

**Баштина као *brand* или музеј као
економија жеље.
Да ли *робна марка* улази у музеј или
је из њега произашла?**

Пролог: Девет живота музеја

Историк уметности и куратор националног музеја модерне уметности у Паризу, Жан Клер је 1974. године најавио „вероватни нестанак музеја, крајем XX века, у облику у коме је (тада) познат“.¹ Тада већ познат као поуздан тумач



авангардних, антимузејских и *анти-уметничких* појава у XX веку, потоње директор Пикасовог музеја, поопштио је тада своју тезу о крају *имагинарног* музеја на музеј уопште. Идеја Малроовог *имагинарног музеја* издигла је као једна од последњих утопија типичних за XX век. Клер се очито надао да ће музеј, након што га је Малро касних четрдесетих ослободио терета улоге *државне институције у служби заштите јавног интереса*, те уздигао до нивоа идеје о добру као индивидуализованом имању, доживети још једну, овога пута стварно радикалну трансформацију у којој ће се отргнути наслеђу

Јусуф Карш, *Андре Малро*, ц/б
фотографија, 1958.

¹ Clair, J, „Erostrate ou le musée en question“, *Revue d'Esthétique*, 3–4, 1974. Цитирано у преводу Бранимира Стојковића: Žan Kler, „Herostrat ili muzej pod znakom pitanja“, *Kultura*, 41, 1978, 29–43.

инструментализације. Могао је мислити пре свега на то, да се Малроов психологизам о креативном, подсвесном, наслеђивању стваралачких вештина и проношење посланства уметничке поруке до сваког појединца у сваком времену, може и мора заменити стваралачким активизмом који на крају XX века није резервисан само за вештаке. Биће да се Клер надао да ће музеј на крају века подлећи обједињеном притиску конзумента-стваралаца, сцијентиста-стваралаца, а дакако и активизму савремених уметника који своје традиционално посланство – да пружи слику света, желе да остваре као *своје*, а не само посланство у срећном споју околности патронатства, идеологије, политике... У свој озбиљности битно поремећеног статуса уметника реализатора–илустратора на који је већ све мање утицао традиционални тржишни, у овом случају музејско-галеријски систем, о чему добро синхронизовану слику у компаративној анализи социолошке студије, музејске апологије и уметничке антимузејске критике, нуди један други француски историк уметности, Жан Клод Лебенштајн², Жан Клер је очекивао стваралачко *преплитање* два до тада најистрајнија модела музеја – као *претекста и контекста*. Један је стварао простор исказивања *поретка схватања*, а други је омогућавао испољавање *схватања поретка* друштва. Клер прижељкује да „ауторитарно и сегрегационистичко поимање музеја као места за нагомилавање и капиталисање дела и њихово параноичко надкодирање помоћу кога она постају уметничка *ин аетерно*, независно од своје световне припадности“, устукне „*пред делирантним поимањем, шизофреничним декодирањем* које замршује све таксиномије, допуштајући *испољавање свих кодова* и омогућавајући *препуштање дела слободном оптицању насладе*“. Идеју радикално другачијег музеја он види у отварању могућности поимања *путем преплитања као гибајућој сили која доводи у питање конвенције, и потреса све уобичајене кодове*. Оснажујући своју тезу динамизације модела музејске делатности преплитањем као *гибајућом силом*, семантиком преплитања на коју указује Ролан Барт „*као преокретања реда наслеђа, задовољства произлажења ранијег текста из каснијег*“³, Жан Клер јасно опредељује перспективу музејске епистеме новог столећа. Баштинећи његов допринос овом проблему, у овом есеју ћемо о музејској вредности говорити као о *померљивом (осцилирајућем) означитељу* у смислу који му је дао Жак Лакан.⁴

