

KUSTOS ONLINE VIRTUALNIH IZLOŽABA – IZAZOV I/ILI ZADATAK?

dr. sc. IVA SALOPEK BOGAČIĆ □ Zagreb

1 Preuzeto 15. svibnja 2019. <https://www.brainpickings.org/2011/05/12/the-filter-bubble/>

2 Johnson, S. Judging 2003's ideas: The most overrated and underrated. *The New York Times*, 2003.

Preuzeto 15. svibnja 2019., <https://www.nytimes.com/2003/12/27/arts/judging-2003s-ideas-the-most-overrated-and-underrated.html>

3 Maria Popova predstavica je tog zanimanja i svoje selekcije online materijala naziva *curating interestingness*.

4 *Digitalna muzejska baština*, Muzejski dokumentacijski centar. Preuzeto 20. svibnja 2019. <http://mdc.hr/hr/muzeji/digitalna-muzejska-bastina/virtualni-muzeji/>

5 Šojat-Bikić, Maja. Modeliranje digitalnih zbirki i digitalnih proizvoda: sadržajno-korisnički aspekt komuniciranja kulturne baštine u digitalnom obliku. *Muzeologija*, 50, 2013: 411-500.

6 Digital exhibitions, AthenaPlus. AthenaPlus osnovana je 2013. kao međunarodni projekt sa zadaćom pristupa mrežama kulturne baštine. Cilj je projekta veća dostupnost kulturne baštine putem platforme Europeana. Konzorcij AthenaPlus sastoji se od 40 partnera iz 21 države članice. Preko nacionalne kontakt-točke Muzeja za umjetnost i obrt i Republika Hrvatska je jedna od zemalja partnera. Preuzeto 15. svibnja 2019. <http://www.athenaplus.eu/index.php?en/200/digital-exhibitions>

7 MUSEUM-HUB glavna je točka europskih muzeja i drugih kulturnih institucija koja ima mogućnost hostinga muzejskih kolekcija radi digitalizacije kulturnih sadržaja i prilagodbe kulturne digitalne baštine Europeana. Navedena platforma surađuje s nizom sestrinskih platformi u prikupljanju podataka, njihovoj obradi i stvaranju metapodataka. MINT i LIDO servisni su oblici upravljačkog sustava kojima se olakšava skupljanje i formiranje metapodataka te njihovo dijeljenje pri stvaranju različitih repozitorija.

I.

Ako se sagleda značenje pojma *web curator* (oko 45 milijuna rezultata /0,39 s) ili *online curating* (oko 9,55 milijuna rezultata /0,37 s) na *Googleu*, dolazi se do zanimljivog zapažanja: nakon nekoliko prvih linkova o navedenim zanimanjima pretraživanje vas neminovno vodi novom pojmu, kustosu digitalnih sadržaja – *content curatoru* (oko 68,8 milijuna rezultata /0,55 s).

I tako, bili vi svjesni tog algoritma ili ne u *Google* filtru koji misli da zna vaše pobude, osjećaje, želje i ukuse bolje od vas, vođeni ste do pojma koji uopće niste tražili, a možda bi za vas mogao biti bolji nego prvotno traženi pojam. Tražite li sami ili želite biti vođeni? Varijante u zasićenosti sadržaja koji nas okružuju i u manjku proaktivnosti vode i do pojave zanimanja kustosa digitalnih sadržaja,² čiji se opis poslova sastoji od vrednovanja, selekcije i prezentiranja nekog online sadržaja svojoj publici. Navedeno zanimanje proizlazi iz hiperinflacije online sadržaja. Želite li pobliže saznati čime se točno bavi kustos digitalnih sadržaja, uvidate da je riječ o selektiranju online kulturnih sadržaja iz hiperinflacije zanimljivog materijala.³ Navedeno je transformacija pojma kustosa, koji u online okruženju možda i ima neke veze s kustosom online virtualnih izložaba.

II.

Prema navodima Muzejskog dokumentacijskog centra (MDC),⁴ digitalna kulturna baština na web stranicama muzeja i zbirki diljem Hrvatske sortirana je na online zbirke, online izložbe, virtualne izložbe i virtualne muzeje. Online zbirke na statičan način prikazuju izbor reprezentativne građe nekih zbirki pojedinih imatelja građe u digitalnom obliku. Online izložbe, za razliku od online zbirki, najčešće donose izbor digitalizirane građe neke realne izložbe ili prikazuju izbor digitalizirane građe selektirane za potrebe online izložbe. Većina online izložaba pokušava kontekstualizirati i dinamizirati online sadržaj koji nudi supstranicama, primjerice uvodne napomene, likovne postavbe, videoprojeksije ili fotografije s otvorenja izložbe. Takvi oblici online izložaba zbog svojih statičnih tekstualnih i vizualnih (najčešće linearnih sljedova) digitalnih sadržaja sve manje odgovaraju potrebama korisnika i više su primjeri digitalnih zbirki i praksi na webu⁵ nego

online virtualne izložbe definirane prema AthenaPlus grupaciji⁶ ili Museu-Hubu⁷, projektu i servisu koji zajedno pokušavaju stvoriti dostupnije mreže kulturne baštine.

