

Muzej muzeja i muzej baštine problematski pristup ekonomiji i epistemologiji baštinskih i muzejskih fenomena

Vuger, Dario

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:996426>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom](#).

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-02**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE I KOMUNIKACIJSKE ZNANOSTI
SMJER MUZEOLOGIJA I UPRAVLJANJE BAŠTINOM
Ak. god. 2018./2019.

Dario Vuger

**Muzej muzeja – problemski pristup ekonomiji i
epistemologiji baštinskih i muzejskih fenomena**

Diplomski rad

Mentorica: dr.sc. Žark Vujić, red.prof.

Zagreb, lipanj 2019.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(potpis)

Autor se zahvaljuje profesoricama i profesorima Katedre za muzeologiju na kontinuiranim poticajima za kritičkim preispitivanjem unutarnjih vrijednosti i mogućnosti struke, a bez kojih ovaj rad ne bi pronašao svoju bitnu motivaciju.

Sadržaj

1. Uvod	iii
2. Hipoteza.....	v
2.1. Metodologija.....	vi
3. Ontologija i kulturalna kontekstualizacija pojma baštine.....	vii
3.1. Suvremeni kontekst.....	x
3.1.1. Kultura kao politika i ideologija.....	xi
3.1.2. Kultura kao industrija i kapital	xv
3.1.3. Cilj, razvoj i turizam	xviii
4. Baština kao predmet upravljanja i marketinga.....	xxi
4.1. Studiranje baštine u doba baštinske industrije?	xxiii
4.2. Ekonomija pažnje	xxv
4.3. Ekonomija doživljaja	xxix
4.4. Rad slika i znanje bez cilja: sumiranje definicija	xxxiv
5. Muzeologija i baštinska teorija u kontekstu	xxxviii
5.1. Muzeologija i baština kao simptomi	xli
5.2. Industrijalizacija pamćenja i disonance baštine.....	xliv
5.2.1. Tehnosfera i (ponovno) otkrivanje humanizma.....	xlviii
6. Zaključak: Metodički pristup.....	l
6.1. Muzej muzeja	lii
6.2. Baština baštine.....	lix
7. Bibliografija.....	lxiii
8. Sažetak.....	lxvii
9. Summary.....	lxviii

1. Uvod

U radu koji slijedi glavna je intencija autora da kroz raspravu o nizu tema i problemskih cjelina koje pripadaju humanističkim znanostima prikaže bitna konceptualna mjesta u kojima se unutar teorije baštine i muzeologije događa neopravdano impliciranje zajedničkog ili nekim stvarnim koncenzusom određenog značenja. Cilj je pokazati da kada govorimo bez rasprave o temeljnim pojmovima, bez prihvatanja dvoznačnosti trenutnog 'stanja stvari' mi šutke prihvaćamo dominantni diskurs u kojemu je moguće biti tobože kritičan i realizirati radikalno drugačije i inovativne pristupe koji uvijek ostaju unutar uspostavljene mreže upravljanja, marketinga, ekonomiziranja, te dapače, onoga što Žarko Paić s pravom naziva trećim poretkom kibernetike u sklopu računanja, planiranja i konstrukcije – *tehnosferom* (Paić 2019). Prihvatanjem dvoznačnosti, neodređenosti i tehniciteta suvremenih diskursa kao metodičkih uputa radije nego li kao ciljeva-po-sebi – kao što je primjerice slučaj sa diskursom neodredivosti baštine – mi otvaramo mogućnost novom i pozitivnom rekonceptualiziranju pojmova tehnike, slike i spektakla kao temeljima novih kritičkih i humanističkih praksi. Bez humanizma, naime, nema autentičnog odnosa sa tehnologijom u svijetu u kojem tehnologija više nije samo primjena već ukupna 'treća' priroda čovjeka u kojoj ovaj više – naspram prirode i kulture – ne zauzima središnje mjesto već to mjesto pripada stalnim mutacijama tehnike-kapitala-spektakla. Poziciju upravo te izmaknutosti potrebno je kritički 'osvojiti' i pridobiti za unaprjeđenje struke, pa stoga pristupamo zasnivanju naznaka za metodički pristup udaljavanju – u obliku muzeja muzeja – a koji nije puko oslikavanje već radikalni povratak identitetu muzeologije kao informacijsko-komunikacijske znanosti i napose epistemološke, odnosno humanističke discipline.

U prvom dijelu rasprave autor je pružio problemski pregled određivanja pojma baštine kroz pokušaj dvostrukog određenja;

- 1) ontološkog određenja koje – iako svoje utemeljenje ima u filozofiji kao pretpostavci nužnosti postojanja bitne (dakle, onto-loške) razlike između fenomena – svoju ulogu ima u informacijsko-komunikacijskoj znanosti upravo u njenim epistemičkim modelima, a potom i;
- 2) kulturalnog određenja nakon što utvrdimo međusobnu ovisnost, hijerarhičnost, odnosno bitnu razliku kulture, baštine i tradicije u njihovim mogućnostima. Pri tom je bitno prikazati nerazlučivost određenih pojmovnih sklopova od posve suvremenim fenomenima poput ideje turizma, društvenog spektakla i tako dalje.

No, prije nego što autor ponudi protuargument ranije utvrđenom stanju mogućnosti i svrhe određenja baštine, glavnim dijelom rasprave uspostavljaju se dvije srodne post-moderne ekonomije:

1) ekonomija pažnje kao uvjetom mogućnosti kritičkog razumijevanja nasljeđa situacionističke filozofije Guya Deborda i njegova *Društva spektakla* u kontekstu originalne teze Johanthana Bellera o 'kinematičkom načinu proizvodnje'. Ovaj pristup objašnjava ponajprije mogućnost promatranja slika kao rada, a napose čovjeka kao u stalnom procesu rada za slike i sa slikama, a pretpostavlja tehnologiju kao prirodni splet okolnosti čovjekova postojanja te njene devijacije u slijedećem ekonomskom konceptu;

2) ekonomija doživljaja kao epohalne promjene načina oblikovanja i potrošnje proizvoda i fenomena u kasnom, odnosno visoko razvijenom stadiju kapitalizma koji uvjerljivo najbolje opisuje upravo spomenuti Guy Debord u tezama iznesenim u svojoj knjizi *Društvo spektakla*, dok simptome toga visokog stadija vidimo upravo u komodifikaciji kritičkog diskursa druge polovine dvadesetog stoljeća u proizvodni potencijal slikovitih potrošačkih prilika u ranom dvadeset i prvom stoljeću na slučaju paradigmatične knjige popularne ekonomije toga (odnosno ovoga) doba Gilmorea i Pinea *The experience economy*.

S pripremljenim teorijskim premisama koje slijede liniju rasprave koja uzmiče pred 'baštinskim procesom' i 'muzealizacijom' kako bi upravo njih kao pojmovne konstrukte iskazali rezultatima širih društveno-ekonomskih i kulturno-tehnoloških procesa suvremenog doba, autor gradi zaključni pristup novom kritičkom razumijevanju baštine i muzeja kao simptoma suvremenog 'stanja stvari'. Kroz promatranje simptomatičnih izjava i diskursa shvaćenih kao slike ili kao izazivanje slikovnog reprezentiranja teorije u ekonomske svrhe autor prema zaključku nudi nov metodički pristup kao rezultat izvornog sagledavanja potencijalnih dosega 'humaniziranja' prakse muzejske i baštinske teorije kao ispunjavanja jaza između humanističkih korijena znanosti i njenih suvremenih društvenih konkretizacija. Pristupi bliski naznačenim izvorima novih teorijskih kretanja ovdje ne služe pukom uspostavljanju 'originalne teze' ili puke autorizacije jednog novog diskursa nego radije daleko skromniji zadatak izazivanja uvjeta za pristup afirmiranja slikovnog karaktera nove teorije i prakse upravo kako bi se dekonstrukcijom slike došlo do oslobođenja muzejske kao progresivne kulturalne snage sposobne za stvaranje programa izvan konvencija praksi rada spektakla. Uloga je rada, također, da pri afirmiranju 'avangardnih', 'post-', i 'radikalnih' pristupa upravo uputi na neizmjernu važnost državne i društvene afirmacije muzeja kao autonomne institucije izvan dohvata tržišnog natjecanja,

odnosno uzmicanja u predstavu te uputi na potrebu ponavljanja kritike kulture kao industrije i predmeta ekonomske eksploatacije.

2. Hipoteza

Određivanje pojma baštine i muzealnosti u kontekstu suvremenih rasprava o ulozi, odnosno ispreplitanju ekonomije, politike i doživljaja u svakodnevnom životu čini okosnicu ovoga rada. Autorova je namjera koncizno prikazati probleme sa kojima se susrećemo pri govoru o baštini, muzeju, muzejskom ili baštinskom fenomenu, a unutar turističkog, komercijalnog, odnosno potrošačkog diskursa kao dominantnog i autoritativnog načina razmišljanja o fenomenima svakodnevice. Jednako tako, na mjestu potrošačkog društva ne smije se skrenuti pogled sa pitanja rada i proizvodnje upravo stoga što društvo unutar kojeg dominira potrošnja u svakom pogledu proizvodi i 'radi' mnogo više nego li je to radilo ijedno društvo do sada. Potrebno je u tom pogledu ponuditi teorijske pretpostavke za kritiku postojećeg odnosa prema baštini, kao pojmu i fenomenu, prema muzeju i muzealnosti, te na kraju didaktičkoj i epistemološkoj, odnosno humanističkoj ulozi muzeja i baštine kao kulturalnih i civilizacijskih stečevina. Na mjestu neovisne, odnosno autonomne i neupitne vrijednosti muzeja i baštine, danas smo svjedoci konformiranja i rekuperiranja kulturalne uloge muzeja i baštine unutar ekonomskih modela, gospodarskih programa, marketinga i tzv. kulturnih industrija. Još značajnije, svjedočimo danas i fenomenima poput ekonomije doživljaja i industrijalizacije pamćenja čiji ćemo kontekst ovdje posebno opisati. Iako problem kulturnih industrija ima svoju povijest i kritičku ulogu u društvu druge polovice dvadesetog stoljeća – kroz poznatu frankfurtsku školu kritičke teorije društva - danas se čini normalnim govoriti o industriji kulture, managementu kulture i upravljanju resursima kulturnih djelatnosti, njihovoj profitnosti, opravdanju troškova, isplativosti i sl. Kako ne bismo pak raspravljali o dalekosežnosti problema kulturnih industrija u svakodnevnom životu kroz pojam kulturnog radnika i kulturnog poduzetništva na raznorodnim primjerima od kulturnih kombinata, akcijskih grupa, protestnom i aktivističkom poduzetništvu i sl. ograničiti ćemo se na obrazlaganje pojma i uloge kulturne industrije u kontekstu već naznačenih mogućnosti kritike marketinga i ekonomije kao predmeta zlokobne intelektualne i posebice humanističke retardacije baštinskih i muzejskih fenomena na razinu fluidnog ekonomskog procesa. Izrazom 'kulturna baština' označavamo pritom – prema UNESCO-voj definiciji – 'djela umjetnika, arhitekata, glazbenika, pisaca i znanstvenika (...) anonimnih umjetnika, izraze ljudske duhovnosti i vrijednosti koje daju smisao životu' (UNESCO 1982). Time nije rečeno samo kako je kultura bitno povezana sa osjećajem smisla i stvaralačkom praksom ljudi već da baština pripada kulturi kao medij, prenoseći smisao 'ljudskog' unaprijed

kroz vrijeme. Cilj je ovog rada vrednovati odmak koji se događa kada ovako postavljena kardinalna vrijednost baštine postane predmetom ekonomskog promišljanja upravljanja doživljajem, ekonomiziranja pažnje, doživljaja i znanja povezanog sa baštinskim fenomenima.

Vođen tezom francuskog filozofa i teoretičara medija, Guya Deborda, ovom je radu temeljni cilj – iznesen u svom najkraćem obliku – analizirati pojam, povijest i kulturnu ulogu baštine kao i muzeja u okolnostima društvenog spektakla. Za potrebe upravo naznačene hipoteze potrebno je citirati početnu pretpostavku Deborda u knjizi *Društvo spektakla*, a koja će kroz daljnu raspravu dobiti svoja proširenja unutar okvira ovog rada. „Sav život u društvima, u kojima vladaju moderni uvjeti proizvodnje, objavljuje se kao golema akumulacija spektakla. Sve što se izravno proživljavalo udaljilo se u predstavu.“ (Debord 1999:35) U okolnostima društvenog spektakla sve postaje predmetom potrošnje (moderni uvjeti proizvodnje), pa tako i muzej odnosno baštinske fenomene treba kritički promotriti kao predmete ekonomije doživljanja (udaljevanja u predstavu) te napose slike kao njenog temeljnog proizvoda.

2.1. Metodologija

Metodološki gledano, autor je prema akademskim izvorima učinio kritički izbor literature koji se može smatrati – prema prepoznatljivom izdavaču, vidljivosti, raširenosti, prevedenosti, citiranosti i dr. – oglednim studijama dominantnog diskursa, refleksijom autoriteta u području ili pak glavnim kritičkim strujanjima upravo kako bi se na jednom mjestu mogli sagledati razmjeri učinkovitosti ili pak neutralnosti dominantnih rasprava u području baštine i muzeja. Zanimljivost manjinskih pristupa i praksi stoga će biti predmetom originalne metodičke teze autora u zaključnoj raspravi ovog rada, uspostavljanjem pojma muzeja-muzeja.

U raspravu ćemo uvesti – u skladu sa hipotezom i metodom rada – niz autora koji će interdisciplinarnosti i multimodalnosti pristupa muzeologiji bitno doprinijeti sa pozicije akademskog humanizma i kritičke teorije koja se pokazuje bitnom sastavnicom novih paradigmi u društveno-humanističkim organizacijama znanja, poput adaptacije povijesti umjetnosti ka vizualnim studijima, pomaku filozofije prema bioetici, antropologiji i dr. a koji ne bi bili mogući bez razumijevanja kritičkih izvora izvan struke.

Izjave, definicije i pojmovne konstrukcije koje se uzimaju kao činjenice ili originalni doprinosi kroz izvore uzimat će se stoga kao simptome određenog konteksta određenog akademskim s jedne, te ekonomskim diskursom s druge strane, valorizirajući ujedno i sa posebnom naznakom ono što određenim izjavama nije rečeno ili što je pak rečeno 'između redaka', vrednujući implikacije određenih nametnutih modela razumijevanja baštinskih fenomena i sl. Ranije spomenutim pojmom 'kulturne baštine' autor se neće koristiti već će pod pojmom baštine

podrazumijevati ono 'kulturno' utoliko što 'kulturnu baštinu' možemo smatrati pleonazmom pošto su i baština i kultura pojmovi koji su isključivo određeni kao pripadni čovjeku i pojmu 'ljudskog' pa tako i prirodna baština još uvijek jest baština koju određuje čovjek 'uronjen' u kulturu kao mogućnost 'ljudskog' odnosa prema prirodi i 'kulturi', stvarajući od njih (kulturnu) baštinu.

3. Ontologija i kulturalna kontekstualizacija pojma baštine

Pojam baštine stoga treba promotriti u njegovoj ontologiji, formirajući bitnu razliku spram ostalih pripadnih fenomena, a što će nam omogućiti da izbjegnemo 'pleonastičko' korištenje pojma kao u ranije spomenutom primjeru. Baština kao fenomen ponajprije nije jednoznačna, što primjećuju Basu i Modest u zborniku *Museums, Heritage and International Development*. Na istom mjestu stoga kažu slijedeće: „Razumijemo li je kao aktivnu prisutnost prošlosti u sadašnjosti, baština je jednostavna činjenica: nasljeđe koje ima moć oblikovanja individualne i društvene naklonjenosti i njihovih vizija budućnosti – dobrih ili zlih.“ (Basu, Modest 2014:2) Za razliku od pristupa koji u pokušaju razjašnjenja triju studija bitnih za razumijevanje suvremene muzeološke struke – muzeja, baštine i razvoja – daje uvodna i supstancijalna određenja pojma baštine, u nekim se kritičkim primjerima ovo određenje izostavlja. Takav je slučaj sa radom Lise Berglie u knjizi *Monumental Ambivalence: the politics of heritage*. Identificirajući problematičnu decentralizaciju upravljanja baštinom kroz zahtjevanje profitnosti, efikasnosti i protočnosti resursa koji gura upravljanje baštinom u poduzetništvo i privatni sektor (Berglia 2006:16) svjedočimo značajnom pomaku. Naime, kritičkim se pristupom nadomješta stajalište autorice koje podrazumijeva pod fenomenom baštine kulturalnu (i tobože bjelodanu) pozitivnost. Upravo taj slučaj možemo identificirati prvim 'spektaklom' u kritičkoj ontologiji baštine. Kao monopol na privid, spektakl „se predstavlja kao golema, neraspravljiva i nedostupna pozitivnost. On kaže samo da 'ono što se vidi dobro je, a ono što je dobro, vidi se'.“ (Debord 1999:39) Odnosno, kritičar pristupa baštini kao 'golemoj pozitivnosti' nad kojom se izvršava neki preokret u tobože neželjenom smjeru bez pokušaja razmišljanja je li takav preokret u bitnom inherentan određenom razumijevanju baštine.

Pojam baštine možemo pokušati odrediti i povijesno sa najizvjesnijim ishodom nekog bitnog određenja, jer historijat pojma možemo uvijek iznova reprezentirati ili referencirati na određenja pojedinog autora, a što bi za potrebe ovog rada bilo neobično opterećenje s obzirom da je potrebno voditi se teorijskom rigoroznošću i metodičkim određenjima. U tom pogledu, onkraj dvaju ranijih primjera i povijesti primjene i uporabe pojma baštine, pristupit ćemo fenomenološki određenju. S obzirom pak da u ontološkom određenju tražimo bitnu

razliku, jasno je kako tražeći određenje baštine želimo uspostaviti bitno razlikovanje spram pojma muzeja, fenomena muzealnosti, pojma kulture, tradicije i tako dalje. Lagodnost određenja baštine kao procesa, baštine koja „ne postoji – ona se stvara“ (Nikočević 2012) u preglednim raspravama o mnoštvu dostupnih određenja epistemički nije valjano jer - jasno je - da baština postoji ukoliko se stvara. Kada baština ne bi postojala ne bi se moglo stvarati nešto poput baštine, onda ne bi mogla biti predmetom nekog procesa. Ipak, u fenomenu baštine možemo stvoriti stanovite razlike, kao što možemo iskoristiti eksplanatorni potencijal pojma 'proces' govoreći o onome što doista označavamo baštinom. Sagledavajući širok spektar baštinskih fenomena, radi se ovdje ponajprije o autentičnim i neprenosivim materijalizacijama, svjedočanstvima i fenomenima kulture neke zajednice, društva ili civilizacije. U tom pogledu baština jest uvijek ono što je in-situ, bez obzira radi li se o zagradi, spomeniku, malom predmetu, grupi ljudi sa određenim običajima ili drugom nematerijalnom obliku, odnosno fenomenu kulture, te napose prirodnom fenomenu. Baština je ono što se na taj način prenosi, kao takvo, in-situ stvarno i u konceptu, povijest koja se baštini jest na poseban način locirana. Na taj način baština je dijelom kulture, te je uvijek s njome povezana stoga što je kultura primarni horizont smisla čovjeka. To nam je, dapače, jasno i iz povijesnih okolnosti '*baštinskog booma*' sedamdesetih godina kada (1972.) UNESCO donosi *Konvenciju o svjetskoj baštini* koja će konsekventno stvoriti praksu *Popisa svjetske baštine* te se (1975.) održava *Godina europske arhitektonske baštine* i donose, odnosno objavljuju nove deklaracije i bitna djela (*Amsterdamska povelja*, *Europska povelja o arhitektonskoj baštini*, knjiga Yone Friedmana *Votre ville est a vous*,...) koja se mogu smatrati simptomom velike duhovne krize kulturalnog identiteta Europe po završetku jednog od najturbulentnijih razdoblja njene povijesti (od dva svjetska rata do studentskih i radničkih prosvjeda krajem šezdesetih godina). U baštini se vidi ponajprije mogućnost 'rehabilitacije kulture' kao sredstvu duhovne i funkcionalne obnove (izgradnje povijesti kao i urbanističke izgradnje) pa zato govorimo da baština kao fenomen, pojam i sredstvo izranja samo tamo gdje se kultura prepoznaje kao primarni horizont smisla svakog suvremenog nastojanja ka očuvanju smisla, humaniteta i 'ljudskog' odnosa prema svakodnevnom duhovnom i materijalnom zbivanju. Reakcionarni poduhvati protiv ustaljenih oblika muzejske elitističke prakse predstavljaju ovdje još ne osvješteno ustajanje protiv ispražnjenih mogućnosti prijeratnog elitnog humanizma i akademizma, a koji je i kroz prosvjede, te napose nove muzejske prakse izguran s horizonta u ekonomizam nauštrb stvaranja posve novog platoa općeg humaniteta.

U svijetu globalne ekonomije ova činjenica više nije očigledna, a potrošačka/proizvođačka priroda čovjeka postaje ponovno (kao u tumačenju političke ekonomije) primarnom ontologijom čovjeka. On više nije određen radom neposredno, već je određen potrošnjom (odnosno, *radom radi potrošnje*). Ako sve postoji da bi se trošilo i proizvodilo, baština mora biti dostatno (ne)određena kako bi se mogla ekonomski iskoristiti. Ova je teza predmet kasnije rasprave u poglavlju o studiju baštine. No, u pogledu spomenute globalizacije, može se reći kako se kod baštine radi o kulturalnom komodificiranju tradicije u okolnostima globalne kulturne i ekonomske razmjene. Zašto je tome tako? Neki autori, naime, ističu bitnu ulogu tradicije u formiranju odnosa prema fenomenu baštine (Alsayyad 2001) pri čemu je tradicija određena kao transmisija običaja, dok je baština i etimološki vezana uz neposredno nasljeđivanje prema nekom pravu (Alsayyad 2001:2). Nije pogrešno zaključiti kako pravo neposrednog nasljeđivanja proizlazi iz kulture i tradicije kao običajnosti, te da utemeljenje mogućnosti baštine leži u moći države koja „u običaju ima svoju neposrednu egzistenciju, a u samosvijesti pojedinca, u njegovu znanju i djelatnosti svoju posrednu egzistenciju“ (Hegel 1964: 204). Baština je, stoga, prenošenje i prevođenje tradicije kao običajnosti u oblike koji imaju vrijednost u suvremenosti na način da se pri tom uvijek očuva razilka, supstancijalnost i nepovredivost identiteta koji proizlazi iz neke tradicije i običaja, odnosno da se istovremeno očuva od učinaka globalizacije kojoj podilazi. Baština je, naime, umjesto često isticanog (društvenog) 'processa', uvijek proizvod i simptom određenog (i napose nadređenog društveno-ekonomskog) procesa.

Razlika baštine i tradicije stoga je razlika prava i sistema. Razlika pak, baštine i muzeja, odnosno muzealnosti mora se promotriti dvojako. Slijedeća je aktualna ICOM-ova definicija muzeja iz 2007. godine objavljena na službenim web stranicama: „Muzej je neprofitna, stalna institucija u službi društva i razvoja, otvorena javnosti, a koja prikuplja, štiti, istražuje, komunicira i izlaže materijalnu i nematerijalnu baštinu čovječanstva i njegova okoliša u svrhu obrazovanja, učenja i uživanja.“ (ICOM 2018) Ponajprije, muzej smatramo institucijom i u tom pogledu on jest medij baštine u ranije opisanom obliku razlike (i ponavljanja) spram tradicije u kontekstu globalne razmjene znanja. Muzealnost je „osobina predmeta da u jednoj realnosti bude dokumentom neke druge realnosti (...)“ (Maroević 1996:56). Ova ponovljena medijska narav fenomena između muzeja i muzealnosti govori nam o tome kako se u slučaju muzeja i muzealnosti predmeta bavimo virtualnim mogućnostima predmeta i njihovoj reprezentacijskoj ulozi. Pojmom 'osobine' nisu ovdje označene samo neopipljive datosti nekog predmeta već i njegove materijalne uvjetovanosti, poput veličine, materijala, oblika i sl.

3.1. Suvremeni kontekst

Izvedena ontološka razlikovanja pojma baštine omogućuje upravljanje pogleda na suvremene fenomene onkraj problematiziranja pristupa baštini utoliko što samo problematiziranje iste treba uzeti kao bitan simptom suvremenog doba i konteksta bitne djelatnosti baštine kao i studija baštine uopće, poput razumijevanja baštine procesom te uzimanje tog apstraktnog označitelja za uspostavljanje diskursa autoriteta ili kritike drugih autora (Harvey 2001). Zašto je ovo bitno kod određivanja mogućnosti kritike u suvremenoj raspravi o baštini? Ponajprije stoga što – primjerice – spomenuti autor u svom članku *Heritage pasts and heritage presents* spremno govori o manjkavosti post-modernističkih diskursa koji baštinu označavaju pojmovima ekonomske komodifikacije (Harvey 2001:5 i dalje) ili jednodimenzionalnosti pristupa istih, a da pritom privilegira vlastitu poziciju kao multimodalnu, pluriperspektivnu, interdisciplinarnu ili u najmanju ruku liberalnu. Ono što valja istaknuti jest da je doba ekonomske komodifikacije završeno te da posljednjih desetljeća živimo u dobu kulturalne komodifikacije u kojoj baštinski fenomeni, kultura i tradicija postaju bitnim monetarnim resursom. To ne znači da moramo govoriti o kulturalnoj ekonomiji i sličnim neologizmima, već da govoreći o ekonomiji i komodifikaciji danas pronalazimo kulturu već uvijek uključenu u njihove procese.

