

Višesmjerna kulturno-društvena komunikacija u virtualnom okružju kao temelj zajedničkog djelovanja baštinskih ustanova

Željka Miklošević
zmiklose@ffzg.hr

Žarka Vujić
zvujic@ffzg.hr

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za informacijske i komunikacijske znanosti
Katedra za muzeologiju, Zagreb

Sažetak

Potreba uključivanja zajednice u djelovanje baštinskih institucija te sve veće mogućnosti informacijsko-komunikacijskih tehnologija, prvenstveno Interneta i Web-a 2.0, pozadina su modela baštinskog djelovanja u virtualnom okružju koje se obrazlaže u ovom prilogu. U konačnici cilj je uspostavljanje višesmjernе komunikacije među institucijama i njihovim korisnicima i time ostvarenje što je moguće cjelovitije interpretacije baštine, neovisno o instituciji u kojoj se ona čuva. Teorijsko uporište višesmjernе komunikacije pronađeno je u Kolbovom modelu iskustvenog učenja koji pretpostavlja veću participaciju korisnika u odnosu na sadržaj institucija. U prilogu se posebno obrazlaže konstruktivistička izložba kao pozitivan primjer pristupa i komuniciranja s virtualnim korisnicima. Uporaba svega toga u praksi može dovesti do jačanja suradnje među baštinskim institucijama, do veće participacije korisnika, te svakako do uspostavljanja ravnopravnijeg odnosa u području komuniciranja baštine, a koji će zamijeniti prevladavajući autorizirani diskurs.

Ključne riječi:

baština, višesmjerna komunikacija, društvene mreže, interpretacija, AKM sektor, Kolbov model iskustvenog učenja, konstruktivistička izložba

Uvod

Uglavnom se pri spomenu baštinskih institucija prvenstveno pomisli na muzeje, knjižnice i arhive, dakle tzv. AKM sektor, iako već neko vrijeme raste broj različitih drugih institucija koje se brinu o kulturnoj, pokretnoj ili nepokretnoj i prirodnoj baštini i/ili je samo komuniciraju na različite načine, bilo u fizičkom ili u virtualnom okruženju. Njima pripadaju interpretacijski centri koji se osnivaju većinom na arheološkim i spomeničkim lokalitetima, kulturni centri, tematski parkovi, izložbene galerije, te različiti oblici muzeja, arhiva i knjižnica i ostalih sličnih, manje ili više „institucionaliziranih“ oblika djelovanja na Internetu.

Muzeji, knjižnice i arhivi su kao javne institucije najduže prisutne u svijetu baštine, a osnivale su se od kraja XVII stoljeća kao jedan od društvenih oblika

djelovanja, ponajviše u urbanom okolišu, kako bi se pobrinule za opstanak kolektivnog pamćenja putem očuvanja naslijeđenih artefakata iz prošlosti. Ta njihova uloga se zapravo može smatrati vrlo čvrstim zajedničkim temeljem na koji su postavljene. No, tijekom vremena, uspostavile su se razlike u njihovom djelovanju i funkcijama koji su u konačnici doveli do razvoja zajednica korisnika koji očekuju različite usluge od svake od njih¹. Pojednostavljeno gledano, uzrok spomenutih razlika leži u različitoj vrsti građe koja je posljedično dovela do različitih načina organizacije i opisa zbirke. Za razliku od „artefakata znanja“, kakvim možemo smatrati primjerice knjige, i koji govore sami za sebe, 'kulturni artefakti'

¹ Jennifer Trant, "Emerging convergence? Thoughts on museums, archives, libraries, and professional training", *Museum Management and Curatorship* br. 24, 4 (2009): 370.

zahtijevaju interpretaciju². Osim toga, još je uvijek velika većina muzejskih predmeta sigurno smještena u depoe, daleko od očiju korisnika, a njihova se prezentacija događa isključivo odlukom odgovorne osobe u muzeju ili na zahtjev društvene zajednice. Pri tome je moguće da neki predmeti, neki dijelovi fundusa, to nikada ne dožive.

Nema dvojbe kako su se prije pojave i prihvaćanja informacijskih tehnologija i novih medija baštinske institucije međusobno razlikovale prema svojim funkcijama, posebice po načinima na koje su pružale usluge korisnicima. U odnosu na pristup građi, knjižnični katalogi oduvijek su bili organizirani kako bi omogućili što bolji samostalni pristup korisnicima, u arhivima je uvelike bila potrebna pomoć stručne osobe, a u muzejima je katalog fundusa bio namijenjen prvenstveno kustosima. Sabiranje jedinstvenih, te stoga i intelektualno i novčano vrijednih predmeta i njihova interpretacija doveli su u muzejima do zaštite ne samo materijalnosti predmeta, nego i zaštite intelektualnog vlasništva nad informacijama o njima. Posredovanje značenja u muzejima rezultat je dijakrone kustoske interpretacije u odnosu na različite predmetne odnose, grupe i interakcije, te se razlikuje od najčešće individualne interpretacije baštinskih predmeta u knjižnicama i arhivima. Stoga je to posredovanje od velike važnosti, a njihova edukacijska uloga tim veća. Uz to, korištenje knjižničnih i arhivskih resursa je individualno, dok je muzejski posjet i planiran i realiziran tako da može biti i individualno i grupno iskustvo.

No, u zadnjih nekoliko desetljeća ipak primjećujemo sve manje razlika između baštinskih institucija, budući da je porastao broj i način usluga koje pružaju, što se odrazilo i na veću suradnju na zajedničkim programima kao što su tematske izložbe, poveznice na muzejskim i knjižničnim internetskim stranicama kojima se korisnici upućuju na različite izvore informacija i sl. Uvođenje informacijskih tehnologija potaknulo je standardizaciju dokumentacijskih praksi, digitalizaciju baštinskih predmeta, a korištenje novih medija omogućilo je i veću dostupnost informacija, posebno na virtualnim inačicama institucija.

Baštinske institucije i novi mediji

Danas je gotovo nemoguće pomisliti da bi muzeji i druge kulturne ustanove mogli ignorirati važnost svoje prisutnosti na Internetu. Posebno stoga što mlađe generacije gotovo da smatraju nepostojećim ono što se ne nalazi na mrežnim stranicama. No, od početka korištenja, Internet je svojim specifičnim karakteristikama muzejskom kontekstu postavljao izazovna pitanja koja ni danas nisu do kraja pronašla svoje odgovore.

Pobornici novih medija vide upotrebu Interneta u muzejima kao jedan od načina na koji se tradicionalno djelovanje institucije, okrenuto prvenstveno muzeološkoj funkciji zaštite (u širokom opsegu, od sabiranja do fizičke zaštite i sigurnosti zgrada), može modernizirati, još više otvoriti zajednici unutar koje postoji i time postati učinkovitijim. Oni, pak, nepovjerljivi prema transformativnim obilježjima novih medija, strahuju od mijena koje prijete ustaljenoj praksi i načinima razmišljanja koji, između ostalog, počivaju na kulturnom autoritetu institucija.

