

Súkromné zbierky digitálnych artefaktov v procesoch dematerializácie kultúry*

PAVOL RANKOV

V časoch vrcholiacej moderny 20. storočia, keď povinnosťou muža bolo zvädzať a povinnosťou ženy zvädzaniu odolávať, vznikol stereotypný žart o tom, ako mladík pozýva slečnu k sebe domov na prehliadku zbierky motýľov, no myslí pri tom na čosi úplne iné. Dnes, v ére sociálnych sietí a externých cloudových úložísk, by mladíkovi stačilo zaslať link na fotografie svojej zbierky alebo pomocou mobilného internetu ukázať slečne zbierku rovno na obrazovke smartfónu bez ohľadu na miesto, kde by sa táto dvojica práve nachádzala. A tak vtíp o pozvaní na prehliadku zbierky prestáva byť zrozumiteľný, pretože sa mení komunikačno-kultúrny kontext, v ktorom vznikol.

DIGITALIZÁCIA – DEMATERIALIZÁCIA A MASIFIKÁCIA

Už v našom predchádzajúcom príspevku v tomto časopise sme naznačili, že procesy digitálnej remediácie sú zároveň procesmi virtualizácie a dematerializácie (Rankov 2013, 21 – 23). Pritom dematerializácia nie je len aktuálnym krátkodobým javom, ale jedným z kľúčových procesov, ktorými prechádza ľudstvo vo fáze paradigmatickej zmeny od modernej industriálnej k postmodernej informačno-znalostnej ére. Tento proces má svojské formy v rôznych subsystémoch materiálnej a duchovnej kultúry, preto aj naše uvažovanie o zbierkach digitálnych artefaktov začneme v širších multidisciplinárnych kontextoch.

Manuel Castells (2010, 238) si všimol, že ubudlo poľnohospodárov, ale pribúda záhradníkov. Podľa nášho názoru táto zmena odráža dva trendy, ktoré sú typické nielen pre ekonomiku, ale všeobecne pre spoločenský vývin. Prvým trendom je dematerializácia – základným meradlom výkonu poľnohospodára je „hmota“ – kilogramy úrody, meradlom výkonu záhradníka je „estetická informácia“, čiže krása prostredia. Druhým trendom, ktorý môžeme z Castellsovho príkladu odvodiť, je prechod od tovaru k službe. Poľnohospodárova kukurica je materiálny tovar, starostlivosť o záhradu je služba. A analogickou zmenou od produktu k službe prešli aj niektoré zbierky. Fotografie nalepené v albume boli produkt, fotografie uložené na vzdialenom úložisku sú dostupné vďaka službe, milovník hudby si prehrával gramoplatne – zakúpený materiálny tovar, jeho vnuk počúva hudbu prostredníctvom služby Spotify či sociálneho média Youtube.

* Príspevok vznikol na Katedre knižničnej a informačnej vedy FF UK v Bratislave ako súčasť riešenia grantovej úlohy Vega č. 2/0107/14 *Hypermediálny artefakt v postdigitálnej dobe*.

Keď Diane Coyle pred dvadsiatimi rokmi hovorila o dematerializácii, použila pomenovanie svet bez hmotnosti, bezváhový svet (*the weightless world*). „Ludia majú hlboko zakorenený zvyk uvažovať o ekonomickej hodnote ako o niečom fyzickom, čo má hmotnosť a materiál. To je však čoraz menej a menej pravdou“ (1997, 1). Aj Václav Smil považuje dematerializáciu za jeden z hlavných trendov súčasnej výroby zameranej na zvyšovanie produktivity a znižovanie ceny. Pritom však vo všeobecnosti prevláda čiastočná redukcia materiálu obsiahnutého vo výrobku, a nie úplná dematerializácia (2014, 119). Tento autor uvádza mnoho najrôznejších príkladov postupnej dematerializácie. Hmotnosť motorov v pomere k ich výkonu nepretržite klesá, rovnako vďaka know-how klesá hmotnosť obalov (124 – 126). Ešte lepším príkladom dematerializácie spojenej s nástupom nových technológií je vývojová línia počítačov. Prechod od elektróniek k polovodičovým tranzistorom, potom ku kremíkovým čipom a napokon k mikročipom vždy znamenal znižovanie spotreby materiálov, resp. menšiu hmotnosť a veľkosť novšieho a výkonnejšieho počítača v porovnaní s počítačom staršej generácie. Prvý funkčný počítač Eniac bol kolos vážiaci desiatky ton a zaberajúci celú miestnosť, o pol storočia neskôr sa zariadenie s neporovnateľne vyšším výkonom zmestí do vrečka. Dodajme, že hmotnosť je dôležitý parameter aj pri elektronických tovaroch, avšak platí inverzne, čím je hmotnosť nižšia, tým vyššia môže byť cena, teda produkt by mal byť čo najviac dematerializovaný.

Už v 30. rokoch minulého storočia architekt-vizionár Richard Buckminster Fuller použil pojem efemerizácia, ktorým označoval smerovanie našej civilizácie k svetu, kde sa vyrába „čoraz viac a viac z čoraz menej a menej“ materiálu (2001, 115 – 116). Buckminster Fuller si predstavoval, že trend efemerizácie zabezpečí neustály rast životnej úrovne pre široké vrstvy obyvateľstva pri súčasnom zachovaní prírodných zdrojov. V skutočnosti však dematerializácia nemusí byť automaticky prospešná životnému prostrediu, pretože nové výrobky môžu mať v dôsledku skrátenia inovačného cyklu kratšiu životnosť, tým de facto produkujú viac odpadu, zároveň často obsahujú viac škodlivých materiálov (ťažké kovy v elektronike či batériách, alebo PET fľaše v porovnaní so sklenenými). „Aj v situácii, ktorá vyzerá ako dokonalý príklad dematerializácie, v skutočnosti nejde o nič iné ako o komplexnú formu materiálovej substitúcie“ (Smil 2014, 122).