Suvremeni kontekst, naime, o kojem govorimo, i koji valja imati na umu nauštrb malih promjena i zaokreta koji se događaju u periodičnim vremenskim razmacima, želimo odrediti kao stavom ukupne modernosti u kojoj se uopće pojavljuju fenomeni poput muzeja i baštine. Dakle, Harvey ispravno tvrdi kako nije činjenica da je nekadašnji odnos prema prošlosti bio autentičniji nego li današnji medijaliziran putem proizvodnje baštine (Harvey 2001:7), ali netočno je tvrditi kako je nekada postojao odnos prema prošlosti kakav bismo uopće mogli usporediti sa današnjim stanjem i poimanjem prošlosti uopće. Preuzetno je utvrditi da je nekada postojala 'povijest' iako nam se to čini kao bjelodana činjenica. Još nas više u krivom smjeru gura povezivanje povijesti i čitavog spleta pojmova i fenomena koje uz nju vežemo kao istovjetnim određenjima 'povijesti' u nekom drugom vremenu.

To znači da ne možemo sa sigurnošću tvrditi kako se pogled na baštinu mijenja s vremenom pripadnim stavovima i vjerovanjima, jer u bitnom smislu ne postoji neutralno stajalište s kojeg možemo promatrati povijest kao povijest mijena pojma baštine već, čineći to, mi uvijek u samu povijest ubacujemo, odnosno u povijesti fenomene interpretiramo kao baštinske fenomene pa iz njih potom izvodimo ideju o svijesti o baštini i njenom pojmu. Reći da je baština kulturalni proces (Harvey 2001:15) značilo bi stvaranje 'paralelne povijesti' ili 'alternativne činjenice'

naspram daleko snažnijeg i apstraktnijeg pojma tradicije ili običajnosti koji se može logički obraniti i – još važnije – povijesno pratiti modalitete odnosa prema tradiciji. Upravo stoga što se tradicija 'neposredno prakticira', odnosno za nju nije potrebno odvojiti vrijeme, kupiti je ili konzumirati jer čini dio upisane kulture – kao predmet afirmacije ili osporavanja – baština se bitno razlikuje svojim zaposjedanjem prostora i vremena, konkretnošću i 'potrošačkim' karakterom koji i određuje potrebu njenog očuvanja. Kada, primjerice, William Morris formira svoj odnos prema baštini potrebno je imati na umu da se – kao i u svakog drugog komentatora – radi o specifičnom vremenski-prostorno, ali i kulturno-politički i ekonomski određenom činu. Morris je, kao što su i drugi, pa i Harvey, svjestan – prešutno ili tek implicitno – da je baština nešto na što se *'ide'*. Ona u sebi sadrži natruhe predstave, hodočašća, izleta, kretanja i posebice konkretiziranja vremena za potrebe potrošnje nekog sadržaja, kao afirmacije tradicije, kulture, ili pak doživljaja. Očuvanje baštine u 'povijesnom' pogledu shvaćeno procesualno, temporalno ili kulturalno, uvijek ipak računa sa očuvanjem spomenika, razmatranjem principa odnosa prema materijalnim očitovanjima kulture ili – kasnije – nematerijalnim očitovanjima tradicije, te uvijek s mišlju geografski određenog fenomena koji se doživljava tako da se za njega u svakom vidu odvajaju, fenomenološki – prostor i vrijeme – te ekonomski – novac i drugi kapital.

3.1.1. Kultura kao politika i ideologija

Baštinu možemo stoga promotriti i kroz prizmu suvremene rasprave o kulturi i ideologiji, odnosno 'repolitizaciji kulture' u dvadesetom stoljeću, posebice njegovoj drugoj polovini (Paić 2005:6), odnosno u doba globalizacije. Kao i sa drugim pojmovima, globalizacija je višeznačan fenomen čija je pozitivnost ili negativnost relativna o uvjetima u kojima nam se pojavljuje. Napose, „negativnost je globalizacije u tome što prisiljava autentične svjetske kulture u njihovoj raznolikosti na logiku tržišnog natjecanja“ (Paić 2005:9). Pod kulturnom politikom pak razumijemo nešto još važnije. Naime, radi se o operacionalizaciji tradicije u ranije navedenom smislu u kojoj baština pripada globalnom svjetskom poretku. Kao takva, ona je preduvjet svakog hibridiziranja, odnosno kulturalnih prožimanja i susreta upravo stoga što politika kao usmjeravanje i realiziranje opće volje cilja očuvanju identiteta kroz njegovu uporabu koja je uvijek dvojaka, odnosno, ona je učinkovita samo ukoliko uvijek reafirmira isti identitet. „Kultura podaruje smisao identiteta pojedincu i skupinama u okviru novog globalnog poretka tako što mijenja njihove receptivne mogućnosti. Ali istodobno dolazi i do promjene sadržaja i funkcije same kulture. Namjesto podsustava društvene integracije, ona je *'flow'*, tijek i gibanje kulturnog kapitala kroz prostor-vrijeme hibridnosti i transnacionalnosti.“(Paić 2004:61), a treba dodati u pogledu 'baštine kao procesa' ekonomske *trans-povijesnosti*.

Kada Georg Simmel pokušava dati opis pojma kulture, on govori slijedeće: „Ne postoji nikakva kulturna vrijednost koja bi bila samo kulturna vrijednost; naprotiv, da bi stekla to značenje, svaka mora biti i vrijednost u nekom predmetnom nizu.“ (Simmel 2001:32) Značenje je ovog određenja to da je kultura vrsta uronjenosti, odnosno ono što s pravom nazivamo drugom čovjekovom prirodom ili pak tehnikom očuvanja „ljudskosti“, a koju možemo smatrati pokretom, ali ne i procesom. Naime, kultura se ne stječe u procesu već se ona događa kao stvaralačko kretanje čovjekova duha, odnosno 'duha čovječnosti', samooblikovanja duha (Jencks 2002:182). Što onda znači reći za kulturu da je postala politizirana ili da se u globaliziranom svijetu kultura događa kao ideologija? Instrukivan nam u tom pogledu može biti jedan od najvažnijih filozofskih eseja dvadesetog stoljeća, „*Doba slike svijeta*“ kao djela predavanja koja je održao Martin Heidegger 1938. godine pod naslovom „*Utemeljenje novovjekovne slike svijeta metafizikom*“. U uvodu eseja identificiraju se 'bitne pojave novog vijeka' koji je – uzgred rečeno – filozofijski određen kartezijanskim subjektom i pojavom newtonovske fizike. Među njih spada i 'kulturna politika': „Kultura je [tada] ozbiljenje vrhovnih vrijednosti njegovanjem najviših dobara čovjeka. U biti kulture leži to, da kao takvo njegovanje sa svoje strane sebe uzima u njegu te tako postaje kulturnom politikom.“ (Heidegger 1969:7). Kultura tako postaje bitno vezana ne više uz stvaralačku narav kretanja onog 'ljudskog' nego njegovim učinkom u 'dobrima' koje ispostavlja. Povežemo li ovaj izvod sa definicijom pozitivnosti spektakla Guya Deborda („...ono što se vidi dobro je, ono što je dobro, vidi se...“, ovaj tekst:poglavlje 2) možemo zaključiti da je kultura kao politika upravo objektivirano stanje kulture, odnosno da je umjesto (progresivnog) kretanja i napredovanja duha, kulturom postala (ciklička, zatvorena, entropijska) vrijednost koja se monetizira u progresivnom kretanju kapitala. Što je još važnije za primijetiti jest to da u oba djela, onom Heideggera kao i Deborda mi govorimo o sužanjstvu kulture i politike s pojmovnim aparatom predstavljanja, vidljivosti i slike kojima se određuje suvremena svakodnevnica kao i kompleksni odnosi unutar filozofskih sustava i diskursa znanosti. Pa ipak, govoreći o kulturnoj politici govori se implicitno o posebice vizualnoj kulturi, kulturi vidljivosti, vizualizaciji i virtualizaciji kulture napose i to ne u smislu znanstvene discipline vizualnih studija već prepoznavanju posebnog mjesta koje dobiva reprezentacija, vidljivost i okulocentričnost u zapadnoj kulturi novog vijeka (Usp. Purgar i Paić 2009). Politizacija kulture događa se, dakle, u okolnostima kada vizualni diskurs u potpunosti preuzme svakodnevnu tvorbu značenja, odnosno kada je „promatranje [postalo] korijenska metafora svih društvenih i kulturoloških istraživanja“ (Jencks 2002:14).

Kulturna se politika stoga pojavljuje kao razdvajanje u pojmu kulture uopće. S jedne strane kultura postaje bitno vizualna kultura te, s druge, ona se otvara ekonomiziranju, odnosno mogućnosti komodifikacije u proizvod ili predmet doživljaja. To znači da se kultura može 'konzimirati', kako govore Graham, Ashworth i Tunbridge (Corsane 2005:35), i to posebice kao 'slika' kulture, kao slika poželjne kulture ili kulture kao 'premium' proizvod, jer se i konzumacija kulture događa u okružju kulture kao obitavališta čovjeka. Posve je to slična situacija s, primjerice, flaširanom izvorskom vodom i pokušajima privatizacije resursa prirodne izvorske vode ili, pak, 'premium' kvaliteti izvorske vode iz Norveške naspram izvorske vode iz drugih krajeva. Mogućnosti komodifikacije i formiranja razlike u proizvodu leže u moći slike kao znaka ponavljanja i prepoznavanja u globaliziranom stanju (vizualne, politizirane) kulture. Kada pionir američkog pop-arta kaže „Mislim da slika više nalikuje stvarnome svijetu kad se od tog stvarnog svijeta i sastoji“ (cit.prema Wheeler 1991:131), može se kazati kako se suvremena (vizualna) kultura sastoji od sebe same, od slika i znakova kulture kao stalnog produktivnog dijaloga o samoj sebi. Dakle, kulturna je politika u biti pitanje reprezentacije koja nam je ('politički') jasna iz prijašnje rečenice. No, taj unutarnji dijalog kulture koji omogućuje da se ona samoproizvodi kao dobro i ujedno kao jedino moguće područje njegove distribucije – a koje je dakle i samodistribucija – nije moguć bez jednako važnih pomaka u suvremenom razumijevanju globalne politike, ekonomije i napose isuviše opterećenog pojma ideologije.

Žarko Paić u svojoj knjizi *Politika identiteta* koristi slijedeći izvod za objašnjenje uloge kulture u globalnom svijetu: „neoimperijalizam u doba globalizacije je preokrenuti nacionalizam. To je projekt globalne kulture koji počiva na kulturi globalizacije kao ideologiji svjetskog tržišta, ljudskih prava, poštivanja Drugoga i kulturnih razlika. (...) ...borba u ime kulturnog identiteta danas se prepoznaje samo kao zahtjev za 'ljudskim licem globalizacije'...“ (Paić 2005:87). Neoimperijalizam objašnjavamo preokrenutim nacionalizmom stoga što globalnost u suvremenom kontekstu znači obranu suvereniteta ideje globalne slobode, nesputanosti i nepostojanja granica razvoju kao onoga što čini (jedinственu imperijalnu) osnovu prevlasti jednog naroda nad Drugim. Stoga se o kulturi kao ideologiji govori kroz ideju globalne kulture koja jest formiranje osnova za globalnu mobilizaciju kapitala s jedne strane, te hibridizaciju kulture u kojoj se događaju tri osobita fenomena:

- 1) kultura globalizacije kao stvaranje jedinstvenog kulturnog polja ekstremne političke korektnosti kroz upravo citirane ideologije tržišta, ljudskih prava i kulturnih razlika
- 2) fetišiziranje manjinskog diskursa kod novih generacija kao osnove stabilnog potrošačkog identiteta

3) primitiviziranje, demoniziranje ili kakav imperijalistički odnos prema autentičnim i posebice nezapadnim kulturama i to napose kao pitanje stupnja, a ne postojanja ili prikrivenosti diskursa.

Utoliko pak, ne samo da se radi o zahtjevu za 'ljudskim licem globalizacije' već se gdjekad kroz ideološko generaliziranje ili relativiziranje ide onkraj ljudskog prema isuviše ljudskom licu globalizacije. Kultura kao ideologija uvijek gleda unazad i u ime kulture suspreže sve ono što se ne poklapa sa trenutno dominantnim poretom odnosa, od seksualnosti do prehrane, životnih stilova i umijeća uopće kao vrste odricanja odgovornosti za sve što ne pripada trenutnom globalizacijskom pokretu i poretku (Paić 2005:95). Kao primjer vrijedi prisjetiti se – i usporediti odnos - samo američkog kolonijalizma i današnje post-kolonijalne kritike, masovno istrebljenje židova u Europi i današnju kulturu hiper-komemorativnosti, i tako dalje. Ono nije čak niti 'spektakulariziranje' ili teatraliziranje povijesti, neutraliziranje ili po-zabavljenje već stvaranje jedinstvenog okružja učinkovitog razrješenja svih 'priča', a za dobro kolektivne ugone 'sada i ovdje' koji se kao održivi razvoj kvalitete života privilegira ponad materijalne sigurnosti života uopće (Paić 2005:108). Slučaj globalne prijetnje terorizma u ovom je pogledu indikativan primjer.

S jedne strane, dakle, kultura se kao vizualna kultura pojavljuje politikom razmjene (slika) te u takvoj kulturnoj razmjeni kao područje razmjene kulturnih dobara isključivo ideoloških oblika jer se upravo oni razumiju kao njen jedini učinak. Marina Gržinić u svojoj knjizi, odnosno doktorskoj disertaciji objavljenj pod naslovom *U redu za virtualni kruh* analizira fenomene novih tehnologija kroz prizmu novih društvenih fenomena sumirajući pristupe vizualiziranoj kulturi od Foucaulta do Deborda te kaže stoga slijedeće: „ne iznenađuje što je kultura slike zaživjela upravo u društvu u kojem je vrijednost razmjene toliko uopćena, generalizirana da je sjećanje na upotrebnu vrijednost izbrisano, a slika je postala konačni oblik robne reifikacije“ (Gržinić 1998: 46). Time su sumirani kritički pristupi koji objašnjavaju suvremeno doba i njegovu kulturu kao doba kulturne politike i kulture kao ideologije, a kroz studije vizualnosti, vizualne kulture i društva spektakla. Već su, dapače, ovdje anticipirani bitni elementi treće, najstarije te u bitnom smislu najneutraliziranije kritičke pozicije – one kulturnih industrija frankfurtske škole i posebice filozofa Theodora Adorna. U studiji suvremenih formi života, *Gramatika mnoštva*, talijanski filozof kulture Paolo Virno kaže o kulturnoj industriji slijedeće, a ono se pokazuje bitno za njeno određivanje u skladu s ranijim izvodom o kulturnim politikama, ideologijama i vizualnim fenomenima: „U stvari, aktivnost bez djela, odnosno komunikacijska aktivnost koja u sebi samoj sadrži vlastito ispunjenje, jest nužan, središnji i određujući element u kulturnoj industriji.“(Virno 2004:53).

3.1.2. Kultura kao industrija i kapital

U samome uvodu u poglavlje Kulturne industrije knjige Theodora Adorna i Maxa Horkheimera *Dijalektika prosvjetiteljstva*, susrećemo se sa slijedećom kritičkom opaskom pošto su novi mediji kao i mediji pokrenutih slika napose identificirani temeljnim oblicima kulture u stanju industrije: „Film i radio više se ne moraju predstavljati kao umjetnost. Istina da nisu ništa više od biznisa koristi se kao ideologija legitimiranja smeća koje namjerno proizvode. Zovu se industrijama“ (Adorno, Horkheimer 2002:95), i to ne samo stoga što u potpunosti preoblikuju proizvodni karakter kulture već i stoga što je temeljni proizvod kulturne industrije upravo njena publika (Adorno, Horkheimer 2002:96). To je industrija produktivnih razlika, u kojoj je svaka distinkcija potrošački motivirana i nerijetko svaki izbor – danas najevidentnije u razvoju internetskog marketinga – čini korak bliže potpunom mapiranju (kulture kao) potrošačkog sektora napose. Ali, u stupnju u kojem kultura kroz svoju industrijalizaciju postaje *simulakrom* kulture gubi se svaka mogućnost da ona bude nešto osim samog aparata održanja simulacija produktivnima. Simulakromom razumijemo stvarnost prevladanu akumulacijom simulacija, odnosno simulaciju koja u prirodnoj veličini i stvarnom vremenu prekriva neko ili sva područja (Baudrillard 1991).

Složena narav kritičke teorije društva u pogledu pojma kulturne industrije pokazala se povijesno neadekvatnom, odnosno, danas posvuda nailazimo na ozbiljno i nesputano samooznačavanje kulturnih radnika, kulturnih industrija i posebno zanimanje za studiranje managmenta u kulturi upravo u onom smislu u kojemu se metafora kulturne industrije povijesno pokazala učinkovitim modelom daleko više nego li kritičkom metodom. Dapače, kulturom se može upravljati samo onda kada se više ne razumije 'prirodnom' datosti čovjekova duha, kao 'druge prirode', odnosno kao nositelja 'ljudskosti'. Da bismo imali kulturnu industriju kultura se ponajprije mora transformirati u proizvod, u neko 'dobro' te napose ona mora postati vidljivom [sic], dakle, mora postati nekom vrstom znaka, razlike čiji se učinci mogu opetovano ponavljati i standardizirati. Ipak, ovdje se ne radi samo o transformaciji kulture industrijom, već i transformaciji industrije kulturom (Virno 2004:54-55) u kojoj više nema 'neovisnih djela' već se učinci i ciljevi umrežavaju u jedinstven proizvodni proces koji uključuje i potrošnju; sve se proizvodi i konzumira kao kultura. U slučaju primjene kritičkog studiranja pojma i fenomena kulture na baštinu indikativna je studija *The heritage industry* Roberta Hewisona koja se već samim naslovom poziva na kritičku teoriju društva frankfurtske škole. Dapače, razumijevanje industrije baštine kroz kulturnu industriju može imati i bitnu povratnu važnost. Hewison, naime, pojam industrije baštine utemeljuje u mecenaštvu i pokroviteljstvu suvremenog muzeja kao i njegovoj paradigmi – muzeju suvremene umjetnosti te u povijesno utemeljenom

koincidiranju globalizacije, pojave novih formi medija i progresivnog širenja muzejskih institucija (Hewison 1987:84 i dalje). Moramo moći ponajprije razumijeti kako se pojam industrije veže za ranije ocrtanu ontologiju baštine, ali i kako su dva pojma najuže vezana za transformacije kulture u moderno doba.

Kritička teorija društva, teorija spektakla, vizualna kultura i vizualni studiji pronalaze svoje zajedničko polje u sferi moderne tehnologije te nije pogrešno zaključiti kako su transformacije kulture bitno vezane uz razvoj tehnologije. Kultura naime, pokazali smo, kao čovjekova 'druga priroda' sa nadolaskom doba koje Žarko Paić jednoznačno određuje pojmom 'tehnosfere' (Paić 2015:5) postaje 'parkom' ili 'vrtom', samoproduktivnom industrijom unutar 'treće prirode' koja više nije čovjekova i ljudska, već tehnološka i tehnička; tehnologija, takoreći, 'kultivira' kulturu. Dakako, time se ne želi reći kako je čovječanstvo izgubljeno ili da se ljudi nalaze u distopijskom povijesnom bezdanu tehnologije. Time se želi istaknuti uspon autonomnih strojeva, mreža i protokola koji određuju današnju vrijednost rada, pažnje, doživljaja i samih društvenih proizvoda. Naime, 'proizvodnja doživljaja' danas je jednom od najvećih i najvažnijih svjetskih 'industrija'. Načinom na koji se razvija tehnologija njihove proizvodnje, podiže se i svijest o tome da je potencijal da nešto bude doživljajem napose određena kao vrsta kapitala. Ovu diskrepanciju anticipira već i Georg Simmel u svom eseju o *Budućnosti naše kulture* gdje kulturu stvari i kulturu ljudi, odnosno materijalnu i objektivnu kulturu suprotstavlja duhovnoj i subjektivnoj kulturi. U prvoj tehnologija omogućuje progresivan razvoj, a u potonjoj je isti taj razvoj spor i zavisn o razumijevanju svijeta života koji uključuje i razumijevanje mogućnosti nečega poput materijalne kulture ili kulture stvari (Simmel 2001:109-111). Subjektivna kultura, odnosno duhovna, određuje vrijednost objektivne kulture, čime se želi reći da čovjek određuje kulturalnu vrijednost stvari. Nešto radikalnije o problemu kulture, a sa stajališta humanizma, telekomunikacija i po-zabavljenja življenog svijeta piše i Peter Sloterdijk u svom eseju *Pravila za ljudski vrt*. Tamo, naime, otvaranje svijeta (kulture) zabavi znači 'bestijalizaciju' čovjeka, a humanizmu odgovara vrsta asketizma, odnosno (na)učenog suzdržavanja od masovnog spektakla (Sloterdijk 2000:190) ili radije – s obzirom da se radi o odgovoru na Heideggerovo *Pismo o humanizmu* – jasnom opredjeljenju za privilegiranje samoće nauštrb kolektivnog iskušavanja prolaznog zadovoljstva. To nije ujedno opredjeljenje za vrstu elitnog individualizma nego metoda koja vrednuje mišljenje kao primarno sredstvo komunikativnog djelovanja više nego li sliku. Humanizam mora, pritom, biti otvoren kritičkom preispitivanju u doba posve relativnih vrijednosti i metoda vrednovanja. Sloterdijkova je teza naime, kako pisana kultura ima - kao materijalizirano mišljenje - telekomunikacijsku osobinu

razmjene, prijateljstva kroz čitanje i razumijevanje, te da u okolnostima društvenog spektakla gdje kultura postaje slikom upravo gubimo kapacitete za ovom vrstom produktivne razmjene; knjiga postaje arhiviranom bazom podataka, a slika arhiva otegotnom okolnosti kulture u kojoj se još malo tko snalazi. Temeljne su zadaće suvremene digitalne tehnologije učinkovito sažimanje podataka i učinkovito umrežavanje informacija. Te su dvije zadaće, jasno, bitno povezane sa radom, proizvodnjom i potrošnjom u suvremenim društvima. Paradigma skladišta (arhiva, baze podataka) i tvornice (industrije) ključne su za razumijevanje suvremene kulture. Kao duhovna situacija, suvremena kultura svakako je postala objektivirana, odnosno više nije nešto što čini unutarnji ustroj čovjeka već nešto što ovaj drži pred sobom (Heidegger 1969). Problem jest, dakako, što u doba tehnosfere kulturu možemo razumijeti i kao jednu od inkarnacija spektakla kao sustava udaljavanja (Debord 1999:35) što je jasno iz ranije teze da kultura više nije 'naša' (unutarnja) već nešto što se stalno iznova mora prisvajati ('konzimirati'). Imati kulture znači potom imati ponajprije kulturni kapital, a on, kao fenomen pripada općoj inflaciji 'kapitala' u kojem Andre Gorz identificira nastajanje nove forme kapitalizma 'pametnog društva' koje se postiže egzotizacijom znanja i stvaranjem oskudice inteligencije u 'kognitivnom kapitalizmu' (Gorz 2015). Inteligencija je određena za Gorza skupom nesvodivih sposobnosti od učenja do maštanja, a smisao joj je određen težnjom prema nekom cilju koji određuje njenu uporabu kroz realizacije projekata, željom za učenjem ili potrebom za znanjem (Gorz 2015:77). Dakako, komodificiranjem kulture, stvaranjem kulturnih proizvoda, odnosno industrije kulture stvari mijenja se naš subjektivan kao i objektivni odnos prema znanju, potreba, a dostupnost i vrijednost znanja u bitnom smislu mijenjaju i oblikuju društvene uloge i samorazumijevanje pojedinca u suvremenom društvu. Najvažnije je ipak ovdje istaknuti transformaciju vrijednosti znanja koja ima svoje posljedice u konkretnim kulturnim proizvodima poput baštine i muzeja – kao proizvodima kulture u smislu posebnih medijskih produžetaka spektakla - kao i široj sferi odgoja i obrazovanja. Naime, s novim vijekom znanje se vrednuje kroz mogućnost pristupa neposrednim podacima, autentičnim izvorima i utjecaju kanonskih mjesta i važnih doživljaja za formiranje spoznaje pojedinca, od poznate 'talijanske ture', obrazovanja na prestižnim fakultetima i akademijama razvijenog svijeta do presudne uloge originala i izvornika u humanističkim znanostima i tako dalje. Organizacija i sistematizacija mogućnosti pristupa izvornim djelima i podacima, ekonomiziranje pristupa i proizvodnja značajnih mjesta, mogućnost znanja i njegovu vrijednost neposredno vežu za ekonomsku vrijednost kao i društvenu ulogu te geopolitičku situaciju u kojoj se pojedinac nalazi. Sistematiziranje i vrednovanje povijesti kroz baštinu, muzej, kulturu i dalje, ima svoje

posljedice u privatiziranju i ekonomiziranju znanstvenog diskursa i organiziranju inteligencije koja se potom odražava u svakodnevnim kulturnim navikama ljudi.

Ono što smo htjeli ovdje pokazati jest da je baština rezultat kulturne proizvodnje u povijesno bitnom smislu događaja. Dakle, ne samo da baština ne postoji u prijašnjim razdobljima, nego ne postoji niti kulturna proizvodnja u smislu u kojem danas objašnjavamo kulturne industrije, politiku kulture i njenu ideologiju. Sa strane kritičkog studija kulture, dapače, u suvremeno doba spektakl preuzima ulogu kulture kako bi je mogao prodati onima koji u okolnostima spektakla svoj cinični asketizam razumiju kao potragu za kulturom. Ponajprije smo odredili kulturu kao posebice vizualnu kulturu u kojoj slika nosi primat te se pojavljuje kao proizvod (kulturna industrija), znak (kultura kao ideologija) i komunikacija (kulturna politika). U slijedećim poglavljima potrebno je sagledati ozbiljne implikacije promatranja kulturalnih fenomena kao 'slika', a što zahtjeva raspravu o pojmu i fenomenu slike kao i daljnje kontekstualiziranje pojma baštine.