Iako je već od ranih dana Interneta digitalnost brisala razlike između autora i korisnika mrežnog sadržaja³, Web 2.0 paradigma joj je dala dodatni moment. Trenutačni pristup, mogućnost prilagođavanja i dijeljenja materijala, društvena povezanost putem mreže kontakata i sposobnost stvaranja kompleksnih veza između domena znanja u višestrukim, nepostojanim medijima, karakteriziraju nove obrasce stvaranja znanja koja se događaju u digitalnom okruženju. U takvom medijskom kontekstu korisnici ujedno postaju i autori, budući da su im omogućeni gotovo neiscrpnim načini ponovnog traženja, kontekstualiziranja i oblikovanja znanja u javne konfiguracije koje se temelje na osobnom značenju⁴. Umreženu generaciju Lorenzo i suradnici (Lorenzo et al) opisuju kao onu koja se osjeća ugodno i samouvjereno u digitalnom ambijentu. Njeni članovi neprestano su povezani s informacijama i među sobom, oni ne samo da koriste informacije, već ih i stvaraju u prerađuju. Otvoreni pristup

² Hannah Gibson i dr., „Links between Libraries and Museums: Investigating Museum-Library Collaboration in England and the USA“, *Libri* br. 57 (2007): 56. Tu, međutim, valja napomenuti da i knjige protjekom vremena i s dodavanjem značenja i promjenom u materijalnosti, itd. postaju „kulturnim artefaktima“.

³ Rana nazočnost muzeja na Internetu, jednako kao i preispitivanje definicija i tipologija virtualnih muzeja dano je u prilogu Ž. Vujić, „Istraživanje prezentiranja etnografskih muzeja na Web-u“, *Etnološka istraživanja* br. 7 (2001): 79–101.

⁴ Siân Bayne i dr., „Objects, subjects, bits and bytes: learning from the digital collections of the National Museums“, *Museum and Society* br. 7, 2 (2009): 110.

omogućuje korisnicima preuzimanje, prerađivanje i ponovno objavljivanje postojećih digitalnih materijala. Pri tome su pristup i razmjena informacija gotovo trenutačni⁵.

Unatoč mnogim navedenim prednostima koje korisnicima virtualnih prostora pružaju društveni mediji, čini se da muzeji ne koriste u potpunosti mogućnosti koje pružaju tehničke datosti i osnovna zamisao takvih medija, a što bi moglo dovesti do veće kolaboracije između muzejske institucije i njezinih korisnika. Rezultati istraživanja pokazuju kako muzeji shvaćaju važnost društvenih medija⁶ no ne koriste ključne elemente kao što su, primjerice, samostalno korisničko kreiranje sadržaja i dijalog između pripadnika struke i zajednica korisnika. Naime, većina muzeja koristi društvene mreže kao jednostranu komunikacijsku strategiju radi objave događaja i podsjetnika na događanja u fizičkom muzeju⁷. Općenita uloga prisutnosti muzeja na društvenim mrežama i korištenje Web 2.0 alata je, dakle, prvenstveno promocijska, odnosno glavni joj je cilj priprema za fizički posjet muzeju. Ovu tvrdnju moguće je sagledati i iz druge perspektive. Posjet stvarnom muzeju i mogućnost ostvarivanja kontakta s trodimenzionalnim predmetima i muzeografskim pomagalicama, ali i s drugim ljudima, mogao bi postati dominantni razlikovni element muzeja u odnosu na one druge ustanove čiji će sadržaji biti potpuno digitalizirani. Nema dvojbe kako će muzeji ostvarivati i već ostvaruju prihod upravo na toj razlici. Kako je svojedobno rekao poznavatelj upravljanja muzejima i ravnatelj Nacionalnog muzeja nogometa u Prestonu Kevin Mor (Kevin Moore), doba muzeja, pa čak i potrebe za nekom od njegovih funkcija, možda će prestati. No, potreba za osiguranjem svima dostupnog istraživanja značenja našeg materijalnog svijeta uvijek će

postojati⁸. I tu muzeji sa svojom trodimenzionalnom građom doista mogu biti u prednosti pred drugim institucijama.

No, neki od njih nastoje ostvariti prednost i u digitalnom okruženju i tako su uključili u svoje virtualne ekvivalente mogućnost određenih oblika participacije⁹, primjerice kao što je *tagiranje*, čime nastoje imenovanje predmeta prema znanstvenom vokabularu proširiti laičkim terminima, te tako omogućiti pretraživanje podataka prema onim ključnim riječima koje odražavaju mentalne kategorije korisnika¹⁰. Tu je i *blog*, još jedan oblik društvenih medija koji svoju primjenu nalazi u virtualnim proširenjima muzeja. Glavni sadržaj muzejskih blogova proizvode institucije, dok su komentari korisnika zapravo popratni dio institucijskog diskursa¹¹. Nažalost, laičke interpretacije muzejskih predmeta nisu još dosegle virtualne muzeje. Razlog tome su već spomenuta posesivnost, autoritet institucije u kulturnoj komunikaciji, te nevoljko prihvaćanje korisnika kao ravnopravnog sugovornika.

Priče o predmetima koje korisnik želi podijeliti, i ako postoje, udaljene su od mrežnih stranica muzeja. Dobar primjer poticaja za suradničko stvaranje znanja je wiki stranica Tehničkog muzeja u Londonu. Uz muzejske informacije o pojedinom predmetu, korisnicima je omogućeno dodati ono što znaju o tipu predmeta ili svoja sjećanja na njega¹². Iako predstavlja konvergenciju institucionalnih i pojedinačnih načina stvaranja znanja, wiki stranica ostaje samo na akumuliranju informacija i njihovoj prezentaciji, no ne i na njihovoj aktivaciji.

U edukacijskom smislu, primjer Galerije Tejt Britan (Tate Britain) u Londonu dosega je puno veći stupanj integriranosti muzejske zbirke i tehnoloških pogodnosti društvenih medija. Stranice Galerije posvećene djeci (*Tate Kids*) kombinacija su statičkih i dinamičkih elemenata (Web 1.0 i Web 2.0 alata) koji omogućuju višerazinski pristup sadržaju – od čitanja

⁵ G. Lorenzo i dr., „How Choice, Co-Creation, and Culture Are Changing What It Means to Be Net Savvy“, *Educause Learning Initiative*, Paper 4 (200): 2, <http://www.educause.edu/ir/library/pdf/ELI3008.pdf> (preuzeto 22. 5. 2012).

⁶ Ovdje je prvenstveno riječ o američkim muzejima, te o Facebooku i Twitteru kao društvenim mrežama pogodnim za oglašavanje.

⁷ Adrienne Fletcher, *Results for the social media museum research survey* (Georgia Museum of Art, 2010) <http://gmoa.blogspot.com/2010/03/museums-and-social-media.html> (preuzeto 30. 5. 2011); N. Holdgaard, „The Use of Social Media in the Danish Museum Landscape“, u *Museums and the Web 2011: Proceedings*, urednici J. Trant i D. Bearman (Toronto: Archives & Museum Informatics, 2011), http://conference.archimuse.com/mw2011/papers/the_use_of_social_media_in_the_danish_museum (preuzeto 24. 5. 2012).

