

Ivana Ćirić

hipodameja@yahoo.com

Baština u „Microsoft” muzeju - Kako je internet preuzeo ulogu muzeja: prva velika seoba znanja**Apstrakt:**

Kao model preživljavanja (Šola 1985) kulture i memorije društva, izmišljeni su *muzeji*, kao mesto gde se sistem utvrđuje i potvrđuje preko hijerarhije koja je pak ustanovljena valorizacijom različitih kultura. Izgradnja muzeja širom sveta je dovela do radikalnog redefinisanja kulture i tada se razvija politika muzejske postavke kako bi se preko nje upravljalo znanjem/obrazovanjem i ukusom posetio-ca/potrošača. Pojava i eksploatacija novih medija, pokreće nove debate u pogledu promovisanja i valorizovanja kulture i umetnosti. Novi *komunikacijski (virtuelni) prostor* implicira na nove paradigme u oblasti prenošenja znanja koje ne smemo zanemariti. Muzej mora da nađe način za interpretaciju starih i novih saznanja kako bi udovoljio čoveku „*četvrtog vala*” koji posmatra svet preko monitora.

Ključne reči:

muzej, kultura, umetnost, internet, globalizacija, virtuelno, znanje

‘The museum is not the building – the museum exists when somebody looks at something with greater understanding. It doesn’t matter where that happens...’

Julian Spalding

Koncept baštine je proteklih godina postepeno proširivan, tako da možemo reći da on danas obuhvata sve ono što pojedinac ili zajednica smatra vrednim čuvanja za naredne generacije. Definicije onoga šta je *važno* za određenu zajednicu ili njenog pripadnika mogu varirati od jednog do drugog kulturnog miljea. Da bismo shvatili sve moguće varijacije na pravi način, moramo razumeti šta je kultura.

Ona je stara koliko i društvo ili obrnuto, ona je za nas predmet ili društvena pojava koja se ne može jednoznačno definisati. Kultura je sposobnost zajednice da prepozna, identifikuje i proizvodi simbole na različite načine, ona je sveukupnost materijalnih i duhovnih dobara jednog naroda. Budući da su kulturna dobra uvek proizvod određene kulture, ona, kao takva, postoje samo u okviru nje i dobijaju relevantnost, zavisno od svog mesta i uloge u njoj. Društveno uređenje, način života stanovništva i ekonomska struktura, oblikuju kontekst predmeta ili objekta koji u određenom momentu postoji kao kulturno dobro. Takav kontekst je neponovljiv, jer je omeđen upravo sopstvenim karakteristikama, koje proizilaze ne samo

iz njega samog, iz njegovog oblika, materijala, strukture, već i iz karakteristika i navika društva koje ga je iznedrilo (Ćirić 2010, 198).

Pored pomenutih objekata kulture, tu su i sve ostale manifestacije kulture, koje proizvodi određeno društvo, poput tradicije, koja u sebi sažima običaje, navike, priče, rituale i ostale specifičnosti neke grupe ljudi a koja je podrazumevana kada govorimo o kulturi nekog naroda. Refleksije u odnosu baštine i kulture možemo pratiti tek od početka 20-og veka, kada **pojam kulture** postaje univerzalni koncept a civilizacija neizbežan vrhunac cikličnosti svake kulture.

Instrumentalizacija baštine u riznicama znanja

Kao model preživljavanja (Šola 1985) kulture i memorije društva, izmišljeni su muzeji. Nije tajna da je muzej mesto gde se sistem potvrđuje i utvrđuje preko hijerarhije koja je pak ustanovljena valorizacijom različitih kultura. Stil, period, dominantno nasuprot marginalnom – to su samo neke granice koje muzej određuje na osnovu najprihvatljivijih verovanja i vrednosti koje vladaju u društvu.

Razmatrajući muzeje kao instituciju ne možemo zaobići ideologiju kojom se rukovode. Ideologija je temelj i pokretač mnogih ljudskih delanja a samim tim i muzeja koji teže (uspevaju?) da prikažu kako se otelotvorilo to delanje/akcija. Kada govorimo o ideološkom aparatu muzeja, mi zapravo govorimo o relacijama između moći/prevlasti, prezentacije i kulturnog identiteta. Takve relacije zavise od toga kako je istorija pisana i predstavljena, koja, tj. čija istorija je glasnija.