Prema novim tendencijama, online virtualne izložbe⁸ svojevrsna su kolekcija hipermedija koju čine digitalni sadržaji te su često mješavina hipertekstualnosti, multimedije i interaktivnosti.⁹

Dijele se na:¹⁰

- izložbe koje su odraz realnih izložaba, ali s vlastitom neovisnošću
- izložbe koje su nastale isključivo za online namjenu.

Izložbe koje su nastale isključivo za online korištenje mogu biti:¹¹

- one koje su zbog nedostatka financijskih sredstva institucije realizirane online
- one koje su nastale radom privatnih subjekata
- one koje se koriste digitalnim okvirima jer povezuju fizički nepovezive sadržaje
- one koje prikazuju sadržaj originalno nastao u digitalnim okvirima.

Osim online virtualnih izložaba, postoje i virtualne šetnje i virtualni muzeji. Virtualne šetnje tematiziraju specifično područje unutar neke online virtualne izložbe, koje je onda detaljnije razrađeno,¹² za razliku od virtualnih muzeja koji su mnogo kompleksniji. Franco Antinucci¹³ smatra da virtualni muzej nije samo kopija realnog muzeja već je utemeljen na reorganizaciji komunikacije i vizualnih sadržaja. Prihvatimo li definiciju ICOM-a o virtualnome muzeju,¹⁴ online virtualnih izložbi i muzeja u Republici Hrvatskoj još i nema. Glavni nedostatak virtualnosti nije u skupim tehnologijama kojima se koriste virtualni muzeji već u nedostatku interaktivnosti, korisničkoga osobnog angažmana i raznovrsnih bogatih sadržaja koji se nude na stranicama muzeja.

Online sadržaji većine muzeja produžetak su edukativno-komercijalnih sadržaja muzeja. Oni tako nude informacije o aktualnosti, o svom djelovanju, matičnosti, zbirnama, djelatnicima, akvizicijama ili pak o edukativnim materijalima. Implementiranje raznih komercijalnih alata na web stranice muzeja postala je nužnost kojom muzeji pokušavaju doći do publike i komercijalizirati svoj proizvod. Suvremene muzejske web stranice nude publici

jednostavne i dostupne vizualne sadržaje koji moraju moći zadovoljiti stroge kriterije tržišta ili su u suprotnome slabo posjećene i zbog pomanjkanja zanimljivih komponenta padaju u zaborav. Stoga većina web stranica ima alate za brojanje posjeta, provođenje anketa, online kupnju ulaznica, kupnju suvenira, online članstvo ili sponzorstvo, online donacije i sl.

Svi navedeni komercijalni sadržaji upotpunjuju već poznate online edukativne sadržaje kojima se posjetitelji različitih profila mogu unaprijed pripremiti ili osposobiti za boravak u muzeju, zabaviti se i nešto naučiti.

Zahvaljujući inovativnosti umjetnika,¹⁵ djelovanju neovisnih kustosa i online kustoskih platformi¹⁶ koji su prvi istraživali granice i s tim povezane kustoske prakse, i tradicionalni su muzeji polako ulazili u internetsko okruženje. Jedan od oblika pojavljivanja tradicionalnih muzeja u online okruženju bio je rezultat potrebe za internetskom prisutnošću, a drugi je bio povezan s nužnošću suvremene umjetničke prakse. Oba su oblika težila stručnom definiranju i razumijevanju povezivanja muzejske djelatnosti s digitalnim sadržajima. Da bi to bilo izvedivo, nužno je trebalo definirati pravila i prakse kako bi se razjasnilo u kojem se smjeru stručna djelatnost treba razvijati.

III.

Prema Cristiane Paul,¹⁷ *online curating* svojevrsni je oblik filtriranja koji se može razumjeti kao trajan proces selektiranja i filtriranja sadržaja, uz opisivanje i klasificiranje te stvaranje konteksta i dekontekstualiziranje online okoline. Pri tom filtriranju naglasak se stavlja na novi element – javnost koja postaje medijator i kreator. Time nastaje svojevrsni hibridni *curating* publike, koja čini cijeli projekt demokratičnijim jer interakcijom sa sadržajem ona postaje neizostavan dio projekta. Važnost kustosa time se mijenja jer on više nije središnja osoba projekta već nastaju nove relacije uzajamnosti zahvaljujući kojima uloge autora – kustosa – publike bivaju redefinirane. Dok uloga kustosa u selekciji građe, organizaciji izložaka i likovnom segmentu virtualne online izložbe ostaje prilično nepromijenjena, u smislu kontekstualizacije i odnosa prema publici često se mijenja.

Publika u online kontekstu dobiva sasvim novu funkciju, drugačiju nego što je ima u sferama realnih muzeja. Ona je u online kontekstu sveprisutna, slučajna i ostvaruje se u udobnosti vlastitog doma. Takva je publika raznolikija i brojnija od stručnih i educiranih posjetitelja. Muzejski je sadržaj korisniku dostupan neovisno o tome gdje se nalazi, a usto biva i prilagođeniji njegovoj osobnoj razini korištenja, višejezičan je, njime se može koristiti kada to želi i na kojem uređaju želi. Takva razina dostupnosti čini korisnika angažiranim i zainteresiranim. Publika postaje spremnija za komunikaciju jer se ona ostvaruje kada to korisnicima odgovara. U takvim uvjetima publika često komunicira u obliku interaktivnosti te time može postati i dio online virtualnih performansa.