⁸ Kevin Moore, „Upravljanje muzejima u nerazumno doba“, *Informatica museologica* br. 33, 1–2, (2002): 21.

⁹ Participacija na muzejskim mrežnim stranicama kreće se od najniže razine, kao što je ocjenjivanje (sviđa mi se, ne sviđa mi se) do trenutno najviše razine, primjerice komentara i to najčešće na blogu.

¹⁰ Dobar primjer za to je *Indianapolis Museum of Art*, SAD, <http://www.imamuseum.org/art> (preuzeto 12. 6. 2011).

¹¹ *Powerhouse Museum*, Sydney, Australia, <http://www.powerhousemuseum.com/collection/blog/> (preuzeto 12. 6. 2011); *Kuća Anne Frank*, Amsterdam, Nizozemska, <http://www.annefrank.org/en/Museum/Exhibitions/New-diary-room/> (preuzeto 3. 7. 2012).

¹² *Science Museum*, London, Velika Britanija, <http://objectwiki.sciencemuseum.org.uk/wiki/Home> (preuzeto 12. 6. 2011).

interpretacija do odgovora na pitanja o umjetničkim djelima i igrice primjenjive na umjetnička djela iz digitalnih muzejskih zbirki, stvaranje osobne galerije s djelima iz fundusa, te samostalno kreiranje i pohranjivanje sadržaja u vlastiti virtualni prostor na stranicama Galerije. Društveni aspekt je omogućen pregledavanjem i komentiranjem osobnih sadržaja od strane drugih korisnika, no sadržaj i teme koje je sama Galerija zadala ne izlazi iz područja likovne umjetnosti. Usmjerenost na estetske doživljaje, te znanstvene informacije i kulturne informacije o umjetničkim predmetima na kojima se temelji učenje i, općenito, iskustvo učenja samo je jedan aspekt muzejske edukacije koja može voditi prema kompleksnijim komunikacijskim oblicima ukoliko uključuje i povezivanje znanstvenih i kulturnih informacija u sveobuhvatniji društveni kontekst.

I dok je na hrvatskoj muzejskoj sceni upotreba Web 2.0 ograničena na prisutnost muzeja na Facebooku, te u vrlo malom broju slučajeva otvaranjem bloga, u svjetskim muzejima, posebno američkim i zapadnoeuropskim, Web 2.0 tehnologija se sve više koristi na muzejskim mrežnim stranicama. No, pitanje i dalje ostaje koliko je tehnologija prihvaćena samo radi objavljivanja novosti i poticanja reakcija koje se tiču ocjenjivanja usluga, a koliko poradi istinskog uključivanja korisnika u djelovanje institucija.

Knjižnice su, s druge strane, prigrlile Web 2.0 tehnologije u širokom rasponu mogućnosti koje ona nudi¹³. Karen Kojl (Karen Coyle) Knjižnicu 2.0 smatra zanimljivom pojavom iz razloga što knjižnice time proširuju raspon usluga u kojima knjižnični katalog prestaje biti primarna usluga za korisnike, te stoga što se uporabom novih informacijskih tehnologija u katalogu, ali i u ostalim uslugama na internetskim stranicama, uključuju društveni aspekti informacija, poput komentara, preporuka i tagiranja¹⁴. Katalog koji dozvoljava kreiranje korisničkog sadržaja je veliki pomak od muzejskog kataloga koji je, zbog isključivo kustoske interpretacije predmeta, pod velikom kontrolom muzejskih stručnjaka.

Široka primjena bloga na knjižničnim stranicama radi generiranja interesa za specifične teme,

oglašavanje gostovanja pisaca, radionica i sličnih događaja, te društvenih mreža poput Facebooka, kako bi se institucija na osobnijoj razini povezivala s korisnicima, i dalje se zasniva više na institucionalnoj komunikaciji. *Bookmarking* i *tagiranje* su opcije koje se u knjižnicama puno više koriste nego u muzejima, a prvenstveno služe kao alati u organizaciji sadržaja, te za korisničko posredovanje u pronalaženju informacija. Dobar primjer za to pruža platforma LibraryThing¹⁵ koja nudi kombinaciju knjižničnih podataka, ali i društvenih informacija. Na personaliziranim korisničkim stranicama se također mogu pronaći tagovi te čak i poveznice na razgovore o knjizi, što je i glavna zamisao baštinske komunikacije. Još jedan zanimljiv primjer kao indikacija smjera u kojem bi trebalo razvijati komunikaciju s korisnicima na temelju baštine predstavlja Britanska knjižnica (British Library) s projektom Georeferenciranje (*Georeferencing*) u kojem su korisnici bili u mogućnosti istražiti povijesne karte i pronaći njihove suvremene geografske položaje¹⁶.

Upravo je potencijal za dublju interakciju s kulturnim sadržajem i znanjem zajednice ono što društveni mediji mogu omogućiti svojim korisnicima, no to zahtijeva interpretacijski napor i kontinuirani komunikacijski angažman institucija.

Iz prethodno navedenih primjera evidentno je da intelektualne barijere prema korisnicima i dalje postoje, budući da su prezentirani informacijski resursi temeljeni na intelektualnoj tradiciji onih koji njima upravljaju¹⁷. Stoga bi platformu AKM ustanova trebalo uspostaviti na interpretacijama baštinskih tema i to reprezentiranim putem novih medija koji bi omogućili višesmjernu kulturu komunikacije. Upravo bi ona institucije jače povezala s korisnicima, ali i međusobno.

Teorija konstruktivističkog učenja primijenjena na muzejskoj izložbi – temelj za interpretacijsku platformu u virtualnom AKM okruženju

Paradigmatska promjena u muzejima postala je evidentna kada je od komuniciranja poruka publici došlo do pozivanja na sudjelovanje, od koncepta

¹³ Alton Y. K. Chua i Dion H Goh, "A study of Web 2.0 applications in library websites", *Library & Information Science Research* br. 32 (2010): 203–211; Ari-Veikko Anttiroiko i Reijo Savolainen, "Towards Library 2.0: The Adoption of Web 2.0 Technologies in Public Libraries", *Libri* br. 61 (2011): 87–99.

¹⁴ Karen Coyle, "Managing Technology! The Library Catalog in a 2.0 World", *The Journal of Academic Librarianship* br. 33, 2 (2007): 290.

¹⁵ *Library Thing*, <http://www.librarything.com> (preuzeto 10. 2. 2013).

¹⁶ Britanska knjižnica, *Projekt Georeferencing*, <http://www.bl.uk/maps/georeferencingmap.html> (preuzeto 13. 2. 2013).

¹⁷ Jennifer Trant, "Emerging convergence? Thoughts on museums, archives, libraries, and professional training", 374.

izvrsnosti koji se usredotočuje na muzejski objekt na izvrsnost procesa i iskustva u istoj mjeri kao i objekata, od „*hladnih*“ mjesta intelektualnosti do *toplih*“ mjesta životnosti¹⁸.

