Dajmo muzealije na splet

Margaretha Mazura, generalna sekretarka Evropskega multimedijskega foruma in zunanja ekspertka Evropske komisije za informacijsko-komunikacijske tehnologije in okolje

MELITA FORSTNERIČ HAJNŠEK

Doktorirala je iz prava na Dunaju in se zgodaj specializirala za evropsko zakonodajo in informacijsko-komunikacijske tehnologije – IKT. Margaretha Mazura svetuje v mnogih EU-projektih v tem sektorju, tudi v Latinski Ameriki, Indiji, na Kitajskem. Je zunanja izvedenka Evropske komisije za IKT. Ni EU-projekta s tega področja, ki ne bi šel skozi njeno obravnavo. Na Poletnem odru Kulturno-izobraževalnega društva Kibla je predstavila evropski projekt eCultValue, ki spodbuja razvoj in uporabo novih tehnologij kot podpore za sodobne načine dostopa do kulturne dediščine.

Poznate slovensko situacijo pri pridobivanju sredstev iz evropskih skladov? Pri nas je na pretek očitkov in kompleksov, da ne znamo izkoristiti dovolj teh možnosti.

"Ne poznam zelo natančno slovenske situacije, vem pa, da nekatere institucije, kot je denimo Inštitut Jožefa Stefana, vedno znova vodijo zelo pomembne EU-projekte. Gre za raziskovalne projekte najvišjega ranga, sodelujejo različni deli inštituta. Raziskovalci prihajajo z univerz v Ljubljani in Mariboru. Posebno na področju IKT so slovenski raziskovalci zelo dejavni. KID Kibla pa je absolutno najbolj inovativna in kreativna organizacija, kar jih poznam v kontekstu informacijsko-komunikacijskih tehnologij."

Kakšna je v novi finančni perspektivi 2020, ki je pravkar začela veljati, povezava med IKT in kulturo?

"Evropa je silno bogata v kulturni dediščini, arheologiji, slikarstvu. V mnogih primerih je podcenjena in do mnogih muzealij ni dostopa. Tehnologija lahko kulturni dediščini pomaga v lažjem dostopu do vseh dobrin. Denimo, če hočemo da Vincijevo Mono Liso primerjati s flamskim slikarstvom, poiskati podobnosti in različnosti, nam sodobna tehnologija danes to omogoča. Imeti je treba dostop, to je vse. Žal pa se soočamo z muzeji, ki se bojijo novih tehnologij. Bojijo se dati muzealije na splet, da ne bi izgubili vseh avtorskih pravic, kar pa je nonsens. Odpreti je treba vse arhive in pri tem ne pomaga le internet. To je le ena možnost. Imamo tudi nove načine, kako doživeti dediščino v muzejih. Sto slik na steni muzeja morda zanima kustose in umetnostne zgodovinarje, a za povprečnega obiskovalca muzejev zna biti precej dolgočasno. Razstave in zbirke je treba narediti zanimivejše."

Rijksmuseum on-line

S tem pridobivate zlasti mlajše generacije, fascinirane nad novimi tehnologijami?

"Seveda. Imamo virtualno realnost, sneto na app store na mobilcu, in nešteto informacij. Na aplikaciji lahko vidite, kako se ljudje sprehajajo skozi staro akropolo v časih antične Grčije. Mnogo laže je s tem začutiti daljne čase. Pomembno je ugotoviti, katera tehnologija je najboljša za kak namen. Ali hočemo pritegniti mlade ali hočemo razstaviti več, kot je mogoče v razstavišču. Treba se je odločiti za strategijo in izbrati pravo tehnologijo. Na letošnjem poletnem odru v Mariboru skušamo ustvariti eCult ambasadorje, ljudi, ki bi bili posredniki med tehnologijo in kulturno dediščino. To so taki, ki znajo govoriti 'oba jezika' in ju povezati. Ti profili posrednikov še ne obstajajo, zatorej se odpira možnost za nov poklic, nova delovna mesta."

Kako pri tem pomagajo EU-programi?

"Različne ravni so, kjer kultura igra pomembno vlogo. Lahko so neposredno kreativne industrije, ki so del IKT-programov 'Horizonta 2020', kjer ločimo inovativne in raziskovalne projekte. V novem programu je pomembnejši kot v preteklem obdobju socialni ali družbeni element. Po novem ne sprejemamo le raziskovalnih, ampak tudi take, ki ponujajo nove rešitve, vključujoč izobraževanje. Za Slovenijo so posebej zanimivi evropski strukturni skladi, ki jih je mogoče uporabiti na lokalni ravni. V naslednjih sedmih letih bo v nekaterih državah, kot je Grčija, del strukturnih skladov šel za muzeje in nove tehnologije v njih, za digitaliziranje muzejskih zbirk. To je mogoče, a odvisno je od regijskih vodstev in tudi politike."

