

MUZEJ 2.0: PRIMENA DIGITALNIH TEHNOLOGIJA U NARODNOM MUZEJU SRBIJE (1992–2024)

Apstrakt

Rad prati primenu digitalnih i informaciono-komunikacionih tehnologija u Narodnom muzeju Srbije u periodu od 1992. do 2024. godine. Razmatraju se tri grupe procesa koji oslikavaju ulazak ove matične ustanove kulture u informaciono doba: 1) proces digitalizacije muzejske građe i razvoj informacionih sistema; 2) korišćenje interneta, društvenih mreža i najnovijih tehnologija 3) transformacija identiteta muzeja. U radu se hronološki prate ključne prakse Narodnog muzeja u ove tri sfere, a primena tehnologija i promene u funkcionisanju muzeja razmatrani su u kontekstu teorija informacionog društva i nove muzeologije. Kao ključni izazovi s kojima se Narodni muzej, ali i drugi muzeji u Srbiji suočavaju s primenom IKT i digitalnih alata u poslednje tri decenije detektovani su značajan manjak sredstava i jaz između optimalnih uslova za osnovne muzejske delatnosti i razvoja i primene najnovijih tehnologija u muzejskoj praksi.

Ključne reči

Narodni muzej Srbije, digitalizacija, društvene mreže, virtuelni muzej, nova muzeologija

Muzejska praksa u informaciono doba

Dirdri Stam (Deirdre Stam) veruje da se delatnost muzeja – iako većina njih to još uvek ne uviđa – danas u potpunosti okreće oko *informacije*, bilo u odnosu prema korisnicima, sve veće uloge medija ili u kontekstualizaciji sakupljačkih i istraživačkih praksi (Stam 2005: 64). Muzeji u Srbiji su imali

¹ vera.mevorah@ifdt.bg.ac.rs; ORCID iD 0000-0002-4313-475X.

zakonsku obavezu da šalju podatke o svojoj građi Narodnom muzeju u Beogradu (danas Narodnom muzeju Srbije) za Centralni registar svih muzejskih predmeta još pre promena koje su došle sa digitalnom tehnologijom. Prvi tim koji je razmatrao proces digitalizacije muzejske građe formiran je 1995. godine s ciljem formulisanja strategije razvoja muzejskog informacionog sistema – MISS. U javnosti je projekat predstavljen brošurou *Muzejski informacioni sistem Srbije* (videti Jevremović, Cvetković 1996). Sâm proces razvoja MISS započinje 1996. godine kada muzeji kreiraju sopstvene elektronske baze podataka u kom obliku ih redovno šalju Centralnom registru. Za obrađivanje ove građe Narodni muzej je koristio računarski program *CR*. Institucija je prvi dodir sa elektronskim bazama podataka imala nešto ranije, 1992. godine, kada je razvijen računarski program *Klio*. Sve do 1996. godine u muzejima u kojima je uopšte bilo računara oni su se koristili u službama računovodstva ili za slanje elektronske pošte. Iako su muzeji u ovom periodu koristili računarske sisteme za katalogizaciju svoje građe, tek 2007. godine počinje razvoj centralne baze podataka za sve muzeje u Srbiji baziran na programskom internet paketu *Eternitas*.² Početak implementacije ovog programa koji je vodio Narodni muzej bio je ključan korak ka konačnoj realizaciji ideje „Jedinstvenog muzejskog informacionog sistema Srbije“. U istom periodu nastaje i širi se i „konkurentna“ baza koja povezuje muzeje u Srbiji – IMUS, koju razvija Istorijski muzej Srbije, a par godina kasnije taj razvoj nastavlja u saradnji s Muzejom Vojvodine. Sopstvene digitalne baze razvijaju i Muzej nauke i tehnike, Muzej istorije Jugoslavije, Etnografski muzej i Muzej u Majdanpeku (Krivošejev 2023: 95).³

Dok se u vreme lisnih kataloga u Narodnom muzeju uz svaki predmet obično prilagala i fotografija predmeta, sa elektronskom centralnom bazom podataka to nije slučaj. Narodni muzej u velikoj meri digitalne fotografije svoje građe izrađuje po potrebi. Najveći deo digitalizovane građe koristi se u svrhu reprodukovanja na različitim publikacijama, slanja drugim institucijama i za istraživački rad. Proces digitalizacije koji sprovodi Narodni muzej pre svega je namenjen olakšavanju rada muzejskim stručnjacima, gde se kao prioritet u ovom procesu postavlja evidencija prikupljene građe. Kako navodi Neda Jevremović, koja je bila jedan od nosilaca projekta u Narodnom muzeju: „Je-

2 Za više o *Eternitas* programu videti (Gavrilović 2007: 47–58).

3 Vladimir Krivošejev ističe da je MISS od samog početka za muzeje izvan matične ustanove bio nepraktičan sistem. Navodi da je aplikacija bila „[...]bazirana na popuni podataka za vođenje sažetog kartona Centralnog registra kakav je trebala da vodi samo centralna muzejska ustanova, i nije sadržala upite znatno složenijeg predmetnog kartona koje vode ostale ustanove, a koji su bili propisani [...]. (Krivošejev 2023: 88).

dan od važnih segmenata razvoja muzejsko-informacionog sistema jeste matičnost koja predstavlja organizovani oblik delovanja u okviru pripremanja standarda u muzejskoj delatnosti kao i praćenje njihovog sprovođenja i primene u muzejima Republike Srbije⁴. Kada je reč o samom Narodnom muzeju, 99% podataka je digitalizovano, a u okviru MISS-a nalazi se 130.000 digitalnih objekata zajedno sa zasebnom bazom podataka numizmatičke građe koja broji oko 80.000 predmeta. Zbirke ukupno broje oko 400.000 jedinica,⁵ ali dobar deo te građe su studijski materijali koji se verovatno neće inventarisati. Procenjuje se da je ukupan broj jedinica svih muzeja koji učestvuju u muzejskom informacionom sistemu Srbije oko četiri miliona.