Dematerializácia v zmysle, aký uvádzame, je často „vyvážená“ inými trendmi. Vo vyspelých krajinách je celková „celonárodná“ produkcia všetkých výrobkov meraná na tony rovnaká ako pred storočím (Neef 1998 [Veselý 2004, 438]). To si napokon uvedomuje aj Smil, ktorý síce tvrdí, že priemerná hmotnosť automobilových motorov nepretržite klesá, ale v roku 1920 malo auto 8 % Američanov, no o deväťdesiat rokov neskôr už 80 %. A zároveň síce nepretržite klesá hmotnosť motorov, ale stúpa hmotnosť celých automobilov – medzi rokmi 1920 a 2011 až 3,5-krát (2014, 133). Ešte rýchlejšie než automobily zmasovali informačné médiá a najmä digitálne technológie.

Takáto priama úmera medzi dematerializáciou jednotlivých typov výrobkov a ich (globálnym) zmasovením presne ilustruje koncepciu, z ktorej vychádzame v tomto príspevku pojednávajúc o súkromných zbierkach artefaktov. Namiesto niekoľkých desiatok „vzácných“ papierových fotografií disponuje dnes každý stovkami až tisíc-

kami digitálnych snímok, pričom dramaticky narástol aj počet fotoaparátov – pred štvrtstoročím vlastnila domácnosť spravidla jeden funkčný fotoaparát, dnes okrem rodinného digitálneho fotoaparátu má každý člen rodiny, vrátane detí, fotoaparát v každom mobilnom zariadení (v tablete aj smartfóne a webkameru v notebooku). Pokiaľ teda hovoríme o dematerializácii, nemáme na mysli znižovanie hmotnosti celospoločensky (alebo celoplanetárne) produkovaných a využívaných výrobkov v absolútnych číslach, ale pokles hmotnosti a rozmerov technológií, s ktorými prichádza do kontaktu jednotlivec. A tento jednotlivec, jeho vnímanie a kontakt s okolitým prostredím, médiami, artefaktmi, nás v príspevku zaujíma.

REMEDIAČIA – DEMATERIALIZÁCIA KOMUNIKÁCIE

Obzvlášť prudký je proces dematerializácie v odvetviach produkujúcich a distribuujúcich informácie vo forme znalostí, zábavy či umenia. Ľudia nekupujú gramoflatne ani videokazety, ale sťahujú si z internetu konkrétny obsah vo forme binárneho kódu. Celé dejiny nosičov textu prebiehali v duchu dematerializácie. Text na papyruse či pergamene vyžadoval väčšiu „masu“ hmoty než ten istý text remediovaný do rukopisnej knihy, ktorá bola väčšia než tlačенá, až napokon tlačенá kniha stratila svoju materialitu v elektronickej podobe.

Hmotnosť mobilných telefónov klesla azda desaťnásobne a desaťkrát ľahšie zariadenia majú zároveň vyššiu kvalitu a funkcionálnosť než ich predchodcovia. Preto porovnanie hmotnosti smartfónu so staršími telefónmi nie je korektné, do smartfónu remediovali aj iné médiá – televízor, videorekordér, kamera, fotoaparát, rádio, hodinky s budíkom, stopky, kompas, diár, album fotografií a samozrejme aj kniha, lenže ani toto konštatovanie nie je presné, pretože smartfón vystupuje zároveň ako remediačná kniha aj knižnica. Smartfón je digitálna technológia, a preto podobne ako počítač, je univerzálnym médiom, v ktorom „sa uzatvára celý doterajší mediálny vývoj“ (Rankov 2013, 20). Informácia, správa či dielo v elektronickej podobe samozrejme podlieha ďalším remediáciám, ale tie sú spravidla prepisom do iného binárneho kódu, médium už zostáva (navždy) digitálne. Bernard Stiegler pre túto situáciu používa paradoxné pomenovanie hypermaterializácia. Je to stav „každodennej reality, keď materiálne zariadenia transformujú všetko na informácie a tie podrobujú nekonečnej transformácii“ (2009 [Paul 2015]).

Vďaka používateľskej jednoduchosti a cenovej dostupnosti nás počítače, smartfóny, digitálne kamery a fotoaparáty nabádajú produkovať texty, fotografie, audiovizuálne záznamy a animácie v obrovskom množstve. Bezproblémové vytváranie blogovacích stránok, umiestňovanie na sociálnych sieťach či rozosielanie elektronickej poštou nás zároveň nabáda našu produkciu šíriť a zverejňovať. Vytvárame zbierky, ktoré ukladáme nielen na vlastných počítačoch a serveroch sociálnych médií, ale aj v externých pamätiach a cloudových úložiskách. Informačná explózia sa dnes týka (predovšetkým) produkcie neprofesionálnych aktérov, ktorí vytvárajú, kopírujú a šíria informácie vďaka sociálnym médiám webu 2.0.

V súčasnosti sa všetko stáva objektom pre potenciálne zaznamenanie na médium, realita je nekonečnou zásobárňou pre mediácie, ľudia čoraz viac vnímajú svoj každodenný život buď ako nepretržitú možnosť byť za kamerou alebo pred kamerou.