Početak 19-og veka, razvojem evolucionističke teorije, pojavljuje se interesovanje za poreklo naroda i primitivnu kulturu. Izgrađeno je na hiljade, uglavnom prirodnjačkih, muzeja širom sveta, što je dovelo do radikalnog redefinisanja kulture, do ekspanzije kulturnog kapitala a time i do borbe oko dominacije nad kulturnim poljem. Razvija se politika muzejske postavke kako bi se preko nje upravljalo znanjem/obrazovanjem i ukusom posetioca/potrošača. U ovom smislu interesantan je tekst Mike Bal (Mieke Bal) koja opisujući postavku na drugom spratu Američkog prirodnjačkog muzeja (Bal 1992), raskrinkava dvostruke poruke koje se mogu očitati u postavljanju Azijskih sisara i Azijskih naroda u zajednički okvir. Ovo je, kako ona kaže, jedna forma govora istine, diskurs koji tvrdi da je istinit i zahteva od posmatrača da ga potvrdi. Obzirom da je pitanje “postavljanja” vremena samo jedna od brižljivo planiranih strategija muzeja (Latour 2005), posmatrač/posetioc biva uhvaćen u zamku “story-tellinga”¹ i prihvata istinu koja se desila “once upon a time”² kao istinitu jer sam nije u

¹ Prev. Pričanja priče

² Prev. Nekada davno

могућности да је провери али рачуна на то да storyteller³ има бољи увид а time и веће знанје.

Usled promene političkog i istorijskog konteksta dolazi do promene i na polju kulture i umetnosti. Nastanak prvog muzeja moderne umetnosti u Njujorku, odmah nakon pada berze 1929. godine dovodi do promene performativa muzejskih ustanova. Do tada, šurujući sa političkom ekonomijom narodu iza leđa a zahtevajući strogo poštovanje, uvažavanje i propisno oblačenje od svojih posetioca, muzeji sada prihvataju tzv „MoMA⁴ scenario”. Sada muzeji istupaju javno kao zagovornici tj. „produžena ruka” političke ekonomije. Oblače se u novo ruho, koje više nije satkano od uzvišene imperijalističke arhitekture već postaju integralni deo okoline i potrošačkog društva. Nije slučajno što je MoMA sagrađen na Petoj aveniji u blizini luksuznih butika i robnih kuća i što je njegov ulaz vrlo pristupačan. MoMA definiše posetioca kao „modernog čoveka” i postavlja se u skladu sa tim. Međutim, promena se desila samo u jezičkoj kategoriji ali ne i u značenjskoj. Taj posetioc je i dalje onaj „zbunjeni” čovek, kako ga naziva Benjamin Valter (Benjamin Walter), on je posmatrač nesvestan uloge koja mu je dodeljena. Promenom ukusa epohe, funkcionalizam izbija na čelo i sve je naizgled prilagođeno tom posetiocu (zapravo posmatraču). Novi ukus tj. stil, treba da asocira na svetlu budućnost gde će sve biti podređeno čoveku i „modernoj budućnosti” koja treba dugo da traje. Upravo je ova „neuhvatljiva budućnost” osnova performativnosti novog muzeja i ona je kao takva nametala da izlagački princip bude zasnovan na ideologiji - WHITE CUBE⁵ - koja simboliše prostor gde se briše sve što je lično a opstaje samo ono što je opšte i zajedničko. U ovakvoj ideologiji možemo prepoznati začetke globalizovanog pogleda na umetnost i kulturu koji pristaje da globalizuje i uopšti znanje.

Da bismo „pokrenuli” muzej, tog čuvara znanja, koji stoji sam u svojoj stvarnosti, da bismo njegova načela doveli pred sud, nužno je da dijalog vodimo van njegove suverene teritorije. Samo oni koji „krađu” od njega nam mogu pomoći da ustanovimo šta to treba menjati i ko su ti koji mogu da ponude alternativne paradigme za buduće muzeje.

