

Remedijacija virtualnih muzeja

Marić, Tina

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:186:353921>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-16**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET**

Tina Marić

**Remedijacija virtualnih muzeja
(ZAVRŠNI RAD)**

Rijeka, 2022.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kulturalne studije

Tina Marić

Matični broj: 0009086397

Remedijacija virtualni muzeja

ZAVRŠNI RAD

Preddiplomski studij kulturologije

Mentor: izv. prof. dr. sc. Sanja Puljar D'Alessio

Rijeka, 29.8.2022.

IZJAVA O AUTORSTVU SEMINARSKOG RADA


Ovime potvrđujem da sam osobno napisala seminarski rad pod naslovom:

_____Remedijacija virtualnih muzeja_____

i da sam njegova autorica.

Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima (bilo da su u pitanju mrežni izvori, udžbenici, knjige, znanstveni, stručni ili popularni članci) u radu su jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature.

Ime i prezime:

_____Tina Marić, _____

Datum:

_____29.8.2022._____

SAŽETAK

Digitalizacija je danas vrlo važna za kulturu jer je radi nje golemo kulturno znanje koje se nakupljalo stoljećima postalo dostupno široj javnosti. Muzeji su danas mnogo važniji nego prije nekoliko godina iz razloga što se mogu baviti društvenim pitanjima izazvanim pandemijom 2020. godine. Nijedan kutak našeg planeta nije ostao netaknut krizom COVID-19. Kulturne i kreativne industrije bile su jedne od prvih sektora koji su zatvorili svoja vrata. Većina sektora ovisi o posjetiteljima, odnosno o ljudskoj angažiranosti. Kao rezultat toga, pogođene su aktivnosti na mjestima poput kazališta, festivala, kina i muzeja. Jedino rješenje ove situacije bilo je prijeći u online oblik. Tehnološke inovacije transformirale su muzeje kako bi poboljšale obrazovne i praktične aspekte muzejskog iskustva. Omogućile su kulturnom sektoru da poboljšaju pristup informacijama kroz proces digitalizacije i tako dođu do javnosti. Osim pružanja informacija o zbirkama institucija muzejske web stranice prešle su u virtualni prostor kako bi pružile bogatije korisničko iskustvo. Muzeji su svoja vrata otvorili i u online obliku, poznati kao virtualni muzeji, što je omogućilo ljudima diljem svijeta koji nisu u mogućnosti putovati da se povežu s drugom kulturom, bez direktnog kontakta. Mnoge institucije povezale su se s platformom Google Arts and Culture. Putem njih omogućena je razmjena informacija između raznih kultura na potpuno novoj razini. Upoznavaju nas s kulturama koje do sada možda nismo ni znali da postoji, te nas na drugačiji način uvodi u svijet umjetnosti.

Ključne riječi: muzej, virtualni muzej, Google Arts and Culture, remedijacija, COVID-19, pandemija

ABSTRACT

Digitization is very important for culture today because it has made the vast cultural knowledge accumulated over centuries available to the general public. Museums are much more important today than they were a few years ago because they can deal with social issues caused by the 2020 pandemic. No corner of our planet has remained untouched by the COVID-19 crisis. Cultural and creative industries were among the first sectors to close their doors. Most sectors depend on visitors, that is, on human engagement. As a result, activities at venues such as theatres, festivals, cinemas and museums have been affected. The only solution to this situation is to go online. Technological innovations have transformed museums to enhance the educational and practical aspects of the museum experience. They enabled the cultural sector to improve access to information through the digitization process and thus reach the public. In addition to providing information about the institution's collections, museum websites have moved into virtual space to provide a richer user experience. Museums have also opened their doors in online form, known as virtual museums, which has enabled people around the world who are unable to travel to connect with another culture, without direct contact. Many institutions have connected to the Google Arts and Culture platform. Through them, the exchange of information between various cultures is made possible on a completely new level. They introduce us to cultures that we may not have known existed until now, and introduces us to the world of art in a different way.

Keywords: museum, virtual museum, Google Arts and Culture, remediation, COVID-19, pandemic

Sadržaj

UVOD.....	1
1. VIRTUALNO, MUZEJ I VIRTUALNI MUZEJ	2
2. PODRIJETLO	2
3. GOOGLE ARTS AND CULTURE.....	4
4. RAZUMIJEVANJE MUZEJSKOG PROSTORA	6
4.1. MUZEJ KAO UTOPIJA.....	6
4.2. MUZEJ KAO HETEROTOPIJA	7
5. GUBITAK AURE REPRODUKCIJOM	8
6. REMEDIJACIJA	10
6.1. REMEDIJACIJA GOOGLE ARTS AND CULTURE	12
6.1.1. Google Arts and Culture kao „prozor“	13
6.1.2. Google Arts and Culture kao „ogledalo“	14
7. VIRTUALNI MUZEJI I PANDEMIJA.....	17
7.1. VIRTUALNI MUZEJI U HRVATSKOJ TIJEKOM PANDEMIJE	21
ZAKLJUČAK	23
LITERATURA.....	24
IZVORI.....	24
POPIS SLIKA	26

UVOD

Očuvanje umjetnosti i kulture kroz nove multimedijske tehnologije jedna je od ključnih ideja za očuvanje održivosti umjetnosti i kulture diljem svijeta. Tehnologije novih medija mogu pomoći u širenju kulturne baštine među ljudima, čineći ih ravnomjerno dostupnim, bez obzira na prostorne lokacije. Jedna od velikih inicijativa poduzetih za očuvanje tradicionalne umjetnosti i kulture su virtualni muzeji, koji su se mnogo razvili kroz projekt „Google Arts and Culture“. Projekt služi publici tako što im omogućuje virtualne ture po muzejima diljem svijeta.

U svojem završnom radu bavit ću se konceptom virtualnih muzeja, stavljajući naglasak na projekt „Google Arts and Culture“. Bavit ću se istraživačkim pitanjem koji razmatra proces remedijacije koji je doveo do samih virtualnih muzeja i kako je sve to utjecalo i funkcioniralo 2020. godine kada je došla pandemija.

Rad ću započeti definiranjem glavnih pojmova koji će se spominjati kroz tekst, a to su virtualno, muzej i virtualni muzej. U drugom djelu predstaviti ću projekt Google Arts and Culture, jer je uz virtualne muzeje naglasak na njemu i teme o kojima ću pisati u daljnjim poglavljima dotiču se njega. Treći dio bavi se podrijetlom virtualnih muzeja, od kud je sve krenulo i kako je došlo do njega. Četvrti i peti dio vezan je za dva autora, Michaela Foucaulta i Waltera Benjamina, koji se bave prostorom i reprodukcijom. U šestom dijelu proučavam proces remedijacije kroz autore Boltera i Grusina. Nakon definiranja remedijacije, prikazat ću kako su zapravo remedijacija i virtualni muzeji, te projekt Google Arts and Culture povezani. Za kraj pisat ću o utjecaju virtualnih muzeja, na kulturu u doba pandemije, prouzrokovane COVIDom- 19, koja je zahvatila svijet 2020. godine.

1. VIRTUALNO, MUZEJ I VIRTUALNI MUZEJ

Pojam virtualno često se u suvremenom jeziku upotrebljava na krivi način. Upotrebljava se kao zamjena za pojmove digitalno, kibernetičko ili nematerijalno. Iako na neki način oni jesu povezani, pojam virtualno ne predstavlja ove navedene pojmove. On se identificira kao „nešto što fizički ne postoji, ali unatoč tome ono i dalje proizvodi efekte koji mogu utjecati na fizičku stvarnost“¹.

Etimologija riječi muzej dolazi iz grčke riječi Mouseion, što znači hram muza, sjedište muza. U helenističko doba predstavljalo je sastajalište umjetnika i znanstvenika². Riječ muzej prvi put se pojavljuje 1732. godine, te je tada označavala centar znanstvenih studija Ptolomeja u Aleksandriji. U 19. stoljeću muzej je materijalizirao potrebu za prikazivanjem predmeta privatnih zbirki kao što su slike, skulpture, umjetnički predmeti i artefakti. Razlog tomu je bilo stvoriti veliko enciklopedijsko znanje koje pokriva sva kulturna područja.

Virtualni muzej je digitalna cjelina koja se oslanja na karakteristike muzeja kako bi nadopunila, poboljšala ili povećala muzejsko iskustvo kroz personalizaciju, interaktivnost i bogatstvo sadržaja³. Drugim riječima, to je zbirka digitalnih slika, zvučnih datoteka, tekstualnih dokumenata i drugih podataka od povijesnog, znanstvenog ili kulturnog interesa kojima se pristupa putem elektroničkih medija. Virtualni muzej zapravo dematerijalizira predmet radi pružanja više informacija o nekom objektu, ali se i sam dematerijalizira jer omogućuje posjet na daljinu.

