savić

IZVEŠTAJ SA XXIII GENERALNE KONFERENCIJE I XXVIII
GENERALNE SKUPŠTINE ICOM-A U RIO DE ŽANEIRU

MUZEJI (MEMORIJA + KREATIVNOST) = DRUŠTVENA PROMENA

Slavoljub Pušica

U periodu od 10. do 17. avgusta 2013. godine delegacija NK ICOM-a Srbije, koju je predvodio predsednik Slavoljub Pušica, učestvovala je u radu XXIII Generalne konferencije i XXVIII Generalne skupštine ICOM-a, održanim u Rio de Žaneiru, Brazil. Pored predsednika, u delegaciji NK ICOM-a Srbije bili su Borka Božović, Nikola Kilibarda i Živojin Tasić.

Tema ovogodišnje konferencije bila je *"Muzeji (memorija + kreativnost) = društvena promena"*. Pored delegacije Srbije, u radu konferencije iz regiona Balkana učestvovali su i predstavnici Hrvatske, Slovenije i Bosne i Hercegovine, dok su prvi put izostali predstavnici Crne Gore i Makedonije. Takođe, registrovano je da u odnosu na ranije generalne konferencije, održanim u Beču

Sa otvaranja Generalne skupštine



i Šangaju, veliki broj predstavnika ICOM-a iz Evrope, ali i iz celog sveta nije došao u Rio de Žaneiro, pre svega iz ekonomskih razloga, ali i zbog značajno smanjenog broja grantova koje je ovog puta centrala ICOM-a iz Pariza dodelila.

Tokom Generalne konferencije u Rio De Žaneiru održana je i Generalna skupština ICOM-a. Pored Izveštaja o radu i Finansijskog izveštaja za period 2010 - 2013. godine, koji su podneti Generalnoj skupštini, ove godine Skupština je bila izborna i na njoj su predstavnici 117 zemalja, članica, tajnim glasanjem birali predsednika, kao i 15 članova Izvršnog odbora.

Delegacija NK ICOM-a Srbije jednoglasno je podržala jednog kandidata, kao i Goranku Horjan za drugi mandat u Izvršnom odboru ICOM-a. Elektronskim glasanjem dosadašnji predsednik ICOM-a Hans Martin Hinc iz Nemačke, ubedljivom većinom glasova ponovo je izabran za sledeći mandat od tri godine na čelu međunarodne organizacije muzejskih radnika. Takođe, u veoma oštroj konkurenciji Goranka Horjan je ponovo izabrana za člana Izvršnog odbora u sledećem trogodišnjem mandatu.

Na Generalnoj skupštini većinom glasova usvojeni su Izveštaj o radu ICOM-a za period 2010 - 2013. godine, kao i finansijski izveštaj. Međutim, pismo koje je predsednik ICOM-a Hans Martin Hinc uputio pre nekoliko meseci ICOM-u Srbije, kao i drugim nacionalnim komitetima, u kome je naveo vrlo negativna dešavanja vezana za finansijsko poslovanje ICOM-a, kao i smenu pojedinih zaposlenih radnika u ICOM-u u Parizu, u Izveštaju uopšte nije pomenuto, niti se o tome govorilo. Ni reagovanje Borke Božović, koja je postavila vrlo korektno i konkretno pitanje: zašto se finansijski izveštaj delio na samom početku skupštine, kada ga je trebalo usvajati, ostalo je bez objašnjenja, uz odgovor da je finansijski izveštaj prosleđen elektronskom poštom i da ga mi u Srbiji verovatno nismo dobili.

Deo delegacije NK ICOM-a Srbije na Generalnoj skupštini





Postavka u Muzeju moderne



Paviljon u Petropolisu

Proverili smo, i niko nije potvrdio da je finansijski izveštaj dobio na vreme. Izveštaj o radu, kao i finansijski izveštaj usvojeni su većinom glasova, bez ikakve rasprave, kao i objašnjenja, šta se dešavalo u Parizu i zašto je predsednik ICOM-a Hans Martin Hinc upozorio nacionalne komitetete na finansijsko poslovanje Organizacije.

Opšta konstatacija svih onih sa kojima smo komunicirali bila je da su Generalna konferencija i Generalna skupština u Rio de Žaneiru loše organizovane i da je, od hotelskog smeštaja, kao i svega što se dešavalo tokom zvaničnog rada konferencije i skupštine bilo, uglavnom, neorganizovano, osim zvaničnog otvaranja konferencije, koje je, po mom mišljenju, bilo sa programom dostojnim tako značajnog događaja.

Na drugoj strani, tokom boravka u Rio de Žaneiru, zahvaljujući privatnim turističkim agencijama, svakodnevno su zainteresovani imali priliku da upoznaju i vide najznačajnije kulturno-istorijske spomenike i turističke lokalitete gada. Budući da je najveći broj naših kolega bio prvi put u Rio de

Plaža Kopakabana



Vulkanske stene





Unutrasnjost teatra



Sa postavke u Gradskom muzeju Ria

Žaneiru, želja svih je bila da obiđu što više poznatih i značajnih mesta, tako da su svakodnevno organizovane posete u kojima su učestvovali i predstavnici naše delegacije. I koliko god da su Generalna konferencija i Generalna skupština bile loše organizovane, toliko su ovi turistički izleti ostavili impresivne utiske i gotovo svi su sa oduševljenjem govorili o posetama poznatih destinacija u Riju.

I na kraju, opšti utisak naše delegacije, kao i moj, jeste: da je bez obzira na propuste u organizaciji kakvi se nisu dešavali u Beču, pogotovo ne u Šangaju, pozitivan utisak na učesnike trijenalnog okupljanja članova ICOM-a, ostavio sam grad, jedan od najlepših na svetu - Rio de Žaneiro, u kome su po prvi put održane Generalna konferencija i Generalna skupština ICOM-a. Generalna poruka najvećeg skupa muzealaca sveta u glavnom gradu Brazila je da se 2016. godine ponovo susretnu nacionalni komiteti i njihovi predstavnici u Milanu, u Italiji ■

Ulica u starom jezgru grada



REZOLUCIJE 23. GENERALNE KONFERENCIJE ICOM-a

10 – 17. AVGUST, RIO DE ŽANEIRO, BRAZIL



Živojin Tasić

Trijenalna Generalna konferencija ICOM-a glavni je forum najveće međunarodne organizacije muzejskih radnika, na kome se članovi iz svih krajeva sveta susreću i izmenjuju svoja iskustva, stavove i gledišta.

Centralna aktivnost u vezi sa Konferencijom je Generalna skupština ICOM-a na kojoj se članovi preko izveštaja koji se na njoj podnose, upoznaju sa aktivnostima predsednika, Izvršnog saveta i generalnog direktora u proteklom periodu. Konferencija je, takođe, prilika za sastanke Izvršnog saveta, Savetodavnog komiteta, nacionalnih komiteta, međunarodnih komiteta i regionalnih alijansi, kao i pridruženih organizacija.

Generalna konferencija organizovana je oko centralne teme koja se tiče muzeja kao institucije, a o kojoj razmišljaju, diskutuju i iznose stavove govornici iz muzejske zajednice, kao i međunarodni eksperti. Tema ICOM-ove 23. konferencije, održane u prvi put u Latinskoj Americi, u Brazilu (Rio de Žaneiro), bila je **Muzeji (sećanje + kreativnost) = društvena promena**. Od trideset jednog međunarodnog komiteta ICOM-a dvadeset pet je svoje godišnje konferencije održalo ove godine u Rio de Žaneiru, vezujući svoj rad za generalnu temu konferencije, ali i baveći se svojim redovnim godišnjim aktivnostima.

Debate u vezi sa temom Konferencije uglavnom rezultiraju nacrtima preporuka članova ICOM-a koje se podnose Komitetu za rezolucije zaduženom da ih uobliči i podnese Generalnoj skupštini na usvajanje kao rezolucije, koje su tek tada konačan tekst, prihvaćen od Skupštine.

Na ovaj način Generalna konferencija učestvuje u definisanju glavnih ICOM-ovih srednjoročnih i dugoročnih pravaca delovanja. Rezolucije donete na 23. generalnoj konferenciji ICOM-a, prihvaćene na 28. generalnoj skupštini ICOM-a održanoj 17. avgusta 2013. godine su sledeće:

Rezolucija 1

PRAĆENJE I POSREDOVANJE U EVALUACIJI REZOLUCIJA GENERALNE KONFERENCIJE ICOM-a

Generalna skupština traži da Izvršni savet uspostavi i implementira, na 29. generalnoj skupštini, međugodišnju evaluaciju ICOM-ovih rezolucija podnetih od strane Komiteta za rezolucije Generalnoj skupštini.

Preporučeno je od strane 28. generalne skupštine ICOM-a, 17. avgusta 2013. godine u Rio de Žaneiru da Izvršni savet:

- Do juna 2014. godine uspostavi pravila procedure kojima bi se pratila implementacija rezolucija sa 28. generalne skupštine.
- Obezbedi periodične evaluacije implementacije rezolucija sa detaljnim nacrtom izveštaja koji će biti dostupni članovima ICOM-a najmanje tri meseca pre sledeće Generalne konferencije u Milanu; i
- Da, od sada pa nadalje, podstiče nacionalne komitete da učine sve, kako bi se prevele rezolucije na njihove jezike i da ih različitim sredstvima komunikacije učine dostupnim članovima. (Ovi prevodi ne moraju da budu oficijalni tekstovi, već radni tekstovi koji obuhvataju implementaciju rezolucija širom sveta).

Rezolucija 2

USVAJANJE IZJAVE O PRINCIPIMA MUZEJSKE DOKUMENTACIJE

Preporučeno je od strane 28. generalne skupštine ICOM-a da se prihvati:

- Rad iniciran u Zagrebu 2005. godine od strane CIDOC-a koji naglašava potrebu dalje razrade detalja sekcije 2.20 ICOM-ovog **Etičkog kodeksa za muzeje** obezbeđujući jasan i eksplicitan izraz legalne, etičke i praktične obaveze muzeja da obezbeđuju odgovarajuću dokumentaciju svojih zbirki.
- Izjava o principima muzejske dokumentacije prihvaćena od CIDOC-a na njegovoj Generalnoj skupštini u Helsinkiju 2012. godine.
- Izjava o principima muzejske dokumentacije smatra se komplementarnom članovima 2.20 i 6.1 ICOM-ovog **Etičkog kodeksa za muzeje**.

Rezolucija 3

SEKRETARIJAT ICOM-a I BIRANJE GENERALNOG DIREKTORA

Budući da je Generalni sekretarijat ICOM-a operativno telo organizacije i njenih članova, a prihvatajući suštinsku ulogu Sekretarijata za implementaciju Strateškog plana i rezolucija rukovodećih tela ICOM-a i z svetlu nedavnih događaja, koji su uticali

na upravljanje Sekretarijatom, formirana je radna grupa koja će se posvetiti organizaciji Sekretarijata i istovremeno je zapošljen vršilac dužnosti generalnog direktora, do 31. decembra 2013. godine.

U želji da obnovi i konsoliduje uslove za omogućavanje efikasnog funkcionisanja ICOM-a i uspešne realizacije njegovih projekata, Generalna skupština preporučuje da novoizabrani predsednik i Izvršni savet:

- Nastave proces rekonstruisanja Sekretarijata, obezbeđujući da se to dešava na transparentan način i da svaka buduća aktivnost u potpunosti bude prihvaćena od strane Izvršnog saveta i
- Postave Generalnog direktora ICOM-a što je pre moguće, s tim da se sve završi do kraja decembra 2013. godine.

Rezolucija 4

MUZEJI, RODNO INTEGRISANJE I INKLUZIJA: NA OSNOVU ICOM-ove POVELJE O KULTURNOM DIVERZITETU, Šangaj 2010.

28. generalna skupština ICOM-a preporučuje novoizabranom predsedniku i Izvršnom savetu da:

- Razviju sistematski pristup proceni obima do kojeg su ICOM-ovi programi i aktivnosti, uključujući i opredeljenja različitih komiteta, posvećeni kulturnoj i lingvističkoj različitosti na osnovu ICOM-ove **Povelje o kulturnom diverzitetu** i kao delovi ove agende.
- Razviju politiku Rodne integracije i obezbede njenu aktivnu implementaciju kao sastavnog dela ICOM-ovih strateških opredeljenja.

U pogledu rodnog integrisanja:

- Preporučuje se da muzeji analiziraju svoje narative iz rodne perspektive
- da bi se izgradila rodna politika, preporučuje se da muzeji rade sa publikom, osobljem i programima imajući u vidu rodnu perspektivu i, istovremeno, tako uobličuju svoje ideje.
- Preporučuje se da muzeji koriste analize intersekcionalnosti (rasa, etnicitet, rod, klasa, vera, seksualna orijentacija itd.) da bi realizovali ideju inkluzivnosti.

Rezolucija 5

ZAŠTITA KULTURNOG NASLEĐA ZA VREME I POSLE VOJNIH KONFLIKATA, REVOLUCIJA I GRAĐANSKIH SUKOBA

28. generalna skupština ICOM-a preporučuje novoizabranom predsedniku i Izvršnom savetu da:

- Istraže načine kojima bi se ublažili ili minimizirali štetni uticaji na muzeje, spomenike i arheološka nalazišta, i podrže bilo koju akciju

koja bi se mogla preduzeti da se zaštiti materijalno i nematerijalno nasleđe u muzejima i na lokalitetima kulturnog nasleđa.

- Da dalje apeluju na svoje članove i mrežu partnera da intenziviraju napore i saradnju sa partnerima u ugroženim zemljama kako bi se zaštitilo njihovo nasleđe, muzeji i arheološka nalazišta.

- Obnove apel svim vladama da ratifikuju Hašku konvenciju iz 1954. i njen Prvi i Drugi protokol.

- Da pozdrave Ugovor o trgovanju oružjem usvojen 2. aprila 2013. od strane Generalne skupštine Ujedinjenih nacija koji reguliše međunarodnu trgovinu konvencionalnim naoružanjem i preporuče da u ovakvim ugovorima i međunarodnim regulativama budu uključena izuzeća koja će štititi i očuvati muzeje sa odgovarajućim predmetima i resursima kulturnog nasleđa.

- Razviju politikom podstaknut pristup putem kooperacije i koordinacije sa primarnim i drugim zainteresovanim stranama za rehabilitaciju muzejskih resursa kulturnog nasleđa, materijalnog i nematerijalnog, uzimajući u obzir podršku zemalja na jugu.

Rezolucija 6

VITALNOST I OPSTAJANJE MUZEJA U VREME GLOBALNE FINANSIJSKE KRIZE

28. generalna skupština ICOM-a preporučuje Izvršnom savetu da:

- Preuzme strateško liderstvo u nacrtu Ciljeva održivog razvoja, kako bi se osiguralo da se muzeji nađu u Agendi razvoja posle 2015. godine.

- Promoviše vrednosti muzeja putem društvenih, ekonomskih, kulturnih i environmentalnih indikatora razvoja kroz politički okvir do kraja 2014. godine.

- Uspostavi jaku i efikasnu kampanju kroz komitete, alijanse i druge organe ICOM-a i njegovih partnere za održivi razvoj muzeja, uključujući i očuvanje zbirke za vreme ekonomske krize.



ULOGA SAVETODAVNOG KOMITETA ICOM-a

NIKOLAS KROFTS

PREDSEDNIK ICOM CIDOC-A I

POTPREDSEDNIK SAVETODAVNOG KOMITETA ICOM-A



Tokom nedavnog trijelnog sastanka ICOM-a u Rio de Žaneiru imao sam čast da budem izabran za potpredsednika Savetodavnog komiteta. To je jedan od glavnih konstitutivnih organa ICOM-a, sastavljen od predsednika svih međunarodnih i nacionalnih komiteta. Međutim, posle razgovora sa prijateljima i kolegama, shvatio sam da uloga i odgovornosti ovoga tela nisu dobro shvaćeni, i da jedno kratko objašnjenje o tome kako se različiti entiteti ICOM-a uklapaju zajedno može biti korisno.

Kao celina, ICOM je neprofitna asocijacija, sastavljena od svojih članova i za njih i konstituisana kao pravno lice po francuskom zakonu iz 1901. godine. Za razliku od komercijalnih kompanija, koje imaju za cilj da naprave finansijsku dobit, njegov cilj je da obezbedi usluge za dobrobit društva i njegovih članova. ICOM-om se upravlja setom statuta, poslednji put revidiranog 2007. godine, i setom internih pravila i propisa. Ovim statutima uspostavljena je struktura organizacije, entiteti od kojih je sastavljena, njihove odgovornosti i obaveze. "Upravna" struktura ICOM-a ima oblik piramide. U osnovi je članstvo koje predstavlja **Generalna skupština** (General Assembly / GA/).

Ona se okuplja svake godine i može joj prisustvovati svaki član ICOM-a, mada to svi ne rade. U stvari, to bi bilo veoma nepraktično

jer ICOM sada ima blizu 30.000 članova širom sveta. Glasaju oni članovi GA koje su delegirali ICOM-ovi komiteti i pridružene organizacije: pet iz svakog odbora ICOM-ovog komiteta a tri iz svake pridružene organizacije. To je još uvek veoma veliko telo – sa potencijalnim prisustvom oko 1.500 članova. Obično, međutim, mnogi predstavnici glasaju preko zastupnika i ne prisustvuju lično. Generalna skupština se održava u Parizu, najčešće početkom juna, osim tokom treće godine kada se održava tamo gde i Konferencija. Generalna skupština bira predsednika i Izvršni savet, usvaja ICOM-ov strateški plan, budžet i finansije, prihvata izveštaje o tekućim inicijativama i može doneti rezolucije. Generalna skupština je "primarni organ" ICOM-a. Bilo koja promena u statutima ICOM-a, na primer, mora biti odobrena od strane Generalne skupštine pre nego što stupi na snagu.

Izvršni savet (Executive Council /EC/) mnogo je manje telo. Njegovih šesnaest članova biraju se na period od tri godine. Predsednik ICOM-a je i predsednik Izvršnog saveta, čija je misija je da "sprovodi odluke i preporuke Generalne skupštine i da koordinira aktivnostima ICOM-ovih nacionalnih i međunarodnih komiteta i regionalnih alijansi". EC je, u stvari, odgovoran za sprovođenje politike ICOM-a, angažovanje zaposlenih, raspodelu sredstava i druga strateška pitanja.

ICOM-ov **Operativni sekretarijat** u Parizu, sa **generalnim direktorom** na čelu, sastoji se od tima zaposlenih koje imenuje EC. Sekretarijat vodi računa o svakodnevnom funkcionisanju organizacije, i pruža usluge u vezi sa bazom podataka o članstvu, sajtom i biltenom ICOM-a. To nije telo koje donosi odluke: njegova uloga je implementacija i koordinacija.

Do sada, model piramide izgleda prilično logično, ukupne ciljeve i politiku usaglašava GA, EC donosi odluke o strategiji, dok Sekretarijat brine o svakodnevnom funkcionisanju organizacije. Gde se tu onda uklapa **Savetodavni komitet** (Advisory Committee / AC/)? Pa, kao što mu ime sugeriše, AC nije telo koje donosi odluke. Njegova osnovna uloga je da pruži stručni savet i da daje preporuke. AC se sastoji od predsednika nacionalnih i međunarodnih komiteta ICOM-a, pridruženih i regionalnih organizacija. Predsednik i potpredsednik, biraju se na period od tri godine iz redova svojih članova. Iako je ovo još uvek veoma velika grupa, skoro 150 ljudi, to je ipak skupština kojom se može upravljati: koncentracija stručnjaka iz svih oblasti muzejskog rada, svi sa velikim zalaganjem za ono što interesuje njihove članove. Savetodavni komitet nalazi se u jedinstvenoj poziciji, i kao baza stručnosti i kao rezonator za pitanja koja se tiču članstva. Moglo bi se reći da ICOM-ov Savetodavni komitet funkcioniše kao "savest" ICOM-a: kao deo kontrole i balansa koji su potrebni svakoj demokratskoj organizaciji kako bi se osiguralo njeno pravilno funkcionisanje.

Konkretan primer ove savetodavne uloge je **radna grupa o članstvu**, koja je osnovana nakon razgovora tokom sastanka AC u Riju. Baza podataka članstva ICOM-a bila je izvor problema tokom niza godina: međunarodni komiteti često smatraju da su njihovi podaci u suprotnosti sa onima koji se čuvaju u Parizu, a kontakt informacije su nepouzđane. AC je predložio formiranje radne grupe koja bi napravila 360° pregled celokupnog procesa učlanjenja - od inicijalnog zahteva do obrade članarine i interakcije između Sekretarijata u Parizu i nacionalnih komiteta. Zasnovana

na stručnosti i iskustvu svojih članova, radna grupa će moći da pokrije organizacione, tehničke i ljudske aspekte problema, u širokom obimu. Preporuke ove radne grupe će biti predstavljene Izvršnom savetu u vreme sledećeg sastanka, u junu 2014.

Poslednjih nekoliko godina bilo je mnogo govora o funkcionisanju ICOM-a i ulogama različitih organa upravljanja. Debata se vodila o raspodeli nadležnosti između **Operativnog sekretarijata** i **Izvršnog saveta**, neki članovi izražavali su stav da Sekretarijat preuzima više političku ulogu odlučivanja, prekoračujući mandat, dok je EC postajao sve više zatvoren, ne uspevajući da ostvari svoj proces donošenja odluka. Stvari su došle do vrhunca u 2013, što je dovelo do otpuštanja **generalnog direktora** i **šefa finansija**. **Savetodavni komitet** je odigrao važnu ulogu kao forum za diskusiju tokom ovog perioda, pružajući savete i povratne informacije **predsedniku** i **Izvršnom savetu**.

PRAVNI STATUS MEĐUNARODNIH KOMITETA

Još jedan predmet rasprave, onaj koji se odnosi na članove Savetodavnog komiteta direktno, jeste pravni status ICOM-ovih međunarodnih komiteta (IC). Trenutno, ICOM-ovi nacionalni komiteti su pravni organi, u skladu sa zakonima svojih zemalja, a sam ICOM ima pravni status kao udruženje po francuskom zakonu. To nije slučaj sa međunarodnim komitetima, koji trenutno nemaju nezavisni pravni status. Ovakva situacija izvor je određenih teškoća, naročito u pogledu bankarskih aranžmana i finansijskih obaveza. Bez pravnog statusa, međunarodni komiteti nisu u stanju da sklapaju ugovore, da otvore račune u banci ili da zaposle radnike. U praksi, većina međunarodnih komiteta radi barem neke od ovih stvari, što dovodi do dvosmislene situacije: budući da se IC ne može smatrati odgovornim (jer nema pravni status) odgovornost pada ili na pojedine članove odbora, ili na sam ICOM. Ako komitet gubi novac na konferencijskom

događaju, na primer, ICOM je u obavezi da plati račun. Razumljivo, ovi problemi doveli su do postepenog povećanja stepena nadzora finansija međunarodnih komiteta, sa sve opsežnijim i detaljnijim izveštavanjem o aktivnostima komiteta, što je zahtevano, i centralizovanjem svih bankovnih računa međunarodnih komiteta u Parizu. Iako ovo pomaže da se osigura da se sva sredstva ispravno troše, to može da dovede do nesrazmere u pogledu iznosa o kojima se radi. Mnogi IC primaju godišnju subvenciju ispod 3.000€.

Dok mnoge međunarodne komitete zadovoljava *status quo*, neki, poput CIDOC-a, žele da steknu veći stepen autonomije. Aktuelni aranžmani čine praktično nemogućim da međunarodni komiteti preduzmu aktivnosti prikupljanja sredstava, da upravljaju grantovima za putovanja, da zaposle osoblje, da ponude usluge koje bi naplatili, da poseduju intelektualnu svojinu - ukratko da razvijaju svoje aktivnosti. Program obuke CIDOC-a, na primer, koji uspešno radi od 2011. godine, sada je porastao do tačke kada se zahtevaju veća ulaganja u infrastrukturu za njegov dalji razvoj. Zbog nedostatka pravnog statusa, postoji rizik da se uguši ova vrsta inovacije. Drugi komiteti, poput CIMAM-a, već zapošljavaju sekretarsko

osoblje sami, da bi se bavili pitanjima članstva, nudili linije usluga i osigurali kontinuitet svojih programa. Ovo osoblje je plaćeno iz sredstava prikupljenih od strane samog komiteta, ali ono spada u sivu pravnu zonu, jer organizacija za koju rade nema svoj pravni status.