Od konceptualne umetnosti ka novim medijima

U kontekstu muzeja kao suverena, možemo konceptualne umetnike smatrati odmetnicima (dezerterima). Već u njihovim ranim radovima (60-ih, 70-ih) prepoznavamo tendenciju za brisanjem granica između „bele kocke” i sveta kao i stremljenje ka rušenju glavnih okosnica muzejskog „identiteta” - kvaliteta, autorstva, permanentnosti... Time dovode u pitanje

³ Prev. Onaj koji priča priču

⁴ Museum of Modern Art – Muzej moderne umetnosti

⁵ Prev. Bela kocka

jednu od najvećih istorijskih paradigmi – da li umetnost može da postoji bez institucija koje je podržavaju. Ako može, koja je svrha postojanja muzeja?

Mnogobrojni pravci kojim se konceptualna umetnost kretala su uticali na razvoj nove svesti o umetnosti i o ličnosti umetnika. Umetnici stupaju na scenu prilično nezavisno, kritikujući tradicionalno razmišljanje o umetnosti. Džulijan Spalding (Julian Spalding)⁶ u jednoj svojoj knjizi, koja je bazirana na četrdeset godina razmišljanja o onome što za njega predstavlja termin „moderna umetnost” (Spalding 2003), navodi da je umetnost u ranom 21-om veku u užasnom stanju. Ovu konstataciju on objašnjava navodima da su oni koji generalno uživaju u umetnosti, koji joj pristupaju otvorenog uma, postali zbunjeni umetnošću sadašnjice i teško razaznaju šta je to umetnost u onome što se danas promovise kao umetnost. Takođe navodi da nikada nije sreo nikoga ko *obožava* modernu umetnost i da mu niko nikada nije rekao da *jednostavno mora* da vidi Sol Le Vitove „Zidne crteže”. Primer „samozvanog” umetnika Piera Manzoniја⁷ koji je napunio 90 konzervi svojim izmetom⁸, izložio ih, etiketirao i prodavao ranih 60-ih, Spalding pominje kao jednu od *nebulozna* moderne umetnosti i tom prilikom postavlja pitanje „Gde su Pikaso i Matis konceptualne umetnosti?”.

Na ovakva pitanja možda imamo odgovor ali prvo moramo definisati šta je *umetnost* i šta je *umetnost danas*. Ukoliko umetnost definišemo kao namerni akt sa ciljem vizuelne komunikacije ne znači da je svako delo koje vizuelno komunicira ujedno i umetnost. Međutim, danas čak i najjednostavniji predmet koji je na neki način grafički obrađen (saobraćajni znak, razne mape...) može u nekom trenutku, ukoliko je postavljen u određeni prostor sa jasnom intencijom – da bude umetničko delo. Naravno, primer za ovo su i razne instalacije, intervencije u prostoru, performansi... U proklamaciji umetnosti postaje presudno *ko* je „izvođač”. Vrlo kratka spona deli izvođača i umetnika. Moderni šamani⁹, božanski nadareni pojedinci koji pretvaraju sve što dotaknu u *umetnost* su dobra ilustracija za ono što bismo mogli nazvati **kult umetnika**.

Savremena umetnost danas se svakako razlikuje od moderne umetnosti pre tridesetak godina. U svega nekoliko koraka, umetnik je iz bele kocke prešao preko performansa i stigao do **eksploatacije novih medija u**

⁶ Bivši direktor Glasgow muzeja u Škotskoj i osnivač muzeja St. Mungo i Galerije Moderne umetnosti, takođe bivši

kustos Ruskin galerije u Šefildu, Engleska. Shodno navedenom njegov kredibilitet je nesumljiv.

⁷ Italijanski umetnik, umro 1963. Spalding ga naziva šarlatanom.

⁸ Krajem 20-og veka, Londonska Tate Galerija je kupila jednu od tih konzervi. Kasnije su kupljene još dve a zavedene su kao skulpture

⁹ Joseph Beuys je sebe smatrao modernim šamanom.

svrhu umetničkog izražavanja. Više mu nije potrebna institucija da ga promoviše i valorizuje.

Svetska umetnička scena se sve više širi. Nekada rezervisana za Ameriku i Evropu, sada postaje pomajka umetnicima iz bivšeg „trećeg sveta”. Za ovakav razvoj događaja možemo zahvaliti globalizaciji.

Civilizacija četvrtog „vala“

Iako je globalizacija započela prvom seobom sa jednog kontinenta na sve ostale ili kako neki autori kažu tek kada je napravljen prvi brod koj je mogao da ostvari dugu plovidbu, zvanično ona biva prepoznata i definisana kao takva tek razvojem komunikacijskih kanala koji ubzo dovode do tzv informatičke revolucije. Zakoračili smo u budućnost koja nam je već zapisana.

