

ספרים ועוד

המדור "ספרים ועוד" נועד לפרסומם של מאמרים המדווחים על קריאה ביקורתית של פרסומים בעלי עניין לקוראי עיונים בלשון וחברה.

בגיליון זה ארבעה מאמרים דנים בספרים עדכניים הנוגעים למצבה של השפה העברית בארץ ובעולם (זאבי), ללשון העיתונות העברית המוקדמת (אלידע), לשתיקות שתופסות מקום מרכזי בעיצוב התקשורת הקולקטיבית והבין-אישית (קלקין-לחייני) ולנרטיב שהובנה על ידי אחת התנועות הקיבוציות (גץ). יוצא דופן הוא המאמר הראשון במדור, שבו עפרה קינן, אוצרת של מוזיאון וירטואלי שהקימה בארץ, מציגה מבט חדשני על המהפכה השקטה המתרחשת בעולם המוזיאולוגיה. אנו למדים בו על המוזיאון כפרסום וירטואלי, שבו תפקידי האוצר(ת) והמבקר(ת) משתנים בצורות מפתיעות.

דבורה קלקין-פישמן, עורכת המדור

מפירמידה למעגל: האוצר והמבקר במוזאון הווירטואלי

עפרה קינן

הקדמה

באווירה הפוסט מודרניסטית עולות שאלות עומק לגבי הגדרות ותפקידים ביצירה התרבותית, ואחת מהן היא הגדרת היוצר והגדרת יצירתו. נוסף על כך מתעוררת שאלת הייצוג: את מי היוצר מייצג או את מה הוא מייצג, ומדוע הוא בעל זכות ייצוג (Porter 1998: 1). שאלות אלו רלוונטיות במיוחד ליוצר במוזאון הווירטואלי. מאמר זה מתמודד עם שאלת היוצר במוזאון הווירטואלי ובודק כיצד שאלה זו משנה מושגי יסוד במוזאולוגיה¹.

במאמר זה ננסה לבחון כיצד השתנו ומשתנים יחסי האוצר המוזאלי והמבקר במוזאון הווירטואלי². נסקור ספרות מחקרית העוסקת בשאלת המוזאון הווירטואלי ובתפקידים המשתנה של האוצר ושל המבקר בו, ונביא דוגמאות המציגות אופנים שונים של יחסי אוצר ומבקר במוזאון הווירטואלי.

שתי פנים עיקריות למושג "מוזאון וירטואלי". האחת – ייצוגו הדיגיטלי של המוזאון הפיזי, והשנייה – מוזאונים וירטואליים עצמאיים, תלויי רשת³. הדוגמאות במאמר נלקחו ממוזאונים וירטואליים בעולם, חלקם מוזאונים מייצגי מוזאונים פיזיים וחלקם מוזאונים וירטואליים תלויי רשת.

המוזאון באינטרנט

מעצם הגדרתו המוזאון מבוסס על אובייקטים פיזיים (Schweibenz, 1998: 189). מקיון (McKeown, 2003) מציין כי המוזאונים ידועים כאוסף של פריטים מסודרים בקופסאות ומעוטרים במעט הסברים, אך אין זו אמת מוחלטת. המוזאונים הם מכשיר להוכחת תזות או לליווי רעיונות, והתצוגה אינה אלא אפשרות אחת מני רבות להבנת הממצאים. התצוגה אינה חייבת בהכרח להציג תשובה; היא יכולה גם לשאול שאלה: מה זה? לשם מה זה? האם זה חשוב? האם זה פריט יחידאי או שקיימים אחרים מאותו סוג? (קינן ורון, בדפוס). חוקרים רבים מציינים

את תפקידו המשמעותי של המוזאון ככלי תקשורת והפצה של ידע ומידע, וכי יש הרבה מן המשותף בין מוזאונים לכלי תקשורת אחרים (MacDonald, 1996: 5).