Barbara Kiršenblatt Gimblet (Barbara Kirshenblatt Gimblett) novu muzeološku paradigmu opisuje kao niz promijenjenih odnosa u muzejskoj komunikaciji. Informativnost koju su uglavnom prenosili sami predmeti, taksonomski izloženi prvenstveno kao originalni predmeti sa svojom austom autentičnog, postali su jednako važni koliko i *zamjenski predmeti* koji nude interpretiranu informaciju, a izložbe su postale više zasnovane na priči nego samim predmetima. Doživljajna strana izložbe je s intelektualne proširena u osjećajnu, potičući emocionalni angažman sukladan scenografskim i narativnim izložbenim instalacijama¹⁹.

U takvim okolnostima, muzejski predmet kao materijalna, kulturna činjenica je izmješten iz središta promišljanja o prezentaciji, a zamjenjuje ga interpretacija, ključni pojam muzejskog djelovanja u posljednjih dvadeset godina. Interpretacija, kao što Gimblet pokazuje, dovodi do nastajanja muzejske institucije koja putem inscenacije, asocijacije, evokacije i kreativnosti korisnicima omogućuje, uz kognitivni, i emocionalni doživljaj, te identifikaciju temeljenu na slobodnom izboru sadržaja, izvora informacija, te intrinzičnoj potrebi i želji za stjecanjem znanja i spoznaja kao dijela informalnog, cjeloživotnog obrazovanja.

Promijenjena paradigma u smislu uravnoteženja odnosa između pristupa koji je fokusiran na objekt (muzejski predmet) i onog koji je fokusiran na subjekt (muzejski korisnik) dovela je i do redefiniranja medija muzeja kao isključivog stvaratelja značenja koji u jednosmjernom komunikacijskom modelu emitira poruke korisnicima.

Svijest o korisnicima kao pojedincima, prije nego homogenoj cjelini, koji na različite načine iščitavaju muzejske poruke, stvorila je uvijete za uspostavljanje recipročnosti između onih koji „*šalju*“ i onih koji „*primaju*“, odnosno, pomak od isključivog istraživanja materijalne kulture na načine na koje ljudi shvaćaju i prihvataju značenja stvorena u muzejima.

¹⁸ David Anderson, "Networked Museums in the Learning Age", *Cultivate Interactive* 2 (2000), <http://www.cultivate-int.org/issue2/networked/> (preuzeto 22. 5. 2012).

¹⁹ Barbara Kirshenblatt-Gimblet, "The museum as catalyst", u *Museum 2000: Confirmation or Challenge?*, ur. Per-Uno Agren (Stockholm: Svenska Museiforeningen, 2001), 4–7.

Interpretacija materijalne i nematerijalne baštine ključna je točka muzejske djelatnosti koja se od sredine XX stoljeća promatra kao društveno relevantna, ne samo kulturno značajna karakteristika muzeja. Osim toga, „*orijentiranost na korisnika*“ zahtjeva potpuno novu filozofiju znanja, što po muzej ima vrlo značajne implikacije²⁰.

Jedna od njih je i promjena definicije muzeja, pa i muzejskog predmeta. Elaine Hojman Gurian (Elaine Heumann Gurian) tvrdi kako muzejski predmeti nisu središte muzeja, iako se u najvećem broju slučajeva nalaze u temeljima njegove definicije. Po njoj, muzej je „*mjesto koje skladišti sjećanja i prezentira i organizira značenja u nekom osjetilnom obliku*“. Jednako je važna fizička datost prostora koliko i sjećanja i priče koje su u njemu ispričane²¹. Ovakav značajan pomak u viđenju i definiranju muzeja već jasno pokazuje kako su priče (narativi) i načini na koje ih muzeji predočuju zamijenili „*tvrde*“ informacije koje donosi kustosko stručno oko, a kako kaže Gurian „*vlasništvo nad pričom*“ potiče mnoge rasprave više nego sam predmet²², budući da su priče element koji približava korisnike različitim kulturno-društvenim kontekstima, stimulirajući time individualnu identifikaciju i motivaciju za stjecanjem znanja²³.

Orijentacija na korisnike, odnosno transformacija od linearnog prema dinamičnom komunikacijskom modelu, korespondira sa suvremenim obrazovnim teorijama u kojima se transmisijski proces učenja, odnosno poučavanje određenog korpusa znanja, zamjenjuje teorijom koja u središte spoznajnog procesa stavlja pojedinca, odnosno onog koji uči i koji postaje važnijim od samog gradiva. Primat se u takvom pristupu, pa stoga i u suvremenim muzejskim praksama koje ga slijede, daje prije svega iskustvu pojedinca i društvenom kontekstu u kojem se učenje događa. Društvena interakcija čini temelj socio-kulturne i konstruktivističke teorije učenja koja je, osim u općim pedagoškim

²⁰ David Anderson, "Networked Museums In The Learning Age", *Cultivate Interactive* br. 2 (2000), <http://www.cultivate-int.org/issue2/networked/> (preuzeto 15. 6. 2010).

²¹ Elaine Heumann Gurian, "What is the object of this exercise? A meandering exploration of the many meanings of objects in museums", *Humanities Research* br. 8, 1 (2001): 25.

²² Isto, 26.

²³ Scott G. Paris i Melissa J. Mercer, "Finding Self in Objects: Identity Exploration in Museums", u *Learning Conversations in Museums*, ur. G. Leinhardt, K. Crowley i Knutson K. Mahwah (N. J.: Lawrence Erlbaum, 2002), 401–423.

razmatranjima suvremenog učenja, zastupljena i u literaturi o učenju u muzeju²⁴. Primjeri koji se prezentiraju imaju utjecaj na mijenjanje svijesti i percepcije korisnika ako dolaze iz poznatog kulturno-društvenog konteksta i doticaja s otprije poznatim iskustvom²⁵.

Istraživanja pokazuju da muzejski korisnici odabiru upravo one muzeje čiji se tematski okvir podudara s njihovim osobnim interesima²⁶, te da „asimiliraju događaje i promatranja u mentalne kategorije koje su od osobnog značenja i svojstava, a koja su određena događajima iz njihova života prije i nakon muzejskog posjeta“²⁷.

Bez obzira jesu li to obitelji, individualni korisnici ili odrasli parovi, muzejski korisnici dijele mišljenje da su najbolji muzeji oni koji nude raznoliki zanimljiv materijal, privlače pažnju korisnika različitih dobnih skupina, različite razine obrazovanja, osobnih interesa. Nadalje, od muzeja očekuju pružanje mogućnosti za uspostavljanje osobnih poveznica s predmetima, temama i iskustvima, mogućnosti uključivanja u aktivnosti koje nadilaze promatranje, te konačno, mogućnosti i prilike za međusobnu podjelu iskustva i mišljenja, ukoliko su pripadnici skupine.

Sve ove karakteristike pokazuju da korisnici žele imati izbor i sami izabirati muzejski sadržaj, uključiti se i biti aktivni sudionici u iskustvu. Često prepoznaju tehnologiju kao rješenje koje omogućava veću interakciju i slojevitije informacije – njihovu količinu, vrstu i način prezentacije²⁸.