Ako se na trenutak pozabavimo razlikom između pojmo-va interaktivnoga i interaktivnosti (*Interactive vs. Interactivity*), uočiti ćemo osnovni problem u razlikovanju linearnog slijeda online izložaba i online virtualnih izložaba. Osnovna razlika u razumijevanju tih pojmova proizlazi iz jezične funkcije razlikovanja pridjeva i glagola. Udaljimo li se od toga jezičnog razumijevanja i sagledamo li značenje u stručnom kontekstu komunikacije,¹⁸ uviđamo da interaktivno nastaje kao odnos korisnika i nekog rada, a interaktivnost više govori o načinu uzajamnosti.¹⁹

Prema Jonathanu Steueru,²⁰ interaktivno se razumijeva u mogućim okvirima korisničkog djelovanja i vezano je za odnos korisnika (čovjeka) i stroja. Sheizaf Rafael²¹ interaktivnost objašnjava kao varijabilno obilježje komunikacijskih postavki. Interaktivnost je doživljaj uzročnosti i privremenoga, ona je kontinuirana korisnička aktivnost i više se odnosi na kvalitetu. Ujedno je povezana i s mogućnošću odgovora (dvosmjernost), tj. s tim da se pruži mogućnost utjecaja (često je taj utjecaj nastavak koji se pojavljuje unutar komunikacije, tj. svaki daljnji, treći odgovor prijenos je do određenog stupnja povezan s prethodnim prijenosima, dakle nije bit samo u reakciji nego u novim relacijama nastalima na temelju uzajamnosti dotadašnjih relacija).²² Za takvu se interaktivnost mogu koristiti alati i sadržaji Web 2.0,²³ koji su nastali radi socijalne angažiranosti pa je moguće korištenje aplikacija socijalnih medija (Facebooka, Tweekera, Instagrama itd.) ili platformi koje su svima dostupne poput blogova, stream-channelsa, video-sitasa (Vimea, You Tubea, Word-pressa). Interaktivnost se može dijeliti na komunikacije s pratiteljima – *live streaming*, do interaktivnosti koja, poput virtualnih performansa, zahtijeva stvaralački odgovor i angažman publike u rasponu od snimanja vlastitih zapisa i reakcija, intervjua, *gaminga*, *webinara* do *storytellinga*.

Stoga *online curating* nije samo prezentacija zbirki ili izbora iz zbirki u online verziji već je udahnjivanje novog života građi u online stvarnosti. Stoga takva stvarnost nije ograničena ni uređajima ni oblikom, već se može proširiti na različite modele internetski uvjetovanih komunikacija i programa. Online muzejska stvarnost na taj se način služi različitim tehnologijama i softverskim izvedbama ne praveći pritom razliku u važnosti između digitalizirane građe, digitalno nastale građe ili pak efemerne građe.²⁴

IV.

Stvaranje online virtualne izložbe po mnogočemu je slično kustoskoj praksi stvaranja realnih izložaba te se može svesti na ove elemente: idejni plan (koncept), planiranje izvora, doseg izložbe i komunikaciju, likovni postav i realizaciju izložbe, testiranje i objavu, evaluaciju, održavanje i dugoročno očuvanje digitalne građe.²⁵

Struktura online virtualnih izložaba temelji se na tri međusobno povezana dijela: sadržaju, kontekstu i publici.²⁶ Pri planiranju stručnog osoblja za rad na online virtualnoj

Ministarstvo kulture Republike Hrvatske pokrenulo je za razdoblje 2014. – 2020. projekt *Digitalizacija kulturne baštine*. U nj je uključen nacionalni agregator koji prikuplja i obrađuje metapodatke dobivene od više davatelja, upravlja njima te ih prosljeđuje i Europeanu.

Preuzeto 20. svibnja 2019., <http://www.museumhub.eu/en/29/digital-exhibitions>

8 Termin koji se odnosi na širenje i promicanje znanja o predmetima baštine internetskim metodama. *Handbook on virtual exhibitions and virtual performances, version 1.0* (kolovoz 2012.), International Network for Digital Cultural Heritage e-Infrastructure, str. 11.

Preuzeto 15. svibnja 2019. <http://www.museumhub.eu/en/29/digital-exhibitions>

9 *Ibid*, str. 17-32.

10 *Ibid*, str. 17.

11 *Ibid*, str. 17.

12 *Ibid*, str. 20.

13 *Ibid*, str. 21.

14 Virtualni muzej, *Virtual Museum Transnational Network*. Virtualni je muzej entitet koji se oslanja na obilježja muzeja, a cilj mu je da dopuni, ojača i proširi muzejska iskustva putem osobnog doživljaja i interaktivnosti te bogatstva sadržaja.

Preuzeto 20. svibnja 2019. <http://www.must.net/virtual-museums/what-virtual-museum>

15 Paul, C. Flexible contexts, democratic filtering and computer aided curating: models for online curatorial practice. U: *Curating immateriality: The work of the curator in the age of network systems*. Autonomedia, 2006., str. 1.