2. PODRIJETLO

Ključni događaj od kojeg je sve započelo je pojava izložbenog dizajna kao novog medija unutar avangardnih umjetničkih pokreta ranog 20. stoljeća. Umjetnici su počeli preispitivati odnos izložbenih prostora, izložaka i posjetitelja (Parry, 2010., 123). Umjetnici toga doba tragali su za novim načinima prikazivanja umjetnosti. 1913. godine New York Armory Show koristila je zidove galerije za uokvirene slike, a skulpture su bile raspoređene po cijelom galerijskom prostoru. Galerija je bila tretirana kao pozadina, koju će umjetnička djela ispuniti nekim značajem. Avangardisti su smatrali da treba potaknuti dinamičan odnos između posjetitelja i prostora,

¹ <http://www.v-must.net/virtual-museums/what-virtual-museum>

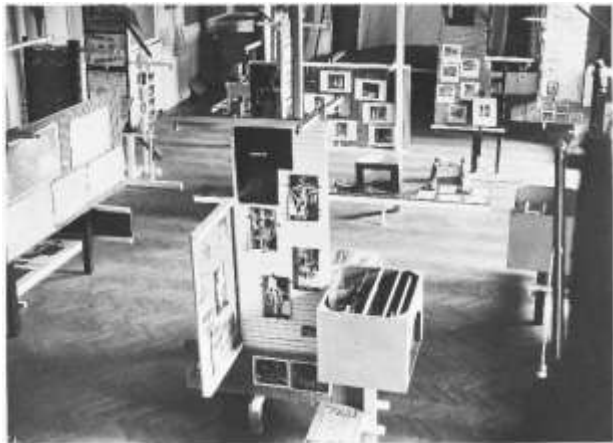
² <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=42619>

³ <http://www.v-must.net/virtual-museums/what-virtual-museum>

odnosno potrebno je uključiti posjetitelja u prostor, ali ne da je on samo posjetitelj koji šeta po galeriji i promatra umjetnička djela. Taj odnos uključuje različite medije i kanale komunikacije. Primjer toga je El Lissitzkyjev dizajn „Apstraktni kabinet“ u Hannoveru (Slika 1.). On je postavio eksponate na klizne ploče ili rotirajuće bubnjeve, kako bi posjetitelji njima mogli fizički manipulirati (Parry 2010., 125). Drugi primjer je „L i T sustav“ (Slika 2.) njemačkog arhitekta i dizajnera Fredericka Kieslera. On je odbio konvenciju vješanja izložaka na zidove. Izložbena soba ispunjena je trodimenzionalnim sustavom mreže (horizontalni, okomiti i dijagonalni nosači koji su se koristili za prikaz slika i drugih predmeta). Doživljaj izložbe ovisio je o rutama i vidikovima koje je odabrao svaki posjetitelj.



Slika 1.



Slika 2.

Muzeji su postupno virtualizirani počevši od 1970-ih, kada su se razvili projekti muzeografskih baza podataka za kompjuteriziranje svojih inventara. Također obilazak muzeja upotpunjuje se audiokomentarima i interaktivnim ekranima koji su zamijenili tradicionalne oznake koje identificiraju objekte. Pojavom interneta, došlo je do ideje da bi arhive muzeja bile manje opterećene s gomilom podataka, ako ih se prebaci u elektronički oblik, odnosno „stavi na internet“. Postupno su se napravile web stranice za muzeje na kojima su bile dodatne informacije vezane za muzej, poput radnog vremena, raznih događaja, arhiva i tako dalje, te na kraju došlo na ideju da se cijeli fizički prostor muzeja prebaci u virtualan oblik. Upravo se taj virtualni muzej može

posjećivati na daljinu zahvaljujući internetskoj tehnologiji. Uz to nudi mogućnost razgledavanja dijelova zbirke koje su predstavljene javnosti, ali i onih koje nisu predstavljene iz posebnih razloga. Na računalnoj razini, virtualni muzej je portal koji nudi posebno široku paletu funkcija i usluga⁴. Ovaj povijesni pregled je upravo pravi primjer procesa remedijacije o kojoj ću kasnije govoriti.

3. GOOGLE ARTS AND CULTURE

Očuvanje umjetnosti i kulture kroz nove multimedijske tehnologije jedna je od ključnih ideja za očuvanje održivosti umjetnosti i kulture diljem svijeta. Tehnologije novih medija mogu pomoći u širenju kulturne baštine među ljudima, čineći ih ravnomjerno dostupnim, bez obzira na prostorne lokacije. Vjeruje se da virtualno naslijeđe propagirano kroz nove medije ima snažan potencijal za stvaranje kulturne svijesti među ljudima o našoj kulturnoj baštini koja je u bijegu. Jedna od velikih inicijativa poduzetih za očuvanje tradicionalne umjetnosti i kulture je projekt "Google Arts and Culture"

Kao što samo ime sugerira, Google Arts and Culture je online portal za umjetnost, kulturu i povijesne zbirke stvarnog svijeta. Projekt je pokrenuo Google 1. veljače 2011. godine, zajedno s 17 kulturnih institucija iz 11 zemalja⁵. Danas platforma broji preko 2000 muzeja, arhiva, mjesta svjetske baštine i lokalnih zajednica. Cilj ovog projekta bio je učiniti umjetnost i kulturu više dostupnijom, jer nemaju svi mogućnost posjećivati muzeje i galerije. Platforma ima puno komponentni, a ovo su samo neke od njih:

1. Virtualni obilazak galerije koji omogućuje virtualni posjet galeriji svakog partnera muzeja korištenjem opcija Google Street View ili klikom na tlocrt galerije⁶.
2. Prikaz umjetničkog djela. Ova značajka pomaže u zumiranju određenog umjetničkog djela i pomaže ga detaljnije analizirati. Tijekom analize slike, korisnik također može dobiti informacije koje se odnose na fizičke karakteristike slike (koje uključuju veličinu, materijal i umjetnika)⁷.

⁴ Djindjian F. 2007. *The virtual museum: and introduction*. (str. 10) ResearchGate

(https://www.researchgate.net/publication/29686127_The_virtual_museum_an_introduction)

⁵ <https://library.sfc.edu/Google/artsandculture>

⁶ Showkat Ahmad Wani i sur. 2019 *The digitally preserved old-aged art, culture and artists: An exploration of Google Arts and Culture*. (str. 113) ResearchGate
(https://www.researchgate.net/publication/334903426_The_digitally_preserved_old-aged_art_culture_and_artists_An_exploration_of_Google_Arts_and_Culture)

⁷ Showkat Ahmad Wani i sur. 2019 *The digitally preserved old-aged art, culture and artists: An exploration of Google Arts and Culture*. (str. 113) ResearchGate

3. Zbirka umjetnina: prijava na Google račun može pomoći korisnicima da kreiraju vlastitu kolekciju tako da korisnici mogu sastaviti mnoge slike iz partnerskog muzeja i spremiti i stvoriti vlastitu galeriju⁸.

4. Nevezano za muzeje, platforma sadrži interaktivne eksperimente vezane za umjetnost i tehnologiju, razne igre, zanimljive činjenice o važnim povijesnim osobama i mnogo više⁹.

Razlog zašto je projekt najaktivniji subjekt na svijetu posvećen očuvanju, širenju u promicanju kulturne baštine, daleko iznad bilo koje javne institucije, je taj što ima neusporedivu kampanju digitalizacije koja je otvorena za suradnju korisnika. Kod projekta to je lako moguće jer ga je pokrenuo sam Google koji ima neusporediv kapacitet ekonomskog ulaganja. Čak ni veliki projekti digitalizacije, poput Europeana (platforma za slobodno pretraživanje digitalnih objekata iz različitih digitalnih knjižnica) ne mogu mu konkurirati¹⁰. Ono što još doprinosi velikom brojem korisnika je što omogućuje i web i mobilni pristup svojim zbirkama. Njima je u cilju da se poveća pristup javnosti svijetu umjetnosti i kulture pa su uz web stranicu napravili i mobilnu aplikaciju.

Polacci je čak rekao da je „stvaranje Google Art Project-a dalo poticaj procesu koji je već u tijeku zahvaljujući inovativnim tehnikama koje radikalno mijenjaju način na koji se umjetnička djela vide. Street view tehnologija, koja otvara dvorane i galerije muzeja, uranja posjetitelje u simulirani obilazak zbirki.” (Polacci, 2015., 74). Upravo o ovome ću kasnije pisati kada ću proučavati remedijaciju.

(https://www.researchgate.net/publication/334903426_The_digitally_preserved_old-aged_art_culture_and_artists_An_exploration_of_Google_Arts_and_Culture)

⁸ Showkat Ahmad Wani i sur. 2019 *The digitally preserved old-aged art, culture and artists: An exploration of Google Arts and Culture*. (str. 113) ResearchGate
(https://www.researchgate.net/publication/334903426_The_digitally_preserved_old-aged_art_culture_and_artists_An_exploration_of_Google_Arts_and_Culture)

⁹ <https://artsandculture.google.com/>

¹⁰ Bonacini E. (2015.) A pilot project with Google Indoor Street View: a 360° tour of “Paolo Orsi” Museum (Syracuse, Italy). *Sciresit.it* (<http://www.sciresit.it/article/view/11638>)

4. RAZUMIJEVANJE MUZEJSKOG PROSTORA

Kako bi se bolje razumjelo značenje virtualnih muzeja i platforme Google Arts and Culture i njihove implikacije na suvremenu umjetnost i kulturu, važno je razumjeti povijest muzeja kao institucije i industrije. U prošlosti se muzej smatrao vrstom sakralnog prostora u kojem se proizvodi kulturno znanje. Unutar tog prostora muzeji su djelovali kao nekakvi misaone vođe, uokvirujući razgovore o umjetničkim predmetima, povijesti umjetnosti i suvremenoj kulturi.

