

Ljiljana Manić, Marija Aleksić i Mileva Pavlović

Megatrend univerzitet, Fakultet za kulturu i medije, Beograd
ljmanic@megatrend.edu.rs

Megatrend univerzitet, Fakultet za poslovne studije, Beograd
maleksic@megatrend.edu.rs

Fakultet za menadžment malih i srednjih preduzeća, Beograd
drmileva@ikom.rs

Suvremena izlagačka praksa: nove tendencije u prikazivanju kulturnog naslijeđa

Sažetak

Zbog svog simboličkog značenja, kulturno-povijesno naslijeđe ima posebnu vrijednost za sadašnje naraštaje, utječe na formiranje identiteta i uobličavanje kolektivne i individualne kulture sjećanja. Veoma je važno da što više mladih ljudi dođe u dodir s umjetničkim djelima koja čine materijalno kulturno naslijeđe. Međutim, tradicionalni načini izlaganja često izazivaju otpor kod publike, već naviknute na dinamičnost novih medija.

Suvremene izložbe postaju način da se publika informira, zabavi i obrazuje, one pričaju priče i nude argumente o raznovrsnosti i značaju kulturnog naslijeđa.

Prednosti upotrebe nove tehnologije u prikazivanju i promociji kulturnog naslijeđa u ovom radu analizirat ćemo na primjeru multimedijalne izložbe „Osvježavanje memorije“. Kroz animaciju, projekcije i interaktivne prezentacije, intrigantno osvjetljenje i zvučne senzacije autor izložbe Dušan Milovanović i autor postava izložbe Ivan Mangov približili su, prije svega mlađoj publici, srpsko srednjovjekovno slikarstvo.

Ključne reči: *kulturno naslijeđe, nove tehnologije, muzeji, inovacije, komunikacija.*

Uvod

Razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija donio je mnoge mogućnosti u oblasti zaštite kulturnog naslijeđa, ali i niz novih načina da se ono približi suvremenoj publici. Kulturne vrijednosti jednog naroda stvorene u prošlosti danas se, zahvaljujući televiziji, internetu i digitalnom formatu mogu vidjeti s bilo kojeg djela planete, tako da ljudima širom svijeta postaje dostupna kulturna različitost i bogatstvo stvaralaštva.

Od sredine XVIII. vijeka i osnivanja prvog muzeja pa do danas, muzeji širom svijeta uvećavali su svoje kolekcije putem donacija ili kupovinom predmeta. Međutim, danas više nije dovoljno da se kulturnim naslijeđem bave samo povjesničari, arheolozi i kustosi muzeja. Neophodno je napustiti tradicionalno muzeološko predstavljanje isključivo u „bijelim, kubičnim prostorima“ i stalno istraživati i osmišljavati nove modele njihovog prikazivanja kako bi se zadovoljile potrebe sve zahtjevnijih gledalaca.

Ovaj rad bavi se analizom mogućnosti koje nove tehnologije nude u prikazivanju kulturnog naslijeđa i nastoji ukazati na potrebu stvaranja multidisciplinarnih timova koji su u stanju nesporne vrijednosti nastale radom prethodnih generacija uobličiti i prenijeti u forme prilagođene duhu vremena.

Bogatstvo kulturnog naslijeđa

Kulturno naslijeđe je skup svih odlika naslijeđenih iz prošlosti, pa je obaveza zajednice da ga zaštiti kako bi se unaprijedile njegove vrijednosti i stvorili uvjeti da se ono prenese budućim generacijama. Značaj kulturnog naslijeđa je i u tome što promovira, održava i razvija kulturni diverzitet i ljudsku kreativnost.

Prenošeno s generacije na generaciju, konstantno obnavljano u društvenim zajednicama i grupama, kao reakcija na okolinu, kao interakcija s prirodom i povijesnim uvjetima postojanja, kulturno naslijeđe stvara osjećaj identiteta i kontinuiteta. Ono čini jedinstvenu i nezamjenljivu kulturnu vrijednost jednog naroda, jer se stvara generacijama i ukazuje na njegov društveni, obrazovni i kulturni razvoj. Ipak, zahvaljujući ulozi u formiranju identiteta, elementi kulturnog naslijeđa mogu biti i predmet zloupotrebe, jer se neadekvatnim pozivanjem na koncepte baštine i naslijeđa mogu oblikovati stavovi i mišljenja suvremenih generacija.