Nakon pojave interneta umjetnici su od 1993. do 2003. razvili net art sustav kao odgovor na dotadašnju prostornu i institucionalnu ograničenost. Tada se pojavio termin *muzeja bez zidova*, a označavao je paralelan, informacijski živi prostor otvoren utjecajima autora, umjetnika, publike i kustosa. To je bio sinonim za transparentan i fleksibilan prostor razmjene, zajedničkog stvaranja i prezentacije.

16 Kustoska platforma, *Wikipedija*. Kustoska platforma može biti organizacija kustosa i s njima povezanih stručnjaka okupljenih radi zajedničkoga kustoskog cilja, ili pak može označivati sustav upravljanja koji olakšava realizaciju kustoskih zadataka.

Preuzeto 25. svibnja 2019., https://en.wikipedia.org/wiki/Curatorial_platform

17 Krysa, J. *Curating immateriality: The work of the curator in the age of network systems*, 2006., str. 17.

18 Klasturp, L. *Paradigms of interaction: conceptions and misconceptions of the field today*, 2003. Različite discipline različito tumače pojam interakcije i interaktivnosti.

19 *Ibid.*

20 Steuer, J. *Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. U: Communication in the age of virtual reality*, 1992., str. 85.

21 Rafaeli, S. *Interactivity: From new media to communication*, 1988., str. 111.

22 *Ibid.*, str. 119-121.

23 Kao reakcija na Web 2.0 nastao je Internet art, od 2003. do danas povezan s Web 2.0.

24 Anić, V.; Goldstein, I. *Rječnik stranih riječi*, Zagreb: Novi Liber, 2000., str. 353. Efemerni sadržaj je „onaj koji je kratkotrajan, privremen i prolazan, tj. bez trajnije vrijednosti i beznačajan”. Performans po svojoj definiciji uvijek živi u sadašnjosti. Iako postoje načini njegova dokumentiranja i konzerviranja, neki autori smatraju da se performans najbolje čuva u sjećanju, jeziku i samo katkad uz pomoć medija ili objekta. Neki autori odabiru rad s takvom vrstom tehnologije baš kako se njihov rad ne bi mogao sačuvati i kako bi postao efemeran.

25 *Handbook on virtual exhibitions and virtual performances*, str. 42.

26 *Ibid.*, str. 54

27 Primjerice, pitanje autorskih prava u sklopu Europeane riješeno je s Data Exchange Agreementom, dok je pitanje autorskih prava u socijalnim medijima još uvijek vrlo diskutabilno. Rasprava o vlasništvu i autorstvu u socijalnim medijima još je otvorena te se temelji na tome da su socijalni mediji nositelji sadržaja, ali sadržaj generiraju korisnici koji su preko svojega korisničkog računa autori.

28 MOVIO je pristupačan i jednostavan alat otvorenog tipa nastao djelovanjem AthenaPlus grupacije za stvaranje digitalnih izložaba. Sastoji se od mnoštva alata i servisa prilagođenih realizaciji online virtualnih izložaba.

<http://www.athenapuls.eu/index.php?en/210/athenapuls-tools>

29 *Omeka* je besplatna, fleksibilna i otvorena platforma za prezentaciju zbirki i kolekcija knjižnica, arhiva i muzeja i sličnih institucija. Preuzeto 20. svibnja 2019., <https://omeka.org/>

izložbi, osim svih članova stručnog tima, bitno je uključiti stručnjake koji digitaliziraju građu, programere, servise digitalnih sustava, web dizajnere i konzervatore digitalnih sadržaja te IT menadžere.

Pri izboru građe nužno je voditi brigu o stupnju njezine digitalizacije, opisu digitalne građe, digitalnim formatima, autorskim pravima²⁷ te digitalnom kontekstu. U izradi sadržaja važno je odabrati primjerene vrste digitalnih sustava kojima će se ispričati priča, bilo da je riječ o hipertekstu, slici, videoalatu, audioalatu ili 3D alatima. Bitno je i pitanje tehnologije kojom će se postići ciljevi izložbe. Alat za izradu statičnih web stranica donedavno se kretao u domenama upotrebe HTML-a povezanoga s CSS-om, da bi se zbog sve veće interaktivnosti počeo uvoditi CMS te posebno dizajnirani programi kao što su MOVIO²⁸ ili OMEKA²⁹.

Primjenom 2D, 3D i 360° modela danas je omogućeno pregledavanje digitaliziranih predmeta do najsitnijih detalja, kao što i uvođenje mobilnih aplikacija, QR kodova, proširene (AR)³⁰ i virtualne stvarnosti (VR)³¹ omogućuju korisniku putovanje vremenom i prostorom.

Pri ugrađivanju svih softverskih elemenata i digitalnih sadržaja nezaobilazna je briga o formatima, veličinama i mogućnostima pretvorbe formi³² kako bi se digitalnim sadržajima moglo ispravno manipulirati i očuvati ih. Testiranje digitalnih sadržaja na testnoj skupini korisnika nužna je faza u razvojnom procesu online virtualne izložbe. Takva izložba mora biti podložna stalnoj dogradnji i poboljšanjima jer su digitalne tehnologije u neprestanom razvoju. Pitanje očuvanja online virtualne izložbe zbog raznovrsnih digitalnih sadržaja potencijalno je problematično, pogotovo kad je riječ, primjerice, o očuvanju efemernih sadržaja ili pak građe nastale digitalno, tzv. digital born art³³, ili pak o očuvanju digitalnog konteksta³⁴.