Međuzavisnost – svih i svega, prožimanje, pomaganje, dakako ne bez interesa. Kakav interes ima umetnost u svemu tome? Umetnost bez ideologije je nezamisliva. Današnje umetnike možemo smatrati aktivistima koji se bore za ustoličenje neke ideje. Dakle, njihov interes bi mogao biti – da spasi kulturu, životinje, svet... Tako da ne čudi njihovo angažovanje u okviru ekoloških, antifašističkih, feminističkih i ostalih pokreta koje pak često finansiraju političke partije. Na ovaj način su umetnost, ideja i politika neraskidivo povezane.

Skoro proklamovana ideja o *Univerzalnom muzeju* je zaživela u decembru 2002. godine kada je potpisana Deklaracija o značaju i vrednosti Univerzalnih muzeja. Predstavnici vodećih muzeja Evrope i severne Amerike su ovim činom želeli da istaknu značaj uloge tih muzeja u boljem razumevanju umetnosti različitih civilizacija kao i da promovišu međusobnu saradnju. Da li da „obrišemo”¹⁰ (Bharushca 2000) sve ostale muzeje? Da jednostavno zaboravimo Azijske i Afričke muzeje? Istakavši da su muzeji “agenti” kulture i da služe ljudima svih nacija zaboravili su da i ostali muzeji dele sličnu misiju i da veliki broj čuva predmete i dela od univerzalne važnosti za čovečanstvo. Kako je primetio Džordž Abungu (George Abungu), kao da su ovim činom želeli da stvore poseban muzejski pedigre (Abungu 2004).

Da bismo pojasnili šta je to *Univerzalna umetnost* moramo krenuti od termina - Savremena umetnost – koji se često prihvata kao sinonim za globalnu umetnost. A globalizam je u stvari antipod univerzalizmu jer decentralizuje i dozvoljava „multi-modernizam”. Dakle ne postoji univerzalno jedinstvo umetnosti (Belting 2007, 21) pa tako ni Univerzalna umetnost (možda ako je tumačimo na lokalnom nivou). Da li dostupnost i

¹⁰ Brisanje – kao kreativni princip; koji ne mora da poriče ni značaj umetničkog dela a ni samog autora. Onog

trenutka kada se “brisanje” materalizuje u praksi, ono ostavlja trag.

rasprostranjenost utiču na valorizaciju umetničkog dela? Da li lokalno može, u nekom kontekstu biti univerzalno i da li postojanje Univerzalnog muzeja znači da je i umetnost postala univerzalna? Ako zaboravimo prethodno pomenutu Deklaraciju i njome ustanovljeno tumačenje Univerzalnog muzeja, možemo li *World Wide Web* proglasiti stvarnim Univerzalnim muzejem?

Razmatrajući razvoj čovečanstva i njegov napredak, profesor Tomislav Šola (Šola 1985, 37) citira Alvina Toflera koji je ukupnu fenomenologiju ljudskog razvoja predstavio putem tri „vala“ (Toffler 1980, 537) od kojih je prvi pred-industrijski, drugi industrijski, a treći post-industrijski. Imajući u vidu današnje produkte kulture, poruke koje odašilje kao i manifestacije očitane kroz postupke njenih zadojenika, mogli bismo reći da smo danas, svi putnici broda koji plovi na četvrtom - *virtuelnom „valu“*.

Ono što karakteriše četvrti „val“ su novi mediji i digitalna kultura koja je i omogućila život u virtuelnom svetu. Ovaj novi talas se kreće ka horizontu novog sveta gde važe potpuno drugačija pravila i običaji od onih na koje smo navikli. Svedočimo svakodnevno o „prebacivanju“ kulture na kompjutersku produkciju, komunikaciju i distribuciju. Ono što je najvažnije je da, novi mediji „imaju potencijala da u potpunosti promene naš *kulturni jezik*“ (Ćirić i Pavlović 2010, 298) na neočekivani način. Kako smatra Lev Manovič (Manovich 2001), ova nova revolucija argumentovano je delikatnija od svih prethodnih. Ona nam proklamuje demokratizaciju – u kreiranju sadržaja, publikovanju, distribuciji, kao i u pogledu konzumiranja svih ponuđenih sadržaja. Ovakve mogućnosti neosporno vode ka novim scenarijima prezentacije i interpretacije kulturnih datosti, sada i u budućnosti.