U jednom izveštaju DELSOL-a, francuske pravne firme koja zastupa ICOM, konstatuje se da, u stvari, nema zakonskih smetnji ako ICOM želi da dozvoli međunarodnim komitetima da steknu pravni status, preporučujući da bi onda ICOM-ov statut trebalo revidirati, da se razjasni to pitanje. Neka praktična pitanja bi trebalo da budu rešena: IC bi morao da bira zemlju u kojoj bi se registrovao kao pravno lice - bilo bi beznadežno nepraktično da se zemlja i pravni status menjaju sa svakim novim izborom odbora tog komiteta! Međutim, glavna prepreka u ovom trenutku izgleda da je konfuzija u vezi sa mogućim implikacijama i neopravdan strah da će na ove promene biti primorani svi međunarodni komiteti, bez izuzetka.

Samostalni pravni status ne mora biti potreban ili poželjan za mnoge međunarodne komitete, ali nekima bi mogao da obezbedi platformu za razvoj i širenje svojih aktivnosti. Ovo samo može ojačati ICOM na duži rok ■

Preveo Živojin Tasić



FOTO-REPORTAŽA RIO DE ŽANEIRO



Na Skupstini sa kolegicama iz BiH



Kolege iz Hrvatske i Danske



Srbija i Kina, dobri muzeološki odnosi



Vim De Vos, Belgija, sa Hanom Penok



23. generalna konferencija ICOM-a u Rio de Žaneiru okupila je avgusta 2013. god. skoro 2000 učesnika iz 103 države sveta. Učesnici ovogodišnjeg trijenalnog događaja promišljali su i razmenjivali ideje na temu **Muzeji (memorija + kreativnost) = društvena promena**. U toku osmodnevnog programa održana su 52 sastanka, četiri uvodna izlaganja, muzejski sajam i druge brojne kulturne manifestacije. Četiri uvodničara održali su inspirativna izlaganja o savremenom shvatanju muzeologije i ulozi koju muzeji igraju u društvu.

Tokom konferencije izabran je novi Izvršni savet, a dr Hans-Martin Hinc izabran je za predsednika ICOM-a u drugom mandatu. Generalna skupština je 17. avgusta donela šest novih rezolucija. Brojni ICOM-ovi komiteti, regionalne alijanse i pridružene organizacije takođe su održali svoje sastanke na konferenciji, razmatrajući aktuelne projekte i planove za narednu godinu. Od 31 međunarodnog komiteta ICOM-a, 25 je svoje godišnje konferencije održalo u okviru 23. generalne konferencije u Rio de Žaneiru.

Ulaz u Muzej favele



Otvaranje muzejskog sajma



Pauza između zasedanja





Centar favele Pavao - Pavazino



Prvi put je u Latinskoj Americi održan Sajam muzeja. Na preko 40 poslovnih i institucionalnih štandova za posetioce Sajma priređene su kreativne i interaktivne izložbe. Na primer, na štandu Nacionalnog komiteta ICOM-a Italije predstavljena je izložba pod nazivom **Junak dva sveta** u čast Đuzepea Garibaldija. Izložba ističe njegovu vodeću ulogu u pokretima za nezavisnost i Latinske Amerike i Italije.

Među brojnim događanjima u okviru 23. generalne konferencije treba istaći participativnu umetničku instalaciju u organizaciji **Muzeja pripovedača** iz Poljske (Storyteller Museum of Poland), dens šou **Ovo je Brazil, Samba dens parti** i posete različitim muzejima Rio de Žaneira, uključujući **Muzej mora, Favela muzej** i mnoge druge ■

Murali u faveli Pavao Pavazino i Kantagelo sastavni su deo stalne postavke Muzeja favele



Razgovor sa rukovodstvom Muzeja Favele



Ritam sambe



Favele



I reklama je sastavni deo izložbe

Favela Farming



Jedan tipični urbani prizor - odmor



Ritam sambe



STRUČNA PRAKSA ZA MLADE ČLANOVE ICOM-a U MUZEJIMA RIO DE ŽANEIRA

Nikola Kilibarda

Nakon sedmodnevnog učešća u radu 23. Generalne konferencije i 28. generalne skupštine ICOM-a u Rio de Žaneiru, 10 – 17. avgusta, jedan broj mlađih članova ICOM-a, izabranih od strane Nacionalnog komiteta ICOM-a Brazila, ostao je na stručnoj praksi u nekom od brazilskih muzeja. Procena Nacionalnog komiteta ICOM-a Brazila bila je da muzejski kapaciteti njihove zemlje mogu da ponude vredno profesionalno iskustvo koje bi promovisalo prave vrednosti kulturnog nasleđa i muzeologije i time unapredilo efikasnost i kvalitet muzeja u regionima u razvoju. Budući da je jedno od glavnih načela 23. konferencije, ali i prakse koja je usledila, potenciranje stvaranja veza među muzejskim stručnjacima i kontinuirana saradnja i razmena iskustava i znanja, težilo se promociji novog statusa brazilskih muzeja i ustanova zaštite kulturne baštine nastalog u sve povoljnijoj političkoj i ekonomskoj klimi. Cilj stručne prakse bio je da se po završetku same Konferencije upotpuni, poboljša i unapredi iskustvo koje su mladi članovi ICOM-a stekli tokom boravka u Brazilu i da, po povratku u zemlju i u matičnu instituciju, stečena znanja i iskustva podele sa svojim kolegama.

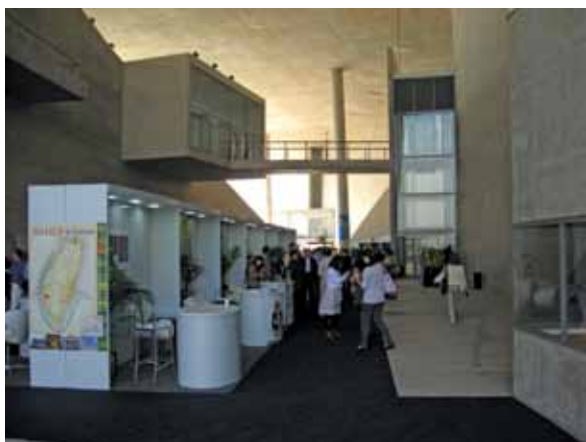
Članovima kojima je odobrena stručna praksa je prema njihovim ličnim afinitetima i u skladu sa interesovanjima i dosadašnjim iskustvom određen muzej u kome će obavljati praksu. Tako sam se našao u **Nacionalno istorijskom muzeju** (Museu Historico Nacional), u kome je



„Glava šećera“

za organizaciju mojih aktivnosti tokom boravka bila zadužena koleginica Adriana Kordeiro (Adriana Bandeira Cordeiro), rukovodilac DEDAK odeljenja (DEDAC).

Prvog dana boravka u muzeju prvo sa koordinatorkom Adrianom Kordeiro i sa jednim brojem kolega koji su me uputili u aktivnosti njihovog muzeja generalno, kao i sa aktivnostima i obavezama koje me očekuju osmišljenim tako da praksa bude što produktivnija. Nakon upoznavanja sa direktorkom muzeja (Vera Lucia Bottrel Tostes), upućen sam u Odeljenja za depoe i odlaganje predmeta, gde sam sa kolegama imao izuzetno zanimljiv razgovor o njihovim radnim iskustvima, kadrovskim problemima i problemima organizacije posla. Posle velike ture po prostoru za odlaganje predmeta i razgovora na temu uslova i preventivnih mera zaštite u depoima, obišao sam muzejsku arhivu, koja, zapravo, ima ulogu arhiva, a ne muzejske interne arhive, kako bi se moglo pretpostaviti.



Štandovi podkomiteta ICOM-a

U nastavku prakse radio sam sa kolegama iz Odeljenja za depoe i odlaganje predmeta i sa kustosima koji su bili zaduženi za privremenu izložbu koju je trebalo skinuti i vratiti u depo. Tu sam se upoznao sa praktičnim procesom skidanja izložbe i odlaganja predmeta. Taj deo boravka u muzeju završen je detaljnim obilaskom stalne postavke **Nacionalno istorijskog muzeja**, sa naglaskom na nove koncepte stalne postavke i uslove u izlagačkom prostoru.

U smislu upoznavanja sa svim službama muzeja, jedan deo prakse obavljen je u Odeljenju za konzervaciju i restauraciju, gde sam obišao ateljee i laboratorije, a potom i u Odeljenju za numizmatiku, gde su mi predstavljene svakodnevne aktivnosti kolega i metodologija rada i proučavanja numizmata koje praktikuju u ovom muzeju.

Pauza za ručak



Prostor unutar objekta u kome je održavana konferencija „Cidade des Artes”

U Odeljenju za edukaciju izložen mi je plan i raspored njihovih uobičajenih aktivnosti i tekućih projekata, i izneti problemi i teškoće sa kojima se redovno susreću, u smislu rada sa omladinom i slabe informisanosti publike u globalu.

U Odeljenju za numizmatiku sam učestvovao u svakodnevnim aktivnostima od prethodnog dana, što je podrazumevalo identifikaciju numizmata i pisanje kataloških jedinica. Takođe, prisustvovao sam sastanku komisije za akviziciju doniranih predmeta na kome se razgovaralo o primljenim predmetima i njihovoj eventualnoj inkorporaciji u postojeće zbirke i fondove.

Na kraju stručne prakse predloženo mi je da posetim i ostale značajne muzeje u Rio de Žaneiru, u kojima sam imao priliku da

Komisija za akviziciju predmeta u Nacionalno istorijskom muzeju





Spomenik Hrista Iskupitelja

pogledam i prostudiram njihove stalne i privremene postavke izložbi, kako bih imao bolji i kompletniji uvid u sveukupnu delatnost brazilskih muzeja.

Kolege iz **Nacionalno istorijskog muzeja** bile su potpuno otvorene za svaki vid saradnje. Njihovo gostoprimstvo i kooperativnost doprineli su prvenstveno tome da dosta saznam i naučim generalno o istoriji i kulturi Brazila, ali i o muzejima u Rio de Žaneiru. Iskustva i znanja koja sam stekao tokom učešća u radu Generalne skupštine i na samoj Generalnoj konferenciji ICOM-a, kao i tokom stručne prakse koja je usledila, pomogli su mi da bolje sagledam probleme i situacije koje, zapravo, dele sve zemlje koje su u sličnoj ekonomskoj situaciji i u kojima su kultura i zaštita baštine obično na poslednjem mestu. Budući da je problematika uglavnom ista, rešenja i pristupi kolega iz Brazila pružili su mi nove ideje za rešavanje problema s kojima se i mi u našim muzejima susrećemo, ali, isto tako, značajno mi je i samo saznanje da nije samo kod nas loša situacija u kulturnim i zaštitarskim ustanovama ■



Glavni ulaz u Nacionalno istorijski muzej

Deo postavke Nacionalno istorijskog muzeja



Arhiva Nacionalno istorijskog muzeja



MUZEJI U DOBA SAVREMENE KOMUNIKACIJE

Priredili: Draginja Maskareli i Slavko Spasić

U organizaciji NK ICOM-a Srbije i Narodnog muzeja Valjevo, 18. oktobra 2013. godine, u Omni centru u Valjevu, održan je Seminar „Muzeji u doba savremene komunikacije“. Seminar su otvorili MSc Slavko Spasić, predsednik NK ICOM-a Srbije, dr Vladimir Krivošejev, direktor Narodnog muzeja Valjevo i arh. Miladin Lukić, pomoćnik ministra kulture i informisanja Republike Srbije.

U uvodnom izlaganju predsednik ICOM-a Srbije, Slavko Spasić, direktor Prirodnjačkog muzeja, naglasio je važnost dobre interne i eksterne komunikacije u muzejskim ustanovama. Muzeji danas ne smeju biti statične ustanove, rekao je Spasić, one moraju stalno formirati novu publiku na nov i otvoren način, nuditi najbolje i najinventivnije što su sposobni da daju, ali ne smeju da se ustručavaju da se prilagode svojim raznovrsnim pristupom i da oslušnu zahteve koji dolaze spolja.

Seminaru su prisustvovala 73 učesnika iz 17 muzeja u Srbiji: Vojnog muzeja, Etnografskog muzeja, Muzeja afričke umetnosti, Muzeja grada Beograda, Muzeja istorije Jugoslavije, Muzeja primenjene umetnosti, Prirodnjačkog muzeja, Gradskog muzeja Subotica, Zavičajnog muzeja Knjaževac, Zavičajnog muzeja Ruma, Muzeja Vojvodine, Muzeja Krajine, Muzeja Ponišavlja, Narodnog muzeja Aranđelovac, Narodnog muzeja Valjevo, Narodnog muzeja Kikinda i Narodnog muzeja Čačak, kao i saradnici i predstavnici srodnih ustanova: Medija centra „Odbrana“, Ustanove „Kultura“

Bajina Bašta, Fonda „Ilija i Mangelos“, Višeg suda u Valjevu, Poslovnog fakulteta u Valjevu Univerziteta „Singidunum“ i bloga „Muzeji rade“.

Predavači su kroz primere dobre prakse prikazali različite teme iz oblasti savremene muzejske komunikacije.



dr Vladimir Krivošejev,
muzejski savetnik,
direktor Narodnog muzeja Valjevo
Organizacija muzeja i muzejske komunikacije

Aktuelni trenutak nameće imperative efikasnijeg i efektivnijeg angažmana muzeja u pravcu komunikacijskog delovanja usmerenog prema širokom spektru korisnika usluga muzeja, radi ispunjavanja društveno odgovornih zadataka. Efikasniji i efektivniji rad muzeja je velikim delom uslovljen njegovom unutrašnjom organizacijom. Osnovni, teoretski, vid organizacije savremenih muzeja predstavlja organizovanje po funkcionalnom modelu, sa tri funkcionalne



jedinice, od kojih je jedna zadužena za prateće administrativne i tehničke poslove, druga rad sa muzejskim predmetima i njihovim istorijskim kontekstima, a treća za širok spektar aktivnosti usmerenih ka korisnicima usluga muzeja. U praksi, u većim savremenim muzejima ovaj vid organizovanja se dodatno razruđuje i usložnjava, ali uz imperativ egzistencije jedne ili više potpuno nezavisnih službi, odvojenih od službi za rad sa zbirkama, a zaduženih za različite aspekte rada sa publikom, potencijalnom publikom i javnošću uopšte.

Tokom izlaganja ukazano je i na praksu koja je zastupljena u regionalnim muzejima u Srbiji, gde se sreću različiti vidovi odstupanja od osnovnog teoretskog modela organizacije. Njena glavna karakteristika je nerazvijenost, pa i nepostojanje nezavisnih komunikacijskih službi, što uzrokuje zapostavljanje aktivnosti rada sa muzejskom publikom i drugim korisnicima usluga muzeja. Shodno tome, muzeji ne uspevaju da na adekvatan način ispune svoje društveno korisne zadatke, i neophodno je da se sprovede temeljna reorganizacija.

Aleksandra Savić,

viši kustos, saradnik za odnose s javnošću,
Prirodnjački muzej u Beograd

*Muzeji u javnosti, javnost u muzejima;
muzejski PR – savremeni pristupi*

U okviru izlaganja predstavljena je autorska publikacija Aleksandre Savić, višeg kustosa Prirodnjačkog muzeja, „Muzeji u javnosti, javnost u muzejima; muzejski PR – savremeni pristupi“.

Publikacija daje pregled iz oblasti muzeologije, savremene uloge muzeja u društvu, ali objašnjava značaj i primenu odnosa s javnošću kroz unapređenje rada muzeja kao neprofitne institucije. U knjizi su detaljno opisane metode i tehnike odnosa s javnošću u poslovanju muzeja, odnosi s medijima, sponzorisanje muzeja i muzejski marketing, obrazovna uloga muzeja, društveno odgovorno poslovanje, istraživanje i analiza publike, kao i drugi



aspekti odnosa s javnošću, a predstavljeni su i brojni primeri iz prakse.

Veoma bitan aspekt odnosa s javnošću u muzejima predstavljaju interni odnosi s javnošću, tj. komunikacija među zaposlenima u muzejima, koja prema urađenom istraživanju nije na zavidnom nivou, iako je preduslov dobrog poslovanja muzeja.

Moglo bi se reći da je muzejska komunikacija „vezivno tkivo“ muzeja i bez nje bi muzeji bili okrenuti samo sebi i sopstvenom postojanju. Cilj publikacije je da se čitaocima predstavi pojam muzeja i njegov pozitivni uticaj na društvo, kao i značaj odnosa s javnošću u savremenom radu muzeja.

Publikaciju su podržali: Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije, Muzejsko društvo Srbije, NK ICOM-a Srbije i Društvo Srbije za odnose s javnošću. Izdavači su Zavod za udžbenike i Prirodnjački muzej. Publikacija je objavljena 2012. godine.

dr Vladimir Krivošejev,

muzejski savetnik,
direktor Narodnog muzeja Valjevo

Željko Matić,

diplomirani poslovni informatičar,
Viši sud u Valjevu

Elektronska evidencija posete muzejima

Izlaganjem je prezentovana najnovija aplikacija namenjena evidenciji posetilaca muzejskih izložbi, razvijena krajem 2012. i početkom 2013. godine. Ona omogućava da se posetioci muzeja registruju u realnom vremenu, u



trenutku ulaska u muzej, sa ciljem trenutnog izdavanja ulaznice, shodno vrsti posete i broju muzejskih objekata koje posećuju, kao i naknadno pretraživanje i analize posete uz kombinaciju širokog spektra kriterijuma pretrage: vrsta posete, posećeni objekti, starosna kategorija, mesto i država iz koje dolaze, organizator putovanja, vreme posete... Praktična upotreba ove aplikacije ogleda se u prikupljanju informacija dragocenih za istraživanje posećenosti, a one predstavljaju i osnovu za dalje promotivne aktivnosti usmerene ka povećanju posete baštinskim institucijama.

mr Lidija Balj,

viši kustos, Muzej Vojvodine, Novi Sad

O komunikaciji sa publikom na primeru izložbi „Arheolog kao detektiv“ i „Nakit – skriveno značenje“

Promene koje sa sobom donosi savremeno doba stavljaju muzeje pred brojne izazove ali u isto vreme pružaju i uzbudljive nove mogućnosti. U njih se, svakako, ubrajaju i različiti savremeni vidovi komunikacije sa publikom. Tokom stvaranja dve arheološke izložbe Muzeja Vojvodine: „Arheolog kao detektiv“ i „Nakit – skriveno značenje“ posebna pažnja je poklonjena upravo oblasti komunikacije: korišćena su savremena multimedijalna sredstva, uz razne interaktivne sadržaje i učešće publike u stvaranju izložbe, dok su brojni prateći programi upotpunjavali njihove sadržaje.

Izložba „Arheolog kao detektiv“ je koncipirana tako da prikazuje proces jednog naučnog otkrića do kojeg se došlo zahvaljujući



neobičnoj saradnji između arheologa i forenzičara. Putem savremenih multimedijalnih sredstava prikazano je kako je nekada izgledalo arheološko istraživanje, a kako ono izgleda danas. U rekonstruisanoj forenzičkoj laboratoriji prikazane su metode i originalni pribor koji forenzičari koriste u otkrivanju otisaka prstiju. Najveću pažnju mlađih posetilaca privlače radionice na kojima se upoznaju sa zanimanjima kustosa, arheologa i forenzičara.

Izložba „Nakit – skriveno značenje“ prikazuje tumačenje nakita iz arheoloških zbirki kroz raznovrsnost mogućih značenja o kojima nam svedoči. Njen drugi deo ima participativni karakter i tu su posetioci pozvani da zajedno sa nama učestvuju u kreiranju izložbe. U delu pod nazivom „Nakit kao inspiracija“ savremeni umetnici su dobili mogućnost da daju svoje viđenje nakita iz prošlosti, a u delu „Nakit kao uspomena“ posetioci su izložili svoje komade nakita kao svojevrzne nosioce sentimentalnih vrednosti. Pokazalo se da su i publika i mediji bili najviše zainteresovani upravo za ovaj deo izložbe.

Olga K. Ninkov, PhD,

muzejski savetnik – istoričarka umetnosti, Gradski muzej Subotica

Komunikacija subotičkog Gradskog muzeja na primeru izložbe „Lica vremena – portreti umetničke zbirke“

Izlaganje je bazirano na prikazu tipova komunikacije subotičkog muzeja sa više generacijskih i profesionalnih grupa u javnosti, u okviru izložbe „Lica vremena“ koja je po prvi put prikazala u celosti veoma



komunikativan tematski segment Umetničke zbirke: portrete. Izložba je obuhvatala obradu, restauraciju, izlaganje i publikovanje umetničkih portreta, a za vreme njenog trajanja (2010–2011), ciklus predavanja i promocije knjiga namenjen starijoj publici, te igraonice za decu, kao i likovni, književni i naučni konkurs na temu portreta za srednjoškolce; nagradnu igru i kalendar za sve zainteresovane. Posebna pažnja je, putem organizovanja predavanja, posvećena komunikaciji sa stručnjacima raznih profila (istoričar umetnosti, istoričar, restaurator, istoričar književnosti, filmski analitičar, filozof, pedagog, slikar, itd.). Kompleksan zadatak je, kako u prvoj fazi pripreme tako i u drugoj, nakon otvaranja izložbe, zahtevao razgranatu saradnju muzejskih stručnjaka međusobno, ali i komunikaciju sa predstavnicima medija i upotrebu novih mogućnosti elektronskog obaveštavanja publike. Iskustvo stečeno na osnovu godinu dana trajanja projekta govori da je cilj programa, intenziviranje komunikacije sa publikom i stručnom javnošću, približavanje muzeja publici i unapređivanje istraživanja, kao i negovanje pedagoškog rada u okrilju muzeja, uspelo i urodilo plodom. Izlaganjem su predstavljena stečena iskustva iz aspekta komunikacije, po čijem intenzitetu i višeslojnosti se navedena izložba izdvojila od drugih godišnjih izložbi subotičkog muzeja. Jedna od važnih spoznaja govori da muzej nije samo mesto edukacije, nego i inspiracije, i da je jedan od najvažnijih ciljeva omogućiti duži, aktivan boravak na izložbi i pozitivan doživljaj, što podrazumeva da je, osim animacije, važan faktor i ambijent, tj. stepen njegove komunikativnosti sa publikom.



Ivana Vojt,
kustos - istoričar umetnosti,
Muzej afričke umetnosti, Beograd
*Studija slučaja: multimedijalna izložba
„Mankala, misaona igra“*

Izložba „Mankala, misaona igra / Mancala, game of thought“, autorke Ivane Vojt (27. decembar 2012 – 6. oktobar 2013) postavila je posebne muzeološke izazove koji se tiču izlagačke prakse u Muzeju afričke umetnosti. Izložba je nagrađena nagradom za Projekat godine 2012, koju dodeljuje NK ICOM Srbija.

Mankala je društvena igra misaonog karaktera i logičko-matematičke kombinatorike, koja se u različitim varijantama igra na četiri kontinenta: Africi, Aziji, Južnoj i Severnoj Americi. Međutim, jedino se u Africi igra na prostoru čitavog kontinenta, a poznat je i veliki broj lokalnih pravila, naziva i izuzetna raznovrsnost oblika i ukrasa tabli za mankalu.

Ivana Vojt je u svom izlaganju predstavila sve segmente izložbe „Mankala, misaona igra / Mancala, game of thought“ koja je koncipirana tako da kroz različite medije posmatraču nudi više mogućih pogleda na ovu specifičnu igru, kao i da mu omogući da kroz sam čin igranja mankale postane deo jedinstvene atmosfere koju igra kreira. Pored 43 predstavljena predmeta iz domaćih i inostranih kolekcija, postavku su činila i četiri kratka dokumentarna filma snimljena namenski za izložbu, zatim, audio sadržaji, kataloški tekst, dokumentarne fotografije, kao i tzv. *polje igre*: sto na kome se mogla udvoje igrati mankala, kao i kompjuter na kome se mankala igrala *online*. Važnu ulogu

u promociji izložbe činio je *trejler* koji je svojim intrigantnim sadržajem kontinuirano privlačio pažnju i podsticao interesovanje za ovakav kulturni događaj. Niz pratećih aktivnosti organizovanih u okviru izložbe „Mankala, misaona igra/ Mancala, game of thought“ u prvi plan isticala su suštinu društvene igre – momenat susreta i razmene, tj. potrebu za interakcijom, čime se i sama muzejska delatnost aktuelizovala prvenstveno kao deo društvenog života zajednice.



dr Ivana Bašičević Antić,
predsednik Fonda Ilija&Mangelos, Novi Sad
Izazovi savremenog doba:
Iskustva Fonda Ilija & Mangelos

U okviru izlaganja prezentovani problemi sa kojima se Fond „Ilija & Mangelos“ kao nevladina organizacija susreo u svom radu, kao i zaključci do kojih se došlo tokom šest godina rada fonda. Ideja za ovakav način rada pojedinaca sa specifičnim ciljevima u domenu kulture (u ovom slučaju cilj fonda je da radi na očuvanju imena i opusa dvojice umetnika – Dimitrija Bašičevića Mangelosa i Ilije Bašičevića Bosilja), došla je upravo od ljudi zaposlenih u državnim, tj. vladinim institucijama. Međutim, već prilikom samog osnivanja fonda 2007. godine pokazalo se da nije postojala nikakva spremnost, ni sistema ni društva, na rad sa takvim organizacijama. U poslednje vreme napredak postignut u domenu zakonodavstva doveo je do toga da je rad tih organizacija na neki način jasnije definisan. Istovremeno, on je zapravo otežan, ponekad praktično onemogućen, pritisnut ogromnom administracijom, a gotovo simboličnom finansijskom pomoći.