Avšak táto publikačná onnipotencia občanov globálneho sveta sa dostáva do rozporu s percepčnými schopnosťami ľudí a ľudstva. „Ľudia produkujú digitálne súbory a dáta v takom veľkom rozsahu, že to obmedzuje ich schopnosť digitálne dáta spravovať“ (Gulotta et al. 2013, 1814). V minulosti hlavnou funkciou svadobných fotografií alebo videa bol prenos svedectva o tejto udalosti v čase, na budúce pripomenutie udalosti v relatívne úzkom kruhu najbližších. Dnes fotografie a videá zo svadby slúžia v prvom rade na prenos informácie v priestore, cieľom je oznámiť aktualitu čo najrýchlejšie a čo najväčšiemu okruhu priateľov a ich priateľov na sociálnej sieti. Takáto aktuálnosť a snaha zasiahnuť čo najširšie publikum bývali typické vlastnosti klasických masmédií. Ako hovorí aj Karol Jakubowicz, „digitalizácia ako hlavná príčina konvergencie postupne mení všetky elektronické médiá na nové médiá: multimediálne, interaktívne, schopné prepojiť masovú a individuálnu komunikáciu“ (2013, 16).

Digitálne médiá sú sterilne zamerané na svoju funkcionalitu. Elektronická kniha umožňuje čitateľovi meniť veľkosť písma, rozloženie stránky aj podsvietenie obrazovky, takže sa oveľa lepšie než tlačaná dokáže personalizovať, teda prispôbiť konkrétnemu čitateľovi, napriek tomu tlačaná kniha dokázala byť jedinečná a osobná oveľa zásadnejším spôsobom. Analógové nosiče informácií, aj keď boli vyrábané priemyselnými procesmi mechanickej reprodukcie, po čase mohli získať jedinečnosť vypovedajúcu o ich používateľovi. Knihy si majitelia podpisovali, opatrovali ich exlibrisom, darcovia do nich vpisovali venovania. Podčiarknutia či rukou písané poznámky síce poškodzovali knihu, ale podávali unikátnu správu o konkrétnom čitateľovi. Už opotrebovanie obalu gramoplastne mohlo vypovedať o jej počúvaní a oblúbenosti v rámci konkrétnej diskotéky. Tak sa z priemyselne vyrábaných výrobkov stávali jedinečné artefakty, ktoré boli prvkom jedinečnej zbierky. William Odom, John Zimmerman a Jodi Forlizzi uvádzajú príklad rukou písaných poznámok v kuchárskej knihe, ktorých archívna hodnota rastie v čase, pretože robia knihu čoraz jedinečnejšou (2014, 990). Ľuďom sa páči patina a znaky opotrebovania na materiálnych veciach, pokiaľ sa stali dokumentmi o minulosti, ale určite nechcú analogické poškodenia a nedokonalosti na digitálnych objektoch (Gulotta et al. 2013, 1818). Od digitálneho média očakávame bezchybnosť a „pôvodný stav“. Jedinečnosť virtuálnych artefaktov by sa dostala do rozporu s ich otvorenosťou voči remediácii, teda budúcemu reformátovaniu.

James Bridle sa domnieva, že remediácie individuálnych zásahov majiteľa do tlačenej knihy, ako ich poskytuje e-book, čiže možnosť vkladať vlastné poznámky, dopĺňať bibliografické odkazy či zvyrazňovať pasáže textu, a to dokonca bez poškodenia knihy, prinavracajú elektronickej knihe stratenú auru (2010). Tieto vlastnosti považujeme nesporne za užitočné, ale sme skeptickí k tomu, že by ju dokázali poľudštiť na jedinečný artefakt, akým je tlačaná kniha v knižnici konkrétneho človeka. Pritom pripúšťame, že interaktívne poznámky a *bookmarking* v elektronických dokumentoch sú tiež svojím spôsobom osobné a dokážu „prezentovať“ osobnosť svojho autora. A navyše, čo je v sieťovej kultúre súčasnosti obzvlášť dôležité, môžu byť zdieľané v sociálnych médiách, čiže naozaj vypovedajú o svojom pôvodcovi a vidia ich iní ľudia, ktorí na ne môžu reagovať.

Inou formou individualizácie a personalizácie univerzálneho digitálneho obsahu

je schopnosť elektronickej informácie byť kopírovateľná a spojená s inou informáciou. Odom, Zimmerman a Forlizzi vo svojom výskume zistili, že typickým osobným darčekom je dnes unikátny hudobný album vytvorený ako remix a *mashup* rôznych skladieb (*playlist*) doplnený o obal so situačnými obrázkami (2014, 991). Tak kolekcia starších piesní získava v digitálnej remediácii novú, úzko personalizovanú nadhodnotu.

DIGITALIZÁCIA A DEMATERIALIZÁCIA ZBIEROK

V súčasnosti vrcholí snaha vyspelých národov digitalizovať svoje kultúrne dedičstvo. Napríklad v Slovenskej republike bola od roku 2007 súčasťou Operačného programu *Informatizácia spoločnosti* aj digitalizácia pamäťových a fondových inštitúcií, v rámci ktorej bola v najvýznamnejších kultúrnych inštitúciách vytváraná digitálna knižnica, archív, galéria, múzeum a audiovizia. Investícia do týchto projektov predstavovala vyše dvesto miliónov eur, čo je zrejme historicky najväčšia investícia v rezorte kultúry u nás. Len v rámci jedného z projektov *Digitálna knižnica a digitálny archív* bolo do konca septembra 2015, keď sa projekt oficiálne ukončil, hoci trvalá udržateľnosť je garantovaná minimálne ďalších päť rokov, digitalizovaných vyše 2,5 milióna dokumentov (Mažáriová 2015, 4). Digitalizácia kultúrneho dedičstva však prekračuje národné hranice (rovnako ako kultúra samotná) – portál Europeana sprístupňuje európske kultúrne dedičstvo v podobe mnoho miliónov digitálnych objektov, akými sú naskenované knihy, obrazy, filmy, hudba a múzejné exponáty vytvorené v tisíckach európskych inštitúcií.