גלן הופטמן כותב כי תפקידו העיקרי של המוזאון להיות מקשר בין המבקר, האובייקט והמידע. לקישור הזה הוא יצר מושג חדש – connectedness (Hoptman, 1992: 146). קישוריות זו בין שלושת הגורמים מאפיינת במיוחד את המוזאון הווירטואלי ויכולה להיות מיושמת בדרכים שונות: הצגת אובייקטים דיגיטליים בהקשרים חדשים ומשתנים, פנייה לקהלים חדשים והבאת מידע חדש. אפשרות השינוי, הנתמכת טכנולוגית על-ידי האינטרנט, הופכת את התערוכה לדינמית ולמשתנה. כפי שנראה להלן, במוזאון הווירטואלי מבצע השינוי אינו בהכרח האוצר המוזאלי. נסיבות אלו הופכות את המבקר לשותף, למתחרה ולמחליף של האוצר המוזאלי.

האינטרנט פותח את המוזאון הווירטואלי לדיאלוג הדדי עם מבקרים-גולשים וירטואליים (גרובמן, 2003). למעשה הוא מזמין את המבקרים לחוות את החוויה המוזאליית באופן דומה לחוויה המוזאליית במוזאון הפיזי או באופן שונה ממנה (Schweibenz, 1998: 188; Karp, 2004:1; Muh-Chyun, 2005; מאור, 1998).

קהל היעד במוזאון הווירטואלי

שאלת קהל היעד של המוזאון הווירטואלי החלה להתברר רק בשנים האחרונות. ב-1997 קבע מקנזי (Mackenzie, 1997) את חלוקתם של המוזאונים הווירטואליים למוזאונים שיווקיים ולמוזאונים לימודיים. לפי הגדרתו, מוזאון שיווקי הוא אתר וירטואלי המייצג מוזאון פיזי, ונועד להיות כלי שיווק וכלי תקשורת למוזאון ה"אמיתי" – הפיזי. מטרותיו של מוזאון זה להגדיל את מספר המבקרים במוזאונים הפיזיים, להביא לידיעת הקהל הרחב פרטים על אוסף המוזאון הפיזי, על התערוכות המתחלפות המוצגות בו ועל אירועים מיוחדים. אתרים אלו ממלאים לעתים גם תפקיד מסחרי במכירת תוצרי המוזאון ופריטים מתוך אוספיו. המוזאון הלימודי הוא אתר וירטואלי הבנוי כמוזאון בעל פרוגרמה מוזאליית ברורה, והוא מציע בסיס מידע רחב. הוא כולל מספר רב של פריטים, ומיועד לביקורים מוזאליים וללמידה מקוונת (on line). מוזאונים אלו מאפשרים ביקורים חוזרים ונשנים באוסף המוזאון הווירטואלי ומשמשים כלי משמעותי ביותר בפיתוח הלימוד באמצעות שיטות החקר והגילוי. נוסף על כך, זהו אמצעי להבאת דבר המוזאון אל הקהילה התומכת בתהליך של חינוך מתמשך (McKenzie, 1997: 2). מרטי (Marty, 2008) בדקה את תפקידו של האתר הווירטואלי המוזאלי עבור המבקרים. המסקנה העיקרית העולה ממחקרה היא שבהקמתם של מוזאונים וירטואליים יש חשיבות עליונה לגישה הממוקדת במבקרים (visitor-centered).

מחקרם של קראווכינה והסטינג (Kravchyna & Hastings, 2002) מוכיח כי השימוש העיקרי שנעשה במוזאון הווירטואלי הוא כלוח מודעות. במילים אחרות, חשיבותו השיווקית של המוזאון הווירטואלי חשובה מן המשמעות הלימודית שלו. המוזאון הווירטואלי מספק למבקר בו מידע רב ועשיר על האפשרויות העומדות בפניו במוזאון הפיזי. 68% מהמבקרים במוזאון הווירטואלי מחפשים מידע על תערוכות חדשות, ו-60% מחפשים מידע על אירועים במוזאון. עם זאת, 63% מהמבקרים גולשים במוזאון הווירטואלי על מנת לחקור או לבדוק את אוספיו. בדיקה מעמיקה יותר של תוצאות המחקר מראה כי חוקרים, עובדי מוזאונים וסטודנטים מעוניינים בעיקר בחקר האוספים.