Principi konstruktivističkog učenja na muzejskim izložbama, dakle, korespondiraju s mogućnostima koje pružaju društveni mediji (Tabela 1).

Motiviranje iskustva koje se temelji na istraživanju značenja baštinskih objekata, korisničko upravljanje sadržajem koje stimulira kreativnost, verbalno i vizualno izražavanje, te poticanje svijesti o

Konstruktivističke izložbe	Društveni mediji
Slobodan izbor	Slobodan izbor
Mnogostruke polazne točke	Mnogostruke polazne točke
Nespecificiran način obilaska	Nespecificiran način obilaska
Utemeljenost na prethodnom znanju i iskustvu	Utemeljenost na prethodnom znanju i iskustvu i interesima
Upravljanje sadržajima od strane korisnika	Upravljanje sadržajima od strane korisnika
Posjet u osobnom vremenu, dio strukturiranog edukativnog iskustva	Posjet u osobnom vremenu, dio strukturiranog edukativnog iskustva
ili provođenja slobodnog vremena	
Prezentirano više gledišta, muzej je autoritet	Ponudeno više gledišta, nejasan autoritet muzeja
Materijali koji omogućuju eksperimente, pretpostavke, zaključke	Programi koji omogućuju eksperimente, pretpostavke, zaključke
Korišteni u slobodno vrijeme za zabavu, učenje	Korišteni u slobodno vrijeme za zabavu, učenje
Teško se ažuriraju	Lako se ažuriraju, konstantno mijenjaju

Tabela 1: Usporedba konstruktivističke izložbe i karakteristika društvenih medija (Kelly 2009)

(tabela preuzeta iz: Kelly, Linda. “The Impact of Social Media on Museum Practice“. Rad predstavljen skupu u National Palace Museum, Taipei, 20. 10. 2009), <http://australianmuseum.net.au/document/The-Impact-of-Social-Media-on-Museum-Practice> (preuzeto 4. 7. 2012).

baštini u analitičkom i dijaloškom pristupu označava proces koji je vrlo blizak modelu iskustvenog učenja Dejvida Kolba (David Kolb) (Slika 1).

Iskustveno se ovdje prvenstveno koristi kao odmak od striktno kognitivnog pristupa učenju s jedne, i biheviorističkog pristupa s druge strane. Kolbova teorija iskustvenog učenja definira učenja kao proces kojim se znanje stvara transformacijom iskustva²⁹.

Središnja misao ovog četverostupanjskog modela je jednostavan opis ciklusa učenja koji pokazuje kako se iskustvo pretiče kroz refleksiju u koncepte, koji se

²⁴ George Hein, *Learning in the Museum* (London: New York: Routledge, 1998); John H Falk i Lynn D. Dierking, *Museum Experience* (Washington, D.C: Whalesback Books, 1998); John D. Bransford i dr., *How people learn: brain, mind, experience, and school* (Washington, D.C : National Academy Press 2000); Michael Glassman, “Dewey and Vygotsky: Society, Experience, and Inquiry in Educational Practice”, *Educational Researcher* br. 30, 4 (2001): 3–14.; E. Hooper-Greenhill, *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance* (London: New York: Routledge 2007).

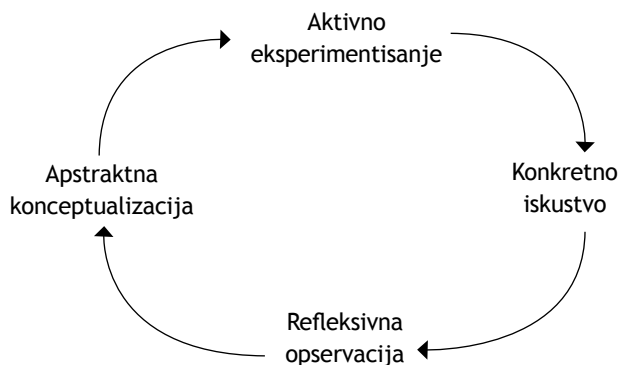
²⁵ Ernst von Glassersfeld, “A Constructivist Approach to Teaching”, u *Constructivism in Education*, ur. Leslie P. Steffe i Jerry E. Gale (London; New York: Routledge, 1995), 3–16.

²⁶ John H Falk i Lynn D. Dierking, *Museum Experience* (Washington, D.C: Whalesback Books, 1998).

²⁷ Isto., 123.

²⁸ John H Falk i Lynn D. Dierking, *Museum Experience* (Washington, D.C: Whalesback Books, 1998).

²⁹ David A. Kolb, *Experiential Learning – Experience as the Source of Learning and Development* (N. J.: Prentice Hall Inc, 1984), 30.



Slika 1: Kolbov model iskustvenog učenja (Kolb 1984)

(model preuzet iz: David A. Kolb, *Experiential Learning - Experience as the Source of Learning and Development* (N. J.: Prentice Hall Inc., 1984))

onda dalje koriste kao smjernice za aktivno eksperimentiranje i odabir novih iskustava. Četiri stupnja su zapravo oblici doživljaja (konkretna iskustva i apstraktna konceptualizacija) i transformacije iskustva (refleksivna opservacija i aktivno eksperimentiranje) što zajedno vodi do učenja. Neposredna konkretna iskustva su temelj refleksivnih opservacija. Promišljanje se asimilira u apstraktnu konceptualizaciju iz čega se razvijaju nove implikacije koje se, pak, mogu testirati aktivnim eksperimentiranjem, što vodi do stvaranja novih iskustava. U iskustvu doživljaja svaki će pojedinac nove informacije prihvaćati doživljavanjem konkretnog – osjetilima vida, sluha, dodira, ili promišljanjem, analiziranjem, organizacijom sadržaja putem simboličke reprezentacije, odnosno apstraktnom konceptualizacijom. Isto tako će transformacija iskustva za neke biti promatranje o tuđim praksama (refleksivna opservacija), dok će neki i sami aktivno djelovati (aktivno eksperimentiranje).

Slijedeći Kolbov model, strategije komuniciranja baštinskih institucija u mrežnom okruženju mogu se zasnivati na dovoljno široko razrađenom tematskom sadržaju zajednički oblikovanom od strane sve tri institucije i prezentiranom putem različitih medijskih oblika – od narativnih (tekst), preko interaktivnih (hiperlinkovi, audio-video materijali), adaptivnih (igrice, simulacije), kreativnih (alati za stvaranje ili dodavanje sadržaja – tekstualnog, vizualnog ili multimedijskog) do onih komunikativnih (forumi, komentari)³⁰.

Proces komunikacije započinje korisničkim odabirom teme vezane za baštinu, te samostalnim istraživanjem svih informacijskih resursa koji su ponuđeni na stranicama svih institucija, čime korisnici dobivaju neposredno iskustvo baštine. Polazište može biti bilo koji odabrani baštinski predmet ili fenomen, bilo da se nalazi u arhivu (povelja, dokument osnivanja nekog obrta), knjižnici (tematski vezane knjige, članci u časopisima, grafički materijal) ili muzeju (predmeti u zbirkama).