Kao nešto što je neobnovljivo, zaštita kulturno-povijesnog naslijeđa predstavlja posebnu odgovornost svakog društva. Značaj čuvanja naslijeđa ugrađen je i u Ustav Republike Srbije pa se u članu 89 kaže: „Svatko je dužan da čuva prirodne retkosti i naučno, kulturno i povijesno nasleđe, kao dobra od opšteg interesa.“

Od prvog pravnog akta u Srbiji koji se bavio zaštitom samo pojedinih građevina²⁷, pa do novijih zakonskih odredbi koje podrazumijevaju zaštitu ne samo objekata već i kulturnih predjela, usmene tradicije, jezika, rituala i blagdana, pojam kulturnog naslijeđa se znatno proširio. Danas ga čine

²⁷ Srpski građanski zakonik donet 1844, u vreme vladavine kneza Miloša Obrenovića

materijalno i nematerijalno kulturno naslijeđe. U materijalno naslijeđe spadaju pokretno kulturno naslijeđe (muzejska građa, arhivska građa, bibliotečna građa i kinotečna građa) i nepokretno kulturno naslijeđe (spomenici kulture, prostorne kulturno-povijesne cjeline, arheološka nalazišta i znamenita mjesta). Nematerijalno kulturno naslijeđe čine: usmena tradicija i jezik, scenska umjetnost, društvena praksa, rituali i blagdani, znanje i primjena znanja o prirodi i svemiru i tradicionalna umjetnost.

Zaštita kulturnog naslijeđa podrazumijeva: istraživanje, proučavanje, dokumentiranje, čuvanje, pravnu i tehničku zaštitu, predstavljanje, korištenje i upravljanje.

U Srbiji se zaštitom nepokretnih kulturnih dobara bave zavodi za zaštitu spomenika kulture; muzeji, arhivi, biblioteke i kinoteka bave se zaštitom pokretnog kulturnog naslijeđa, a srpnja 2012. godine osnovan je u Etnografskom muzeju u Beogradu Centar za nematerijalno kulturno naslijeđe koji se bavi zaštitom nematerijalnog djela kulturne baštine.

Osim toga, 2009. godine osnovan je i Centralni institut za konzervaciju – znanstveno-obrazovna ustanova čiji je zadatak prije svega zaštita materijalne i nematerijalne baštine u njihovom prirodnom okruženju.

Najveći problem tih ustanova je nedovoljno i neodgovarajuće financiranje, ali i nedostatak odgovarajućeg radnog prostora za pohranu i čuvanje građe. Međutim, prikupljanje, obogaćivanje i čuvanje zbirki nije jedini razlog postojanja tih ustanova. One svrhu svog postojanja ostvaruju tek kroz komunikaciju s publikom putem izložbi, animacija i specijaliziranih publikacija.

Uloga muzeja u očuvanju kulturnog naslijeđa

Kao mjesta gdje se publika može upoznati s materijalnim dokazima svoje prošlosti i kao čuvari kulturnog naslijeđa muzeji imaju veoma značajnu ulogu u izgradnji i formiranju identiteta, kako nacionalnog i kolektivnog, tako i osobnog. Muzeji su nekomercijalne i javne ustanove u službi društva i njegovog razvoja, koje su otvorene za javnost i koje u svrhu proučavanja, obrazovanja i zadovoljstva nabavljaju, čuvaju, istražuju, komuniciraju s publikom i izlažu materijalna svjedočanstva o ljudima i njihovoj okolini.²⁸ Muzeji su mjesta gdje se posjetitelji sreću s elementima kulturnog naslijeđa, mjesta koja osiguravaju posjetiteljima da se „približe predmetima“, stimulirajući tako proces saznanja i razvijajući radoznalost i zanimanje. Aktivna uloga publike ogleda se u estetskom, intelektualnom, informativnom i emocionalnom razumijevanju umjetničkih djela i muzejskih artefakata, zauzimanju kritičkog stava o muzeju, izložbi ili nekom obliku programskih događanja koja se u muzeju organiziraju.

Suvremeni načini komunikacije i moderna tehnologija omogućavaju potencijalnoj publici da saznanja o kolekciji nekog muzeja dobiju putem televizije, štampe, fotografije, filma, a moguće je i virtualno gledanje muzejskih postavki preko interneta.

²⁸ Prema Statutu ICOM (Međunarodnog muzejskog veća) usvojenom na 21. generalnoj konferenciji u Beču, 2007. god.

U zadnjoj četvrtini prošlog stoljeća došlo je do iznenadnog procvata novoizgrađenih i obnovljenih muzeja. Istovremeno, s velikim povećanjem broja muzeja i pojave drugačijih vrsta muzeja došlo je i do promjene njihovih izložbenih prezentacija, tj. načina komunikacije s publikom. Još je André Malraux (1901-1976) u svojim djelima posvećenim filozofiji umjetnosti isticao da muzeji više ne mogu biti samo skladišta muzealija, već mjesta interakcije tih artefakata i publike, prostori dijaloga stare s novom, aktualnom civilizacijom.²⁹

Međutim, direktan kontakt između publike i umjetničkih djela i ostalih predmeta koje muzeji čuvaju ostvaruje se jedino kroz posjete.

Nažalost, veliki broj muzeja prilikom posjeta publike koncentrira se na predstavljanje starih predmeta i davanje objašnjenja čemu su oni služili. S druge strane, sve veći broj posjetilaca, naročito mladih, od posjete muzeju očekuje i novi, jedinstven doživljaj.