U okviru izlaganja govorilo se o razlozima osnivanja fonda i o tome kakva su njegova iskustva u radu sa domaćim muzejima, a kakva sa muzejima i galerijama u inostranstvu. Posebnu pažnja posvećena je projektu dodele nagrade najboljem mladom vizuelnom umetniku u Srbiji, koja nosi ime Dimitrija Bašičevića Mangelosa, a dodeljuje se već jedanaest godina.



potpukovnik Slavoljub M. Marković,
direktor Medija centra „Obrana“
Saradnja sa institucijama kulture u organizaciji izložbenih programa – iskustva Galerije Doma Vojske Srbije

Galerija Doma Vojske Srbije realizuje svoje aktivnosti u okviru Medija centra „Obrana“ Uprave za odnose sa javnošću Ministarstva odbrane. Tokom više od šest decenija postojanja u njoj je organizovano više od 500 izložbi. Novi izlagački koncept Galerije, zasnovan na saradnji sa muzejima, galerijama i drugim institucijama kulture, primenjuje se od kraja 2010. godine. Osnovna ideja da se u modernom izložbenom prostoru beogradskoj publici približe umetnička dela iz brojnih muzejskih i galerijskih zbirki, legata i privatnih kolekcija, naišla je na izvanrednu podršku stručne i šire javnosti. Izložbe i brojne prateće programe, za manje od tri godine, videlo je gotovo 150.000 posetilaca, što Galeriju Doma Vojske Srbije svrstava u red najposećenijih izložbenih prostora u Beogradu.

Galerija Doma Vojske Srbije nudi partnerima, u razmeni programa, izložbe umetničkih dela iz svoje bogate kolekcije. Reprezentativna

postavka „Poetika i sudbina 20. veka“, koja obuhvata radove eminentnih likovnih stvaralaca sa nekadašnjih jugoslovenskih prostora koji, uglavnom, nisu izlagani, naišla je na veliko interesovanje publike u Novom Sadu, Beogradu, Nišu, Zrenjaninu, Vršcu, Jagodini i drugim gradovima Srbije.

U realizaciji programa Galerija Doma Vojske Srbije oslanja se na resurse kojima raspolaže Ministarstvo odbrane i Vojska Srbije, što omogućava sve potrebne uslove za obezbeđenje, transport i zaštitu umetničkih dela, grafičku pripremu i štampu kataloga i drugog materijala, kao i kvalitetnu medijsku podršku i promociju aktivnosti.

U izlaganju su posebno naglašena iskustva u saradnji Galerije Doma Vojske Srbije sa institucijama kulture.

Milena Milošević Micić, MA,
viši kustos – istoričar umetnosti,
Zavičajni muzej Knjaževac
*Obrazovni programi Zavičajnog muzeja
Knjaževac kao instrumenti komunikacije*

Uloga muzeja kao naučno-prosvetnih ustanova sa zadatkom prikupljanja, proučavanja, čuvanja i izlaganja materijalnih ostataka prošlosti menjala se u skladu sa razvojem društva i potrebama posetilaca. Muzeji danas predstavljaju važan element u sistemu javnog znanja sa istaknutom obrazovnom ulogom. Interpretativna i komunikacijska komponenta predstavljaju jedno od osnovnih merila uspešnosti njihovog rada.

Muzej kao institucija koja stvara, obrađuje i širi informacije u savremenom svetu tumači se kao medij, žarište komunikacionih aktivnosti sa izraženom društvenom funkcijom. Informacija, s druge strane, kao vrsta duhovnog rada, ima sve veći uticaj na društveni razvoj i odlučujuću ulogu u ekonomskom sistemu, kao osnovni proizvodni činilac u ekonomiji zasnovanoj na znanju.



U skladu sa ovakvim tumačenjima, u strateškom planu Zavičajnog muzeja Knjaževac kao jedan od ciljeva postavljeno je stvaranje nove uloge i pozicije muzeja u široj zajednici. S tim u vezi, radilo se na razvoju raznovrsnih obrazovnih programa. Svaki od programa obraćao se različitim ciljnim grupama postavljajući muzej u drugačiju poziciju u odnosu na okruženje. U izlaganju su predstavljena dva obrazovna programa koja se realizuju u saradnji sa srodnim kulturnim, obrazovnim i turističkim ustanovama i organizacijama, stvarajući tako nove društvene strukture i odnose, doprinoseći razvoju lokalne zajednice i stvaranju nove publike.

Reč je o višegodišnjem programu „Zavičajni pojmovnik“ koji se realizuje u saradnji knjaževačkog muzeja, biblioteke, osnovnih škola, medija i koji predstavlja način i sredstvo za širenje znanja, komunikacioni kanal, ali i metod baštinjenja, tj. beleženja i trajnog čuvanja elemenata zavičajne baštine; i „Obrazovnoj avanturi Zavičajnog muzeja“, koja predstavlja poseban program obrazovnog turizma baziran na specifičnostima kulturne i prirodne baštine knjaževačkog kraja.

Po završetku radnog dela, učesnici su obišli stalnu postavku Narodnog muzeja u Valjevu i Muselimovog konaka, vođeni maestralnom pričom direktora Vladimira Krivošejeva, koji je kolege upoznao sa bogatom istorijom valjevskog kraja i pokazao kako izgleda savremena muzejska komunikacija ■



NAGRADA NACIONALNOG KOMITETA ICOM-A SRBIJE

Olja Vasić

Nagrada, ustanovljena 2004. godine, dodeljuje se muzejima i muzejskim radnicima ne samo kao priznanje za već ostvarene izuzetne rezultate već i kao podsticaj za dostizanje najviših standarda kvaliteta u muzejskoj delatnosti i kreiranju nacionalnog kulturnog identiteta. Za rezultate postignute tokom jedne godine Nagrada se dodeljuje u četiri ravnopravne kategorije (MUZEJ GODINE, PROJEKAT GODINE, PUBLIKACIJA GODINE, KUSTOS GODINE), a za nju mogu da konkurišu svi iz muzejske delatnosti, bez obzira na to da li su ili ne članovi ICOM-a. Nagrada za ukupni doprinos (NAGRADA ZA ŽIVOTNO DELO), ustanovljena 2011, dodeljuje se samo individualnim članovima ICOM-a.

Za najbolje rezultate u 2012. godini NK ICOM-a Srbije nagradio je: projekat Mankala, misaona igra (projekat godine), publikacije: Pusen i petokraka. Zbirka slika druga predsednika i Manastiri Občarsko-kablarske klisure (publikacija godine), Vladimira Krivošejeva (kustos godine).

Projekat: **MANKALA, MISAONA IGRA**, autorke Ivane Vojt (Muzej afričke umetnosti, Beograd) obuhvata izložbu, katalog, četiri dokumentarna filma i prateći program. U okviru projekta izvršena su istraživanja vrlo stare društvene igre pod nazivom mankala, koja je misaonog karaktera i zasnovana je na logičko-matematičkoj kombinatorici. Mada se mankala igra u Africi, Aziji, Severnoj i Južnoj Americi, projekat se bavi mankalom u Africi.

Istraživanja su išla u dva pravca: prikupljanje i analiza podataka o mankali i muzeološka obrada predmeta za igranje mankale. Terenska istraživanja u Africi sastojala su se od čitavog niza razgovora sa lokalnim stanovništvom u cilju sakupljanja podataka o istorijatu, pravilima i današnjem odnosu prema ovoj igri. Pored toga, snimljene su i dokumentarne fotografije, kao i dokumentarni film o mankali na Zelenortskim ostrvima. Ivana Vojt je boravila i u Kraljevskom muzeju centralne Afrike u Belgiji i Muzeju tropa u Amsterdamu, gde je o mankali razgovarala sa tamošnjim kustosima i gde je, takođe, snimljen jedan od dokumentarnih filmova.

Na osnovu analize svih prikupljenih podataka i muzeološke obrade predmeta, u Muzeju afričke umetnosti je postavljena izložba: **MANKALA, MISAONA IGRA**, koju prati i istoimeni katalog. Tekstovi na izložbi i u katalogu su dvojezični – srpski i engleski.

Izložba nudi više mogućih pogleda na ovu specifičnu igru i omogućava da se kroz čin igranja postane deo jedinstvene atmosfere koju igra kreira. Tumačenje mankale uključuje filozofski aspekt, matematičko ponavljanje matrice, etnološku sistematizaciju, arheološki značaj, kulturno-istorijski razvoj i psihologiju igre, kao i osavremenjivanje ove drevne igre kroz informatičku transformaciju.

U katalogu je mankala prikazana sveobuhvatno: dat je istorijski pregled,

društveni značaj, pravila same igre i društvena pravila o tome kada, ko i u kojim prilikama sme i može da igra mankalu. Tekst kataloga je zanimljiv i prilagođen razumevanju najšire publike. Ilustrovan je originalnim fotografijama izloženih predmeta, dokumentarnim fotografijama i šemama pravila igranja. Iako je ova publikacija u funkciji kataloga izložbe, po svojoj koncepciji i sadržaju ima značaj i samostalnog priručnika o mankali.

Kroz realizaciju ovog multidisciplinarnog i zaokruženog projekta ostvarena je vrlo dobra međunarodna saradnja i veza između institucionalnih i privatnih kolekcija, a osmišljena je i primena različitih medija u duhu savremenih načina percepcije.



Publikaciju **PUSEN I PETOKRAKA, ZBIRKA SLIKA DRUGA PREDSEDNIKA**, autora Nenada Radića (Filozofski fakultet, Beograd) izdala je Galerija Matice srpske povodom izložbe Zbirka slika druga predsednika.

Knjiga je nastala na osnovu višegodišnjih naučnih istraživanja Likovne zbirke Josipa Broza Tita i kolekcije koja se nekada nalazila u njegovoj Rezidenciji u Uličkoj ulici broj 15, kao i dokumenata u Arhivu Jugoslavije i Muzeju istorije Jugoslavije. Koncipirana je kao vodič za imaginarnu šetnju kroz Rezidenciju, sa zastajanjem pred određenim slikama odabranim kao najznačajnije, ili najrečitije, za razumevanje ukusa, motiva i ambicija kolekcionara. Kroz prikaz ovih slika pokazane

su tematske i stilske sklonosti Josipa Broza, ali i model vladarske kolekcije po kome je Zbirka 'druga predsednika' nastajala.

To nije samo jednostavni i jednostrani prikaz kolekcije kao skupa umetničkih dela već je i njena interpretacija u funkciji pokazivanja Titove moći, ali i njegove ličnosti, kao i prostora u kome se svojevremeno nalazila. Dat je, takođe, i istorijski okvir u kome je kolekcija nastajala, kao i uslovi i situacije koji su vodili njenom upotpunjavanju. Opisi tema pojedinih slika povezani su i sa prikazom nekih karakternih osobina kolekcionara, ili njegovih sklonosti u javnom, političkom ili privatnom životu.

Knjiga predstavlja sveobuhvatnu istoriju i analizu zbirke Josipa Broza, kao i pojedinačnih likovnih dela u kontekstu istorije kolekcionarstva, ali su takođe primenom jasno postavljenog kritičkog stava pomerene granice u pogledu metodologije i interpretacije, i ponuđen novi pristup tumačenju karaktera Zbirke. Knjiga je, stoga, izuzetni doprinos istorijsko-umetničkoj i muzeološkoj rekonstrukciji i interpretaciji jedne zaboravljene i zapuštene, ali dragocene umetničke Zbirke, kao i razmatranju identiteta kolekcije Josipa Broza i njega kao kolekcionara umetničkih dela.

Izdavanjem ove publikacije izuzetnog kvaliteta Galerija Matice srpske učinila je dostupnom jednu vrednu umetničku kolekciju, i to ne samo naučnoj i muzejskoj već i široj javnosti.

U pripremi drugog izdanja knjige **MANASTIRI OVČARSKO-KABLARSKE KLISURE**, autori Delfina Rajić i Miloš Timotijević odlučili su da primene potpuno novi teorijsko-metodološki pristup u izučavanju manastira u Ovčarsko-kablarskoj klisuri. Obogatili su dostignuća svojih prethodnika saznanjima i važnim rezultatima do kojih su došli sopstvenim terenskim istraživanjima i nalazima tokom konzervatorsko-restauratorskih zahvata, kao i iz publikovanih dokumenata iz turskih arhiva zahvaljujući kojima je potpunije osvetljena istorija manastira u XVI i XVII veku. Sačinili su opsežno, dokumentovano i bogato ilustrovano



monografsko delo o deset tipološki različitih manastira koji su povezani u skladnu celinu zajedničkim geografskim okvirom – slikovitom i impresivnom Ovčarsko-kablarskom klisurom.

Ova obimna, stručna i reprezentativno opremljena knjiga daje potpuni pregled svih dosadašnjih saznanja, ali i znalački izvedenu analizu savremenog stanja postojećih hramova, kao i prikaz uticaja različitih stilova tokom proteklih stoleća, koji su oblikovali umetničko stvaralaštvo i ukupno kulturno-istorijsko nasleđe u jedinstvenu celinu. Autori su prikupili i objavili mnoge do sada nepoznate i neobjavljene podatke, osvetlili zanemarene ili slabo naglašene periode iz duge istorije trajanja ovčarsko-kablarskih manastira i dali svoj kompetentni sud o dometima celokupnog umetničkog i kulturnog stvaralaštva. Knjiga je zasnovana na iscrpnoj i kritičkoj analizi pisanih izvora i spomeničke građe, obaveštenosti o svim prethodnim relevantnim rezultatima istraživanja i sposobnosti celovitog sagledavanja i tumačenja pojava, i to u širim istorijskim okvirima. Stoga ova monografija predstavlja izuzetni doprinos poznavanju nacionalne kulturne baštine.

VLADIMIR KRIVOŠEJEV (Narodni muzej, Valjevo) autor je projekata: KULA NENADOVIĆA i VALJEVO, NASTANAK I RAZVOJ GRADA, publikacija: VALJEVO – NASTANAK I RAZVOJ GRADA, PRILOZI ZA URBANU ISTORIJU OD PRVOG POMENA DO POČETKA 20. VEKA, VALJEVO – KRATAK PREGLED ISTORIJE GRADA, MUZEJI, MENADŽMENT, TURIZAM, i izložbe VALJEVO – PEROM KARTOGRAFA I PUTOPISACA.

Projekat Kula Nenadovića obuhvata: stalnu izložbenu postavku, katalog izložbe, kratki dokumentarno-igrani film i komplet suvenira. Izložba govori o nastanku i istoriji Kule, njenim graditeljima i događajima u kojima je Kula „učestvovala“, ili bila svedok. Specifični prostor Kule vešto je iskorišćen za izlaganje tematskih celina. U realizaciji postavke primenjeni su savremeni muzeološki principi, a korišćena je i najsavremenija elektronska oprema. Film, za koji je scenario napisao Vladimir Krivošejev, kroz usklađenu kombinaciju narativnih, dokumentarnih i igranih delova, na informativan i vrlo zanimljiv način govori o istoriji Kule. Katalog izložbe, vrlo lepo pripremljen i opremljen, i bogato ilustrovan,



predstavlja trajni izvor informacija o jednoj znamenitosti Valjeva, dok su prigodni suveniri i razglednice zgodno podsećanje na iskustvo koje su posetioci stekli na izložbi.

Realizacija projekta VALJEVO, NASTANAK I RAZVOJ GRADA, obuhvata: izložbu i katalog, i dve publikacije, a zasnovana je na kompleksnim dugogodišnjim istorijskim istraživanjima koja su, između ostalog, prikazana i muzeološki, na izložbi i u katalogu.

Publikacija VALJEVO – NASTANAK I RAZVOJ GRADA, PRILOZI ZA URBANU ISTORIJU OD PRVOG POMENA DO POČETKA 20. VEKA prikazuje istoriju Valjeva pisanu iz aspekta urbane historiografije, dok su politički i ratni događaji obrađeni samo kao

faktori uticaja na promene u društvenoj sferi. U publikaciji VALJEVO – KRATAK PREGLED ISTORIJE GRADA, sa paralelnim tekstom na srpskom i engleskom jeziku, crtežima prvih urbanističkih planova i objekata i odgovarajućim fotografijama, na sažet i popularan način je predstavljena istorija Valjeva.

Publikacija: MUZEJI, MENADŽMENT, TURIZAM, rezultat je dugogodišnjih istraživanja koje Vladimir Krivošejev sprovodi u ovoj oblasti. Namenjena je ne samo muzejskim stručnjacima, već i svima koji se na bilo koji način bave kulturnom politikom, muzejskim menadžmentom i turizmom, kao i aktivnostima u okviru javnog i neprofitnog sektora ■

Za Izuzetan doprinos informisanju javnosti o aktivnostima u okviru muzejske delatnosti zahvalnice NK ICOM-a Srbije u 2013. godini dodeljene su: Sonji Šulović, novinaru dnevnog lista „Blic“, Beogradska redakcija, Savi Stefanoviću, novinaru „Blica“, dopisništvo Novi Sada, Redakcija za kulturu i Savi Popoviću, novinaru „Večernjih novosti“, Kulturna rubrika.

VELIKI NACIONALNI PROJEKTI MUZEJA U MULTIETNIČKOM PROSTORU

SPECIJALNA NAGRADA EVROPSKOG MUZEJSKOG FORUMA MUZEJU U PRIJEPOLJU

Slavoljub Pušica

Odluka Sudijskog panela Evropskog muzejskog foruma da se Muzeju u Prijepolju dodeli Specijalna nagrada predstavlja značajan događaj i veliko priznanje ne samo za Muzej u Prijepolju i srpsku muzeologiju već i za srpsku kulturu uopšte.

Po objavljenom konkursu Evropskog muzejskog foruma i Saveta Evrope za 2012. godinu, za ovu najveću muzejsku nagradu, ne samo u Evropi već i u svetu, konkurisalo je 59 evropskih muzeja, uključujući ruske i turske. Prvi put u istoriji srpske muzeologije i šireg regiona Balkana Muzej u Prijepolju konkurisao je za ovu značajnu nagradu. Strogi uslovi

konkursa zahtevali su realizaciju velikih nacionalnih projekata, projekte koji su značajni za evropsku muzeologiju sa odgovarajućim referencama, koji su bili uslov da uopšte možete ući u konkurenciju za nagradu. Sudijski panel evropskih muzejskih eksperata od velikog broja muzeja koji su konkurisali nominovao je 59 muzeja, među njima i Muzej u Prijepolju. Prema uslovima konkursa, dostavljena je obimna dokumentacija, koja je potvrđivala 20 godina sveukupnog rada i realizovanja velikih projekata Muzeja u Prijepolju. Nakon što je Sudijski panel ocenio da su realizovani projekti i sveukupan rad Muzeja u Prijepolju veoma značajni, prema protokolu, Muzej je posetio



jedan od sudijskih eksperata koji je u toku dva dana proverio sve navode iz dostavljene dokumentacije i uverio se u značaj realizovanih projekata, kao i u uslove koje je objekat Muzeja nakon rekonstrukcije ispunio.

Značajnim nacionalnim projektima Muzeja u Prijepolju, koje je finansiralo Ministarstvo kulture Republike Srbije, skrenuta je pažnja na ovu instituciju ne samo kulturne već i šire javnosti, kako u Srbiji, tako i u regionu. Ne samo realizovanim projektima već i ostvarenom ukupnom društvenom ulogom na komplikovanom multietničkom prostoru na kojem deluje, Muzej je uspeo da uspostavi saradnju sa nacionalnim muzejima u regionu, otvarajući put saradnji uprkos nepovoljnoj političkoj situaciji, koja je to otežavala.

Šta je odlučilo da u veoma nepovoljnim okolnostima, u kojima se još od 90-ih godina nalazi srpska muzeologija, Muzej u Prijepolju, u konkurenciji 59 evropskih muzeja, ispuni stroge kriterijume konkursa i još strože uslove Sudijskog panela?

Ovde ćemo navesti samo jedan deo značajnih najvažnijih projekata i programa koji su odlučili da Sudijski panel Evropskog muzejskog foruma dodeli Muzeju u Prijepolju Specijalnu nagradu:

- Rekonstrukcija i obnova porušenog srednjovekovnog manastira Davidovice iz XIII veka /1996-98/
- Rekonstrukcija i obnova porušenog srednjovekovnog manastira Kumanice iz XIV veka /2000-01/
- Obnova i rekonstrukcija Jusovića kule, XIX vek, /2003-05/
- Na svetim vodama Lima – multidisciplinarna istraživanja Polimlja /2005-15/
- Pešterno monaštvo Polimlja /2000-10/
- Dogradnja i rekonstrukcija objekta Muzeja (nekadašnja turska ruždija) i izgradnja letnje kulturne scene – lapidarijuma /2005-07/
- Centralna manifestacija Dani evropske baštine za Srbiju /2009/ (izložbe: Zemaljski muzej BiH, Sarajevo, Muzej Republike Srpske, Banja Luka, Narodni muzej Crne Gore, Cetinje, Austrijski kulturni centar, Muzej u Prijepolju)
- Devet naučnih skupova i izdavanje naučnog zbornika „Mileševski zapisi“ br. 1-9 /1994-2011/
- Ciklus predavanja: *Islam, svetska religija* /2003-04/
- Zajednička skupština NK IKOM-a Hrvatske, BiH i Srbije, Prijepolje, 2008; Sarajevo, 2009; Zagreb, 2010; Celje 2012;
- Izložba *Mileševsko štamparstvo* (XVI vek) /1994/
- Izložba *Prošlost Prijepolja*; Bern, Švajcarska /1998/
- Izložba *Oproštaj Vlada Divca od košarke* /2007/
- Izložba *Milan Minić, slikar, Ajačio, Korzika* /2009/

Direktoru Narodnog muzeja u Prijepolju Slavoljubu Pušici nagrada je dodeljena 19. maja 2012. godine u Portugaliji, u prisustvu najeminentnijih ličnosti iz oblasti kulture ne samo Evrope već i sveta. U toku sedam dana, prema protokolu, svih 59 muzeja predstavljeno je Sudijskom panelu i velikom broju prisutnih. Poslednjeg, sedmog dana Sudijski panel je u svečanoj atmosferi, uz veliko prisustvo medija,



proglasio laureate. Muzej u Prijepolju dobio je Specijalnu nagradu za realizovane nacionalne projekte, kao i sve druge projekte koji su tokom 20 godina ovu instituciju svrstali u najznačajnije muzejske institucije Republike Srbije. Svi značajni mediji u Srbiji, elektronski i štampani, objavili su na udarnim stranama ovu vest, a ministar kulture Srbije, odmah po objavljivanju agencijske vesti, direktoru Muzeja putem mobilnog telefona čestitao je na ostvarenom uspehu. Ova međunarodna nagrada prijepoljskom muzeju predstavlja i veliko priznanje gradu Prijepolju, svim muzejima u Srbiji i, uopšte, sveukupnoj kulturi naše zemlje.

Činjenica je da je Muzej u Prijepolju prvi srpski muzej koji je od kada je ustanovljena nagrada Evropskog muzejskog foruma 1977. godine, konkurisao i na kraju dobio značajno i veliko priznanje.