Muzeji, suočeni sa sve većom potrebom korisnika da pristupaju bazama podataka, dolaze u situaciju da stari modeli klasifikacije i sakupljanja u digitalnoj sferi postaju nepodobni. Amanda Volas (Amanda Wallace) navodi da se „upravljanje kolekcijama mora shvatiti kao sredstvo za određeni cilj – ne kao cilj po sebi. Ono postoji kao proces koji treba muzejima da omogući da ispunе svoju širu ulogu prenosa društvenih vrednosti maksimizirajući upotrebu kolekcija, dajući glas kolekcionarima i korisnicima i da odražavaju različita iskustva“ (Wallace 2001: 80–83). Digitalizacija donosi raznolike mogućnosti za proširivanje podataka u okviru kolekcija koja prevazilazi principe retrospektivne konverzije kao pukog prenošenja metapodataka u digitalnu formu. Ne samo da pružanje šireg kontekstualnog okvira podataka predstavlja preduslov za održivo očuvanje digitalnih objekata, već može otvoriti i značajan korisnički svet ovakvih baza podataka. Kako ističu Fiona Kameron (Fiona Cameron) i Helena Robinson, ovakva transformacija funkcije digitalizacije i baza podataka, znatno bi poboljšala i rad registratora, kustosa, muzejskih edukatora, kao i običnih korisnika (Cameron, Robinson 2010: 165–193).

Još od 2008. godine postojala je u Narodnom muzeju inicijativa omogućavanja pristupa delu digitalizovane građe široj publici. Ova internet platforma nastaje 2012. godine pod imenom *Trezor*, ali je ubrzo i ugašena. Iako je inicijalna zamisao nadležnog Ministarstva bila da po završetku razvoja MISS-a ova baza podataka bude otvorena za javnost, strukturni razvoj projekta nije predvideo ovakvu primenu, zbog čega se na projektu javnog pristupa gradi radilo paralelno i posvećivalo nedovoljno pažnje. Ministarstvo nije pružalo nikakvu finansijsku pomoć razvoju projekta. Internet baza podataka koja je sadržala manji deo građe MISS-a prestaje s radom usled promena sistema podrške kompanije Microsoft za publikaciju fotografija. Nakon ove izmene

4 <http://www.eternitas.rs/node/324>, pristupljeno 16. 8. 2015. (stranica nije aktivna).

5 Najveću kolekciju u Srbiji zapravo ima Etnografski muzej u Beogradu sa oko 600.000 jedinica.

Narodni muzej više nije imao sredstva za dodatno finansiranje novog paketa podrške koji je bio izuzetno skup.⁶ Sledeća ovakva inicijativa doći će od Vlade Republike Srbije 2021. godine kroz strateški prioritet izrade *Pretraživača kulturnog nasleđa Srbije*: www.kultura.rs, za čiju realizaciju je ključ bio razvoj jedinstvenog informacionog sistema za sve muzeje (Krivošejev 2023: 99–101).

Misiju objedinjene baze podataka za sve muzeje u Srbiji MISS nije uspjela da ostvari, iako je bila svojevrsan produžetak Centralnog registra. Deo muzeja od početka je svoju građu pohranjivao u muzejsku bazu IMUS, koja se razvijala paralelno s MISS-om. Ministarstvo kulture, u nastojanju da objedini ove dve baze i napravi zajedničku bazu podataka za sve muzeje, 2018. godine proglašava izradu novog Jedinstvenog informacionog sistema za muzeje Republike Srbije – JIS (od 2022. JISMS),⁷ obaveznog za sve muzeje u zemlji, a koji nastaje preimenovanjem već postojeće IMUS baze kojom treba da upravlja Istorijski muzej Srbije (Krivošejev 2023: 95). MISS se gasi 2019. godine i narednih godina radi se na usklađivanju metapodataka i obukama muzejskih radnika za rad u JIS/IMUS. Ipak, 2022. godine Ministarstvo iako *Pravilnikom o bližim uslovima, načinu funkcionisanja, povezivanja i vođenja jedinstvenog informacionog sistema za muzeje* (Sl. glasnik RS 48/2022) potvrđuje IMUS kao osnovnu infrastrukturu, sad pod ingerencijom Narodnog muzeja Srbije, u praksi takve primene nema. Kako navodi Jelena Premović iz Odeljenja za arhivistiku i dokumentacionu građu: „Od oktobra 2021. do januara 2022. godine imali smo obuke. Dolazile su kolege iz Novog Sada i Istorijskog muzeja kod nas. Oni su održali tu obuku, podelili nam korisnička imena i lozinke, da bismo nakon dva meseca saznali da se od IMUS-a odustalo. Mi trenutno nemamo bazu za ubacivanje novih podataka. Čekamo da vidimo šta će da se desi“ (Mevorah 2022). Zaposleni Narodnog muzeja vratili su se korišćenju *Klio* baze za pristup već unetim podacima. Do 2024. godine nema pomaka u daljem razvoju JISMS kao informacionog sistema u kojem bi učestvovali svi muzeji u Srbiji. S obzirom na to da je inicijalno osmišljen kao direktan derivat IMUS-a, JISMS ostaje sredstvo za rad svih muzeja koji su prethodno koristili ovu bazu. Iako je država 2017. godine potpuno preuzela vođstvo u razvoju