V tieni týchto veľkých digitalizačných projektov prebieha aj remediácia súkromných a osobných zbierok. Albumy fotografií, výstrižky, nahrávky, korešpondencia a podobné kolekcie dokumentov s vysokou emocionálnou a dokumentačnou hodnotou pre rodiny a jednotlivcov prechádzajú z analógovej do digitálnej formy, hoci na rozdiel od veľkých projektov spravidla nejde o skenovanie či inú formu prepisu z analógovej do digitálnej formy, ale skôr o diskontinuitné ukončenie analógovej zbierky a nástup digitálnej zbierky nových dokumentov. Shakeel Siddiqui a Darach Turley konštatujú, že nie všetky digitalizované obsahy môžeme označiť za majetok či imanie (*possessions*), napriek tomu všetky sú náhradami materiálneho imania (2006, 647).

Okrem tohto typu zbierok osobných a rodinných dokumentov existuje ešte ďalšia kategória privátnych zbierok, ako sú darčeky, suveníry, amulety, hračky, ktoré konvertujú do digitálnej formy oveľa pomalšie (ak vôbec), pretože ich jadrom sú fyzické objekty, a nie informácie. Aj ony však plnia voči pamäti jednotlivca aj rodiny analogickú funkciu – vstúpili do nášho života v určitých dôležitých, zlomových či jedinečných okamihoch, a potom nám ich pripomínajú. Napokon, aj v múzeách a pamätných izbách sú takéto kuriózne objekty pripomínajúce život významných osobností, ako sú napríklad okuliare, nôž na rezanie obálok či fajka.

Zmysel a hodnotu týmto predmetom dodáva kontext, čiže informácia, ktorá rozširuje ich pôvodný účel, augmentuje reálny objekt o emocionálnu nadhodnotu. Práve tieto obyčajné predmety, ktorých hodnotu určuje iba ich minulosť, sú v podstate nedigitalizovateľné. Zaujímavý môže byť pohľad na digitalizovanú stránku denníka, ktorá je popísaná rukopisom významnej osobnosti, ale zrejme nemôže byť

zaujímavý pohľad na fotografiu či trojrozmerný sken pera, ktorou táto osobnosť do denníka písala. Pritom skutočné pero umiestnené vo vitríne v múzeu vedľa originálu denníka tam má svoje oprávnené miesto. A potom sú tu aj osobné kolekcie viac či menej typických objektov zberateľského záujmu, ako sú záložky do kníh, preparované motýle či zápalkové škatulky, ktoré samozrejme možno odfoťiť aj vytvoriť ich trojrozmerné zobrazenie, ale ani to nebude mať hodnotu remediácie.

Keď sa niektoré kultúrne obsahy zbavujú svojich materiálnych médií, zbavujú sa aj svojej aury, prestávajú byť artefaktmi. V čítačke ľudia zhromažďujú materiál, ktorý si chcú „iba“ prečítať, takmer nikto do čítačky cielene nezberá elektronické knihy ako artefakty, napríklad že by si zhromažďoval kompletnú zbierku kníh nejakej edície. Nikto sa nesnaží získať do čítačky prvé elektronické vydanie svojho obľúbeného románu, pretože vie, že aj toto vydanie je rovnako sterilné ako neskoršia reedícia. Nikoho nefascinuje pohľad na Monu Lisu na obrazovke počítača, hoci môže študovať detaily, na aké by ponad hlavy iných fascinovaných návštevníkov v Louvri ani nedovídel.

Autori výskumu zmien súvisiacich s prechodom osobných zbierok a imania do digitálnej formy konštatujú, že mnoho rodičov potvrdzuje silnú väzbu na knihy, ktoré čítali deťom pred spaním, často uchovávajú a ochraňujú tieto knihy aj dlho po tom, čo sa ich už dospelé deti odsťahovali z domu. Preto sa výskumníci pýtajú, či dnes, keď príbehy v čítačkách sú náhradou za fyzické knihy, budú mať rodičia emocionálny vzťah k čítačke ako technologickému zariadeniu alebo k digitálnemu obsahu (Odom – Zimmerman – Forlizzi 2011). Zrejme aj autorom výskumu sa zdalo nepredstaviteľné, že by rodičia v seniorskom veku s nostalgiou klikali v pôvodnom elektronickom zariadení, ktoré štvrtstoročie nepoužívali, ale rovnako si ťažko možno predstaviť aj to, že by seniori vo svojom novom funkčnom zariadení vyhľadávali aktuálnu remediáciu obsahu, ku ktorému majú sentimentálny vzťah z čias výchovy svojich detí. V tomto prípade auru nemá ani technológia, ani digitálny obsah. „Viacero výskumov zistilo, že existujú najrôznejšie spôsoby, akými sa prejavuje, že virtuálne objekty sú považované za menej hodnotné než materiálne objekty“ (Odom – Zimmerman – Forlizzi 2014, 986).

Odom, Zimmerman a Forlizzi opisujú vlastnosti, ktoré získava virtuálne imanie na rozdiel od zbierok materiálnych artefaktov. Tieto vlastnosti s určitými obmenami majú digitálne objekty všeobecne. Virtuálne zbierky sú bez tvaru (*formless*), resp. ľubovoľne tvarovateľné v tom zmysle, že môžu byť ľahko reprodukovateľné (a kópia je relatívne identická s originálom), kombinovateľné s iným digitálnym obsahom a reformátovateľné, takže sa vedia prispôbiť zobrazovaniu prostredníctvom akéhokoľvek digitálneho zariadenia (985). Digitálna remediácia pre nové médium je len prepisom do iného počítačového kódu.