Muzej je prostor u okviru kojega se uz pomoć kulturalnih artefakata konstruira fiktivni svijet, koji ima ulogu u uobličavanju sjećanja i koji treba uvući posjetitelja u svoje „dveri“ i proizvesti efekt poistovjećivanja. Taj prostor se nalazi na granici između realnosti i konstrukcije realnosti. Kulturalni artefakti predstavljaju tragove prošlosti čineći realnost, a konstruirani svijet se stvara kroz proces reprezentacije i interpretacije.³⁰ Ipak, malo je muzeja u Srbiji koji su uspjeli predstaviti kulturne artefakte na način dovoljno uzbudljiv da potakne generacije čije je razmišljanje, učenje, rasuđivanje i zaključivanje formirano pod utjecajem interneta, video igrice i društvenih mreža.

Ono što u najvećoj mjeri zabrinjava je što čak 85,8% srednjoškolaca i gotovo isto toliko studenata (83,5%) u Srbiji rijetko ili nikada ne posjećuje muzeje. Kao glavne razloge rijetkih posjeta spomenutim institucijama kulture mladi navode: nedostatak slobodnog vremena (39,3%), nedostatak interesa (17%), nedostatak novca (16,4%), ali i neodgovarajuću ponudu (14,2%).³¹ Nedovoljno atraktivna ponuda muzeja i način prezentacije kulturne baštine (neinovativne i konvencionalne izložbe) su također mogući uzroci slabe posjećenosti muzeja. Istraživanja također govore da se negativna ocjena posjete muzeju ne može objasniti nezainteresiranošću mladih za kulturno naslijeđe.³²

Značajne podatke o brojnosti, karakteristikama i dojmovima publike koja posjećuje muzeje dalo je istraživanje „Muzejska publika u Srbiji“, provedeno od listopada do prosinca 2009. godine u kojem je sudjelovalo 1723 ispitanika. Rezultati istraživanja publike muzeja u Srbiji pokazuju da se nijedna starosna grupa ne izdvaja kao ekstremno vodeća u odnosu na druge; prema dobivenim rezultatima, u spomenutom periodu istraživanja muzeje su najviše posjetili ispitanici od 36 do 50 godina (20,8%), potom oni od 13 do 18 godina (19,4%), a onda od 19 do 26 godina (18,7%). Budući da ta razlika nije velika u postotku, može se zaključiti da danas postoji „generacijska raznovrsnost

29 André Malraux (1952): *The Imaginary Museum of World Sculpture*, Librairie Gallimard, Paris

30 Mirjana Kraguljac (2010): *Muzej u odnosu na druge institucije kulture*, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd, str. 42

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

32 Vidi: Lj. Manić, N. Simeunović, M. Aleksić (2012): *Studentska percepcija uloge kulture i kulturnog naslijeđa u formiranju nacionalnog brenda*, Časopis Kultura, br 137, str. 194

muzejskih posjetilaca“. Najmanje ispitanika je iz grupe do 12 godina (4,4%) i iz grupe preko 65 godina (5,3%).

Većina anketiranih posjetilaca (98,1%) preporučila bi drugima da dođu u muzej koji su posjetili, te su i najčešće ocjene konkretne posjete bile odlična (61,5%) i vrlo dobra (28,4%). Zabrinjava podatak da je najveći postotak negativnih odgovora i nezadovoljstva posjetom zabilježen u kategoriji učenik/student (66,7%), odnosno kod mlađeg godišta.³³ Čak 50% djece od 13 do 18 godina označili su posjetu muzeju kao “dosadan doživljaj”.³⁴

Ako se u tom smislu nešto vrlo brzo ne promijeni, a prikazivanje kulturnog naslijeđa ne uskladi s duhom vremena, muzeji će u svijesti mladih ljudi ostati kao dosadna i preozbiljna mjesta, na kojima se tek ponekad može vidjeti i nešto interesantno.

Negativna ocjena posebno je karakteristična za muzeje u kojima se i dalje inzistira na priređivanju monografskih i retrospektivnih izložbi „zastarjelih“ narativa (izloženo djelo s opisom, legendom ispod ili pored djela).

Najvećem broju muzeja u Srbiji nedostaje inovativniji pristup izložbenoj prezentaciji, ne shvaća se neophodnost postojanja strateški osmišljenih tehnika medijacije (posredovanja), nedostaju audio-vodiči, multimedijalne prezentacije, predavanja, filmovi, koncerti i drugi postulati „nove muzeologije“ koja muzeje vidi kao mjesta za učenje, uživanje, razgovor, zabavu... Nedostaju izložbe na kojima je naglasak na osjećaju, a ne na predstavljanju ambijenta ili epohe, gdje fokus nije na predmetu nego na priči. Ne treba davati sliku posjetiteljima kako je nešto u prošlosti bilo, nego im dati mogućnost da sami to iskuse, razmisle i zaključe. Iskustvo umjesto klasičnog podučavanja.³⁵