Ideja čuvanja u online čuvaonicama poput Clouda rezultirala su stvaranjem europskog sučelja EUDAT³⁵, unutar kojega se mogu stvoriti Cloudu slični sustavi za potrebe arhiviranja digitalnih kulturnih sadržaja, a i mnogih sličnih varijanti kao što su DOCAM³⁶, VMN³⁷, Inside Installation³⁸, Matters in Media Art³⁹ ili Rizione.org⁴⁰. Digitalni se kulturni sadržaji mogu čuvati konzerviranjem hardverskog dijela, migracijom (prijenosom podataka iz jednog formata u drugi, noviji softverski oblik), oponašanjem („oponaša se samo originalno softversko ponašanje”), reinterpretacijom (prijenosom podataka s jednog medija na drugi)⁴¹ ili čuvanjem samo izdvojenih digitalnih elemenata varijantom *screenshota*. Potencijalnu poteškoću pri tome navodi J. Ippolito⁴² smatrajući da Internet art ne ubija tehnologija već umjetnik koji se koristi efemernom tehnologijom te da se takvi web radovi trebaju smatrati umjetničkim djelom, a ne medijem.⁴³ Na tom se tragu i online virtualna izložba može razumjeti kao svojevrsno umjetničko djelo i trebalo bi joj se pristupati sa stajališta web performansa⁴⁴ koji ima svoj život te bi je na taj način trebalo i zaštititi.

Na tragu svega navedenog, definiranje pojma kustosa online virtualnih izložaba u početnoj je fazi jer je i sam pojam kustosa u kontekstu razumijevanja digitalnih kulturnih sadržaja fluidan i podložan promjenama.

Redefiniranjem pojma kustosa i njegova djelovanja u suvremenim promišljanjima predstavljen je kao diskurs⁴⁵, performativni posrednik⁴⁶ ili „filter-feeder”⁴⁷, zbog čega se mijenja i razumijevanje položaja autoriteta. Kustos u digitalnom okruženju mora moći surađivati s umjetnicima, publikom, institucijama, kolekcionarima i neovisnim stručnjacima, a sve to vodi otvorenosti i reinterpretaciji uloga i relacija u stvaralaštvu. Budući da je online okoliš po svojoj prirodi beskonačan⁴⁸ (uvijek nezavršen i podložan promjenama i dogradnjama), u tom smislu online virtualna izložba ostaje otvorena za definiranje i uzajamnost dopunjavanja sukreivnosti kustosa, autora i publike.

Radi razumijevanja kustosko-digitalne prakse, možda bi trebalo razmisliti o sljedećim elementima koji bi mogli pomoći u sagledavanju tog područja.

- Online virtualne izložbe pridonose izgradnji identiteta institucija i prezentaciji baštine, prate/slijede identifikaciju i prezentaciju⁴⁹ u smjeru društvene angažiranosti i produktivnosti.
- U segmentu učenja online virtualne izložbe mogu se oslanjati na već poznate oblike učenja, ali mogu i pomicati granice učenja u smjeru uzajamnosti obrazovnog procesa jer je učenje uvijek dvosmjernan proces.
- Tehnologija treba biti na usluzi muzejskoj djelatnosti, a ne suprotno.⁵⁰
- Kustoska praksa online sadržaja događa se izvan muzeja, u virtualnom svijetu.
- Iako mogu biti efemerni, online digitalni kulturni sadržaji trebaju se selektirati, vrednovati, dokumentirati, skupljati, istraživati, očuvati i prezentirati.
- Online digitalni kulturni sadržaj po svojoj je ideji uvijek beskonačan, a kustos ga treba znati i moći učiniti rijetkim.
- Online virtualna izložba treba kustosa koji mora razmišljati u granicama medija u kojima djeluje.
- Online digitalni kulturni sadržaj daje korisniku mogućnost da ne bude vođen već da ima slobodu selekcije, čime sadržaj postaje ne samo primjeren njemu već svakog korisnika smješta u središte izložbe prilagođene njegovim potrebama.
- Online digitalni kulturni sadržaj često nastaje angažmanom publike, pa ona katkad postaje sukreatorom izložbe, pogotovo u sklopu virtualnih performansa ili virtualne stvarnosti koja može biti sastavni dio online virtualne izložbe.
- Online virtualna izložba koristi se mogućnostima online medija (koji su po svojoj ideji potencijalno beskonačan, tj. nezavršen posao) te može prikazivati sadržaj koji publici u realnome muzeju ostaje nepoznat (sve što ostaje iza kulisa izložbe, npr. neselektirana građa, radovi na izložbi itd.).