² Liebesztein, J. C., „L'espace de l'art“, *Critique* 437, Paris 1971. Цитирано у преводу Александре Грубор: Жан Клод Лебенштајн, „*Простор уметности*“, *Историја уметности*, XXVI, 1–2, 2002, 97–114. Захваљујући одлучности Жан Клод Лебенштајна (Jean-Claude Lebensztein), у један фокус су доведена три текста, различитих природа, о музејском механизму деловања. Са једне стране, уметнички (прозвођачки) ставови (мета позиција уметника као социјалног актера) Жана Дибифеа. Потом, социолошка анализа учинка присуства грађанског музеја на питања укуса и уживања у уметности Пјера Бурдјеа (Pierre Bourdieu) и Алена Дарбела (Allain Darbail). На крају, Лебенштајн се као одбојник за своје рефлексije наметнуо, за преовлађујући део музеолошке „доктрине“ парадигматски, сабирник запажања о музеју као установи – мерилу владајућих вредности, Жермена Базена (Germain Bazen).

³ Bart, R, *Zadovoljstvo u tekstu*, Niš 1975.

⁴ Lacan, J, *Le Séminaire*, livre XI, Éd. Seuil, 1973.

Конвенционализам

Ако је јасно да грађански музеј нуди поредак поимања времена и његове берзанске вредности: вишка вредности времена капиталистичке економије, јасно је да је изнутра рањив само ако се стварност чију слику генерише радикално измени. Свака намера да се у његовом поимању ситуира идеја преплитања поимања стварности долази као страна поретку вредности које он следи. Шта више, из уљуљкане бирократске позиције важне друштвене институције, музеј те идеје види тек овлаш, као у ретровизору. Но, позиција поглед изван стварности, кроз ретровизор са удобног тапацирунга, то јест са узетим правом на игноранцију, индикативна је и када су у питању озбиљна померања у економској доктрини и актуелној берзанској пракси. Чињеница овог зрцаљеног музејског погледа на стварност је бивалентна. Најпре, потврђује да чињеницом да музеј и даље постоји, друштвене силе још нису нашле радикалнији модел промена, те да је музејска слика друштвене моћи и *најбоља слика најбољег поретка* постала још важнија, још „истинитија“. Са мање цинизма може се тек рећи да музеј настављајући свој *девети* живот генереше тек *рекомпозицију берзанске економије*. Оно што се данас нуди је тек нови рам за рекомпозицију, а Слотердајк би већ морао да допише свој регистар *музејских цинизама*⁵ на име, најновија конвенција УН говори о *одрживом развоју*, а у наставку конвенцијом обавезује и на очување *културног крајолика*. Рекло би се, долази на ред једно од завештања великог посвећеника баштини, једног од последњих социјалистичких ентузијаста, оснивача UNESCO-вог међународног савета за музеје, творца модела *музеја на месту наслеђа*, творца модела „еко музеја“, Жорж Анри Ривијера (J. H. Rivier). Експеримент са проглашењем подручја природне, културне, историјске, привредне баштине као незауостављеног живота и даље жаштићене производње, начина живота и обичаја, заједно са свим житељима као баштаницима и заштитницима, трајао је деценију, две, за живота овог, потоње директора националног музеја народне уметности и традиције, а до данас се није угасио. Перспектива му је, међутим осујећена оног тренутка када је окарактерисан као спора корист, као дугорочна инвестиција са превеликим *grace периодом*.

Све у свему, *одрживи развој*, а са тим и глобалистички модел музејских институција подразумева *мамут продукцију*, покровитеље, евентуално фондациије које то могу да инвестирају, те нове дефиниције музејских производа!? Не би ли се предупредила огрешења о ову стару буржоаску институцију, подсети ли би на конвенције.

Цитирано у преводу Мирјане Вујанић-Ледницики: Jacques Lacan, *XI seminar. Četiri temeljna pojma psihoanalize*, Zagreb 1986.

⁵ Sloterdijk, P, *Kritik der zynischen Vernunft*, Frankfurt am Main 1983. Цитирано у преводу Borisa Hudoletnjaka, *Kritika ciničkog uma*, Zagreb, 1992.