Događaj u Penafieu, Portugalija, označio je prekretnicu koja je Muzej u Prijepolju uvrstila u zajednicu modernih evropskih muzeja, sa porukom da i drugi srpski muzeji slede taj put. Navedenim najznačajnijim projektima, programima i izložbama zbog kojih je ovaj muzej dobio prestižnu evropsku nagradu treba dodati brojne likovne izložbe, koncerte, multimedijalne programe, promocije književnih i drugih dela, prekograničnu saradnju sa institucijama zaštite, učešće na naučnim i stručnim skupovima u Evropi, regionu i zemlji. Sve navedeno, provereno je i utvrđeno od strane Sudijskog panela Evropskog muzejskog foruma, koji je, posebno ceneći težinu uslova u kojima deluje Muzej i specifičnost projekata doneo odluku o dodeli:

Special Commendation 2012 The Museum of Prijepolje, Serbia, Penafiel, Portugal 16-19. may 2012 ■

Ocena Sudijskog panela:

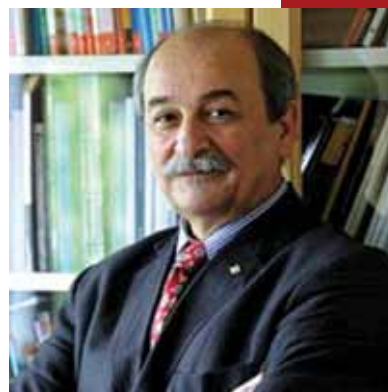
Muzej u Prijepolju danas je svetionik koji povezuje ljude

“Muzej u Prijepolju je istaknuti primer rada na projektima i nasleđu u vrlo složenoj i delikatnoj političkoj i etničkoj sredini između četiri etničke i dve političke grupe. Iskopavanje, restauracija i naučno zasnovana obnova verskih spomenika značajnih kako za hrišćansku tako i za muslimansku zajednicu, uspeali su da ujedine lokalno stanovništvo, koje je u drugim situacijama još uvek osećalo međusobno neprijateljstvo. Sledstveno tome, bilo je moguće dovesti četiri etničke grupe da zajednički učestvuju u verskim simpozijumima i u diskusijama okruglog stola, naročito posle raspada bivše Jugoslavije. Muzej je danas svetionik koji povezuje ljude u onom delu Evrope koji se neprekidno suočava sa etničkim i ekonomskim izazovima”.

Sudijski panel Evropskog muzejskog foruma

TEMA BROJA: DIGITALNA STRANA MUZEJA

TEHNOLOGIJA, CILJ SEBI ILI SREDSTVO VRSNOĆE?



Tomislav Šola

Sve dok kiborzi sami ne budu izmišljali svoj svijet, sve će ostati isto: pisat ćemo samo ono što imamo u glavi, činili to guščjim perom ili izravno diktirajući kompjutoru. Još više ljudi će pisati knjige, a količina će vjerojatno sniziti kvalitetu i ponude i recepcije, - (paradoksalno) možda čak i udaljiti nas od mudrosti i rješenja koja tražimo. Nažalost, svijet postaje ružniji, trivijalniji, banalniji – dnevno gubi bogatstvo raznolikosti... Prvi puta mladima ostavljamo lošiji svijet nego što smo ga zatekli. Taj zločin treba zaustaviti. Većina prekrasnih tehnologija je, unatoč iznimnim, nikad viđenim potencijalima da učine svijet boljim, postala dio problema, a ne dio rješenja. Izum televizije ostaje najbolji primjer! Svijet je dobio šansu da se izbori za vrijednosne orijentacije i socijalni dogovor na planetarnoj razini. Imali smo sudbinu svijeta u rukama. Ostatak pripovijesti znate jer smo joj svi dnevne žrtve.

Pa naravno, sve je u našim glavama! Neće naši muzeji prozboriti mudročću predaka zato jer smo dobili ICT, VR, 2.0, 3D mapping..., i učiniti nas nastavljačima (ne svih, nego) najsajnijih, najboljih, (nekom) Gospodu najdražih njihovih dostignuća; onih na koje su bili ponosni i onih koje su drugi prepoznali kao vrijedne. To može učiniti samo naš trud, naše razumijevanje duhovne prirode ljudske egzistencije, te znanstveno oslonjliv pogled na svijet koji priznaje i nedosegljivo i računa s njim. Sva dobra ljudska povijest sastoji se samo od pokušaja da čovjek počne ličiti svojim idealima ili dobrim bogovima i da uspostavi dostojne zemaljske okolnosti koje se samo patećima i pokornima obećavaju. Doduše, nakon smrti.

Tehnološka euforija, prenešena na naše prostore ranih 80-ih godina sugerirala je da će svi naši katalozi, sva naša dokumentacija, ukratko sve, biti informatizirano i dostupno pritiskom tipke. Nezamisliv novac (kojeg nikad nismo imali u izobilju), potrošen je na uvijek sve novije generacije kompjutera a milioni radnih sati (kojih još uvijek imamo napretek) potrošeni su na jalove dogovore i privremena znanja. I nakon tri desetljeća troška i truda, u Hrvatskoj je polovina cjelokupnog muzejskog fundusa ostala neobrađena. A, to je faza koju neće zaobići nijedan kompjutor. Svi su, naime, zaboravljali da se tehnologije isplate samo onima koji žele poboljšati ono što već dobro rade. Primjer: Intranet je uveden u sve velike institucije, - milioni metara kablova i golemi troškovi, ali u njih nije uvedena kultura suradnje i timskog rada koja bi opravdala investiciju. Tako je i sa digitalizacijom. Tako će biti i s još nepoznatim varijantama tehnologija.

Eh da, još nešto. Učenje i razumijevanje struke, dakle stvarna profesionalizacija, moralna i odgovorna u društvenom projektu, - jedina omogućava dobre tehnološke odluke: što je racionalan omjer između cijene i koristi, koji su rizici, što su prioriteti posla...

Smisao uvodne riječi nije laskanje profesiji, pa ni njenim djelatnicima nego, baš obrnuto, upozorenje, onako dosadno i iritirajuće kao roditeljsko ispraćivanje na put. Zato valja dodati i upozorenje: tehnološka fascinacija nas može učiniti žrtvama trgovaca (programima, nepotrebnom opremom) i bespomoćnim klijentima za regularne, skupe, masovne migracije memorije. Nažalost su samo naše kataloške kartice stalne. Umijeće je uzeti ono što stvarno trebate.

Jedino je jaka profesija u stanju stvoriti prava, vlastita rješenja. Ja volim nove tehnologije. Najviše mi se dopadaju kad podatno služe kreativnog i marnog čovjeka, a najmanje kad su sredstvo profita, a trivijaliziraju stvaralaštvo i profesionalnost. Pojednostavljeno: kustoska vrsnoća ne smije ovisiti o tehnologiji nego joj tehnologija treba povećati doseg i utjecaj ■

MUZEJI U RALJAMA DRUŠTVENIH MREŽA – RIZIK ILI PRILIKA?

Helena Stublić



Od pojave interneta i World Wide Web-a do danas mnogo se toga promijenilo u globalnom informacijskom okruženju. Zadnje procjene govore da se u svijetu nalazi više od 2.4 milijarde korisnika interneta. S njegovim razvojem mijenjali su se i modeli komunikacije koji su on-line sadržaju dali prepoznatljive osobine. Naročito je to vidljivo kod nove generacije weba, tzv. Web-a 2.0, koji uz standardne modele komunikacije promovira i novi tzv. socijalni model gdje se komunikacija događa između svih sudionika i u svim smjerovima. Na osnovi Web-a 2.0 nastali su i sadržaji poput blogova, a zatim i danas sve popularnije i neizbježne društvene mreže. Pojam blog (engl. Web log) pojavljuje se 90-ih godina 20. stoljeća, a do danas je virtualna zajednica njegovih korisnika prerasla u tzv. *blogosferu* koja broji više od 133 milijuna blogova koje po nekim procjenama prati više od 346 milijuna korisnika.

Popularne *društvene mreže* naziv su za udružene i dobro povezane web zajednice korisnika koje komuniciraju putem raznih komunikacijskih platformi. Najpoznatiji takvi web servisi su Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube i Flickr te Tumblr kao svojevrsni amalgam bloga i društvene mreže. Facebook, trenutno najveća društvena mreža, broji više od 600 milijuna aktivnih korisnika, dok je broj korisnika Twittera procijenjen na više od 200 milijuna s tendencijom daljnjeg rasta. Očividno, potencijal Web-a 2.0 i društvenih mreža prepoznat je kao i nekada onaj samog weba. A to ne čudi obzirom na osnovnu karakteristiku Web-a 2.0 koji korisniku uz pretraživanje podataka i pružanje informacija, omogućava i aktivno sudjelovanje u kreiranju sadržaja na webu. Svaki korisnik servisa ili platforme koja djeluje na principima Web-a 2.0 može dodavati, brisati ili mijenjati sadržaj te sudjelovati u raspravama o određenoj temi. A to Web 2.0 čini posebno društveno atraktivnim, ali i moćnim.

Muzeji su tijekom vremena prepoznali važnost novih tehnologija i interneta, no kao što to najčešće biva, prilagođavanje njima i iz njih proizašlim novim oblicima djelovanja sporije je nego li u nekim drugim društvenim područjima. Prisutnost muzeja na internetu u obliku web stranica postala je gotovo obavezna, a vidljivo

je i povećanje razvoja prezentiranja zbirke i predmeta iz muzeja i drugih baštinskih institucija on-line. Internet je povećao vidljivost muzeja i njihovih zbirke te ih učinio lakše dostupnim korisnicima, no uz Web 2.0 stvoreni su preduvjeti za nove komunikacijske platforme. **Blog** je najstariji i dugo najpoželjniji oblik Weba 2.0 koji koriste muzeji. Iako se prvi blogovi javljaju već 90-ih godina 20. stoljeća, prvi muzejski blogovi zabilježeni su tek 2002. godine, a poznajemo ih kao *infoTECMuseo*, *Museum People* i *Modern Art Notes*. Statistički gledajući u odnosu na cjelokupan broj blogova na webu, onih muzejskih ima malo. Ova činjenica ukazuje na to da se muzeji nevoljko i teško odlučuju upustiti u riskantne i nepredvidive projekte s nepoznatim efektom i neizvjesnim ishodom. S druge strane, stručnjaci naglašavaju da su prednosti bloga velike, da su oni jednostavni za pokretanje i korištenje, jeftini i najmanje mogu naštetiti postojećoj informacijskoj politici muzeja. No, zato možemo reći da ih je popriličan broj vrlo kvalitetnih i zanimljivih. Iz toga se može zaključiti da iako muzejima treba puno vremena i motivacije da se uopće upuste u takav projekt, oni koji se za to na kraju i odluče, posao shvate vrlo ozbiljno i ulože dosta truda kako bi blog održali kvalitetnim i respektabilnim.

Osim bloga, kao odlične komunikacijske platforme pokazale su se razne **društvene mreže**. Prednosti društvenih mreža poput Facebooka su lakši pristup mišljenju korisnika, jednostavnija prezentacija aktivnosti muzeja te svojevrsni niskobudžetni marketing. Društvene mreže služe snažnom povezivanju između ljudi koji dijele zajedničke interese. Jedna od učestalih zamjerki društvenim mrežama jest njihova nepredvidivost u djelovanju, promjenama koje nose i broju korisnika. Muzeji ne mogu predvidjeti na koje će se sve načine koristiti društvene mreže i informacije objavljene na njihovim servisima, koji broj ljudi sudjeluje u nekoj društvenoj mreži i koji je njen doseg, a što dovodi do nemogućnosti trajnijeg planiranja aktivnosti ili dužine sudjelovanja u jednom takvom okruženju. Zbog mnogih nedoumica, neistraženosti područja društvenih mreža i njihove posvemašnje nepredvidljivosti javlja se potreba za svojevrsnim radikalnim povjerenjem (eng. radical trust). Riječ je o povjerenju koje institucije moraju imati prema članovima web zajednice te specifičnim pravilima ophođenja i rada društvenih mreža.

Blog ili društvena mreža može biti veliki dobitak kako za muzej kao instituciju tako i za svakog muzejskog profesionalca ponaosob. Redovita i kvalitetna komunikacija s korisnicima može pomoći kustosu da ostane fokusiran, da bude svjestan svijeta koji ga okružuje i nekih drugih i novih percepcija, pa i drugačijih stavova. Pomaže mu da misli i gleda „outside the box“, a to osigurava da rezultati njegova rada ostanu zanimljivi i relevantni zajednici i društvu u cjelini. Također, korištenje ovih alata omogućava komunikaciju i povezivanje među muzejskim profesionalcima u cijelome svijetu. A muzeje zapravo i čine, uz zbirke, njihovi zaposlenici. Omogućimo li im razmjenu informacija, iskustava i ideja te uvid u najbolje prakse, najlakše će učiti, razvijati se i kreativno djelovati. Takvi zaposlenici učinit će jedan muzej institucijom prepoznatom i glasnom u zajednici, onom koja je ne samo aktivni sudionik u društvenim procesima, već i pokretač novih i važnih inicijativa i projekata.

U konačnici i najvažnije - neformalnost komunikacije koju pružaju blogovi i društvene mreže omogućuje zbližavanje korisnika s muzejima i prepoznavanje muzeja kao prijateljskih i pristupačnih mjesta za svakoga. Muzejima, pak, osiguravaju bolje ispunjavanje poznatog poslanja okrenutosti i služenju korisnicima, zajednici i društvu u cjelini ■

MUZEJI RADE ON-LINE

Tina Kaplani



U svetu muzeja sve češće se koristi fraza već decenijama ustaljena u drugim sektorima: „Ako niste *on-line*, niste vidljivi publici.“ Muzeji, i generalno čitava „kulturna industrija“ prihvataju pojavljivanje na webu kao neophodnu komponentu za svoj razvoj poslednjih godina. Danas će verovatno svaki posetilac pre posete muzeju prvo „skoknuti“ do vebajta ili *facebook* stranice muzeja da se informiše o radnom vremenu, ceni ulaznice, trenutnim programima i slično.

Većina muzeja u Srbiji ima svoje vebajtove, što pokazuje njihovu zainteresovanost za potrebe publike. Međutim, ako posetimo vebajtove ovih institucija, uvidećemo da je mali broj njih ažuriran, organizovan i dizajniran na pravi način. Najznačajnije na vebajtu jedne institucije jeste da bude *user-friendly*, tako da posetilac može lako doći do osnovnih informacija, ali i do vesti o projektima muzeja. Veliki broj sajtova muzeja u Srbiji na početnoj stranici ima istoriju muzeja ili muzejske zgrade, a da se, recimo, na istoj ne mogu naći informacije o cenama ulaznica, radnom vremenu ili mapi koja objašnjava kako doći do muzeja. Savet za sve muzeje u Srbiji je da ove informacije, zajedno sa vestima i linkovima za najnovija dešavanja i prozorom za *on-line community* (poziv posetiocima na sve ostale mreže, poput *facebook*-a, *twitter*-a, *tumblr*-a, *pinterest*-a itd.) situiraju na početnoj stranici, a da sve ostale informacije organizuju u jasne kategorije i potkategorije, kojih, opet, ne sme biti previše. Vizuelni efekat i jasnoća sadržaja je ono što određuje uspešnost jednog sajta. Današnji posetilac traži informacije u slikama, bez mnogo teksta i potrebe za brojnim klikovima. Vebajst mora da bude način koji će zaintrigirati i iznenaditi posetioce na način na koji će oni poželeti da posete i sam muzej. Jedan jako zanimljiv primer dobrog vebajta jeste sajt *New Museum*-a u Njujorku koji se, prema različitim istraživanjima, nalazi u deset najboljih sajtova muzeja na svetu:





Iako je veb-sajt neophodan za svaku muzejsku instituciju, društvene mreže danas predstavljaju on-line prostor gde se najlakše može doći do posetilaca, jer, za razliku od veb-sajtova, ljudi provode vreme na društvenim mrežama. Putem linkova koje muzeji mogu okačiti na svoje naloge, posetioci odlaze na sajtove muzeja gde se nalaze detaljnije informacije o nekom događanju. Čak i ukoliko ne kliknu na link, vest o muzejskoj aktivnosti je, uz malo truda, došla do njih. Društvene mreže su, takođe, značajne za muzeje zbog visokog stepena interaktivnosti koju nude. Posetioci mogu postaviti direktna pitanja o nekoj izložbi, pitati o opštim informacijama i slično. Uz navedene prednosti, društvene mreže se međusobno razlikuju, što omogućava muzejima da u različitim momentima stupe u kontakt sa različitim ciljnim grupama. Na *twitter*-u i *instagram*-u muzeji će beležiti svoje aktivnosti u trenutku njihovog dešavanja, na *facebook*-u i *youtube*-u će izveštavati o utiscima sa otvaranja nekog događaja, putem *pinterest*-a, *tumblr*-a će predstaviti svoje čitave kolekcije i izložbe, dok će im *linkedin* omogućiti umrežavanje sa kolegama iz muzeja širom sveta. Društvene mreže u ovom smislu predstavljaju kariku između posetilaca i veb-sajta. Što je više muzej prisutan na društvenim mrežama, to će biti bolja njegova vidljivost.

U Srbiji većina muzeja ima *facebook* nalog, samo nekoliko muzeja se nalazi na *twitter*-u, dok prisutnosti na ostalim mrežama gotovo da nema. Budući da su muzeji institucije okrenute publici, njihovo prisustvo u on-line medijima je neophodno. Ono im pruža ogromne mogućnosti za marketing, promociju događaja i aktivnosti, a pre svega za komunikaciju i monitoring publike, i to uz mala ulaganja. Jedan od dokaza o mogućoj popularnosti muzeja u on-line obliku jeste i nedavno plasiran blog www.muzejirade.com, koji već svojim nazivom podseća ljude na rad muzeja, na njihovo postojanje i njihove aktivnosti. Blog je namenjen svim ljudima kojima jednostavnim tekstovima želi da približi muzeje i dešavanja u njima, i to ne samo stalnim posetiocima već i onima koji bi to mogli da postanu. Jasnim i direktnim nazivom blog je privukao mnogo pažnje, te za samo dva meseca postojanja beleži 20.000 poseta, a *facebook* stranica bloga preko 1.000 lajkova, uz brojne intervjuje i pojavljivanja u drugim medijima ■

MUZEJI I DIGITALNE TEHNOLOGIJE



FRANSOA MERES (FRANÇOIS MAIRESSE)
PROFESOR, UNIVERZITET PARIZ 3 – PREDSEDNIK ICOFOM

Muzeji su otkrili internet pre dvadesetak godina, ali su počeli da ga značajnije koriste tek od 2004. godine, sa pojavom revolucionarnog «2.0», kada su mnogi od njih strateški počeli da osvajaju društvene mreže, kreiraju ambiciozniju web ponudu, čak i da na internetu prave muzeje i osvajaju novu publiku¹. Budućnost muzeja izgleda leži u njihovoj digitalizaciji, o čemu svedoče brojne prognostičke analize².

Tehnološke „revolucije“ često su predmet kritike; međutim, besmisleno je najavljivati da će zbog Interneta i digitalizacije klasični muzeji nestati. *A priori*, nijedna „sajberposeta“ egipatskim piramidama ili Đokondi neće moći da zameni snagu stvarnog susreta, *sada i ovde*, o kome govori Valter Benžamin³ (Walter Benjamin), niti „auru“ (kako on to kaže) koja emanira iz stvarne stvari (*real thing*). Ali, zauzvrat, muzeji treba da se menjaju. Podjednako bi bilo besmisleno da se uticaj novih pojava zanemaruje. Korišćenjem digitalne tehnologije, kao uostalom i bilo kog drugog medija, menja se odnos prema informaciji koja se prenosi, kao što je to svojevremeno bilo sa knjigom, a kasnije, sa televizijom.

Maršal Mak Lahan (Marshall Mc Luhan) (autor teorije o silasku naše civilizacije sa „planete Gutenberg“) i njegov kolega Harli Parker (Harley Parker) zaslužni su što su već krajem 1960-ih godina postavili temelje za moguću transformaciju muzeja u situaciji pojave novih medija⁴. Razmatranja čuvenog Kanađanina zasnivala su se u to vreme prevashodno na razvoju televizije. Ostaje, međutim, činjenica da je princip nelinearnosti, koji je Mak Lahan isticao proučavajući nove načine na koje publika poima dela, istovetan i kada je reč i o digitalnoj tehnologiji i internetu, a sastoji se od zvuka, teksta i pre svega slika i hipertekstualnog sistema pretraživanja, koji omogućava da se „surfujući“ s jedne stranice na drugu, krećemo manje više neujednačeno, ali u svakom slučaju nelinearno. Četiri decenije kasnije, jasno je da

¹ Ovaj članak je napisan na osnovu razmišljanja začetog u „Muzeji i internet. Izazovi digitalizacije“, koji je objavljen u saradnji sa Cercles francophones d'Histoire et d'Archéologie de Belgique *Congrès de Namur, Actes*, Namur, Presses universitaires de Namur, 2011, t. 4, pp. 1327-1338, iz koga su preuzeti pojedini pasusi.

² Videti na primer CENTER FOR THE FUTURE OF MUSEUMS, *Trendswatch 2013. Back to the future*. Washington, American Association of Museums, 2013. Dostupno na internet adresi: <http://www.aam-us.org/docs/center-for-the-future-of-museums/trendswatch2013.pdf?sfvrsn=4>, str.44; NATIONAL GALLERY OF IRELAND, (dir.), *Museums on-site and on-line in the 21st Century and Future Forecasting: The Challenges Facing Museums and Cultural Institutions*, Proceedings of the roundtable and symposium, Dublin, National Gallery of Ireland, Series 9&10, 2011-2012. http://www.nationalgallery.ie/aboutus/ThisWeek/~media/Files/Education/roundtable_symposium.ashx, str. 116

³ BENJAMIN W., *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* [1939], Paris, Allia, 2006. O konceptu prave stvari videti CAMERON D., «The Museum as a communication system and implications for museum education», in *Curator*, 11, 1968, str. 33-40; preuzet pod naslovom : «Un point de vue: le musée considéré comme système de communication et les implications de ce système dans les programmes éducatifs muséaux», u DESVALLÉES A., *Vagues. Une anthologie de la nouvelle muséologie*, Mâcon, Ed. W. et M.N.E.S., 2 toma, 1992 et 1994. t.1, str. 259-270.

⁴ McLUHAN M., PARKER H., BARZUN J., *Exploration of the ways, means, and values of museum communication with the viewing public*, New York: Museum of the City of New York, 1969.

se Mak Lahanova predviđanja neprestano potvrđuju i da u tom kontekstu forma „muzeja kao medija“⁵ mora da se menja u skladu sa promenom načina čitanja publike. Sve veća uslovljenost savremenog posetioca televizijom i informatikom neposredno utiče, u manjoj ili većoj meri, na njegov način osvajanja mesta kulturnog nasleđa.

PROMENE SE DEŠAVAJU VEĆ NIZ GODINA

Rizici od digitalizacije i digitalne tehnologije verovatno se najtačnije mogu definisati u kontekstu ovakvog tumačenja upotrebe muzeja. Pogled javnosti, ili istraživača, a naročito posetilaca muzeja umetnosti je nesumnjivo i dalje, u manjoj ili većoj meri, uslovljen čitanjem knjiga; ali prosečna starost posetilaca muzeja, kako se to može zapaziti, još uvek ne odražava u punoj meri skretanje iz sveta pisane reči (planeta Gutenberg) u svet obeležen televizijom i kasnije ekranom računara, koje je započeto krajem 60-ih godina. Ovo skretanje se naročito zapaža kod dece koja koriste računar i pre nego što nauče da čitaju – a među njima ima i onih, koji više i ne uče da pišu rukom. Izvesno je da ne treba biti futurolog pa da se s lakoćom ne uoče opšti trendovi ovog novog načina poimanja vizuelnog koji je proizvod „nove kulture“⁶, što ćemo i pokazati na primeru analize nekih od najposećenijih muzeja, koji su ujedno i najrazvijeniji sa muzeološkog stanovišta. Primetne su promene i u odnosu na prostor, ali i u odnosu na participativnost. Linearni model koji se zasniva na jedinstvenoj narativnoj potki i izvesnom odstojanju na kome se drže posetioci i koji je dugo dominirao klasičnim muzejima, postepeno biva zamenjen mnogo participativnijim i nelinearnim rešenjima koja su mogla da se zapaze već devedesetih godina prošlog veka na stalnim postavkama u Galeriji evolucije pariskog Muzeja istorije prirode, u Britanskom muzeju istorije prirode, londonskom Muzeju nauke ili američkom Muzeju istorije prirode u Njujorku. Poseban profil ovih muzeja, kao što je to slučaj i sa etnografskim muzejima i ostalim centrima za nauku je nesumnjivo pogodio da oni sprovedu temeljnu institucionalnu reformu svojih ustanova, menjajući na prvom mestu odnos prema predmetu (i njegovim substitutima), poruke koje se prenose i odnos sa publikom. Ni muzeji umetnosti ne zaostaju za njima; Tate modern (Tejt galerija) (poznata po svom posebnom sistemu za kačenje), MoMA ili Brooklyn Museum (Bruklinški muzej) na sasvim neočekivan način postepeno su postali sveprisutni na internetu, na svojim web stranicama i na većini interaktivnih sajtova.