6 Andrija Despotović iz Narodnog muzeja obašnjava da je cena ovog paketa bila koliko i za celokupnu izradu MISS-a. (Mevorah 2015)

7 Jedinstveni informacioni sistem za muzeje upisan je u Zakonu o muzejskoj delatnosti iz 2021. godine („Sl. glasnik RS“, br. 35/2021 i 96/2021), a njegovo funkcionisanje propisano Pravilnikom o uslovima, načinu funkcionisanja, povezivanja i vođenja jedinstvenog informacionog sistema za muzeje iz 2022. godine („Sl. glasnik RS“, br. 48/2022). U Pravilniku se navodi da je Jedinstveni informacioni sistem za muzeje sistem standardizovanih softverskih rešenja namenjen svakodnevnom radu muzejskih stručnjaka na poslovima obrade podataka o muzejskoj građi.

baštinske delatnosti i postavila digitalizaciju (i birokratizaciju) kao prioritet razvoja, u praksi, kao što i vidimo na slučaju JISMS, nailazi na mnoštvo problema (Krivošejev 2023: 75).⁸

Prva internet prezentacija Narodnog muzeja Srbije napravljena je 1996. godine. Sajt je ostao u najvećoj meri nepromenjen do 2012. godine kada je kreirana nova internet prezentacija na WordPress platformi.⁹ Sajt je 2012. godine kada je pušten u rad imao 39.775 posetilaca. S kratkim uvodima u zbirke i nekoliko digitalnih fotografija sadržaja tih zbirki, internet prezentacija Narodnog muzeja ne predstavlja adekvatnu zamenu za fizičku posetu ovoj instituciji. Narodni muzej, kao i većina institucija kulture u svetu, nema mogućnost otvaranja komunikacionih kanala s publikom kao što su forumi ili komentari korisnika na svojim sajtovima. Razlog ovome je pre svega briga o sigurnosti. Ovakav oblik komunikacije Muzej nudi pre svega na svojim profilima na društvenim mrežama. Do 2024. godine Narodni muzej je menjao svoju internet prezentaciju još dva puta. Prvi put 2018. godine za potrebe otvaranja nove stalne postavke. Četvrta verzija, čija je izrada počela 2021. godine, trebalo je da nadomesti nedostatke u pogledu funkcionalnosti prethodno dizajniranog sajta. Prvi put u ovoj proces su bili uključeni predstavnici svih odeljenja Muzeja. No, kako prenosi Ari Haurinen (Ari Häyrinen), činjenica da se kad guglamo pojam „Mona Lisa“ prvo pojavi članak na sajtu *Wikipedia*, a tek onda zvanična stranica *Luvra* (Louvre Museum), gde se ova slika čuva, govori o tome da muzeji moraju mnogo više vremena i resursa da potroše u borbi za pažnju internet korisnika (Haurien 2013: 51).

Od 2013. godine u Narodnom muzeju Srbije postoji svest da su posetioci sve manje prisutni na internet stranici i da su društvene mreže postale ključno mesto za privlačenje, ali i informisanje publike. Muzej počinje da prati trendove na društvenim mrežama. Tako je u septembru 2014. godine u okviru izložbe „Henri Mur – grafičar“ Muzej realizovao *TweetUp* pretpremijeru izložbe. U okviru ovog popularnog modela fizičkog okupljanja korisnika društvene mreže Tviter (od 2022. godine „X“) organizovana su predavanja, prezentacije i vođenje kroz izložbu, kao i pano na kojem su projektovani tvitovi. Sledeća

8 Za detaljan istorijski pregled i analizu problematičnog razvoja kulturne politike u kontekstu baštinske i bliže muzejske delatnosti u Republici Srbiji, tj. državama koje su joj prethodile videti (Krivošejev 2023: 69–111).

9 *WordPress* je softver otvorenog koda baziran na CMS-u, sistemu za dinamičko upravljanje sadržaja (Content Management System). Ovakve aplikacije omogućavaju korisnicima da bez programerskog znanja upravljaju sadržajem internet stranice. Zanimljivo je da je korišćenjem Wordpress softvera određeni broj internet korisnika van Srbije upravo preko foruma namenjenog diskotovanju o Wordpressu došao do internet stranice Narodnog muzeja.

veća kampanja na društvenim mrežama rađena je povodom otvaranja nove stalne postavke 2018. godine, i njom je rukovodilo Ministarstvo kulture. Još od 2013. godine Narodni muzej se putem društvenih mreža obraća pre svega mlađoj publici u nadi da će ih privući da posete muzej. Profili su otvarani na platformama Fejsbuk, Tviter, Pinterest, Fourskver, Instagram i Jutjube. Ipak, rast publike je spor. Narodni muzej je 2015. godine imao 10.000 pratilaca na Fejsbuku, broj koji se 2022. godine podigao na 34.000. Najveći rast zabeležen je na Instagramu između 2021. i 2022. godine, kada je broj pratilaca porastao za 17.000. Prema Mariji Jovičić, koja je u tom periodu obavljala posao PR-a Narodnog muzeja, ovaj rast je rezultat pre svega promene jezika kojim se muzej obraća publici, sa stručnog jezika kustosa na jezik koji može svako da razume, kao i fokus na programe muzeja i kreiranje atraktivnog vizuelnog sadržaja (Mevorah 2022). Ipak, za mrežu Tiktok, koju koristi većina mladih ljudi u drugoj deceniji 21. veka, Narodni muzej nema produkcijske kapacitete. Od 2021. godine Muzej saraduje sa agencijom *Next Game*, koja za simboličan novac postavlja sadržaj na društvene mreže i učestvuje u planiranju i sprovođenju kampanja na društvenim mrežama. Narodni muzej svoju prezentaciju takođe ima na *Google Arts and Culture* platformi, koja globalnoj publici predstavlja građu vodećih muzeja u svetu. Svetska mreža iako omogućava veće kontekstualno povezivanje muzejskih objekata s njihovim društvenim kontekstima i dalje predstavlja zasebnu javnu sferu. Kako Andrija Despotović kaže: „Mi sada imamo tehnološki okvir koji nam daje neverovatne mogućnosti kada je nešto što se zove tradicionalno funkcionisanje [muzeja] [...] da [muzejsku građu] plasiramo i oblikujemo na jedan novi i možda osvežen način u odnosu na neki raniji period [...]“ (Mevorah 2015). Ali uzimajući u obzir preplitanja ovih diskursa Dženifer Baret (Jannifer Barret) s pravom postavlja pitanje „[...] ko osnažuje koga i po koju cenu?“ (Barrett 2011: 121).