3.1.3. Cilj, razvoj i turizam

Guy Debord u tom pogledu kaže slijedeće: „Društvo koje počiva na modernoj industriji nije tek slučajno ili površno spektakularno: ono je u biti spektaklističko. U spektaklu, slici vladajuće ekonomije, cilj nije ništa, a razvoj je sve. Spektakl ne želi postići ništa osim sebe sama.“ (Debord 1999:39). Parafrazirajući naslov glasovitog eseja utemeljitelja vizualnih studija W.J.T. Mitchella *What do images want?* dovedeni smo pred pitanje jednake važnosti, što želi kultura, odnosno 'što želi baština?'. Naime, osim samoga pitanja upravo je implikacija koja je uvedena između redaka ona koja određuje svaku mogućnost odgovora i presudnosti pitanja za suvremeno doba. To je, dakako, već ranije spomenuti pojam autonomizacije. Što, pak, Debord govori u svom Društvu spektakla i citiranom paragrafu uvodnih definicija pojma spektakla jest da se sa modernom industrijom - misleći pritom na tada evidentan razvoj neoliberalnog kapitalizma – perspektive ciljeva i razvoja preklapaju u jedinstven režim razvoja kao potencijalno beskrajnog cilja. Dapače govoreći o 'slici vladajuće ekonomije' ponovno se nalazimo na području trojakog razlikovanja slike kao proizvoda, znaka i komunikacije, odnosno kao industrije, ideologije i politike. Jasno nam je, dakle, kako spektakl kao društveni odnos posredstvom slika (Debord 1999:36) upravo jest sistem, ili mreža svih spomenutih odnosa kojemu je zadaća ponajprije izravnati sve postojeće (ontološke) razlike između, primjerice, kulture i potrošnje, masovnih medija i neposredne komunikacije kao vrijednosti i sl. Na taj način dobiva se mogućnost nesmetanog razvoja slike kao utemeljenja potrošačkog društva koje je reprezentirano u autonomiziranoj i automatiziranoj razmjeni slika.

Bez obzira radi li se o razlici specifičnog i općeg ili kratkoročnog i dugoročnog cilja jasno nam je kako nije moguće ciljem imati proces osim kao ideologiju uspostave procesa koji bi ukinuo potrebu imanja cilja uopće. Dapače, čini se da globalni imperativ razvoja posebno privilegira apstraktne ciljeve sa upravo tom namjerom. Nerijetko smo suočeni sa ciljevima 'poboljšanja kvalitete života', 'sreće', 'zadovoljstva', itd.: „Užitak u kvaliteti života čini globalni kapitalizam i njegove društveno-kulturne likove (postindustrijsko društvo i postmodernu kulturu stilova života) vrhunskom vrijednošću zapada“ (Paić 2005:108). Time je i tehnološki usud Zapada upravo gubitak ciljeva nauštrb tobože beskonačnog 'održivog' razvoja koji nije dapače mnogo više od transformiranja svijeta u sliku, odnosno sa time neposredno virtualiziranje života uopće. Za filozofsku tradiciju druge polovine dvadesetog stoljeća, od Martina Heideggera do Guya Deborda, a potom i novih znanstvenih disciplina kao što su vizualni studiji pojam slike ne znači samo fizičku datost već i sistem odnosa koji proizlazi iz razumijevanja slike kao metafore za, primjerice, svijet sam. Odatle dolazi poznati 'aforizam' Heideggera, da „biti slike pripada sustav“ (Heidegger 1969). Veza s već spomenutim Debordovim izvodom je jasna, ako je spektakl društveni odnos posredovan slikama, onda slika kao paradigma sustava utemeljuje suvremeno društvo u svim njegovim aspektima, odnosno takvo bi trebalo biti polazište svake kritike suvremenog 'stanja stvari'. To znači da i estetika – kao znanost o formama osjetilnosti – u moderno doba dobiva svoje bitno mjesto u razumijevanju sustava proizvodnje značenja i smisla kroz slike, a što se kao posebno važno pojavljuje pri razmatranju takozvane ekonomije doživljaja i pažnje čije koncepte razvija više autora, filozofa i znanstvenika u polju društvenih znanosti.

Posebno pitanje koje proizlazi iz kritičkog sagledavanja komodifikacije kulture, tehnološkog razvoja i društvenog spektakla jest pitanje uloge turizma u formiranju odnosa prema povijesti i fenomenima autentične kulture u suvremeno doba. Da je razvoj ovog kulturalnog i ekonomskog fenomena uspoređan s razvojem društvenog spektakla već je u naznakama prikazano i stoga jasno u kontekstu ovog poglavlja. Novi vijek sa kulturom visoke renesanse udara temelje razvoju 'simulakruma i simulacija' (Baudrillard 2015) modernog doba. Razvitkom tehnologije kreće se u istraživanje novih teritorija koji se mapiraju i stvaraju jedinstvene povijesne horizonte čovjekova iskustva svijeta. Povratno, oni određuju vrijednost ljudskog iskustva utemeljenu u virtualnim predodžbama stvarnih geografskih udaljenosti čija kvantifikacija tako postaje kvalitetom po sebi u ranije spomenutom modelu kognitivnog kapitalizma i kulture egzotizacije znanja. Biti turistom danas znači biti u potrazi za doživljajem i to sa posebnim naglaskom na doživljaje koji uključuju fizičko udaljavanje, mogućnost

potrošnje, sažimanje u sliku i transformaciju osobnog iskustva u kulturni kapital. Ono je, dakle, heideggerijansko izvlačenje kulture u predmetnost kao i deborovsko uzmicanje u predstvu. Kada jedinstvenost i neponovljivost postanu predmetom ekonomske i kulturne komodifikacije, turizam se pojavljuje kao slika industrije u koju su sada uklopljeni svi kulturni fenomeni, a sama se industrija pokazuje i legitimira kao kultura. Odatle dolaze, dakle, kulturni radnici i manageri svih profila. Dapače, odatle dolazi i kritika Hakima Beya koja – iako sa pogrešnim pretpostavkama – identificira neke bitne fenomene koje treba uzeti u obzir kada razmatramo ukupan okoliš (dakle i onaj psihološki) današnje opredmećene kulture. Kolekcija studija ovog anarhističkog teoretičara kulture naslovljena je *Turisti i teroristi*, a sadržajno sama knjiga uzima naslov kao metodičku poredbu, odnosno razumije u vlastitim mogućnostima turizam kao metodički terorizam. To znači slijedeće: turizam i terorizam susreću se u metodi, kolanju straha kojim se postiže cilj. Individualni strah od propuštanja nečeg bitnog i presudnog, napose gubitka autentičnog života ako ne sudjelujemo u ekonomiji stjecanja turistički i kulturno vrijednih doživljaja u odnosu je sa tobože percipiranom kolektivnom vrijednosti globalne kulture. U terorizmu upravo je presudno sisanje straha za vlastiti život od kolektivizirane i opskurne prijetnje. U terorizmu prijetnja je prepoznata s druge strane i kao nemoć države da održava alate vlastite suverenosti (kao što je veto na nasilje i uporabu straha), a u turizmu nastupa opća nemoć kulture da održivo upravlja vlastitim okolišem (Usp. Bey 2011). Dapače, Guy Debord u *Komentarima uz Društvo spektakla* govori o suvremenoj demokraciji kao *kulturi spektakla* koja sama stvara svog nepobjedivog neprijatelja jer „ona zapravo hoće da se o njoj sudi prema njezinim neprijateljima, a ne njezinim rezultatima“ (Debord 1999:193). Upravo to je blizina trijade kultura, turizam, terorizam. Obrana kulture naime počesto je napad na tobožnju prisutnost konzervativnih i nazadnih vrijednosti. U turističkom iskustvu, kao i iskustvu suvremene ekonomije i njenih heterogenih oblika Bey identificira još jednu specifičnost: „Novac može slobodno cirkulirati samo u kraljevstvu kontinuiranog razočaranja – reprodukcija oskudice predstavlja produkciju bogatstva“ (Bey 2011:14). Dakako, razočaranje podrazumijeva razočaranje nekim ciljem ili postignućem, odnosno njegovim izostankom ili poremećenim ishodom i nije jasno odakle bi za Baya proizlazila društvena motivacija za stalnim obnavljanjem toga razočaranja. Pošto smo ovdje identificirali suvremenu kulturu i ekonomiju kao 'projekt bez cilja' ne možemo se složiti sa Beyevom kritičkom opaskom, ali svakako možemo vidjeti metodičku važnost i ulogu koju igra razočaranje, odnosno nemogućnost neposrednog zadovoljenja osobe iskustvima i doživljajima koja su mu svakodnevno ponuđena i dostupna, kao i njihovim potencijalnim adiktivnim svojstvima.

4. Baština kao predmet upravljanja i marketinga

Prikazani teorijski problemi i dvojbe i dalje nisu predmetom šire rasprave o fenomenima (samoodržanja) suvremene kulture, a posebice muzeologije i studija baštine. Lako je susresti se knjigama i zbornicima koji bez kritičkog, ali i još važnije, bez jasnog metodološkog okvira koriste termine 'upravljanja' baštinom, 'održivi razvoj', 'marketing baštine' i sl. Pritom je jasna tendencija da kulturno-orijentirane struke utjecaje primaju i metode preuzimaju iz ekonomskih i političkih znanosti te kako je taj utjecaj obostran: od kulturnih politika do managmenta u kulturi, kulture političkog djelovanja i sl. Tržišno orijentirane akademske struke nisu samo opterećene stranim jezikom razvitka konkurentnosti kojim se pokušavaju promišljati rizomatski fenomeni – koji su strukturirani poput mreže sa nebrojeno mnogo međusobno zamijenjivih ulaza i izlaza - poput autentičnosti, muzealnosti i sl. već i njihova produkcija ima bitno usmjerenje na učinkovito umrežavanje utjecaja i iskustava, ali ne i teorije koja bi takvom umrežavanju i djelovanju davala uporište. Utemeljenje se stoga uvijek mora pretpostavljati unutar diskursa, a kako je taj diskurs ekonomijski ne ostaje drugo do li promišljati društvenu ulogu kulturno orijentiranih znanosti kao tržišnog spektakla – udaljavanja u robu, odnosno, spomenutu kulturu stvari. Radi se ovdje o pružanju globalnih perspektiva, međunarodnog razvitka, i sl. te se s posebnom pažnjom izdaju knjige pregleda i opisa praksi u svijetu povezanih s jednom od ekonomskih paradigmi studija baštine, upravljanja, promocije, kreiranja i sl. Studije okupljene u dva recentna zbornika nazvana *Museums, Heritage and International Development* i *Theory (sic!) and Practice in Heritage and Sustainability* za Routledge Publishing te *Cultural Heritage Managment* za University Press of Florida u potpunosti zaobilaze teorijski diskurs te posvećuju pozornost isključivo preglednim radovima nekog geo-političkog sklopa i prikazima prakse. Iz takvih djela teško je uzimati reference koliko, pak, kreirati 'opravdanja' ili legitimirati neku praksu kroz industrijsko objavljivanje radova upitne vrijednosti i kvalitete, odnosno opće uporabnosti u širem kulturalnom i posebice intelektualnom (kreativnom, a ne kompetitivnom) kontekstu. Bitan je problem što se iz takvog skupa literature ne mogu sagledati ozbiljni teorijski pogledi koji formiraju suvremenu struku ili znanstvenu granu muzeologije. To povratno znači da za razumijevanje i 'practiciranje' baštine danas vrijedi imati znanja iz ekonomije radije nego li produbljeno razumijevanje biti pojma kulture i baštine kao povijesnog i suvremenog fenomena kao i njihove društvene (a ne tržišne) uloge. Upravo tim smjerom kretanja osnovni bi studij baštine mogao s vremenom istisnuti samu mogućnost kritičkog odnosa prema ulozi političke i tržišne ekonomije u obrazovanju stručnjaka u području kulture.

Čini se da jedine studije koje se ozbiljno bave teorijskim problemima znanosti muzeologije i studija baštine pripadaju snažnijim kritičkim strujanjima pa su u tom pogledu sa strane 'prakticirajuće većine' diskvalificirane kao nepotrebne prepreke razvoju struke, odnosno širenju baštinskog tržišta. Knjiga *Heritage studies: methods and approaches* izdane za Routledge započinje s dvije kategoričke izjave koje tobože uspostavljaju temeljni cilj i smisao zbornika: „Istraživanje baštine postalo je posebno istraživačko područje unutar humanističkih znanosti ('Arts and Humanities'). Prepoznali smo kako baština u mnoštvu svojih oblika tvori utjecajnu društvenu silu.“ (Sorensen, Carman 2009: 3) Iako u ove dvije izjave možemo pronaći mnoštvo dispariteta, od samorazumljivosti pojma baštine do smještanja njegova istraživanja u humanističke znanosti, ovaj puta želi se istaknuti često previđen i suptilan motivator kulturnog, ekonomskog i političkog djelovanja – *silu* (force). Iako tobože kritička u uvodu, ova studija već u uspostavljanju 'scene' daljnjih rasprava čini grešku u opominjanju na mnoštvo baština i potrebu kritičkog studija njihovih fenomena što čini veliku ontološku i metodičku zbrku s obzirom da se nalazimo na području uspostavljanja Studija baštine u kojoj bi se naizgled trebali promatrati baštinski fenomeni, nikako suprotno ili u bilo kojem drugom kvantitativnom odnosu. Dapače, na istom mjestu uvoda autori ističu kako je prijeko potrebno u studiranje baštine, odnosno njeno kritičko razumijevanje uvrstiti u praktične izazove, s time što nije jasno je li to uputa ili imperativ te da li se – s obzirom na inflaciju studijskih napisa – radi o stvaranju pri-sile na pretvaranja svijeta i sfere realnih situacija u izazove, teorijski ili praktički projekte razvoja bez ciljeva. Kao što je Mallarme jednom prilikom pitao ne postoji li sve zato da bi završilo u knjizi, tobožnji je *credo* baštinskog djelatnika danas može li sve što postoji postati baštinskim izazovom (Sorensen, Carman 2009: Uvod), odnosno - s kulturnom industrijom kao jasnom eksploatacijom općeg fenomena za pojedinačne svrhe globalne ekonomije - je li i industrija baštine s marketingom i upravljanjem ušla na isto područje i sada služi kao produžetak ili kao jedna od mnogih specijalizacija kulturne industrije, napose spektakla samog? Ključ u kojem spomenuti zbornik želi razraditi svoju temu je slijedeći: „prepoznati kako različite metode [drugih znanosti od kojih su pobrojane prim. arheologija, povijest umjetnosti, sociologija, turizam....] mogu biti upotrijebljene kako bi se vršile istrage ['investigate'] *baština* te kako se interpretacije mogu konstruirati ['construct'] iz podataka“ (Sorensen, Carman 2009:4). Otvoriti područje raspravi i kritici u ovom se slučaju pokazuje nedovoljnim ili tek neutralnim pokušajem razumijevanja epistemološkog stajališta nečega poput studija baštine. Ipak, govoreći o interdisciplinarnom pristupu i bitnoj ulozi koju igraju arheologija, povijest umjetnosti, sociologija, ekonomija i dr. društveno-humanističke znanosti u stvaranju predispozicija za studij baštine, mi moramo biti spremni prepoznati nedosljednosti

i probleme temeljnih znanosti koje pozivamo u sklapanje novog dijaloga u posve novim kulturalnim i društvenim okolnostima. Nije nepoznato kako su mnoge humanističke znanosti, uključujući filozofiju, povijest, arheologiju i povijest umjetnosti, tokom prošlog stoljeća u nemalom broju slučajeva imale važne ideološke i političke zadaće te da njihove rezultate i ostavštinu više nije moguće podvrgnuti kritičkom razračunavanju zbog stabilnosti samih struka i povijesnog narativa kojeg su stvorile oko pojedinih nacionalnih identiteta. Lowenthal je u svojoj knjizi *The Heritage crusade and the spoils of history* uspješno demonstrirao ovaj problem; iako u službi određene apologije baštine relativizirajući konstruktivizam povijesti on je upravo ukazao na bitno proizvedene i motivirane povijesne konstrukcije koje jednako tako mogu biti potencijalan izvor daljnje baštinske komodifikacije, odnosno daljnjeg produbljivanja falsifikacije ili stvaranja simulakri s potpisom nepostojećih originala (Usp. Lowenthal 1998:109 i dalje). Slučaj nije mnogo drugačiji niti sa društvenim znanostima, iako njihova nepovijesna struktura omogućuje 'lakši' zaborav danas nepodobnih rezultata koji se čine vrstom povijesnog kurioziteta. Humanističkim, pak. znanostima pripada dobro znani fenomen 'historiziranja'; kritičkog, komparativnog ili taksativnog uvrštavanja svih fenomena struke u njen povijesni narativ stilova, tendencija, škola i sl. Odatle nam riječi poput 'istrage' i 'konstrukcije' zvuče posebno opasnim alatima pa i kritičkog diskursa o baštini unutar samog studija baštine.

4.1. Studiranje baštine u doba baštinske industrije?

Upotrijebit ćemo usporedbu koja će se pojaviti kasnije u ovoj raspravi kroz studiranje djela suvremenih američkih teoretičara medija Jonathana Bellera i Marka Fishera. Ako je film povijesni vrhunac kulturnih industrija onda nam je samo i jasno kako je moguće da u doba spektakla možemo birati dvojaki put do filmske industrije same: studijem filma na jednoj od akademija ili kroz filmski i kreativni entuzijazam u kojemu amaterizam – dobro proveden – dobiva oznake ekscentrične profesionalnosti i tako unaprjeđuje samu 'struku'. Razlika između to dvoje je jasna te se sastoji u različitim oblicima kulturnog/intelektualnog kapitala iako oba puta mogu voditi istim ishodima, stvaranju komercijalnih filmskih ostvarenja, umjetničkih filmova, video umjetnosti i sl. Time se želi reći da je za industriju vrijednost relativna o trendovima, a opasnosti i sigurnosti prebacuje na pojedinca samog. Ipak, obrazovana filmska elita ili ona koja je to postala drugim putem, ali očitim prihvaćanjem 'pravila igre' industrije same, uspostavlja filmski diskurs koji određuje ukuse i tendencije na mnogo višoj razini, onoj analize i (povijesnog) vrednovanja, historiziranja i uporabe 'sile' u formiranju gole snage industrije. Nije li u mnogočemu ova priča jednaka mogućnostima studija baštine u okolnostima

društvenog spektakla? Ako se svugdje stvaraju posebno kultivirane oligarhije sa statusom zvijezda struke, ne nalazimo li se u tiraniji izbora gdje nije više moguće izabrati autentičnu poziciju nego samo svugdje pronalaziti zastrašujuće prihvaćanje svakog individualnog kriticisma samo da bi bio neutraliziran u velikom inudstrijskom povratnom procesu proizvodnje autorefleksivnih filmova do meta-izložbi i sl.? Dakako, to je pitanje dublje društvene i epistemološke važnosti jer upravo pita o suvremenoj ulozi znanja i spoznaje u kontekstu pokreta trivijalizacije i komodifikacije doživljaja svijeta uopće. Nije, naime, jasan odnos između znanja, predmeta teorije kao unutarnjeg sagledavanja (*theorein*, grč.gledati) i doživljaja kao praktičnog i sažetog prezentiranja, slikovitog opisa neke do tad samo 'teorijske' stvarnosti. Na kraju to je i pitanje znanstvenog ili akademskog određenja studija baštine kao društvene ili humanističke znanosti i napose definiranja dominantnog diskursa, sila i odnosa unutar same znanosti i njenog neposrednog okoliša, povijesne uloge i namjera upisanih u disciplinu od strane njenih začetnika. Upravo će ta pitanja biti predmet rasprave o muzeologiji i muzealnosti u slijedećem poglavlju.

Ipak, bitna je razlika između 'imanja problema' opisanog u teoriji i 'imanja problema' koji je prisutan u praksi. Dva pogleda impliciraju i drugačiji odnos i motivacije u odnosu prema problemima koji proizlaze iz djelovanja institucija, individualnih praksi i mišljenja. Dok prvi pripada prosvjetiteljskoj tradiciji orijentiranoj na kreiranje ozračja humanizma i stvaranja trajnih te apstraktnih utisaka o svijetu koji su otvoreni povijesnoj trajnosti i revaloriziranju, potonji je određen suvremenim kretanjem obrazovnih i tržišnih trendova te reflektira konkretna stanja i doživljaje koji su usmjereni stvaranju 'autoriziranog diskursa' ili kapitala u određenom području. Na taj način, potonji je pristup usmjeren na *umrežavanje* stručnjaka, odnosno specijalista koji se određuju kroz iskustva tj. mogućnosti iskustva s obzirom na geopolitički položaj. Prvi je pristup usmjeren na *posredovanje* mišljenja. Dok je u jednom pažnja posvećena posljedicama, drugome je pristupu pažnja posvećena uvjetima; u jednom teži se učinkovitim i brzom razrješenju ili prevladavanju problema, u drugom pak se teži izbjegavanju pojavljivanja problema uopće. Vidimo da između dva pristupa može postojati bitna korektivna veza. Je li specijaliziranost i heterogenost diskursa prakse ili doživljaja samo nuspojava izrazite heterogenosti kulturalnih fenomena, ali i političke korektnosti suvremenog svijeta? Ono što je prikazano u ovom pasusu upravo je srce rasprave o disciplinarnosti i post-disciplinarnosti znanosti. S jedne strane posebno se cijeni mogućnost da studij baštine kao vlastite preuzme metode drugih znanosti i tako stvori heterogen intelektualni sklop (Bowe, Carpentieri, Lipkowitz 2013:xvii). Ovaj pristup diskursom je vezan za pojmove kulturnih i baštinskih resursa,

razvitkom akademske kompetitivnosti i originalnosti lokalnih tradicija i pristupa ponajprije uporabi baštine i baštine kao procesa; posebno ističući relativnost izražavanja i prema tome izjednačavanju pojmova baštine i povijesti (Bowe, Carpent, Lipkowitz 2013:3 i dalje). Uključivanje pojma kritike i refleksivnosti u studiju baštine ovdje se razumije kao legitimirajuća nužnost i proizvod je suvremene intelektualne situacije. S druge strane, autori koji unutar temeljnih znanosti nerijetko ističu relativnost znanja i fluidnost metoda unutar disciplina otvaraju put 'lošoj pedagogiji' post-disciplinarnosti, odnosno, ne-obrazovanosti mišljenja u pogledu uvjeta mogućnosti samih pojedinih znanosti, a tako i njihovih suvremenih 'inter-disciplinarnih' sljednika (Mills 2010:174 i dalje). Razmjeri obrata su jasni, ukidanje disciplinarnosti značilo bi ne samo intelektualnu anarhiju i dovođenje u pitanje čitavog sustava odgoja i obrazovanja, dok će privilegiranje diskursa inter-disciplinarnosti djelovati u valovima na stalno oslabljivanje intelektualne volje i teorijskih utemeljenja pojedinih disciplina. Studij baštine u okolnostima ovakvog akademskog i kulturalnog spektakla ostaje metaforom ozbiljnih previranja u cjelokupnom polju tercijarnog obrazovanja. Ono što ističe Mills u eseju *The uses of academic identity* ostaje neizmjerljivo važno; uloga je inter- multi- i anti- disciplinarnosti ne puko hibridiziranje društveno-humanističkih znanosti u fenomene koji odgovaraju suvremenom stanju stvari (koje smo opisali) već i ponajprije – kao što je bio slučaj s kulturalnim studijima – otvaranje novim tematskim sklopovima, historiziranju odnosno akademskom razumijevanju suvremenih fenomena poput kulture mladih, popularne kulture i drugih fenomena kojima je pristup u intelektualno polje do tada bio zabranjen ili smatran kuriozitetom, tabuom i sl. Odnosno, disciplina protiv koje se ustaje ili koju se želi rastvoriti nije apstraktna već se radi o konkretnom discipliniranju dosega fenomena koje zahvaća. Jasno je kako je takvo zauzimanje radikalne pozicije otvaranja suvremenim fenomenima značilo i snažniji utjecaj akademskog istraživanja na svakodnevicu i posve novu relevantnost akademije za suvremeni život. Od tada se, dakako, razumije i da intelektualni posao ima svagda svoju politiku (Mills 2010:179).

4.2. Ekonomija pažnje

Jednoj, pak, od presudnih politika interdisciplinarnosti studiranja baštine pripada spektakl u dvije specifične i naizgled istoznačne inkarnacije: ekonomiji pažnje i ekonomiji doživljaja. Radi se, dakako, o dva različita pristupa naizgled homogenom fenomenu kapitaliziranja duhovnog (ili psihološkog, unutarnjeg) života pojedinca u razdoblju globalne neoliberalne ekonomije. Dok prvi pripada suvremenom produbljivanju teorije spektakla Guya Deborda u knjizi *Kinematički način proizvodnje* Jonathana Bellera objavljene 2006. godine,

drugi je oznaka epohe autorskog dvojca Jamesa Gilmorea i Josepha Pinea skovanog 1999.godine, a koja je sama označena tobožnjim prelaskom s ekonomije sirovina, stvari i dobara na događaje i individualnu i društvenu memoriju te u njima implicirano ekonomsko umrežavanje svih potrošačkih potencijala.