RIZICI OD DIGITALIZACIJE

O kakvim rizicima od digitalizacije može biti reči u svetlu ovakvog razvoja situacije? Šta dobijamo, a šta gubimo? Odgovor u svakom slučaju nije binaran (sve ili ništa). Može se učiniti da je stvar već rešena. Međutim, potrebno je i dalje raditi jer brojne tehnološke inovacije nisu uvedene u muzeje sa jasnom vizijom, već po principu oponašanja opšteg trenda: kud' svi muzeji, tu i mi. Iako je tehnika od prvorazrednog značaja za razvoj muzeja, ona je ipak samo pomoćno sredstvo u službi strategije. Poznato je, međutim, da tehnika sa sobom nosi i određenu opasnost (kako to tvrde i Žak Elil (Jacques Ellul) i Martin Hajdeger (Martin Heidegger) jer se može desiti da ono što je njena moguća upotrebnost vrednost postane sama sebi cilj. Praćenje najnovijih trendova na polju novih tehnologija, od pravljenja blogova i kreiranja profila na društvenim portalima tipa fejsbuka (*Facebook*), do pravljenja interfejsa za proširenje stvarnosti i upotrebe 3D štampača, kao i naponi da se ti trendovi primene u muzeju nesumnjivo može ponekad da bude veoma privlačno.

⁵ DAVALLON J., *L'exposition à l'œuvre*, Paris, L'Harmattan, 1999.

⁶ DELOCHE B., *La nouvelle culture: la mutation des pratiques sociales ordinaires et l'avenir des institutions culturelles*, Paris, L'Harmattan, 2007.

Može li se izmeriti šta tradicionalne funkcije muzeja dobijaju, a šta gube, primenom tehnologije? Mogu li se rizici od uvođenja digitalne tehnologije i digitalizacije meriti u svetlu boljih mogućnosti za zaštitu baštine (politike nabavke i upravljanja zbirkama i konzervacije), za naučno-istraživački rad i komunikaciju (kroz publikacije i izložbe)? Svakako je ohrabrujuće kada se zna da se korišćenjem digitalne tehnologije može napraviti kopija nekog dragocenog potpisa. Ta kopija će preko baze podataka, postati lako dostupna istraživačima, a muzej će lakše upoznati javnost sa svojim dobrima, pogotovo kada je reč o predmetima koji su posebno osetljivi. Pokazalo se međutim, da je kopija krhka od originala; čak je i kiseli papir čvršći od nosača na kojima se čuva nova digitalizovana baština. Nove tehnike konzervacije mogu se u krajnjoj liniji ispostaviti i kao veoma skupe, jer zahtevaju stalan nadzor i obnavljanje nosača na kojima se čuvaju podaci. Pod pretpostavkom da su ulaganja u zaštitu ograničena, treba li štititi original ili njegovu digitalnu kopiju? A kada je reč o lakšoj dostupnosti dobrima, legitimno je zapitati se ne liči li ponekad ovakva vrsta dostupnosti novim predmetima na internetu, na bocu u moru, u ogromnoj i složenoj digitalnoj mreži? U tom kontekstu, nije izvesno da li je ulaganje u nove tehnologije uvek bolje od ulaganja u klasičnije metode.

S druge strane, digitalizacijom se utiče na prirodu reprodukovanog objekta, koji od prostog substituta može ovim postupkom da postane original. Istraživači ali i široka javnost često smatraju da je digitalni substitut nekog predmeta dobijen fotografisanjem ili skeniranjem, samo još jedan dodatak u evidenciji podataka, baš kao i bilo koja druga fotografija. Ovakvo stanje stvari bitno ne utiče na hijerarhiju predmeta: original ostaje u muzeju (sagrađenom od čvrste građe) dok se substitut stavlja u neku bazu podataka i u toj formi se predstavlja javnosti. Sa numeričkog stanovišta, međutim, digitalna datoteka napravljena je kao jedinstveni objekat u kome su integrisani podaci (kao što je na primer, kompletna evidencija podataka) a čija se budućnost posebno na netu, može bitno razlikovati od njegove prvobitne namene. Za razliku od analogno reprodukovanih predmeta (fotografija ili odlivak), digitalni objekat se ne samo lako reprodukuje (dovoljno je samo nekoliko pritisaka na taster), već se lako i menja: jednostavno je uneti izmene u muzički snimak, sa fotografije se može ukloniti trag vremena a sa slike se mogu skinuti pojedini detalji ili pak dodati neki drugi, može se obojiti mermer, statui se može dati drugi oblik, i slično. Računari pružaju i ogromne mogućnosti za analiziranje ovih predmeta sa stanovišta njihove forme, boja i slično. Novi objekti mogu na taj način dobiti samostalan život, nezavistan od njihovog osnovnog nosača i kao takvi oni se mogu videti i u njima se može uživati na internetu: pojedine izložbe i pojedini muzeji mogu se videti samo na internetu a da ne postoje nigde drugde. Uspeh ovih virtuelnih muzeja – tih nestalnih muzeja, kako to definiše Bernar Deloš (Bernard Deloche)⁷ – biće moguće proceniti tek u narednim godinama, poređenjem broja poseta koje oni beleže i poseta koje beleže klasični muzeji. No logika novonastalih mesta zajedničkog sećanja ili sajbermuzeja, rođenih na internetu, kreira i nove oblike ponašanja korisnika.

PARTICIPATIVNOST I MUZEJ ZAJEDNICE

Među oblicima ponašanja koji su najneposrednije proistekli iz revolucije 2.0 (ili je ta revolucija uticala da oni ponovo ožive) je ideja o participativnosti u muzeju, onako kako ju je definisala i u Muzeju umetnosti i istorije u Santa Kruz, i sprovela Nina Simon⁸. Porast nivoa participativnosti među posetiocima na internetu (koji inače ni izbliza ne učestvuju u tako velikom broju jer samo jedan od deset pošalje komentar

⁷ DELOCHE B., *Le musée virtuel*, Paris, Presses universitaires de France, 2001.

⁸ SIMON N., *The participatory museum*, Museum 2.0, 2010.

ili reakciju, a samo jedan od sto da svoj doprinos) verovatno je najzanimljiviji aspekt revolucije 2.0, ali participativnost je za muzeje i mogući faktor destabilizacije jer može da pokrene ponekad korenite promene u sistemu autoriteta.

Muzej je osmišljen krajem XVIII veka kao institucija, koja uz školu i crkvu, ima za misiju da usmerava kulturu, pomaže naučna istraživanja koja sprovodi akademska „*intelligentsia*“ i širi ih, ali ne i kao institucija koja će stvarati kulturno dobro zajedno sa najširoom publikom kao što to sada nagoveštavaju nove mogućnosti za participaciju. U tom smislu, promena uvedena korišćenjem novih tehnologija predstavlja veliki izazov, jer bi mogla da iz temelja uzdrma sadašnje monopole vlasti. Naime, u tom kontekstu, kustos više nije taj koji planira šta će da izloži posetiocu već oni zajedno rade na postavljanju izložbe. Analize o budućnosti muzeja ukazuju da će upravo ove promene koje se sigurno neće odraziti na velike institucije od nacionalnog značaja, ali će se odraziti na ostale muzeje širom zemlje, biti najvažnije promene u narednim godinama.

Prema tim istim analizama, ukoliko bude želeo da opstane ili da se razvija u uslovima smanjene javne podrške, muzej će sve više morati da se pozicionira kroz koncept delovanja u zajednici i participativnost i da gradi drugačije odnose sa svojim posetiocima ili, tačnije, sa ljudima iz svog okruženja⁹.

VIŠESTRUKI RIZICI

U tom smislu, izgleda da će se svaka ustanova koja krene u avanturu digitalizacije suočiti sa mnogobrojnim rizicima. Digitalizacija nije pogodno sredstvo ni za zaštitu, ni za upoznavanje javnosti sa baštinom koja je poverena muzeju; upravljanje novim digitalnim datotekama može se naprotiv pokazati kao mnogo rizičniji način zaštite, a krajnje je neizvesno da će zahvaljujući novom materijalu ustanova postati poznatija, jer imati internet stranicu, bazu podataka ili blog među više milijardi drugih sajtova zapravo vas više ne čini posebnim. Pored toga i dalje se ne zna koliko tačno sredstava treba da se uloži kako bi se ta baština jednom za svagde zaštitila i valorizovala. S druge strane, upotrebom novih tehnologija naš odnos prema baštini mogao bi bitno da se promeni u narednim godinama, pre svega jer ćemo moći da je sve lakše i lakše gledamo na web-u, i to u vidu substituta koji će moći sve lakše i lakše da se oblikuju i reprodukuju. Jer će se zbog novog načina čitanja i pristupa promeniti i oblici ponašanja prema opipljivim dobrima (u početku smo, na primer, želeli da ih fotografišemo, a sada da ih gledamo preko ekrana računara ili mobilnog telefona). Ovi novi oblici ponašanja nastali upotrebom web-a ne dovode samo do promena u opažanju (načinu gledanja predmeta ili izložbi), već i do društvenih promena (načina na koji se one posećuju, koriste i interakcije sa publikom). Društvene mreže koje su preplavile internet jesu u tom pogledu, koliko neverovatna toliko i rizična pojava. Nisu li te nove sajberzajednice koje se posećuju, međusobno komentarišu, dele i stvaraju, delom budućnost muzejske publike?

Digitalizacija je zaslužna za izradu i upravljanje novim instrumentima za tumačenje baštine i kao takva, ona je u svakom slučaju dragoceno sredstvo pomoću koga je moguće promišljati, ostvariti kontakt i pokušati da se razume dobar deo korisnika muzeja budućnosti ■

⁹ MUSEUMS ASSOCIATION, *Museums 2020 Discussion Paper*, London, Museums Association, 2012. Dostupan na internet adresi: <http://www.museumsassociation.org/download?id=806530>.

DIGITALNA RE-PREZENTACIJA ZBIRKI: PONOVO RAĐANJE AUTORITARNOG ANAHRONOG MUZEJA?

PER EJVIND RISE (PER ØYVIND RIISE),
DIREKTOR GRADSKOG MUZEJA U BERGENU, NORVEŠKA



UVOD

Stereotipni muzej, tako često prikazivan u popularnoj kulturi, masivan je prikaz ostataka bliže ili dalje prošlosti, predstavljenim sa najrazličitijim intencijama. Te intencije mogu biti naučne, obrazovne, informativne, ili, jednostavno, za uživanje predstavljeni kabineti kurioziteta. Bez obzira na namere, ovakvi prikazi dele neke zajedničke karakteristike, zbog čega su mnogi od njih preispitivani i delimično napušteni prilikom rada na novijim muzejskim postavkama. Pitanja postavljena u ovom radu potiču iz razmišljanja o sličnostima između organizacije ranijih muzejskih izložbi i sadašnjeg načina predstavljanja muzejskih zbirki na Internetu. Rad je fokusiran na dve centralne karakteristike: **autoritaran** i **anahron** muzej.

Očigledno je da mnogi muzeji nisu u stanju da u potpunosti prenesu konceptualnu evoluciju svoje uloge u post-informacijskoj revoluciji, do velikih projekata digitalizacije koji se sprovode na globalnom nivou. Čini se da baze podataka, poput "Europeane" ili „Digitalnog muzeja“ (norveški nacionalni ekvivalent) - kao komunikacioni koncept - poprimaju iste karakteristike kao muzejske izložbe početkom XX veka. Mi pozivamo našu publiku da pogleda naša blaga. Našom dobrom voljom, spremni smo da podelimo naše znanje sa ignorantskom javnošću. ICOM tvrdi da muzeji, po definiciji, treba da budu u službi društva. Kakve bi posledice to trebalo da ima na korišćenje društvenih mreža?

AUTORITARAN MUZEJ

Bez obzira na to da li su intencionalni ili ne, muzeji su postali jedan od najvažnijih izvora informacija. Ocene u mnogim zemljama pokazuju da su na skali od „Bogom dane nepogrešivosti“ do „greške u samom početku“ rezultati muzeja upravo na papskom nivou. Ako želite nepristrasan pogled ili neke nesporne činjenice, muzeji su najbolji izbor. Ovo je rezultat 150-godišnje, pa i više, muzejske prakse koja, naravno, podstiče poštovanje za našu tradiciju.

Međutim, ovo poštovanje može se izvesti iz stava da su se muzeji potvrdili tokom istih vekova: da muzejski profesionalci poseduju znanje i da su voljni da ga podele sa muzejskim posetiocima - kao nastavnik sa učenikom. Posetiocima nije dozvoljeno da oponiraju stavovima kustosa; muzeji se pažljivo pridržavaju objektivnosti i naučnih pravila u ovoj komunikaciji. Tako je sa tačke gledišta stručnjaka. (Uostalom, niko ne dovodi u pitanje analizu vodoinstalatera kada mu kaplju cevi, ukoliko i sam nije vodoinstalater). Ovu poziciju stručnjaka može da

podrži i zapravo znanje stvari koje drugi ne znaju, ili isključivanje laika iz diskusije, korišćenjem stručnog žargona ili drugih sredstava. To može da bude dosadno ili da pokaže nepoštovanje znanja i iskustva publike. Kada stručnjak prosvetljenog muzeja aktivno ignoriše znanje drugih, ili ga podriva ne dajući im priliku da ga predstave, pozitivna, autoritativna pozicija muzeja postaje negativna i autoritarna.

SVET PROMENA

Dve najdublje promene u zapadnim kulturama u poslednjih nekoliko vekova uticale su na poziciju muzeja i njegovu ulogu u društvu. Prvo, rast obrazovanog, samosvesnog, masovnog segmenta društva promenio je balans između sveznajućeg muzeja i ne-znajuće publike. Prilikom posete muzeju, namera posetioca od pre 100 godina mogla je biti da sam vidi (ili da pokaže kćerki) kako nešto izgleda. Gledanje Mona Lize u Luvru moglo je da bude prvi put kada je posetilac video ne samo stvarnu sliku već i jedini put kada je video motiv te slike. Drugo: izvori informacija su doživeli revoluciju u poslednjih nekoliko decenija. Evolucija masovne komunikacije - i kasnije interaktivnih medija - zauvek je promenila naše ponašanje. Čak i akademici sada koriste Vikipediju kao glavni izvor informacija pre nego što se okrenu tradicionalnim naučnim publikacijama na Mreži ili van nje.

Uticađ toga na svet muzeja je očigledan iz perspektive muzejskih stručnjaka, isto kao i na lokalne i nacionalne vlade. Mi nismo bili u stanju da razgovaramo o ulozi muzeja u društvu bez upotrebe izraza kao što su „mesto susretanja“, „postavljanje pitanja umesto davanja odgovora“, „ne istorija, nego priče“ itd. Naravno, postoji velika raznovrsnost u tranziciji, posebno između različitih tipova muzeja. (Čini se da najhrabriji tradicionalni glasovi koji se bore za poziciju muzeja kao autoritativnog mentora publike dolaze iz umetničkih i muzeja univerziteta). Manje je izvesno koliko je razlike u muzejskom iskustvu primetila publika. Tradicionalno, muzejske glavne izložbe se retko menjaju i mnogi muzeji su još uvek označeni kao 'staromodni'. Međutim, siguran sam da su se očekivanja javnosti promenila, iako možda ne u skladu sa nagađanjima muzeja.

ANAHRONO IZLAGANJE

Muzejsko izlaganje se takođe popularno smatra anahronim: predmeti su odvojeni od svojih istorijskih konteksta i predstavljeni sa malo ili bez obzira na vreme i mesto gde su nastali, osim napomene na malom parčetu papira prikačenom za predmet. U izvesnoj meri, to je lažna slika. Više nego često muzejske postavke su dizajnirane sa ciljem da pruže osećaj vremena i razvoja, poštujući kontekstualizacije i vremenske linije. Međutim, sama fascinacija predmetima često je vodila posetioce da prihvate izložbe kao anahrone, iako možda postoji osmišljen red ili sistem.

U nekim slučajevima, međutim, anahronizam je nameran. Ponekad je sam predmet važniji od konteksta ili svog porekla. Zaista, kao pravi muzejski profesionalci, mi uvek moramo verovati u inherentnu magiju materijalnog dokaza iz prošlosti. Poslednjih godina promena očekivanja onoga šta treba da bude muzej – ova magija ili, u najmanjoj meri, istinska fascinacija – ponekad se gubi u težnji ka modernizaciji. Bio sam na seminarima na kojima je glavno pitanje bilo: „Da li nam trebaju predmeti?“, iako na prilično retoričan način. Srećom, izgleda da je odgovor „Da“. Možda je potrebno da ponovo uspostavimo jedinstvenost muzeja još jednim dobrim pogledom u naše zbirke, u traganju za dobrim izložbama.

ONLAJN ZBIRKE: ZAŠTO?

Današnji onlajn pristup zbirkama nudi bliske asocijacije na arhetipsku sliku izložbe XX veka. Bogatstvo objekata je predstavljeno bez očiglednih veza sa drugima, van vremena i mesta. Prilikom ispitivanja jednog objekta, tako što kliknete na njega, vama se uglavnom predstavlja isti tip minimalnih informacija koje dobijate sa klasičnih kataloških natpisa u klasičnom izložbenom kabinetu. Šta se desilo sa kontekstualizacijom? Šta se dogodilo sa demokratskim muzejom? Prvi (i uglavnom tačan) odgovor je obično, „Ovo nije izložba. Ovo je naš način otvaranja naše zbirke, davanje ljudima njihovog demokratskog prava da vide šta je muzej prikupio.“ Tehnička rešenja često naglašavaju ovo. Onlajn zbirka je izvoz sopstvenog muzejskog sistema inventara, najčešće sa nekom izostavljenom sigurnosnom ili osetljivom informacijom, ali u većini slučajeva ona daje svima sa računarnom i pristupom internetu isto iskustvo kao muzejski radnik u potrazi za određenim predmetom. Koliko se bolje može dobiti? Mnogo bolje.

Moja prva refleksija, kada zamišljam sebe kao onlajn posetioca koji koristi svoje demokratsko pravo da ispita muzejsku zbirku, jeste da to mora da bude zamorno i dosadno iskustvo. Obično veliki broj predmeta (često brojenim u desetinama hiljada) čini pretraživanje zbirke bez određenog cilja praktično nemogućim. Zato se okrećemo kustoskim napomenama u vezi sa zbirkom, što nas vraća nazad na profesionalca u prosvetnom muzeju koji deli svoje shvatanje sa javnošću. Ili pokušavamo još izopačeniju, demokratsku inovaciju: masovno kuratorstvo putem **tag klauda** (tag clouds) ili „najpopularnija pretraživanja“, dovodeći novu publiku na isti deo zbirke kao i većina drugih. Koje su alternative?

Pre svega, moramo redefinisati cilj onlajn zbirke. Davanje pristupa milionima fotografija objekata nije primarni zadatak muzeja. Sakupljanje informacija i nova interpretacija naših predmeta – svakako jeste.

Može se tvrditi da je digitalizacija zbirke preduslov, u onoj meri u kojoj ona kreira teške informacione sisteme upravljanja za dalju dokumentaciju i kontekstualizuju naših zbirki. Međutim, čini se da je više energije uloženo u istraživanja za poboljšanje interakcija sistema nego u razvoj tehnika za interakciju publika/ zbirka. Prednost je data stvaranju savršenog sistema upravljanja zbirkama a ne istraživanju novih načina da se stvori publika koja zna. U isto vreme, Vikipedija je primer održivosti baze znanja pokrenute od strane zajednice.

To može, naravno, biti izgrađen sukob između osnovnih projekata digitalizacije i mogućnosti korišćenja interneta za bolju dokumentaciju i interpretaciju. Veoma uzbudljivi projekti se pojavljuju u mnogim zemljama, međupovezivanje onlajn zbirki sa kreativnom, dvosmernom komunikacijom sa javnošću. Ali, još uvek ove projekte obično prati briga o tome kako moderirati sadržaj koji su korisnici napravili, kako naglasiti autoritativnost muzejske informacije, i tako dalje.

RESUREKCIJA: OŽIVLJAVANJE MRTVIH PREDMETA

Zapravo, pretraživanje baze podataka naših zbirki je dosadno, ne samo za javnost već često i za muzejske profesionalce. Prazni, beli prostori registracionih obrazaca, uredno dizajnirani za beleženje istorije predmeta, naglašavaju nedostatak sistematske dokumentacije u prošlosti. Naši poštovani prethodnici verovatno su znali mnogo više o svojim predmetima nego što se to ogleda u našim bazama podataka - u većini slučajeva to znanje u muzejima više ne postoji. Međutim, ono može, postojati izvan muzeja.

Ovo bi trebalo da bude razlog za otvaranje naših zbirki - tipkanje u ogroman izvor informacija, možda čak i napuštanje našeg autoritativnog položaja kao pojedinačnih muzejskih profesionalaca, ali u procesu očuvanja autoriteta naših institucija. Ne možemo očekivati da se to desi bez strategije da se dospe do prave publike sa pravim zbirkama. Jedan od načina (verovatno najbolji tehnički način) jeste da se precizira klasifikacija i (što je najvažnije) uradi geopoziciju svih predmeta u bazama podataka. To nam omogućava da kreiramo "žive" potklase naše dokumentacije koje se mogu povezati sa sistemima u službi krajnjih korisnika, odnosno vikipedijanaca, volontera, amatera, lokalnih istoričara, i tako dalje.

Ali, možemo li čekati da se to desi? Mnogo češće verujem da treba da pronademo još jednostavnih načina da privučemo obrazovane ljude da rade na našim zbirkama. Kao muzejski profesionalci, mi treba da pronalazimo ono po čemu su naše zbirke važne određenim grupama i da podstičemo te grupe da doprinose našoj kolektivnoj bazi znanja. Nema potrebe da se čeka otmen API (Application Programming Interfaces) kao posrednik između sistema da se ovo dešava. Srećom, nekoliko uspešnih projekata se već sprovodi, mnogi od njih preko organizacija Vikimedije.

BOLJE KOLEKCIONIRANJE

Nedavni projekti kolekcioniranja, u kojima su muzeji koristili publiku i nove medije prilikom dokumentovanja novije istorije, pokazuju na najbolji način kako digitalni mediji mogu da se suprotstave autoritarnom i anahronom muzeju. Kao muzej, vi imate imperativ da osigurate da vaša zbirka bude adekvatna ciljevima institucije. Uglavnom, to znači prihvatanje činjenice da ima mnogo objekata koji bi trebalo da se nađu u vašoj zbirci, ali, iz mnogih razloga, njih tamo nema. Po mom iskustvu, što je istorija novija, izazovi su veći. Definisanje ovih praznina profesionalna je obaveza i ne treba da bude ostavljena telefonskom glasanju ili drugim oblicima masovnog kuratorstva. Popunjavanje tih praznina predmetima – i, možda najvažnije, onima predmetima koji nose priče što ih čine zaista magičnim – treba da bude kolektivan rad, koji kombinuje ptičju perspektivu kustosa muzeja i poznavanje detalja od strane javnosti.

Kustosima budućnosti biće potrebno više od klasifikacije predmeta, i prihvatanje informacija prikupljenim u sadašnjosti. Više informacija, više konotacije, čak i više anegdota ostvariće bolju komunikaciju i više tumačenja u budućnosti. Ako ne možemo da obezbedimo ove podatke zajedno sa objektima, onda je možda bolje da ih i ne prikupljamo.

Znamo da je ogroman broj ljudi voljan da deli i učestvuju u ovom kolektivnom upravljanju našom kulturnom baštinom. Mi znamo vrednost priča iz prve ruke ispričanim u vezi sa našim predmetima. Znamo i da u javnosti danas ima pojedinačnih eksperata u jednoj ili drugoj oblasti. Naš budući kredibilitet leži u našoj sposobnosti da upravljamo kolektivnim sećanjem na današnje društvo, kako bismo građanima budućnosti omogućili da daju smisao materijalnim dokazima prošlosti. Ako uspeмо, muzejski katalozi neće biti autoritarne, anahrone prezentacije jednog sveznajućeg muzeja, već posrednici između materijalnih muzejskih predmeta i nematerijalnog znanja javnosti - aktivnog dela naše demokratije ■

*Tekst preuzet iz Newsletter-a CIDOC-a za 2011. godinu, po odobrenju autora

Preveo Živojin Tasić.

GUGL - NAJVEĆI MUZEJ NA SVETU?