מזווית ראייה מעט אחרת דאלאס (Dallas, 2004) מחזק את אותה מסקנה. הוא טוען כי התערוכה הווירטואלית ואפילו המוזאון הווירטואלי בנויים על המודל האנלוגי, התואם לחלוטין את המוזאון הפיזי. הוא מציע את אותן אפשרויות ויוצר את אותן מגבלות כמו התערוכה הפיזית. מידת ההשתתפות ומידת התגובה של דור המבקרים העכשווי במוזאון הווירטואלי היא מצומצמת, ורק שינוי בצורות האינטראקציה ובמעורבות המבקרים יוכלו ליצור שינוי משמעותי.

מיחסי מרות ליחסי הדדיות

כבר ב-1992 קבע הופטמן כי המוזאון הווירטואלי יוצר מספר רב של רמות מידע, אופני תצוגה ופרספקטיבות של המידע המוזאלי. הוא קובע כי המוזאון הווירטואלי מציע אינפורמציה שלא עברה את המסננים השמרניים של המתודות המוזאוליות המסורתיות:

The concept of the Virtual Museum demonstrates how limitations imposed by the traditional method of organizing and presenting information can be overcome in the context of museum visits. In a nutshell, the Virtual Museum provides multiple levels, perspectives, and dimensions of information about a particular topic: it provides not only multimedia (print, visual images through photographs, illustrations or video, and audio), but, more important, it provides information that has not been filtered out through these traditional methods (Hoptman, 1992: 146).

על פי מקדולנד ואלספורד (MacDonald & Alford, 1997), המוזאון הווירטואלי מאפשר למבקר להתרכז בנושאים המעניינים אותו, ולא דווקא במכלול המידע שהאוצר רוצה להעביר. יתר על כן, המוזאון הווירטואלי הוא הרבה יותר מאשר גרסה דיגיטלית של המוזאון הפיזי. המוזאון הווירטואלי הוא המקום שבו הידע, השאוב ממקורות שונים, מופיע יחד ומאפשר למבקר לימוד ומחקר בדרכים בלתי מוגבלות. מבחינה זו המוזאון הווירטואלי הוא שלב נוסף בהתפתחות המוזאולית שהיטיבה להגדיר הופר-גרינהיל (Hooper-Greenhill, 1994) – מעבר המוזאונים משימת דגש באוסף לשימת דגש בקהל. המבקר הופך לבעל יכולת בחירה. למעשה זכות היתר על רעיונות, על מסרים ועל אוצרות רוחניים נשמטת במידה ידועה מידי "מקבלי החלטות" ועוברת לקהל הרחב. שאלות אלו נידונו בהרחבה במאמרו של קופר (Cooper, 2006), המציג את ההבדלים העיקריים בין ביקור במוזאון פיזי לביקור במוזאון וירטואלי.

הבדלים אלו מתמקדים במוצג עצמו. בעוד במוזאון הפיזי האובייקט ה"אמיתי" מוצג, הרי במוזאון הווירטואלי רק ייצוג הדיגיטלי של האובייקט הפיזי בא לידי ביטוי. במוזאון הפיזי המבקר מקבל את המוצגים באופן בהיר ומסודר, כפי שנאצרו על-ידי אוצר המוזאון, ואילו במוזאון הווירטואלי הוא נאלץ לנווט בעזרת מנועי חיפוש פנימיים. קופר מדגיש כי במוזאון הפיזי האובייקטים מבטאים רעיון או מסר מסוים, ואילו במוזאון הווירטואלי על המבקר "לבנות" לעצמו את הרעיון או את המסר מאוסף בלתי מאורגן. יתר על כן, התצוגה במוזאון הפיזי מוגבלת בגודלה ועל כן אינה מציגה את האוסף במלואו. בתצוגה הדיגיטלית אפשר להציג אוסף גדול מאוד, ומאליו מובן שלמבקר שירצה להתמצא בו, יידרש מאמץ ניכר (Cooper, 2006). למרות הביקורת על המוזאון הווירטואלי המרומזת במאמר, השאלה המרכזית של שינוי מעמדו של האוצר נשארת בעינה. בעצם מתן חופש ל"מבקרים" הווירטואליים לבחור את האוסף שהם