Hipoteza Bellerova rada u *Kinematičkom načinu proizvodnje* posve je jasna, iako kontraintuitivna tobožnjim spoznajama postmoderne o prelasku iz društva proizvodnje u potrošačko društvo. Naime, obogaćen teorijskim doprinosima Lacanove psihoanalize i Deleuzeove logike postajanja u prvim rečenicama knjige on iznosi slijedeću tezu: svi fenomeni suvremene medijske zbilje jesu „tvornice u kojima rade gledatelji (...) u kojima mi obavljamo rad proizvodnje vrijednosti“ (Beller 2016:13). To je – u suštini – ekonomija pažnje, odnosno kinematički način proizvodnje stvorio je promatrača kao novog radnika. U toj situaciji vrijednost slika istovjetna je vrijednosti novca (Debord, ovaj rad), odnosno fotografija i novac jesu istovrsni oblici društvene moći (Crary 1990:13), te najjednostavnije rečeno film je novac (Deleuze 2010). Dapače, rad koji je ovdje u epicentru rasprave nije puki rad, već rad u kojem je subjekt sama sirovina rada, kao primjerice 'rad tijesta' kada je ono umiješano i ostavljeno da se 'diže': „Publika je već ugrađena u sustav, dio je sirovine na kojoj društveni stroj može raditi“, a odatle pak slijedi snažna Bellerova kvalifikacija: „Zbog ukupne tendencije kapitala da između polova slike (robe) i gledatelja (radnika) prolazi kroz medije (optjecaj), znanost i industrija počinjnu nalikovati kinematografiji“ (Beller 2016:113,117). Ovdje pak moramo, poradi rasprave koja slijedi, svoju pažnju usmjeriti na sam fenomen ekonomije pažnje i njenog utemeljenja u teoriji spektakla Guya Deborda te njegovih najvažnijih komentatora. Naime, ako je neposrednost promatranja svijeta u današnjoj situaciji udaljena u odnos sa slikama jasno nam je da promatračkim navikama ljudi treba učinkovito upravljati postoji li želja za daljnjim uvećanjem kolanja slika, njihova umrežavanja i umnožavanja njihovih učinaka. U tom pogledu, dakle, ekonomija pažnje usmjerena je 'sažimanju osjetilnog svijeta' za učinkovitije kolanje samog sažetog stanja svijeta, odnosno, slike. Bellerova je namjera stoga pokazati realne učinke vlastite hipoteze kroz razmišljanje o medijima ne više McLuhanovski kao produžetcima ljudi, kao niti porukama već kao produžetcima kapitala, njegovu bitnu evoluciju. Naime, većinu vlastita slobodna vremena ljudi danas 'troše' na aktivnosti konzumiranja raznih medijskih sadržaja, od televizije do interneta i društvenih mreža. U svakom od njih razina 'uzimanja' pažnje opisana je u medijskim teorijama kroz oznake od pasivnih medija do interaktivnih medija, vrućih i hladnih medija i sl. No, u kritičkom sagledavanju ekonomije pažnje ne postoji nešto poput inter-aktivnog medija već radije inter-pasivnih medija poput

društvenih mreža u kojima korisnici ulažu svoju pažnju i bitne resurse – od vremena do novca – kako bi dijelili prisutnost s drugima, s drugima se uspoređivali ili sažimali vlastite aktivnosti u slike. U tom pogledu za kapital u 21.stoljeću nije potrebna 'konvencionalna' potrošnja stvari već realna potrošnja medijskih sadržaja koji omogućuju njegovo stalno samoobnavljanje. 'Proizvod' je u potrošnji medija ili ekonomiji pažnje '*roba-slika*' u kojoj su sažeti svi procesi i pokreti sadržani u odnosu s medijem.

„Od povijesnog trenutka u kojem gledatelj kruži pred slikama u muzeju do povijesnog trenutka u kojem slike kruže pred gledateljem u kinu, dolazi do potpune transformacije vizualne ekonomije, obilježene kretanjem od onoga što je Benjamin nazvao 'aurom' do onoga što današnja postmoderna teorija naziva 'simulakrumom'. To je kretanje postignuto prijelazom s jučerašnje ideologije na današnji spektakl“ (Beller 2016:173).

Da bi unutar ekonomije pažnje muzej, baština ili film uopće konkurirali spektakularnoj brzini društvenih mreža i '*streaming servisa*', odnosno njima specifičnoj tehnologiji i politici slika, svaki pokret, odnosno, svaka tjelesna investicija mora biti praćena višestrukim slikovnim posredovanjima. Dapače, slike moraju kolati u onolikoj mjeri u kojoj im je omogućeno preuzimanje stvarnosti u 'stvarnom vremenu' (*real-time*)- odnosno njeno vjerno preslikavanje ili stvaranje simulakruma- pa stoga govorimo o industriji doživljaja koja nije ništa drugo nego spektakularna industrija tehnologije, politike i kulture slika. Kultura doživljaja kao bitan dio spektakla ima svoju povijest u samom pojmu spektakla kojim francuski jezik označava sve što je predmetom doživljavanja pogledom, poput predstava, teatra, kina i sl. Dapače, povijest teatra počinje tamo gdje nastaje potreba da se stvarnost odgurne u idealnu ili fantastičku sliku za duhovne, kulturne, klasne i napose ekonomske potrebe. Na mjestu pasivne slike koja je djelom našeg vremena nastupa slikovni (slikoviti) spektakl u čijem vremenu stojimo mi: „struja slika nosi sve, (...) ne ostavlja vremena za razmišljanje i posve je neovisna od onoga što gledatelj može shvatiti i o čemu može razmišljati“ (Debord 1999:196). Jasno nam je, dakle, kako ekonomija pažnje te društvo spektakla u cjelini mijenjaju epistemološke mogućnosti kulturnih fenomena. Kada razmišljamo o didaktičkim vrijednostima kulturnih fenomena poput muzeja, muzejskih izložbi, baštine i njenih institucija potrebno je imati u vidu da se iz perspektive slike i tehnologije spektakla mi uvijek bavimo isporučivanjem i mjerenjem doživljaja, a ne znanja. Upravo stoga nam je i slijedeći Bellerov zaključak izrazito važan: „Simulakrum je prvenstveno ekonomska slika, prvi objekt-slika koji je u kategorijama svojih kvaliteta, načelno ekonomska funkcija. Shvaćen kao proizvodnja pogleda drugih, simulakrum je mjerilo mahnitog optjecaja pogleda.“ (Beller 2016:174). U tom pogledu, ponovno Bellerovo izvrtanje konvencionalne

kritičke perspektive daje nam – redefinirajući pojam simulakruma koji je ipak još uvijek skladan sa originalnom Baudrillardovom tezom - mogućnost da simulakrum sagledamo kroz širi okvir informacijske teorije kao mjeru složenosti (kaotičnosti) sustava, odnosno kao entropiju. Ekonomija pažnje započinje sa slikom te se povijesno kreće – u nedostatku tehničke podrške – kroz hermetične konstrukte vizualnih umjetnosti dok se ne rastvori potpuno u velikim transgresijama vizualnosti u prelasku sa devetnaestog na dvadeseto stoljeće, od povijesnih avangardi do tehnologije fotografije i filma gdje dobiva do tada svoj najznačajniji izraz. Dok je umjetnost prije masovnih medija bila zavisna o kretanjima unutar određenih elitnih krugova i naručitelja, jednom kada na scenu nastupi industrija umjetničke proizvodnje, od masovne distribucije grafika i fotografija do filmske industrije, potrošnja mora neposredno pratiti proizvodnju, inovacija pratiti razvoj, promatrač pratiti sliku upravo u onoj mjeri u kojoj se 'čar' potrošnje može stalno iznova obnavljati. Baudrillard stoga, kako je ranije najavljeno, u svom eseju *Simbolička razmjena i smrt* govori o tri povijesne vrste simulakruma: krivotvorini, proizvodnji i simulaciji koja pojaviše odgovara današnjem 'poretku simulakri' (Baudrillard 2013:98). Svaki od njih odgovara izmjenama u sustavu vrijednosti, a koji je povratno određen, dakako, razvojem tehnologije, od prirodnog (razlika), tržišnog (ponavljanje) do strukturalnog (konstrukcija-kôd). Sada možemo razumjeti što nam Debord govori kada spominje tobože razumom 'neuhvatljivu' struju slika. Radi se, dakle, o diskursu spektakla kojemu imperativ na odvajanju omogućuje tehnološko savladavanje svakog konteksta, učinka i povijesti (konstrukcija-kôd) kao uklanjanje svih postojećih proturječnosti kapitala. Kako se u spektaklu uvijek radi o monologu s prividom dijaloga (kako Debord iščitava vlastito kanonsko djelo dvadesetak godina iza prvog izdanja) iz samog društva iščezava svaka logika (koja u biti zahtjeva odnos) (Wark 2015:6) odnosno iz svake logike iščezava društvo i nastupa shizofreno rekonstruiranje ljudske pažnje za potrebe samoobnavljanja spektakla, a što je latentna tema velike studije o kapitalizmu i shizofreniji filozofa Gillesa Deleuza i psihijatra Felixa Guattarija u knjizi *Anti-edip*, a čiju će važnost prepoznati i Max Fisher citirajući Deleuze/Guattarijevu konstataciju moći kapitala kao „šarene slike svega što je ikada postojalo“ (Deleuze i Guattari prema Fisher 2011:17). U tom pogledu Debord će u *Komentarima uz Društvo spektakla* 1988. godine svoju tvrdnju da jedino spektakl ima pravo proturječiti samom sebi ojačati 'promjenom mišljenja' u tada akademski najvažnijem teoretičaru medija Marshallu McLuhanu kojeg citira u tezi da „pritisak masovnih medija vodi u iracionalno“ (McLuhan prema Debord 1999:201).

U ekonomiji pažnje, pogled je medij kojim se između stanja uma/duha i slika izmjenjuju vrijednosti i motivacije; to je doba u kojemu ljudska volja postaje zastarjela (Fisher 2011:81)

jer – kao što smo vidjeli – 'imamo vremena' samo za potrošnju koja je toliko usko vezana za proizvodnju da je moguće utvrditi da čovjek danas najviše vremena provodi u radu na proizvodnji vlastitog svijeta samo kako bi imao svijet u kojemu može 'nešto' raditi. Ovu apstraktnu predodžbu moguće je jednostavno oprimjeriti slučajem društvenih mreža na koje smo danas 'spojeni' neprekidno i u stvarnom vremenu (*real-time, live*) jer one upravo reprezentiraju naš svijet, a koji je svijet koji aktivno krojimo stalnim hiperindividualiziranjem sadržaja na društvenoj mreži bez koje bi i smisao svakog našeg rada bio bitno umanjen jer ne bi bio medijski reprezentiran. To znači da je društveni život postao stalno ulaganje u sliku, odnosno slike koje nadomještaju ispražnjenu stvarnost. Suština je te ekonomije, dakle, uzmicanje u sliku koja djeluje kao univerzalni dodatak i nadomjestak svijesti, transformacije svih vrijednosti u razmjenske vrijednosti. Slika je napose univerzalni komoditet, odnosno njegova *matrica*, kao što će pokazati poslovno promišljanje globalne ekonomije s malo razumijevanja društvene nepogode kao što je to spektakl. A bit je ekonomije pažnje upravo 'slikovno' odnosno kinematičko međuprožimanje proizvodnje i potrošnje, odnosno rada i dokolice u kojemu čovjek sam za sebe neposredno proizvodi vlastiti svijet dok spektakl (u naličju korisnički orijentiranih društvenih mreža) služi upravo stalnom pozitivnom vrednovanju svakog individualnog izbora kao autentičnog samo-kreiranja svijeta.

4.3. Ekonomija doživljaja

Ekonomija doživljaja pojavljuje se kao ekonomski odgovor na društveni spektakl hipermedijske 'zbilje', odnosno kao pokušaj *know-how* suočavanja s posljedicama tzv. kinematičkog načina proizvodnje bez da se djeluje na njegova bitna utemeljenja. U dobu gdje je ekonomija pažnje nadgradnja spektakla, ekonomija doživljaja postaje epohalnim sredstvom učinkovitog iskorištavanja resursa koji su pohranjeni u ljudskoj pažnji, osjetilnosti i bitno oslabljenim mogućnostima refleksivnog djelovanja; ono će smjerati k učinkovitom iskorištavanju svih do sada spomenutih simptoma društvenog spektakla, od udaljavanja u predstavu, imperativa iskustva, političke korektnosti, kulturalne heterogenosti, globalnog kapitalizma, svijeta-slike itd... Dapače, pisati knjigu o ekonomiji doživljaja po sebi je posebnim simptomom društvenog spektakla u povratnoj sprezi. Naime, *The experience economy* Gilmorea i Pinea pisana je britkim, jednostavnim rječnikom izgrađenim na brzoj izmjeni slika usmjerenoj na jednu – u samom začetku rasprave – osporenu tezu: kako je doživljaj četvrta ekonomska ponuda – uz komoditet (sirovinu), dobro (potrošački 'komoditet') i uslugu – koja je do sada prolazila ne zapaženo, nakon što su autori posvetili tri strane teksta elaboriranju vrlo jasne prisutnosti četvrte ponude u trenutnoj društvenoj situaciji, od puke šalice kave u lokalnom kafiću, do kave

u Starbucksu i naposljetku kave u centru Venecije (Gilmore i Pine 2011:32). Na ovoj je konceptualnoj ravni moguće iščitati i dva specifična odnosa prema slici, njenim brzim izmjenama koje podupiru jednu jedinstvenu misao i tako same po sebi tvore doživlja ili, s druge strane, jedinstvenu sliku koju prati skup misli koje zajedno tvore pokušaj opisa situacije ili tehnologije neke mogućnosti doživljavanja kao što je slučaj u Deborda i Bellera. Gilmore i Pine u istom djelu nastavljaju elaboriranje svoje jedinstvene teze govoreći kako kupovina doživljaja nalikuje *teatru* (što ono doslovno i jest, kao što smo ranije elaborirali) u koji je potrošač posve osobno uključen. Kroz kratak pregled industrija utemeljenih na doživljaju, poput kina i televizije ponovno se vraćaju na ideju kafića i restorana koji sve više pažnje posvećuju formiranju doživljaja ili zabave te drugih industrija koje povezuju svoje usluge s umjetnošću koja je povijesno povezana s idejom potrošnje kroz neposredan doživljaj. Pritom se ne događa samo spoj već i transfer vrijednosti i simbola, odnosno znaka koji sada još neposrednije prožima 'vulgarnu' materijalnu potrošnju i duhovnu konzumaciju sadržaja kao spektakularnih – ali ipak bitno bez-smislenih – doživljaja. Sjetimo se ekskluzivnog prava spektakla na proturječnosti i nelogične sklopove u totalnom optjecaju slika: odakle nam dolazi želja da se dvije proturječnosti restorana i muzeja suvremene umjetnosti, primjerice, konzumiraju istovremeno kao premium proizvod ako ne iz spomenute 'slike sretnog ujedinjenja' i 'ogromne akumulacije pozitivnosti' kapitala koji je rascijepao pažnju na dva dispartna pola, ali im pritom kroz sliku-doživljaj bitno podigao vrijednost! Dapače, kamo odlazi ekonomija doživljaja kada doživljaj sam postane komoditet? Kamo mogu napredovati spojevi slika u globalnoj ekonomiji doživljaja?

Naime, Gilmore i Pine pojašnjavaju kako su 'pravi' komoditeti sirovine iz neposrednog okoliša ili takoreći prirodnog svijeta (Gilmore i Pine 2011:9). Problem koji ovdje naziremo potrebno je ponajprije obraniti. Naime, ispitivanje strukture na koju se neka hipoteza oslanja, radije nego li baviti se njenim sadržajem i obranom koju prezentiraju autori predstavlja bit našeg istraživanja i stoga je potrebno vidjeti koje uvjete podrazumijevaju autori za postojanje nečega poput ekonomije doživljaja kao neke posebne i epohalne prakse u suvremenom trenutku. U pogledu objašnjenja komoditeta autori zauzimaju jasan reduktivan materijalistički stav postojanja svijeta u jasnim opozicijama prirodno-umjetno, ljudsko-životinjsko, obrađeno-sirovo, itd. No mi smo ranije ustvrdili da se 'realno' stanje globalne ekonomije i kulture više ne odvija u opoziciji prirodnog i umjetnog, već radije u prevladavanju prirodnog putem politike i spektakla druge čovjekove prirode, odnosno, kulture i njene posljedične komodifikacije u tzv. tehnosferi. Iz te perspektive moguće je govor o komoditetima u knjizi *The experience economy*

preslikati u potpunosti na stanje kulturne industrije u cjelini suvremenog globalnog zbivanja u suglasju s teorijom slike/spektakla glavnih situacionističkih teoretičara od Deborda do Beller. To je ujedno značenje više puta ponavljane teze Deborda na kojoj se gradi većina suvremenih kritika kapitalizma i potrošačkog društva: „spektakl je kapital (sic!) u stupnju akumulacije u kojemu on postaje slika (sic!)“ (Debord 1999:34). Posljedice toga obrata najozbiljnije shvaća Beller kada nas opominje „kada roba postane 'sve što se vidi' [jer u bitnom smislu sve što se vidi jesu 'slike', op.a.], kinematografija se pojavljuje kao stroj – kristalizacija postojeće društvene logike – koji regulira izražavanje roba.“ (Beller 2016:212). Čitav se ekonomski transfer iz sirovina u 'bezimena dobra' za široku potrošnju do konkretiziranih 'brandiranih' usluga i doživljaja događa kroz slike, od komodificiranja kulture u slike do 'usluga' isporučivanja slika kroz medije i društvene mreže do industrije doživljaja od virtualne stvarnosti i dalje. Utoliko ekonomija doživljaja predstavlja upravo komodifikaciju kritičkog pojma kulturnih industrija frankfurtske škole, njeno neutraliziranje i ispostavljanje daljnjoj spektakularnoj rekuperaciji, pa od kraja devedesetih godina prošlog stoljeća nije moguće kritički govoriti o kulturnim industrijama. One su sada dio općeg generaliziranog diskursa sa pripadajućom ekonomskom metodologijom i diskurzivnim aparatom.

Postavljanje doživljaja kao dominantne potrošačke aktivnosti u kasnom kapitalizmu zahtjeva, dakle: 1) ovladavanje ljudskom pažnjom

2) industrijaliziranje kulture

3) opći tehno-znanstveni razvoj koji doprinosi daljnjem odvajanju spomenutom u realiziranju 'pasivnih aktivnosti' potrošača, kao života posredovanih društvenim mrežama i sl.

Bitno obećanje koje ekonomija doživljaja reklamira prema Gilmoreu i Pineu jest '-ing the thing' filozofija (Gilmore i Pine 2011:45 i dalje) u kojoj se proizvod više ne nudi potrošaču kao gotovo materijalno dobro već kao obećanje aktivnosti (-ing je engl. sufiks za tvorbu glagolskih oblika, odnosno 'procesa' ili 'animacija'). U trivijalnom primjeru golf loptica nije puka golf loptica već obećanje buduće aktivnosti, *golf ball* obećaje *golfing*. Dakako, ovdje se, dakle, ne radi o 'stvarnim doživljajima' nego strategiji 'prodavanja' proizvoda kao (obećanja) doživljaja. Kako su glavni proizvodi i robe suvremene ekonomije (kapitalizma/spektakla/tehnologije) slike, trebalo bi nam biti jasno da dubina u koju nas gura 'potrošačko' konzumiranje knjige poput *The Experience Economy* OPASKA: Molim ujednačite pisanje engl. naslova! Prema mom skromnom znanju, ovo je ispravan način pisanja – sve velikim slovom! nije teorijsko razumijevanje već oblik generalnog ciničnog potrošačkog stava u dvadeset i prvom stoljeću;

znamo 'kako svijet radi' i upravo to osnažuje naš osobni potrošački stav kao tobože 'produhovljeni' ili kapitalizam 'autentičnosti'. U tom pogledu razvija se u potpunosti provizorna podjela doživljaja utemeljena na dihotomijama aktivnog-pasivnog, absorpcije-imerzije (upijanje-utapanje/uranjanje) koje utoliko – kao što smo već pokazali – nisu realne dihotomije i unutar suvremene društvene konstrukcije mogu samo funkcionirati kao 'ideološki' označitelji (ne)postojanosti svijeta. Posebice se pritom uloga dihotomije aktivno-pasivno pokazuje kao jedna od najvažnijih prepreka kritičkom razumijevanju suvremenih medija. Gilmore i Pine tako razvijaju četiri doživljaja kojima se 'bogati' suvremeno potrošačko iskustvo – zabava, obrazovanje, estetika i eskapizam četiri su posebna platoa u koje se svrstava suvremeni doživljaj potrošnje. Prva dva pripadaju upijajućoj tendenciji, a potonji uranjajućoj te predstavljaju u prvom slučaju 'okupiranje' pažnje potrošača dok u drugom slučaju potrošača uklapaju u vlastiti (virtualni) svijet. Ova podjela upravo djeluje poradi ranije spomenutog neutemeljenog razlikovanja upijanja i utapanja koji nisu razlike koliko različite strane 'istog novčića'. Naime, jasno nam je kako utapajuće iskustvo esteticizma/eskapizma u potpunosti zaokuplja ljudsku pažnju jednako kao što upijajuće iskustvo zabave/obrazovanja stvara u potpunosti virtualno okruženje slikovnog stjecanja i potrošnje koji svi zajedno spadaju u presudan kritički ekonomizam. Upravo taj ekonomizam kao tendencija da sve društvene fenomene objasni kroz prizmu ekonomskog diskursa i fenomenologije tržišta (kao što je to slučaj sa psihologizmom, antropologizmom i sl.) možemo na jasan način falsificirati teze Gilmorea i Pinea. Ako su upijanje-uranjanje jednaka ravan doživljaja, odnosno obećanje razlike koje u njima postoji samo je ekonomska strategija (sic! *golf ball* -> *golfing*) neće nam biti teško prikazati već obrazloženu paradoksalnu sličnost aktivnosti-pasivnosti u potrošačkom doživljaju suvremenog svijeta. Pasivnom platou doživljaja pripadaju zabava i esteticizam, dok aktivnom pripadaju obrazovanje i eskapizam (Gilmore i Pine 2011:46). Posebno je zabrinjavajuć primjer Gilmorea i Pinea koji pri obrani 'aktivne teze' o doživljaju obrazovanja koriste citat djela koje tradicionalnu ulogu obrazovanja potkopava neposrednim prizivanjem „poduzetnički orijentiranog obrazovanja koje od učenika čini aktivne igrače“ (Gilmore i Pine 2011:48). Moguće je, dakako, ne slagati se sa perspektivama određenih autora i stavovima koji imaju stanovitu teorijsku vrijednost ili praktičku validaciju, a za što autori nisu dali dovoljna opravdanja. Jednako tako, autori nisu uzeli u obzir već spomenute simptome i posljedice određenog diskursa koji promoviraju samim stilom pisanja kao i vlastitu pripadnost određenom akademskom i kulturalnom proizvodno-potrošačkom ciklusu. U tom pogledu ponovno možemo iščitati njihov diskurs o obrazovnoj dimenziji ekonomije doživljaja upravo kao neutralizacijski diskurs potencijalno subverzivne uloge obrazovanja u budućim društvenim

okolnostima. Ako se obrazovanje iz institucionalnog napora pod suverenim okom države i prosvjetiteljskih vrijednost prepusti u ruke globalnog kapitala i lokalnog tržišta sve će, dakako prema nužnosti 'stvari' (progresivnog razvitka) postati vaninstitucionalnom obrazovnom mogućnosti tzv. 'cjeloživotnog obrazovanja'. Oko obrazovanja se na taj način tvori tjeskoba i stalni sustav razočaranja koji spominje Hakim Bey u svojoj zbirci eseja *Turisti i teroristi*, odnosno, pojedinac je ostavljen stalnoj samoprocjeni vlastitog znanja s obzirom na postojanje ili nepostojanje unutarnjih interesa i volje da uči te stječe znanja-doživljaje koji će utoliko i uvijek kratkoročno određivati njegov društveni status. To je jasno iz 'poplave' autonomnih zajednica, udruga i kombinata posvećenih kulturi i obrazovanju u velikim urbanim sredinama koje nude tjedne, mjesečne i godišnje obrazovne programe, radionice i sl. a čija vrijednost se sastoji isključivo u doživljaju i daljnjoj validaciji vlastitih doživljaja i vrijednosti već unaprijed uspostavljenih u slikama 'sretnog ujedinjenja' pod spektaklom kao spomenutim suncem, 'okruženog očajem i strahom u mirnom središtu sreće' (Debord, ovaj rad). Da bismo mogli razumjeti epistemološku i ekonomsku strukturu suvremenih kulturalnih fenomena, od obrazovanja do baštine i muzeologije kao posebne epistemičke strukture, potrebno je uvijek imati na umu metodičku udaljenost od fenomena kako bi se ispravno mogli sagledati uvjeti koje sami ti fenomeni u svojoj slikovnoj umreženosti proizvode i potom reklamiraju. Nije sporno stoga zaključiti kako hiperproizvodnja obrazovnih programa utoliko znači aktivnu proizvodnju neznanja; jer, znanje kao slika-roba više nema isto epistemološko značenje kao znanje u diskursu humanističkih ili prosvjetiteljskih tradicija mišljenja (Debord 1999:215).

Od *edutainment*a do virtualnog eskapizma pomiče se samo intenzitet odvajanja koji je povratno reklamiran kao što je i sama ljudska pažnja u raznim stupnjevima opterećena specifičnim vrijednostima i mogućnostima trošenja. Da se radi isključivo o strategijama plasiranja proizvoda govori nam i činjenica da će dobro dizajnirana video igra razviti u djeteta izrazito vrijedne sposobnosti razumijevanja vizualnih detalja te koordinaciju slike i pokreta, vida i motorike dok će nas jalovo dizajnirana izložba potencijalno zavesti na krivi trag interpretacije povijesti, usmjeriti nas u neki vid ostentativne potrošnje (kupnje znakova 'da smo bili tamo') ili, pak, neće naučiti ništa. Dakako, primjer vrijedi i *vice versa* te u tom pogledu potvrđuje našu tezu. Razlika je između kazališne predstave i kockanja u kasinu na poslijetku ona u formi obuzimanja pažnje (Usp. Gilmore i Pine 2011:50) kao što je to slučaj i s muzejskom izložbom ili odlaskom u zabavni tematski park. Promatranje različitih formi koje ekonomija pažnje uzima u ekonomizmu Gilmorea i Pinea može imati oblik estetičkog razmatranja pošto upravo disciplini estetike pripada razmatranje *formi* osjetilnosti. Dapače, u tom pogledu valja

promotriti daljnje 'mutacije' spomenutih platoa gdje osim spoja zabave i obrazovanja unutar *edutainment* modela postoji još pet konkretnih formi kojima autori daju određene potrošačke kvalitete koje se nalaze između reklame, obećanja i učinka konkretne marketinške prakse: od zauzimanja pažnje, izmjene konteksta, njegovanja interesa, izmjene stanja do njegovanja prisutnosti i kreiranja katarze (Gilmore i Pine 2011:64). Nije teško uvidjeti kako 'upute za stvaranje zanosnih iskustava' u bitnom smislu znače organizirati svu dostupnu osjetilnosti – sada svedenu na nizove slikovnih reprezentacija, simulacija i simulakri – kao pozornicu ili park za učinkovitu potrošnju u kojoj je stjecanje nečeg osim apstraktno shvaćenog potrošačkog doživljaja samo kolateralni i kuriozitetni dobitak.