ARI HAURINEN (ARI HÄYRINEN)

/DIGITAL CULTURE DEPARTMENT OF ART AND CULTURE STUDIES
UNIVERSITY OF JYVASKYLA JUOMATEHDAS
FINSKA/



UVOD

Glagol „guglati“ znači koristiti Gugl pretraživač da se pronađu stvari na Globalnoj mreži (World Wide Web). Prema OCLC-u (Online Computer Library Center), u 2010. godini oko 84 odsto američkih onlajn korisnika počinju svoje pretrage za informacijama na nekom od pretraživača (OCLC, 2010). Pretrage tipa Gugl navode se kao najčešći način za pronalaženje resursa za fakultete humanističkih i društvenih nauka (Harli, 2007). Studenti koriste Gugl toliko da su neki nastavnici počeli da zabranjuju njegovu upotrebu na svojim časovima. (Chiles, 2008) Ovi primeri potvrđuju da većina korisnika, uključujući i prosečne građane, studente, pa čak i profesore, koriste Gugl da pronađu resurse informacija.

Veliki deo institucionalnog materijala kulturnog nasleđa može se naći na mreži onlajn. Pored toga, postoje i nezavisni, ne-institucionalni onlajn resursi koji se takmiče sa muzejima, arhivima i bibliotekama. Umesto samog preklapanja sa izvorima koje pružaju tradicionalne institucije, ovi novi izvori često prevazilaze institucionalne izvore u rezultatima pretrage i pokrivenosti. Sada se postavlja pitanje: kako će reagovati muzeji? Da li oni žele da budu deo te informativne mreže? Ili žele da ostanu po strani kako bi održali svoj autoritet i kontrolu nad svojim materijalima?

Pre nego što pristupimo bližem razmatranju ovih pitanja, moramo napraviti razliku između prisustva muzeja na mreži i njegovoj egzistenciji kao resursu informacija vidljivom na pretraživačima. Ova razlika je jasna kada razmišljamo o dvema suprotstavljenim situacijama pretrage na internetu: u prvoj, neko planira da poseti muzej i, u drugoj, veb korisnik traži informacije o određenoj temi ili predmetu. U prvom slučaju neko želi da zna kakve vrste izložbi postoje u muzejima, da vidi radno vreme muzeja, a možda i da pregleda njihove zbirke. On uočava strogo kontrolisan Veb interfejs od strane muzeja. Drugi slučaj otkriva pozadinu Veb interfejsa, odnosno šta pretraživač vidi. U univerzumu pretraživača, sadržaj koji obezbeđuje muzej ekvivalentan je bilo kom drugom izvoru informacija.

Istraživači i entuzijasti amateri oduvek su pisali i samostalno objavljivali svoje radove. Ono što se promenilo u našem digitalnom dobu jeste lakoća kreiranja i pronalaženja digitalnih resursa. Svako može da doprinese fondu digitalne baštine, jer ne postoje kontrolni mehanizmi na otvorenom Internetu. Bez obzira na to koliko je informacija dobra ili loša, pretraživači je pakuju. Ovo stavlja sve institucije

kulture u novu situaciju: one su izgubile monopol da mogu „reći kako stvari zaista stoje“, kao i njihov automatski top-rejting u potrazi za rezultatima. U svetu pretraživača, autoritativni status organizacija koje se bave baštinom nestaje.

PRETHODNE STUDIJE

U muzejskoj i muzejsko-informatičkoj literaturi postoje dve pretpostavke u pogledu onlajn prisustva muzeja. Prva se tiče njegove uloge: muzej je bio - i uvek bi trebalo da bude - aktivan učesnik. On definiše okvir za sve onlajn aktivnosti korisnika, ostavljajući veoma malo prostora za korisnikove sopstvene inovacije. Muzej kontroliše procese, obezbeđujući da sve bude propisno autorizovano, da su činjenice tačne, da se neodgovarajuće ponašanje izbegne. Druga pretpostavka je da je korisnik već ušao u kontekst muzejskih onlajn instalacija, na primer, „student koji piše rad o ‘Delima Heraklovim’, može očekivati da bude u stanju da traži da vidi sve predmete muzejske zbirke koji se odnose na tu temu“(Marti, 2008). Ali, na prvom mestu, kako će student pronaći muzejsku zbirku?

U mnogim studijama postoji neobjašnjiv jaz između ponašanja korisnika interneta u pretraživanju i startne tačke za pretraživanje koja pronalazi muzej na mreži. Korisnici koji, pretražujući na Guglu, ne pronalaze reference za muzejske zbirke retko kad će naići na same muzejske onlajn resurse. Pored toga, da bi bili pronađeni, ti resursi moraju imati prilično visoko mesto u rezultatima pretraživanja, budući da korisnici često pregledaju samo prve dve strane rezultata pretrage (Rieger, 2009). Leif Isaksen i Sebastijan Hit su ukazivali na to da se onlajn informacije o predmetima kulturnog nasleđa ne nalaze samo na sajtovima tradicionalnih „organizacija sećanja“, već se često nalaze izvan „zvaničnih“ resursa. U svom članku „Pandorina kutija“, Leif Isaksen koristi Mona Lizu kao primer. On ističe da rezultati Gugl pretrage za Mona Lizu „izlistavaju“ prvo Vikipediju, potom Jutjub i neke druge sajtove pre stranica Luvra o toj slici. Isaksen tvrdi da digitalna izolacija institucija kulture ne može biti opravdana i da to sigurno ne poboljšava njihovu trenutnu situaciju. „[M]i treba da prihvatimo da izolacionistička politika među profesionalcima nasleđa nije samo glupa već je i potpuno besmislena, jer kultura će nastaviti bez nas... ne samo da ne znamo sve već su kulturne perspektive u principu beskonačne. Ipak, na raspolaganju nam je veliki broj alata koji nam omogućavaju da nadgledamo i moderiramo inpute iz ‘mase’ ka našim sopstvenim sajtovima“ (Isaksen, 2009).

Umesto da institucije kulturnog nasleđa smatramo izvorom merodavnih informacija za veb korisnike, možemo ih definisati kao nosioce informacija koji traže korisnike za njihov sadržaj. Ovo je stvarno radikalna promena gledišta, suprotstavljena trenutnoj situaciji u najvećoj mogućoj meri. Isaksena zabavlja misao o određenoj vrsti kulturnog relativizma, iako on ne koristi taj termin. Postojanje beskonačnog broja kulturnih perspektiva znači da nijedna od njih ne bi trebalo da dominira.

KVALITET

Melisa Teras je proučavala resurse amaterske digitalizacije, koncentrišući se na onlajn resurse kojima upravljaju pojedinci koji žele da učestvuju u digitalizaciji kulturnog nasleđa. Za početak, ona je odabrala stotinu resursa, a potom intervjuisala šest kreatora najkvalitetnijih (tj. onih koji su tačni, merodavni, objektivni, aktuelni, dobre pokrivenosti i imaju jedinstvene informacije vezane za zbirku). Ona sumira značaj ovih resursa rečima: „Većina predstavlja nove informacije, detaljisane i specijalizovane pod vrlo specifičnim uglom. Efemere koje

nisu bile prikupljene - ili čak primećene drugde, dokumentovane su, smeštene, prezentovane i katalogizirane." (Teras, 2010)

Teras navodi da onlajn resursi u velikoj meri variraju u kvalitetu sadržaja i predmeta, i da je većina lošeg kvaliteta, pošto su mnogi na mreži napušteni, mada ona ne definiše „loš kvalitet“ već govori samo o karakteristikama najboljih resursa. Najbolji izvori se aktivno održavaju, oni se široko koriste - i na akademskim poljima - i često se pojavljuju pri vrhu lista aktuelnih hitova pretraživača. „Pored toga, oni stvaraju takve onlajn materijale koji su generalno uspešniji u interakciji sa svojom relevantnom onlajn zajednicom nego što su to institucije baštine. Kao rezultat toga, umesto da se posmatraju kao puki 'digitalni kabineti kurioziteta', najbolji digitalni resursi koje su stvorili entuzijasti u svom slobodnom vremenu i o svom trošku, mogu da informišu biblioteku, arhiv i zajednicu kulturnog nasleđa o najboljoj praksi u izgradnji onlajn resursa i izgradnji relevantne publike u tom procesu." (Teras, 2010)

Kvalitet onlajn resursa zavisi od nekoliko faktora. Naša skala procene mora se razlikovati kada prosuđujemo o resursu kao celini od onoga kada ispitujemo pojedinačne zapise. Na primer, ako je resurs jedini izvor informacija koje se mogu naći, onda je njegov značaj veći, a to utiče na procenu tog resursa. Lista atributa Terasove za dobre resurse može se primeniti, ali čak i ako resurs u celini nije toliko dobar, još uvek može imati neku vrednost. On ne mora da bude objektivan, aktuelan i da ima dobru pokrivenost, ali može da ima subjektivnu perspektivu koja nudi novi pristup temi. Čak i neuredan, ružan ili napušten sajt može imati jedinstvenu perspektivu, sliku koja se ne može naći na drugom mestu, ili nedostajući podatak, i to ga čini vrednim. Ako resurs ne pokušava da bude muzej i ne prati standarde muzeja, o njemu ne treba suditi u skladu sa tim standardima.

TREKUTNA SITUACIJA, NA OSNOVU PRIMERA

U potpunoj verziji ovoga rada opisan je niz arbitrarnih primera iz realnih onlajn materijala koji pokazuju neke aspekte trenutne situacije. Primeri jasno pokazuju kako tehničke implementacije utiču na vidljivost i ponovnu upotrebljivost materijala na mreži, kako slike mogu biti povezujući elementi između različitih izvora, kao i različite stavove institucija kulturnog nasleđa prema deljenju svojih materijala. Primeri uključuju:

- Džems Bondov pištolj igračku, preko pretrage za „Džejms Bond“ na Europeani, Nordiska museet-u i Guglu;
- Narodne nošnje Finske, preko Onlajn zbirke Muzeja zanata Finske i sajta kansallispuvut.fi;
- „Bouden Spejslender“ bicikla (Bowden Spacelander) - preko Nacionalne arhive Bicikle u istoriji Amerike, pretraga slika preko Tineye (koji se reklamira kao sredstvo obrnute pretrage slika);
- Gojino slikarstvo (slike), preko Guglove pretrage slika;
- Zbirke institucija, preko Tineye i Guglove pretrage baze slika;

Svi ovi primeri su „ciljano birani“ i moramo biti veoma oprezni prilikom donošenja generalizacije na osnovu njih. Ali ja verujem da oni pokazuju trenutnu situaciju veoma dobro. Kada ljudi traže informacije o predmetima kulturnog nasleđa, oni to čine uz pomoć pretraživača, a institucije kulture često su loše predstavljene na stranicama pretraživača. Zašto je trenutna situacija ovakva? I, što je još važnije, da li je to dobro ili loše?

Tehnički razlozi su barem delimično odgovorni za slabo prisustvo onlajn materijala muzeja u svetu pretraživača. Ovaj problem je u velikoj meri povezan sa konceptom „Duboka mreža“ (Deep Web). Duboka mreža, ili „Skrivena mreža“ (Hidden Web), odnosi se na veb sadržaj koji se nalazi van domašaja generičkih pretraživača. Dinamički veb sajtovi, sajtovi zaštićeni lozinkom, kao i netekstualni sadržaji ne mogu se naći robotima pretraživačima i stoga nisu indeksirani.

Niko ne zna veličinu Duboke mreže, ali se procenjuje da je ona na stotine puta veća od konvencionalnog veba „na površini“. Baze podataka muzejskih onlajn zbirki su tipični sajtovi Duboke mreže i potrebna je izvesna stručnost da ne ostanu zarobljeni na njoj. Takva stručnost je retko dostupna malim organizacijama sa ograničenim resursima.

Nedostatak zanimljivih informacija/materijala još jedan je razlog slabog prisustva muzeja na listama upita pretrage. Ako su jedine informacije koje muzej može da obezbedi o predmetu iz svoje zbirke njegova mera, tehnički opis i godina nabavke, onda on teško može da se takmiči sa više kontekstualizovanim resursima. Treći razlog što muzej nije na vrhu rezultata pretrage interneta vezan je za reklamiranje, ili, preciznije, za njegov nedostatak. Za razliku od muzejskih, komercijalni sajtovi koji prodaju umetničke plakate reklamiraju se aktivno. Za ove sajtove visoki rang na strani pretraživanja jednak je višku poslovnih mogućnosti. Čak i ako ovi sajtovi imaju veoma ograničene informacije, oni imaju dovoljno linkova i saobraćaja da podignu svoje rangiranje iznad organizacija kulturnog nasleđa.

Mora se priznati, međutim, da u nekim situacijama muzeji obavljaju posao veoma dobro. Na primer, kada je reč o malom jezičkom području, institucionalni materijali pojavljuju se visoko u rezultatima pretrage, jer se veoma mali broj sajtova takmiči sa njima. Ali, kada je rang muzeja nizak na stranici, pitanje je kako on može da se profilise kao autoritativni izvor informacija, ukoliko se uopšte nađe?

ZNAČAJ SLIKA

Slike imaju mnogo prednosti nad tekstualnim podacima. One se lako dele i koriste se u različitim kontekstima; uglavnom su nezavisan jezik i korisnici ih žele. Kada nema dovoljno tekstualnih informacija, fotografija može biti najvredniji izvor u potrazi za informacijama o kulturnom nasleđu. Kontekst slike nije izgubljen, pretraga zasnovana na slici obezbeđuje dvosmerno povezivanje materijala, bez manuelne intervencije.

Slike koje na mrežu postavlja institucija kulturnog nasleđa uglavnom su kopije predmeta u zbirkama. Fiona Kameron kritikuje one koji digitalne surogate vide samo kao nosioce poruke originalnog predmeta. (Kameron, 2008) Kada se koristi kao referenca za potrebe upravljanja zbirkom, digitalni surogat igra ulogu veze sa originalnom stavkom i nema sopstveno značenje. Ali ovo se menja kada je surogat odvojen od konteksta. Izvan ovog okvira, veza između originala i replike je ili pokidana, ili je značaj te veze smanjen. Surogat sada ima svoj život; mogu postojati alteracije, može se koristiti samo kao ilustracija za nešto potpuno drugačije ili se može kombinovati u novom kontekstu.

Kada bloger koristi fotografiju Boudena Spejzlendera koju obezbeđuje Bruklinski muzej, slika više ne upućuje na biciklu u zbirci. Smisao te slike sada zavisi od konteksta. U najmanju ruku, slika prikazuje futuristički bicikl. U svom najdaljem

dosegu, ona upućuje na razvoj industrije, upotrebu novih materijala (fiberglasa), inovativni dizajn, i na priču o komercijalnom neuspehu. Drugim rečima, slika ukazuje na koncept Boudena Spejslendera.

DELJENJE ILI SAMO PRIKAZIVANJE?

Kada je muzejski resurs konačno pronađen, postavlja se pitanje da li se materijal može ponovo koristiti. Mogu li da preuzmem sliku te igračke koju sam imao kao dete? Mogu li postaviti sliku na moj blog i podeliti svoje uspomene sa ostatkom sveta? Da li muzeji treba da dozvole ili čak podstiču novo korišćenje svojih materijala? Ili to treba da spreče? Pitanje deljenja i ponovog korišćenja materijala kulturnog nasleđa je složeno, jer uključuje pravne, moralne i finansijske probleme. (Eschenfelder & Caswell, 2010) Dva straha muzeja podstiču mnogo detaljniju raspravu: strah od gubitka autoriteta i strah od re/de - kontekstualizacije.

Nina Simon je napisala blog o strahu od gubitka autoriteta, koji završava na sledeći način:

Jedan od primarnih strahova koji muzejski profesionalci (i svi profesionalci) imaju prilikom stvaranja novih relacija sa publikom jeste strah od gubitka kontrole. Stotinama godina mi smo posedovali i sadržaj i poruku. Dok nevoljno prihvatamo činjenicu da posetioци stvaraju svoje verzije poruke oko podskupova sadržaja, mi ih svesno ne podstičemo da redistribuiraju njihove sopstvene substandarde, ne-autoritativne poruke.

Ona ističe da se mora napraviti razlika između kontrole i stručnosti. Posedovanje kontrole ne znači prisutnost bilo kakve stručnosti i posedovanje stručnosti ne zahteva bilo kakvu vrstu kontrole. Institucije kulturnog nasleđa moraju da shvate da je stavljanjem slike ili informacije u univerzum pretraživača kontrola materijala praktično izgubljena. One ne kontrolišu algoritam pretraživača niti mogu da utiču na vrste slika ili veza paralelno prikazanim u rezultatima pretrage. A ako su materijali interesantni, oni će se ponovo koristiti, bez obzira na autorska prava ili restrikcija za korišćenje.

Re-/de-kontekstualizacija materijala je drugi zajednički strah. Javna upotreba muzejskih slika može da dovede do njihove upotrebe u neprikladnom kontekstu ili na način koji skriva originalan kontekst. Ovde ključ leži u muzejskom razumevanju sopstvene odgovornosti u vezi sa objavljenim materijalom. Muzej može sebe smatrati najodgovornijim za sve moguće upotrebe materijala, ovlašćene ili neovlašćene, sada ili u budućnosti. U globalnoj digitalnoj mreži ovu vrstu odgovornosti gotovo je nemoguće sprovesti. Globalni pristup u kombinaciji sa lakoćom digitalnog kopiranja i menjanja čini ovaj pristup neizvodljivim. Po užim gledištima, muzej je odgovoran samo za sopstvenu upotrebu materijala. Šta se dešava „napolju“ je izvan njegove kontrole i stoga se on ne može smatrati odgovornim.

Postoje tri kategorije u vezi sa politikom upotrebe slika zasnovane na muzejskim stavovima o ponovnoj upotrebi: Virtuelne vitrine, Kulturni posed/regulisani pristup i Kulturni remiks. (Eschenfelder & Caswell, 2010). Virtuelna vitrina, kao što joj ime sugeriše, kao izložba u virtuelnoj vitrini prikazuje predmet istovremeno sprečavajući kopiranje ili promenu. Zbog veoma fleksibilne prakse u vezi sa autorskim pravima između korisnika interneta, ovaj pristup ima ozbiljne teškoće. On može biti ostvaren samo praktično uništavanjem slike vođenim znakom, što onemogućava njenu ponovnu upotrebu, ali i sprečava prikazivanje slike za nečije

uživanje. Da li je muzej ovlašćen da praktično uništi digitalni surogat kako bi sprečio njegovo korišćenje?

Sa tačke gledišta muzeja, model Virtuelna vitrina može izgledati kao idealno rešenje. Materijali su onlajn, ali kontrola ostaje u muzeju. Međutim, to šalje poruku da je zbirka vlasništvo muzeja i da je uloga onlajn posetioca da je poseti, ali da ne učestvuje.

Flickr Commons, Smitsonian Commons, Brooklyn museum i The Yale Digital Commons pravi su svetski primeri najbliži modelu Kulturnog remiksa. Ovde su materijali klasifikovani kao „javni domen“, ili da „nema poznatih autorskih ograničenja“. Materijal je otvoren za ponovnu upotrebu, ako prihvatimo činjenicu da se njegova kontrola uglavnom gubi, barem kada su u pitanju nekomercijalne svrhe. Navodeći „da ne postoje ograničenja autorskih prava“ premešta deo odgovornosti na korisnike. Na ovaj način slike se mogu deliti čak i kada nema dozvole i/ili nosilac autorskih prava nepoznat.

REŠENJA

Koja rešenja postoje? Prvo, postoje tehnička rešenja za tehničke probleme. Kada muzej izvozi bazu podataka svoje zbirke na mrežu, trebalo bi da obezbedi mapu sajta da pomogne pretraživaču da indeksuje sajt. Onlajn baza podataka muzeja bi trebalo da koristi ne-tehničku, stalnu URL adresu, obezbeđujući da spoljni linkovi budu i dalje funkcionalni, uprkos promenama platforme. Drugo, postoje i ne-tehnička rešenja zasnovana na postojećim internet praksama i re-evaluaciji uloge muzeja.

Muzejska literatura i literatura o muzejskoj informatici čine bazičnu pretpostavku da muzej ima aktivnu ulogu u postavljanju okvira u kojima se sve dešava. Ljudi mogu da učestvuju, proizvode sadržaje i označavaju predmete, ali uglavnom pod uslovima koje je postavio muzej. Iz „muzeocentrične“ perspektive, rešenje će biti nešto što muzej treba da učini: semantičko mapiranje podataka o zbirci, da Tviter i Fejsbuk nalozi muzeja generišu više linkova, blogova, ili grupa zabavnih igara na sajtu muzeja. Ali, muzej, takođe, može da bude pasivan dobavljač sadržaja, omogućavajući korisnicima da izmisle šta će raditi sa njegovim materijalima. Pasivna uloga, takođe, znači da su manji resursi muzeja stavljeni u promet. To ne znači da bi organizacije baštine trebalo da prestanu sa radom na projektima uključivanja kolektivne inteligencije (crowdsourcing) ili kreiranje onlajn edukacionog okruženja. Uloga pasivnog informacija/materijal provajdera i uloga aktivne/autoritativne organizacije baštine međusobno se ne isključuju. Umesto toga, one služe ljudima u različitim situacijama i sa različitim ciljevima.

U pasivnom modelu, muzej sebe vidi kao resurs koji priznaje da postoje drugi, ponekad i mnogo bolji, izvori informacija van njega. Umesto učauravanja (encapsulating) muzejskog onlajn sadržaja, sadržaj se deli tako da drugi mogu da ga kombinuju sa različitim resursima i obogaćuju ga. To je kao kreacija sadržaja koji generišu korisnici (crowdsourcing) van muzejskog konteksta. Zadatak je da se digitalno nasleđe uvede u svakodnevni život. To ne mora da obezbedi bolju vidljivost samog muzeja na pretraživaču, ali obezbeđuje zasluženu vidljivost materijala muzeja. Ono što je potrebno jeste spoljni model upravljanja znanjem (knowledge management). Muzej ne može da kontroliše spoljašnje informacije, ali može da odlučuje - i upravlja - svojom ulogom u mreži informacija.

ZAKLJUČAK

Muzeji vide sebe (a tako ih i drugi vide) kao pouzdane izvore informacija. Istovremeno, oni priznaju da su njihove informacije o sopstvenim zbirkama često nekontekstualizovane i oskudne. Ako muzeji imaju probleme da kontekstualizuju svoje zbirke, a taj kontekst već postoji izvan njih, i ako veza između njih može da se automatski napravi, onda je to nešto što bi muzeji barem trebalo da prouče.

Umesto da utiskuju informacije u stroge kategorije, institucije baštine bi mogle da probaju divalji način prihvatanjem postojeće internet kulture deljenja. Kopiranje i korišćenje nećijih materijala može se smatrati pozitivnim. To može da znači da su materijali te organizacije interesantni. I alternativno, ako niko ne kopira materijale, onda oni nisu interesantni. Muzeji bi trebalo da ohrabre ljude da biraju najbolje. Izborom onoga što ih interesuje i stavljanje toga na svoj blog ili vebaj, to postaje vidljivije i kontekstualizovanije. Neki entuzijasti su u stanju da urade mnogo više, da prikupljanjem informacija i materijala iz različitih izvora i njihovim kombinovanjem stvaraju novi resurs koji prevazilazi originale i kvalitetom i pokrivenošću.

Da li je Gugl zaista najveći muzej na svetu? Gugl je gigantska, izborna, re-kontekstualizujuća i marketing mašina koja povezuje informacije i materijale ne vodeći računa o akademskim zvanjima, institucionalnom statusu ili odgovarajućem kontekstu. Gugle je Vikipedija u najširem smislu, sa neograničenom perspektivom i bez izdavačke politike. Muzeji nisu u poziciji da definišu pravila za ovu posebnu vrstu „muzeja“, oni samo mogu da odluče da li će biti deo toga ili ne. Revolucija autoriteta kulturnog nasleđa se već dogodila. Postoji jedna onlajn kreativna zajednica ogromnih razmera (crowdsourcing), sa ljudima koji kreiraju, komentarišu i manipulišu digitalnim nasleđem. Muzeji mogu da daju podršku tome, ili mogu da to ignorišu, ali oni ne mogu da spreče da se to dešava ■

REFERENCE

- Cameron, F. (2008). Politics of Heritage Authorship: The case of digital heritage collections. *New Heritage. New Media and Cultural Heritage* (pp. 170-184).
- Chiles, A. (2008). Lecturer bans students from using Google and Wikipedia. *The Argus*. Retrieved August 10, 2011, from http://www.theargus.co.uk/news/1961862.lecturer_bans_students,from_using_google_and_wikipedia/
- Eschenfelder, R., & Caswell, M. (2010). Digital Cultural Collections in an Age of Reuse and Remixes. *First Monday*. Retrieved August 11, 2011, from <http://first-monday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3060/2640>
- Harley, D. (2007). Why Study Users? An environmental scan of use and users of digital resources in humanities and social sciences undergraduate education. *First Monday*. Retrieved August 11, 2011, from <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1423/1341>
- Isaksen, L. (2009). Pandora's Box : The Future of Cultural Heritage on the World Wide Web. Retrieved August 10, 2011, from <http://leifuss.fNes.wordpress.com/2009/04/pandorasboxrev1.pdf>
- Marty, P. F. (2008). Changing Needs and Expectations. **Museum Informatics People, Information and Technology in Museums** (pp. 182-185).
- OCLC. (2010). Perceptions of Libraries, 2010: Context and Community. *Context*. Retrieved from <http://www.oclc.org/reports/2010Perceptions.htm>

*Tekst preuzet iz Newsletter-a CIDOC-a za 2011. godinu, po odobrenju autora.