Muzej može da bude i laboratorij i atelje, kazalište i kino, čitaonica i koncertna dvorana, i igralište ako treba, a da pritom ne izgubi svoju prvobitnu funkciju mjesta na kojem se stječu iskustva i uči o vrijednostima koje je prošlost ostavila u naslijeđe, podučava o sagledavanju današnjice i razmišlja o budućnosti.³⁶

33 Dragana Martinović (2010): *Muzeji i publika*, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd, str. 28

34 Isto, str. 22

35 Una Popović (2011): *Istorijat edukacije, kratko*, ICOM Časopis Nacionalnog komiteta Međunarodnog saveta muzeja, str. 20

36 Eliana Gavrilović (2010): *Šta je to što publika želi – potreba za osmišljavanjem dodatnih muzejskih programa*, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd, str. 70

Utjecaj novih tehnologija na muzejsku publiku

Nezaustavljiv razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologija, pojava novih medija i društvenih mreža, novi načini komuniciranja, digitalizacija medijskog sadržaja i drugi fenomeni karakteristični za početak XXI. stoljeća bitno utječu na spoznajnu moć pojedinaca, naročito mladih. Brojna su istraživanja koja pokazuju da tehnologija može biti štetna kada je u pitanju njen utjecaj na djecu, ali je sve više onih koji ističu pozitivne efekte.

Nesporno je da tehnologija utječe na stvaranje drugačijih veza i drugačije povezivanje informacija u mozgu suvremenog čovjeka nego što je to bio slučaj s prošlim generacijama. Promjene se ogledaju u načinu na koji mladi koriste tehnologiju, vremenu koje provode s vršnjacima i odnosu prema okolini. Osim na usvajanje informacija, donošenje odluka i pamćenje (učenje), nove tehnologije imaju najveći utjecaj na pažnju kod mladih.

Potpuno nova, virtualna okolina, ponudila je svijet u kojem je odvlačenje pažnje na sve strane gotovo pravilo. Postojana pažnja je gotovo nemoguća, mašta je sve manje potrebna, a pamćenje ograničeno. Kako mladi danas mnogo više vremena provode na internetu nego čitajući knjige, to za posljedicu ima potpuno drugačiji način prihvaćanja informacija. Za razliku od ravnomjerne pažnje i dubljeg razmišljanja o ograničenom broju primljenih informacija, za nove generacije karakteristična je izloženost velikom rasponu prizora, okruženost mnogim distinkcijama i nemogućnost da se ozbiljnije fokusira na jednu informaciju.

S druge strane, neka druga istraživanja pokazuju da, na primjer, video igrice i drugi sadržaji poboljšavaju vizualno-opažajne sposobnosti, vrijeme reakcije na stimulans i sposobnost da se uoči detalj i iz cjeline izdvoji ono što je važno.

Novi mediji su čvrsto ugrađeni u svakodnevne aktivnosti današnjeg čovjeka, što je praćeno i transformacijom čitalačke kulture u audio-vizualnu u kojoj se najveći dio informacija prima putem čula vida. Osim tehnoloških unapređenja, važnu ulogu u promjeni odnosa prema prijemu informacija igra i osjećaj „vlasništva“ nad medijem (koju su omogućili pokretni uređaji), pa konzumenti postaju aktivni tragači za informacijama, a ne pasivni primaoci poruka koje im neko drugi plasira. Oni su ti koji imaju potpunu kontrolu nad sadržajem, oni biraju kada, gdje i koju količinu informacija će konzumirati.³⁷

Iako se možemo u većoj ili manjoj mjeri složiti u ocjeni posljedica utjecaja novih tehnologija na sposobnosti pojedinca, neosporno je da je su ove promjene izazvale i promjene u ponašanju publike svih kulturnih ustanova, pa i onih koje se bave prikazivanjem kulturnog naslijeđa. Publika sve manje očekuje samo informaciju i sve manje kao razlog posjete navodi želju za novim znanjima. Od posjete muzeju očekuje se da ona bude prije svega prijatno iskustvo i uzbudljivo putovanje kroz prošlost.

³⁷ Rohm, A.J., Sultan, F., Bardhi, F. (2009): *Multitasking youth*, Marketing management, nov-dec. p. 20-25.