Društvene mreže i internet stranice predstavljaju prvenstveno savremeno tehnološko sredstvo za promociju muzeja i njihove građe, ali i za komunikaciju s muzejskom publikom. *Promocija i komunikacija* čine jedan od tri ključna stuba primene informacijsko-komunikacionih tehnologija (IKT) i digitalnih alata u muzeološkoj praksi. Drugi stub odnosi se na *digitalizaciju* građe i podataka, kao i na unapređenje informacionih sistema u muzeološkoj delatnosti. Treći, najkreativniji stub, jeste transformacija načina na koji se muzejska građa *prezentuje* publici kroz inovativnu primenu novih tehnologija.

Virtuelni muzej

Rasprostranjen primer aproprijacije mogućnosti novih tehnologija i interneta za prezentaciju kulturnih dobara jesu *virtuelne izložbe*. Najstariji primeri su iz vremena pre pojavljivanja Svetske mreže (WWW). Takvi su bili projekti Kongresne biblioteke u SAD 1992. i 1993. godine, *1492: An Ongoing Voyage, Scrolls from the Dead Sea: The Ancient Library of Qumran and Modern Scholarship* i *Revelations from the Russian Archives* postavljeni na Globalnu mrežu (Internet) putem FTP protokola (Kalfatovic 2002: 16). Internet i digitalna tehnologija pružili su alate muzejima i za realizovanje projekata koji drugačije ne bi bili mogući. Virtuelni prostori omogućili su nove kustoske intervencije i znatno olakšali stvaranje novih narativa kulturnog nasleđa. Nastankom *virtuelnog muzeja* ili *sajber muzeja* koncept „posete“ određene izložbe ili već sveukupnoj građi muzeja dobija potpuno drugo značenje. Govorimo pre svega o specifičnoj medijskoj ekologiji interneta i njegovih sučelja. Kako navodi Bernar Deloš (Bernard Deloche): „Virtuelno je bezgranično proširilo polje ekspografije“ (Deloš 2006: 18). To što se muzej pojavljuje u sajber prostoru ne mora da znači suštinsku promenu našeg čitanja informacije. Kako objašnjava: „[...] poseta adresi na webu je pod određenim uslovima vrlo slična poseti muzeju: najpre treba (eventualno) platiti ulaz, potom ići od strane do strane sajta kao što se ide od dvorane do dvorane u muzeju, uz mogućnost da se pređe preko druge veze na drugi sajt, ili na drugu stranu sajta, a može se i sebi priuštiti zadovoljstvo vraćanja i izbora drugog smera“ (Ibid.: 188). Malroov (André Malraux) koncept *imaginarnog muzeja* (*musée imaginaire*) ili *muzeja bez zidova* doprineo je teoretizaciji uloge muzeja tokom 20. i 21. veka. Polazeći od želje da učini muzeje u Francuskoj istinskim javnim prostorima, Malro je kritikovao modernističku koncepciju muzeja kao predstavnika fiksnog znanja, modela koji je za njega kočio beskrajne mogućnosti ljudske mašte. Njegova ideja „muzeja bez zidova“ proširena je na odnos publike sa muzejskom građom izvan zidova institucija i povezivana s novom ulogom koju posetioci mogu imati u stvaranju značenja muzejskih objekata u virtuelnom prostoru. Barnet smatra da je upravo svetska mreža donekle uspela da ostvari Malroovu ideju. Kako navodi: „Digitalizovane kolekcije na mreži omogućavaju nam da pravimo sopstvene putanje kroz muzejsku građu. Mogućnosti hiperteksta na internetu dozvoljavaju nam da skačemo s tačke na tačku bez toga da moramo da se držimo propisanih linija kretanja između objekata“ (Barrett 2011: 115).

Narodni muzej je realizovao više projekata virtuelnih muzeja, a u ovaj globalni muzeološki trend uključuje se početkom 2010-ih. Tokom 2011. godine javno preduzeće „Beogradska tvrđava“ u saradnji s Ministarstvom kulture i