Шта је музеј и из чега се састоји музејска понуда

Прото период

Колекције *старина, раритета, чудеса, уметнина* су плодови посвећења и добра слика учинка вере у продужење присуства у свим периодима прошлости. У историји музеализације заслужују позицију парадигми памћења. Са њима у наслеђу, идеју о енциклопедизму, у спрези са колекционарским прагматизмом, можемо да читамо као могућност владавине знања. Она се препознаје изразитије у налету профанизма XVI и XVII века, у одушку од схоластицизма. У експанзији слободног научавања, „систем памћења“ се радо користи у процесу лаицизирања власти. Отуда, сва отеловљења *ars memorative* заодева драгоценост. Драгоценост је истовремено и својство, које се да препознати као *sine qua non* тезаурисања, али и критеријум тезаурације. Овом другом, продуктивном одликом, природни прагматизам меморизације, троши се за рад мумификације. Тај фунерални цинизам, готово пет столећа, гиздави је перчин механизма владања (по моделу меркантилног капитализма).

Иако је меморисање покретачка енергија колекционирања, а њена пракса удомљење сведочанстава, историјски тренутак институционализације збирки, као државних (националних) установа, бележи њено прво декларисано интересно пренебрегавање, а успостављањем критеријума непобитне репрезентативности (некада царских и племићких, сада националних вредности) осликава нескривену злоупотребу структуре *ars memorative*. Спољашње уређење националних музеја грађанског модела формално одговара облику збирки, а име само подразумева садржај – сведочанства. У том редукованом процесу изостављена је енергија произвођења сведочанствених стања, енергија коју мотивише *ars memorativa*. Отуда, то јест у одсуству контекста баштињења, и могло се десити да се *колекције* Лувра (националног музеја Француске) попуњавају *ремек* делима талијанских школа након Наполеонових похода (једини стварни контекст је пљачка, а имагинарни љубав за поседовањем).

Тај разваљени механизам *арс меморативе* подразумевао је злоупотребу институционалног заступања која се након кратког периода фарсичне идеолошке таштине (републиканског, царског репрезентовања), трансформише у перјаницу меркантилног капитала.

Актуелне конвенције

Установе без свхе за зарадом које се оснивају да би обављале препознавање сведочанстава о значајним феноменима у природи и друштву са задацима да прикупљају изразите носиоце документарности ради њихове трајне заштите, проучавања и употребе, а са циљем продубљивања сазнања у науци и унапређења образовања, што би развило културну понуду и обогатило уживања људи. У

том смислу установе за бригу и коришћење баштине могу бити: музеји, архиви, кинотеке, библиотеке, институти за непокретну баштину, етно паркови и еко музеји, резервати, ботанички и зоолошки вртови, палате и/или паркови научних и техничких открића и експлораторијуми као њихов развојни облик.

Музејска понуда се дефинише као нематеријална и као услуга, а односи се преваходно на а) информацију и б) комуникацију. Информација се производи у музеју, пакује и нуди у сталној или повременој активности. Комуникација се остварује преко сервиса (јавни или ограничени, класични или *on-line*, стални или повремени ...)

Информација као производ и као РОБА

Информатологија дефинише културу као способност заједнице да препозна, идентификује и продукује симболе на идентичан начин. Ова дефиниција одговара у епистемолошком смислу *очувању памћења*, а оно је сврха сакупљања, чувања и презентирања, то јест музеалне делатности.

Култура је свеукупност ненаследне информације, начина њене организације и чувања⁶. Ово у епистемолошком смислу одговара *сећајућој продукцији*, а она је смисао музеалне делатности.

За музеалију се, по М. Туђману може информатички рећи да има *варијабилну* количину информација и порука, од којих су оне материјалне *стабилне*, а оне социјалне *варијабилне*, тј. зависне од интерпретације података. Музеалија је, дакле, изразит *комуникацијски* објект који у односу на социјални (културни) и просторни (историјски и географски) контекст развија *информацијске процесе*. **Музеалност**, као сведочанствена вредност музеалије *контекстуалном потенцијалношћу* омогућава једном предмету да емитује неограничену количину информација, а све из позиције **документа**. Контекстуална емисија, пак, подразумева заинтересованог примаоца. Музеолошка комуникација у том смислу се и бави *производњом (едукацијом)* примаоца.