Utjecaj novih tehnologija na mogućnosti muzeja

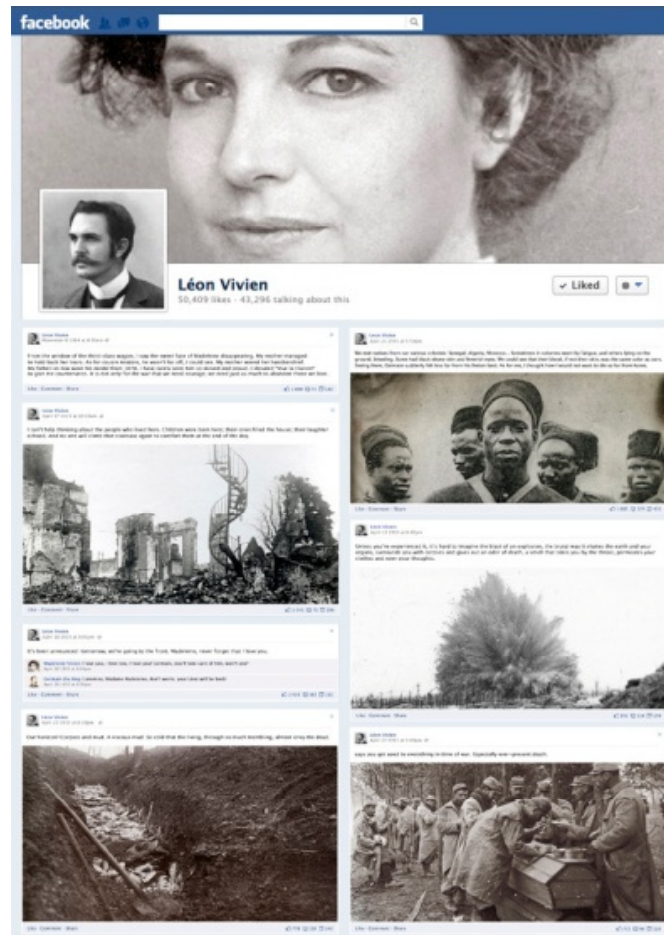
Moderno doba nudi brojne mogućnosti za čuvanje kulturnog naslijeđa kroz digitalizaciju, pretvaranje u elektronske forme, analizu i organizaciju materijala. Web siteovi i društvene mreže otvaraju vrata kulturnog naslijeđa do sada nezamislivo velikom broju ljudi. Nove tehnologije omogućavaju komunikaciju, razmjenu, dijeljenje znanja, informacija i ideja, posebno među mlađim ljudima. Ovo je razlog zašto mnoge zemlje stvaraju slobodne elektronske arhive i čine velike napore u digitalizaciji svog kulturnog naslijeđa. Digitalni katalozi muzeja, arhiva, biblioteka i ostalih kulturnih institucija objavljuju se širom Europe.

Ovaj način predstavljanja kulturnog naslijeđa nudi brojne pogodnosti.

Značajno kulturno naslijeđe prezentirano u digitalnoj formi može se vidjeti ne samo u dvije dimenzije (kao u tiskanom katalogu), već je moguće izabrati željenu perspektivu, vidjeti cjelinu ili „zumirati“ najfinije detalje.

Korištenje mnogih oblika virtualnih tehnika omogućava posjetitelju iskustvo života u gradovima koji su davno nestali, mogućnost da se kreće kroz njih ili istražuje okruženje gdje su spomenici smješteni.

Društvene mreže nude posebne pogodnosti za kontakt s publikom i promociju kulturnog naslijeđa. Francuski Muzej velikog rata (Musée de la Grande Guerre) kreirao je Facebook stranicu sudionika Prvog svjetskog rata, vojnika Léona Viviena, kako bi suvremenoj publici približio događaje, ispričavši ih kroz osobnu priču. Materijali koji su korišteni za realizaciju ovog projekta dio su muzejskog postava, a način na koji su izloženi javnosti predstavlja svojevrsni most između vremena prošlog, sadašnjeg i budućeg. Stranicu je vidjelo više od 50.000 ljudi u prva dva tjedna. Oni su ostavili više od 5.000 komentara, a posjet muzeju povećan je za 45%. U isto vrijeme informacije dopiru do posjetilaca koji inače nikad ne bi mogli osobno posjetiti muzej.



Slika 1: Priča o stradanjima na Facebook stranici sudionika Prvog svjetskog rata

Nove tehnologije mogu pomoći u podizanju participacije mladih u kulturi, naročito ako se ima u vidu da oni najčešće koriste internet radi informiranja, zabave i edukacije, ali i da se korištenja interneta rijetko odriču.

Informacijske tehnologije daju priliku za učenje o kulturnom naslijeđu kroz novu, interdisciplinarnu dimenziju, omogućuju da svaki artefakt bude pogledan u okviru povijesnog, sociokulturnog, ekonomskog i geografskog okruženja, što omogućava bolje razumijevanje i prihvaćanje.³⁸

Veliki broj informacija može se pronaći na web siteu koji poziva posjetitelje da posjete muzeje, ali i da istražuju, tako da mogu upoznati „bogatstvo kulturnog naslijeđa u kontekstu“, kako stoji i u Preporuci Vijeća Europe.

Pametni (smart) telefoni omogućuju čitanje QR kodova³⁹ pa umjesto unošenja internet adrese, skeniranjem QR koda, internet pretraživač mobilnog telefona se direktno usmjerava na željenu internet adresu koja se nalazi u rasteru kvadratića QR koda.⁴⁰

38 M. Ott, F. Pozzi (2011): *Towards a new era for Cultural Heritage Education: Discussing the role of ITC*, Computers in Human Behavior, No.27, p. 1368.