informisanja RS pokreće projekat *Magični dodir Dunava: Virtuelni muzej*.¹⁰ Ova internet platforma je zamišljena kao otvorena platforma u kojoj će kulturne institucije u zemljama koje obuhvataju tok Dunava postavljati sadržaj i širiti bazu podataka. Godine 2012. na poziv organizacije Museum With No Frontiers iz Beča, Narodni muzej učestvuje u projektu *Sharing History: Arab World – Europe 1815–1918* s deset digitalnih reprodukcija slika Pavla Đurkovića, Đure Jakšića, Paje Jovanovića, Uroša Predića, Đorđa Krstića i Stevana Aleksića. Cilj projekta je bilo predstavljanje društvenih, ekonomskih i kulturnih konteksta susretanja Otomanskog carstva i industrijske Evrope u želji za stvaranjem novih diskursa preplitanja ovih kultura izvan „nacionalističkih agendi“. U stvaranju ovog virtuelnog muzeja učestvovala su kulturne institucije iz 22 zemlje stvarajući bazu podataka od oko 3.000 predmeta. Pored virtuelne izložbe *Studenica: osam vekova slikarstva* (2012) i virtuelne ture kroz novu stalnu postavku iz 2018. godine, novi talas virtuelnih izložbi u Narodnom muzeju dolazi s pandemijom covid-19, gde je čak tri izložbe napravljeno prve godine pandemije: *Trebenište* (2020), *Slike Balkana Paje Jovanovića* (2020) i *Slike Vlaha Bukovca* (2020). Tu su još i izložbe *Zenitistima celog sveta* (2021), *Rubensovi krugovi* (2021) i *Lica Dositejevog lica kroz spomeničko nasleđe Beograda* (2022).

Iako muzeji i druge kulturne institucije sve više koriste nove tehnologije u dijalogu sa svojom publikom, izložbena delatnost je umnogome ostala nepromenjena u informacionom dobu. Primena tehnologija virtuelne realnosti u svim navedenim slučajevima je na rudimentarnom nivou 3D modela izložbenog prostora muzeja. Narodni muzej je svojim posetiocima omogućio potpunu imerziju putem VR naočara na tek nekoliko svojih izložbi, gde navode da tehnologija nije bila posebno privlačna posetiocima (Mevorah 2022). Inovacije u muzeološkoj praksi koje bi podrazumevale naprednije tehnološke sisteme proširene i virtuelne realnosti (AR/VR) (Zhou, Chen, Wang 2022), primene veštačke inteligencije – bilo za izgradnju čet-botova koji bi komunicirali s posetiocima (French, Villaespesa 2018) bilo za pospešivanje rada samih muzejskih stručnjaka (La Rossa, Santagati 2021) – razvoj video igara i drugih naprednijih oblika gejmfikacije muzejskih postavki (Camps-Ortueta, Deltell-Escolar, Blasco-López 2021), kao i primene drugih novih tehnologija u muzeološkoj praksi izvan su domašaja muzeja u Srbiji. U okviru projekta *Virtuelni muzej* lansiranog uoči početka pandemije najveći deo ponude Muzeja jesu video vođenja i video predavanja na temu izložba, muzejskih predmeta i muzeološke delatnosti, a projekat „Muzejskih igrica“, koje se mogu

10 <http://virtuelnimuzejdunava.rs/pocetna/pocetna.1.html>, pristupljeno 16. 8. 2015.

naći na sajtu, podrazumevaju jednostavne igre tipa memorije i slagalice. Tehnološki najnapredniji projekat koji je predstavljen u Narodnom muzeju 2022. godine – *MetaHuman praistorijski čovek* – i koji donosi autentičnu 3D reprodukciju lica čoveka koji je pre 10.000 godina živeo u Lepenskom viru na osnovu pronađene lobanje i čije lice mimikuje pokrete posetilaca, nije nastao u produkciji Narodnog muzeja, već je projekat tima naučnika i inovatora iz Srbije pod pokroviteljstvom nacionalne platforme *Srbija stvara*. Ruso (Angelina Russo) i Watkins (Jerry Watkins) smatraju da jedna onlajn izložba ne može biti *digitalna* ako samo prenosi tradicionalne modele predstavljanja u novi medij, već da mora postojati „kontinuum interaktivnosti“ koji će osigurati da se događa prelaz sa konzumiranja kulture na stvaranje kulture. Navode da kulturna institucija mora težiti proširenju svoje kustoske misije izlaganja kolekcija na remedijaciju kulturalnih narativa i iskustva (Russo, Watkins 2010: 149).

Kao što je slučaj s procesom digitalizacije, odnosno razvojem informacionih sistema i promocije na društvenim mrežama, i primena visokih tehnologija u prezentaciji muzejske građe osujećena je osetnim manjkom resursa. Marija Jovićić objašnjava: „Novac je naravno problem, ali meni to deluje kao praksa koja se radi iz jednog savršenog sistema, gde su svi problemi rešeni pa sad radimo i takve stvari... Mi se i dalje bavimo obaveštavanjem ljudi da smo otvoreni“ (Mevorah 2022). Prioriteti Narodnog muzeja Srbije, kao i drugih manjih i manje opremljenih muzejskih institucija u Srbiji tiču se osnovnog funkcionisanja. Kako to slikovito objašnjava Jelena Premović: „Šta meni vredi što ću da digitalizujem 14.000 staklenih ploča kada nemam beskiselinske kovertu u koje treba da spakujem tu ploču koja je 150 godina stara kako bi potrajala još 150 godina. Šta sam ja to tačno sačuvala?“ (Ibid.) Pored omogućavanja osnovnog funkcionisanja Muzeja Đerdapa, Galerije fresaka i Memorijalne kuće Nadežde i Rastka, Narodni muzej je orijentisan ka komunikaciji s publikom i njenom razvoju, kao i prilagođavanju novim ulogama muzeja u društvu.