⁶ По М. Туђману (*Struktura kulturne informacije*, Zagreb 1983) специфичности информатологије културе: Документ, порука, информација, културног добра доводе до корелацијског дефинисања индок објекта. Наиме, информација у култури је неодвојива од значења које је одеђује у времену, простору и друштвеној функцији.

Друштвена **форма** поруке у култури, по М. Туђману: комуникацијски формат омогућава описом документа фиксирање физичке егзистенције документа. Формат замрзава не дело него дело у неком социјалном подручју, СИСТЕМУ који се користи за ситуирање документа у односу на потребу и намеру корисника. Тек тада документи постају ПОРУКЕ.

Комуникацијски **обрасци**: **Порука** настаје конкретизацијом и актуелизацијом садржаја дела (културног добра, документа). **Информација** је РЕАКЦИЈА корисника на садржај поруке. Реакција може да буде пасивна, тј. да је корисник не преноси даље, односно активна, ако постаје порука и за другог. Због тога свака порука садржи став, условљен друштвом. Оно му одређује форму, комуникацијски образац тј. тип културног стваралаштва.

Музеалије, по правилу носе информације које имају селективно обележје, тј. држе се критеријума истинитости и етичке неутралности и нису зависне од контекста. Међутим, када научне информације служе за конституисање културне поруке, а то се увек дешава у музејској комуникацији, тада морају да добију карактер *структурне информације*, јер надилазе властиту истинитост и етичку неутралност и улазе у ситуацију у којој им контекст даје неко ново значење.

Заштита базичног музејског производа

Заштитом **сведочанства**, музејске вредности, штити се:

- сазнање – научном дескрипцијом и документацијском обрадом
- носиоци сведочанствености (музеалије) – куративно и тезаурациојом
- контексти значења – презентацијски (експозиције и публикације)

Јединственост музејске комуникације

Музејска комуникација је увек комплексна и одбија се на мотивима:

- користи због сазнања
- посвећења старинама и документима због вере у њихову имагинарну моћ
- уживања у контексту баштињења

Брендовање

Претходно дефинисан предмет и његова структура уобичајено се социолошки третирају као манифестација друштвених нематеријалних потреба појединаца због којих се они организују и уређују институције задовољења. Организација и уређење већ подразумева одређену „oikonomi“, што ће рећи мудрост газдовања (домострој), тј. економска рационализација сервисира важан ресор индивидуализованих потреба за јавним добром (за његовим вредностима).

Да ли је ова индивидуализација и ослобођење жеље за уживањем?

Економска рационалност, које нема без сурове ригидности, имала је увек у историји у колекционарској структури идеалну слику: власник чудесног, са убеђењем недоследног, наспрам усхићења невласника на дистанци. Први се задовољавао *примањем погледа*, а други је трошио своју жудњу *војерски*.

Иако је **понуђач** господарио стварним предметима, његова понуда се формирала не само изван материјалних својстава (синоним колекција су раритети), већ се, по правилу, остваривала тек у жељи неког другог субјекта. Тако је, језиком семиотике, означитељ увек бивао *Други*. Захваљујући потреби која се формирала увек из жеље неког другог, један исти означени (музејски раритет) се „премештао“ код другог власника. Означено је увек бивао *чудесно, једино*,



Брацо Димитријевић, *Постхисторијски триптих*; Part I: *Јупитер и Антиопе*, Антони ван Дајк, 1638; Part II *Свила*, одрезала Ингрид Орис; Part III: *Воће и поврће*.

Она само омогућава комуникацију, она је тај „посвећени простор“, „храм“, и на то морамо пристати увек не би ли покренули значењски ланац. Ми, заправо, морамо да верујемо да се у том простору може да одига невина, искрена, размена: „*означитељ осцилира да би уступио место другом затварајући тако ланац означитеља*“, каже Лакан. То је и одговарајући опис музејског стања као простора „трајних“ вредности. Музеализација је производња стања одржавања значењског ланца трајних вредности. Ланца нема без субјеката који непрекидно заузимају место означавајућег. Жеља је усмерена ка објекту који је у односу на *објект означен исказом* такође ексцентричан, тј. различити субјекти у позицији означитеља трагају за оним што измиче (а можда је и изгубљено). Субјект не може престати да жели, каже Лакан, те се објект јавља као „другост“ (Најчешћа формулација коју дају уживаоци музеја и гласи: *За мене је овај увек значио пре свега то и то*).