O prostoru je pričao i Michael Foucault. On je 1967. godine održao predavanje na kojem je govorio o važnosti prostora i načinima na koje se prostor razmatra i raspravlja. U prošlosti postojala je jasna razlika između prostora: sveta mjesta i profana mjesta; zaštićena mjesta i otvorena, izložena mjesta; urbana mjesta i ruralna mjesta... (Foucault 2004., 372). Iako ta odvajanja još uvijek postoje, prepoznaje se sve veća međupovezanost između njih. On čak sugerira dvije nove primarne vrste prostora: utopija i heterotopija.

4.1. MUZEJ KAO UTOPIJA

Foucault utopije definira kao mjesta bez stvarnih mjesta. Mjesta koji imaju opći odnos izravne ili obrnute analogije sa stvarnim prostorom društva. Oni predstavljaju samo društvo u usavršenom obliku, ili društvo okrenuto naglavačke, ali u svakom slučaju te su utopije u osnovi nestvarni prostori (Foucault 2004., 374). Virtualni muzeji imaju neovisnost o određenoj lokaciji. Za njih ne postoji određeno mjesto gdje bi trebali biti postavljeni, odnosno podignuti. Ono što znamo da su oni „postavljeni na Internet“ i da u bilo kojem trenutku ako smo na mreži imamo mogućnost pogledati ih. Upravo takvo utopijsko razmišljanje nestvarnog prostora koje je imao Foucault može muzej pretvoriti u društveni prostor u kojem se ljudi iz cijelog svijeta mogu okupljati i raspravljati o onome što vide, a ne samo apsorbirati ono što je izloženo. Virtualni muzej, odnosno Google Arts and Culture je odličan primjer toga, jer je on zapravo mjesto bez stvarnog mjesta, koje okuplja ljude i omogućuje im umjetnost i to sve na jednom mjestu.

4.2. MUZEJ KAO HETEROTOPIJA

Heterotopije su nešto poput protu-mjesta, svojevrsne učinkovito izvedene utopije u kojoj su stvarna mjesta, sva druga stvarna mjesta koja se mogu pronaći unutar kulture, istovremeno predstavljena, osporavana i invertirana. Mjesta ove vrste su izvan svih mjesta, iako je možda moguće naznačiti njihovu lokaciju u stvarnosti.” (Foucault 2004., 374). Foucault predlaže pet glavnih principa heterotopije, a to su:

1. Heterotopije postoje u svim društvima (Foucault, 2004., 375)
2. S vremenom društva mogu promijeniti funkciju postojećih heterotopija (Foucault, 2004., 375)
3. Heterotopije su “sposobne suprotstaviti na jednom stvarnom mjestu nekoliko mjesta koja su sama po sebi nekompatibilna” (Foucault, 2004., 376)
4. “Heterotopije su najčešće povezane s vremenskim odsječcima” koji mogu biti ili nagomilani ili prolazni (Foucault, 2004., 377)
5. Heterotopije „nisu slobodno dostupne poput javnog prostora... da bi netko ušao u njega mora imati određeno dopuštenje i činiti određene geste“ (Foucault, 2004., 378)

Ova načela mogu se primijeniti na razumijevanje muzeja kao heterotopskog prostora. Muzej se u ovom smislu odnosi na instituciju koja prikuplja umjetnička djela i izlaže ih publici. Kao takvi oni su postojali u svim društvima, samo što su bili poznati pod različitim nazivima—crkve, sveučilišta ili privatne domaće zbirke. S vremenom su se te crkve, sveučilišta i privatne zbirke transformirale u institucije koje danas prepoznajemo kao muzeje. Drugim riječima, ove institucije (muzeji) na jednom mjestu okupljaju stvari i time okupljaju različita mjesta koja ne moraju biti kompatibilna. Također, u jednom vremenu okupljaju različite odsječke vremena. Danas svjedočimo transformaciji muzeja kako prelaze u digitalni svijet kroz projekte poput Google Arts and Culture. Google Art Project može se smatrati vrstom heterotopskog prostora koji djeluje kao virtualni muzej. Kao i fizički muzeji tako su i virtualni muzeji mjesta ispunjena predmetima koja su savršeno raspoređena kako bi poboljšali iskustvo posjetitelja¹¹. Nadalje Foucault je rekao

¹¹ Kolosinska, J. (2014) Augmented Reality spaces: museums and digital “heterotopias”. *Publications Blekinge Institute of Technology* (<http://bth.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A832047&dswid=9411>)

da se funkcije postojeće heterotopije mogu promijeniti. Tijekom povijesti uloga muzeja uvijek je odgovarala potrebama društva, obavljajući specifične operacije u različitim povijesnim razdobljima i tako ispunjavala drugo načelo heterotopije¹². U početku to su bile privatne zbirke samo za višu klasu, a kasnije su postali institucije otvorene za širu publiku. Promjenom publike promijenila se i funkcija muzeja, pa danas u doba virtualnih muzeja oni su otvoreni za publiku diljem svijeta, pogotovo za one koji su u nemogućnosti putovati. Ovo načelo ponajviše je ukazalo na to da su virtualni muzeji heterotopija kada je svijet zahvatio COVID-19 2020. godine i kada su svi bili zatvoreni u svojim domovima. Nije bilo moguće putovati ni odlaziti u muzeje, pa su virtualni muzeji, pogotovo Google Arts and Culture, bili odlična zamjena za fizičke muzeje. Heterotopije nisu slobodna mjesta kao javna mjesta. Što se tiče fizičkog muzeja, govori se o plaćanju ulaznice za posjet muzeju, no kada je riječ o virtualnom muzeju govori se o nečem drugom. Virtualni muzeji su besplatni i omogućuju svima da naprave obilazak. Međutim, za posjet virtualnog muzeja potrebno je posjedovati mobitel ili računalo (laptop), te imati pristup internetu, što mnogi ljudi diljem svijeta još uvijek nemaju tu mogućnost.

5. GUBITAK AURE REPRODUKCIJOM

Andre Malraux u svom djelu „Uvod u muzej bez zidova“ raspravlja o povijesti muzeja i njihovom prijelazu na vrstu institucije koju danas prepoznajemo kao muzej (2004.). On tvrdi da su muzeji „danas toliko dio naših života da zaboravljamo da su nametnuli gledatelju potpuno novi stav prema umjetničkom djelu; težili su otuđivanju djela koja spajaju od njihovih izvornih funkcija i pretvaranju čak i portreta u slike” (Malraux, 2004., 384). Odvajanje umjetničkog djela od njegovog nastanka proizašlo je iz ideje Waltera Benjamina o gubitku aure.

Walter Benjamin se u “Umjetničkom djelu u doba mehaničke reprodukcije” (1936.) bavio utjecajem koji će mehaničke reproduktivne tehnologije imati na umjetnost. Tvrdio je da je došlo do pomaka u naglasku s kultne vrijednosti na vrijednost izložbe. U suvremenoj kulturi važnije je počelo biti da umjetničko djelo vide mnogi i da bude dobro prepoznato nego da ga visoko cijeni

¹² Kolosinska, J. (2014) Augmented Reality spaces: museums and digital “heterotopias”. *Publications Blekinge Institute of Technology* (<http://bth.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A832047&dswid=9411>)

elita, nekolicina cijjenjenih. Iz tog razloga, kustosi traže umjetnička djela koja su zabavna ili šokantna, što utječe na umjetnike jer im ograničava njihovu kreativnost.

Benjamin također raspravlja o implikacijama tehnologije na umjetnost i društvo, prateći prijelaz umjetnosti iz kulturnog objekta koji je stvoren za nekolicinu do političkog objekta koji se distribuira masama. Autentičnost i koncept “originala” sastavni su dio Benjaminovog argumenta: “Autentičnost nekog predmeta srž je svega onoga što on prenosi od svog postanka; od njegove materijalne postojanosti do njegove vrijednosti kao povijesnog svjedočanstva.” (Benjamin, 1936., 69). Benjamin autentičnim umjetničkim djelima pripisuje osjećaj autoriteta, govoreći, “ono što vene u doba mehaničke reprodukcije je aura umjetničkog djela” (Benjamin, 1936., 69).