Postmuzejsko doba: publika i komunikacija

Tri paradigme su u poslednjih par decenija drastično promenile delatnost muzeja: postmodernizam, posledični ulazak u informaciono društvo i politike postkolonijalizma. Naime, pojavljuju se glasovi mnogih manjinskih i marginalnih grupa sa vizurama istorije drugačijim od onih eurocentričnih muzeja. Informaciono društvo u ovaj ideološki pluralitet donosi dosad nevi-

đenu dostupnost informacija i prostora za izražavanje. Još 80-ih i 90-ih godina prošlog veka muzeji se postepeno odvajaju od svoje inicijalne funkcije sakupljača i čuvara nasleđa orijentišući se prema demokratskim principima predstavljanja građe i obrazovanju svoje publike. Kako to opisuje Džulija Harrison (Julia Harrison), reč je o javnoj percepciji muzeja „kao iskaznika istine i uzvišenog ’kulturnog autoriteta’“ (Harrison 2005: 42). Ovakav identitet ulazi u krizu u drugoj polovini 20. veka. Ne samo to, muzeji pripadajući neoliberalnom globalnom društvu počinju sve više da se okreću logici poslovanja kako u razvoju svojih programa, tako i u unutrašnjoj strukturi rada, transformišući se u značajne turističke centre (turizam nasleđa).¹¹

Od 70-ih godina 20. veka pojavljuje se koncept *nove muzeologije* koja akcentira osnovnih delatnosti prikupljanja, očuvanja i istraživanja materijalne građe muzeja pomera na društvene potrebe zajednica. Kao primer ovakve nove muzeološke prakse Harrison pominje *eko-muzeje*,¹² ali i privlačenje publike kroz zabavu (Ibid.: 47). Grizelda Polok (Griselda Pollock) novu muzeologiju definiše kao „političku kritiku muzeja kao institucije i ideologije, pozicionirane u kolonijalnim i imperijalnim istorijama modernističkih konstrukcija nacija, rasa i roda“ (Pollock, Zemans 2007: 2). Sastavni deo sakupljanja postaje teorijski kontekst u okviru kojih se objekti izlažu, pri čemu glavni fokus postaje subjektivna ideja o objektima pre nego objektivna istina.

Kao ustanove kulture okrenute službi društvu, muzeji se suočavaju s novim odlikama savremenosti, od potrebe da se uloga muzeja u javnom prostoru udalji od nacionalnih projekata kulture, do specifičnih izazova nove publike informacionog društva. Kako piše Baret: „Savremeni muzej se često bori s pomirenjem ostataka nekadašnje retorike društva i novih praksi i modela prostora namenjenih da privuku novu publiku, da uđu u dijalog s novim zajednicama i odgovore na potrebe lokaliteta ili nacije u okviru koje funkcionišu“ (Barrett 2011: 10). Ovakvo „društvo“ u većini zemalja sveta, kao i u Srbiji, podeljeno je na redovnu obrazovanu publiku i veliki broj ljudi koji nikada

-
- 11 „Turizam nasleđa“ (heritage tourism) predstavlja trend u turizmu od 80-ih godina 20. veka koji se odnosi na aproprijaciju kulturnog nasleđa od strane tržišta turizma u kontekstu fizičkih objekata, industrijskog razvoja, ekološkog turizma (kakav je recimo i etnoturizam u Srbiji) i svih oblika kulturnih i istorijskih diskursa i praksi društva.
- 12 Filozofija eko-muzeja proizlazi iz niza ekoloških pokreta na Zapadu od 60-ih godina prošlog veka. Muzeološka praksa pripaja ideju vođenja računa o okruženju fokusirajući se na ljudski faktor geografije i učestvovanje zajednice u očuvanju i kontekstualizovanju kulturnog nasleđa. Rodonačelnici ovog pokreta bili su Hugo de Varin (Hugues de Varine) i Džordž Henri Rivijer (Geogres Henri Riviére). Prvi eko-muzeji oformljeni su u Francuskoj, fokusirani na ruralne oblasti i predstavljanje kulturnog i prirodnog nasleđa.

nisu kročili u zgradu muzeja. Muzeji širom sveta danas u pokušaju odgovaranja na potrebe postkolonijalnih i demokratskih ideala izbegavaju istorijski i politički zasićen koncept „društva“ i okreću se slobodnijem pojmu „zajednica“. Bartnet u svom istraživanju koncepta „društva“ i „javnog prostora“ u kontekstu muzeja kroz istoriju opominje da je potrebno osmisliti nov diskurs za funkcionisanje postmuzeja. Kako navodi: „Postmuzeji, ukoliko žele da se uključe u istinske participativne prakse stvaranja znanja i komunikacije, moraju osigurati da se njihova delatnost zasniva na konceptu 'heterogenog društva', koji prepoznaje mnogostrukost, asimetrične odnose moći i fisije u okviru 'zajednica'“ (Ibid.: 118). Marina Pejović, iz Odeljenja za edukaciju i rad s publikom Narodnog muzeja u Beogradu i Andrija Despotović objašnjavaju da još od socijalističkog vremena, Narodni muzej neguje identitet *narodnosti* pre nego *nacionalizma*. Kako navode: „On je narodni muzej. Ne nacionalni muzej, nego muzej naroda, muzej za sve ljude koji treba tu da dođu i da nešto nauče. Da iskuse nešto što čini deo njihovog kulturnog nasleđa i kulturnog nasleđa celog sveta [...]“ (Mevorah 2015a). Kako dalje objašnjava Pejović: „To što čuvate nasleđe više nije dovoljno. To nije faktor koji je toliko relevantan za društvo.“ Ona objašnjava da je danas neophodno u institucijama, kao i unutar samog Narodnog muzeja da dođe do usaglašavanja oko ideje da one postoje zbog svoje publike (Ibid.).