39 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 obilježavanje dijelova aviona.

40 I. Ćirić i A. Pavlović (2010): *Digitalna kultura kao ishodište suvremenog marketinga: s one strane iluzije*, Časopis Kultura, br. 128, str. 305.

O izložbi „Osvježavanje memorije“

Prednosti upotrebe tehnologije u prikazivanju i promociji kulturnog naslijeđa ilustrirat ćemo primjerom multimedijalne izložbe održane od listopada 2013. do travnja 2014. godine u Muzeju primijenjene umjetnosti u Beogradu. Za svoj 63. rođendan, Muzej je poklonio publici izložbu koja je obilježila 2013. godinu, trgnula i uzburkala kulturnu scenu Srbije i pokazala kako i u uvjetima dugotrajne socijalne, privredne i kulturne krize mogu nastati kreativna i plodna djela, koja će ostati trajno upisana u kulturnoj memoriji ne samo srpskog naroda, već i šire. Interaktivna izložba „Osvježavanje memorije“⁴¹ privukla je tokom svog trajanja više od 15.000 posjetilaca i odagnala strahove onih koji su s velikom zebnjom gledali u budućnost muzejskih institucija.

Na izložbi su javnosti prikazani motivi sa zidova srpskih srednjovjekovnih manastira koji su potpuno utkani u jedinstveni audio i vizualni prikaz.

Cilj izložbe „Osvježavanje memorije“ bio je da se na originalan način predstavi bogata građa Muzeja primijenjene umjetnosti – 570 tabli kopija ornamenata srpskih srednjovjekovnih fresaka, koje je pedesetih godina XX. stoljeća, baveći se istraživanjima na terenu, iscrtavao slikar Milovan Arsić. Ideja je potekla od muzejskog savjetnika Dušana Milovanovića, a autorski tim su činili i arhitekt Ivan Mangov i dizajnerica Vesna Orović.

Publika je mogla vidjeti kopije ornamenata srpskih srednjovjekovnih fresaka koje su posljednji put izlagane 1961. godine u sklopu bizantološkog kongresa održana u Beogradu, ali sada su u suvremenom postavu. Ovaj dragocjeni materijal, čudesne geometrijske igre likovnih elemenata, predstavljen je na izložbi na suvremen i inovativan način, korištenjem novih tehnologija, animacije, za tu priliku osmišljene muzike, i u skladu sa suvremenom izlagačkom praksom. Na taj način ostvarena je ravnoteža između dijelova kulturne baštine i suvremenog i progresivnog načina izlaganja .

Unutrašnji prostor muzeja, površine oko 300 kvadratnih metara, za ovu priliku lišen je dnevnog svjetla, pregrađen i obojen, stvarajući tako potpuno novi ambijent za izložbu i uvjete za funkcionalnije koncipiranje izložbenog prostora. Posjetioци su se kretali kroz niz zamračenih prostorija s eksponatima, u kojima su pokrenute slike ornamenata i diskretno osvijetljenje stvarali jedinstvenu i dojmljivu atmosferu.

Ovakav prostor stvorio je iskustvo da je „posjetilac zaronjen dok do njega sa svih strana dolaze senzacije, kako kroz izložene materijale, tako i kroz zvuk koji prati njegovo kretanje kroz izložbu“.⁴²

41 http://www.mpu.rs/srpski/temporary/izlozbe_2013/12_ornamenti/ornamenti.html

42 Intervju autora postavke Ivana Mangova dan za Glas Amerike (<http://www.glasamerike.net/content/veliki-uspeh-izlo%C5%BE>)



Slika 2: Fotografije s izložbe „Osvježavanje memorije“ u Muzeju primijenjene umjetnosti u Beogradu

Ornamenti iz perioda od XII. do XV. stoljeća osuvremenjeni su muzikom koja dopunjuje vizualni doživljaj. Originalnu muziku za izložbu komponirali su Goran Trajkovski, Dorijan Jovanović, Zoran Jerković i DJ Marko Nastić. Sve dvorane u kojima su bili izloženi eksponati bile su profesionalno ozvučene, a glazba pažljivo izabrana. Sama izložba nije raspolagala budžetom većim od uobičajenog koji Ministarstvo kulture dodjeljuje sličnim projektima, ali je potpomognuta značajnim sredstvima sponzora koji su bili privučeni prilikom da svoje ime povežu s događajem koji privlači pažnju i izaziva pozitivne asocijacije.

U toku pripreme izložbe pozvani su istaknuti mladi dizajneri i stvaraoci koji se bave suvremenom umjetnošću i suvremenim umjetničkim izrazom da daju svoj doprinos tumačenju i interpretaciji ove teme. Tako je izložba dopunjena zidnom instalacijom od preko 300 komada unikatne ručno rađene keramike autora Dušana Zjalića i brojnim kompjutorskim animacijama inspiriranim ornamentima (autori Vukan Ćirić i Nataša Teofilović). Ovo preklapanje klasične teme kao što je srednji vijek s nečim što je moderno i atraktivno te specifičnost svakog pojedinačnog doprinosa mladih autora je ono što se publici posebno dopalo.