Ако би поштовали ову динамичку значењску структуру *музејског стања* музејски BRAND би зависио од *концепције* музеја (I). Она дефинише процесе музеализације које је на себе узела једна установа у систему музејске заштите.

непоновљиво у субјекту који удовољава својој жудњи, а да материјални носилац остане недодирнут. На чудесности ове везе, која је увек тражила посвећење (*врач, шаман, муза*, те одговарајући амбијенти: *ризнице, храмови, Студиола*, „*собе чудеса*“), проверавала се хармонизација унутар друштвене структуре, те се сваки историјски период дисхармонизације огледао и у својеврсним подметањима (псеудо – реликвијари, грбовници, чудеса, реткости, умјетнине, што *Слотердијк* најиндикативније описује као „музејски цинизам“) унутар „чедног“ модела обостраног уживања у „гледању и примању погледа“, како вели *Мерло-Понти*⁷.

У музејској размени, *adequatio* је: у сазнавању и давању услова сазнања, а то је у условима дисхармоније једна врло рањива структура.

⁷ Merleau-Ponty, M, *Le visible et l'invisible. Suivi de notes de travail*, Paris 1964.

Нужно је *спецификација* опште шеме: селекција–тезаурације–комуникација у простору, времену и друштву. Спецификацијом нечије концепције заштите дијахронијски се идентификује ПОТРЕБА за *културним добром* и синхронијски кодификује интерес за ОЧУВАЊЕМ. Ту се негде у традицији чуварске концепције музеја закључава ова друштвено важна јавна делатност. Но сада, кодификује се интерес за очувањем задовољења **потребе** за одржавањем сведочанственог стања. Ми смо задовољни тек у комуникацији, а наше сазнајно задовољство подразумева однос са ИЗВОРОМ, те производњу, тј. настанак поруке, а порука је не било која информација већ само она која у том процесу може бити *novus*.

Дакле, спецификацијом музеализације музеј као установа која носи процес производње и размене, заузима своје јединствено место у свету БАШТИ-ЊЕЊА. Јединственост се одређује у односу на врсту баштине којој се посвећује, функционалну и административну надлежност, као и у односу на порекло фондова. Општа обавеза свих начињених установа заштите је поступност у остваривању, систематичност у тезаурацији и **целовитост** у презентацији.

Последњи постулат предодређује сваку комуникацијску активност појединачног музеја. На пример:

Музеј примењене уметности у Београду се бави музеализацијом историјско-стилског развоја занатске обраде и уметничког обликовања метала на простору Србије од времена стварања српских држава и појаве сталних радионица за потребе дворова, властеле и извоза, ради формирања потпуније слике о друштву, уређењу, свакодневном животу, производњи и занатским и стилским карактеристикама обраде метала.

Пример I:

средњовековни **прстен** има *константе* које се односе управо на оно што је и концепцијски предмет делања МПУ. Варијабле су, пак све оно што тај предмет као целовито сведочанство једног времена, може да значи у случају неког спецификованог сазнајног интереса. *Померљиви означитељ* одвешће нас до **уметничке збирке средњовековног украса владарске породице** у *Народном музеју*, чија концепције јесте музеализација репрезентативног уметничко стилског развоја на простору Србије кроз векове.

Пример II:

Икона у Народном музеју, Музеју примењене уметности, Музеју Српске православне цркве:

у првом је колекционирана као сведочанство, претежно УМЕТНИЧКОГ достигнућа

у другом, претежно, као занатског достигнућа, а

у трећем, претежно, као документа функције у обреду.

Међутим, КУЛТУРНО ДОБРО је све то заједно и неодвојиво те тако БРАНД мора увек да полази од *баштинске целовитости*, тј. увек контекстуално: стил, занат и функција као истакнута својство добра морају добити своју дефиницију контекста у сва три слоја.