Izazovi postmodernih politika identiteta i postkolonijalne (samo)kritike nisu toliko opteretili Narodni muzej Srbije koliko druge srodne institucije u Evropi, pre svega zbog zastupljenosti jugoslovenskog i drugih multietničkih identiteta u muzejskoj građi, ali i zbog toga što Srbija nikada nije bila kolonijalna zemlja. Muzej se diči vodećim mestom u Evropi u pogledu reprezentacije žena stvarateljki u svojim zbirkama. Navode da se na pospešivanju prisustva manjina u publici radi u saradnji sa organizacijama koje se bave manjinama, ali i da ne poznaju slučajeve u kojima je nekoga manjinska pripadnost onemogućila da bude predstavljen u Narodnom muzeju (Mevorah 2022). Marina Pejović navodi da je najveći pritisak koji muzej ideološki trpi u vezi s velikom prisutnošću nadriistorijskih teorija. „Svakodnevna je bitka da objasnimo da ne postoje vinčansko pismo, antički Srbi i sl. [...] kažu nam da skrivamo srpsku istoriju, da smo deo zavere uništavanja srpskih korena. Jer oni kada dođu u Narodni muzej ne mogu da pronađu dokaze o takvim teorijama...“ (Ibid.). Takođe objašnjavaju da Muzej zbog toga što je pod okriljem Ministarstva kulture i matična ustanova nema potpunu slobodu u obrađivanju društveno značajnih tema. Navode da moraju konstantno da razmišljaju o tome šta bi bilo prihvatljivo i dobrodošlo u najširoj publici, kao i nadležnom Ministarstvu. Kako kaže Marija Jovičić: „Proći će još vremena dok ne budemo mogli

da govorimo o svim mogućim temama i da uključimo sve grupe. Mi bismo možda mogli da se bavimo LGBT pravima, ali uz veliki rizik“ (Ibid.).

Udaljavanje od dominacije tradicionalnih funkcija prikupljanja i prikazivanja građe, muzeji ulaze u tzv. *postmuzejsko doba*. Kako navodi Ejin Huper-Grinhil (Eilean Hooper-Greenhill):

Jedna od glavnih karakteristika forme postmuzeja koja nastaje jeste prefinjenije razumevanje kompleksnih odnosa između kulture, komunikacije, učenja i identiteta koje se postavlja u službu novog pristupa muzejskoj publici; druga osnovna karakteristika jeste promovisanje egalitiranijeg i pravednijeg društva; i vezano za ove karakteristike jeste prihvatanje toga da kultura obavlja funkciju predstavljanja, reprodukcije i konstituisanja identiteta sopstva i da to podrazumeva osećaj društvene i etičke odgovornosti (Hooper-Greenhill 2007: 1).

Takođe, Barnet smatra da sâm koncept *postmuzeja* predstavlja „udaljavanje od vizuelne kulture izlaganja ka širem konceptu komunikacije“ (Barrett 2011: 117).

Od početka 2010-ih Muzej počinje da neguje novi odnos prema kreiranju sadržaja s fokusom na to da je muzej dostupan svim članovima društva bez obzira na njihov stepen obrazovanja. Počinju da se realizuju redovni programi za publiku, od projekcija filmova, tribina, koncerata, predavanja, humanitarnih akcija, do različitih obrazovnih radionica. Muzejsko odeljenje za rad s publikom i odnose s javnošću od 2010-ih počinje ozbiljnije da se bavi razvojem programa za publiku. Do 2024. godine na tome se radi sistematično i s više resursa. Poseban fokus stavlja se na aktuelne društvene teme i lokalne zajednice (Mevorah 2022). Još 2004. godine osnovan je Dečji klub Narodnog muzeja, u kojem se prave raznovrsni programi po principima savremene neformalne obrazovne tehnike u radu s najmlađim posetiocima.

S obzirom na svoju dugu istoriju sakupljanja i proizvodnje znanja, velike količine multimedijalnog sadržaja, muzeji se ukazuju kao idealne obrazovne institucije u 21. veku. Vlada Velike Britanije još 1997. godine proglašava obrazovanje u muzejima njihovom centralnom ulogom (Barrett 2011: 2). Zato što nisu ograničeni nastavnim programima i prostorima „specijalizovanim“ za učenje, muzeji postaju centri *neformalnog obrazovanja*. Kako objašnjava Huper-Grinhil: „Fokus je na tome kako se učenje može olakšati u pokušaju da se ispred pogodnosti organizovanja postavi stvaranje prijatnog i ko-

risnog iskustva za posetioca; u stvari, razmišljanja iz ugla posetilaca“ (Hooper-Greenhill 2007: 4). U doba sve veće rasprostranjenosti interneta i novih tehnologija i ovi modeli obrazovanja polako se menjaju i sve više obuhvataju koncepte „otvorenog učenja“, „učenja na daljinu“ i „e-učenja“ (Parry, Arbach 2010: 283).

Džois Zemans (Joyce Zemans) i Grizelda Polok (Grizelda Pollock) pitaju se postoji li mogućnost da će muzeji u savremenom dobu postati *javni prostori* izvan okvira turizma, marketinga i nacionalističke pedagogije (Pollock, Zemans 2007). Narodni muzej Srbije, i pored nastojanja da objektivno i stručno predstavi kulturna dobra iz svih delova Srbije i svih istorijskih perioda, da razvija odnos otvorenosti prema svim građanima i posetiocima Srbije kroz različite programe i putem različitih alata, u znatnoj meri je sputan limitima državne birokratije i nedovršenom tranzicijom kulturne politike (Krivošejev 2023), konzervativnošću i drugim negativnim trendovima u savremenom srpskom društvu, kao i osetnim manjkom resursa za unapređenje muzejske delatnosti kako u samom Muzeju, tako i u celoj Srbiji u kontekstu njegove delatnosti kao matične ustanove.