U okviru izložbe posjetitelji su mogli prisustvovati predavanjima, organizirane su radionice i koncerti. Na taj način nije samo prikazan dio kulturnog naslijeđa već je ono interpretirano kroz proces komunikacije koji uspostavlja emotivnu i intelektualnu vezu između interesa publike i inherentnog smisla postava. U toku trajanja izložbe „Osvježavanje memorije“ odsjek za edukaciju Muzeja primijenjene umjetnosti organizirao je veliki broj različitih edukativnih programa namijenjenih mlađoj publici koji su bili prilagođeni njihovom uzrastu i potrebama, kao i stručna tumačenja izložbe.⁴³

Za djecu predškolskog uzrasta organizirana je radionica „Obuci vladara“. Tema radionice bila je upoznavanje djece s izgledom srednjovjekovne vladarske odjeće, motivima i šarama na njoj. U osam termina u radionici je sudjelovalo 132 djece.

⁴³ Izvor: Jelena Knežević, Odsjek za edukaciju Muzeja primijenjene umjetnosti u Beogradu

Za đake nižih i viših razreda osnovne škole (uzrast od 7 do 14 godina) organizirane su radionice: „Mali kopisti“ (oslikavanjem zidnog platna, na kojem su projektirani izabrani ornamenti i kompozicije s izložbe, djeca su dobivala priliku da i sami postanu kopisti i oslikaju na zidnom platnu projektirani segment izložbe) i „Vizualna matematika“ (učenici viših razreda izrađivali su prozirne hiperkocke i slagalice s čvorovima i ornamentima u stilu Op-arta⁴⁴). U 15 termina, u radionicama je sudjelovalo 305 učenika.

Za učenike srednjih škola organizirane su radionice: „Ornament kroz vrijeme i prostor“ (cilj radionice je bio da se đaci upoznaju s pojmom ornamenta i njegovom upotrebom kroz različita povijesna razdoblja. Posebno su obrađivani ornamenti na odjeći, vladarskoj odori, nakitu, obući i drvenim rezbarijama, a tako nastali radovi izloženi su na izložbi u galeriji „Žad“) i „Ogledalske krivulje“ gdje se bavili kreiranjem bizantiskih i keltskih čvorova kao i mnogih drugih prepletenih ornamenta.



Slika 3: Učenici Dizajnerske i Tekstilne škole na radionici „Ornamenti kroz vrijeme i prostor“

Za studente Fakulteta likovnih umjetnosti i studente grafičkog dizajna organizirane su radionice „Prezentacija procesa izrade zidnog slikarstva“. Na ovoj radionici (u kojoj je sudjelovalo 50 studenata) objašnjen je proces izrade zidnog slikarstva od skice do izvođenja u materijalu, predstavljene su tehnike monumentalnog slikarstva, odnos srednjovjekovnog i suvremenog stvaralaštva i najčešće teme i motivi ovog vida slikarstva. Na radionici „Konstrukcija ornamenta“ studenti su se upoznali sa specijaliziranim softverima koji omogućavaju kompjutersku konstrukciju ornamenta sa stanovišta teorije simetrije (20 polaznika).

Osim radionica, za sve posjetitelje, a posebno za mlađu publiku, organizirano je stručno vođenje kroz izložbu. Od ukupnog broja od 15.000 posjetilaca uz komentare i objašnjenja stručnjaka iz odsjeka za edukaciju izložbu je vidjelo 3549 posjetilaca, koji su bili podijeljeni u 125 različitih grupa. Prosječna starost publike koja se na ovaj način upoznala sa sadržajem izložbe „Osvježavanje memorije“ bila je 21 godina.

Od ukupnog broja posjetilaca koji su na ovaj način obišli izložbu, skoro polovicu (47%) čine učenici srednjih škola, a studenata i učenika osnovnih škola bilo je po 17%.

44 Op art ili Optical art je oblik apstraktne vizualne umjetnosti koja koristi boje i linije kako bi stvorila optičke iluzije.

Zastupljenost pojedinih ustanova u ovom obliku animacije publike je sljedeći:

Ustanova	Broj posjetilaca	Sudjelovanje u postotku
Visokoškolske ustanove	599	17
Srednje škole	1658	47
Osnovne škole	612	17
Predškolske ustanove	105	3
Druge ustanove	163	4
Ostalo	412	12
Ukupno	3549	100

Tabela 1: Posjetitelji koji su izložbu razgledali uz stručno vodstvo prema tipu ustanove iz koje dolaze

Cilj ove izložbe da stvori intrigantnu i neočekivanu postavku koja angažira sva čula i poziva na sudjelovanje ostvaren je na veliko zadovoljstvo publike svih uzrasta, a izložba „Osvježavanje memorije“ tijekom koje su posjetitelji otkrivali ljepotu ornamenata, ostat će zabilježena kao najposjećenija izložba u povijesti tog muzeja.