Samostalno promišljanje i analiza materijala mogući su motiviranjem daljnjeg istraživanja baštinskih resursa koji pružaju različite kontekste. Arhivi će tako biti u mogućnosti ponuditi izvornu dokumentaciju obiteljske ili društvene ostavštine što će ponovno tvoriti osnovu za istraživanje tema koje proizlaze iz prvotne zamisli. Muzeji će omogućiti istraživanje predmete stvarnosti koja se estetskim ili pak kulturno-povijesnim poveznicama veže uz promatranu temu, dok će knjižnice dati uvid u svu literaturu relevantnu za spomenute teme. Kreativnost je komunikacijska strategija od najveće važnosti u procesu stjecanja znanja o baštini, budući da je najveći stupanj korisničke samostalnosti u korištenju baštinskih resursa. Moguće ju je aktivirati ili putem prethodno osmišljenih alata koji omogućuju pričanje osobnih priča, manipulaciju digitalnog materijala u novim kontekstima, samostalno spajanje različitih resursa u jednu priču i sl. Kreativnost također obuhvaća i društvenu interakciju, odnosno dijeljenje sadržaja s ostalim sudionicima u procesu.

Cilj ovakvog načina prezentacije i korištenja sadržaja AKM institucija je stvoriti uvijete za iskustvo baštinskih predmeta u virtualnom ambijentu koje će se temeljiti na kulturnoj, te posebno društvenoj kontekstualizaciji putem osobnih asocijacija i promišljanja o značenjima muzejskih predmeta u suvremenom životu. Web 2.0 alatima omogućava se mrežna suradnja potičući i podržavajući društveno relevantno učenje, odnosno takozvanu „zajednicu učenja“³¹. No, isto tako ovakvim se pristupom osigurava korisniku dublje i sveobuhvatnije povezivanje ne toliko sa samom institucijom koliko s potencijalom za kreativno i inovativno komuniciranje putem baštine.

³⁰ Diana Laurillard, *Rethinking University. Teaching A conversational framework for the effective use of learning technologies* (London: New York: Routledge, 2002), 83–160.

³¹ Etienne Wenger i dr., Snyder, *Cultivating Communities of Practice* (Boston: Harvard Business School Press, 2002), 23–47. Široko shvaćena, zajednica učenja je bliska zajednici prakse koju Leve i Wenger definiraju kao skupinu ljudi koja dijeli probleme, promišljanja ili entuzijazam za neku temu i koja produbljuje svoje znanje i stručnost u pojedinom polju strukovnosti konstantnom međusobnom interakcijom.

Umjesto zaključka: prema deautorizaciji baštinskog diskursa

Prijenos analognih interpretacijskih praksi u digitalne nosi sa sobom pitanja koja se tiču same definicije baštinskih institucija i njihovih specifičnosti. Uzimajući za primjer kontekst muzeja, vrlo mali broj njih je iskoračio u prostore zajednice lomeći svoje čvrste granice između stručnosti i laičnosti kako bi kulturnu, materijalnu i nematerijalnu stvarnost postavio u središte koncentričnih krugova mogućih procesa koji bi doveli do stvaranja višestrukih, ali jednakovrijednih diskursa o baštini.

U seminalnom radu suvremene teorije baštine Lora-džejn Smit (Laurajane Smith) objašnjava termin autorizirani baštinski diskurs kao onaj koji je usredotočen na estetski privlačne materijalne predmete, lokalitete mjesta i krajolike koje sadašnje generacije „moraju“ sačuvati, štiti i cijeniti tako da bi se mogle prenijeti na buduće generacije u svrhu edukacije i gradnje osjećaja za zajednički identitet koji se temelji na prošlosti. Diskurs također karakterizira definiranost ovlaštenih glasnogovornika prošlosti, oduzimanje mogućnosti i ovlasti „sadašnjice“ da aktivno nadograđuje značenja prošlosti i koristi prošlost kako bi osporila ili ponovno oblikovala kulturna i društvena značenja u sadašnjici³². Autorizirani baštinski diskurs prvenstveno grade i komuniciraju ovlaštene baštinske institucije na lokalnoj, nacionalnoj ili međunarodnoj razini³³.

Muzeji su u puno većoj mjeri od knjižnica i arhiva shvaćeni upravo kao takve institucije zbog svoje interpretacijske funkcije, iako već i poslanja i politike sabiranja muzeja govore o njihovoj autoritativnosti³⁴.

Prepoznatost i prihvaćenost muzejskog autoriteta proizvela je uvjete za tvrdnju da muzeji posjeduju sredstvo za interpretaciju povijesti, znanosti i umjetnosti, čime je opravdana njihova posrednička uloga u reprezentaciji kulture. Kao posljedicu autoriziranog diskursa moguće je vidjeti i jednostranu komunikaciju u kojoj je muzej jedini pošiljatelj poruke koja linearno dolazi do mnoštva posjetitelja i korisnika putem izložbi i publikacija.

No, viđena kroz očiste suvremenih teorijskih pristupa, baština ne znači direktnu povezanost s prošlošću i njezinim proučavanjem, već podrazumijeva načine na koje selektirani baštinski objekti, sjećanja i tradicije postaju izvor značenja i interpretacije u sadašnjosti i za sadašnjost. Napokon, jasno je da se proces odabira, kriterija prikupljanja u baštinskim institucijama temelji na sadržajima i interpretacijama s pozicije aktualnog vremena i njegovih zahtjeva. Baština „više predstavlja značenja nego materijalne artefakte, koji su svakako bitni jer odaju kulturnu ili novčanu vrijednost i pokazuju razloge baš njih kao odabranih primjeraka prošlosti“³⁵. No način na koji ih koristimo i o njima razmišljamo je ono što im pri-daje značenja³⁶.

Stoga je upravo naglasak na „pričama“ kao važnim okruženjem baštinskih objekata, bilo da se radi o slikarskim platnima, povijesnim dokumentima ili književnim djelima, ono što omogućuje da se više-struka značenja baštine stvaraju i komuniciraju. „Baština je nešto što se čini, iako ne postoji jedan točno definiran čin već raspon aktivnosti koje obuhvaćaju pamćenje, komemoraciju, komunikaciju i prenošenje znanja ili sjećanja, jednako tako i afirmaciju i izražavanje identiteta te društvenih i kulturnih vrijednosti i značenja“³⁷.

Kako taj proces može imati i konzervativne i progresivne ishode, ovim prilogom želimo naglasiti važnost participativnosti zajednice, te međuresorne suradnje koja potiče progresivan razvoj baštine u smislu njene deautorizacije. Konstantno redefiniranje i promjene u težištu s jednog baštinskog aspekta na drugi trebalo bi pratiti mijene kako u institucijskoj interpretaciji, tako i u onoj koja je karakteristična za zajednicu, s time da same institucije povedu dijalog s korisnicima u kojemu će se iskristalizirati zajednički interesi i pravci djelovanja u budućnosti.

Danas se baština promatra kao nešto što omogućuje promjene u društvu, karakteriziranom postmodernim duhom koji ruši naslijeđene kulturne hijerarhije i zamjenjuje ih relativnostima. Da bi preživjele, tradicionalno ustrojene institucije moraju pratiti promjene i prilagođavati im se. Sve rastući broj „alternativnih“ baštinskih ponuda izvan AKM sektora,

³² Laurajane Smith, *Uses of Heritage* (London; New York: Routledge, 2006), 29–34.