Kroz praktične upute usklađivanja utisaka s pozitivnim znakovima, uvođenje mogućnosti simboličke materijalne potrošnje, uključenjem svih osjetila (Gilmore i Pine 2011:78,85,89) autori nas upućuju na koji način doživljaj postaje obnovljivim resursom koji – koristeći se znanjima iz ekonomije, poduzetništva, upravljanja medijima i popularne psihologije – učinkovito ovladava ljudskom pažnjom u mjeri dovoljnoj da bi se prešla prostorno-vremenska rupa između dva doživljaja sa što manje 'praznog hoda' misli koje bi mogle kritički promotriti strukturu ukupnih doživljajnih situacija u koje je osoba svakodnevno utopljena. Stvaranje pozitivnog doživljaja utiskuje sliku u sjećanje, konzumacija malih materijalnih znakova poput suvenira dodatno osnažuje pozitivno sjećanje evocirajući razne osjete koji su bili dijelom originalnog doživljaja ili tek dijelom njegova obećanja; svi zajedno tvore vrstu *Pavlovljeva efekta* u kojemu se vrijednost prošlog (i budućeg!) doživljaja kreira gotovo *ex nihilo*. Ujedno, kako autori sugeriraju, plaćanje doživljaja i njegovo uspješno (propisano, preporučeno i reklamirano) konzumiranje svrstava nas u 'klub' korisnika doživljaja i čini 'inicijacisku tarifu' globalne društvene mreže razmjene doživljaja (Gilmore i Pine 2011:101).

4.4. Rad slika i znanje bez cilja: sumiranje definicija

Na poslijetku, ekonomija doživljaja – onako kako je osmišljena u knjizi Gilmorea i Pinea – uključuje posrednika ili kreatora neke tržišne vrijednosti i široki kontekst slikovnih reprezentacija te detaljno objašnjava mogućnosti njihove ekonomizacije. Odnosno, radi se ovdje o uputama kako 'ispravno' iskoristiti njihovu ekonomijsku prirodu nakon što su u doživljaju, slici i njihovu spektaklu identificirani jasni razmjensko-komunikacijski potencijali. Dapače, uloga 'kritičkog momenta' u pogledu ove knjige ne leži u 'pukom' iščitavanju i valoriziranju potencijalnih previda i manjka autorskih intencija već ponuditi mogućnost posve novog čitanja sadržaja knjige, a koja reflektira bitne momente onoga što je do sada rečeno u pogledu fenomena koji su predmet ove rasprave. Upravo u pogledu pojma (Bellerova

'kinematičkog načina') proizvodnje i društvenog spektakla kao stalnog udaljavanja 'stvarno življenog svijeta (rada i komunikacije)' u slike pojavljuje se mogućnost da svaki transfer vrijednosti, od dobara do doživljaja smatramo specifičnim mjestom proizvodnje, a svaki proizvod posebnom slikom zavisnom o zahtjevima i percepcijama potrošača. Uvažavanjem tih mogućnosti moći ćemo unutar teorije baštine uvrstiti ekonomiju doživljaja kao iznimno kritičku teoriju o 'masovnoj individualizaciji' kulturnih fenomena koji pod zajedničkom slikom 'baštine' od stvarnih znanja kreiraju suvenire spoznaje. Na mjestu praktičke namjene knjige - a koja je isporučivanje *know-how* realiziranja uspješnog poduzetničkog projekta bez potrošačeva neposrednog znanja da je sudjelovao u ekonomskom procesu nauštrb posebnog vrednovanja manjkavosti ljudske pažnje i individualne zaokupljenosti vlastitom slikom – potrebno je uzeti knjigu kao didaktički resurs, odnosno, naučiti iz nje ne ono što je neposrednim načinom rečeno, već isporučene premise uzeti kao matricu za dodatno teorijsko istraživanje i valoriziranje teza određenih autora koje idu ponad puke primjene u praksi. One ponajprije moraju biti u suglasju s teorijom i ukupnom situacijom vremena u kojima ih pronalazimo i koristimo. Dakako, teorije i premise kvantne mehanike, iako potencijalno estetski prijemčive, duhovno izazovne, mentalno stimulirajuće neće imati nikakvu 'korist', primjenu, vrijednost ili biti predmetom ozbiljne teorijske i duhovne rasprave antičkih Grka. U tolikoj razdaljini one mogu biti predmetom mistike i drugih egzotičnih 'spoznajnih' procesa, iako, pak, putem 'formule' još uvijek mogu biti ispunjene i zamijenjene fenomenima i pojmovima koji odgovaraju suvremenim spoznajama i interesima antičkih Grka. Radi se o novom i eksperimentalnom slaganju, a ne pukom podilaženju slikama drugih znanosti. Na taj način izbjegava se i druga opasnost. Naime, ona od upadanja u 'isti žrvanj' slika 'sretnog ujedinjenja' koje se događa s aproprijacijom ekonomizma Gilmorea i Pinea. Ako 'sliku' knjige *The Experience Economy* ne uzmemo kao znak ili simbol nekog znanja već kao puku 'matricu', tada se nalazimo u punom posjedu svih mogućnosti radas tom knjigom, ne dopuštajući rad slika na način kojim Beller ponavlja „kada roba [slika-roba napose, op.a.] postane sve što se vidi, kinematografija se pojavljuje kao stroj – kristalizacija postojeće društvene logike“ (Beller 2016:212) u kojoj se pojam 'ljudskog' pojavljuje još samo kao 'sablasi humanizma' (Beller 2016:238). Ekonomizam ne spašava kulturu niti čuva njene institucije. Sam bi pojam ekonomije doživljaja trebao svjedočiti tome jer upravo se na platou ekonomizma mi pronalazimo uvijek u stanju povratno suspregnutog (*feed-back*) vrednovanja svih fenomena koje nije kritičko ili kreativno već je vođeno stalnim pitanjem o stvaranju, raspodjeli i uporabi viška vrijednosti za dobro razvoja kapitala. 'Spašavanje' ili podilaženje ekonomizmu kako bi se, primjerice, očuvao budžet muzeja koji odražava njegov društveni status i kulturnu važnost u suvremenom društvu, a kroz

filozofiju *izlaska kroz suvenirnicu* ('*exit through the gift shop*') označava upravo jedan od bitnih (također tobože kulturno opravdanih) simptoma koji vode postupnom, ali potpunom zaboravu svrhe i uloge muzeja, a koji će njegovu sliku u budućoj povijesti muzejske djelatnosti pokazati tek kao razvitak jedne od mnogih potrošačkih grana jedne buduće društveno-ekonomske situacije. To je odnos između skice i gotovog djela, odnosno subliranja u jedinstveno djelo totalnosti odluka koje se donose između dva bitna događaja nekog razvoja: skice i dovršenja. Odgovor koji valja formirati ne bi, stoga, trebao biti podilaženje općoj tendenciji ekonomiziranja i izvlačenja ekonomske koristi kao opravdanja za egzistenciju već upravo koristeći se sredstvima i slikama ekonomizma kao matricom iskoristiti dostupne komunikacijske obrasce i stereotipe za promoviranje vlastite svrhe radije nego li ponude. Time, ponovno, marketing postaje didaktičkim sredstvom, a ne samo znanjem zaokupljanja ljudske pažnje. Istina je također da ovaj zaokret ponajviše podsjeća na dubiozan fenomen propagande i masovnog promoviranja doktrinarnih uvjerenja, no potrebno je istaknuti da se i u tome slučaju valja raditi o preuzimanju matrice mogućnosti koje su stvorene spomenutim oblicima obraćanja javnosti kako bi se stvorilo pogodno polje za 'reformu' općeg znanja i razumijevanja kulture kao 'ljudskog vrta' koje nije moguće bez ozbiljnih posljedica (opisanih u prelasku s druge čovjekove prirode na treću, odnosno tehnosferu koja je sama trijumf ekonomizma kao vrhovnog izraza kibernetičkog upravljanja svijetom) nasilno gurati u područje generalizirane ekonomije, upravljanja i inudstrijalizacije u kojima i pojam autonomije, autentičnosti i originalnosti postaju nešto za što se potrebno financijski boriti i dovoditi u nelagodne privat(izacijske)-kompromise. Nemojmo zaboraviti da je bitna uloga državne moći i suverenosti u ubiranju poreza od svojih građana ne samo u kreiranju fizičke sile (vojske za obranu i policije za kontrolu) već i u održavanju kulture kao zajedničkog okoliša koji opravdava volju suverena (naroda) da vlastitu moć delegira na organe i institucije države te predstavničke demokracije – jer jedini suveren demokratskog društva jesu građani. U tome pogledu čini se duboko problematičnim da bi građani trebali biti zavarani u korištenju i plaćanju kulture dvostrukim putem, odnosno kroz porez i kroz doživljaj.

U opasnosti smo, naime, da pod imperativom moći slike koja ekonomski ovladava ljudskim nedostacima prozovemo i vrhovne izraze suvremene ljudske kulture poput 'muzeja', 'baštine', 'univerzalnih prava' i sl. dijelom onoga što Debord u *Društvu spektakla*, a kroz rad slika određuje 'uvećanim opstankom' i 'ukrašenim siromaštvom' (prema Beller 2016:251). To znači da se sada još samo estetski 'sređuje' jasno određeno i bezizlazno preživljavanje namjesto 'stvarnog' života kulture, a koje su na svoj način jedinstveno opisali svi važni teoretičari medija

i društva na prelasku s dvadesetog na dvadeset i prvo stoljeće, od Guya Deborda do Marka Fishera i Nicka Landa čije 'taljenje kulture u ekonomiju' (prema Fisher 2011:81) snažno rezonira svim opozicijskim pravcima suvremenog načina kulturalne proizvodnje. Činjenica da ovi autori postaju i ostaju 'outsiderima' velike industrije akademskih znanja (koja su to upravo zbog mogućnosti da se takoreći beskonačno reproduciraju i komentiraju, odnosno komuniciraju i umrežavaju) više ne odražava vrijednosti njihovog doprinosa ukupnom suvremenom znanju i spoznajnim mogućnostima već isključivo samo popularnu odbojnost prema teoriji koja snažnim argumentima u pitanje dovodi sve ono što kao samorazumljivo i stoga simptomatično stoji između redaka tzv. 'mainstream' pozicija. Dominantni diskurs će teško dopustiti da 'trivijalnost' poput pojma i fenomena slike postanu 'stvarnim' problemom utoliko što ona određuje ukupnost svih suvremenih komunikacijskih i informacijskih obrazaca, a kao što je to bio slučaj s 'pisanom riječju' koja je kroz turbulentnu povijest dvadesetog stoljeća praktički (propaganda, ideologija, cenzura) i teorijski (semiotika, strukturalizam, dekonstrukcija) osporena do one mjere u kojoj danas posjedujemo metodička opravdanja i razumijevanje konstrukcije i koncepta teksta uopće.

Baštinom smo odredili ono što se prenosi kroz kulturu, a određeno je postojanošću, materijalnom i/ili duhovnom in-situ fenomenu te je na taj način jasno lociran i konzerviran događaj kulture. Baština jest dijelom kulture, te je uvijek s njome povezana stoga što je kultura, već je pisano, primarni horizont smisla čovjeka. Dapače, baština se organ-izira (sic! dobiva konkretni život) u muzeju te se sa strane muzeja i muzeologije 'život' baštine opisuje kroz fenomen *muzealnosti*. U trenutku kada kultura postaje novom ideologijom, odnosno politikom slika i reprezentacija koje sve duhovne stečevine civilizacije guraju u jedinstveno polje 'vizualne kulture' i time je otvaraju ne samo političkom i ekonomskom nego i nadasve kibernetičkom upravljanju u trojstvu planiranje-računanje-konstrukcija (Paić 2019), baština postaje proizvodom kulturne industrije čiji se marketing razvija usporedno s tehnološkim i znanstvenim razvitkom te potrebama industrije da savlada potrebe i reproduktivne moći vlastitih potrošača. Sjetimo se, znanstveno kvalificiranje i tehničko kvantificiranje ljudske pažnje izumi su industrijskog načina proizvodnje i potrebe za učinkovitim radnom snagom kao što je znanstveno kvalificiranje i tehničko kvantificiranje slika i ljudskog okoliša napose izum kinematičkog načina proizvodnje kao 'naturaliziranja' industrijskog načina života uopće (Usp. Crary 1990:102). Ne radi se, naime, samo o stvaranju učinkovite proizvodnje, već upravo učinkovite potrošnje; kako smo u samome uvodu napomenuli, uobičajena je 'zabluda' postmoderne teorije o prelasku iz društva proizvodnje u potrošačko društvo, iščeznuću radnika

i sl. Rad je, dapače, postao nematerijalan (Gorz), a odvija se stalno i svugdje gdje pronalazimo 'interaktivne' medije (Beller) dok je pitanje proizvodnje-potrošnje u bitnom smislu pitanje o postojanosti pojma kojemu ovi ostaju uvijek tek pridruženi – pitanju društva, a potom i posebice društva spektakla (Debord) u kojemu se pozicija izvrće na način da spektakl jedini ima moć stvaranja 'društvenog okruženja' u kojemu su proizvodnja i potrošnja u potpunosti izjednačeni. 'Trening ljudskih osjetila' (Walter Benjamin prema Crary 1990:112), započet s pojavom tehnologija slike u devetnaestom stoljeću patvoren je u podvrgavanje spoznajnih mogućnosti specifičnom načinu mišljenja uopće koji najbolje odgovara više puta citiranom Debordovom izvrtanju Hegelova izvoda: 'sve što je dobro vidljivo je, sve što je vidljivo dobro je'. I dobro je, dakako, ne samo u moralno-kulturnom smislu nego i u ekonomsko-utilitarnom smislu.

5. Muzeologija i baštinska teorija u kontekstu

Vidjeli smo kako nov kontekst suvremene (vizualne) kulture zahtjeva bitne izmjene u razgraničenju i određivanju utjecaja, utemeljenja i posljedica uporabe pojmova koji sa novim društvenim fenomenima ušli u polje rasprave o sjećanju, kulturi, tradiciji, baštini, autentičnosti i dalje, a mogu se svesti na određenje pojma slike, upravljanja osjetilima, društva (i) spektakla. U drugoj polovini dvadesetog stoljeća, poratnom razdoblju između materijalne obnove i duhovne krize koji su rezultirali studentskim i radničkim nemirima od Pariza do Tokya razvija se i diskurs o baštini, autentičnosti te društvenoj ulozi suvremenih fenomena poput turizma. Sociolog Dean MacCannell već je 1973. razmatrao problem turizma u kontekstu društvenog spektakla, odnosno bitno udaljenih doživljaja i 'uprizorene autentičnosti' (MacCannell 1973:589). Turizam je za MacCannella bitno vezan uz pojam hodočašća, odnosno njima zajedničke potrage za autentičnim doživljajem koji im daje legitimaciju i osjećaj (duhovnog) ispunjenja (MacCannell 1973:593). To je ispunjenje, pak, dijelom individualnog i simboličkog sudioništva u religijski važnom događaju, odnosno – u suvremenom sekularnom kontekstu - dijelom sudioništva u društveno, kulturalno ili povijesno važnom događaju. Uprizorena autentičnost iskustva turizma označena je ontološkom i epistemološkom površnošću koja se očituje ponajprije u njihovoj 'slikovitoj' naravi (MacCannell 1973:597). Slike su, naime u svojoj biti površine čiji su raspored i struktura odjednom vidljivi i na taj način predstavljaju sistem privida (Heidegger, ovaj rad) pa je i epistemološka vrijednost slikovnog reprezentiranja površna ili u pogledu spomenutog sistema *mnemo-tehnička*. I doista, ovu elementarnu lekciju teorije slike koja neposredno izrasta iz društvene kritike Guya Deborda MacCannell prepoznaje kao rekuperiranu – obnovljenu u duhu određenog dominantnog diskursa, tj. bitno

neutraliziranu - kritiku unutar kulturnih industrija sedamdesetih godina: „Industrija, primjerice, otkriva komercijalne prednosti privida iskrenosti i otvorenosti koje imaju prevagu nad organiziranjem iskaza iskrenosti“ (McCannell 1973:597). Slika kao privid neposrednosti ima iznimnu komercijalnu vrijednost jer potrošaču daje priliku da osjeća kako je sam izvršio odluku time što je ispravno 'pročitao' poruku slike umjesto da je puko pročitao ime proizvoda ili tekstualnu reklamnu poruku; slika daje vrhovni izraz prividu interaktivnosti (odnosno podijeljene pasivnosti) koju danas susrećemo gotovo svugdje: „Trenutni strukturalni razvoj industrijskog društva označen je pojavom svugdje turističkih prostora“ (MacCannell 1973:597). Kako turizam u biti podrazumijeva neki odlazak, ali i posebice odlazak prema nekome izvoru, kao fenomen on je neraskidivo povezan s potragom za autentičnošću (etimološki dosl. izvornost) kao doživljajem ili kao odnosom s istinom. U jedinstvenom suvremenom sklopu s fenomenom baštine - stvaranja autoriziranje prošlosti - kao korisnog resursa sadašnjosti, turističko iskustvo postaje jedinstvenim društvenim simulakrumom, nečim naime 'stvarnijem od stvarnog' (Usp. MacCannell 1973:599 i Baudrillard 2013:133). „Stvarno se ne ništi u korist imaginarnog, ono se poništava u korist najstvarnijeg od stvarnog: hiperrealnog“ (Baudrillard 2013:133). Ta baudrillardovska 'prisutna odsutnost' i 'odsutna prisutnost' autentičnosti, stvarnosti i istinitosti odgovarajuća je kritičkom impulsu uprizorene autentičnosti turističke i baštinske industrije suvremenog doba, a kojoj začetke možemo pronaći u već anticipiranoj vezi društvenih kriza druge polovine dvadesetog stoljeća i pojave fenomena novih muzeoloških pristupa, eko-muzeja i drugih fenomena usko povezanih s definiranjem baštine kao in-situ temporalni kulturni transfer prošlosti i sadašnjosti (Usp. Babić 2009). Dapače, prefiks treba promotriti ovdje u smislu okoliša (od grč. oikos, korijen suvremenih pojmova ekologije i ekonomije) i to posebice okoliša čovjekove druge prirode, odnosno kulture unutar koje se baština 'događa'. To znači da 'reforma' muzeologije sedamdesetih godina – a koja se događa usporedno s 'invencijom baštine' – u bitnom smislu znači udovoljavanje zahtjevima ne samo društvenog osjećaja duhovne i materijalne odgovornosti prema vlastitoj povijesti već i zahtjevima stvaranja ekonomičnije epistemološke strukture muzeoloških fenomena kao i učinkovitije ekonomske strukture njihovih institucija. U oba se ta smjera kreću pokreti poput decentralizacije muzejske djelatnosti, apstrahiranja kultura i tradicija u vidove baštine – prirodne, materijalne, nematerijalne, ... - pomicanja pažnje s muzejskog predmeta na komunikaciju i sl. Kroz do sada prikazane kritičke momente slikovne proizvodnje, njene ekonomske, kulturalne i komunikacijske implikacije u potpunosti dostoje pojašnjenju navedenog razvoja.

Iskustvo eko-muzeja nas, dapače, još više 'približava' problemu udaljavanja koji doliči uzmicanju stvarnosti u predstavu (Debord). Naime, eko-muzejem nazivamo ponajprije specifičnu vrstu nastojanja i pomaka u pristupu 'baštini' koja više nije određena definicijom već sklopom temporalnih vrijednosti za suvremenu i napose lokalnu zajednicu (Babić 2009). Pritom se, dakle, identitet zajednice uzima kao predstava, odnosno kao slika i konstrukcija koja se obnavlja i pred-stavlja zbog svoje novootkrivene učinkovitosti (vrijednosti). Pozicija o zajednici koja iz unutarnje potrebe nekritički sakuplja, obrađuje i komunicira sve „što je dio ili bi moglo biti dio identiteta zajednice“ (Babić 2009:51) nije samorazumljiva upravo stoga što sama legitimacija reakcionarnog pokreta nove muzeologije ne daje dostatne razloge za ne vjerovanje da se radi o pukom uzmicanju u ekonomizam. Naime,

„sve navedeno [razlike eko-muzeja spram 'klasičnog muzeja', bottom-up pristup, in-situ, sudjelovanje zajednice kao stručnjaka, obnova smisla stvari i pojava bez ukidanja konteksta, publika/korisnici, op.a.] (...) podrazumijeva da je eko-muzej u svom djelovanju primarno okrenut sadašnjosti, zatim budućnosti (razvoju), a tek potom prošlosti(...) koristeći tu istu prošlost, ponuditi ideje ili rješenja za probleme s kojima je zajednica sada suočena“ (Babić 2009:52).

No, ako pristupom koji se zasniva na epistemološkoj i metodološkoj sredenosti određujemo neko znanje ili disciplinu, tada moramo razumijeti da nije prefiks ono problematično u definiranju eko-muzeja već da je upravo pojam muzeja i njegove znanosti posuđen za legitimiranje posve novog baštinskog projekta. Nova muzeologija se može stoga smatrati rezultatom nekritičkog razumijevanja zahtjeva muzeološki orijentiranih institucija za muzejem kao 'služb(om, o.a.) razvoja' (prema Babić 2009:52) na kraju šezdesetih godina čiji smo kontekst više puta pokušali sažeto prikazati.

Naime, poslužimo se apstraktnom logičkom dedukcijom; ako Društvo postoji poradi Države i Država postoji da bi uređivala odnose unutar društva, s njihovim među-uspostavljanjem kultura se pojavljuje kao okoliš zbivanja i države i društva. Muzej je kao jedan od fenomena kulture, mjesto koje ne pripada pukoj distribuciji kapitala unutar države/društva. Muzej ne konstituira društvo i ne nosi 'kulturni napredak', već prenosi simboličku važnost države koja osigurava sredstva i prostor za djelovanje institucija koje čuvaju predmete i druga svjedočanstva društvenosti, odnosno kulture neke zajednice. Muzej, arhiv, biblioteka te napose sve ono što je jasno kvalificirano kao informacijsko-komunikacijska struka jesu institucije koje čuvaju, štite i reprezentiraju društvo i državu kao moći kulture i vice versa. To je definicija koja objašnjava ujedno velike društvene probleme nekih suvremenih država u kojima muzejska djelatnost

svjedoči kao simptom društvene dezintegracije, odnosno pukog održavanja društva na vrlo 'niskim stupnjevima kulturalnog razvitka', odnosno konstituira kulturu kao komoditet i resurs; od američkih privatno fundiranih i zasnovanih muzeja do lokalnih 'muzeja' bez čuvaonica, predmeta i dapače ikakve osim ekonomske djelatnosti. Problem je s privatnim muzejima, a koji proizlazi iz tobožnje humanističke uloge muzeja taj, da kada bi privatni muzej imao dovoljno kapitala i drugih materijalnih i duhovnih sredstava da ispuni apstraktnu društvenu ulogu koju smo upravo opisali, bio bi ujedno anti-državni ili anti-društveni muzej obzirom da bi svu kulturalnost obaju fenomena petrificirao u obliku privatnog vlasništva ili kapitala.

5.1. Muzeologija i baština kao simptomi

U situaciji, stoga, gdje je značenje zamijenjeno sa spektaklom, a originalnost izvornika autentičnom replikom (Shanan Peckham 2003:5) nalazimo se u dobu koje putem planiranja, računanja i konstrukcije doživljaja osigurava stalnu prisutnost simulakri ispred svih izvora istine i autentičnosti. Baštinska mjesta, slike baštine, zamjenjuju originale kao što se slika fasade u prirodnoj veličini navlači preko mjesta rekonstrukcije ne samo kako ne bismo vidjeli голу strukturu zgrade nego kako ne bismo vidjeli njenu aktivnu rekonstrukciju i njene aktere. U smislu funkcionalnosti i uloge u svakodnevnom životu (konstrukciji i identitetu urbanog krajobraza, u ovom primjeru) simulakra čini original suvišnim, a tehnološki je, pak, slojevitiji i funkcionalniji (učinkovitiji) dodatak svakodnevnom zbivanju, ali jednako tako i opasniji obzirom kako zalazi u područje virtualnosti i kibernetičkog upravljanja. Utoliko i glavni teoretičari baštine danas, bez zadržke, ističu kako baština jest bitnim predmetom turizma, a kao takvom baština postaje ekonomskim označiteljem baštinskog doživljaja, baštinskog mjesta, prostora i slike bez odnosa s autentičnim nasljeđem ili kulturnim obrazovanjem (Poria 2010).