Konvergencia sociálnych médií, mobilných technológií a cloudových služieb vytvorila svet, kde si ľudia môžu prezeráť, vytvárať, spravovať a prezentovať svoje zbierky virtuálneho imania takmer kdekoľvek a v akomkoľvek čase. Na rozdiel od materiálneho imania to virtuálne nie je viazané na miesto (*placeless*), takže môže byť prezentované na viacerých lokalitách súčasne a ľudia ho v podstate majú stále so sebou. To má svoje nesporné výhody. Výskum mládeže napríklad ukázal, že deti roz-

vedených rodičov najradšej uchovávajú svoje digitálne artefakty v cloudových službách, pretože keď sa presúvajú medzi domácnosťami matky a otca, majú všetko „so sebou“, čo u nich dokonca môže posilňovať ilúziu domova (987). Týmto príkladom môžeme zároveň ilustrovať, ako beztvarosť digitálnych zbierok súvisí s prechodom od materiálneho tovaru (papierovej fotografie či gramoplatne) k službe, čo je typické pre procesy digitalizácie a znalostnú ekonomiku.

Pri zbierkach hmotných predmetov majú majitelia približnú predstavu, kde sa čo nachádza, priestor je rámcovaný kanceláriou, izbou, pivnicou či aspoň domom, ale pri virtuálnom majetku chýba analogický koncept umiestnenia v priestore, čo komplikuje pocit vlastníctva, a to má zasa vplyv aj na vnímanie hodnoty týchto vecí (987). V očiach majiteľov absolútna dostupnosť znižuje hodnotu ich virtuálneho imania.

Odvrátenou stranou toho, že virtuálne imanie nie je viazané na miesto, sa stala väzba týchto digitálnych objektov na konkrétne technológie. Ľudia v starých, už nepoužívaných a často aj nepoužiteľných zariadeniach, ako sú digitálne fotoaparáty, pamäte počítačov a mobilných telefónov, zanechali množstvo fotografií a textov, na webe a v sociálnych médiách sú navždy „zabudnuté“ hráčky a používateľské profily. Hoci digitálne obsahy sú otvorené voči budúcim remediáciám, nie vždy k týmto remediáciám aj prichádza. Zastarávanie média má veľký vplyv na prežitie obsahu, hoci samotný obsah nemusel ešte zastarať. V učitom zmysle sú teda dáta (obsahy) viac než v minulosti závislé od svojho nosiča a formátu. Obsahy na digitálnom médiu majú dve alternatívy do budúcnosti – remediáciu alebo zánik. Zrejme to však ľudia nevnímajú ako problém, pretože, ako potvrdili vo výskume, je ťažké roztrhať pohľadnicu z minulosti, ale je jednoduché analogickú elektronickú pohľadnicu vymazať (Siddiqui – Turley 2006, 647).

Ďalšou vlastnosťou virtuálnych zbierok je bezrozmernosť (*spaceless*). Digitálne zbierky nevstupujú do fyzického priestoru, a preto virtuálne imanie netreba nikdy prehodnocovať v tom zmysle, že by sa nezmestilo do nejakého priestoru, napríklad pri presťahovaní domácnosti. Virtuálne imanie zdanlivo nevyžaduje organizáciu a starostlivosť bez ohľadu na to, aké je veľké. Ľuďom táto vlastnosť digitálnych zbierok vyhovuje, lebo im umožňuje vytvárať rozsiahle archívy, do ktorých môžu získavať ďalšie nové objekty bez toho, aby sa museli vzdávať starých. Zbierky sa napokon stávajú neorganizovanou masou digitálnych objektov, sú plné obsahu, ktorý si ich majitelia ani necenia, ani v ňom nemajú prehľad. Výskum ukázal, že aj keď sa v určitom momente ľudia zväčša pokúsia nejakým spôsobom svoje virtuálne zbierky organizovať, napríklad abecedne alebo podľa dátumu akvizície či vzniku, spravidla nie sú úspešní, čo napokon môže viesť až k strate kontroly nad zbierkou (Odom – Zimmerman – Forlizzi 2014, 990).

Obavy zo straty kontroly nad zbierkou u niektorých ľudí súvisia aj s tým, že svoje virtuálne imanie zverujú externým úložiskám a cloudovým službám, teda akejsi anonymnej a neviditeľnej sile, o budúcnosti ktorej nemajú ani potuchy. Aj Siddiqui a Turley vo svojom výskume zistili, že základným pocitom respondentov v súvislosti s digitálnymi zbierkami je neistota (*uncertainty*), ktorá pramení z pochybností o bezpečnosti digitálnych zbierok, ako aj z pochybností o možnostiach uplatňovať svoje vlastníctvo vo vzťahu k nehmotným objektom (2006, 648). Preto niektorí ľudia

chcú dokumenty, napríklad fotografie, spätne rematerializovať, napríklad vytlačiť a potom uchovať, ale navyše ich aj digitálne zálohovať. Videá a zvukové záznamy však analógovo uchovávať možné nie je. Kuriózný prípad spätnej rematerializácie objavil jeden z výskumov: mladá respondentka v obave pred zánikom sms správ dokumentujúcich vývoj jej ľúbostného vzťahu tieto texty ručne prepisuje, zaplnila nimi štyri zošity (Odom – Zimmerman – Forlizzi 2014, 989).

A napokon by sme ako ďalší znak zbierok digitálnych artefaktov odlišujúci ich od materiálnych zbierok mohli uviesť personalizáciu zbierok. V minulosti knižnica aj album fotografií boli často imaním celej nukleárnej rodiny, dnes sa ukrývajú v elektronických zariadeniach, ktoré sú majetkom jednotlivých rodinných príslušníkov, čo platí rovnako pre e-knihy, ako aj pre videá z dovolenky. Členovia spoločnej domácnosti si samozrejme jednak môžu požičiavať technológie, jednak si môžu preposielať digitálne obsahy alebo umožňovať prístup k nim, ale ani tak sa zbierky nestávajú rodinným majetkom.