³³ Baštinske institucije AKM sektora, ministarstva i vladine institucije, UNESCO, ICOM, ICOMOS i dr.

³⁴ Poslanje i politiku sabiranja definiraju gotovo isključivo oni koji upravljaju muzejima, ponajčešće na temelju znanstvene discipline koja korespondira s gradom muzeja, a svakako bez ikakvih konzultacija sa zajednicom u kojoj djeluju, odnosno sa svojim korisnicima.

³⁵ Brian Graham, „Heritage as Knowledge: Capital or Culture?“, *Urban Studies* 39, 5–6 (2002): 1004.

³⁶ Stuart Hall, *Representation: Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* (London: Sage Publications, 1997), 3.

³⁷ Laurajane Smith, *All Heritage is Intangible: Critical Heritage Studies and Museums* (Reinwardt Academy; Amsterdam School of Arts, 2011), 23.

i to onih privatnih i prvenstveno usmjerenih profitu kroz pružanje kulture na zabavan način, trebao bi predstavljati muzejima, knjižnicama i arhivima izazov, ali i priliku da afirmiraju svoju kvalitetu. Nažalost, uslijed navedenih promjena, razlika između muzeja, baštinskih centara i tematskih parkova često prestaje biti ne samo jasna, nego i bitna³⁸.

Dženifer Trant (Jennifer Trant) smatra da važnost koje institucije mogu imati za zajednicu može postati jedno od razlikovnih faktora muzeja, knjižnica i arhiva i to na način da upravo te institucije stimuliraju nastanak mnogih oblika sadržaja kreiranih od strane korisnika u informacijskom prostoru, čime bi se gradila i osnažila povezanost između zbirki pojedinih institucija i pojedinaca, te između samih institucija. Osiguravanje specijaliziranih informacija ili informacija od lokalnog značaja, za koje postoji potreba u zajednici, jest način na koji se institucije sa sabiračkom djelatnosti mogu razlikovati od ostalih koje nude usluge u internetskom prostoru te tako stvoriti provjerene i točne resurse kulturne baštine³⁹.

No, ono što je možda još važnije napomenuti, odnos između korisnika i institucija koji se zagovara ovim člankom je dvosmjernan, odnosno višesmjernan. Iako su institucije te koje nude većinu sadržaja, njihova je zadaća i „primati“ sadržaj od korisnika

putem participativnih oblika interpretacije⁴⁰. Mrežni ambijent baštinskih institucija bi se trebao shvatiti prvenstveno kao višesmjerno komunikacijsko okruženje, ono koje potiče razvijanje mnogostrukih inteligencija i dinamičnu društvenu interakciju.

Virtualni prostori baštinskih institucija bi time bili ne samo proširenja ustaljene prakse u drugom mediju, već kvalitativna nadgradnja. Mrežu treba prepoznati kao pozitivno kretanje, u širem društvenom kontekstu, prema „digitalnom“ načinu rada u kojem veće značenje imaju povezanost, slučajnost, pristup, umreženost, suradnja, participacija, sloboda izraza te kulturno, društveno, političko i građansko osnaživanje korisnika.

Dakako, ovakvo sagledavanje suradnje na razini interpretacije u virtualnom okruženju moguće je u idealnom društvu koje je okrenuto dobrobiti svojih članova, a ne ostvarivanju profita pod svaku cijenu. Razvijanje opisanih oblika komuniciranja zahtijeva dodatan novac kojeg mnogi muzeji danas nemaju. Dapače, bore se kako uopće opstati i nastaviti stvarno djelovati. Iako nemamo precizne pokazatelje, naše iskustvo nam govori kako su na participativni način nazočni na Web-u oni koji imaju novac. Nažalost, ovaj će uvjet sve više utjecati na naše baštinsko djelovanje, pa tako i na ostvarivanje predložene višesmjerne komunikacije.

³⁸ Robert Lumley, „The debate on heritage reviewed“, u *Heritage, Museums and Galleries An introductory reader*, ur. Gerard Corsane (London; New York: Routledge, 2005), 21.

³⁹ Jennifer Trant, „Emerging convergence? Thoughts on museums, archives, libraries, and professional training“, 374–376.

⁴⁰ Željka Miklošević i dr., „Story Sharing – model of collective collaboration in online museum environment“, u *The Future of Information Sciences - Information Sciences and e-Society*, ur. C. Billenness i suradnici (Zagreb: Department of Information Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Zagreb University, 2011), 109–120.

Literatura:

1. Anderson, David. „Networked Museums In The Learning Age“. *Cultivate Interactive* 2 (2000). <http://www.cultivate-int.org/issue2/networked/> (preuzeto 15. 6. 2010).
2. Anttiroiko, Ari-Veikko i Reijo Savolainen. „Towards Library 2.0: The Adoption of Web 2.0 Technologies in Public Libraries“. *Libri* br. 61 (2011): 87–99.
3. Bayne, Siân, Jen Ross i Zoe Williamson. „Objects, subjects, bits and bytes: learning from the digital collections of the National Museums“. *Museum and Society* br. 7, 2 (2009): 110–124.
4. Brandsford, John D., Ann L. Brown, i Rodney R. Cocking. *How people learn: brain, mind, experience, and school*. Washington, D.C: National Academy Press, 2000.
5. Britanska knjižnica. *Projekt Georeferencing*. <http://www.bl.uk/maps/georeferencingmap.html> (preuzeto 13. 2. 2013).
6. Chua, Alton Y. K. i Dion H Goh. „A study of Web 2.0 applications in library websites“. *Library & Information Science Research* br. 32 (2010): 203–211.