Ipak, Benjamin ističe, mehaničke reprodukcije umjetničkih djela mijenjaju percepciju prostora/mjesta/vremena i često mogu otkriti stvari o originalu koje nisu bile vidljive ili zapažene golim okom. Reprodukcije također omogućuju većoj publici da doživi verziju originala koja inače ne bi bila moguća. Malraux se prvenstveno bavi korištenjem fotografije za reprodukciju umjetnosti i, prema tome, ponovno posredovanje stvarnog prostora. Kroz fotografiju, Malraux tvrdi da nam je „otvoren muzej bez zidova, koji će beskonačno dalje nositi ono ograničeno otkrivanje svijeta umjetnosti koje nam pravi muzeji nude unutar svojih zidova; kao odgovor na njihov poziv, plastične umjetnosti su proizvele svoju tiskaru” (Malraux, 2004., 371). Mislim da digitalne tehnologije omogućuju eksponencijalno širenje ovog “muzeja bez zidova” ponovnim posredovanjem muzeja.

Pezzini je u svojem djelu tvrdio da „Google savršeno realizira imaginarni muzej koji je teoretizirao Malraux“¹³. Osim toga on je zaključio da Google Arts and Culture toliko duboko mijenja odnos između posjetitelja i muzeja da je doista teško ovu platformu uvrstiti u konvencionalnu klasifikaciju muzeja. Razlog tomu je što projekt dopušta korisniku pristup postojećim djelima bez ograničenja pojedinačnog muzeja, pruža mu alate za rad i učenje, te se lišava onog što mnogim posjetiteljima smeta kod posjete muzeja, a to su gužve. U tom smislu Google Arts and Culture otvara novu eru i daljnjim razvitkom tehnologije, sam projekt će se nastaviti razvijati.

¹³ Pezzini I. 2013. *I nuovi musei immaginari. A partire da Google Art Project* (str. 43) (<http://www.coriscedizioni.it/wp-content/uploads/2013/12/Pezzini.pdf>)

Google Art Project pruža platformu za gledanje reprodukcija u visokoj razlučivosti poznatih umjetničkih djela iz cijelog svijeta. Platforma proširuje doseg izvornog umjetničkog djela pružajući digitalnu reprodukciju koja je dostupna gledateljima diljem svijeta. U prošlosti tehničke reprodukcije su se oslanjale na stvaranje velikih količina kopija da dosegnu veliku publiku, pa je Benjamin rekao da je kvantiteta pretvorena u kvalitetu. Google Arts and Culture nudi digitalnu reprodukciju s ciljem očuvanja osjećaja autentičnosti umjesto da ga uništi. Nudi univerzalni pristup (zamjenjujući količinu) kvalitetnim reprodukcijama cijenjenih umjetničkih djela.

6. REMEDIJACIJA

Iako nema autora koji su se bavili remedijacijom koliko i Bolter i Grusin, istaknula bih Marshalla McLuhana koji je u svome djelu „Razumijevanje medija“ istaknuo da je „učinak medija snažan i dubok upravo zato što mu je kao "sadržaj" dan drugi medij. Sadržaj filma jest neki roman, drama ili opera.“ (McLuhan 2008., 22). To što je on iskazao je upravo proces remedijacije, samo što ga on nije definirao tako.

Jay David Bolter i Richard Grusin su krajem 90-ih godina napisali djelo „Remediation: Understanding New Media“ u kojem su ponudili novi okvir za razmatranje kako zapravo svi mediji neprestano posuđuju i preoblikuju druge medije. Taj proces posuđivanja i preoblikovanja je upravo proces remedijacije. Oni su riječ usvojili kako bi izrazili način na koji naša kultura gleda na jedan medij kao na reformu ili poboljšanje drugog (Bolter i Grusin, 2000., 59). Vezano uz ovaj proces javljaju se dvije logike: neposrednost i hipermedijacija. Neposrednost nalaže da sam medij nestane i ostavi nas u prisutnosti predstavljene stvari: sjedimo u trkaćem automobilu ili stojimo na vrhu planine (Bolter i Grusin, 2000., 5-6). Hipermedijacija djeluje u suprotnosti s neposrednošću. Ona otkriva posredovanje tako što kombinira više oblika medija u jedan medijski objekt. Kako kažu autori „hipermedijirani oblici traže od nas da uživamo u činu posredovanja“ (Bolter i Grusin 2000., 14).

Važno je naglasiti da remedijacija nije započela dolaskom digitalnih medija. Njezin proces traje već nekoliko stotina godina, od slike, preko fotografije, pa do računalnog sustava za virtualnu stvarnost. Iako se oni razlikuju na mnogo načina, to su zapravo sve pokušaji postizanja neposrednosti ignoriranjem ili poricanjem prisutnosti medija, odnosno nastoje gledatelja staviti u isti prostor u kojem su i promatrani objekti. Iz tog razloga svi novi mediji rade upravo ono što su

i njihovi prethodnici radili, a to je predstavljanje samog sebe kao preuređene i poboljšane verzije drugih medija.

Ono što autori još naglašavaju je da stari i novi mediji osciliraju između neposrednosti i hipermedijacije. Ne mogu biti dio samo jednog. Ova spomenuta oscilacija važna je za razumijevanje načina na koji medij oblikuje svoje prethodnike i druge suvremene medije. Autori smatraju da „iako svaki medij obećava reformu svojih prethodnika nudeći neposrednije ili autentičnije iskustvo, obećanje reforme neizbježno nas dovodi do toga da postanemo svjesni novog medija kao medija“ (Bolter i Grusin 2000., 19). Prema tome, neposrednost dovodi do hipermedijacije.

Kako bi približili čitateljima logiku neposrednosti, autori daju primjer osobnog računala kojeg uspoređuju s uredom. Oboje imaju mape s datotekama, komade papira, poštu, košaru za smeće i tako dalje. Također, miš i sučelje na osobnom računalu temeljeno je na olovci. Oni omogućuju korisniku neposrednost dodirivanja, povlačenja i manipulacije vizualno atraktivnim ideogramima. Prema tome, „neposrednost bi ovo računalno sučelje trebala učiniti prirodnim, a ne proizvoljnim“ (Bolter i Grusin, 2000. 23). Autori ovdje nagađaju o pojavi trodimenzionalnih verzija ovog sučelja.

Što se tiče hipermedijacije, ona se izražava kao višestrukost. Ako logika neposrednosti vodi nekoga da izbriše ili da automatski učini čin reprezentacije, logika hipermedijacije priznaje višestruke činove reprezentacije i čini ih vidljivima (Bolter i Grusin, 2000., 31-32). Drugim riječima, tamo gdje logika neposrednosti implicira na jedinstveni vizualni prostor, hipermedijacija nudi heterogeni prostor, u kojem se reprezentacija zamišlja kao prozori koji se otvaraju prema drugim reprezentacijama.

Dvostruka logika remedijacije može se ponoviti na različite načine, primjerice:

1. Remedijacija je posredovanje posredovanja. To znači da mediji neprestano komentiraju, reproduciraju i zamjenjuju jedni drugi i to je sastavni dio njih, to jest oni trebaju jedni drugi da bi mogli funkcionirati kao mediji
2. Remedijacija je neodvojivost posredovanja i stvarnosti. Iako svi mediji ovise jedni o drugima u ciklusima remedijacije, naša kultura još uvijek ne priznaje da svi mediji

remedijiraju stvarno. Kao što nema oslobađanja od posredovanja, nema oslobađanja od stvarnog.

3. Remedijacija kao reforma. Cilj remedijacije je jedne medije preoblikovati u druge medije. Ona se može shvatiti kao proces reformiranja stvarnosti

Također, dvostruku logiku spaja poziv na autentičnost. Kod toga nam ususret dolazi Walter Benjamin koji smatra da mehanička reprodukcija proizvodi temeljnu promjenu u prirodi umjetnosti, a ta promjena uništava auru umjetničkog djela jer ga uklanja iz konteksta rituala i tradicije u koje je umjetnost bila povijesno ugrađena (Benjamin, 1936., 70). Međutim, ovdje je potrebno gledati i stvari na pozitivan način. Benjamin ovdje implicira da umjetnost tom promjenom postaje dijelom svakodnevnog života, ona postaje prisutna u našim životima, te se više ne nalazi samo u rijetkim sferama. U prošlosti, umjetnost je bila samo za visoko društvo, dok danas uz ogroman razvitak tehnologije, umjetnost je omogućena svima koji je žele. Time nam želi reći da je došlo do pomaka u naglasku kulturne vrijednosti na vrijednost izložbe. Te reprodukcije omogućuju većoj publici da doživi umjetnost koja je prije bila ograničena.

Danas remedijacija predstavlja jednu od glavnih karakteristika novih digitalnih medija, te je ona glavni razlog zašto postoji niz načina na koji se stari mediji preoblikuju u nove, digitalne medije. U nastavku slijedi povezanost između remedijacije i virtualnih muzeja, odnosno Google Arts and Culture.