מעוניינים בו ואת הפריטים המעניינים אותם ולסדרם במבנה רעיוני או תוכני משלהם, המוזאון הווירטואלי קורא תיגר על מעמדו הקלסי של האוצר.

קופר (Cooper, 2006: 6) מרחיב ושואל שאלות יסוד הנובעות ממצב חדש זה:

- Who has the right to make public statements about objects of public significance, in particular, about artworks?
- Is there such a thing as a definitive, authoritative interpretation of an object or artwork?
- Do the reputations of artists, and art, need to be protected? (If so, is this part of a curator's job?)
- Should a museum allow itself (e.g. its acquisition choices) to be made public?

בעולם המוזאלי הדעות חלוקות. יש הרואים ביכולת של כל אדם להפוך לאוצר של עצמו סיכון למהות הפרופסיונלית של המוזאון, של מנהליו ושל אוצריו. אחרים מציגים את האפשרויות העצומות הנפתחות בפני האדם הבודד, בפני הקהילה ובפני מערכות החינוך והידע דווקא מן השימוש באפשרויות אלו. מקנזי ושוויבנץ (MacKenzie, 1997; Schweibenz, 1998) טוענים כי קיימת מגמה של העתקת השיטה המוזאולית הליניארית מהמוזאון הפיזי אל המוזאון הווירטואלי. בשיטה זו האוצרים משמרים את כוחם ואת הצורך של המבקר להזין להם.

The linear path visitors follow through a physical museum is duplicated in the virtual environment. When we genuinely have the prospect of locating an artefact in a multitude of stories we squander it and force visitors to listen only to our story (MacKenzie, 1997).

לעומתו, בן דייוויס סבור שהמוזאון הווירטואלי הוא מעצם טבעו מוטה מבקר ולא מוטה אוצר (מצוטט אצל Schweibenz, 1998).

המוזאון הווירטואלי מזווית הראייה של היחסים בין האוצר למבקר

בסעיף זה נציג כמה דוגמאות המייצגות את השינוי שחל בתפקידם של האוצר ושל המבקר במוזאונים וירטואליים, ונראה כיצד שינוי זה מתחולל במהלך פיתוחם של מוזאונים וירטואליים מבוססי מוזאונים פיזיים ומבוססי רשת. כל המוזאונים שנבחרו הם "מוזאונים לימודיים", כהגדרתו של מקנזי (MacKenzie, 1997). הדוגמאות נלקחו מרחבי העולם, וכל אחת מציגה גישה ייחודית לתפקידו של המבקר במוזאון. הן יתמקדו באפשרויות שהמוזאון מעמיד לרשות מבקריו כשותפים יוצרים.

המוזאון הווירטואלי של מוזאון החאן בחדרה (מוזאון החאן לתולדות חדרה: תצוגות המוזאון), לצד תפקידו כמוזאון שיווקי, מציע למבקר מגוון של ידע ופעילויות. הוא מציע, בין השאר, סיור במוזאון – גלישה בתצוגת הקבע ובתערוכות המתחלפות. בעזרת מפת המוזאון הגולש יכול לבחור את התצוגה שהוא מעוניין בה ולבקר בה באופן בלעדי. הפריטים וההסברים בתערוכה לקוחים מתוך התערוכה במוזאון הפיזי; הם קבועים, נתונים במסגרות מיוחדות ואינם ניתנים לשינוי. במקרה זה המוזאון הווירטואלי מייצג את תפיסת האוצר, הדומה לתפיסת האוצר של המוזאון

הפיזי, אך נותן מידה ידועה של בחירה בתהליך הביקור-גלישה. גישה זו תואמת את תפיסת התערוכה במוזאון הווירטואלי כליניארית, כפי שהראה מקנזי (MacKenzie, 1997), המשמרת, כאמור לעיל, את מקומו ואת תפקידו של האוצר. בחלק ניכר מן המוזאונים הווירטואליים מבוססי מוזאונים פיזיים נוקטים גישה זו.