SÚKROMNÁ ZBIERKA A IDENTITA JEJ MAJITEĽA

Pre dnešných päťdesiatnikov kvalitná súkromná knižnica či štýlová diskotéka je ešte stále jedným z prejavov vypovedajúcich o osobnosti majiteľa. Je v nich zaznamenaný vývoj majiteľovho vkusu a záujmov, ale aj svetonázor či hodnoty. Zbierky sú súčasťou identity jednotlivca, sú médiom, ktoré umožňuje minulosti človeka, aby bola prítomná v súčasnosti. Marshall McLuhan (1991) dal priamo do podnázvu jednej zo svojich najslávnejších kníh tézu, že médiá sú extenzie človeka. Pritom médiá chápe veľmi široko, v spomínanej knihe k nim zaraďuje napríklad koleso, bicykel, peniaze, odev či zbrane.

Ak sú teda médiá predĺžením a rozšírením človeka, stávajú sa aj jeho súčasťou. Myšlienku, že identitu človeka tvoria aj veci, ktoré vlastní, vytvoril ich, má k nim vzťah alebo si ich odkladá, zastáva viaceru autorov, zväčša sa pritom odvolávajú na Russella W. Belka a jeho koncept extenzie osobnosti (*self extension*). „Vedome či nevedome, zámerne či nezámerné považujeme náš majetok za súčasť nás samých“ (1988, 139). „Osobnosť sa nekončí myslou a telom. Ľudia, miesta a veci, vrátane virtuálnych vecí, sú časťou našej identity a správania“ (253). Amber L. Cushing dopĺňa, že koncept osobnosti ako subjektu zahŕňa aj objekty, ktoré môžu slúžiť ako informácie o subjekte (2011, 1). Budovanie identity je zo strany jednotlivca procesom vytvárania sebaobrazu a sebakonštrukciou, ale aj akceptáciou tejto konštrukcie zo strany okolia. Je to „verejný proces“ (Zhao – Grasmuck – Martin 2008, 1817).

Vzťah ľudí k svojmu majetku sa mení podľa toho, ako sa menia oni sami, kým sú a chcú byť. Imanie, ktoré ľuďom prislúcha, im umožňuje prijať určitú identitu. Ale zároveň má na subjektívne stanovenie hodnoty vecí vplyv aj naviazanie týchto vecí na minulé udalosti, presnejšie spojitosť so spomienkami na konkrétne udalosti. Siddiqui a Turley hovoria o zbierkach listov, pohľadníc, novinových výstrižkov, hudobných nahrávok a obrazov, že sú to „nádoby na identitu“, dávajú zmysel minulosti a manifestujú identitu (2006, 647). Môžeme teda konštatovať, že zbierky poskytujú odpovede na otázku „kto som?“ a „odkiaľ prichádzam?“. A na ďalšiu existenciálnu otázku „byť či mať?“ ponúkajú šalamúnsku odpoveď: „som tým, čo mám“. Ľudia hodnotia

svoje imanie podľa toho, „ako poukazuje na ich minulosť, ako odráža súčasné aktivity a zobrazuje vlastné ja, aj ako projektuje budúcnosť, po akej túžia“ (Odom – Zimmerman – Forlizzi 2014, 986).

Vlastníctvo raritného artefaktu, napríklad prvého vinylového albumu kultovej skupiny, ktorý vyšiel v malom náklade v nezávislom vydavateľstve, je akiste silným prvkom posilňujúcim identitu majiteľa. Je nepravdepodobné, že rovnaký pocit príslušnosti k subkultúre má aj poslucháč, ktorý si ako jeden z mála zasvätených takúto nahrávku vypočuje na Youtube. Napriek tomu, že prostredníctvom komentárov v tomto sociálnom médiu môže s inými členmi subkultúry aj priamo komunikovať, a tak posilňovať pocit príslušnosti k skupine. Azda aj preto sa v posledných desaťročiach pojem subkultúra používa čoraz menej a nahrádza ho oveľa neutrálnejší pojem scéna.

Koncept extenzie osobnosti dnes zahŕňa nielen materiálne predmety, ale aj digitálne objekty. Sebaprezentácia slúžiaca manažovaniu svojej identity prebieha aj vo virtuálnom priestore. „Sme to, čo postujeme“ (Siddiqui – Turley 2006, 648). Novou, no pre mladšie generácie zásadnou zložkou identity sú profily na sociálnych sieťach, blogy, avatary v interaktívnych hrách, odložené súbory a adresáre obsahujúce dôležité prijaté alebo odoslané emaily a sms správy. V súvislosti s elektronickým prostredím preto môžeme hovoriť o virtuálnej identite alebo online identite. Ako upozorňuje John Suler, elektronické prostredie umožňuje „dekonštrukciu“ osobnosti, pretože jej rôzne zložky sa môžu rozvíjať v rôznych online prostrediach. „To môže dať ľuďom možnosť, aby vyjadrovali a odkrývali aspekty svojej identity, ktoré nevyjadrujú vo svete tvárou v tvár“ (2002, 456). V realite môže mať jedinec len identitu, ktorá nie je v apriórnom rozpore s jeho viditeľným sociálnym postavením a zovňajškom (Zhao – Grasmick – Martin 2008, 1817). Zato vo virtuálnom prostredí môže zaujať ľubovoľnú identitu, akú toto prostredie umožňuje. Preto sa domnievame, že v porovnaní so správaním v realite môže profil na sociálnej sieti či avatar vo virtuálnej hre podať o svojom majiteľovi hlbšiu, hoci nie komplexnejšiu správu, pretože odkrýva aj vrstvu túžob a fantázií ukrytých až kdesi na hranici podvedomia. V online prostredí sa teda môžu nachádzať naozajstné extenzie osobnosti.