7. Coyle, Karen. "Managing Technology! The Library Catalog in a 2.0 World". *The Journal of Academic Librarianship* br. 33, 2 (2007): 289–291.
8. Falk, John H. i Lynn D. Dierking. *Museum Experience*. Washington, D.C: Whalesback Books, 1998.
9. Fletcher, Adrienne. *Results for the social media museum research survey*. Georgia Museum of Art, 2010. <http://gmoa.blogspot.com/2010/03/museums-and-social-media.html> (preuzeto 30. 5. 2011).
10. Gibson, Hannah, Anne Morris i Marigold Cleeve. "Links between Libraries and Museums: Investigating Museum-Library Collaboration in England and the USA". *Libri* 57 (2007): 53–64.
11. Glassman, Michael. "Dewey and Vygotsky: Society, Experience, and Inquiry in Educational Practice". *Educational Researcher* br. 30, 4 (2001): 3–14.
12. Glassersfeld, Ernst von. "A Constructivist Approach to Teaching". U *Constructivism in Education*. Urednici Leslie P. Steffe i Jerry E. Gale, 3–16. London; New York: Routledge 1995.
13. Graham, Brian. "Heritage as Knowledge: Capital or Culture?". *Urban Studies* br. 39 (2002): 1003–1017.
14. Gurian, Elaine Heumann. "What is the object of this exercise? A meandering exploration of the many meanings of objects in museums". *Humanities Research* br. 8, 1 (2001): 25–36.
15. Hall, Stuart. *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications, 1997.
16. Hein, George. *Learning in the Museum*. London; New York: Routledge, 1998.
17. Holdgaard, N. "The Use of Social Media in the Danish Museum Landscape". U *Museums and the Web 2011: Proceedings*. Urednici J. Trant i D. Bearman. Toronto: Archives & Museum Informatics, 2011. http://conference.archimuse.com/mw2011/papers/the_use_of_social_media_in_the_danish_museum (preuzeto 24. 5. 2012).
18. Hooper Greenhill, Eilean. *Museums and Education: Purpose, Pedagogy, Performance*. London; New York: Routledge, 2007.
19. *Indianapolis Museum of Art*. SAD. <http://www.imamuseum.org/art> (preuzeto 12. 6. 2011).
20. Kelly, Linda. "The Impact of Social Media on Museum Practice". Rad predstavljen skupu u National Palace Museum, Taipei, 20. 10. 2009. <http://australianmuseum.net.au/document/The-Impact-of-Social-Media-on-Museum-Practice> (preuzeto 4. 7. 2012).
21. Kirshenblatt Gimblet, Barbara. "The museum as catalyst". U *Museum 2000: Confirmation or Challenge?* Urednik Per-Uno Agren, 1–19. Stockholm: Svenska Museiforeningen, 2002.
22. Kolb, David A. *Experiential Learning – Experience as the Source of Learning and Development*. N. J: Prentice Hall Inc., 1984.
23. Laurillard, Diana. *Rethinking University. Teaching A conversational framework for the effective use of learning technologies*. London; New York: Routledge, 2002.
24. *Library Thing*. <http://www.librarything.com> (preuzeto 10. 2. 2013).
25. Lorenzo G., D. Oblinger i C. Dziuban. "How Choice, Co-Creation, and Culture Are Changing What It Means to Be Net Savvy". *Educause Learning Initiative*, Paper 4 (2006). <http://www.educause.edu/ir/library/pdf/ELI3008.pdf> (preuzeto 15. 4. 2011).
26. Lumley, Robert. "The debate on heritage reviewed". U *Heritage, Museums and Galleries An introductory reader*. Urednik Gerard Corsane, 15–27. London; New York: Routledge, 2005.
27. Miklošević, Željka, Goran Zlodi i Darko Babić. "Story Sharing – model of collective collaboration in online museum environment". U *The Future of Information Sciences - Information Sciences and e-Society*. Urednici C. Billenness i suradnici, 109–120. Zagreb: Department of Information Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Zagreb University, 2011.
28. Moore, Kevin. „Upravljanje muzejima u nerazumno doba“. *Informatica museologica* br. 33, 1–2 (2002): 21.
29. *Kuća Anne Frank*. Amsterdam, Nizozemska. <http://www.annefrank.org/en/Museum/Exhibitions/New-diary-room/> (preuzeto 3. 7. 2012).
30. Paris, Scott G. i Melissa J. Mercer. "Finding Self in Objects: Identity Exploration in Museums". U *Learning Conversations in Museums*. Urednici G. Leinhardt, K. Crowley i Knutson K. Mahwah, 401–423. N.J: Lawrence Erlbaum, 2002.
31. *Powerhouse Museum*. Sydney, Australia. <http://www.powerhousemuseum.com/collection/blog/> (preuzeto 12. 6. 2011).
32. *Science Museum*. London, Velika Britanija. <http://objectwiki.sciencemuseum.org.uk/wiki/Home> (preuzeto 12. 6. 2011).

33. Smith, Laurajane. *Uses of Heritage*. London; New York: Routledge, 2006.
34. Smith, Laurajane. *All Heritage is Intangible: Critical Heritage Studies and Museums*. Amsterdam: Reinwardt Academy; Amsterdam School of Arts, 2011.
35. Trant, Jennifer. "Emerging convergence? Thoughts on museums, archives, libraries, and professional training". *Museum Management and Curatorship* br. 24, 4 (2009): 369–387.
36. Vujić, Žarka. „Истраживање презентирања етнографских музеја на Web-u“. *Etnološka istraživanja* br. 7 (2001): 79–101.
37. Wenger, Etienne, Richard McDermott i William M. Snyder. *Cultivating Communities of Practice*. Boston: Harvard Business School Press, 2002.

Many-to-Many Socio-Cultural Communication as a Basis for Joint Activities in the Virtual Environment of the MLA Sector

Summary

Safeguarding cultural memory of a community by taking care of the inherited artefacts and making them available to the public can be said to be the solid common point of reference of museums, libraries and archives, commonly known as the MLA sector. Although the historical development of each of these three types of institutions was marked by specific and differentiating characteristics in various respects, the past several decades have seen a more extensive collaboration between them, especially regarding documentation standards, digitization of heritage and collaboration on exhibition projects. The introduction of ICT has radically changed the way of thinking and working of these institutions, especially with the adoption of social media into their communication strategies with the audiences, who have grown increasingly independent and self-confident in digital environments. However, despite the various forms of participation tools offered by museums, libraries and archives to their online users (tagging, blogs, Facebook, Twitter and the like), the main characteristic of such communication strategies has in most cases been reduced to institutional communication. In other words these institutions have not used the social media and the tools that facilitate user-produced content to the full extent for creating stronger links between their online users and their heritage content (primarily those related to the digital or digitized collections). A form of heritage or, more broadly defined, cultural mediation by both professionals and users is envisaged in this paper to be performed through an MLA platform, based on the use of social media within the framework of constructivist theory of learning. The way that a virtual platform might produce favourable results in engaging users with heritage, while at the same time nurturing cooperative practices among different institutions within the MLA sector is through professional and user-created interpretations. The constructivist museum exhibition has been taken as an example of possible approach to users, while Kolb's model of experiential learning has provided the theoretical background. According to the model, experiential learning entails concrete experience (encounter with heritage items from all three types of institutions carefully chosen and interpreted), reflective observation (acquiring scientific information about the heritage items), abstract conceptualisation (acquiring cultural and social information about the heritage items through different contexts provided by various types of professional perspectives and digital models of knowledge presentation) and active experimentation (individual manipulation with the heritage items and placing them in new contexts shaped by participatory and conversational media). The goal of the platform facilitating many-to-many communication among institutions and their virtual users is to create conditions for greater individual contact between people and heritage, entice collaboration and collaborative learning and identity building. The platform can also be seen as an advantage for the work of the MLA sector in the future which will increasingly be populated with different form of heritage institutions and organisations, most likely commercially defined. In such a competitive environment, interpretational practices of harmonized and collaborative efforts of museums, library and archives might keep their longstanding reputation of legitimate, trustworthy and community oriented institutions. In addition, such collaboration can be taken as a positive step towards more participative and inclusive practices which support and promote cultural and social empowerment of the communities to which these institutions serve.

Key words:

heritage, many-to-many communication, social media, interpretation, MLA sector, Kolb's model of experiential learning, constructivist exhibition