Presudan momenat koji nas je „dovezao“ do virtuelne sadašnjice je početak masovne upotrebe World Wide Web-a¹¹ 1995. godine. Uporedo sa razvojem tehnologije razvijali su se i novi oblici društvenih aktivnosti i kulturnih polja delovanja koji su postepeno preslovili značenje pojma „kultura“ i fundamentalno uticali na promenu svesti pojedinca i društva u celini. Restrukturirano post-industrijsko društvo postaje virtuelna zajednica koja broji milione članova i ne poznaje rod, klasu i rasu.

Još je Norman Rid (Norman Reid), nekadašnji direktor Tate Galerije u Londonu, izjavio da je ideja muzeja u tradicionalnom smislu te reči inkompatibilna sa novim aktivnostima i proširenim medijima. Međutim, i ova izjava zaobilazi suštinu problema.

Muzej i društvo su uvek imali neku svoju posebnu relaciju. Muzej je čuvao ono što je društvu bilo važno. Muzej je osluškivao tokove društva a često i usmeravao društvena shvatanja. Društvena shvatanja jesu fantastičan ili racionalan, izopačen ili veran, ali u svakom slučaju izvestan odraz

¹¹ Termin WWW je nastao 1991. godine u Cernu (Švajcarska).

stvarnih društvenih događaja. Muzej mora da nađe načina da zadovolji žed društva za novim saznanjima ili pak novim interpretacijama starih saznanja. Muzej nije televizija, statična kutija u kojoj se vrte slike. On je živo telo koje može i mora da omogući intelektualnu avanturu svima koji su zainteresovani za to. Svest o veličini te intelektualne avanture mogli smo uočiti još u razmišljanjima Malroa (Malraux 1990, 13-130) o imaginarnom muzeju.

Ono što se drastično promenilo u odnosu muzeja i društva je **komunikacijski prostor**. Muzejski prostor zamenjen je sajber prostorom. Ovaj prostor neki nazivaju nestvarnim, virtuelnim prostorom. Međutim, taj prostor postoji ali nema lokaciju, zbog čega se u literaturi često i naziva „konzenzualnom halucinacijom“. Kakva je komunikaciju unutar takvog prostora? Mnogi istraživači rade na otkrivanju odgovora na ovo pitanje. Dolazak do konačnog odgovora otežava činjenica da se situacija na ovom polju menja svakodnevno. Za sada, zaključili bismo da je virtuelna zajednica vrlo specifičan oblik društvene stvarnosti i da ona za svoje korisnike „obavlja“ veliki broj socijalnih funkcija. Pored kompenzacije usamljenosti, dozvoljene i poželjne igre identitetima, ona nudi bekstvo iz stvarnosti u svet fantazije a što je najvažnije, ona nudi nova saznanja kroz simulaciju starih. Da li će broj članova ovih zajednica premašiti broj stvarnih i kakve će to implikacije imati za tradicionalni muzej? Da li „hladan“ medij može zameniti doživljaj „licem u lice“ sa umetničkim delom? Sudbina i smisao muzeja kao slike i medija (Deloš 2006), nepovratno su vezani za prethodno pitanje.

Realizacija virtuelizacije

*„Mi smo u veku istovremenog, mi smo u epohi naporednog,
epohi bliskog i dalekog, susednog, raštrkanog”*

Mišel Fuko

Rasprostranjeno je mišljenje da je *virtuelno* suprotno *realnom*. Međutim, ako ova dva pojma predstavimo kao procese, uvidećemo da se *virtuelizacija* ne suprotstavlja *realizaciji* već je ona samo jedno od njenih mogućih stanja. Virtuelno je zapravo dimenzija realnog koje u datom trenutku nije aktuelno u stvarnosti.

Danas je moguće virtuelno premestiti bilo šta, bilo gde. To je jedna od pozitivnih strana globalizacije. Zbog većih mogućnosti i mnoštva informacija, današnja publika je znatijeljnija i zahtevnija. Da li muzeji mogu odgovoriti pozitivno na njihove zahteve? Da li kustosi imaju dovoljno znanja i volje za inovacije? Da li klasična postavka može zadovoljiti čula posmatrača koji žudi za spektaklom?