Ak sú materiálne zbierky nástrojom budovania osobnosti dovnútra i navonok, digitálne zbierky plnia túto funkciu prinajmenšom rovnako dobre. Prezentácia seba a svojej zbierky prostredníctvom elektronického média alebo sociálnej siete to umožňuje robiť oveľa jednoduchšie a cielenejšie. Aj výskum potvrdil, že mládež si viac cení tie svoje digitálne objekty alebo zbierky, ktoré získali na sociálnej sieti spätnú väzbu, napríklad vo forme komentárov alebo „lajkov“ (Odom – Zimmerman – Forlizzi 2011). Manažment virtuálnej identity sa teda odohráva v bezprostrednom dialógu s okolím, čo je však trend, ktorý platí pre súčasnú spoločnosť všeobecne. Napríklad spotrebiteľské výskumy mladých ľudí v novom miléniu ukázali, že generácia odchovaná na sociálnych sieťach je kompatibilná s dematerializovaným svetom aj z hľadiska svojich spotrebiteľských preferencií a hodnôt, pretože to, čo pre jej rodičov pri nakupovaní znamenalo možnosť vidieť tovar a dotknúť sa ho, teda prísť do kontaktu s materialitou vecí, je nahradené hodnotou dostupnosti informácií o produkte, ktoré je možné získať zo zákazníckych online hodnotení (Peter-

son 2013). Bezprostrednú „materiálnu“ skúsenosť nahradila dôvera v informácie a mediálne sprostredkovanie.

ZÁVEROM: DIGITÁLNE ZBIERKY AKO POZOSTALOSŤ?

Zbierky materiálnych a digitálnych artefaktov sa môžu objavovať aj v bezprostrednej situácii (kultúrneho) dedičstva po predkoch, teda ako pozostalosť. Preberanie predmetov do pozostalosti je proces, v ktorom informácie, hodnoty a spomienky (ako zložky identity) sú prenášané v čase smerom od minulých generácií k budúcim. Tento proces je selektívny a subjektívny, ako aj zbierky boli vytvárané subjektívne. Emocionálne a hodnotovo najcennejšou zložkou dedičstva je práve to, čoho finančná hodnota je takmer nulová – rodinné fotografie, korešpondencia, spomienkové predmety, videozáznamy a podobne. Čoraz väčšia časť týchto médií bude mať digitálnu formu. „Digitálna akumulácia je dobre zdokumentovaný fenomén, ale objaví sa v inom svetle, ak je postavený do kontextu pozostalosti“ (Gulotta et al. 2013, 1819).

Nikto z nás zatiaľ nemá zovšeobecniteľné skúsenosti s dedením digitálnych artefaktov a zbierok, preto ani nemôžeme predpokladať vzorce, podľa akých takéto dedenie bude prebiehať. Dáme svojim dedičom heslá k počítačom, sociálnym sieťam a úložiskám alebo sa virtuálne zložky našej osobnosti stratia? Siddiqui a Turley vo svojom výskume objavili, že ľudia majú podstatne silnejšiu emocionálnu väzbu na materiálne objekty než na virtuálne. To sa prejavuje aj pri vymazávaní čiže likvidácii virtuálnych objektov (2006, 648). Ľudia sa zrejme nebudú starať o zdedené neprehľadné masy neusporiadaných digitálnych objektov s rovnakou pietou, s akou by sa starali o ich analógových predchodcov.

Hoci v korešpondencii na papieri boli komunikované také isté obsahy ako dnes v elektronických remediáciách (napríklad email), listy sú cennou zložkou dedičstva, zatiaľ čo emaily s najväčšou pravdepodobnosťou do procesu dedenia vôbec nevstúpia. Výskum ukazuje, že ľudia v súčasnosti nemajú záujem odovzdávať dedičom ani svoje heslá na vstup do osobných účtov na sociálnych sieťach, nepáči sa im myšlienka, že by ich deti raz mohli mať neobmedzený prístup k týmto informáciám (Gulotta et al. 2013, 1820). Uvedené zistenie je v zjavnom rozpore s predstavou frivolnej disinhibície, s akou ľudia zvyknú vystupovať na internete.

V budúcnosti zrejme nevyjde knižne (nech už bude médium knihy akékoľvek) korešpondencia významných osobností post mortem, pretože emaily neprežijú svojich pisateľov. Aj sociológ a politik Fedor Gál svoju (prostredníctvom elektronickej pošty uskutočňovanú) polemiku s mladým národným socialistom Matejom pripravil na knižné vydanie veľmi promptne, pretože chcel osloviť čitateľov tu a teraz. Tlačou vychádzali a vychádzajú aj denníky osobností, lenže aj tie dnes už remediovali do podoby blogov, ktorých základnou vlastnosťou je práve rýchla reakcia. Je však veľmi zaujímavé, že v súčasnosti paralelne prebieha aj inverzný proces remediácie z elektronického do staršieho tlačeného média, veď úspešné a zaujímavé blogy vychádzajú ako knihy. Inverzný je však spravidla aj proces premeny autora textu na autoritu, pretože relatívne neznámy blogger sa práve vďaka vydaniu tlačou stáva spoločensky akceptovanou autoritou, čo zasa z iného hľadiska potvrdzuje, že identický obsah na analógovom médiu je (naďalej) „hodnotnejší“ než na digitálnom.

Tézy nášho príspevku boli limitované súčasnosťou, skúsenosťou súčasníka a citovanými súčasnými výskumami. Obsahom média je vždy aj to, že mení ľudí a svet, v ktorom je využívané. Preto je možné, že budúci vývoj bude iný, než sa dnes domnievame. Iný prístup v porovnaní so svojimi rodičmi k digitálnym obsahom a artefaktom môžu mať digitálni domorodci mileniálnej generácie, keďže zostarnú v prostredí, kde už takmer všetky dokumenty o svojom živote a vývoji identity budú mať výhradne v elektronickej podobe. Lenže predbežne pre túto generáciu platí, že nedeceňuje zmysel a význam prenosu kultúrneho dedičstva v čase a viac sa sústreďuje na aktuálne zdieľanie obsahov v priestore.