Literatura

- Barrett, J. (2011). *Museums and the Public Sphere*. MA, USA, Oxford, UK, West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Cameron, F. and Robinson, H. (2010). “Digital Knowledgespaces: Cultural, Theoretical, Practical, and Usage Issues Facing Museum Collection Databases in a Digital Epoch,” u: Cameron, Fiona, Kenderine, Sarah (eds.) *Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse*. Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, 165–193.
- Camps-Ortueta, I., Deltell-Escolar, L., Blasco-López, M-F. (2021). “New technology in Museums: AR and VR video games are coming.” *Communication & Society*, Vol. 34, No. 2, 193–210.
- Deloš, B. (2006). *Virtuelni muzej*. Beograd: Clio, Narodni muzej.
- French, A., Villaespesa, E. (2018). “AI, Visitor Experience, and Museum Operations: A Closer Look at the Possible,” u: Anderson, Suse et. al. (eds.) *Humanizing the Digital: Unproceedings from the MCN 2018 Conference*. New York: Ad Hoc Museum Collective, 101–113.
- Gavrilović, G. (2007). “The *Eternitas* web application – Implementation step of the Museum Information System of Serbia.” *Review of National Center for Digitalization* 10, 47–58.

- Harrison, J. D. (2005). "Ideas of Museums in the 1990s," u: Corsane, Gerard (ed.) *Issues in Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reader*. London, New York: Routledge, 41–58.
- Haurien, A. (2013). „Gugl – najveći muzej na svetu?“. *ICOM Srbija*, br. 3.
- Hooper-Greenhill, E. (2007). *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. London, New York: Routledge.
- Jevremović, N., Cvetković, Z. (1996). *Muzejski informacioni sistem Srbije*. Beograd: Narodni muzej.
- Kalfatovic, M. R. (2002). *Creating a Winning Online Exhibition: A Guide for Libraries, Archives and Museums*. Chicago, London: American Library Association.
- Krivošejev, V. (2011). „Muzejska politika u Srbiji: Nastajanje, kriza i novi početak“. *Kultura*, br. 130, 291–317.
- Krivošejev, V. (2023). „Zakonodavstvo u oblasti kulturne baštine: Istorijska vertikala“, u: Đukić, Vesna et. al. (ur.) *Država i kultura u tranziciji: Izazovi tranzicione kulturne politike u Srbiji (2000–2020)*. Beograd: Fakultet dramskih umetnosti Univerziteta umetnosti u Beogradu, 69–111.
- La Russa, F. M., Santagati, C. (2021). "An AI-based DSS for preventive conservation of museum collections in historic buildings," *Journal of Archaeological Science: Reports*, Vol. 35.
- Mevorah, V. (2015). Intervju sa Andrijom Despotovićem, Narodni muzej u Beogradu.
- Mevorah, V. (2015a). Intervju s Marinom Pejović, Andrijom Despotovićem i Gordanom Grabež, Narodni muzej u Beogradu.
- Mevorah, V. (2022). Intervju s Marinom Pejović, Jelenom Premović i Marijom Jovičić, Narodni muzej Srbije.
- Narodni muzej u Beogradu (2013). *Izveštaj o radu za 2012. godinu*. Beograd.
- Parry, R., Arbach, N. (2010). "Localized, Personalized, and Constructivist: A Space for Online Museum Learning", u: Cameron, Fiona, Kenderine, Sarah (eds.), *Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse*. Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, .281–299.
- Pollock, G., Zemans, J. (eds.) (2007). *Museums After Modernism: Strategies of Engagement*. Malden, USA, Oxford, UK, Victoria, Australia: Blackwell Publishing.
- Russo, A., Watkins, J. (2010). "Digital Cultural Communication: Audience and Remediation," u: Cameron, Fiona, Kenderine, Sarah (eds.) *Theorizing Digital Cultural Heritage: A Critical Discourse*. Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, 149–165.

- Stam, D. C. (2005). “The Informed Muse,” u: Corsane, Gerard (ed.) *Issues in Heritage, Museums and Galleries: An Introductory Reder*. London: Routledge, 58–77.
- Wallace, A. (2001). “Collections Management and Inclusion,” u: Dodd, J., Sandell, R. (ed.) *Including Museums: Perspective on Museums, Galleries and Social Inclusion*. Leicester, UK: University of Leicester, 80–83.
- Weibel, P. (2013). “Web 2.0 and the Museum,” u: Grau, Oliver, Veigl, Thomas (eds.), *Imagery in the 21th Century*. Cambridge, Massachusetts, London: The MIT Press, 235–245.
- Zhou, Y., Chen, J., Wang, M. (2022). “A meta-analytic review on incorporating virtual and augmented reality in museum learning,” *Educational Research Review* 36.

Vera Mevorah
Institute for Philosophy and Social Theory,
University of Belgrade

MUSEUM 2.0: DIGITAL TECHNOLOGY IN THE NATIONAL MUSEUM OF SERBIA (1995–2024)

Abstract

The paper examines the application of digital and information and communication technologies in the National Museum of Serbia from 1992 to 2024. Three groups of processes reflecting the museum's transition into the information age are considered: 1) digitization of museum collections and development of museum information systems; 2) use of the Internet, social media, and the latest technologies in museum practices; 3) transformation of the museum's identity. The paper presents chronologically the development of practices in these three areas and the application of new technologies. These changes are analyzed within the context of information society theories and new museology. The key challenges identified in the National Museum, as well as other museums in Serbia regarding the implementation of ICT and digital tools over the past three decades are a significant lack of resources and a gap between the optimal conditions for basic museum practices and the development and application of the latest technologies.

Key words

National Museum of Serbia, digitization, social media, virtual museum, new museology

Primljeno: 5. 10. 2024.

Prihvaćeno: 18. 10. 2024.