מוזאון מבוסס רשת ידוע ובעל השפעה רבה הוא מוזאון האמנות WebMuseum של Pioch. המוזאון הוקם ב-1994 ומאפשר גלישה במגוון גדול מאוד של יצירות אמנות להנאתו ולטובתו של הציבור כולו. מטרתו לבסס את התפיסה שבעל המוזאון מציג, ולפיה מרבית יצירות האמנות הן למעשה רכוש הציבור ואינן בבעלות אמתית של גופים פרטיים וציבוריים (Pioch, 2002). היצירות "מסודרות" בשתי רשימות (בסדר אלפביתי): 1. על פי שמות היוצרים, והמבקר יכול לבחור את האמן המעניין אותו ולראות את יצירתו; 2. על פי הנושאים, והמבקר יכול לבחור נושא אמנותי ולבקר בו. כמו כן מוצגת רשימת מונחים המקלים את ההסבר למבקר. Pioch (שם) משיב בדרכו לשאלתו של קופר (Cooper, 2006) למי הזכות לתת ביטוי לפריטים בעלי חשיבות ציבורית, ובמיוחד – אמנותית:

Some companies may be trying to get a monopolistic grab on arts and culture, developing a pay-per-view logic, shipping out CD-ROMs while trying to patent stuff which belongs to each of us: a part of *our* human civilization and history. (Pioch, 2002)

ה-WebMuseum היה אחד הגופים הראשונים אשר הכירו בתפקידו של המבקר במוזאון הווירטואלי, ואפשרו לו שותפות ביצירת אוסף עצמאי על פי רצונו ועל פי תפיסותיו. בכמה מוזאונים וירטואליים מבוססי מוזאון פיזי בוחרים לתת בידי המבקרים הדיגיטליים אפשרות להפוך למיני אוֹפְּרִים. נביא להלן שתי דוגמאות, מן המוזאון הווירטואלי של המטרופוליטן ומן המוזאון הווירטואלי של קנדה. שני המוזאונים מאפשרים מעורבות של המבקרים בדרכים שונות. אנו נתרכז באפשרות שהמוזאון מעמיד בפני המבקר הווירטואלי ביצירת תערוכה משלו, ונראה כיצד המוזאון מעודד את המבקר להפוך לאוצר של עצמו. מוזאון המטרופוליטן מאפשר למבקרים הדיגיטליים ליצור את האוסף או את התערוכה הפרטיים שלהם, ואלו מורכבים מפריטים הנמצאים באוסף המוזאון. לאחר הרשמה לגלריה הפרטית, המבקר יכול ליצור את התערוכה הרצויה לו. הוא בוחר את הנושא, את המסר של התערוכה שהוא יוצר, את רצף היצירות שיהיו בה. היצירה עצמה והכתובית הקשורה אליה מופיעות בשלמותן, והמבקר אינו יכול לשנותן:

Welcome to My Met Gallery, where you can gather your favorite works of art from the Museum's Collection Database. To create a private gallery of up to fifty masterpieces, select the "Add to My Met Gallery" link displayed to the left of each work (The Metropolitan Museum of Art: My Met Gallery, 2008).

הגלריה הנוצרת נשארת "רכושו הפרטי" של המבקר, ואין לו אפשרות לפרסמה במסגרת המוזאון הווירטואלי של המטרופוליטן. בעזרת גלריה זו מוזאון המטרופוליטן פותח פתח לשינוי מערכת הקשרים שבין האוצר המקצועי לבין המבקר. הוא מעמיד לרשות המבקר את האפשרות ליצור לעצמו אוסף משלו ומאפשר לו להסתמך על נושאים, על מסרים ועל רעיונות שאינם תואמים בהכרח את המסר של המוזאון הפיזי או הווירטואלי של המטרופוליטן.