Preveo i priredio Živojin Tasić

MUZEJI DIGITALNIH IGARA: PRIMENA COPYRIGHT-A NA NOSTALGIJU

Ljiljana Gavrilović

Ideja muzeja koji bi sakupljao/čuvao digitalne igre sve je aktuelnija i širom sveta se pojavljuje sve više pokušaja da se od zaborava sačuvaju segmenti ovih virtuelnih stvarnosti,¹ koji nestaju gotovo istom brzinom kojom i nastaju. Prve digitalne igre nastale su još tokom šezdesetih godina prošlog veka, gotovo odmah posle pronalaska računara. Iako su one stare tek nekoliko decenija, što je sa stanovišta zaštite tradicionalnog kulturnog nasleđa toliko blisko da se gotovo može smatrati savremenim, za digitalnu kulturu, koja se menja brže od bilo kog drugog segmenta kulture – one su praistorija. Tih igara – tadašnjih tehnoloških čuda – danas se malo ko seća, jer ih je u međuvremenu bilo toliko da je danas teško čak i samo nabrojati one najpoznatije/najpopularnije, pa time i najuticajnije u oblikovanju savremenog društva. Ni jedna od njih, naravno, nije preživela do danas – osim u sećanju onih koji su sate i dane provodili zakucani za nju.

Iako se, kao i svaka zaštita kulturnog nasleđa, zaštita digitalnih igara bazira na nostalgiji, u njihovom slučaju nostalgija nije čežnja za zamišljenim a neproživljenim, nije utopijska. Ona je čežnja za *stvarno* življenim iskustvom lociranim u (za realni, svakodnevni život, ne tako davnu) prošlost – to je, kako Svetlana Bojm definiše, refleksivna nostalgija koja počiva na *agiji*: čežnji, gubitku i nesavršenom procesu prisećanja (Bojm 2005: 98-108).² Ipak, najveći broj do sada postojećih lokacija koje se bave evidentiranjem/čuvanjem digitalnih igara i baziran je pre svega na individualnoj/fanovskoj aktivnosti, iako mogu da pobroje kako same igre, tako i njihove kreatore, ne mogu da organizuju ono što je suštinsko za istinski doživljaj sačuvanog: *igranje*. Sa istim problemom suočio se i prvi institucionalni pokušaj čuvanja ove kategorije digitalnog nasleđa (*Preserving Virtual Worlds*³).

Naime, u oba slučaja se pokazalo da je zaštita ovog nasleđa (kao, uostalom i bilo kog drugog digitalnog nasleđa) tesno skopčana sa problemom zakonskih ograničenja (cf. McDonough & all 2010: 52-57), koje praktično onemogućuju funkcionisanje zaštite u praksi. Zakoni o intelektualnoj svojini i autorskim pravima ne samo što

1 O virtuelnim ili sintetičkim svetovima vidi šire u: Castronova 2005.

2 Po kategorizaciji Bojmove, dosadašnja zaštita kulturnog nasleđa se bazira na restaurativnoj nostalgiji, onoj koja stavlja naglasak na *nostos* – teži da iznova izgradi izgubljeni dom i zakrpi rupe u sećanju (Bojm 2005: 86-97).

3 U ovom projektu su učestvovali: *Institute of Technology, Stanford University, University of Maryland, University of Illinois* i *Linden Lab*. On je deo šire inicijative čuvanja digitalnog nasleđa, čiji je jedan od nosilaca i Kongresna biblioteka. Ovaj rad je nastavljen - trenutno se radi na prikupljanju materijala u okviru PVW2 projekta.



Warcraft III: Reign of Chaos
(Blizzard Entertainment, 2002)



Doom (id Software, 1993)

zabranjuju (njihovom primenom se i veoma strogo kažnjava) bilo kakvo kopiranje originalnog programa/igre nego – još više – bilo kakve intervencije ili izmene originalnog koda.

Zaštita, međutim, podrazumeva kopiranje. A kada su u pitanju starije igre, podrazumeva i intervencije na originalnom kodu koje omogućavaju igranje na savremenim uređajima, čime se one ne čuvaju samo formalno, nego i suštinski. Bilo kakva zaštita digitalnih igara koja ne uključuje mogućnost njihovog igranja, nije zaštita, jer bi se njome promenila osnovna namena čuvanog proizvoda/predmeta. Slika koja visi na muzejskom zidu je samo promenila zid, ali ne i namenu. Upotrebnici predmeti smešteni u muzej jesu promenili namenu (i to jeste glavni problem sa njihovom „zaštitom“), ali tu bar postoji mogućnost da se vidi kako su oni izgledali i da se pretpostavi/zamisliti kako su radili. Međutim, digitalni proizvod čine samo linije koda – dok se ne pokrene on nema nikakvog smisla (osim, možda, za programere), tako da zaštita svedena na evidentiranje, sakupljanje i čuvanje nema nikakvog smisla ukoliko se ne obezbedi i rad sa tim programom. Da ne govorimo o tome da, kada su igre u pitanju, bez radosti učestvovanja, osvajanja nagrada i postizanja željenih rezultata, nikakav sačuvani *kod* igre ne može da bude *igra sama* ■

Bojm, Svetlana (2005). *Budućnost nostalgije*. Beograd: Geopoetika.

Castronova, Edward (2005), *Synthetics Worlds. The Business and Culture of Online Games*. Chicago and London: The University of Chicago Press

McDonough, J., R. Olendorf, M. Kirschenbaum, K. Kraus, D. Reside, R. Donahue, A. Phelps, C. Egert, H. Lowood, & S. Rojo (2010). *Preserving Virtual Worlds. Final Report*. <http://hdl.handle.net/2142/17097>

MUZEALIZACIJA INTIMNOSTI: DA LI JE I KOME JE POTREBAN MUZEJ KONTRACEPCIJE I ABORTUSA?

Ana Panić

U gradu secesije, austrougarskih dvoraca i blještavih palata optočenih zlatom, u blizini nezaobilazne ulice za kupoholičare Mariahilfer Strasse, na prvom spratu zgrade broj 37 u ulici Mariahilfer Guertel, krije se jedan muzej neobičnog imena. **Muzej kontracepcije i abortusa** (www.muvs.org), prvi i do sada jedini muzej ove vrste na svetu, osnovan je pre tačno deset godina, a od 2007. godine otvoren je za javnost. Šta je doktora Kristiana Fialu (Christian Fiala) nagonilo da sa saradnicima otvori muzej posvećen jednoj ovako delikatnoj temi? Ginekolog koji u svojoj biografiji ima upisano radno iskustvo na tri kontinenta, o motivaciji za otvaranje muzeja kaže sledeće: „Kao lekar ja mogu da edukujem samo ograničen broj ljudi o njihovoj seksualnosti, plodnosti i kontroli rađanja, kao naučnik i predavač mogu da doprem do većeg broja ljudi, ali samo kroz muzej je moguće proširiti znanje o sigurnoj kontracepciji i medicinski bezbednom abortusu na globalnom nivou.“

Borba za kontrolu rađanja osnovna je misija ovog društveno angažovanog muzeja. Mnogi će se pitati da li je ovakav muzej uopšte potreban i kome kada danas svi znaju šta su kontracepcija i abortus. Da li je baš tako odgovor nam daju statistički podaci koji kažu da se u Srbiji, zemlji sa negativnim demografskim trendovima, desi 200.000 pobačaja godišnje. Pored svima dostupnih sredstava kontracepcije, usled smanjene brige društva prema zdravstvenoj i seksualnoj edukaciji stanovništva, posebno mladih koji nemaju sistemsko seksualno obrazovanje,





veliki broj neželjenih trudnoća pokazuje visok stepen nepoznavanja sopstvene seksualnosti i nebrige o zdravlju usled neznanja i neobaveštenosti. Glavni cilj muzeja je podizanje svesti upravo kod mladih i edukacija tinejdžera koji u Muzej mogu doći sami, sa prijateljima ili u grupama koje broje od 15 do 26 osoba. Organizovano vođenje za škole traje 90 minuta, pratnja starijih je moguća, ali preporučljivo je ostaviti mlade same kako bi se zaštitila njihova privatnost i olakšalo postavljanje ličnih i osetljivih pitanja koja ih je sramota da postave roditeljima ili nastavnicima.

Bez biranja strane i osuđivanja, u dve nevelike prostorije ispričana je priča o razvoju kontracepcije kroz vekove, plodnosti, testovima za utvrđivanje trudnoće, legislativi i abortusu (legalnom i ilegalnom). Kroz tekstove, fotografije, grafikone, originalne predmete (prikupljeno je oko 2000 predmeta), dostupnu literaturu, video snimke i lične priče žena, svako ko poseti ovaj Muzej naučiće nešto novo – o razvoju medicine, ženskim pravima, pritisku i stegama društva ili njegovom razvoju. Može se saznati i to da je u Jugoslaviji pobačaj liberalizovan šezdesetih godina prošlog veka, a već 1963. godine otvoreno je i prvo savetovalište za kontracepciju, dok je u nekim evropskim državama (Irska i Poljska) pod jakim uticajem crkve, abortus i dalje zabranjen, usled čega dolazi do velikog broja nelegalnih abortusa koji često dovode do kobnih posledica po reproduktivne sposobnosti i opšte zdravlje žena.

Samo dve godine nakon otvaranja, 2009. godine ovaj privatni muzej je dobio prestižni austrijski muzejski pečat kvaliteta (*Museumsgütesiegel*), čemu je prethodilo



šestomesečno praćenje, kontrola i ispitivanje svih aspekata muzejske delatnosti od strane stručnjaka iz Nacionalnog komiteta ICOM-a Austrije. Već naredne godine Muzej je dobio nagradu Kenet Hadson (*Kenneth Hudson Award*) za najbolji evropski muzej godine za postignute rezultate u podizanju javne svesti o misiji i vrednosti muzeja, a 2011. godine u Dubrovniku na konferenciji *The Best in Heritage* uvršten je u Klub izvrsnosti (*Excellence Club*) sa najviše glasova učesnika konferencije, o čemu je već bilo reči u prvom broju našeg časopisa ■

DIGITALIZACIJA FOTOTEKE MIJ ILI KAKO (DE)KONSTRUISATI ISTORIJSKI FOTO-ARHIV

Ivan Manojlović

Tokom novembra Muzej istorije Jugoslavije okončao je jedan od svojih najznačajnijih projekata do sada - digitalizaciju dela foto-građe MIJ, odnosno integralnog fotografskog materijala, nekadašnjeg foto-arhiva Kabineta predsednika SFRJ Josipa Broza Tita. Na kraju ovog projekta o postignutim rezultatima možda najbolje govore brojke: oko 150.000 digitalizovanih i indeksiranih fotografija, zabeležene 1083 lokacije u 93 države, identifikovano 5420 osoba, fotografije su obeležene prema 360 tematskih pojmova, označeni su bilateralni susreti Jugoslavije sa 136 država.

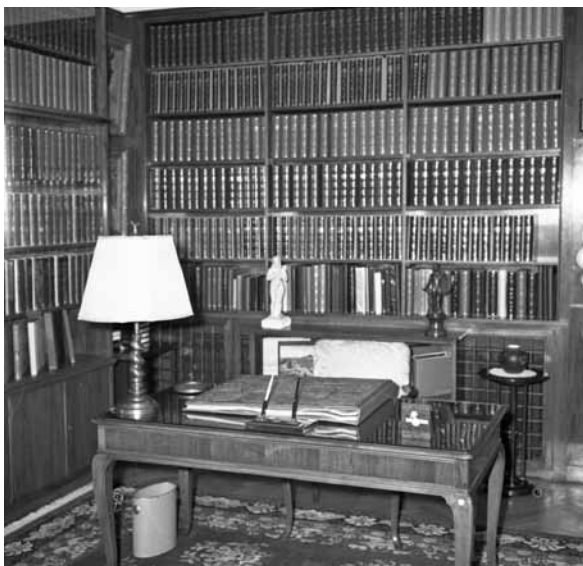
Muzejski život ove specifične zbirke fotografija, koju kustosi Muzeja istorije Jugoslavija nazivaju Fototekom, započinje formiranjem Memorijalnog centra Josip Broz Tito 1982. godine. U vreme postojanja Memorijalnog

centra Fototeka se nije koristila u naučno-istraživačke svrhe, već je isključivo pripadala ambijentalnoj celini Titove Rezidencije i kao takva bila je izložena posetiocima. Tek 2003. godine, prilikom „vraćanja” jednog dela fonda Muzeju, među tim predmetima je preuzeta i Fototeka. Nju čini oko 150.000 crno-belih fotografija smeštenih u 702 kutije koje imitiraju dimenzije i izgled knjiga. Fotografije su u kutije raspoređene prema godinama i događajima. Sve fotografije su dimenzija 18x24cm. Tokom 2012. godine fotografije su skenirane, u okviru projekta njene digitalizacije.

Interesovanje za građu MIJ od strane istraživača, studenata, učenika, medija, umetnika, kao i broj posetilaca (73000 u 2009. godini, 122878 u 2010. godini) i državnih delegacija koje u MIJ dolaze, ukazuju na potrebu za većom dostupnošću kulturne baštine. Broj istraživača zainteresovanih za foto-građu Muzeja istorije Jugoslavije se poslednjih godina toliko povećao da sadašnji kapaciteti Muzeja (kako ljudski, tako i oni vremenski i prostorni) nisu u stanju da sve korisnike na adekvatan način opsluže. Pored toga, konstantno istraživanje ove građe dovelo je u pitanje perspektive za njeno adekvatno čuvanje i preventivnu konzervaciju. Sve ovo su bili crveni signali da je neophodno Fototeku učiniti dostupnijom.

Da bismo čak i one brojke sa početka teksta doveli u kontekst i time izmerili uspešnost projekta, trebalo bi da pogledamo koji su bili projektovani ciljevi, kao i kako glasi misija projekta. Projekat čiji je radni naziv bio **(De) konstrukcija istorijskog foto-arhiva MIJ** ističe jednu od dominantnih crta muzeja

Fototeka u Rezidenciji Josipa Broza Tita



budućnosti: povezivanje istraživačke, arhivske, obrazovne, dokumentarne, (umetničke) delatnosti koja uz pomoć novih tehnologija omogućava ukrštanje raznorodnih materijala i time formira validnu bazu podataka koja će pomoći kako sadašnjim tako i budućim istraživačima i ostalim potencijalnim korisnicima fondova i na taj način učiniti ovo kulturno nasleđe trajno dostupni(ji)m.

Kao najviši ciljevi projekta definisani su: baza znanja, kreiranje savremenog metoda u predstavljanju istorije i stvaranje platforme koja bi u sledećim fazama projekta omogućavala učešće posetioca u „obeležavanju“ istorije na prostorima bivše Jugoslavije (social tagging). Činjenica da je projekat zamišljen tako da ima i svoju virtuelnu verziju, odnosno da će celokupan foto-arhiv biti *on-line*, omogućuje da njegovi elementi budu dostupni i najširoj publici i korisnicima širom sveta.

U toku perioda planiranja projekta odlučeno je da se prva faza – skeniranje fotografija prema zadatim parametrima – prepusti spoljnim saradnicima, specijalizovanim za ovakvu vrstu



Stranica na kojoj se pristupa naprednoj pretrazi

posla. Zadatak je podeljen između Vojnog arhiva Ministarstva odbrane Republike Srbije i firme MFC Mikrokomerc. Ova odluka omogućila nam je rezultate skeniranja sa minimalnim brojem grešaka (gotovo na nivou statističke greške), što je posebno bilo od značaja kod imenovanja i smeštaja digitalnih fajlova. Prema utvrđenom sistemu, svaki, skeniranjem dobijeni, fajl ima naziv po modelu, npr. 1967_337_092, gde prvi broj označava godinu kada je fotografija snimljena, drugi broj kutije gde je fotografija fizički smeštena, dok treći

predstavlja broj fotografije u okviru konkretne kutije. Ovako označeni fajlovi omogućavaju utvrđivanje lokacije fotografije u prostoru depoa MIJ.

Nov način da pretražite istoriju druge polovine XX veka

Sledeće dve faze projekta su se odvijale istovremeno. Sa jedne strane, oformljen je tim za istraživanje i pripremu materijala za indeksiranje fotografija. Sam process rada sastojao se u proveru postojećih podataka i opisa koji se nalaze uz fotografiju, njihovu korekciju, kao i upoređivanje podataka iz dostupnih arhivskih izvora i periodike. Ovaj tim dao je i nacrt budućih ključnih reči kojima



Stranica sa prikazom pojedinačne fotografijom, sa ključnim rečimaza datu fotografiju.

se definiše svaka fotografija u bazi prema: datumu nastanka, mestu, državi, osobama, tematskim odrednicama i bilateralnim odnosima. Pretraživanje fotografija prema navedenim ključnim rečima pre rada na ovom projektu nije bilo moguće i ukoliko bi korisnici istraživali fotografije prema nekim od ovih kriterijuma – rezultati bi zavisili od kustosa, odnosno njegovog/njenog poznavanja celokupne građe.

Drugi tim je radio na planiranju i izradi veb-baze fotografija koja je pre svega okrenuta korisnicima. Pošlo se od stava da je potrebno iznova promisliti celokupnu ideju veb-baze kulturnog nasleđa. Glavni doprinos je: značajno unaprediti digitalizaciju foto-građe i otvaranje muzejskog arhiva, imajući u vidu, pre svega, najširu publiku. S druge strane, iskustvo istraživača i korisnika foto-građe MIJ uzeto je kao centralna tačka oko koje se gradila veb-

baza sa namerom da se ovo iskustvo prenese na mrežu. Svaki posetilac veb sajta www.foto.mij.rs će imati priliku da nakon jednostavne registracije kreira sopstvene galerije gde može da „izdvoji“ fotografije tokom istraživanja i pregledanja. Na ovaj način istraživanje započeto na jednom mestu može se nastaviti na drugom i rezultati istraživanja uvek ostaju zapamćeni nezavisno od lokacije sa koje se bazi pristupa.

Projektom digitalizacije Fototeke, Muzej korisnike vidi kao ravnopravne partnere u daljoj nadogradnji baze znanja. Kroz opciju davanja komentara za svaku fotografiju otvorena je mogućnost da posetioci sajta dopunjuju podatke o fotografijama do kojih kustosi MIJ nisu došli. Korisnici tako postaju aktivni učesnici i potencijalni izvori informacija, a ne samo pasivni konzumenti sadržaja.

U PRIPREMI ONLAJN IGRA ZA DECU „ŠETNJA KROZ
ETNOGRAFSKI MUZEJ – ŽIVOT U SRBIJI PRE STO PEDESET
GODINA“

ETNOGRAFSKI MUZEJ NA INTERNETU

Tijana Čolak-Antić

Kao i većina institucija koje čuvaju, izlažu i tumače kulturno-istorijsko nasleđe, Etnografski muzej svoju delatnost predstavlja na veb-sajtu (<http://etnografskimuzej.rs/>). Brojne informacije, od istorijata Muzeja do aktuelnih programa, predočene su korisnicima zainteresovanim bilo za planiranje posete Muzeju bilo za pisanje seminarskog rada ili da zadovolje neku vrstu znatiželje. I pored truda da se na veb-sajtu nađe dovoljno zanimljivih podataka o eksponatima koje kustosi proučavaju i izlažu, o stalnoj izložbi Etnografskog muzeja može da se stekne virtuelna slika tako što se „baci pogled“ na virtuelnu panoramu (<http://zlabmedia.com/portfolio.html>). Na 14 panoramskih snimaka sa dva izložbena nivoa, nalaze se 44 detalja (tzv. info-tačke) koji sadrže dopunsko objašnjenje eksponata ili cele vitrine, da bi se podstakla radoznalost virtuelnog posetioca da dođe u realni Muzej i sazna nešto više.

Međutim, veb-sajt, virtuelna panorama i fejsbuk nalog (<https://www.facebook.com/EtnografskiMuzejBeograd.EthnographicMuseumBelgrade>), nisu dovoljni da učine muzej zanimljivim deci. Da bi se ona zainteresovala za upoznavanje kulturnog nasleđa koje predstavlja Etnografski muzej, u izradi je onlajn igra koja će se pojaviti na veb-sajtu 2014. godine.

Reč je o igri „Šetnja kroz Etnografski muzej – Život u Srbiji pre sto pedeset godina“ koja treba da pruži uzbuđenje novog otkrivanjem starog, tako da igrači mogu da shvate vrednost tradicije i draž prošlosti. Cilj je da se deca kroz igru približe odgovoru na ona pitanja koja postavljaju otkako su počela da se kreću i da istražuju: Ko sam? odakle sam došao? šta je bilo pre? – odnosno da saznaju više o srpskoj kulturi i da im se pomogne da ojačaju svest o identitetu naroda kom pripadaju.



Igra je zasnovana na sadržaju stalne izložbe Etnografskog muzeja „Narodna kultura Srba u XIX i XX veku“. Kroz uočavanje sličnosti i razlika, igru memorije, ukrštene reči i potragu za nepoznatim predmetima, treba da se reše zadaci u gradu i na selu (u planinskom i ravničarskom kraju). Potrebno je istražiti kako je pre 150 godina izgledala porodica, u kakvoj kući se stanovalo, kako je bila uređena bašta, kako su se nekad ljudi oblačili, šta se jelo, kako se postavljao sto i kako su se slavili Božić, Uskrs i slava. Teme su raznovrsne i u skladu su sa nastavnim programom iz predmeta srpski jezik, priroda i društvo, svet oko nas, istorija, geografija, muzičko i likovno vaspitanje.



Igra „Šetnja kroz Etnografski muzej – Život u Srbiji pre sto pedeset godina“ omogućiće deci da zavire u svaki kutak muzeja.



U sastavljanju scenarija učestvovali su etnolog Tijana Čolak-Antić, kao rukovodilac projekta, psiholog Nevana Buđevac, profesor u osnovnoj školi Ljubica Terzić i dete Stevan Popović ■



REGIONALNA ALIJANSA ICOM-A ZA JUGOISTOČNU EVROPU RA ICOM SEE

Mila Popović-Živančević

ICOM SEE osnovan je 2005. godine kao **Radna grupa ICOM-a Evrope za Jugoistočnu Evropu**, u skladu sa tadašnjim Statutom ICOM-a. Osnivanje ICOM SEE rezultat je spontane i direktne inicijative članova ICOM-a iz Makedonije, Bugarske, Srbije i, donekle, Grčke proizašle iz potrebe da se više nacionalnih komiteta ICOM-a ujedini u jednu snažniju strukturu koja će imati dalekosežniji uticaj na kulturnu politiku u nacionalnim i regionalnim okvirima.

Na **Generalnoj skupštini ICOM-a 2007.** usvojene su radikalne izmene Statuta ICOM-a kojima su prevaziđeni oblici regionalnih organizacija i njihove varijante transformisani u **regionalne alijanse**.

U okviru RA ICOM SEE danas deluje 10 zemalja regiona: Slovenija, Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Albanija, Makedonija, Srbija, Bugarska, Rumunija i Moldavija. Formalno sedište ICOM-a SEE je u Centralnom institutu za konzervaciju u Beogradu. Osnovne aktivnosti sprovode se u okviru generalnog projekta *Revitalizacija kulturnog i prirodnog nasleđa u regionu Jugoistočne Evrope, 2006-2015*, autora prof. dr Mile Popović-Živančević,



Sastanak Board-a ICOM-a SEE u Centralnom institutu za konzervaciju u Beogradu, januar 2013.

koji je UNESCO prihvatio kao značajnu pomoć i doprinos razvijanju strategije generalnog rešavanja problema zaštite u regionu Jugoistočne Evrope i kvalitetnu osnovu za dalji razvoj organizovane brige za baštinu.