6.1. REMEDIJACIJA GOOGLE ARTS AND CULTURE

Bolter i Gromala u djelu iz 2003. godine predlažu dvije strategije za dizajn sučelja: transparentnost i reflektivnost. Ova dva pojma zapravo predstavljaju ono što su Bolter i Grusin nazvali neposrednost i hipermedijarnost. Strategija transparentnosti je zapravo „prozor“ koji gledateljima omogućuje da ignoriraju prisutnost medija, dok reflektivnost metaforički predstavlja „ogledalo“, čiji je cilj korisnicima pružiti jedinstveno iskustvo. Drugim riječima gledatelji čine iskustvo kada su okruženi raznim oblicima medija. Autori su napomenuli da je „svaki dizajn kombinacija ove dvije strategije“ (Bolter i Gromala, 2003., 67), što znači da ni transparentnost ni reflektivnost same ne konstruiraju dizajn sučelja.

U nastavku ću analizirati ove elemente sučelja u sklopu Google Arts and Culture i staviti ih u odnos s remedijacijom.

6.1.1. Google Arts and Culture kao „prozor“

Google Arts and Culture „prozor“ sastoji se od dvije komponentne, a to su „Zoom-In“ i „Museum View“. Transparentna remedijacija, odnosno prozor, ima za cilj tražiti informacije i omogućiti korisniku da zanemari prisutnost medija (Bolter i Gromala, 2003., 153). Korisnici su očarani ovim sučeljem dok zumiraju određenu sliku. Razlog tomu je što u istom trenutku dok oni gledaju sliku gube iz vida da sliku promatraju na ekranu računala. Kako je to moguće sa samo jednom komponentnom kao što je Zoom-In? Google Arts and Culture je omogućio da se jedna umjetnička slika poput, Monetove Mrtve prirode iz 1869. godine (Slika 3.), može toliko zumirati da se ljudi izgube u gledanju najsitnijih detalja slika, kao što bi bio pokret kista (Slika 4.). Alat koji stoji iza ovoga je visoka razlučivost, odnosno fotografije koje se nalaze na platformi i koje korisnici gledaju su zapravo digitalne slike visoke razlučivosti. Ako su slike niske kvalitete/razlučivosti tada bi korisnicima bila uskraćena mogućnost zanemarivanja prisutnosti medija, a time transparentna remedijacija ne bi ispunila svoj cilj.



Slika 3.



Slika 4.

Museum View koristi panoramske slike i tako pruža neposrednost, odnosno medij postaje nevidljiv u percepciji gledatelja. Ovaj alat postaje reprezentativni primjer prozora, koji ima za cilj

prenijeti informacije. U tom kontekstu, korisnici traže informacije o poziciji umjetničkog djela u instituciji, dok se kreću institucijom pomoću alata sučelja. Štoviše, ovo sučelje navodi korisnike da otkriju više detalja slika kroz praksu klikanja na slike tijekom virtualnog obilaska. Takvo ponašanje omogućuje korisnicima da budu apsorbirani u virtualni muzej. Međutim, „Museum View” ima problem koji djeluje protiv održavanja transparentnosti: ograničenje autorskih prava. Iako Google pokušava riješiti problem, „Museum View” ima zamućene slike. Alternativno, Google skenira unutrašnjost institucije izbjegavajući određeni objekt s ograničenjem autorskih prava¹⁴. Na primjer, korisnik želi pronaći sliku u sobi A koja se sastoji od zamućenih slika. Korisnici ignoriraju medij kada su u hodniku muzeja, ali prepoznaju prisutnost medija kada stignu do sobe A. To remeti međuaktivnost između korisnika i sučelja.

6.1.2. Google Arts and Culture kao „ogledalo“

Na platformi, „Korisnička galerija“, „Podijeli“ i „Detalji“ pridonose stvaranju uvjerljivog iskustva od odražavanja korisnika u sučelju. „Korisnička galerija” je komponenta koja rezultira sudjelovanjem. Odabirom i spremanjem svojih omiljenih umjetničkih djela, korisnik odražava svoj osjećaj identiteta u sučelju. Putem alata „Dijeli“, resursi se reflektivno popravljaju. Prethodni rad je izvijestio da je korištenje društvenih medija blogera povezano s reflektivnom remedijacijom¹⁵. Na platformi korisnici dijele cijelu galeriju korisnika ili određenu sliku kako bi o tome razgovarali s drugima. Stoga je zajednička slika na društvenim medijima kanal kojim korisnici komuniciraju s drugima.

Iskustvo nije ograničeno na pojedinca, već se može istovremeno doživjeti s drugim korisnicima online, stvarajući tako zajednicu u kojoj se može formirati novo značenje. Ovakvo iskustvo predstavlja trenutnu kulturu društva; “kulturni jezik koji nudi vlastite načine predstavljanja ljudskog sjećanja i ljudskog iskustva” (Manovich, 2002, str. 72).

¹⁴ 2019. *Digital Museum and User Experience : The Case of Google Arts and Culture*. ResearchGate (https://www.researchgate.net/publication/334557691_Digital_Museum_and_User_Experience_The_Case_of_Google_Art_Culture)

¹⁵ 2019. *Digital Museum and User Experience : The Case of Google Arts and Culture*. ResearchGate (https://www.researchgate.net/publication/334557691_Digital_Museum_and_User_Experience_The_Case_of_Google_Art_Culture)

Prethodno su Bolter i Gromala (2003., 24) primijetili da je karakteristika refleksivne remedijacije višestrukost. Alat „Detalji“ je crtanje višestrukosti. Alat „Detalji“ u praksi omogućuje korisniku pregled informacija koje se odnose na određeni objekt. Informacije se sastoje od raznih vrsta medija: teksta, videa, slika i hiperveza. Na primjer, korisnici cijene digitalnu sliku istovremeno s čitanjem teksta ili reprodukcijom videa. Štoviše, zaslon računala se preklapa s web-stranicom muzeja kada korisnici kliknu na hipervezu. Na taj način različiti mediji okružuju gledatelje i ti mediji čine korisničko iskustvo.

Ovi elementi nisu jasno podijeljeni na transparentnost i refleksivnost. To je zato što su transparentna i reflektirajuća remedijacija komplementarne. Elementi platforme koji su spomenuti stoje između “prozora” i “ogledala”. Na primjer, mediji postaju transparentni tijekom virtualnog obilaska i korisnici se odražavaju u medijima kada kliknu na diskretnu sliku.

Za razliku od muzeja koji se još uvijek pridržavaju tradicionalnih standarda, Google Arts and Culture preoblikuje način na koji se umjetnost doživljava u digitalnom dobu. Projekt može koristiti tehnologiju na neviđene načine kako bi promijenila narativ bilo koje teme. Projekt djeluje u sklopu Instituta za kulturu i nastoji kurirati umjetnička i kulturna djela koja su prije bila dostupna samo u fizičkim prostorima putem digitalne platforme.

Ono što mnogi smatraju da ako jedan medij zamijeni drugi, taj prvi medij mora izumrijeti. Međutim, to nije tako. Umjetnost i tehnologija nusproizvodi su kontinuirane kulturne evolucije, koja je „u osnovi samo promjena kulture tijekom vremena“ (Christiansen & Richardson, 2013., 3). Ovaj stalni razvoj uključuje način na koji se informacije apsorbiraju i prenose u društvu kao rezultat kolektivnog izražavanja. Pojedinci posuđuju jedni od drugih, nasljeđuju znanje od prethodnih generacija i proširuju vještine, stavove i norme stečene tijekom vremena. Vidimo to s tehnologijom i umjetničkim djelima; svaki digitalni komunikacijski uređaj koji se danas koristi rezultat je prošlih izuma, a umjetnici crpe inspiraciju iz svojih prethodnika. Prema tome, to što je jedan medij zamijenio drugog ne znači da prvog više nema, odnosno da se više ne koristi. Umjesto toga, na ovo treba gledati da se tehnologija i umjetnost zapravo razvijaju zajedno. Na primjeru projekta, Googleovo web sučelje uključuje mnoge različite tehnologije, koje se sve kombiniraju kako bi korisniku omogućile stvaranje novih iskustava za sebe. Kombinacija ovih prethodnih tehnologija za stvaranje novih poznata je kao digitalna konvergencija. Primjer je preinaka

Googleove tehnologije Street Viewa s panoramskim pogledima koji omogućuju korisnicima da se smjeste u muzeje i sudjeluju u samostalnim obilascima. Konvergencija postojećih tehnologija s novima definira se kao remedijacija, što je „apsorpcija jednog medija drugim i... asimilacija novog znanja i iskustava potaknutih novim tehnološkim sredstvima” (Kuksa, 2014., 19). Upravo to je Google Arts and Culture; projekt koji obuhvaća razne multimedije i medije za širenje znanja i komunikaciju s korisnicima. Upotreba riječi apsorpcija ne znači da medij prestaje postojati, već da se razvija na način koji korisniku više nije vidljiv. To uranjanje koje stalno spominjem je psihološka vrsta uranjanja, koja se definira kao „osjećaj uronjenja u iskustvo okoline. To se događa, na primjer, kada gledamo televizijski program i postanemo emocionalno uključeni u doživljaje likova ili izgubimo pojam o vremenu dok igramo igru, do te mjere da postajemo manje svjesni svoje okoline” (Kuksa, 2014., 7).