V Sloveniji smo do nedavnega kulturno dediščino uvrščali med "mrtvo kulturo". Tako je bila pojmovana celo na ministrstvu za kulturo in se je seveda temu primerno slabše odrezala pri financiranju od "žive kulture".

"Korakoma se bodo te zablode presegle, tudi z uvajanjem sodobne tehnologije v to dejavnost. Ko bodo prve muzejske zbirke on-line in bodo muzeji imeli svoje facebook profile ali bodo promovirani na twitterju, kar je v glavnem zastonj, se bo marsikaj spremenilo. Seveda je za to potrebnega nekaj napora, a privlačno bo za veliko število uporabnikov. Če bo seveda pristop pravilen. Treba je uporabljati različne kanale za pridobivanje mlade publike. Treba je spremeniti predvsem filozofijo kuratorjev starih zbirk, ki se zelo bojijo, da bo padla kvaliteta, a prav nasprotno je, znanje se dodaja, ne izgublja. Muzealijo je treba na spletu postaviti v zgodovinski kontekst, ne le navesti avtorja XY, obogatiti jo je treba s povezavami. Mlade je treba izobraževati na drugačen način. Zgleden primer odprtosti muzeja k novim tehnologijam je amsterdamski Rijksmuseum. Vse slike iz muzeja so on-line in na webu so orodja zastonj. Če vas zanimajo ptice na slikah, jih je mogoče videti na vseh muzejskih slikah hkrati. Ljudje so kreativni in sami ustvarjajo slike na način srednjeveških mojstrov na spletu. Vse je mogoče, le odpreti se je treba. Seveda to ne pomeni, da je vse na voljo zastonj, neki prihodek iz tega naslova je vendar treba pridobiti. Mnogi muzeji tožijo, da nimajo denarja za tehnologijo, da imajo denar zgolj za plače in prenove, a problem je, da niti ne poskušajo. Obstaja muzej, kjer lahko med obiskom zbiraš na iphonu slike, ki te zanimajo, in na koncu, ob odhodu, jih daš natisniti. Nekaj stane, a imaš svoj lastni katalog, ki si ga ustvariš ob obisku. Treba je imeti znanje in ne kraljevati v hiši mrtvih predmetov."

Portugalski zgled

Kaj pa finančni del IKT, kako so podprti projekti tega področja v primerjavi z drugimi?

"Težko je o tem govoriti, ker je odvisno od marsičesa. Odpreti facebook profil ne stane nič, imeti človeka, ki redno skrbi za to, pomeni eno tretjino časa za kader, s katerim že tako razpolaga neka institucija. Potrebujete posebnega kuratorja tudi za digitalne vsebine na spletu, FB, sicer je nezanimivo. Ampak če imate mladega človeka, ki se temu posveti z vsem srcem, projekt zagotovo zaživi. Poznam primer iz Portugalske: pred mesecem sem bila tam in se sestala z muzealci. Ni denarja in zelo zastarela razmišljanja obvladujejo sceno. Mnogi muzeji so odvisni od ministrstva ali drugih javnih institucij, ki ne dovolijo nobenega vložka v on-line razvoj. A odkrila sem mladeniča, ki se ukvarja s cerkvenimi zakladi Portugalske. Naredil je facebook stran in vsak teden doda nov umetniški objekt s sliko. Nadškofija mu je dovolila, da to počne, in ima že 20 tisoč obiskovalcev samo na Portugalskem. Torej je mogoče, če si dovolj predan. Primer je resnično zanimiv in posnemanja vreden."

Margaretha Mazura: "V naslednjih sedmih letih bo v Grčiji del strukturnih fondov šel za digitaliziranje muzejskih zbirk." (Andrej Petelinšek)

Slabo in škoda je, da medijev danes ne zanimajo dobre novice

Zadnja leta utrjujete dialog med Latinsko Ameriko in EU na področju informacijsko- komunikacijskih tehnologij. Kak kulturni trg je Latinska Amerika?