Prenos hodnôt a informácií v čase je podmienený prevládajúcou kultúrou. Ľudia orálnych kultúr by boli najradšej uchovali všetko, lenže na to nemali potrebné médiá. Kultúry písma selektívne uchovávali to, čo považovali za najhodnotnejšie. Aj kyberkultúra digitálneho sveta si bude musieť nájsť svoj modus operandi.

LITERATÚRA

- Belk, Russell W. 2014. Alternative Conceptualizations of the Extended Self. *Advances in Consumer Research*, 42: 251 – 254. Dostupné na: <http://www.acrwebsite.org/volumes/1017345/volumes/v42/NA-42> [cit. 15. 3. 2016]
- Belk, Russell W. 1988. Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15, 2: 139 – 168.
- Bridle, James. 2010. Walter Benjamin's Aura: Open Bookmarks and the future eBook. In *BookTwo.Org*. Dostupné na: <http://booktwo.org/notebook/openbookmarks/> [cit. 18. 3. 2016]
- Castells, Manuel. 2010. *The Rise of the Network Society*. 2 ed. Malden: Wiley.
- Coyle, Diane. 1997. *The Weightless World: Strategies for Managing the Digital Economy*. Oxford: Capstone.
- Cushing, Amber L. 2011. Self Extension and the Desire to Preserve Digital Possessions. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 48, 1: 1 – 3. Dostupné na: <http://online-library.wiley.com/doi/10.1002/meet.2011.14504801304/pdf> [cit. 13. 3. 2016]
- Fuller, Buckminster R. 2001. *Your Private Sky*. Zürich: Lars Müller Publ.
- Gulotta, Rebecca – William Odom – Jodi Forlizzi – Haakon Faste. 2013. Digital Artifacts as Legacy: Exploring the Lifespan and Value of Digital Data. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, ed. Wendy E. Mackay. New York: ACM. Dostupné na: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2466240> [cit. 11. 3. 2016]
- Jakubowicz, Karol. 2013. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Verbum.
- Mažárová, Katarína. 2015. Slovenská národná knižnica úspešne ukončila projekt digitalizácie. *Knižnica*, 16, 4: 3 – 5.
- McLuhan, Marshall. 1991. *Jak rozumět médiím. Extenze člověka*. Praha: Odeon.
- Odom William – John Zimmerman – Jodi Forlizzi. 2014. Placelessness, Spacelessness, and Formlessness: Experiential Qualities of Virtual Possessions. In *Digital Memory. DIS 2014*, ed. Carman Neustaedter, 985 – 994. Vancouver: ACM. Dostupné na: <http://willodom.com/publications/p985-Odom-DIS2014.pdf> [cit. 15. 3. 2016]
- Odom, William – John Zimmerman – Jodi Forlizzi. 2011. Teenagers and Their Virtual Possessions: Design Opportunities and Issues. *Proceedings of SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, ed. Desney Tan. New York: ACM. Dostupné na: <http://http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1979161> [cit. 19. 3. 2016]
- Paul, Christiane. 2015. From Immateriality to Neomateriality. Art and the Conditions of Digital Materiality. In *Proceedings of the 21st International Symposium on Electronic Art*, eds. Thecla Schiphorst – Philippe Pasquier. Vancouver: ISEA. Dostupné na: <http://isea2015.org/publications/proceedings-of-the-21st-international-symposium-on-electronic-art/> [cit. 1. 3. 2016]

- Peterson, Lee. 2013. Retailers, Take Note: Young Shoppers Don't Care About Owning Your Stuff. *Fast Company*. Dostupné na: <http://www.fastcompany.com/3016354/leadership-now/retailers-take-note-young-shoppers-dont-care-about-owning-your-stuff> [cit. 19. 3. 2016]
- Rankov, Pavol. 2013. Remediácia ako perpetuum mobile kultúry. *World Literature Studies*, 5, 3: 15 – 25.
- Siddiqui, Shakeel – Darach Turley. 2006. Extending the Self in a Virtual World. *Advances in Consumer Research*, 33: 647 – 648. Dostupné na: <http://www.acrwebsite.org/volumes/12302/volumes/v33/NA-33> [cit. 15. 3. 2016]
- Smil, Vaclav. 2014. *Making the Modern World: Materials and Dematerialization*. Chichester: Wiley.
- Suler, John. 2002. Identity Management in Cyberspace. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 4, 4: 455 – 459. Dostupné na: <http://www.springerlink.com/content/1322287n68344640/> [cit. 15. 3. 2016]
- Zhao, Shanyang – Sherri Grasmuck – Jason Martin. 2008. Identity Construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24, 5: 1816 – 1836. Dostupné na: <http://astro.temple.edu/~bzhao001/Identity%20Construction%20on%20Facebook.pdf> [cit. 19. 3. 2016]

Private collections of digital artefacts in the processes of dematerialization of culture

Digital artefact. Digital possessions. Dematerialization. Remediation.

The digital remediation of collections is also the dematerialization of these collections. Concurrently with large national and international projects of digitization of cultural heritage, family and personal possessions like photograph albums, videos and letters are also remediated. The meaning of these objects originated in their own context and is linked to their emotional surplus value. These collections participate in the creation of the identity of the proprietor. When cultural content loses its material medium, in some circumstances it loses also its aura – it is no longer an artefact.

Doc. PhDr. Pavol Rankov, PhD.
Katedra knižničnej a informačnej vedy
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
Gondova 2
814 99 Bratislava
Slovenská republika
pavel.rankov@uniba.sk