Slijedeći teoriju remedijacije, platforma Google Arts & Culture može korisnicima priuštiti iskustvo neposrednosti i hipermedijacije. Neposrednost znači da korisnik nije svjestan da “tehnologija posreduje u aktivnosti” (Kuksa, 2014., 4). Međutim ovo nije iskustvo koje korisnici imaju na Google Arts and Culture. Na platformi su korisnici itekako svjesni da doživljavaju kulturu putem digitalnog uređaja. Na primjer, funkcija virtualnog obilaska nije dovoljno bespriječna, a slike često pauziraju kako bi se učitale dok se korisnik kreće po muzeju. Ovo nije greška, ali dovoljno ilustrira ograničenja s kojima se korisnici susreću dok koriste digitalnu platformu, za razliku od fizičkog boravka u muzeju. Međutim, to je svrha Google Arts and Culture, jer je njegov direktor Amit Sold više puta naglašavao da platforma ne nastoji reproducirati fizičku prisutnost. Zapravo, iskustvo hipermedijacije, koje “ima za cilj problematizirati ili nastoji preispitati naš odnos s tehnologijom” ono je na čemu Google napreduje (Kuksa, 2014., 5).

Nadalje, Google Arts & Culture obuhvaća četiri mogućnosti digitalnog medija: enciklopedijski, prostorni, proceduralni i participativni (Murray, 2011., 51). Neviđeni algoritmi platforme omogućuju joj da funkcionira na proceduralni način, a bez toga ne bi bilo imerzivnog iskustva. Korisnici sudjeluju s umjetničkim djelima na participativni način zumiranjem slike i virtualnim obilaskom muzeja. Platforma omogućuje korisnicima sudjelovanje „manipuliranjem digitalnim artefaktima i stvaranjem da se stvari dogode kao odgovor na njihove radnje” (Murray, 2011., 55). Ovaj oblik sudjelovanja također omogućuje korisnicima da dijele svoja iskustva na drugim digitalnim platformama kao što su stranice društvenih medija kao što su Facebook, Twitter,

Google+ i Google Hangout. Stoga iskustvo nije ograničeno na pojedinca, već se može istovremeno doživjeti s drugim korisnicima online, stvarajući tako zajednicu u kojoj se može formirati novo značenje. Web stranica također sadrži više od 10.000 kuriranih umjetničkih djela i kulturnih artefakata, s kapacitetom za nebrojeno više što ga čini enciklopedijskim. Tijekom godina Google je kontinuirano razvijao informacije kojima pruža pristup, a to odražava "osnovnu potrebu društva za prikupljanjem, očuvanjem i prijenosom znanja" (Murray, 2011., 66). Konačno, navigacijska značajka također omogućuje inovativno iskustvo prostora. Slično kao pri pregledavanju knjižnice, korisnici se mogu kretati različitim odjeljcima na web-mjestu, a za više imerzivno iskustvo poduzeti virtualne obilaske koje im omogućuju navigaciju fizičkim prostorom. Sve su to mogućnosti koje platformu Google Arts & Culture čine modernom kulturnom institucijom.

7. VIRTUALNI MUZEJI I PANDEMIJA

2020. godine cijelim svijetom proširio se COVID-19. Kako je taj virus svima bio nepoznat, cijeli svijet poslan je u izolaciju i proglašena je pandemija. Vlade diljem svijeta uvele su ograničenja, poput zatvaranja granica, zatvaranja zajednice, obustave letova i zatvaranja javnih mjesta, kako bi izbjegle širenje pandemije. To je za kulturnu i kreativnu industriju značilo veliki pad posjetitelja jer one upravo ovise o okupljanju ljudi u zatvorenim prostorima, poput kina, koncertnih dvorana, galerija i kazališta. Upravo radi porasta globalne zdravstvene krize muzeji i ostali kulturni instituti bili su prisiljeni zatvoriti svoje prostore na licu mjesta. Međutim to im je dalo mogućnost da ojačaju one mogućnosti koje nude informacijske i digitalne tehnologije, te na taj način ojačati odnos s posjetiteljima, korisnicima i javnošću. Može se reći da su virtualne ture postale jedini proizvod koji su kulturne i baštinske atrakcije mogle ponuditi tijekom pandemije. Prema UNESCO-u danas na svijetu ima oko 95000 muzeja, a kad je 2020. godine proglašena pandemija čak 90% muzeja je zatvorilo svoja vrata¹⁶. Prije pandemije, primjena digitalnih tehnologija bila je mnogo naprednija u drugim područjima, dok su je mnogi muzeji koristili samo za posjedovanje web stranice, te za informiranje posjetitelja. Razlog tomu je što su mnogi muzeji smatrali da će virtualni posjeti smanjiti broj posjetitelja u stvarnom životu. Međutim pojavom COVID-19 i slanjem cijelog svijeta u izolaciju naveo je muzeje da ponovno razviju digitalnu strategiju za promicanje veće komunikacije i interakcije s javnošću. Prilike koje proizlaze iz

¹⁶ 2020. *Museums around the world in the face of COVID-19*. UNESCO
(<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>)

internetske i digitalne eksplozije i prisutnosti otvaraju se ponovnom otkrivanju muzeja kao projektno vođenih organizacija koje se mijenjaju i igraju novu ulogu, što znači obnavljanje komunikacije i odnosa sa svojom publikom unutar društvenih i kulturnih ekosustava¹⁷. Digitalno osnaživanje društvenosti relevantno je pitanje kako u fizičkom prostoru muzeja, tako i u virtualnom prostoru muzeja. Virtualni posjeti nude drugačiju priliku za suočavanje s fizičkim ograničenjima koje nam je COVID-19 donio. Takva prilika omogućuje nam da doživimo zajedničku društvenu aktivnost bez potrebe da smo svi u istom fizičkom prostoru.

Jedno istraživanje u Španjolskoj pokazalo je da su se sve digitalne aktivnosti povećale ili su počele nakon zatvaranja, za najmanje 15% sudionika¹⁸. Zbog povećanja digitalnih aktivnosti muzeja porastao je broj virtualnih turista koji su posjetili muzeje koji se nalaze u Španjolskoj. Istraživanje je provedeno na 817 ljudi koji su posjećivali muzejske virtualne obilaske tijekom prvog vala COVID-19 u Španjolskoj. Ono što je zanimljivo što je istraživanje otkrilo da su ljudi čak i onda kada je bilo dopušteno posjećivati kulturne institute, muzeje i galerije, radije ih posjećivali putem virtualnih tura. Razlog tomu je što su još uvijek trajale stroge restrikcije poput nošenja maski, držanja razmaka i ograničenog broja posjetitelja, te se ljudi još uvijek nisu osjećali sigurno izlaziti van.

U Velikoj Britaniji provedeno je istraživanje gdje su 2020. godine proučavali kako su se institucije poput muzeja i baštinskih organizacija prilagodile tijekom karantene uzrokovane COVIDom-19. Za istraživanje prikupljeni su i analizirani podaci iz 83 ustanove kulturne baštine u Ujedinjenom Kraljevstvu i Sjedinjenim Američkim Državama. U radu prikazana je analiza vrsta i podvrsta digitalne ponude; njihovo osiguranje prema vrstama ustanova; vrsta/format uključenog sadržaja; kao i publiku kojoj su te ponude bile usmjerene. Analiza pokazuje kako različite vrste ovih institucija podržavaju online posjetitelje resursima kao što su obrazovni materijali, događaji

¹⁷ 2021. *Museum Visitors' Interest on Virtual Tours in COVID-19 Situation*. ResearchGate (https://www.researchgate.net/publication/352971311_Museum_Visitors'_Interest_on_Virtual_Tours_in_COVID-19_Situation)

¹⁸ 2021. *Museum Visitors' Interest on Virtual Tours in COVID-19 Situation*. ResearchGate (https://www.researchgate.net/publication/352971311_Museum_Visitors'_Interest_on_Virtual_Tours_in_COVID-19_Situation)