Sama je, naime, rasprava započeta sedamdesetih godina o uplitanju ekonomizma unutar institucije muzeja simptomom šireg zbivanja duhovne i materijalne poratne krize identiteta u okolnostima rastuće globalizacije u kojoj je društvena odgovornost koncept osmišljen upravo radi mogućeg ekonomskog racionaliziranja muzejskog rada. Četiri su koncepta ovdje presudna: 'kulturni razvoj', 'održivi razvoj', 'tehnološki napredak' i 'cjeloživotno obrazovanje' (Babić 2009:53). Jasno nam je, naime, kako niti jedan od četiri fenomena nisu predmeti ontološkog određenja muzeja, odnosno da nisu inherentni njegovom jasnom definiranju i razlikovanju od ostalih društvenih fenomena i državnih institucija. To nam ponovno signalizira kako je u biti (nova) muzeologija od sedamdesetih godina nadalje kao progresivna znanost u bitnom smislu simptom društvenih okolnosti, a ne rezultat unutarnjeg razvoja i sazrijevanja struke. 'Integrirani muzej', 'društvena muzeologija', kao i 'cjeloživotno obrazovanje' i slični

fenomeni nisu puka proširenja fenomena već su jasno određeni kao uporabe poznate fenomenologije (muzeja, obrazovanja i sl.) i sredstva za modificiranje nekog drugog koncepta; naime, integrirani muzej nije utoliko muzej koliko se radi o nastajanju nove institucije koja će izvršiti simboličku apropijaciju pojma muzej i pokušati učiniti da 'neka' institucija oblikuje svoje djelovanje kao simulakrum muzeja. Društvena muzeologija nije puka muzeologija orijentirana na društvo već nova društvena znanost koja čini muzeologiju svojim društvenim ciljem, a cjeloživotno obrazovanje nije puko proširenje obrazovanja već zaokret u svakodnevnom životu koji se realizira kao tumačenje svih životnih situacija kao prilika za stjecanje obrazovanja ili organiziranje obrazovnih ciljeva iz svih životnih situacija. Nije sporno zaključiti kako unutarnji impulsi za širenjem muzeologije u nemuzeološke svrhe i nemuzeološke teme odgovara bojazni da će muzeji biti nasilno pogurnuti u ekonomizam ukoliko sami ne reformiraju svoju struku kao ekonomiju, kao društvenu znanost nauštrb humanizma koji čini temeljnu ontologiju muzeja. Upravo u tim okolnostima, osamdesetih se godina prošlog stoljeća izvršava bitan pomak s muzejskog predmeta na korisnika muzeja, eksploziju komunikacijske aktivnosti i multidisciplinarnih pristupa od kojih svaki nosi svoje unutarnje probleme ukoliko ne postoje jasno određene granice pojmova koji se utiliziraju za širu obranu neke buduće svrhe (muzeja) za što se i kritika Petera van Menscha čini u potpunosti nedostatnom apologijom muzejske djelatnosti (van Mensch 1995).

Smjena značenja spektaklom istoznačna je sa smjenom tobožnje muzeološke orijentacije sa pamćenja, spoznaje, sabiranja i čuvanja na komunikaciju i doživljaj korisnika muzeja. Dapače, taj je zaokret, kako smo prikazali, toliko ontološki značajan da ne možemo sa sigurnošću govoriti o novoj muzeologiji kao tipu muzeologije već radije o novom fenomenu oblikovanom u određenoj mjeri u razlici spram muzeja i muzeologije u sada 'tradicionalnom' smislu koji – mora biti jasno - je jednak tip simulakruma s obzirom da muzeologija kao povijesna muzeologija ima svoju povijest i razvoj pa nije jasno o čemu se govori kada se govori o 'tradicionalnoj muzeologiji'. Ono što bitno veže 'tradicionalnu muzeologiju' u svim njenim razvojnim fazama je oprezna rasprava o epistemološkim vrijednostima muzejske prakse i na taj način ona ostaje u bitnom smislu vezana za teorijsko promišljanje svih znanjem povezanih fenomena. S druge strane, spektaklom označavamo specifičan oblik sažete ili slikovite komunikacije koja postaje predmetom gotovo svih društvenih znanosti u određenoj mjeri, s očevidnom prevlasti ekonomije i njenih alata (poput managmenta i marketinga) nad svim ostalim metodološkim pristupima. Tome je tako zbog međuzavisnosti koja je nastala između tržišta, politike i obrazovanja u drugoj polovini dvadesetog stoljeća te potrebe 'polaganja

računa' svim strankama koje materijalno uzdržavaju spomenute sektore. Ono sve, dakle, pripada spomenutom izvlačenju fenomena i praksi na površinu ekonomizma u kojem svako djelovanje ima podvojenu ulogu reprezentacije, kompromisa i pukog preživljavanja na 'sceni'. Za muzeologiju u tim okolnostima komunikacija i materijalna učinkovitost postaju presudni istraživački predmeti, pa u tom pogledu govorimo o (novoj) muzeologiji (i baštini) kao simptomu društvenog spektakla u drugoj polovini dvadesetog stoljeća do danas, što je uvjerljivo prikazano kroz raspravu o dva mehanizma 'spektakularne' proizvodnje danas, *kinematizmu* ekonomije pažnje (montaže) i *ekonomizmu* ekonomije doživljaja (oslikovljenja). Dakako, ovu simptomatičku narav muzeološke djelatnosti zamjetili su mnogi suvremeni teoretičari, iako je nisu kritički adresirali. Jasno je, naime, kako definiranje trojake muzeološke funkcije kod van Menscha kao zaštite, istraživanja i komuniciranja (van Mensch 1995) nije puki uvid u ontologiju muzeološke djelatnosti već u potpunosti suvremeni kompromis s pojavom novih tržišnih i društvenih zahtjeva kojima je potrebno bilo dati jednaku važnost. U drugim bi se okolnostima ova podjela pojavljivala kao pleonazam, odnosno uloge bi se podrazumijevale u jedinstvenosti prakse koja bi se tako mogla teorijski jedinstveno razvijati, dok je u ovome slučaju funkcija razdijeljena od humanističke uloge muzeja na taj način da se može neovisno razmatrati i koristiti kao posebna vrsta znanja – i još važnije – s vlastitim uzorima iz ekonomije, primjerice.

Kako smo prikazali u uvodnoj raspravi ovoga rada, kao i ovome poglavlju, muzeologija i baština kao simptomi razvoja društva u smjeru tehno-znanstvenog prevladavanja kulture kao druge čovjekove prirode jesu ponajprije društveni fenomeni i predstoji nam u zaključku rada prikazati razliku između nove muzeologije i industrije baštine kao društvene znanosti i muzeologije i studija baštine kao humanističke znanosti u primjeni određenih metodičkih principa koji bi – kao uspostavljena kritička hipoteza ovog rada – mogli poslužiti ili biti predmet kritičke refleksije drugih interdisciplinarnih područja društveno-humanističkih znanja. Naime, služeći se ponovno preglednim radom Darka Babića u uspostavljanju pojmovnih i temporalnih distinkcija discipline muzeologije citiramo van Menscha „u novoj muzeologiji muzeološki ciljevi usmjereni su prema razvoju zajednice“ (van Mensch prema Babić 2009:59), a upravo ta tvrdnja, u skladu s ranije rečenim otvara put razmatranju daljnje simptomatike baštine i muzeologije u pogledu njenih ciljeva i programa u kontekstu suvremene rasprave o društvenom spektaklu i njegovom odnosu prema ekonomiji i epistemologiji muzeoloških doživljaja.

5.2. Industrijalizacija pamćenja i disonance baštine

Sve naznačene pomake unutar struke moguće je jasno prikazati i bez polaznja izvan granica unutar-disciplinskih rasprava o naravi i smislu novih muzeologija i baštinskih teorija. Naime, kada muzejsku zbirku i njene predmete zamjenimo baštinom kao apstrakcijom koja stručnjake i publiku smjenjuje memorijom i zajednicom (u slučaju eko-muzeja, Babić 2009 i Davis 1999) događa se vrsta relativiziranja ili praznjenja struke koja dovodi do mogućnosti koje opisujemo podnaslovom ovog poglavlja. Tome je tako stoga što memorija i zajednica te baština nisu pojmovi kvantitativno i kvalitativno sumjerljivi s pojmovima stručnjaka, posjetitelja i muzejskog predmeta pa se sada svugdje tamo gdje se pojavljuje zajednica s dodanom vrijednošću održivog razvoja, baštine i sl. razumije kao baštinski (muzeološki) potencijal po sebi. Zsigurno, rasprava o ovom bitnom konceptualnom problemu rezultat će 'nekom novom znanosti' (Babić 2009) koja neće biti 'puko' nova muzeologija kao simptom stjecaja suvremenih ekonomskih i kulturnih okolnosti.

U okolnostima, dakle, gdje možemo sa sigurnošću govoriti o dvojakom zaokretu spram 'tradicionalno shvaćene muzeologije' moramo posegnuti za 'dubljom' fenomenologijom suvremenog 'stanja stvari'. Naime, muzeologija se u

(1) konceptu eko-muzeja i

(2) zaokretu prema komunikaciji

odvaja od svoje kulturalno-društvene ontologije koju smo opisali u ranijim poglavljima te se s obzirom na naznačene tendencije ovih dvaju fenomena otvara vrsti kibernetičkog upravljanja, odnosno realiziranja ciljeva putem učinkovitog upravljanja informacijama pošto informacija, povratna sprega i entropija određuju kibernetiku kao znanost upravljanja živim i neživim organizmima prema Norbertu Wieneru. Doba kibernetičkog upravljanja, odnosno upravljanja putem informacijskih kodova i protokola u povratnog sprezi, a koji održavaju sustav optimalno učinkovitim omogućeno je, dakle, eksteriorizacijom potencijala memorije i pamćenja u zatvorene sustave tehno-znanstvenog razvoja, od računala do visokosofisticirane umjetne inteligencije. Dapače, i sam je Norbert Wiener, rodonačelnik ideje kibernetike uvidio potencijal šire društvene primjene znanosti kibernetike sa svojom knjigom popularne i doktrinarne namjere *The Human Use of Human Beings* koja je 1950. godine uslijedila za objavom temeljne knjige američke kibernetike *Cybernetics: or control and communication in the animal and the machine* (1948.). Već je iz samoga naslova jasno često previđena odrednica ljudske komunikacije koja je po prvi puta učinkovito dovedena na površinu, a to je upravo neraskidiva veza komunikacijskog djelovanja s kontrolom, izvršavanjem unutarnje kontrole,

kontroliranjem vanjskog stanja i kroz njih učinkovitim upravljanjem sobom i drugima. Koncept informacije je, dapače, presudan za suvremeno razumijevanje pamćenja kao što je bitnim dijelom digitalnih tehnologija koje su stoga sve objedinjene pod zajedničkim nazivom informacijskih i komunikacijskih tehnologija. *Informatikom* Bernard Stiegler – uvjerljivo najvažniji europski suvremeni filozof, osnivač i direktor *Instituta za istraživanje i razvoj Centra Georges Pompidou u Parizu* – naziva u svojoj knjizi *La technique et le temps* „instrumentalnom i industrijskom konkretizacijom kibernetike“ (Stiegler 2009:101). Kao što smo vidjeli, industrijskom konkretizacijom možemo svagda označiti događaj prelaska puke sirovine u stanje komoditeta i dobra kao potencijala budućeg doživljaja. Informacijska tehnologija doduše ima svoj bitan dodatak koji valja spojiti s uspostavljenom paradigmom ekonomije doživljaja. Naime, informacijska je revolucija u pogledu instrumentalnosti i industrijalizacije dovela infrastrukturne promjene u razumijevanju svijeta u njegovoj konkretnoj prostorno-vremenskoj dispoziciji. Sažeto, s informatikom se usporedno pojavljuje 'telematika' (Stiegler 2009:103), odnosno tehnologija prijenosa informacija kojom se konsekventno ukidaju i vremenske i prostorne udaljenosti pa tako svijet imamo 'na dlanu' u simboličkom i stvarnom smislu, na zaslonu pametnog mobitela nama nije samo čitav svijet na raspolaganju već smo u bitnom smislu i mi na raspolaganju čitavom svijetu. Jasno, druga strana ove medalje jest formaliziranje spektakla kao objektivnog (predmetnog) stanja svijeta koji smo opisali ovdje kroz Guya Deborda, ali i naznačili njegovo stajalište kao blisko Martinu Heideggeru u njegovu eseju *Doba slike svijeta*. Odnosno, kao udaljavanje koje se realizira dvojakom ulogom slika/informacija u njihovoj medijsko-komunikacijskoj stvarnosti; sve što je stvarno udaljava se u sliku stvarnog, predstavu (odakle nam odzvanja anglizam 'realtime' odgovori i sl.), a sažimanje svih udaljenosti udaljava nas paradoksalno od stvarnog zbivanja svijeta u njegovim realnim prostornim i vremenskim ograničenjima i topografijama.

„Čovjek odvojen od svojeg proizvoda sve jače i sam proizvodi sve pojedinosti svojeg svijeta i tako se sve više odvaja od svojega svijeta. Što je više njegov svijet sada njegov proizvod, to je on više odvojen od svojeg života.“ (Debord 1999:47)

U tehno-znanstvenom skopu svakodnevice, to se međuponištenje udaljenosti i neposrednosti u Heideggera opisuje kao 'ono gigantsko'. „Gigantsko se nameće u formi, u kojoj se pričinja da je iščezlo: u poništenju velikih udaljenosti zrakoplovom, predstavljanju...udaljenih svjetova...okretom ruke na prijemniku“ (Heidegger 1969:26). Dapače, ne treba zanemariti bitnu ulogu ovog poništenja u afirmaciji apstraktnih, virtualnih i nadasve novih geografija i odnosa s prostorno-vremenskim ograničenjima svakodnevnog života. „Ovo društvo, koje

potiskuje geografsku udaljenost nagomilava unutrašnju udaljenost, kao odvajanje u spektaklu“ (Debord 199:138). Da smo ponovno na ravni estetike ne treba posebno napominjati znamo li da je još Immanuel Kant odredio prostor i vrijeme temeljnim kategorijama takozvane 'transcendentalne estetike', ontološkim uvjetima (dakle mogućnostima razlike i ponavljanja uopće) svakog mogućeg doživljaja i spoznaje u svijetu. U knjizi *A Geography of Heritage*, urednički trojac Graham, Ashworth i Tunbridge adresira jedan od najvažnijih praktičkih problema baštine. Ako se potonja realizira kao proizvodnja povijesnog predmeta koji nastaje iz suvremenih 'potreba ljudi', autori s punim razumijevanjem opterećenosti takve definicije svoj fokus stavljaju na pitanje 'potreba', odnosno na kvalitativno i kritičko razumijevanju tih potreba i vrste odgovora koje baština kao resurs i komoditet može imati na stvarne potrebe ljudi. Dakako, ovom je radu smjer bio pokazati dubinske pretposavke mogućnosti takve kritike koja zasigurno ne bi bila moguća kada ne bi postojalo ranije spomenuto kibernetičko razumijevanje suvremenog stanja stvari kao mreže tehno-znanosti, odnosno industrija u stalnoj povratnoj sprezi za (manje ili više proizvedenim) potrebama ljudi, društva ili njihovim simulakrama. To nam je jasno i iz samoga uvoda knjige u kojoj autori naznačuju smjer svoje analize kroz kulturalne studije Stuarta Halla i njegova 'kulturalnog ciklusa' koji nam je svagda jasniji sjetimo li se kako je glavno tematsko okruženje kulturalnih studija *pop-kultura*, odnosno kultura masovnih medija, tehnološkog društva i napose društva spektakla (Usp. Graham et al. 2004:3). Na taj način moguće je promatrati tzv. geografiju baštine kao i sve druge suvremene pokušaje mapiranja, kritičkih topografija i sl., kao realiziranja specifičnog zadatka suvremene ekonomije, kao pomirenja svih suprotnosti gdje se „nepomirljive tvrdnje guraju [se] na pozornici ujedinjenog spektakla ekonomije obilja“ (Debord 1999:66). Kroz turizam se u slikovitom ujedinjenu pomiruju privatno i javno, odnosno, povijest svijeta kao baština jednih postaje projektom privatno-javnog partnerstva u specifično ekonomskoj uporabi baštine (Graham et al. 2004:20). Upravo u *konceptu disonantne baštine* vidimo mjeru i način na koji spektakl djeluje u smjeru pomirenja suprotnosti, a kao što je to slučaj i s privatno-javnim oblikovanjem baštine. Naime, kritička se pozicija u potpunosti prazni kada se u raspravu uvede relativan označitelj poput *disonantne baštine* koji upućuje upravo na tobožnju činjenicu kako postoji neslaganje i manjak konzistentnosti u određivanju biti baštine te kako ta okolnost ne smije biti smatrana manjkom (Graham et al. 2004: 24). Disonantna baština određuje se posebice kroz suvremeni diskurs kao afirmacija postmodernog stanja (društvenog i individualnog) identiteta, no upravo je iz toga razloga i relativnosti svih narativa koje uvodi postmoderna potrebno posebno sagledati ideju uvođenja 'identiteta' kao legitimacijskog faktora diskursa kojim se uspostavlja relativno i ispražnjeno poimanje baštine nakon što smo upravo

pojam baštine uspjeli u ranijim poglavljima jasno odrediti kao 'konkretnu apstrakciju' kulture i tradicije koja se prenosi, čuva i iskorištava kao materijalno dobro bez obzira na njen 'ontički' status (materije, forme ili informacije).

Napomena koju je potrebno ponovno iskoristiti kao počelo kritičkog stava ovoga rada jest činjenica da tobože dobro elaborirane teorije, neologizmi i transferi znanja iz drugih disciplina koje jednako 'dobro funkcioniraju' u okvirima baštinske teorije na način da tvore od nje virtualnu disciplinu (s vlastitim problemima, raspravama, praksama i hermetičnim teorijama) u bitnom smislu nisu otvorene za ikakav nov ili radikalni pristup te ne pronalaze svoju uporabnost izvan jako ograničenog područja – kao što smo prikazali – transfera znanja iz ekonomije i popularne političke znanosti i kulturne teorije, a koji se opravdavaju društveno-informacijskim utemeljenjem krovne znanosti baštine i muzeologije, informacijsko-komunikacijske znanosti. Dapače, muzeološki diskurs počesto ne nalazi uporabnost niti unutar vlastite krovne znanosti, odnosno ne pridonosi razumijevanju komunikacijske teorije već je primjenjuje isključivo u onoj mjeri u kojoj se pronalazi učinkovitim diskursom za transfer naznačenih van-disciplinarnih znanja.

Žarko Paić će – u svojoj studiji *Politika identiteta* u regionalni filozofski i sociološki diskurs uvesti 2005. godine najsvremenija promišljanja pojma identiteta i kulture u okružju globalizma, postmoderne, razvoja fundamentalizma, multikulturalizma i drugih fenomena koji danas kroje glavninu rasprava unutar temeljnih disciplina povezanih s političkom teorijom. Svoju raspravu nije usmjerio dapače na naslovno razmatranje 'politike' identiteta kao teorijske rasprave o njegovoj konstrukciji u suvremeno doba već radije na analizu suvremenih kretanja kulture, teorije, globalne politike i ekonomije u smjeru kreiranja novih 'umjetnih' i napose ekonomski i politički motiviranih sukoba kultura koji provociraju kreiranje kompleksnih pojmova identiteta poput multikulturalnosti. Dapače, '-kulturalnost' se pojavljuje kao 'ideologija' prevladavanja integracijske uloge kulture kako bi se otvorila novim fenomenima i mogućnostima iskorištavanja posve relativne (dez)integracije društva putem jednako relativnih 'kulturnih identiteta' i politike 'kulturnih razlika' (Paić 2005:205). Istraživati tobože kritički 'politiku baštine' kao što zahtijevaju autori u uvodu knjige *A Geography of Heritage* znači stoga stati unaprijed iza određene teorijske predispozicije za takvom raspravom, odnosno za zadržavanjem na površinskoj ravni rasprave o politici baštine u doba 'kompleksnih konstrukcija identiteta', a koja prolazi iz jednobraznog čitanja suvremenih socioloških teorija te bez razumijevanja njihovog relativnog karaktera, poput teorije o 'sukobu civilizacija' Samuela Huntingtona kao legitimacije o postojanju realnog sukoba civilizacija, ne razumijevajući

pritom političke i kulturalne motivacije osmišljavanja teorije poput teorije o sukobu civilizacija. Jednako tako, rasprava koju će polučiti pitanje disonantne baštine jest razmatranje koncepta moći, identiteta i analogija s drugim područjima u kojima je foucaultovski način promatranja diskursa pronašao svoju primjenu (Usp. Graham 2004:33 i dalje). Pojam je moći određen u mogućnosti da netko kroji politiku baštine kroz izbor određenih slika i kroz taj izbor privilegiranja određenog načina viđenja stvari (Graham 2004:33). U tom je pogledu vrlo lako kreirati kritičku poziciju iz promatranja realizacije neke 'moći' i 'hegemonije' kroz inače vrlo uobičajen proces izbora, oblikovanja i diseminacije informacija posredstvom slika, a potom raspravljati i o kolektivnoj memoriji te njenoj povijesnoj i drugoj uvjetovanosti. Nije potrebno posebno prikazivati zašto diskurs o moći i hegemoniji unutar teorije upravo kreira ex nihilo tobožnje realizacije moći i hegemonije unutar uobičajenog operiranja disciplina i kulturalno-političkih stajališta nekog vremena. To, dakle, nisu kritički pristupi nego suvremene interpretacije i reappropriacije određenih povijesnih činjenica. Diskurs 'disonance' i 'ambigviteta' u tom pogledu samo dodatno obogaćuje proizvodnju 'kritičkog pristupa' ostavljanjem velikih područja znanja u sivilu ispražnjenih i posve apstraktnih pojmova. Pitanje memorije ne može se jednoznačno promatrati u diskursu moći i politike baštine bez bitnog pitanja o ranije spomenutoj industriji baštine, društvenom spektaklu, a dakako niti odvojeno od pojmova sjećanja, pamćenja i poimanja vremena i povijesti, individualne i kolektivne.

5.2.1. Tehnosfera i (ponovno) otkrivanje humanizma

Dvojbeno je postoji li doista 'dvojbeni odnos' između baštine i ekonomije (Graham 2004:129) znamo li – kroz fenomenološku i ontološku analizu – koje su granice i inkluzivnost pojma baštine i ekonomije, odnosno koje učinke proizvode kada se uvode u određeni diskurs. Napose, prikazali smo da je uz pojam ekonomije neraskidivo vezana fenomenologija proizvodnja-potrošnja, pojam rada i proces industrijalizacije kao iskorištavanja dobara i njihova transfera ili komodifikacije iz sirovine u gotove doživljaje. Kompjuterizacija ekonomije iza drugog svjetskog rata, globalna digitalizacija i ulazak u 'informatičku revoluciju' koja se događa usporedno s uzdizanjem društvenog spektakla označava ne puku tehnološku inovaciju već napose inovaciju koja je ubrzala sve druge tehnologije (Stiegler 2009:104), a što je neposredno rezultiralo povećanom proizvodnjom slika kao i 'nematerijalnih' proizvoda pošto za 'stvarne' predmete postoji sve manje prostora i vremena za proizvodnju i potrošnju.

Paradoksalna konstatacija kako stvaranju baštine nisu prethodili ekonomski motivi, ali da se oni pojavljuju s potrebom održanja baštine (Graham 2004:131) problematična je iz ovog proizvodnog pogleda. Naime, kako je baština virtualno dobro, odnosno ekonomski i kulturalno

komodificirana informacijska struktura koja prema nekim autorima ne zahtjeva niti autentičnu lokaciju, nije moguće jednoznačno odrediti humanističke motive nastanka baštine kao što nije moguće opravdati ekonomizam potrebom za održavanjem baštine ako sama ta potreba nije predmetom ozbiljne rasprave, a ne pukog legitimacijskog elementa za druge potrebe. Ono što se 'podrazumijeva' uvijek je od posebnog značaja, a u ovome je slučaju to upravo činjenica da je baštinu potrebno održavati za nas i za buduće naraštaje. Činjenica da ono nije predmetom ozbiljnih rasprava kao refleksivnog momenta same discipline studija baštine i muzeologije napose, odražava Heideggerovu tvrdnju o samooblikovanju kulture kao kulturne politike u kojoj je diskurs ograničen na postizanje ciljeva koji odražavaju čovjekovu moć da bude pretpostavljen svim stvarima, odnosno da mu kultura stoji u predmetnosti upravljanja (Heidegger 1969). Žarko Paić dalje pojašnjava, u svojoj knjizi *Tehnosfera 2: Kibernetika i apsolutno vrijeme stroja*, sve se odvija u trojakom odnosu planiranja-računanja-konstrukcije kao vrhovne djelatnosti umjetnog uma u doba tehno-znanstvenog savladavanja svijeta. To znači kako i sama politika, a ne samo kultura postaju sredstvom sintetičkog djelovanja 'tehnološke kulture', odnosno tehnosfere (Paić 2019:320). Dapače, Paić, kao što su to učinili Stiegler i drugi suvremenici, razumije kulturu kao specifičan oblik 'tehlike' čovjeka, odnosno umjetnog stjecanja materijalnih uvjeta preživljavanja, pa na taj način, posredstvom kulture, sama bit čovjeka već je uvijek neka vrsta 'tehničke uspostavljenosti' (Usp. Paić 2019:320). Stoga će i kritika koju upućuju suvremenom sustavu života biti određena dodatnim razjašnjenima pojma konstrukcije života, događaja i automatičnosti, odnosno telematičnosti društvenih zbivanja i individualnih doživljaja. Sagledavanjem razmjera obrata u koji nas je pogurnula informatička revolucija, s industrijaliziranjem i informatiziranjem svega, a posebno ovdje ljudskog pamćenja, opsežan je kritički poduhvat koji počiva na kriticizmu kantovskog tipa, odnosno kritici koja zahtjeva sustav, ima za cilj uspostavu nove humanističke perspektive koja ponajprije proizlazi iz kritičkog razumijevanja spoznajnih moći koje su nam dostupne za izvedbu života u okolnostima njegova svakodnevnog susprezanja (društvenim spektaklom i tehno-znanstvenom kulturom). Industrijalizacija pamćenja fenomen je koji stoji u središtu Stieglerova projekta, ali posredstvom pojma slike, spektakla kao sustava udaljavanja i informatizacije kao sustava proizvodnje virtualnih predmeta dio je cjelokupnih simptoma i posljedica koje su prikazane kao predmet ovog rada. Naime, pod industrijalizacijom on shvaća eksteriorizaciju pamćenja, odnosno posebno nov oblik čuvanja sjećanja koji svoje središte više nema u čovjeku i njegovu individualnom životu već je predmetom 'mnemo-tehlike' (Usp. Paić 2019:326). Kako su danas mnemotehlike sofisticirane informacijske strukture koje pohranjuju cjelokupnu pisanu i vizualnu ostavštinu čovječanstva, pretvarajući je u baze podataka za lako

pretraživanje i dohvaćanje raznoraznih segmenata kako ne bismo morali misliti i sami pohranjivati te sistematizirati građu o kojoj ovisi kolektivna inteligencija, mašinsko učenje i neuralne mreže izvlače veliku korist u pohrani povijesnih osvjedočenja ljudskosti. Na taj se način bliže potpunoj eksteriorizaciji, odnosno, realizaciji umjetnog pamćenja, a što će reći, umjetnoj inteligenciji i napose umjetnom obliku života koji neće nužno imati ikakvu sličnost sa 'stvarnim' tj. ljudskim životom ili inteligencijom. Zasigurno, ono 'ljudsko' jednoj umjetnoj inteligenciji neće predstavljati poteškoću pa će u samom svom nastanku već učinkovito upravljati „ljudskim potencijalima“ kao potencijalima ljudskosti. Ne treba ipak zanemariti da je ovakva vrst eksteriorizacije, koja zahtjeva sistem, obradu, znanje o sustavu i niz drugih spoznaja upravo svojstvena pojavi muzeja i njegova predmeta kao učinkovite i kulturalno značajne racionalizacije povijesnog i duhovnog materijalnog svijeta koji je kroz instituciju muzeja po prvi puta bitno pogurnut u virtualnost.