Zaključak

Moderno društvo karakterizira tendencija povezivanja muzeja i drugih institucija koje se bave zaštitom i prikazivanjem kulturnog naslijeđa. Korištenje novih tehnologija olakšava ovo povezivanje i nudi brojne mogućnosti za nove načine prikazivanja baštine. Ali od stručnosti, sposobnosti i inventivnosti ljudi koji se bave kulturnim naslijeđem umnogome će zavisiti koliko će ove mogućnosti biti iskorištene. Zato je u prikazivanju vrijednosti koje su stvorile prethodne generacije, u kreiranju izložbi koje će privući pažnju publike, neophodno sudjelovanje multidisciplinarnih timova koje čine eksperti ne samo iz područja historiografije, arheologije i muzeologije, već i kreativni stručnjaci koji su u stanju da te vrijednosti uobličie i prenesu u forme prilagođene duhu vremena. U doba vizualnosti, ovim sadržajima osim povijesnog mora se dati i kvaliteta estetskog, a publici koja je sve manje spremna da bude pasivni sudionik, tražeći interaktivni pristup, ponuditi doživljaj.

Danas se muzej više ne može zadovoljiti čuvanjem predmeta iz kulturne baštine i njihovim jednostavnim davanjem na uvid publici. Od suvremenog muzeja očekuje se da bude mnogo aktivniji, dinamičniji i interaktivniji. Da bi privukao novu publiku, naročito onu koja nema naviku redovno posjećivati muzeje, od muzeja se očekuje da osmisli koncept koji će potaknuti interes, da koristi osvjetljenje, muziku i animaciju ne samo u smislu optičke iluzije pokreta, već i u prvobitnom smislu te riječi (lat. *animatio* – oživljavanje, davanje duše nečemu).

U periodu velikih i značajnih promjena, muzeji ne smiju biti samo depoi za odlaganje i čuvanje značajnih objekata koji čine kulturno naslijeđe. Ukoliko suvremeni muzeolozi ne nađu način da upoznaju svoju publiku i ponude joj blago koje im je povjereno na čuvanje na najdjelotvorniji način, ne samo da neće ispuniti svoju društvenu funkciju, već će na neki način obezvrijediti trud svojih prethodnika koji su te objekte brižljivo skupljali stoljećima unazad, puneći fondove muzeja.

Literatura:

- Bohn, R.E., Short, J.E. (2009): How Much Information? Report on American Consumers, University of California, San Diego
- Ćirić I., Pavlović, A. (2010): Digitalna kultura kao ishodište suvremenog marketinga: s one strane iluzije, Časopis Kultura, br. 128
- Gavrilović, E. (2010): Šta je to što publika želi – potreba za osmišljavanjem dodatnih muzejskih programa, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd
- http://www.mpu.rs/srpski/temporary/izlozbe_2013/12_ornamenti/ornamenti.htm
- Kraguljac, M. (2010): Muzej u odnosu na druge institucije kulture, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd
- Marlo, A. (1952): The Imaginary Museum of World Sculpture, Librairie Gallimard, Paris
- Mrđa, S. (2012): Kulturni život i potrebe studenata u Srbiji, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd
- Manić, L.J., Simeunović, N., Aleksić, M. (2012): Studentska percepcija uloge kulture i kulturnog naslijeđa u formiranju nacionalnog brenda, Časopis kultura, br. 137, Beograd
- Martinović, D. (2010): Muzeji i publika, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd
- Ott, M., Pozzi, F. (2011): Towards a new era for Cultural Heritage Education: Discussing the role of ITC, Computers in Human Behavior, No. 27
- Popović, U. (2011): Istorijat edukacije, ukratko, ICOM Časopis Nacionalnog komiteta Međunarodnog saveta muzeja
- Rohm, A.J., Sultan, F., Bardhi, F. (2009): Multitasking youth, Marketing management, nov-dec. p. 20-25.
- Vecco, M. (2010): A definition of cultural heritage: From the tangible to the intangible, Journal of Cultural Heritage, No.11

Contemporary practice of presentation: new tendencies in showing the cultural heritage

Abstract

Because of its symbolic meaning, the cultural and historical heritage has a specific value for the modern generations, since it forms the identity and shapes the collective and individual culture of memory. It is of great importance that more and more young people get in touch with the works of art that make the material cultural heritage. However, the traditional ways of presentation are usually not very popular with the audience, since people are so used to the dynamics of the new media.

Contemporary exhibitions are becoming a way for the audience to get information, entertainment and education, since they tell stories and offer arguments of diversity and importance of cultural heritage.

In this paper we will analyze the advantages of technology in presentation and promotion of cultural heritage on the example of the multimedia exhibition "Refreshing of memory". Through animation, projection and interactive presentation, intriguing lighting and sound sensations, the author of the exhibition Ivan Mangov has presented the medieval painting to the younger audience.

Key words: *cultural heritage, new technologies, museums, innovation, communication.*