- *Online curating* ima mogućnost *curatinga* svih novih tehnologija.
- Online digitalni kulturni sadržaj kadšto nema kontekstualizaciju ili ona podliježe autorskim pravima publike.
- Standardi prikupljanja, selektiranja, istraživanja, očuvanja i izlaganja online digitalnih kulturnih sadržaja tek se formiraju i nisu još u potpunosti zaživjeli u praksi
- Prikupljanje, selektiranje, istraživanje, očuvanje i izlaganje efemernih sadržaja koji bi mogli postati dio muzejskih kolekcija često nije određeno etičkim kodeksima, pravilnicima ni zakonima muzejske djelatnosti.

Da bismo razumjeli pojam kustosa online virtualnih izložaba, trebamo postaviti pitanje obuhvaća li to zanimanje i *online curating* digitalnoga kulturnog sadržaja. Što je sa svim digitalnim kulturnim sadržajem koje nameće hiperinflacija informacija izražena bilijunima poslanih e-mailova ili milijunima uploadanih fotografija? Je li to posao kustosa digitalnih sadržaja⁵¹, koji nema veze s kustosom online virtualnih izložaba? Neki oblici digitalnih kulturnih sadržaja odraz su suvremenosti te će filtriranje i vrednovanje rijetkosti ili važnosti tih sadržaja u nekom trenutku također postati nužnost.

Upravo na to misli Arran Rees⁵² kada govori o filtriranju online sadržaja navodeći da će se iz sveg obilja digitalnih sadržaja trebati fokusirati na neke rijetke sadržaje koji su odraz suvremenosti. Takvi su sadržaji socijalnih mreža u obliku gifova, memova i ostaloga jer su oni efemerni odraz naše stvarnosti. No pri tome će zasigurno trebati uspostaviti standarde i legislative, a možda i neke algoritme biranja i nove postavke interpretacije jer fundusi ili privatne zbirke nisu više jedina područja selektiranja već se ono proširuje na ukupan svijet digitalnih kulturnih sadržaja. Pri tomu treba razmišljati o pribjegavanju modelu računalnog algoritma ili pak suradnjama sa stručnom publikom, koja bi imala ulogu istraživača ili interpreta u kontekstu digitalnoga kulturnog sadržaja.

Stoga bih razmišljanje o pojmu kustosa online virtualnih izložaba nevoljko ograničila na zanimanje koje se bavi samo digitalnim izložabama u online okruženju, no kako su online virtualne izložbe po svojoj ideji stalno podložne dogradnji i beskonačnosti u smislu konteksta ili interaktivnosti, potrebno je razumjeti da multidisciplinarnost tog zanimanja nije vezana samo za tradicionalne struke već i za proaktivan odnos prema zajednici, kao i za uzajamno učenje od publike. Svrha takvih izložaba jest nevidljivo oplemenjivanje koje se događa na dobrobit publike i zahvaljujući publici koja interaktivnošću i bogatstvom sadržaja doživljava promjenu a ujedno biva i promjena sama.

Poznata ideja *I curate to learn something*⁵³ na taj način postaje možda i nova definicija zanimanja kustosa. Ako ne težimo tome modelu potrage kako bismo naučili nešto i time mijenjali sebe i interpretacije, onda nam je posao čuvara, njegovatelja, baštinika, interpretatora, moderatora, istraživača i sl. postao *doxa* i *tehne*, a ne ukupnost znanja. Budući da danas *online curating* može

u online okruženju biti gotovo svaki odabir/izbor/selekcija koju neimenovani autor čini na svom blogu ili web stranici, postavljanje pravila ne postaje samo izazov u razvoju struke već i zadatak jer samo prilagodbom možemo preživjeti i stvoriti kvalitetu.

V.

Zanimanje kustosa online virtualnih izložaba nužnost je koja se nameće u svijetu obogaćenom digitalnim kulturnim sadržajima i treba ga razlikovati od kustosa digitalnih sadržaja. Biti vidljiv u online okruženju nije više dovoljan sadržaj u hiperinflaciji informacija jer selektiranjem sadržaja svatko biva „kustos“ u online prostoru. Stručnost, iskustvo, znanje i kvaliteta pri selektiranju, čuvanju, proučavanju i prezentiranju baštine više nisu dovoljne osobine u diskursu promjena već dosadašnje kvalitete nužno treba dopuniti aktivnošću i angažmanom u proaktivnosti kao odgovorom na kulturno-socijalne tendencije. Proaktivna uloga muzeja u vrednovanju, selekciji i prezentaciji digitalnih kulturnih sadržaja odgovornost je i nužnost kojom bi muzeji trebali reagirati na suvremene izazove i hiperinflaciju informacija. Definiranjem online virtualnih izložaba, virtualnih muzeja i virtualnih performansa ICOM i AthenaPlus grupa postavili su smjernice za daljnji razvoj muzejskih djelatnosti u online granicama. Na kustosima je da, bez obzira na nedefiniranost mnogih aspekata online virtualnih izložaba, efemernost digitalnih sadržaja, manjak adekvatnih legislativa, problematiku autorskih prava, stalnu dogradnju softverskih i hardverskih alata i razvoj tehnologija te na poteškoće očuvanja online digitalnih sadržaja, prihvaćanjem izazova budu proaktivni i da realiziraju zadatak.