6. Zaključak: Metodički pristup

Ako kroz razmatranje mogućnosti razumijevanja, a potom i stvaranja uvjeta za mogućnost autentičnog života unutar spektakla ili tehnosfere dolazimo do pojma čovjeka kao bića određenog kroz njegovu tehnologiju života koja se ponajprije očituje kao kultura, potrebno je o tehnologijama razmišljati s oprezom i svom ozbiljnošću dubinskog pristupa koji je paradigmatički postavio još Martin Heidegger s jedim od najvažnijih filozofskih eseja dvadesetog stoljeća, glasovitim *Pitanjem o tehnicima*. Zaključujući raspravu o Stieglerovom doprinosu pitanju o tehnicima koje smo u ranijem poglavlju skicirali, Paić će reći: „Čovjek je izvorno Ništa. I zbog toga izmiče svakom određenju. Njegov paradoksalni način bitka leži u tome što mu tehnika (...) ne određuje 'bit'. Ali ga bitno konstituira u životnim procesima.“ (Paić 2019:329). Ova nam je postavka neobično važna jer ukazuje ponovno na važnost tehnologije kao mreže koja određuje ne samo sve što jest ljudsko već određuje upravo naš odnos prema poimanju vlastite ljudskosti. U tom se kritičkom projektu naziru obrisi novog humanističkog pristupa obradi svih suvremenih problema obzirom da sada imamo izgrađen sustav promatranja suvremenih fenomena poput tehnologija kojima pripadaju određene politike i kulture proizvodnje. U trenutku kada postajemo svjesni tehničke naravi čovjekova bitka, nalazimo se u mogućnosti upravljanja (odakle se konstituira kibernetika) društvenim djelovanjem kao opiranjem ili uranjanjem u automatizam jer „društvo koje djeluje automatski ima značajke globalno umreženoga stroja“ (Paić 2019:341). U tome se smislu, dakako, tehnologijom služimo metodički te je pretpostavljamo kao strukturalni uvjet funkcioniranja i razumijevanja fenomenologije muzeja i baštine. Jedna od bitnih tehnologija je pritom – a sada ćemo je

razumjeti u povratnoj sprezi i s ranije opisanim procesima – transfer materijalnosti i informacija iz realnosti prostorno-vremenskih uvjeta svijeta u virtualnu realnost muzejskog okoliša, i to napose muzejskog okoliša kao vrste realnosti koja se događa u posve virtualnom okruženju (Maroević 2005:45). U tome je smislu, iz tehničke perspektive, ili iz perspektive naravi čovjekova samoočuvanja, jasna uloga muzeja kao tehnologije bijega od entropijskog učinka stvarnog prostor-vremena pa je u tome smislu svaki muzej već uvijek u bitnom smislu 'kibernetički'. Razumijemo li tehnologiju metodičkim sredstvom razumijevanja muzeja kao institucije i njene strukture u apstraktnom, odvojenom društvenom smislu, tada ćemo tri muzeološke funkcije razumijeti na posve drugačiji način. Naime, istraživanje, zaštita i komunikacija pripadaju kroz tehnološki pogled jedinstvenom informacijskom procesu. Sabiranje prošlih vremena nije, dakle, određeno kao rani slučajevi muzealizacije već je muzealizacija posebice doseg i odraz današnje situacije sakupljanja u kojoj ono postaje trojakim procesom istraživanja, zaštite i komunikacije. Tri naznačene funkcije označavaju ujedno tri odnosa, muzejski djelatnik-predmet, predmet-muzejski djelatnik?, muzejski predmet-posjetitelj gdje upravo naznačene funkcije djeluju kao mediji za prijenos informacija pri čemu se izmjenjuju bitna određenja predmeta i sudionika prijenosa zbog čega nije moguće jednostavno shematizirati muzejsku djelatnost; ona je radije rizomatska mreža s više mogućih ulaza-izlaza i informacijskih sklopova. Istraživački odnos muzejskog djelatnika prema predmetu svagda je drugačiji po sebi i po svojim učincima od odnosa koji će istraživanje omogućiti kada se dosegne razina komunikacije između sada muzejskog predmeta i posjetitelja. Poslanje muzeja (Maroević 2005:46), politika sabiranja i druge suvremene specijalizacije kulture muzeja utoliko su kroz tehnologiju muzejske institucije kao i tehnologiju čovjekove kulture upravo simptomi ekonomizacije svakodnevice, a čime se u pozitivnom i negativnom smislu ograničavaju tehničke mogućnosti muzeja da izvršava transfere predmeta iz realnosti u virtualnost. Ekonomizam uvodi pojam učinkovitosti u tehnologiju muzeja i time ga pretvara u industriju. S jedne je strane – one u ovome radu opisane – industrijalizacija i ekonomizam opasnost su uzmicanja cjelokupnog muzejskog (skupa sa kulturnim, odnosno društvenim) sklopa u spektakl, niz predstava, a time i neprekidan niz proizvodnje i potrošnje (predstava, odnosno slika). Sa druge pak, činjenica uzdizanja (ili uzmicanja) u industrijalnost i visoko sofisticiranu strukturu koja se može promatrati kao navlastitom tehnologijom mogu pomoći u realiziranju visoko sofisticiranih povratnih učinaka iskorištavanja društvenog spektakla, općeg ekonomizma u korist realizacije humanističke zadaće muzeja. Instrukivan je u tom pogledu naizgled i previđen iako vrlo strukturalan pa prema tome i 'tehnoški' pogled na muzealizaciju Ive Maroevića (Maroević 2005).

6.1. Muzej muzeja

S tehnologijom kao instruktivnim naličjem muzeja, muzeologije, baštine i konstruktivnim oličjem (ljudske) kulture možemo na strukturalno drugačiji način razumjeti i suvremene muzeološke fenomene koji se realiziraju na granici preklapanja muzeja, društva i svakodnevice. Primjetimo tezu Jari Harjua u postavljanju scene za razumijevanje teške baštine u muzejskom okolišu gdje izgovara slijedeće: „Prezentiranje povijesti svakodnevice imalo je velik utjecaj na muzejsku politiku sakupljanja“ (Harju 2012:79). Teza koja stoji u opravdanju ulaska tema iz svakodnevice u muzejski kontekst kroz njegovu sve veću društvenu ulogu vrlo je teško opravdati iz perspektive ovoga rada, ali dakako i iz zbrke koja je proizvedena nekvalificiranim kružnim uzročnim lancem koji Harju predstavlja u samom uvodu članka. Smjenu s 'privilegirane' na 'svakodnevnu' prošlost dogodio se, prema izvoru iz Harjueva članka, sedamdesetih godina prošlog stoljeća, iako nisu identificirani uvjeti ovog prijelaza, a koji se u drugih teoretičara odražavaju u konkretnim pomacima muzeja u smislu bitnih promjena njegova razumijevanja, kako smo prikazali u ranijim poglavljima, a koji su rezultirali muzeološkim fenomenima bitno udaljenim od pojma i fenomena muzeja. Naime, sedamdesetih godina u središte zbivanja dolaze prosvjedne note za izmjenom uvjeta svakodnevice i zbog povijesno određenog događaja kada veći dio poslijeratne generacije postaju studentima visokoškolskih ustanova u koje ulaze s radikalno novim zahtjevima od onih koji su tada bili dostupni, a reflektirali su još uvijek znakove poslijeratne obnove u ozračju kulturne i humanističke krize. Muzej stoga, kao središte održanja kulturalnog sklopa države-društva mora adaptirati svoju tehnologiju u pogledu trojake funkcionalnosti vlastite institucije. Naizgled proširen djelokrug muzejske institucije motiviran je stoga ponajprije kulturnim promjenama, odnosno tehnikom koja se uspostavlja s novim zahtjevima duhovog života sedamdesetih godina kada se popularna kultura, radnička kultura i potrošački spektakl počinju preklapati u jedinstveni sklop tehnosfere. Dapače, društveno aktivan ili, pak, održivom razvoju orijentiran muzej jest – kao što smo prikazali ranije – institucija koja se reprezentira kao muzej, ali u bitnom smislu nema konstituirajuću snagu muzeja kao fenomena i ustanove već se njime koristi u reprezentativne svrhe. Na taj način, muzejski sadržaji se mijenjaju kao što se mijenjaju i državni poredak ili društvene uloge, ali se strukturalni smisao institucija pri tom ne može izmijeniti ako se u vidu želi zadržati upravo navedena struktura. Muzejska politika sakupljanja kao instanca tehnologije koja se odražava u funkcionalnom sklopu pohrane i očuvanja znanja o svijetu (jedino dostupnom kroz društvo i državu kao ozračje kulture) koji se tehnološki ubrzava i postaje bitno nematerijalnim nužnošću stvari zahtjeva ulazak u muzejski kontekst fenomena suvremenosti na jednostavno neposredniji način nego li je to bilo u prijašnjim

razdobljima iako je jednako nepobitna činjenica kako muzej nužno i uvijek uključuje suvremenu svakodnevicu u vlastiti sastav, a pri tom se radi samo o očevidnosti ili stupnju neposrednosti te činjenice. Na taj je način i teška baština u bitnom smislu tehnološki problem, a nakon što smo fenomen manjinskih kultura, društvenih kretanja i problematične povijesti identificirali kao fenomene kojima u suvremenim društvenim uvjetima ponajprije prijeti nestanak u smislu neutralizacije, normalizacije ili spektakularizacije. Naime, znanstveni i kritički pristup ne zahtijevaju samo povijesnu i teorijsku distancu već i emocionalnu, estetičku distancu napose. Teška baština ne smije postati estetikom i politikom oblikovanja relevantnosti muzejske institucije kao što to ne smije biti niti ekonomizam već radije produbljeno kontekstualiziranje muzejske institucije mora biti jedinstvenim vodičem muzejske teorije i prakse.

Bitan doseg muzeologije stoga u epistemološkom smislu jest određenje muzealnosti kao informacijske strukture i posebne nematerijalne vrijednosti određenih predmeta (Maroević 1996) i njegovih reprezentativnih mogućnosti. Iako su sve reprezentativne vrijednosti u bitnom smislu slikovne vrijednosti pa tako i djelom ukupnog društvenog spektakla, ono što Maroević određuje imenom 'nematerijalne vrijednosti' ustvari jest informacijska vrijednost, a u muzeološkom smislu pak informatička vrijednost, odnosno potencijalnost predmeta da prolazeći kroz muzeološke funkcije bude integralnim djelom ukupne tehnologije muzeja kao dionika kulture čovjeka i njegova stalnog osvjedočenja kao kritičke jednakosti tehnološkog i humanističkog utemeljenja ljudskosti. U tom pogledu nam je jasno kako je glavna zadaća muzeologije učinkovito upravljanje informacijskim strukturama predmeta u pogledu njihove muzealnosti pri čemu taj proces nije jednostrano ograničen na pitanje značenja, memorije ili komunikacije već radije usmjeren na stalno sagledavanje općeg i posebnog konteksta u kojemu se uopće pojavljuje nešto kao muzeologija. U tome pogledu potreban je snažan i kontinuiran refleksivan impuls koji muzeologiju identificira ponajprije uvjetom pojave informacijske (nematerijalne) vrijednosti u predmetu, a ne pukom posebno uspostavljenom specijalnom interdisciplinarnom znanosti. Muzej muzeja upravo je metodički koncept koji podvostručenjem cilja muzeološke spoznajne strukture odslikava ponajbolje potrebu za refleksivnim humanističkim realiziranjem svrhe jedne interdisciplinarnosti u -kako smo napomenuli u uvodnom poglavlju- postdisciplinarno doba društvenog spektakla. Time je cilj djelatnosti postavljen kao konstruktivni uvjet obavljanja prakse i teorije uopće na slijedeći način: Muzej je konceptualno središte odvijanja znanosti muzeologije iako nije njenim pukim predmetom pošto jednoj znanosti ne dostoji da bude znanost-o-instituciji, iako nam je samim

nazivom znanosti implicirano da muzej ima svoje bitno mjesto u njenoj strukturi. To znači kako je određenje muzeja jednim od presudnih mjesta za navedenu znanost pa se u tom pogledu pojavljuje kao uvjet njenih mogućnosti te ne samo da stoji na kraju već stoji i na početku njenih bitnih nastojanja.

Ukoliko se možemo složiti - onkraj postojanja određenih razlika u različitim škola i tradicija mišljenja – oko jedne apstraktne definicije muzeja kao materijalizacije skrbi za kulturu u pogledu triju muzeoloških funkcija koje zajedno čine ukupnu situaciju jedne kulture (čime je muzej uključen u povratnu spregu sa kulturnom), tada možemo pristupiti daljnjem elaboriranju ranije navedene teze. Organ-izirati, odnosno o-živjeti ideju muzeja muzeja nije usputna meta-muzealna naracija koja bi mogla poslužiti pukom akademizmu obrane znanosti od tržišnog natjecanja. Muzej bi muzeja, dakle, mogao predstavljati metodički okvir jedne etike i estetike muzejskog mišljenja i prakse koji odgovara realiziranju njegove uloge kao jedne od općih funkcija kulture. Naime, da muzej bude tehnikom osvještavanja svakog oblika događanja života (povijesnog ili suvremenog, odnosno, svakodnevnog odvijanja) kao osvjedočenja kulture koja se ne čuva puko zbog neposrednih vrijednosti njenih materijalnih i nematerijalnih artefakata, već poradi učinka koji na kulturu ima njihovo sakupljanje i čuvanje uopće. Dakle, ono je dodavanje vrijednosti samim muzeološkim funkcijama na taj način da, primjerice, govorimo li o komunikaciji s posjetiteljima nije dovoljno postaviti diskurs u osnovi naglasaka na posjetitelja već reflektirati stalnu strukturalnu ulogu i smisao komunikacije naprosto, a ne njenim uskim specijalizacijama koje vode u jednobraznost ekonomizma, akademizma ili spektakularnog izmjenjivanja slika poradi neke tobože percipirane 'kulturne' dobiti. Kao što je i Ivo Maroević devedesetih godina prošlog stoljeća svjestan, tako i mi moramo uvidjeti kako muzeologija kao znanost (pomoćna, interdisciplinarna, postdisciplinarna,...) smještena u okruženju društveno-humanističkog horizonta Zapadnog mišljenja ne može poradi vlastite strukture i integriteta davati mjesta relativizmu mišljenja i značenja. Ona je informacijsko-komunikacijska znanost izučavanja „muzealnosti preko muzejskih predmeta [današnjim jezikom, 'fenomena', op.a.], djelatnošću muzeja [kao metode, op.a.] i odnosom muzejske teorije i prakse, radi zaštite ljudskog nasljeđa i interpretacije i prijenosa njegovih poruka“ (Maroević 1992:92). Dakle, muzeologija nije djelom komunikologije niti sociologije, ekonomije ili naprosto društvenih znanosti. Ona je u bitnom smislu kibernetička znanost, jer njene znanstvene mogućnosti, a kako su predstavljene u ovoj definiciji izrastaju tek tamo gdje postoji kibernetika kao premošćivanje jaza između humanizma i tehnologije kao nove društvene, kulturne i ekonomske epohe. Naime, epohalna opasnost koju je anticipirao i Martin Heidegger

u njegovu glasovitu eseju o *Kraju filozofije i zadaći mišljenja* 1964. godine, a koja se očituje u realiziranju metafizike (i prema tomu kraju filozofije, odnosno, humanizma uopće) u kibernetici (Heidegger 1996:397) sumjerljiva je samo rastvaranju iznimno velikih potencijala za uspostavom novih mreža mišljenja, adaptaciji uspostavljenih tradicija i pokušaju promišljanja temeljnih disciplina Zapadnog mišljenja kroz novi horizont i 'poredak stvari' koji uvodi kibernetika kao 'nova metafizika'. Tome je tako iz jednog – za potrebe ovog rada trivijalnog – razloga. Naime, s uspostavom informacije kao biti novovjekovnog života ukida se cijelokupna Zapadna tradicija mišljenja koja počiva – od Aristotela preko Descartesa do Kanta – na razdvajanju materije i forme, duha i tijela, s time što je informacija 'ono između', a koje sada postaje sve što jest. Muzeologiji stoga, po 'prirodi stvari' tj. okolnostima toga obrata odgovara epistemologija kao 'krovna znanost'. Tome je tako ne samo zbog utemeljenja kibernetike kao temeljnog informacijsko-komunikacijskog znanja u spoznajnoj teoriji i logici složenih sustava već i stoga što muzeologiji, definiranoj kao informacijska znanost, pripada specifično područje upravljanja znanjem koje izrasta iz neposrednog čovjekovog (tehničkog) okoliša shvaćenog kao kultura.

Muzej muzeja kao metodički princip ima u svojoj teorijskoj primjeni ulogu realiziranja muzeologije kao humanističke znanosti, što je posebice jasno iz posljednjih redova ovoga izlaganja. No, koji je odnos ovog metodičkog pristupa s muzealnom praksom? Znamo, naime, da postoje muzeji koji nisu muzeji; oni se zovu muzejima, organizirani su poput muzeja, no nemaju depo, nemaju odnos s istraživanjem i kulturalno relevantnim sakupljanjem predmeta. Oni su popularni muzeji ili muzeji-slike koji funkcioniraju kao spektakl ili interaktivni teatar kao slika 'kabineta čuda' – od *Muzeja iluzija* nadalje. Dakako, postoje i institucije koje nisu muzeji, ali odražavaju svojim djelovanjem praksu triju muzeoloških funkcija, koje čuvaju, obrađuju i komuniciraju određene aspekte kulture. Oni su, pak, institucije širokog raspona kojima nazivlje 'muzeja' ne treba kako bi postojali i ostajali društveno i kulturno relevantnima, odnosno nemaju potrebu za komodificiranjem muzeja u sliku kako bi im ime 'muzej' povećalo ekonomsku vrijednost – od, primjerice, državne televizije nadalje. To jest, razmatramo li institucije društva u apstraktnoj prizmi muzeja kao praktičke realizacije njegovih triju važnih funkcija mi već 'prakticiramo' *metodički muzej* kao kritičko sagledavanje institucija društva, koliko god relevantno ili irelevantno to bilo. Govorimo li pak o muzeju muzeja, odnosno potrebi za konstruktivnim podvostručenjem ovog pristupa, možemo ustvrditi da u tekstovima prije ekonomsko-makretinškog '*booma*' – a za koje je zasigurno Maroevićev pristup simptomatičan – u teoriji muzeologije i muzealnoj praksi postojala volja za uspostavljanjem

moralnog i estetičkog obzira između temeljnih disciplina i predmetne, odnosno funkcionalne epistemologije muzeologije kao virtualizacije znanja i kulture čovjeka za potrebe njegova kulturalnog preživljavanja kao društva i države. Znanje je pritom, njegovo stvaranje i diseminacija, presudan strukturalni moment tehnike kao kulture i kulture kao tehnike u kojoj izrasta mogućnost muzealnosti i muzeja napose (Usp. Maroević 1992).

Na taj način, kao što možemo reći kako studiranje filozofije u suvremenom kontekstu znači u bitnom učenje o filozofiji filozofije, nije strano humanističkom pristupu da zahtjeva teorijsku refleksiju unutarnjih mogućnosti svake discipline koja određuje ljudskost i kulturu ljudi kao presudnu tehnologiju preživljavanja društva u horizontu smisla koji je određen fenomenima zajedništva ljudi, prava, spoznaja i osjećaja koje dijele. Studiranjem filozofije, napose, ne uči se kako napisati popularnu knjigu iz područja filozofije, niti se obrazuju retorička umijeća ili druge praktičke osobine koje vezujemo uz osobe za koje bismo mogli reći da prakticiraju svoja znanja iz određene discipline. Uloga je filozofije, kao i drugih humanističkih znanosti, uspostava temeljnih znanja i još važnije sposobnosti kritičkog odnosa prema tim znanjima, a koja se potom metodički mogu - u slobodi koja proizlazi iz vrsnog poznavanja temeljnih pojmova i ontologija – primjenjivati na suvremene probleme i fenomene koji ostaju prikriveni između redaka svakodnevnih diskursa. Dapače, obrazovanjem se ne susrećemo s temama koje izrastaju iz politika institucija kojima pripadaju temeljne discipline, a danas znamo kako svaka humanistička i druga disciplina ima svoju instituciju u formi *Instituta*. Na taj način Institut muzeologije upravo jesu matični muzeji i Muzejski dokumentacijski centar, te na taj način oni nisu neposrednim predmetom njenog obrazovnog ciklusa, a s obzirom na specifičnosti muzeološkog obrazovanja metodički bi pristup muzeologiji iz humanističke perspektive zasigurno eliminirao veći broj društveno i ekonomski orijentiranih predmetnih obrazaca iz obrazovanja novih muzeologa. Muzej bi muzeja, izbjegavajući meta-narativ mogao ponuditi perspektivu muzeologije kao društveno orijentirane pomoćne humanističke znanosti koja proširuje temeljne znanosti informacijskim i komunikacijskim teorijama o znanju koje ove kreiraju i istražuju u kontekstu njegove društveno-kulturne primjene. Utoliko što nije orijentirana na korisnika, muzealna znanost trebala bi donicima temeljnih disciplina pojašnjavati teorijsku i praktičku vrijednost orijentacije prema duhovnim i kulturnim potrebama ljudi, onkraj pukog eksploatiranja njihove pažnje kroz konzumaciju tobože edukativnih doživljaja kojima se potom opravdava društvena relevantnost određenih znanosti.

Pretpostaviti muzej muzeja kao metodičku osnovu jednog muzeološkog promišljanja znači uspostaviti, odnosno metodičkim promišljanjem uspostavljati, iznova avangardnu (Zhilyaev

2015) i radikalnu muzeologiju. U pogledu radikalnosti (korijenitosti) to bi značilo sastati se na humanističkom izvoru mogućnosti nečega poput muzeologije držeći se principa da upravo sa svakom praktičkom manifestacijom muzeologije mi upravo uspostavljamo muzeologiju, imajući tako uvjete mogućnosti muzeologije uvijek pred očima kao zaseban cilj. U pogledu avangardnog zahtjeva muzeologije to bi značilo, pak, ne puko koristiti se kritičkim i znanstvenim dosezima razumijevanja ljudi kao ekonomskog (doživljaj) i kulturalnog (pažnja) resursa za potrošnju (slika) već uspostaviti muzej kao mjesto koje 'muzealizira' spomenute fenomene na način što ističe svoju vlastitu manjkavost, odnosno bitnu nemogućnost da u suvremenim uvjetima ispunjava svoju humanističku i prosvjetiteljsku zadaću. *Muzej-naprosto* nije dovoljan te, dapače, potreban je muzej kojemu su vlastiti fenomeni upravo bitan sadržaj te ne puka samorazumljivost, a pošto je i suvremeni muzej (odnosno muzeologija kao 'nova' znanost) simptom daleko šire epohalne promjene (društva spektakla, tehnosfere i dr.) ulazak svakodnevice u muzej ne bi smio biti predmetom ekonomskih i tržišnih legitimacija novih muzeoloških pristupa već uvjet mogućnosti da muzej uopće obavlja svoju humanističku ulogu: „Znanje kao proizvod muzeologije nije više samo prikaz stvarnosti već način čuvanja i fiksiranja stvarnosti“ (Maroević 1992:93). Paradoksalno, muzej muzeja u okolnostima društvenog spektakla postaje mjestom stvarnosti, dok stvarnost digitalne, internetske, umrežene stvarnosti postaje virtualnom u smislu upravo spektakla slika, doživljaja i montaže životnog zbivanja u onome što sa Bellerom možemo nazvati kinematičkom proizvodnjom života uopće. Muzej je muzeja napose simboličkim mjestom u kojem se rekonstruira društvo u njegovoj kulturalnoj zbilji naspram virtualnog teatra (spektakla) svakodnevnog života; on je institucija očuvanja principa stvarnosti uopće, kao što je crkva institucija očuvanja principa onostranosti života, odnosno principa transcendentnosti (Usp. Zhilyaev 2015:24). Zbornik, odnosno monografija radova o muzejima - kao fenomenima i institucijama pisanim od strane velikana ruske avangarde prijelaza i prve polovine dvadesetog stoljeća – okupljenim pod nazivom *Avant-garde Museology* te uređenog od strane umjetnika i teoretičara mlade generacije Arseniya Zhilyaeva instruktivna je u tom pogledu. Upravo nas ideja i formulacija avangardnog muzeja pa i avangardne muzeologije još dublje vraćaju na izvorišta muzejske prakse, prakse virtualiziranja, komuniciranja i reprezentiranja artefakata. Posebno nam je bliska pritom činjenica da je odnos sa znanjem koje se prikazuje, istražuje i 'upija' kroz posredan ili neposredan odnos s predmetima vrsta estetičkog odnosa, pa i da je realiziranje jedne muzejske prakse i pitanje o odnosu prema ljudskim osjetilima. Instruktivno je pritom pojmiti upravo slijedeće: umjetnici avangarde sebe nisu smatrali umjetnicima, a njihova je praksa kao takva imala za zadaću pronaći mjesto i vrijeme, uvjete i mogućnosti neposrednog

odnosa s unutarnjom konstitucijom čovjekove ljudskosti. Ruska avangarda, napuštanjem reprezentacijskog slikarstva poima sliku ne više kao granicu pogleda već radije kao ogledalo, te kao takvu i konstruktivnom refleksijom unutarnjih stanja čovjeka – od kojih jedan put vodi u propagandu a drugi, dakako, u esteticizam, a pritom je pojam i fenomen tehnike i tehnologije gotovo presudan. S obzirom da su oba puta jednako opasna, treći je put upravo ravnoteža koja proizlazi iz nužne institucionalizacije avangarde kao kulture, odnosno avangarde kao 'tehnološkog' dostignuća kulture. Reflektiramo li ovaj princip avangarde na muzej muzeja jasno nam je kako se u pristupu metodičke primjene pojma i fenomena muzeja na sve svakodnevne muzeološke zadaće mi prihvaćamo zadatka opreznog konstruiranja estetike muzeja koja će stalno reflektirati nastojanje da iz svakog praktičkog učinka muzealne prakse bude moguće rekonstruirati humanizam koji je omogućio instituciju muzeja, a jednako tako time će izvršavati nužan 'propagandni' učinak obavještavanja i učenja javnosti (ali još važnije, državnih institucija kao izvora sredstava) o presudnoj važnosti muzeja kao *'fall-back sustava'* cjelokupne kulture čovjeka. Muzej-muzeja želi muzeologiju, muzej i baštinu kao neupitnu državnu (a u tom smislu i svagda društvenu) brigu, pa je zato ova metodička pozicija posebno radikalna i, neki će reći, reakcionarna, jer umjesto prodaje muzeja posjetiteljima ona je usmjerena na derealizaciju muzeja kao društveno-ekonomske činjenice i njegovu ponovnu uspostavu kao autonomne nacionalne riznice kulture i općeg civilizacijskog humanizma kao sekularnog hrama i društvenog instituta.