Zainteresovani stručnjaci su se nedavno dosetili WWW-a i rešili da iskoriste njegove prednosti i tada se rađa novi tip izložbe – *virtuelna izložba*¹² koja predstavlja izvrsnu komunikacijsku platformu između muzeja i publike. Ovakvih izložbi je sve više a povećava se i broj posetilaca. Tome u prilog govori i činjenica da je proteklih godina je nastalo preko dva biliona sajtova. Ovo gigantsko polje, koje je pred nama tek treba ispitati. Novi pogled na svet, pogled preko monitora, implicira na nove paradigme u umetnosti koje ne smemo zanemariti. Ono što je važno nekada – da posetilac i umetničko delo dele isti prostor, čak i u slučaju instalacija više ne važi. Sa pojavom interneta i nastajanjem beskonačnog virtuelnog prostora, posetilac i umetničko delo bivaju distancirani i odvojeni. Tačka susreta, kao mesto usijanja u kome nastaje smisao doživljenog umetničkog dela više ne postoji ali se pojavljuju nove senzacije na koje korisnik ne ostaje imun.

On želi da učestvuje, ne samo pasivno, posmatrajući, već i davanjam svog doprinosa. Zahvaljujući demokratičnosti koju nude novi mediji dolazi do pojave - **sveautorstva**. Bilo ko i bilo kada može uz malo veštine, postaviti određeni sadržaj na mrežu. Korisnicima se onda nužno nameće promišljanje da li je određeni sadržaj relevantan i da li je neophodna provera podataka do kojih su došli. Problem na koji ćemo se trenutno fokusirati tiče se prevashodno onih sadržaja koje postavljaju pojedinci ili određene grupe koje delaju van institucionalnih okvira. Ovakvih sadržaja je sve više. Srazmerno razvoju novih tehnologija, njihovom sve većom dostupnošću, nižom cenom i olakšanim rukovanjem, broj korisnika, ili bolje rečeno učesnika, se svakodnevno povećava. Pojedinaac je suočen sa nužnošću upotrebe računara i prpratnih softvera i vrlo lako biva uvučen u virtuelni svet, koji u mnogim aspektima funkcioniše na način nimalo svojstven fizičkom, realnom svetu. Ubrzo, opštenje sa mašinom postaje svakodnevni ritual.

Tako pojedinac, korisnik – učesnik i sam postaje kreator. Novog, sopstvenog sveta gde važe njegova pravila i gde mu je dozvoljeno da predstavi drugima svoj pogled na svet, svoju *istinu*. Kao kreator, pojedinac prezentuje i interpretira stvarnost na samo sebi svojstven način koji ne mora da bude istinit. Na ovaj način dolazi do disperzije znanja i multipliciranih

¹² British Museum: <http://www.ancientegypt.co.uk/life/explore/main.html>.
 Curator's Tour, Jonah Marbles, Cleveland Museum of Art:
http://www.clevelandart.org/byzantine/curator_intro.html.
 Best of the Web 2001, Museum and the Web 2001:
<http://www.archimuse.com/mw2001/best/index.html>.
 Museum Thyssen-Bornemisza, Madrid: <http://www.museothyssen.org>
 Guggenheim Virtual Museum: <http://www.guggenheim.com>
 Smithsonian Without Walls: <http://www.si.edu/revealingthings>
 Tate: <http://www.tate.org.uk>

„istina“. Kako istina može biti samo jedna, postavlja se pitanje – Ko je autoritet koji će obznaniti istinu? Da li je taj autoritet *Microsoft*? Gde će „biti“ ta istina? Da li će biti pohranjena u „*Memoriji sveta*“¹³ Ili, kako navodi Feliks Leonard (Feliks Leohard), koga citira Manfred Osten (Osten 2005, 90) da je „ pitanje ko danas u epohi digitalne komunikacije, i još uvek nerazjašnjenog načina dugoročnog arhiviranja podataka, odlučuje o tome čega ćemo se sutra sećati...“. I zaista, kako je primetio Turman, razvoj tehnologije daleko nadmašuje čovekovu sposobnost da je upotrebi (Thurman 1977, 14).