LITERATURA

1. Boogen Ybarra A. Born-digital art: documentation models as a conservation measure.
2. Dietz S. *Curating new media*. San Francisco Art Institute, 2001., str. 49-52.
3. Krysa J. *Curating immateriality: The work of the curator in the age of network systems*. Autonomedia, 2006.
4. Klastrop I. *Paradigms of interaction: conceptions and misconceptions of the field today*, www.dichtung-digital.org/2003/4-klastrop.html
5. Lunenfeld P. Unfinished business. U: P. Lunenfeld (ed.). *The digital dialectic: New essays on new media*. Cambridge, MA: The MIT Press, str. 6-22.
6. Paul C. Flexible contexts, democratic filtering and computer aided curating: models for online curatorial practice. U: *Curating immateriality: The work of the curator in the age of network systems*. Autonomedia, 2006.
7. Steuer, Jonathan. Defining virtual reality: Dimensions determining telepresence. *Journal of Communication*, Autumn 1992.
8. Rafaeli, S. *Interactivity: From new media to communication*, 1998.

30 *Handbook on virtual exhibitions and virtual performances*, str. 63.

Proširena stvarnost ili AV (*augmented virtuality*) dodaje u našu stvarnost elemente te je time poboljšava. Proširena stvarnost dopušta korisniku slobodu i ne mora biti sastavni dio tehnologije. Primjer toga u muzejskom kontekstu jest mogućnost da se korištenjem GPS-a i aplikacije putem mobitela proširuje vizualni krajolik.

31 *Handbook on virtual exhibitions and virtual performances*, str. 106. Virtualna stvarnost ili VR (*virtual reality*) termin je što se pridodaje računalno-simuliranom okolišu koji može simulirati fizičku prisutnost na mjestima u realnome ili imaginarnom svijetu. Virtualna je stvarnost vizualni doživljaj i može biti sastavni dio digitalnog sadržaja na računalnom ekranu ili na stereoskopskom zaslonu.

32 Mogući je primjer pretvorba digitalne slike u digitalni tekst ili digitalnog teksta u digitalnu sliku.

33 Boogen Ybarra, A. Born-digital art: documentation models as a conservation measure. *Ge-conservación*, n° 11/2017: 166. Bitno je razlikovati čuvanje digitalizirane građe, točnije, građe koja je nastala analogno pa je procesom digitalizacije postala digitalna, od konzervacije digitalne građe (npr. medijske građe). Digitalna je umjetnost nastala programiranjem i stvorena je za digitalni okoliš. Takvu je građu potrebno dokumentirati (elementima: intervju s umjetnikom radi saznavanja razloga nastanka digitalne građe, tehničkih detalja izvedbe, detalja o mjestu izvođenja, opisa ponašanja djela, idejnih nacrti, audio-vizualne interakcije) kako bi se građa što jasnije mogla konzervirati.

34 Schleiner, A. M. *Fluidities and Oppositions among Curators, Filter Feeders, and Future Artists*, 2003. Preuzeto 20. svibnja 2019. <http://opensorcery.net/opposition.pdf>

Problem digitalnog kontekst pojavljuje se uz sve online virtualne izložbe, najčešće uz razumijevanje digitalno stvorenih djela. Digitalni se kontekst za neke digitalne sadržaje može stvoriti uvođenjem hipertekstova ili hipermedije, dok je za druge, poput socijalnih medija, digitalna kontekstualizacija problem koji je u procesu rješavanja. Tako je Schleinerov navod *I am what I link* to što stvara ontološki status online kontekstualizacije koja se dobiva stvaranjem linkova.

- 35 EUDAT je inicijativa nastala za potrebe istraživačke zajednice i pojedinaca koja teži čuvanju, traženju, korištenju i procesuiranju podataka u zaštićenom okruženju.
- 36 Ybarra, A. Born-digital art: documentation models as a conservation measure. *Ge-conservación*, n° 11/2017: 169. DOCAM – Documentation and conservation of the media arts heritage. U sklopu DOCAM-a od 2005. do 2010. postojao je istraživački projekt o dokumentaciji i konzervaciji baštine medijske umjetnosti u sklopu kojega su stvoreni alati i prakse za što uspješniji rad. Pet temeljnih smjernica jesu konzervacija, dokumentacija, katalogizacija, povijest tehnologije i terminologija.
- 37 *Ibid.*, str. 169. The Variable Media Network (VMN) nastao je djelovanjem Jona Ippolita i njegovih kolega u New York Guggenheim Museumu. Zajedno s Foundation Daniel Langlois, razvio je i projekt Variable Media Questionnaire (VMQ).
- 38 *Ibid.*, str. 169. Dokumentacijski model Inside Installations razvili su europski muzeji radeći zajedno pod pokroviteljstvom Netherlands Institute For Cultural Heritage (ICN). U svom radu preuzeli su model DOCAM djelovanja.
- 39 *Ibid.*, str. 169. Matters in Media Art nastali su europsko-američkom suradnjom institucija poput Tate Modern of London, the MOMA, the SFMOMA.
- 40 Rhizome Artbase.
- 41 Boogen Ybarra, A. Born-digital art: documentation models as a conservation measure. *Ge-conservación*, n° 11/2017: 167.
- 42 Jon Ippolito je umjetnik i bivši kustos u Solomon R. Guggenheim Museum. Preuzeto 01.05.2019. https://en.wikipedia.org/wiki/Jon_Ippolito
- 43 Orlović A. Metode zaštite internetske umjetnosti. *Informatica Museologica* 49(2018): 210-212.
- 44 *Handbook on virtual exhibitions and virtual performances*, str. 32. Virtualni performansi mogu biti sastavni dio online virtualne izložbe, ali mogu biti i samostalni. Riječ je o svojevrsnim umjetničkim izvedbama ili eksperimentima koji se koriste mogućnošću digitalne interaktivnosti i virtualne stvarnosti. Mogu se ostvariti među umjetnicima (ili umjetnikom i korisnikom) ili biti rezultat uzajamne interaktivnosti nekoliko virtualnih stvarnosti unutar mreže.