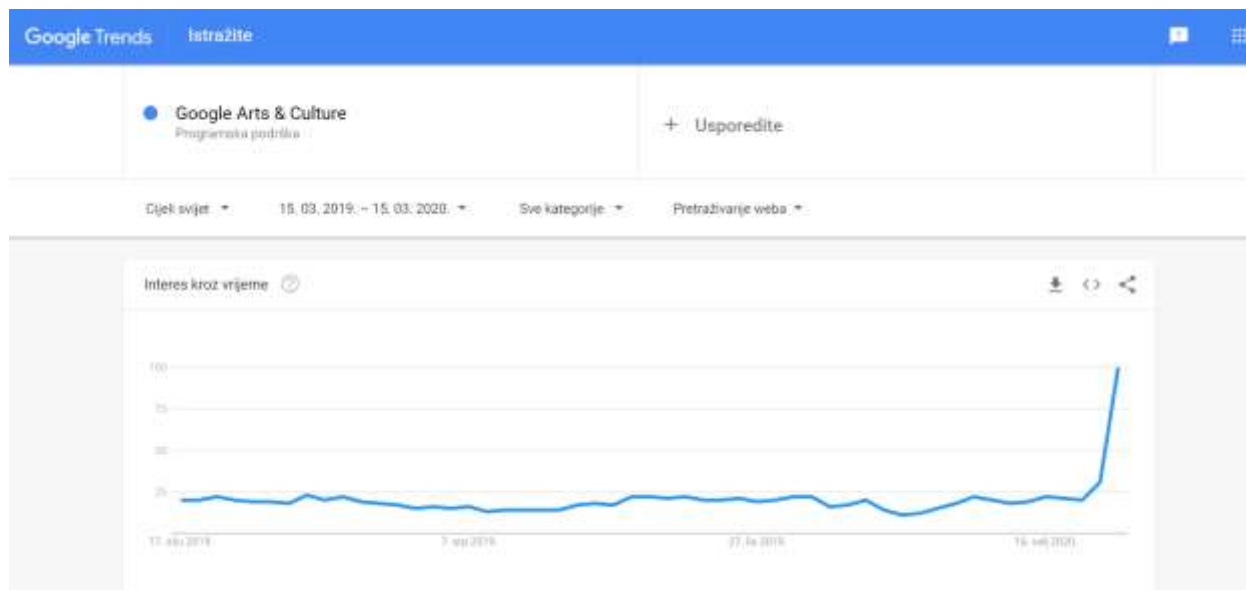
uživo i kreativne aktivnosti, te ističe kako su muzeji učinkovito radili i promijenili metode. Pokazali su da odgovaraju na društvene potrebe dok su zatvoreni.

Što se tiče statistike više od blizu 40% ispitanika u anketi koja je provedena u Europi, primijetilo je povećane online posjete njihovom muzeju otkako je došlo do povećanja posjeta, više od 25% je odgovorilo da su povećali svoje online posjete za 0-10% i do 15 je prijavilo porast od 40-20% tjedno, dok je 15% muzeja tvrdilo 25-55%, a 10% muzeja koji su odgovorili prijavilo je porast od 35%. 13% u odnosu na 60% do 150%. Čak je 5% muzeja prijavilo porast od preko 200%¹⁹

Institucije su na različite načine došle do publike, a jedan od tih, možda i najčešći je povezivanje s Google Arts and Culture. Razlog tomu bio je što je glavni prioritet postao stvaranje virtualnog programa koji će zainteresirati posjetitelje koji su zatvoreni u svojim domovima, a Google Arts and Culture nudi bogat program i sva umjetnost diljem svijeta se nalazi na jednom mjestu. Ono što je kod platforme idealno je to što je dostupno kao web stranica, ali i kao mobilna aplikacija u slučaju da korisnik ne posjeduje računalo ili mobitel. Sam Google nije potvrdio točan broj posjetitelja, no prema analizi Google Trends (Slika 5.), internetska pretraživanja za Google Arts and Culture, učetverostručila su se u ožujku 2020. godine, za razliku od godine prije²⁰.

¹⁹ 2020. *NEMO report on the impact of COVID-19 on museums in Europe*. NEMO (https://www.nemo.org/news/article/nemo/nemo-report-on-the-impact-of-covid-19-on-museums-in-europe.html?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=2eac9b12dcf6456acbf8bc0976970989)

²⁰ Gaskin S. 2020. *Google Arts and Culture Booms as Art World Moves Online*. OCULA (<https://ocula.com/magazine/art-news/interest-in-google-arts-culture-skyrockets-as/>)



Slika 5.

Platforma je zaslužna jer se umjetnost i kultura može otkriti u nekim novim oblicima. Svijet se neprestano mijenja i institucije moraju uhvatiti digitalno doba, a upravo zbog pandemije, oni su to uspjeli u vrlo kratkom vremenu. Promjenom načina na koji možemo pristupiti umjetnosti, Google danas omogućuje ovjekovječenje kulture u kontekstu u kojem se čini da joj nije mjesto. Doista, pandemija je razvila razumijevanje snage, utjecaja i ustrajnosti kulturnih aktera. Ne odustajući, morali su pronaći nove načine za nastavak izvršavanja svojih misija. Google Arts and Culture jedno je od tih rješenja. Služba je posvećena pronalaženju načina za svakog pojedinca da stupi u interakciju s kulturom.

Tehnologije su se pokazale posebno vitalnim jer je pandemija promijenila način na koji živimo i radimo. Institucije su naporno radile kako bi ostale virtualno povezane publikom. Upravo to spomenuto povezivanje s Google Arts and Culture je omogućilo obrazovanje i zabavu za one koji su zaglavili kod kuće, bilo da su učili o indijskim minijaturnim slikama ili su virtualno putovali diljem svijeta, posjećujući arheološka nalazišta, otkrivajući nove zanate i istražujući nevjerojatne muzeje. Posjetitelji platforme mogu birati između širokog spektra interaktivnih slika za doživljaje, od virtualnog obilaska galerija do stvaranja filtera na temelju poznatih selfieja, čime zapravo vidimo kako je platforma za sve dobne skupine, jer će svatko nešto naći za sebe što ga zanima.

Platforma je postojala prije nego što je pandemija zahvatila svijet, ali su je karantena i zatvaranje muzeja učinili popularnijim izvorom zabave i obrazovanja na daljinu.

Zanimljivo je što iako su se nakon dvije godine muzeji ponovno otvorili, odnosno omogućili su posjetiteljima povratak u svoj fizički prostor, upravo to dugo zatvaranje je rezultiralo porastom virtualnih izložaka. Promijenila se publika muzeja, jer je internetski sadržaj dostupan 24 sata dnevno i može mu se pristupiti bez ikakvih troškova. Sada kada su se muzeji postupno otvorili morali su osigurati da njihov program bude smislen, jasan i zanimljiv. Stvaranje pristupačnog i privlačnog sadržaja kako bi se uspješno natjecalo s mnoštvom novonastalih online programiranja predstavljalo je novi izazov.

Uspješnost Google Arts and Culture je u tome što je vrijeme trajanja izložbi dovoljno dugo da se saznaju bitne informacije, ali i dovoljno kratko da se izbjegne pogoršanje zamora ekrana. Osim toga, sadrži jasne informacije o umjetničkom djelu koje ne zahtijeva pozadinsko znanje i stoga je dostupno širem krugu ljudi. U kontekstu globalne pandemije i ograničenja internetskih izložaka, vizualni šarm izložbe bacio se u novo svjetlo.

7.1. VIRTUALNI MUZEJI U HRVATSKOJ TIJEKOM PANDEMIJE

Što se tiče Hrvatske 19. ožujka 2020. godine, Nacionalni stožer civilne zaštite Republike Hrvatske objavio je da se svi muzeji i druge kulturne ustanove u Hrvatskoj zatvaraju na najmanje 30 dana²¹. Međutim, nakon tih 30 dana, broj oboljelih od COVID-19 nije se smanjio te je donesena odluka da ostanu zatvoreni. Zatvaranje je uzrokovalo značajan pad broja posjeta muzejima. Uspoređujući s 2019. godinom, kada je hrvatske muzeje posjetilo 5.235.765 posjetitelja, u 2020. godini posjećenost je znatno pala (1.426.667 posjetitelja). 2021. godine kada su se restrikcije malo smanjile, muzeji i kulturne ustanove ponovno su otvorile svoja vrata javnosti, ali uz mnoga ograničenja i pravila (nošenje maski, ograničen broj posjetitelja i tako dalje). U 2021. godini vidi

²¹ 2020. *MCD istraživanje- utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj*. Muzejski dokumentacijski centar (<https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija>)

se porast broja posjetitelja (2.549.841 posjetitelja), međutim upravo radi mnogih pravila posjećenost i dalje nije bila velika kao prije pandemije.

Muzeji su se brzo prilagodili novonastaloj situaciji i prešli su na digitalne komunikacijske kanale kako bi ostali povezani sa svojom publikom. Većina njih je koristila društvene mreže poput Facebooka i Instagrama, a nekolicina njih povezala se s Google Arts and Culture, poput Muzeja za umjetnost i obrt u Zagrebu. Zanimljivo je što je Google Arts and Culture osim što se povezoao s hrvatskim muzejima, napravio posebnu kolekciju pod nazivom „Croatia: Hearts and Crafts“ gdje ljudi diljem svijeta mogu naučiti o hrvatskim zanatima, svečanostima i glazbi, te upoznati ljudi koji ih drže na životu²².

Osim toga Muzejski dokumentacijski centar mnogo je pridonio u jačanju muzeja tijekom izolacije. Smatra se javnom ustanovom osnovanom još 1955. godine kao dokumentacijska, informacijska i komunikacijska točka hrvatske mreže muzeja²³. U cilju im je učiniti hrvatske muzeje efikasnijima, utjecajnijima i prepoznatljivima. Žele zaštititi raznolikost i bogatstvo muzejskih sadržaja, te osnažiti smisao vrijednosti prošlosti i suvremenosti. Ustanova se nalazi u Zagrebu, ali djeluju i putem web stranice gdje se nalaze online registri muzeja, galerija i zbirki. Osim toga preko web stranice korisnicima je omogućeno posjećivati razne virtualne izložbe, virtualne muzeje i virtualne šetnje.