REGIONALNI EDUKATIVNI PROJEKTI

RA ICOM SEE je tokom 2013. godine samostalno ili sa partnerima realizovao brojne edukativne programe namenjene članovima nacionalnih komiteta i drugim profesionalcima iz regiona Jugoistočne Evrope:

Edukativni kurs Arhitektonska konzervacija – specijalistički kurs za usavršavanje arhitekata konzervatora, prema konceptima i principima Arhitektonske konzervacije, kao i prema međunarodnim i nacionalnim konvencijama i propisima. Kurs, koji je trajao od 14. maja do 22. juna 2013. godine, predstavlja deo saradnje koju su razvili Visoki institut za konzervaciju i restauraciju u Rimu - ISCR i Centralni institut za konzervaciju u Beogradu - CIK.

Program za upravljanje muzejskim zbirkama od 2012. godine realizuju "Fionn Zarubica & Associates" i Centralni institut za konzervaciju u Beogradu, u saradnji sa ambasadam



Radionica u okviru Programa Upravljanje muzejskim zbirkama, Centralni institut za konzervaciju, 2012./2013.

Sjedinjenih Američkih Država u Beogradu. Program pruža osnovna i napredna uputstva, kao i praktične vežbe, iz tehnika upravljanja savremenim muzejskim zbirkama i namenjen je profesionalcima u muzejima i drugim institucijama zaštite, studentima sa iskustvom rada u muzejima i na konzervaciji kulturnog nasleđa, kao i sa studentima koji žele da se uključe u zaštitu kulturnog nasleđa.

Projekat Baza podataka o antičkim mozaicima u Jugoistočnoj Evropi je razvijen u okviru regionalnog projekta **Konzervacija mozaika i obuka konzervatora u regionu Jugistočne Evrope** ima za cilj da podigne svest o potrebi za organizovanijom i aktivnijom brigom o antičkom mozaičkom nasleđu u regionu. Baza sadrži podatke o antičkim mozaicima, kao i konzervaciji mozaika sa 39 arheoloških lokaliteta koji su otvoreni za posetioce i iz 32 muzeja. Istraživanje je sprovedeno u osam zemalja

regiona: Albaniji, Bosni i Hercegovini, Bugarskoj, Crnoj Gori, Hrvatskoj, Republici Makedoniji, Srbiji i Sloveniji. Projekat vodi Centralni institut za konzervaciju u Beogradu uz podršku UNESCO-ve kancelarije u Veneciji, Regionalne alijanse ICOM SEE i Nacionalne akademije umetnosti u Sofiji. <http://www.seemosaiacs.org/>

Projekat reorganizacije depoa u zemljama Zapadnog Balkana (RE-ORG). ICCROM je, zajedno sa UNESCO-m, kroz projekat Preventivna konzervacija ugroženih muzejskih zbirki u zemljama u razvoju, razvio metodologiju RE-ORG, za pomoć malim muzejima u procesu reorganizacije depoa. U 2013. godini pokrenut je projekat za region Zapadnog Balkana sa ciljem da se formira tim stručnjaka za RE-ORG metodologiju koji će moći da uspešno reorganizuju depo muzeja koristeći se ovom metodologijom. U okviru RE-ORG programa obuke predviđeno je da se održi dvonedeljna radionica, dok

će faza mentorstva na daljinu trajati šest meseci, kada će učesnici primeniti metodologiju u svojim institucijama. Države uključene u realizaciju su Albanija, Federacija Bosne i Hercegovine, Makedonija i Srbija, dok su glavni partneri ICCROM, CIK, ICOM SEE i Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije. U toku 2013. godine završene su pripreme, konsultacije i pronalaženje partnera za projekat, a njegova realizacija je predviđena za 2014. godinu.

Onlajn aplikacija Upravljanje rizicima kulturne baštine (CHRM) realizovana je tokom 2013. godine. Prva verzija ove baze podataka je napravljena 2010. godine za program obuke muzejskih profesionalaca *Primena procene rizika u Jugoistočnoj Evropi - SEE RA*, koji je trajao od novembra 2009. do maja 2010. godine i koji je predstavljao zajednički projekat ICOM SEE i Centralnog instituta za konzervaciju u Beogradu. Baza podataka, razvijena u skladu sa CCI



- ICCROM - ICN metodom procene rizika za zbirke, kreirana je da olakša proces procene rizika, razmene informacija i dostavljanja rezultata. Zajednica muzeja Slovenije i ICOM Slovenije su tokom 2013. godine osmislili projekat *Upravljanje rizicima za kulturno nasleđe - Procena rizika za muzejske depoe*, koji je bio podsticaj za redizajniranje RA SEE baze podataka u onlajn aplikaciju *Upravljanje rizicima kulturne baštine* (CHRM). CHRM omogućava unošenje podataka koji se odnose na različite korake u pristupu upravljanja rizicima, proceni vrednosti nasleđa, analizi rizika, poređenju rezultata, razvoju i analizi mogućnosti (uključujući kalkulaciju isplativosti), kao i izradi konačnog izveštaja. Baza podataka će biti završena tokom decembra 2013. godine. Nakon toga, u januaru 2014. godine, biće moguće da se objavi aktiviranje baze i pošalju informacije o mogućnostima korišćenja baze u regionu i svim nekadašnjim učesnicima projekta.

PLANIRANI PROJEKTI

Edukativni program Radionica preventivne konzervacije za muzeje Jugoistočne Evrope

namenjen je zaposlenima u institucijama zaštite kulturnog nasleđa u regionu i pokrivaće teorijske koncepte zaštite, metodologiju preventivne konzervacije i njenu praktičnu primenu u muzejima. Sadržaj programa će se realizovati u tri tematska ciklusa, tokom perioda 2014-2016. godine. Tematski ciklusi pokrivaju različite oblasti preventivne konzervacije: 1) Uvod u preventivnu konzervaciju; Menadžment konzervacije muzejskih zbirki; Muzejske zgrade, okruženje; 2) Organizacija depoa; Preventivna konzervacija u funkciji muzejskih izložbi; Transport i pakovanje; 3) Vanredne prilike. Program će biti realizovan održavanjem jedne tematske celine godišnje, po jedna za Bosnu i Hercegovinu, Crnu Goru, Makedoniju, Hrvatsku, Sloveniju i Srbiju i na

engleskom jeziku za Albaniju, Rumuniju i Bugarsku. Svaka tematska celina traje 5 dana, za 9 muzeja sa 24 učesnika. Između radionica odvijaće se komunikacija između učesnika radionica iz muzejske mreže i nosilaca programa iz CIK-a, o rezultatima primene stečenih znanja u sopstvenoj sredini.

Nastavak projekta

Arheološka konzervacija, jednog od najvažnijih regionalnih projekata u periodu od 2004. do 2007. godine. Nastavak treba da traje od 2014. do 2018. godine kada bi se sprovela četiri kursa (po jedan godišnje) u trajanju od po mesec dana, koji bi se bavili problematikom podizanja nadstrešnica na arheološkim lokalitetima. Države uključene u realizaciju su Srbija, Italija, Albanija, Bugarska, Grčka, Makedonija, Slovenija, Hrvatska, Crna Gora, a glavni partneri su Centralni institut u Beogradu i ICCROM (International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property).



Kurs Arhitektonska konzervacija u 2012.

Projekat Dokumentacija, konzervacija i prezentacija kamene plastike na području Priboja i Pljevalja ima za cilj saradnju na unapređenju konzervatorske prakse u regionu i omogućavanje dostupnosti spomenika kulture širokoj javnosti na graničnom području Srbije i Crne Gore, a obuhvatiće konzervaciju spomenika kamene plastike pod nadležnošću Zavičajnog muzeja iz Priboja i Muzeja u Pljevljima. S obzirom na veliku istorijsku i dokumentarnu vrednost spomenika i činjenicu da se nalaze na otvorenom, identifikacija problema i planiranje konzervacije i prezentacije je veoma delikatna faza koja utiče na sve ostale tehničke operacije koje će uslediti i od koje zavisi uspeh konzervatorskog tretmana. Zbog toga će se prvi deo projekta bazirati na prikupljanju podataka, analizi stanja i ispitivanjima i rezultiraće izradom plana konzervacije, dok će drugi deo biti posvećen konzervaciji spomenika i omogućavanju njihove adekvatne prezentacije. Dostupnost informacija o spomenicima će biti omogućena izradom baze podataka koja će objediniti istorijsko-umetničke i konzervatorske podatke, a koja će biti dostupna stručnjacima ali i širokoj javnosti preko internet prezentacije. Glavni partneri u projektu su Centralni institut za konzervaciju u Beogradu, Zavičajni muzej Priboj, Muzej u Pljevljima, ICOM SEE. Period realizacije je od 2014. do 2017 ■



Sastanak ICOM SEE Boarda u Centralnom institute za konzervaciju u Beogradu, januar 2012.



Slika 1. Mogući QR kodovi za promociju različitih turističkih itinerara vezanih za arheološki lokalitet Vinča

MOGUĆNOSTI NOVIH TEHNOLOGIJA U AFIRMACIJI KULTURNOG NASLEĐA: QR KODOVI

Priredila: Mirjana Rikalo, Grupa za kreativnu ekonomiju, Beograd*

Izvori rasta i blagostanja u trećem milenijumu su znanje, kreativnost, originalnost i veštine. Ekonomija novog doba zasniva se upravo na kreativnosti, te je još nazivaju i „kreativnom ekonomijom“, „ekonomijom doživljaja“, „simboličkom ekonomijom“ i sl. Nove tehnologije, softveri, programiranje spadaju u sektor kreativne ekonomije, baš kao i marketing i brendiranje, ali i promocija kulturnog nasleđa, muzeologija, kulturni turizam itd.

U Evropi iz godine u godinu raste broj turista kojima je glavni motiv kulturni odmor. Oni su obrazovaniji, bolji potrošači, putuju u grupi i pripadaju turistima više platežne moći.¹ Sa druge strane, istražujući posećenost muzeja i uopšte atraktivnost ovakvog vida provođenja slobodnog vremena kod mladih u Srbiji, kao najmobilnije grupe, uočeni su veoma loši rezultati. Ono što u najvećoj meri zabrinjava je što čak 85,8 %² srednjoškolaca i gotovo isto toliko studenata (83,5%)³ u Srbiji, retko ili nikada ne posećuje muzeje. Kao glavne razloge retkih poseta pomenutim institucijama kulture mladi navode: nedostatak slobodnog vremena (39,3%), nedostatak interesovanja (17%), nedostatak novca (16,4%), ali i neodgovarajuću ponudu (14,2 %).⁴ Neki od uzroka nezavidnih rezultata su nizak životni standard, specifične karakteristike mladih kao društvene grupe i

njihov odnos prema javnom kulturnom životu. Nedovoljno atraktivna ponuda muzeja i način prezentacije kulturne baštine (neinovativne i neinteraktivne izložbe) su takođe mogući uzroci slabe posećenosti muzeja.

Čest je slučaj da nemar i nesistemske pristup u oblasti kulture i kreativnih industrija u nas, dovode do situacije da resursi kulturnog nasleđa padnu u zaborav za širu publiku, iako bi se mogli iskoristiti za podizanje nivoa svesti domicijalnog stanovništva o kulturama koje su živele na našim prostorima, ali i u stvaranju pozitivne slike o Srbiji. Takav primer je arheološko nalazište Vinča, jedna od najznačajnijih neolitskih prestonica Evrope.

Nove tehnologije mogu pomoći u podizanju participacije u kulturi, naročito ako se ima u vidu da mladi najčešće koriste internet radi informisanja, zabave i edukacije, ali i da se korišćenja intereneta retko odriču.⁵ Pametni (smart) telefoni postaju sve popularniji, a njihova prodaja raste iz dana u dan kako u svetu tako i kod nas. Ovi telefoni omogućuju čitanje QR kodova⁶ pa umesto unošenja internet adrese, skeniranjem QR koda, internet pretraživač mobilnog telefona se direktno usmerava na željenu internet adresu koja se nalazi u rasteru kvadratića QR koda. Niska cena stvaranja, manje opterećenje vizuelnog

5 Isto, 87.

6 QR kod (quick response) je dvodimenzionalni simbol koji je veoma sličan bar kodu, odnosno razlikuju se po tome što ga mogu čitati mobilni telefoni i ima veći kapacitet skladištenja podataka od klasičnog bar koda. Ovi simboli su stvoreni u Japanu, u Denso Wave korporaciji još 1994 godine i imali su za cilj obeležavanje avio delova. I. Ćirić i A. Pavlović, "Digitalna kultura kao ishodište savremenog marketinga: s one strane iluzije," Kultura, br. 128, 2010, pp. 305.

1 J.T., Dallen, *Heritage Tourism in the 21st Century, Valued Traditions and New Perspective, Journal of Heritage Tourism*, No.1, Channel View Publications, London, 2006.

2 S. Mrđa, *Kulturni život i potrebe učenika srednjih škola u Srbiji* (Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 2011), 73.

3 S. Mrđa, *Kulturni život i potrebe studenata u Srbiji* (Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 2012), 66.

4 S. Mrđa, 2012, 76.

sadržaja tekstualnim opisima, laka dostupnost, čini ih podesnim za korišćenje u svim oblastima kulturnog nasleđa (arhivi, muzeji, biblioteke, znamenita mesta, itd).

Ovde dolaze do izražaja mnogobrojne mogućnosti QR koda koji bi mogao da odigra značajnu ulogu u približavanju vinčanske kulture posetiocima lokaliteta, ali i drugim zainteresovanim licima. Upotreba boje i ugradnja logotipa u QR kodove bi takođe doprinela promociji ovog lokaliteta. Sa druge strane, posetiocima budućeg arheološkog parka, bi instaliranje QR kodova neposredno pored eksponata omogućilo lakšu dostupnost informacija o predmetima pored kojih se nalaze, a moguće bi bilo i povezivanje sa 3D animacijom ili nekim dokumentarnim filmom. Značajan aspekt može biti i virtuelna izložba artefakata vinčanske kulture koja bi uz pomoć QR kodova bila dostupna širokom krugu publike. Takođe, ova tehnologija bi mogla pružiti detaljne informacije o lokalitetu na više jezika koje bi se nalazile na izdanju knjiga, kataloga, plakata i drugog štampanog materijala.

Pošto turisti pre svoje posete ne mogu doživeti neko iskustvo, pokreće se niz marketing aktivnosti u kojima značajnu ulogu imaju brošure, promocija u medijima i PR, ali neprocenjivu vrednost imaju informacije koje se prenose „od usta do usta“, putem preporuke.⁷ Trend štampanja QR koda na majicama i tretiranje QR koda kao modnog detalja sa jedne strane, a sa druge kao kulturološkog fenomena, mogao bi na zanimljiv način da približi kulturno nasleđe omladinskoj (prvenstveno srednjoškolskoj i studentskoj) populaciji i omogućiti aktivnu participaciju u kreiranju kulturnog doživljaja potpomažući im da prošire svoje znanje i informisanost o datoj temi.

Mladi bi u okviru nekog od potencijalno ponuđenih turističkih itinerera u Vinči (Putevi kulture, Putevi hrane i Putevi avanture)⁸, mogli

7 V. Vrtiprah, „Cultural Resources as a Tourist Supply Factor in the 21st Century“, *Ekonomika misao i praksa* (2006) vol. 15 (2), pp. 279-296.

8 O mogućim potencijalima korišćenja arheološkog nalazišta Vina videti u: M. Rikalo, M. Lazarević i D. Novaković, „Visual Identity as an Instrument of Tourist Destination Branding. Case Study: The Vinca Archaeological Locality,“

biti snimljeni u toku svojih aktivnosti i snimak njihovog autentičnog doživljaja u Vinči, mogao bi biti postavljen na YouTube, te bi kao suvenir mogli poneti majicu sa QR kodom koji vodi direktno na snimak njihove avanture u Vinči. Ovakav način vodio bi personalizaciji kulturnog doživljaja i iskustva, te bi mogao doživeti popularnost, kao i dokumentovanje turističkih doživljaja putem fotografija, koje su za sada najpopularniji i najmasovniji vid aktivnih kulturnih navika (ne)turističkih posetilaca na istorijskim lokalitetima. Dodatno, na istoj majici bi se nalazila i poruka koju bi mogli sami da izaberu ispisana fontom Vinčica (font kreiran po uzoru na vinčanske ureze).⁹

Sve ove aktivnosti vodile bi povećanju i interpretaciji kulturnog sadržaja na nov način, što bi dovelo do rasta interesovanja za kulturne događaje i sadržaje u javnoj sferi kulture (institucije, muzeji, arhivi, kulturno nasleđe, itd).

Specifičnost ovog multimedijalnog sadržaja, jeste što kreiranje QR koda, na neki način predstavlja i novi kontekst i perspektivu muzeologije u digitalizovanom svetu. Na taj način, stereotipi koji vladaju, poput statičnosti muzejskih postavki i kulturnog nasleđa, njihove jednoličnosti, nekreativnosti i tradicionalnosti u predstavljanju, bivaju srušeni korišćenjem digitalnih, multimedijalnih tehnologija koje mogu biti upotrebljene prvenstveno u kreiranju novog iskustva i doživljaja kulturnog nasleđa.

Ipak, QR kodove moramo posmatrati samo kao jedan od vidova promocije, a nikako kao jedini. Potrebno je raditi na podizanju javne svesti kod korisnika o mogućnostima QR kodova i njihovom popularisanju, na zanimljiv način, kako bi u budućnosti oni mogli postati jedan od značajnih elemenata izgradnje brenda.

*Napomena: Tekst je deo istraživanja Rikalo, M. i Mikić, H. (2012) ["QR Codes in Creative Economy: Case Study on Vinca Archeological Site"](#) predstavljen na:

II International Symposium Engineering Management and Competitiveness (EMC 2012), Zrenjanin; M. Rikalo, „Kreativna Vinča“, *Kreativna Srbija*, Beograd, Anonymous said, 2011, pp. 104-106.

9 Videti više: M. Rikalo i D. Novaković, „Tipografija vinčanskih znakova i njihovo transponovanje u savremenu tipografsku formu“, *Pančevačko čitalište br. 19*, 2011, pp. 63-73.

International Conference on applied internet and information technologies, Technical faculty „Mihajlo Pupin“ Zrenjanin, University of Novi Sad, Serbia, October 2012.

Literatura:

[1] Ćirić, I. i Pavlović, A., „Digitalna kultura kao ishodište savremenog marketinga: s one strane iluzije“, *Kultura*, br. 128, 2010.

[2] Dallen, J.T., „Heritage Tourism in the 21st Century, Valued Traditions and New Perspective“, *Journal of Heritage Tourism*, No.1, Channel View Publications, London, 2006.

[3] Mrđa, S. „Kulturni život i potrebe učenika srednjih škola u Srbiji“, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 2011.

[4] Mrđa, S. „Kulturni život i potrebe studenata u Srbiji“, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 2012.

[5] Rikalo, M., Lazarević M. i Novaković, D., *Visual Identity as an Instrument of Tourist Destination Branding. Case Study: The Vinca Archaeological Locality*, II International Symposium Engineering Management and Competitiveness (EMC 2012), Zrenjanin.

[6] Rikalo, M. i Mikić, H., „QR Codes in Creative Economy: Case Study on Vinca Archaeological Site, Proceedings of International conference on Applied Internet and Information Technologies“, AIIT 2012, 26.10.2012. Zrenjanin, Serbia, 2012, pp. 294 – 298.

[7] Rikalo, M. „Kreativna Vinča“, *Kreativna Srbija*, Beograd: Anonymous said, 2011.

[8] Rikalo M. i Novaković, D. „Tipografija vinčanskih znakova i njihovo transponovanje u savremenu tipografsku formu“, *Pančevačko čitalište* br. 19, 2011, pp. 63-73.

[9] Vrtiprah, V. „Cultural Resources as a Tourist Supply Factor in the 21st Century“, *Ekonomika misao i praksa* (2006) vol. 15 (2), pp. 279-296.



ICOM SRBIJA 3/2013, Izlazi jednom godišnje, Godina III

Izdavač: Nacionalni komitet ICOM-a Srbije
Trg Republike 1a, Beograd
icom.srbija@gmail.com
Za izdavača: Slavko Spasić, predsednik NK ICOM-a Srbije

Uređuje Odbor za informisanje NK ICOM-a Srbije
Odgovorni urednik: Živojin Tasić
Urednik tematskog dela: Ana Panić
Tehnički urednik: Jelena Tucaković
Lektor: Živojin Tasić
Dizajn i priprema za štampu: Jelena Tucaković
Prevodi sa engleskog: Živojin Tasić
Korektor: Adrijana Blagojević
Fotografije u ovom broju: Borka Božović, Nikola Kilibarda, Živojin Tasić
Štampa: DMD
Tiraž: 500

Štampanje omogućilo Ministarstvo kulture i informisanja
Republike Srbije

Štampanje završeno decembra 2013.

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

069

ICOM Srbija : časopis Nacionalnog
komiteta međunarodnog saveta muzeja - Srbija
/ odgovorni urednik Živojin Tasić. - 2013,
br. 3 (decembar)- . - Beograd (Trg
Republike 1a) : Nacionalni komitet ICOM-a
Srbije, 2013- (Štampa : DMD). - 29 cm

Godišnje
ISSN 2217-7531 = ICOM Srbija
COBISS.SR-ID 187840012

MEĐUNARODNI DAN MUZEJA KAKO DA PRIPREMITE VAŠ MEĐUNARODNI DAN MUZEJA

Tradicionalno, Međunarodni dan muzeja organizuje se oko 18. maja. On može da traje jedan dan, vikend ili celu nedelju, pod motom: „Muzeji su važno sredstvo kulturne razmene, obogaćivanja kultura i razvoja međusobnog razumevanja, saradnje i mira među narodima”.

Svake godine, od 1977, ICOM organizuje Međunarodni dan muzeja (IMD), kao posebno vreme posvećeno globalnoj zajednici muzeja. Na taj dan muzeji koji učestvuju u događaju interpretiraju teme koje se tiču kulturnih institucija. Takođe, taj događaj pruža fantastičnu priliku muzejskim profesionalcima da se sretnu sa svojom publikom i da istaknu ulogu muzeja kao institucija koje treba da služe društvu i njegovom razvoju. IMD okuplja sve više i više muzeja širom sveta. U 2013. godini 35.000 muzeja iz 145 zemalja na pet kontinenata učestvovalo je u organizaciji događaja.

U susret obeležavanju Međunarodnog dana muzeja 2014. godine ICOM je na sajtu ICOMMUNITY objavio preporuke o tome šta treba preduziti u pripremi ovog događaja. Časopis ICOM-Srbija prenosi deo tih preporuka: Pre nego što počnete da planirate Međunarodni dan muzeja morate sebi postaviti sledeća pitanja:

Šta je naš cilj?

Da dođete do nove publike? Da privučete različite kategorije posetilaca? Da poboljšate vidljivost muzeja? Da istaknete pripadnost muzejskoj zajednici? Da se vaš glas čuje od strane vlasti? Da se sa vašom institucijom upoznaju potencijalni partneri?

Da li imamo potencijalne partnere?

IMD je prilika da uspostave nova partnerstva, lokalna, nacionalna ili međunarodna, u pogledu poponjavanja zbirke, posredovanja ili finansiranja. Nekoliko vrsta saradnje na taj način može biti realizovano: sa drugim muzejskim profesionalcima, sa drugim muzejima, sa udruženjima, preduzećima, itd.

Kako vaš muzej želi da se pozicionira?

IMD pruža priliku da muzeji pokažu svoj značaj u društvu i da istaknu svoje različite aspekte. Vi, stoga, treba da pronađete poziciju koja najbolje odgovara vašoj instituciji, odnosno da li ste: Inovativni muzej? Muzej koji se bavi socijalnim pitanjima? Dinamičan muzej? Muzej u kontaktu sa publikom? Muzej koji generiše turizam?

Koji su naši ljudski i finansijski resursi?

IMD je usmeren na velike strukture, ali i na male institucije. Neophodni ljudski i finansijski resursi će, takođe, zavisiti od vidljivosti koju želite da date događaju.

Šta analizirati posle događaja?

Važno je da analizirate uspeh vašeg Međunarodnog dana muzeja i efikasnost njegovog uticaja. Definisanje kriterijuma uspeha, u zavisnosti od vaših ciljeva, stoga je obavezno. Na primer: prisustvo, stvaranje dugoročnih partnerstava, broj tekstova u medijima, itd.

Najbolje je da svoj program aktivnosti definišete u odnosu na temu predloženu za Međunarodni dan muzeja 2014: **Muzejske zbirke povezuju.**

Međunarodni dan Muzej je prilika da se ispoštuje publika i da se ponudi širok spektar posebnih aktivnosti, u zavisnosti od ciljane publike.



ISSN 2217-7531



9 772217 753000