- сведочанство КАО пројектована *слика света*,
- сведочанство У функцији (*свакодневне употребе, обреда, социјалних ритуала*)
- сведочанство СА непосредним траговима рада (*заната, вештина, артефакта уопште*)

Редослед својстава се само мења од сведочанства до сведочанства у зависности од сазнајне знатижеље, али је извесно мањкаво свако пледирање на документован дискурс ако се занемари било који од три рода својстава.

У том смислу, историчари лепих вештина ће хипостазирати сведочанство КАО *слику света*, али ће њихова интерпретација нужно почивати и на добром читању материјалних својстава вештинских продуката, то јест градива и УМЕЋА обликовања, те изражавања фигурама. Такође, уметничко сведочанство мора се одгонетати У социјалној функцији, приписати социјалном слоју, намени, чак и у оним аподиктичким ситуацијама када се инсистира на апсолутној аутономији уметничког продукта.

Варијанта експлоатације сведочанства у којој се као примарно својство узимају **непосредни трагови вештине**, постигнућа човековог рада, ставиће историчару рукотворног привређивања исти предмет (икону) као драгоцен извор сазнања. Наравно, његову драгоценост озбиљно би угрозило свако замагљивање друга два својства, то јест, посебне намене слике на дрвеној подлози и њене задате представе, као и ранга наручиоца и извођача рукотворства.

Најзад, за историчара друштвених институција, или вере и њених институција, функција иконе је примарна, а у симболичким кодификацијама долазе до значаја и друго и треће својство, најчешће у хијерархијском смислу.

(II) Са друге стране осим институционалне спецификације, *музејски brand* би зависио од опште комуникације у којој се ситуирају односи *жеља – потреба – спајање – уживање*.

У том смислу, један од описа бранда као *обећања*⁸, има изразито сличну структуру музејске комуникације. С. Кинг за објашњење емпатије према робној марки користи метафору бирање пријатеља по (1) физичким особина и (2) према личној наклоности. У Кинговом опису активни елементи су *нуђење и жеља*.

У процесу *брендирања* музејске баштине морао би се само обрнути овај редослед радњи. Наиме, сваки продајни *слоган* који би упућивао на неки музеј-

⁸ King, S, in „The Medium is the message“, Zenit Media Worldwide 1992.

ски бренд, био би својеврсни цинизам јер нам *нуђено* није доступно (музејски трезори су неотуђиви, јединствени, непоновљиви, некад, нажалост недодирљиви). Уобичајена метафоричност слогана морала би прерасти у *кондензацију којом субјект исказује потиснуто значење своје жеље* (Лакан), а *биране симболе* морала би надоместити метонимијска кретња којом се *означава шта је жеља, жеља за нечим другим што увек недостаје*. Својство раритета у колекцији, на пример је вековима био најважнији критеријум селекције, а тиме и материјални показатељ конкурентског статуса збирке – некад само симболички, дајући посебан друштвени статус власнику, некад директно економски, као роба која мења власника или само као изнајмљивање уживања у овом својству.

Повезаност означитеља, како је видео Лакан, увек омогућава да се у један дискурс „пребацује“ оно што у њему упркос свему увек недостаје, а то је уживање⁹.

Нема, чини се, боље парадигме за музејски дискурс.

⁹ Линеарни систем комуницирања подразумева стару дефиницију знака:

„знак је оно што за неког представља нешто“.

Динамички модел комуникације подразумева стварање значењског ланца у коме је:

„означитељ је оно што за неки други означитељ представља субјект“.

Ducrot, O. – Todorov, T, *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*, Paris 1972. Цитирано у преводу Сање Грахек и Михајла Поповића: Dikro, O. i Todorov, S. : *Enciklopedijski rečnik nauka o jeziku 1 i 2*, Prosveta, Beograd 1987, 319.