U kontekstu muzejske prakse, ovaj je pristup blizak – iako s bitno drugačijim pretpostavkama i ciljevima – promišljanju muzeja iz perspektive sveze umjetnosti, društva i javnog djelovanja koja je prisutna u spomenutoj avangardnoj-muzeologiji, ali i suvremenim praksama koje se (ne)opravdano nazivaju post-kritičkim, kao što je to slučaj u zborniku *Post-critical museology – theory and practice in the art museum* kojemu je cilj revalorizacija uloge muzeja u dvadeset i prvom stoljeću. Bitan doprinos ovih djela upravo je identificiranje epistemičkog jaza (Dewdney et al. 2012:221) između teorije i prakse, prakse teorije i teorije prakse u suvremenim muzejskim institucijama. Time je jasno razdvojen kritički studij od kritičke prakse, a upravo kroz identificiranje onog presudnog za realiziranje ozbiljnog pristupa kritičke teorije ili prakse napose; naime, zauzimanje i elaboriranje stava o uvjetima, mogućnostima i potrebama određene discipline ili fenomena sa stajališta utvrđenog izvora neke discipline ili fenomena, te dakako dubokog razumijevanja suvremenog 'stanja stvari'. Bez toga pristupa kritička teorija ostaje samoproizvodnjom i obnovljivim izvorom perzistiranja problema kako u praksi tako i u teoriji (Dewdney et al.2012:224).

6.2. Baština baštine

Jednakim načinom na koji smo muzej-muzeja odredili metodičkim pristupom izgradnji muzealne prakse u skladu s dosljednom primjenom humanističke (u bitnom smislu od Maroevića baštinjene epistemološke i informacijske) uloge i izvora muzeologije u svakodnevnom radu na onaj način na koji se stječu znanstvena i akademska pismenost u okvirima temeljnih ili napose 'starijih' disciplina, a to će reći pažljivim iščitavanjem teorijskih pretpostavki i problema, usvajanjem jezika struke i strukture znanja kao matrice budućeg rada – sada možemo odrediti i metodički pristup baštini, a koja je bila velikim dijelom glavni predmet ovoga rada. Tome je tako stoga što je baština kao poseban muzealni predmet sa stajališta muzeologije monolitna konstrukcija; in-situ realizacija/materijalizacija kulture kao stalnog oživljavanja i preživljavanja tradicije nekog lokaliteta ili fenomena sa značajem za zajednicu u manjinskom ili širokom kontekstu. Smisao iza postavljanja koncepta 'baštine baštine' kao sam zaključak ovoga rada također je instruktivne naravi, odnosno cilj mu je sažeti sve iznesene tvrdnje u homogen pristup koji se zastupa hipotezom iznesenom u uvodnim poglavljima rada. Naime, samom činjenicom kako jedan od važnijih tekstova iz domene kritičkih studija baštine započinje tvrdnjom kako 'ne postoji nešto poput baštine' (Smith 2006:11) reflektirano je upravo stanje relativnosti svih dosadašnjih definicija baštine, pa tako i onih apstraktnih kojima se i ovdje koristimo uz opreznu uporabu nadređenih pojmova poput kulture i tradicije. Da nešto ne postoji naprosto, a o tome ipak govoriti znači jednu specifičnu mogućnost, to smo u više oblika već napomenuli. Naime, (1) informacijsko doba sa svojim napuštanjem bitnog odnosa materije i forme nauštrb informacije kao biti, odnosno supstancije predmetnog i nepredmetnog svijeta omogućuju govor o 'nepostojećim stvarima' upravo zato jer informacijsko doba otvara prostor 'stvarnim' iluzijama, dez-informacijama, simulakrumima i drugim opsjenama čija bit nije neposredno očigledna, a poradi toga često nije predmetom rasprave. S druge strane (2) slika kao vrhovni komoditet informacijskog doba ili doba tehnosfere, odnosno društvenog spektakla dodatno osnažuje informacijsko-komunikacijski obrazac mišljenja kroz kolanje slika koje udaljavaju vlastiti predmet iz neposrednosti življenog iskustva u ekonomizirane i masovno distribuirane doživljaje otvorene ekonomskoj i drugoj eksploataciji.

Utoliko je baština posebna vrsta informacijske slike koja djeluje kao dodana vrijednost prošlosti, a koja se može ekonomski iskoristiti. U tome je pogledu sama baština kapital i to u posebnom smislu kojim Debord objašnjava stanje društvenog spektakla: „spektakl je kapital u stupnju akumulacije u kojemu on postaje slika“ (Debord 1999:47). Ono je krajnji kritički doseg

iza kojeg se narativ samog kritičkog studija baštine razvodnjuje u daljnje teorijske pre-elaboracije, poput autoriziranog baštinskog diskursa (Smith 2006:85 i dalje) kojemu se posvećuje previše (ne)opravdane pažnje iz nekoliko očiglednih razloga. Iako na prvi pogled izvršava pozitivnu implementaciju humanističkih perspektiva u razumijevanje znanstvenog diskursa, sam je pristup u bitnom smislu povezan s tradicijom empirizma i tehničkog jezika znanstvenih paradigmi unutar kojih se funkcionalnim pokazuje isključivo tip zatvorenih i samodostatnih kritičkih diskursa znanja koji izrastaju iz post-strukturalizma druge polovine prošlog stoljeća, a posebno, pak, Michela Foucaulta i njegove genealogije znanja. To znači da kritički studij baštine, utemeljen u francuskom post-strukturalizmu, nužnošću stvari baštinu opisuje diskursom. Ono što postaje istaknutim problemom, sagledamo li stvarne dosege kritičkih rasprava, jest da se mijenja samo okvir rasprave bez revalorizacije epistemičkih mogućnosti samog fenomena koji je – pokazali smo – dijelom mreže suvremenih načina iskorištavanja i konstrukcije smisla iz prošlosti, za sadašnjost i planiranje odnosa prema budućnosti, u pozitivnom ili negativnom smislu. Baština jest diskurs komodifikacije te je u informacijsko-komunikacijskom smislu njeno postojanje neosporna činjenica, iako je pogreška smatrati je procesom - što smo također prikazali u ranijim poglavljima - nego uvijek simptomom i rezultatom određenih suvremenih nastojanja. Analiza diskursa baštine pokazuje da se kritički nije dostigla granica rasprave o baštini te da će kritičko razumijevanje takozvanog 'rada baštine' (Smith 2006:13) stati ondje gdje je i epistemička granica mogućnosti analize diskursa, a što smo analizirali u uvodnim poglavljima određivanja pojma i fenomena baštine. Stekli smo, naime, određenje baštine kao slike kulturom određene prošlosti i to posebne slike. Slike, naime, kao komoditeta i specifične vrste umrežavanja, sistematiziranja i komuniciranja informacija s nekim učinkovitim ciljem – potrošnje. Važnost slikovnog obrata – koja s vremenom dobiva važno mjesto u humanističkim znanostima, poput povijesti umjetnosti, antropologije i filozofije – mora biti prepoznata mjestom metodičkog zaokreta u znanostima koje svoje mogućnosti utemeljuju u određenom razumijevanju i aproprijaciji metoda i načela temeljnih humanističkih znanosti. Keith Moxey ističe jednostavan, ali važan zaokret kritičkog interesa vizualnih studija kojima je, prema misli utemeljitelja W.J.T. Mitchella, svrha „artikulirati način na koji različiti mediji određuju svoj imaginarij“ (Purgar i Paić 2009:74). Dok je diskurs orijentiran na disciplinu, autoritet i ekspertizu (Smith 2006:14), studij slike i odmicanje od (logike) teksta i govora kao glavnog predmeta analize označen je analizom komunikativne uloge slika s posebnim naglaskom ne na puko širenje studiranja slika u okviru povijesti umjetnosti (od umjetničkih slika do reklama) već na prošireno razumijevanje i ulogu ljudske komunikacije i nebrojene učinke koje ostvaruje u svakodnevnom prostoru. Taj je

pristup simptomatičan i u bitnom smislu se može smatrati 'post-disciplinarnim' stoga što uzima u obzir uvjete i realizacije određenih fenomena i njihovih okruženja, a što kritičkim studijama diskursa više nije dostupno obzirom da živimo u dobu 'rada slika'. To znači, naime, kako analizirajući diskurs mi se uvijek nalazimo u a-posteriornom području životnih i kulturnih procesa poradi toga što su tekst i jezik - iako čine temelj ljudske komunikacije - određeni kao zakašnjenje, dok se slike i suvremena digitalna komunikacija odvijaju u 'stvarnom vremenu', a što u najmanju ruku epistemološki izjednačava sliku i jezik po važnosti (Purgar i Paić 2009:75). Dapače, metodička primjena slike na neki fenomen koji smatramo djelom slikovne proizvodnje može proizvesti iznimno važne kritičke učinke, što nije mogućnost koja postoji unutar analize diskursa i obzirom da jezik (zatvoren u tekstu) nikada ne izlazi izvan vlastite domene. Primijetimo stoga slijedeće: ustanovili smo kako je baština komoditet kojemu je izvor ljudska kultura, te u smislu u kojemu je slika vrhovni izraz akumulacije kapitala u suvremeno doba, baštinu smatramo slikom, sinonimnom s pojmom baštinska vrijednost ili vrijednost baštine (koja se ogleda u njenoj slici). Dapače, baština se dodatno reprezentira slikama u materijalnom (interpretacijska mjesta) i virtualnom (muzeju) smislu, a čitav sklop baštine i njene interpretacije čini doživljaj kao posebne potrošačke slike. U konceptu 'baštine baštine' naša je zadaća primijeniti neposredne spoznaje o slici kao civilizacijskom fenomenu (povijesno) i kulturnoj činjenici (suvremeno) na fenomen baštine shvaćen kao slika.

Ontološku razliku koja konstituira u njenoj predmetnosti pojam slike može se odrediti iz promatranja elementarne pojavnosti slike. Ona je površina na kojoj se događa određena reprezentacija koja može biti apstraktna i afirmirati površinu kao takvu ili reprezentacijska te afirmirati virtualne mogućnosti simuliranja prostornosti koja je recipročna uloženoj pažnji gledatelja. U oba slučaja slika se koristi ljudskom pažnjom, njenim mogućnostima i ograničenjima kako bi stvorila 'realne iluzije' o sebi kao fenomenu. Za praktične je, pak, discipline najveća opasnost u doba spektakla što im se teorijske premise pojavljuju kao slike. Odnosno, jednom kada kapitalom postane slika, nalazimo se u dobu u kojemu sve što jest (a sve jest slika) postaje predmetom moguće eksploatacije, ekonomske eksproprijacije u legitimacijski faktor određenih nastojanja. Pa tako i kritički poduhvati u teoriji završavaju slikama 'sretnog ujedinjenja' u smislu iznošenja kompleksnih modela podjela, analitičkih i statističkih alata i drugih informacijskih shema za proizvođenje slika [sic!] (usp. Graham 2004:122). Jednako tako, iste te slike postaju predmetom opravdanja praktičnih poduhvata koji se teorijom ne koriste kao kritičkim alatom za dostizanje cilja već kao legitimacijskim slikama vlastitih procesa u kojima se iskorištava čovjekova pažnja putem kompleksnog 'rada slika'.

„Slika svijeta, bitno pojmljena, ne misli stoga neku sliku o svijetu, već svijet poima kao sliku“ (Heidegger 1969:21). Kao druga strana medalje, dakle, ostaje nam i mogućnost kritičkog sumiranja iz pozicije koja nam govori kako slike u svojim mogućnostima mogu 'vidjeti' samo druge slike te kada komunikacija između pojedinaca postaje slikovna komunikacija nije pogrešno zaključiti da se komunikacija izvršava između slika. Baštinu baštine kao metodički koncept primjenjujemo stoga na način da se pri razumijevanju teorijskih i praktičnih problema baštine rukovodimo načelom sagledavanja cjelokupnog 'okoliša' problema kao spleta slika koji zajedno čine mogućnost postojanja nečega poput baštine u određenom kontekstu. Nećemo pritom zaobići i uspostavljanje nužnih definicija domene u kojoj govorimo o nekom baštinskom fenomenu uvijek promatrajući inherentnu 'površnost' našeg vlastitog diskursa koji se sam oblikuje kao slika. Razumijevanju površnosti diskursa možemo dalje pristupiti kao vrsti 'svijeta' ili 'slika' koje isporučuju, apstraktnih, virtualnih, simuliranih oblika komodificiranja pažnje koje zahtjevaju i tako dalje. Cilj nam je ovdje bio svagda odrediti kako nema jednoznačno lošeg i dobrog određenja suvremenog fenomena muzeja i baštine, već da upravo oni pripadaju suvremenosti kao jedinom bitnom određenju. Dapače, da suvremeno promišljanje muzeja i baštine i doba u kojemu se oni upravo i uspostavljaju kao žive institucije i znanosti određuje epoha društvenog spektakla i tehnosfere, odnosno vladavine slika s jedne te vladavine kibernetike s druge strane. U tom pogledu muzej, muzeologiju, baštinu i heritologiju treba promatrati kritički i njihovim pojmom operirati metodički (kao 'muzej svega', 'sve jest muzej', 'baštinski promatrati', 'baština svega', itd.), ali svagda izvan puke primjene na legitimacije iz povijesti već radije na svakodnevicu iz koje jedino možemo dobiti instruktivna načela za sagledavanje naših mnogostrukih povijesti i nasljeđa. Pokazati je pritom bilo bitno primjenu dosega suvremene humanističke znanosti na područje koje u načelu i s općim motivacijama jest društvena znanost baštinjenja humanizma, jer povijest posebice pripada upravo tom kulturnom fenomenu. Muzej je muzeja vodeći humanistički institut, a baština baštine upravo način kojim se formira njegov društveni rezultat.

7. Bibliografija

- 1. Adorno, Theodor i Horkheimer, Max (2002) The dialectics of enlightenment. Stanford: Stanford University Press.**
- 2. Alsayyad, Nezar (ur.) (2001) Consuming Tradition, Manufacturing Heritage: Global Norms and Urban Forms in the age of tourism. New York: Routledge.**
- 3. Babić, Darko (2009) „O muzeologiji, novoj muzeologiji i znanosti o baštini“, u: Vujić, Žarka i Špikić, Marko (ur.) Ivi Maroeviću Baštinici u Spomen. Zagreb: Zavod za informacijske studije Odsjeka za informacijske znanosti.**
- 4. Basu, Paul i Modest, Wayne (2014) Museums, Heritage and International Development. New York: Routledge.**
- 5. Baudrillard, Jean (1991) Simulakrumi i simulacija. Novi Sad: IP Svetovi.**
- 6. Baudrillard, Jean (2013) Simulacija i zbilja. Zagreb: Jesenski i Turk.**
- 7. Beller, Jonathan (2017) Kinematički način proizvodnje. Zagreb: Jesenski i Turk.**
- 8. Bey, Hakim (2011) Turisti i teroristi. Beograd: Utopia.**
- 9. Bowe, M. et al. (ur.) (2013) Heritage studies: stories in the making. Newcastle: Cambridge scholars publishing.**
- 10. Breglia, Lisa C. (2006) Monumental Ambivalence: The Politics of Heritage. Austin: University of Texas Press.**
- 11. Corsane, Gerard (2005) Heritage, museums and galleries. New York: Routledge.**
- 12. Crary, Jonathan (1990) Techniques of the observer. New York: MIT Press.**
- 13. Debord, Guy (1999) Društvo spektakla i Komentari uz društvo spektakla. Zagreb: Arkzin.**
- 14. Deleuze, Gilles (2010) Film 1: Slika-pokret. Zagreb: Bijeli Val.**
- 15. Dewdney, A. et al. (2013) Post-critical museology. New Your: Routledge.**
- 16. Fisher, Mark (2011) Kapitalistički realizam: ima li alternative?. Zagreb: Ljevak.**

17. Gorz, Andre (2015) Nematerijalni rad. Spoznaja, vrijednost i kapital. Zagreb: TIM Press.
18. Graham, B. et al. (2004) A geography of heritage. London: Arnold.
19. Gržinić, Marina (1998) U redu za virtualni kruh. Zagreb: Meandar.
20. Harju, Jari (2012) „Muzeji i teška kulturna baština“, u: Informatica Museologica Br. 1-4. Vol. 43.
21. Harvey, David C. (2001) „Heritage pasts and heritage presents“, u: International Journal of Heritage Studies Br.4. Vol.7.
22. Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (1964) Osnovne crte filozofije prava. Sarajevo: Veselin Maleša.
23. Heidegger, Martin (1969) Doba slike svijeta. Zagreb: Studentski centar.
24. Heidegger, Martin (1996) Kraj filozofije i zadaća mišljenja. Zagreb: Naprijed.
25. Hewison, Robert (1987) The Heritage Industry. London: Methuen.
26. ICOM (2018) Definicija muzeja. Web: https://icom.museum/wp-content/uploads/2019/01/MDPP-report-and-recommendations-adopted-by-the-ICOM-EB-December-2018_EN-2.pdf (14.5.2019).
27. Jencks, Chris (ur.) (2002) Vizualna kultura. Zagreb: Jesenski i Turk.
28. Lowenthal, David (1998) The heritage crusade. Cambridge: Cambridge University Press.
29. MacCannell, Dean (1973) „Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist setting“, u: American Journal of Sociology Br. 3 Vol. 79.
30. Maroević, Ivo (1992) „Uloga muzeologije i njezin doprinos temeljnim znanstvenim disciplinama“, u: Informatica Museologica Br. 1-2/1992.
31. Maroević, Ivo (1996) „Uloga muzealnosti u zaštiti memorije“, u: Informatica Museologica Br.3-4/1996.
32. Maroević, Ivo (1996) „Uloga muzealnosti u zaštiti memorije“, u: Informatica Museologica Br. 3-4/1996.

33. Maroević, Ivo (2005) „Razine muzealizacije vezane uz kulturnu baštinu“, u: *Informatica Muesologica* Br. 3-4. Vol. 36.
34. Mills, David (2010) *Difficult folk? A political History of Social Anthropology*. New York: Berghahn books.
35. Nikočević, Lidija (2012) „Kultura ili baština“, u: *Etnološka tribina* Br.35. Vol.42.
36. Paić, Žarko (2005) *Politika identiteta*. Zagreb: AntiBarbarus.
37. Paić, Žarko (2015) *Treća zemlja: tehnosfera i umjetnost*. Zagreb: Litteris.
38. Paić, Žarko (2019) *Tehnosfera 2: Crna kutija metafizike – kibernetika i apsolutno vrijeme stroja*. Zagreb: Sandorf/Mizantrop.
39. Pine, Joseph II i Gilmore, James H. (2011) *The experience economy*. Boston: Harvard Business Review Press.
40. Poria, Yaniv (2010) „The story behind the picture: Preferences for the visual display at heritage sites“, u: Watson, Steve (ur.) *Culture, Heritage and Representation: Perspectives on visibility and the past*. New York: Routledge Publishing.
41. Purgar, Krešimir i Paić, Žarko (ur.) (2009) *Vizualna konstrukcija kulture*. Zagreb: AntiBarbarus i Hrvatsko Društvo Pisaca.
42. Shannan Peckham, Robert (ur.) (2003) *Rethinking heritage*. New York: I.B. Tauris & Co.
43. Simmel, Georg (2001) *Kontrapunkti kulture*. Zagreb: Jesenski i Turk.
44. Sloterdijk, Peter (2000) „Pravila za ljudski vrt“, u: R.E.Č. – časopis za književnost i kulturu, i društvena pitanja, Br.57/2000.
45. Smith, Laurajane (2006) *The uses of heritage*. New York: Routledge.
46. Sorensen, Marie L.S. i Carman, John (2009) *Heritage studies: methods and approaches*. New York: Routledge.
47. Stiegler, Bernard (2009) *Technics and time II*. Stanford: Stanford University Press.

- 48. UNESCO (1982) Mexico City Declaration on Cultural Policies, World Conference on Cultural Policies, Mexico City, 1982.**
- 49. Van Mensch, Peter (1995) „Magpies on Mount Helicon“, u: Scharer, M. (ur.) Museum and community, ICOFOM Study Series 25.**
- 50. Virno, Paolo (2004) Gramatika mnoštva: prilog analizi suvremenih formi života. Zagreb: Jesenski i Turk.**
- 51. Wark, Mckenzie (2015) The spectacle of disintegration. New York: Verso Publishing.**
- 52. Wheeler, Daniel (1991) Art since mid-century: 1945 to the present. New York: Vendome Press.**
- 53. Zihlyae, Arseny (ur.) (2015) Avant-garde Museology. New York: e-flux classics.**

8. Sažetak

Muzej muzeja i muzej baštine - problemski pristup ekonomiji i epistemologiji baštinskih i muzejskih fenomena

Prijedlog u naslovu navedene teme proizlazi iz želje da se jednim istraživačkim radom objedine mišljenja o kretanjima suvremene muzeologije i baštinske teorije. Teza je ovog rada, naime, dvostrana. Sa jedne strane pretpostavlja se da je u razdoblju postmodernizma i globalizacije muzeologija postala predmetom tržišne ekonomije, turizma te u tom smislu zajedno sa teorijom baštine postala dijelom kulturne industrije u smislu vodećih društveno-znanstvenih (studijskih) trendova, managementa u kulturi, ekonomiji doživljaja, intelektualnom turizmu i sl. S druge strane, to znači da su svoje humanističke i prosvjetiteljske izvore, odnosno počela zadržali u sebi tek kao sliku, a što smatramo prihvaćenim simptomom tzv. stanja društvenog 'spektakla' u kojem izravno proživljeni fenomeni upravo zbog svoje efektivne potrošnje postaju komodificirani u 'slike' samih fenomena, kao 'doživljaji koji se mogu 'ponijeti kući'. Primarni cilj istraživanja ovako postavljene teze bio bi: (1) kontekstualizirati promišljanje uloge baštine i muzeja u suvremenom društvu s obzirom na teorijske koncepte društva spektakla, ekonomije pažnje, ekonomije doživljaja, simulakruma i simulacije i sl. te (2) analizirati diskurs muzeologije i baštinski diskurs u pogledu smjera u kojem se razvijaju spomenute discipline gdje presudnim postaju pitanja kulturne industrije, konkurentnosti i profitnosti, atraktivnosti i komodifikacije javnih dobara i perzistentnost problema autentičnosti, istine i epistemološke vrijednosti 'spektakularizirane baštine'. U zaključku ovog istraživanja ostaje nam pitanje može li postojati nešto poput Muzeja muzeja i kako nam upravo takav fenomen - shvaćen kao metoda - može pomoći u razumijevanju i kritičkom pristupu baštine i muzeologije kao simptomatičnog procesa proizvodnje slika, a što bismo mogli smatrati pristupom 'metodičkog muzeja'.

KLJUČNE RIJEČI: muzeologija, teorija baštine, spektakl, slika, muzej muzeja

9. Summary

Museum of the museum and the heritage museum – aporetic approach to the economy and the epistemology of heritage and museum phenomena

The introduction of the above mentioned theme stems from the authors wish to summarize in one place the thought which underlines contemporary museology and heritage theory. Thesis of this work is, therefore, twofold. On the one hand it supposes that in the age of postmodernism and globalization discipline of museology became subject to the economy, tourism and in that sense – along with heritage theory – represents an integral part of the culture industry in the sense of the leading socio-scientific academic trends in culture management, economy of experience and intellectual tourism, etc. On the other hand this means that the roots of the discipline in the sense of its radical humanism and enlightenment ideals were commodified into images. This image commodification is a common symptom of the so called state of the ‘society of the spectacle’ in which the immediate life experience becomes commodified into images for their utilization in the new economic forms of consumption: they are now the ultimate ‘take out’ experiences. The primary mission of this research which stems from above discussed is: 1) to contextualize the role of museums and heritage in the contemporary society with respect to the theoretical concepts of the society of the spectacle, economy of attention, economy of experience, simulacrum and simulation etc. and 2) to analyse the discourse of museology and heritage in the sense of direction in which the mentioned disciplines develop into symptoms of culture industry, competitiveness and profitability, attractiveness and commodification of public goods as well as the persistence of the problem of authenticity, truth and the epistemological value of ‘spectacularized heritage’. In the conclusion we are left with the question of can there be such a thing as the museum of the museum and how would a phenomena such as that – considered as a method – help us in better understanding of the critical values in heritage and museum theory and practice as a ‘methodological museum’.

KEYWORDS: museology, heritage theory, spectacle, image, museum of the museum