²² <https://artsandculture.google.com/project/croatia-intangible-heritage>

²³ Muzejski dokumentacijski centar (<https://mdc.hr/hr/mdc/o-nama/mdc-danas/o-mdc-u/>)

ZAKLJUČAK

Danas s digitalnim platformama komuniciramo na različite načine; korisničko iskustvo oblikovano je tehnološkim mogućnostima i individualnim planovima. To znači da je nečije iskustvo određeno svrhom posjete nekom određenom web-mjestu (istraživanje, znatiželja, itd.) i uređajem koji se koristi (laptop, pametni telefon, tablet ili stolno računalo). Kako se i dalje stvaraju inovativne metode za digitalizaciju, tehnološke tvrtke i kulturne institucije nastojat će iskoristiti te alate za interakciju s društvom u cjelini. Ne živimo u svijetu binarnosti; stoga tehnologija, kultura i umjetnost moraju koegzistirati i razvijati se; a digitalne tehnologije to omogućuju. Kulturne institucije, tehnološke tvrtke i drugi sudionici moraju surađivati na stvaranju pristupa informacijama na način koji pojedincima omogućuje da se bave kulturnom baštinom. Digitalna dostupnost i uključenost sada su ljudska prava, kao i kultura i sloboda. Danas nove tehnologije nude značajne mogućnosti kako u pogledu očuvanja, tako i širenja i komuniciranja kulturne baštine.

Evoluciju interakcije čovjeka i računala najbolje oslikava Google Arts & Culture. Platforma utjelovljuje trenutnu kulturu društva i pruža svoje vlastite načine predstavljanja iskustva. Google Arts & Culture omogućuje nam da promatramo umjetnost na novi način i odražava društvo u kojem živimo. Iako je mnogo pomogla muzejima i kulturnim institucijama kada je pandemija tek započela, projekt je i dalje uspješan, čak i kada su smanjena ograničenja ili ukinuta u potpunosti. Razlog tomu je što na mnogo načina, priča priču o kulturnoj evoluciji, a istodobno doprinosi tom razvoju. Za sada, platforma još uvijek postavlja ograničenja za svoje korisnike jer se tehnologije koje si mogu priuštiti potpuni uron i neposrednost nisu u potpunosti razvile. No u skoroj budućnosti, uranjanje u muzejski prostor od svoga doma bit će moguće bez trenutnih postavljenih ograničenja. To dokazuje da su umjetnost i tehnologija produkti kontinuirane kulturne evolucije. Oni se razvijaju zajedno, kako se tehnologija mijenja iz jednog izuma u drugi, odnosno sve više se poboljšava, tako se s time mijenja umjetnost.

POPIS LITERATURE

1. Benjamin, W. (1968). *Umjetničko djelo u doba svoje tehničke reproduktivnosti*, Život umjetnosti.
2. Bolter, J. D., Gromala D. (2003.) *Windows and Mirrors: Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency*, MIT Press.
3. Bolter, J. D., Grusin, R. (2000.) *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge, MA: The MIT Press.
4. Christiansen, M. H. and Richerson, P. J. (2013). *Cultural evolution: Society, technology, language, and religion*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
5. Foucault, M. (2004.) *Of Other Spaces. In Grasping the World: The Idea of the Museum*, Burlington VT: Ashgate Pub.
6. Kuksa, I.; Childs, M. (2014.) *Making Sense of Space: The design and experience of virtual spaces as a tool for communication*, Chandos Publishing.
7. Malraux, A. (2004) *Introduction to Museum without Walls. In Grasping the World: The Idea of the Museum*, Burlington VT: Ashgate Pub.
8. Manovich, L. (2002). *The language of new media*. Cambridge, Mass. : MIT Press.
9. McLuhan M. (2008.) *Razumijevanje medija*, Zagreb. Golden marketing-Tehnička knjiga.
10. Murray, J. H. (2012). *Inventing the medium: Principles of interaction design as a cultural practice*. Cambridge, Mass: MIT Press.
11. Parry, R. (2013.) *Museums in a digital age*, Routledge.

POPIS IZVORA

1. Bonacini E. (2015.) *A pilot project with Google Indoor Street View: a 360° tour of "Paolo Orsi" Museum (Syracuse, Italy)*. Sciresit.it URL: <http://www.sciresit.it/article/view/11638> (posjećeno 14.8.2022.)
2. Enciklopedija.hr-muzej URL: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=42619> (posjećeno 24.5.2022.)
3. Djindjian F. 2007. *The virtual museum: and introduction.* ResearchGate URL: https://www.researchgate.net/publication/29686127_The_virtual_museum_an_introduction (posjećeno 20.5.2022.)

4. Gaskin S. 2020. *Google Arts and Culture Booms as Art World Moves Online*. OCULA URL: <https://ocula.com/magazine/art-news/interest-in-google-arts-culture-skyrockets-as/> (posjećeno 20.8.2022.)
5. Google Arts and Culture URL: <https://artsandculture.google.com/> (posjećeno 17.8.2022.)
6. Google Arts and Culture: Croatia: Hearts & Crafts URL: <https://artsandculture.google.com/project/croatia-intangible-heritage> (posjećeno 17.8.2022.)
7. Kolosinska, J. 2014. *Augmented Reality spaces: museums and digital "heterotopias"*. Publications Blekinge Institute of Technology URL: <http://bth.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A832047&dswid=9411> (posjećeno 24.5.2022.)
8. Library.sfc URL: <https://library.sfc.edu/Google/artsandculture> (posjećeno 13.8.2022.)
9. Muzejski dokumentacijski centar URL: <https://mdc.hr/hr/mdc/o-nama/mdc-danas/o-mdc-u/> (posjećeno 16.8.2022.)
10. Muzejski dokumentacijski centar. 2020. *MCD istraživanje- utjecaj pandemije na muzeje u Hrvatskoj*. URL: <https://mdc.hr/hr/mdc/publikacije/newsletter/newsletter-1-12-2020/#pandemija> (posjećeno 16.8.2022.)
11. NEMO. 2020. *NEMO report on the impact of COVID-19 on museums in Europe*. URL: https://www.ne-mo.org/news/article/nemo/nemo-report-on-the-impact-of-covid-19-on-museums-in-europe.html?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=2eac9b12dcf6456acb8bc0976970989 (posjećeno 17.8.)
12. Pezzini I. 2013. *I nuovi musei immaginari. A partire da Google Art Project* URL: <http://www.coriscoedizioni.it/wp-content/uploads/2013/12/Pezzini.pdf> (posjećeno 20.8.2022.)
13. ResearchGate. 2019. *Digital Museum and User Experience : The Case of Google Arts and Culture*. URL: https://www.researchgate.net/publication/334557691_Digital_Museum_and_User_Experience_The_Case_of_Google_Art_Culture (posjećeno 17.8.2022).
14. ResearchGate. 2021. *Museum Visitors' Interest on Virtual Tours in COVID-19 Situation*. URL:

<https://www.researchgate.net/publication/352971311> Museum Visitors' Interest on Virtual Tours in COVID-19 Situation (posjećeno 18.8.2022.)

15. ResearchGate. 2019. *The digitally preserved old-aged art, culture and artists: An exploration of Google Arts and Culture*. URL: <https://www.researchgate.net/publication/334903426> The digitally preserved old-aged art culture and artists An exploration of Google Arts and Culture (posjećeno 20.5.2022)
16. UNESCO. 2020. *Museums around the world in the face of COVID-19*. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530> (posjećeno 17.8.)
17. v-must URL: <http://www.v-must.net/virtual-museums/what-virtual-museum> (posjećeno 20.5.2022.)

POPIS PRILOGA

1. Slika 1. El Lissitzkyjev dizajn „Apstraktni kabinet“ u Hannoveru URL: <https://mouseionsite.wordpress.com/2017/03/30/abstract-cabinet-el-lissitzky/> (posjećeno 21.8.2022.)
2. Slika 2. Kieslerov „L i T sustav“ URL: <https://www.kiesler.org/en/vienna-1924/> (posjećeno 21.8.2022.)
3. Slika 3. Monetova „Mrtva priroda“ iz 1869. godine URL: https://artsandculture.google.com/asset/main-view/CAE29hez_pGo0w?childAssetId=cAEQBxyETd21jQ (posjećeno 21.8.2022.)
4. Slika 4. Monetova „Mrtva priroda“ iz 1869. godine zumirano URL: https://artsandculture.google.com/asset/main-view/CAE29hez_pGo0w?childAssetId=cAEQBxyETd21jQ (posjećeno 21.8.2022.)
5. Slika 5. Google pretraživanja za "Google Arts & Culture" učetverostručila su se u ožujku 2020. godine URL: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2019-03-15%202020-03-15&q=%2Fm%2F0fg732> (posjećeno 21.8.2022.)