„Све класичне дефиниције знака (Сосирова најпре) засноване су на претпоставци да између његове две стране постоји равнотежа (ако не и симетричност); међутим, после дужег низа расправа дошло се до уверења да у знаку преваже означитељ, па се истиче ПРЕВАГА означитеља.... Дерида показује да прихватање опозиције означеник – означитељ (садржина–израз) као суштинске опозиције претпоставља и прихватање опозиције интелигибилно – чулно, а то ће рећи и опозиције између оног што је доступно свести и оног што је спољашње у односу на свест, а то разликовање, историјски посматрано, улази у оквир оног истог система унутар којег се даје првенство говору (гласу) у односу према писму и који чини окосницу идеалистичко–логоцентричног дискурса метафизике.

(...) Расправа коју је, позивајући се на искуство психоанализе, започео Ж. Лакан премешта се са нивоа знака на ниво ЗНАЧЕЊСКОГ ЛАНЦА: откриће несвесног је откриће једног предмета чије се место, ексцентрично у односу на свест, може утврдити само у приликама када се означитељ поново јави у својој правој улози, и то на основи познавања законв његовог померања. А то, другим речима, значи схватити да је значењски поредак у односу на оне свесне субјекте неких исказа каквим себе замишљамо *спољашан* и *независан*: та спољашност и независност су, и једна и друга, детерминанте за стварно значење оног што се исказује.“

У оквиру тог гледишта, за дефиницију знака релевантне су три тачке:

1. Лакан предлаже да се црта из алгорита означитељ/означеник схвати дословно, то јест као једна „препрека која се одупире значењу“, која не означава прелаз ка значењу него свмо функционисање (формалну игру) означитеља; оно се може свести на комбинаторичне законе (то јест на законе састављања, спајања диференцијалних елемената према правилима која важе у оквиру једног затвореног поретка), а никако на неке законе „садржине“ и значења. (Dikro-Todorov, 314)

Практично то би значило, са једне стране, да музеј у информацијском процесу од *емисије, трансмисије, апсорпције, комуникације*, стиже до *саопштења (тзв. шема ЕТАКС-а)*¹⁰, које никако не сме остати на нивоу крајњег производа јер се у опасност доводи крајњи циљ комуникације, а он је у уживању (а ово је у сазнању). Последња карика у комуникационом ланцу мора бити производ који дозвољава *померљивог означитеља*, који дозвољава различите субјекте на жељи за *истим*. Због тога је у музејима природа и важност *сервиса* наглашена и увећана. Ситуирајући своју *жељу у потребу уживања* у музејском простору, конзумент музејских производа пролази кроз фазе апсорпције, акумулације, размене, те спајања са „другим“ своје жеље. Оно (спајање) уистину рађа уживање, те музеји не би смели да инсистирају на плодовима тог спајања као *објектима исказа*. Они су померљиви, а опасност од рођења „наказа“ увек је отворена када се шема комуникације изводи формално и по сваку цену. Наиме, ако нема искрене жеље и не дође до спајања по жељи за достизањем истине, у музејима се дешава по прилици оно што је Слотердијк и објаснио као „силовање историје“ (како је нагон највећи у гениталијама истина је силована у свим музејима у којима се конзументима подмећу контексти и одсуствују стварности – стварности у музеју су само документи).

Музејски *сервис* би морао да омогући: сањање (из спавања), играње (из заноса), јахање (из усхићења), полемику (из протеста), дегустацију (из нагона),



Далибор Мартинис, *Чувар на плажи*, акција на изложби *Конфронтације*, 1976, Галерија Бенко Хорват, Загреб.

¹⁰ В. Тежак је аутор модела „Емисија, Трансмисија, Апсорпција, Комуникација, Саопштење“, у: *Informatilogia Jugoslavica* (1)1–4:1–11 (Загреб 1969).

пуцање (из страсти), пилотирање (из авантуризма), сликање (из терапије) или од свега тога понешто и понекад, ради склапања свог уживања (*puzzle*).

Дакле, *брендир* се:

процес апсорпције контекста сведочанства по моделу документ: *у, са, као* легитимише се носилац (*лична карта* тезауруса)

етикетира се очекивано задовољство (инвестира се значење)

производ се пакује у *перформансе уласка у баштински простор*

порука се документује у сувениру (документ о спавању, јахању итд).