אפשרות זו הופכת את המבקר משותף סביל, כמקובל במוזאון הפיזי, לשותף פעיל ביצירת אוסף מוזאלי משל עצמו. המוזאון הווירטואלי של המטרופוליטן מכיר בעצמה החדשה הנמצאת בידי המבקר ומעודד אותה; בה בעת הוא מערער במידה ידועה על בלעדיותו ועל עצמתו של האוצר המקצועי.

המוזאון הווירטואלי של קנדה (VMC – Virtual Museum of Canada: My Personal Museum) מתקדם צעד אחד נוסף. הכניסה למוזאון כוללת שמונה שערים, ואחד מהם הוא "המוזאון שלי" (My Personal Museum). בשער זה המבקר נקרא להיות האוצר של עצמו, והמוזאון משתמש בשפה מקצועית כדי לשכנע את המבקר לבצע את עבודת האוצרות. הוא מנחה את המבקר בתהליך יצירת התצוגה ואוצרותה. הוא גם נותן בידיו כלים לתת שם לתצוגה, לכתוב הקדמה לתצוגה, לבחור את הפריטים לתצוגה, ולבסוף – לכתוב סיכום. במילים אחרות, המוזאון מנחה את המבקר לכתוב תכנית לתצוגה שלו ולהיות מיני-אוצר של עצמו. גם במקרה זה התצוגה נשארת "רכושו הפרטי" של היוצר; הוא יכול לשמרה במחשבו, אך היא אינה הופכת נחלת הכלל. המוזאון מנחה את המבקר כיצד להפוך לאוצר, ובכך מחזק את התחרות בין המבקר לאוצר. במקרה זה ההיררכיה המוזאולית נפגמת באופן בולט, וחלק מהכוח היצירתי מועבר מהאוצר המקצועי למבקר. שני המוזאונים טרם הגיעו לשלב המתקדם ביותר בתהליך שינוי תפקיד המבקר במוזאון הווירטואלי. בשלב זה תהיה למבקר יכולת להיות אוצר עצמאי, שיצירתו המוזאולית מוצגת ברשת לקהל הרחב.

ה-Tech Virtual Museum, שנוסד בשנה האחרונה (2008), מאפשר בניית מוזאון וירטואלי שאינו מבוסס מוזאון פיזי. למעשה, זו פלטפורמה וירטואלית המאפשרת, חנים ולכל המעוניין, לבנות מוזאון וירטואלי פרטי, שיהיה "נוכח" ברשת. יתר על כן, פלטפורמה זו מעודדת את המעוניין בכך לבנות את המוזאון הפרטי שלו. היא יוצרת בעבורו תשתית טכנולוגית מתאימה וכן מעמידה לרשותו יועצים בתחומים מגוונים, הן בתכנים והן בארכיטקטורה הווירטואלית ובעיצוב הווירטואלי (Stephenson, 2008). להלן הצעתו של סטפנסון המופיעה באינטרנט:

Want to create your own museum exhibit? Want to develop it with other creative thinkers and experts around the world? Want to share your exhibits with visitors in virtual and real galleries? This is the place to design and prototype exhibits online, using the web and Second Life. Start here to propose exhibit projects, share wild ideas and prototype exhibits

למעשה, הצעתו של סטפנסון קוראת תיגר על מרבית השאלות שהעלה קופר. סטפנסון רואה באדם או בגוף הבוחרים לבנות מוזאון וירטואלי גוף ראוי ומוסמך לבניית המוזאון, מבלי שייבדקו או ייבחנו מקצועית. יתר על כן, הוא מאפשר בחירה בלתי מוגבלת של נושאים ושל דרכי תצוגה ועיצוב. עם זאת, סטפנסון בוחר להעמיד גורמים מקצועיים לרשות בונה המוזאון הווירטואלי, ובכך הוא מעלה את רמתו של התוצר הסופי.