"Latinska Amerika je zelo podobna Evropi, saj gre za številne zelo različne države z izrazitimi posebnostmi. Je pa celina mnogo bolj dinamična in cvetoča. Evropa je dekadentna. Najbolj dinamična država ta čas so Čile, neverjetne so v umetnosti in novih tehnologijah. Seveda pa skoraj vse novo temelji na zasebni iniciativi. Recimo v Buenos Airesu je najsodobnejši muzej umetnosti, ki je moderno voden, izjemen. V kulturi je Latinska Amerika danes zagotovo najbolj perspektivna celina."

Pogovarjava se v času evropskih volitev, kako ocenjujete slabo udeležbo volivcev?

"Avstrija je konservativna, a močno navzoča v EU-institucijah, parlamentu, kar je dobro. Problem je, da ljudje ne razumejo povsem, kaj EU danes pomeni. Povprečni državljan ne ve, kaj lahko ta skupnost zanj naredi. Promocije ni dovolj, nacionalni mediji promovirajo nacionalne politike. Vse slabo domnevno prihaja iz Bruslja. Bruselj pa nima medijev, ki bi plasirali EU-zgodbe o uspehu. Ne le Avstrijci, tudi drugi Evropejci nimajo dovolj informacij o tem, kaj EU pomeni. Seveda je zanje tudi težko voliti. Bruselj je nekaj slabega, torej tudi tisti, ki tja odhajajo, ne morejo biti prida."

Evroskepticizem narašča?

"Narašča, seveda, in vedno pravim, da bi Evropska komisija svoje uspešne zgodbe morala bolj predstavljati Evropejcem. Škoda, da jih ne, ker jih je ogromno in veliko pomembnega se zgodi ob podpori EU. Če pogledamo samo Erasmusove programe študentske mobilnosti, to je neverjeten uspeh in univerze vedo za to. A mnogi, ki nimajo stikov s to populacijo, tega ne vedo. Morali bi promovirati te projekte v različnih okoljih. Seveda ni vse idealno, a morali bi biti objektivnejši pri ocenjevanju pozitivnih dosežkov EU."

Bogastvo na EU-portalih

Delate številne evalvacije evropskih projektov, kaj lahko poveste o tem?

"Mnoge programe imamo s številnimi iniciativami in okviri, recimo program Seven pa nacionalne programe, programe strukturnih skladov pa Cultura 2000, v mnogih primerih so rezultati izjemni, a o njih ne ve nihče ničesar. Škoda. Ni problem v tem, da za promocijo ni denarja, zelo težko je priti v medije s temi temami. Gre za mnogo več kot le lokalno raven. Morda je nov robot nova, dodana vrednost za neko univerzo, ne pa nujno za državo, kjer je skonstruiran. A zakaj ne? Gre za začarani krog. Kako obveščati o teh rezultatih, kako izkoristiti mreženje za boljše sodelovanje? Prav to želimo spremeniti z akcijo eCult ambasadorjev, da bi povezali v mrežo ljudi, muzeje in tehnologije.

Slabo in škoda je, da medijev danes ne zanimajo dobre novice, muzeji, znanost, nove tehnologije. Na EU-portalih je skritega toliko bogastva, a nihče zanj ne ve. Problem je, da mediji obožujejo škandale in slabe novice – zaradi razloga, ki ga sicer ne razumem, a menda je tako zaradi prodaje. Kako si včasih zaželim kake lepe zgodbe, povezane z umetnostjo."

Avstrijci ste ta čas v Evropi slavni predvsem zaradi zmagovalke oziroma zmagovalca Evrovizije.

"Evrovizija letos mi je pustila mnoge dvome. Če je to projekcija Evrope prihodnosti, so moji občutki zelo ambivalentni. Glasba je v redu, a zanima me, ali je on ali ona zmagala zaradi nje. Vsi naslovi v medijih so se s spolom ukvarjali bolj kot z glasbo. In povsod je bilo tako."

Avstrijske avtentičnosti v komadu res ni bilo.

"Pa saj ne vem, ali Avstrijci sploh potrebujemo nacionalno avtentičnost, saj smo dovolj nacionalisti. Conchita Wurst je klofuta v obraz vsem islamistom. Bradati moški je mešanica med različnimi religijami, je prepad med njimi in je latentno nevaren. Poglejte te degenerirane ljudi v Evropi, lahko bi bil odziv muslimanov. Smešimo njihovega boga? Ne vemo sicer, kaj pravijo, a najverjetneje vzbuja nelagodje. Tako je moje osebno mnenje."