45 O'Neill, P. The Curatorial Turn: From Practice to Discourse. U: *Issues in curating contemporary art and performance*, 2006., str. 26. Kustosko djelovanje nameće promjene položaja – od čuvanja, dokumentiranja, istraživanja k aktivnijoj ulozi, pa čak i onoj umjetnikovoj. Stoga kustoska praksa postaje diskurs u kojemu kustosi postaju tema i producent tog diskursa.

46 *The curator is a middleman as such, characterized by unstable and ever changing representations of his or her agency.*

Curator as Middleman. Søren Andreasen and Lars Bang Larsen Interviewed by Zsuzsa László. Preuzeto 10. svibnja 2019., <http://tranzit.org/freeschool/interju/curator-as-middleman-soren-andreasen-and-lars-bang-larsen-interviewed-by-zsuzsa-laszlo/?lang=en>

47 Schleiner A. M. *Fluidities and Oppositions among Curators, Filter Feeders, and Future Artists* 2003. Preuzeto 20. svibnja 2019., <http://opencore.net/opposition.pdf>

Autorica ističe kako u online tekstu svaki vlasnik web stranice preuzima ulogu kustosa i kulturnog kritičara time što stvara niz stranica ili linkova utemeljenih na asocijacijama ili usporedbama.

48 Lunenfeld P. Unfinished business. U: P. Lunenfeld (ed.). *The digital dialectic: New essays on new media*, 2000., str. 7. „The business of the computer is always unfinished.”

49 *Handbook on virtual exhibitions and virtual performances*, str. 12.

50 *Ibid.*, str. 13.

51 Primjeri sadržaja na web stranici Brain Pickings, <https://www.brainpickings.org/>

52 Preuzeto 10. svibnja 2019., <https://museum-id.com/meme-social-media-becomes-part-museum-collection/>

53 Dietz, S. *Curating new media*. San Francisco Art Institute, 2001., str. 49-52.

WEB/VIDEO

1. Johnson, S. Judging 2003's ideas: The most overrated and underrated. *The New York Times*, 27. prosinca 2003.
2. *Curating on the Web: Exhibiting Internet-based Art, Node-curatorial studies online*, Berlin, 16. listopada – 6. studenog 2018., online course.
3. <https://www.brainpickings.org/2011/05/12/the-filter-bubble>
4. <https://www.nytimes.com/2003/12/27/arts/judging-2003s-ideas-the-most-overrated-and-underrated.html>
5. <http://mdc.hr/hr/muzeji/digitalna-muzejska-bastina/virtualni-muzeji/>
6. <http://www.athenaplus.eu/index.php?en/200/digital-exhibitions>
7. <http://www.museuhub.eu/en/29/digital-exhibitions>
8. <http://www.v-must.net/virtual-museums/what-virtual-museum>
9. https://en.wikipedia.org/wiki/Curatorial_platform
10. <http://www.athenaplus.eu/index.php?en/210/athenaplus-tools>
11. <https://omeka.org/>
12. https://en.wikipedia.org/wiki/Jon_Ippolito
13. <https://www.brainpickings.org/>
14. <https://museum-id.com/meme-social-media-becomes-part-museum-collection/>
15. <http://tranzit.org/freeschool/interju/curator-as-middleman-soren-andreasen-and-lars-bang-larsen-interviewed-by-zsuzsa-laszlo/?lang=en>
16. <http://opencore.net/opposition.pdf>

Primljeno: 4. lipnja 2019.

CURATOR OF ONLINE VIRTUAL EXHIBITIONS – CHALLENGE AND/OR ASSIGNMENT

This paper does not attempt to define the occupation curator of online virtual exhibitions but links such a curator to, and distinguishes him/her from, a similar occupation, the curator of digital cultural contents. By understanding that the occupation of curator of online virtual exhibitions is organically connected with digital and digitized cultural content itself, an endeavor has been made to explain some curatorial-digital practices, to define and give comprehension of this area. The term online virtual exhibition is introduced, there is discussion of the component parts of such an exhibition and the problems and potentials for unclarity in line with the literature of the AthenaPlus network are mentioned. Respecting the basic structure of the online virtual exhibition as that which is based on contents, context and audience, an attempt has been made to focus attention on the understanding of the role of curator, the contents, the context and the audience in the framework of online digital exhibitions.