U modernom dobu, muzej mora da revidira svoj status i da globalno odredi dimenzije svoje prezentacije, jer je on, kako je rekao Deloš „razgranata institucija, koja se može reformisati, čije ciljeve možemo da odredimo i na koju je moguće delovati da bi se transformisala. Ne postoji normativni jedinstveni idealni model muzeja koji bi po svaku cenu trebalo poštovati ili ponovo naći. Pre smo u potrazi za institucijom, ili grupom institucija, koje bi mogle da odgovore specifičnim potrebama ljudskog društva...“ (Deloš 2006, 115).

Dakle, virtuelni muzej ne treba konstruisati, on je već „ovde“. Naš je naredni zadatak da njegovo postojanje obznanimo i da mu omogućimo da se dalje razvija i da svoju titulu - *muzej* - sa punim pravom postavi na ulaz u portal „*Microsoft*“ sveta.

Literatura:

André Malraux, “Museum Without Walls” in *The voice of silence*, trans. Stuart Gilbert (Princeton University Press, 1990), 13-130.

Bal, Mieke. 1992. Telling, showing, showing off. *Critical Inquiry* 18 (3): 556-94.

Barusha, Rustom. 2000. Beyond the Box: Problematising the New ‘Asian’ Museum. *Third Text* 14 (52):11-19.

Ćirić, Ivana. 2010. “Kulturna baština za WWW generacije – Neki aspekti procesa digitalizacije”. U *Etika u nauci i kulturi*, ur. Aleksandra Vraneš i Ljiljana Marković, 197-205. Beograd: Filološki fakultet, Univerzitet u Beogradu.

Ćirić, Ivana i Pavlović, Ana. 2010. “Digitalna kultura kao ishodište savremenog marketinga: S one strane iluzije”. *Časopis Kultura* 128: 295-314.

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

¹³ Početkom 90-ih godina prošlog veka, UNESCO je usvojio program pod nazivom “Memorija sveta”. Program ima za

cilj da utvrdi, prikupi i sačuva sva ona dokumenta koja zavređuju da budu zadržana u sećanju.

George Abungu, "The Declaration: A Contested Issue", *ICOM NEWS* 1 (2002): 5.

Hans Belting, "Contemporary Art and the Museum in the Global Age" (predavanje na konferenciji "L'Idée del Museo: Identità, Ruoli, Prospettive, "Quinto Centenario dei Musei Vaticani. 1506-2006", Vatikanski muzej, Rim, Decembar 13-15, 2006).

Latour, Bruno. 2005. "From Realpolitik to Dingpolitik, or How to Make Things Public". In *Making Things Public – Atmospheres of Democracy*, ed. Bruno Latour & Peter Weibel, 4-31. MIT Press

Manovich, Lev. 2001. *The Language of new Media*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.

Mišel Fuko, "Druga mesta", *Mišel Fuko: 1926-1984: Hrestomatija*, Novi Sad 2005, 29-36.

Osten, Manfred. 2005. *Pokradeno pamćenje – Digitalni sistemi i razaranja kulture sećanja. Mala istorija zaboravljanja*. Novi Sad : Svetovi.

Spalding, Julian. 2003. *The Eclipse of Art: Tackling the Crisis in Art Today*. Prestel Press

Thurman, John. 1977. More than Meets the Ear /Media/. *Museum News* 56 (2): 14

Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave*. New York: Bantam Book

Tomislav, Šola. 1985. Prema totalnom muzeju. Doktorska disertacija. Univerzitet Edvarda Kardelja – Filozofski fakultet u Ljubljani.

Walter Benjamin, *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, trans. J.A. Underwood (London: Penguin Books, 2008), 1-50.

Ivana Ćirić

Heritage in "Microsoft" Museum - How internet took over the role of museum: first big knowledge migration

As the model of surviving culture and social memory, museums were invented to be places where system is proven and confirmed through hierarchy which was established by valorization of different cultures. Opening museums through out the world brought to crucial redefining the culture. Museum exhibition politics was than developed in order to steer knowledge/education and visitors/consumers taste. Occurrence an exploitation of new media initiated new debates concerning culture and art promotion and valorization. New communication (virtual) space refers to new paradigm in knowledge transfer which should not be neglected. Museum has to find model of interpreting old and new knowledge, so to be able to satisfy "fourth wave" man who watch world through monitor.

Key words: museum, culture, art, internet, globalization, virtual, knowledge.