המוזאון הווירטואלי "אלומות שלנו"

דוגמה אחרת לשילובו של הציבור ביצירת מוזאון וירטואלי במוזאון מבוסס רשת היא הדוגמה של המוזאון הווירטואלי "אלומות שלנו".

"אללי לי אלומות. צועד אני במשעוליך ומתבשם מירק דשאיך, והלב מתפעם מיפי הנוף – ומסרב להאמין כי בא הסוף...." (צורף, מראשוני קבוצת אלומות, בשיר "אללי לי אלומות", 1968). כך כתב אבי, משה צורף, עם בוא הסוף על סאגת חייו וחיי חבריו, משנאלצו לארוז את חפציהם ולקחת את מקל הנדודים לאחר למעלה משלושים שנה של בניין, של יצירה ושל מאבק אין-סופי על הבית, על הקבוצה ועל החברה, שנבנו על ידם בכל כך הרבה מאמץ ואהבה.

שנים הייתי מודעת לכאב, לאבדן ולחסר, אך גם לאי היכולת לשמר את מורשתם, לספר את סיפורם ולהביא לביטוי את האהבה ואת הכאב שנותרו בגבעה היפהפייה של אלומות. משהתוודעתי לכלי המוזאון הווירטואלי, בחרתי לשמר את מורשתה של קבוצת אלומות, שהתקיימה בשנים 1936-1968, בעזרת הקמת מוזאון וירטואלי של הקבוצה.

בתכנית למוזאון נכתב בין השאר: "המוזאון נועד לשמש חלון ראווה מרכזי לאלומות ולאנשיה, לתולדות היישוב ולתרומתם של יחידים ו"גרעינים" להתפתחותו ולנפילתו. המוזאון יספר על מעשים שהצליחו ועל כאלה שלא, אך ילווה תמיד בהרבה אהבה שרחשו היושבים בבית האלומות, למקום הנפלא, לחברה שיצרו ולהיותם חלק מהמעשה החלוצי של ארץ ישראל. מטרת המוזאון לאסוף, לאגור ולהציג פריטים משמעותיים בתולדותיה ובחייה של קבוצת אלומות. החומר ייאסף בצורה דיגיטלית או פיזית מכל חברי אלומות, מבניה ומכל אדם שיש ברשותו פריטים בעלי משמעות לתולדות הקבוצה, לחייה ולחבריה" (קינן, 2007).

למוזאון הווירטואלי "אלומות שלנו" ארבעה מאפיינים:

1. המוזאון הוא כלי בעל חשיבות רבה לשימור מורשתה של קבוצת אלומות. הוא מחולק לכמה אולמות. העיקריים שבהם: (א) במרחב הנוף האלומותי, (ב) במרחב ההיסטורי, (ג) אלומות ואנשיה. כל אחד מן האולמות מכיל מידע – בתמונות, במסמכים, במכתבים, בקטעי עיתונות ובראיונות – ובעזרתו מסופר סיפורה של הקבוצה. מספר הגולשים באתר מגיע ל-250 עד כ-400 כניסות ביום, ובאתר היו כבר למעלה מ-40,000 כניסות במהלך חודשים אחדים.

2. המוזאון הפך למכשיר חברתי בעל חשיבות רבה. אנשים שהיה להם או להוריהם קשר כלשהו לקבוצת אלומות, מוצאים במוזאון הווירטואלי כלי לחיזוק קשריהם עם עברם או עם עבר הוריהם. קשרים חברתיים חדשים נוצרים, קשרים ישנים מתהדקים, ואנשים מגלים צפונות בלתי ידועות המשפיעות על חיי החברה שלהם כיום.

3. מרגשת למדי היא השפעתו התרבותית של המוזאון. הדיון בברכת השבת שנאמרה שנים רבות בקבלת השבת של הקבוצה, זכה להדים רבים והביא לגילוי מפתיע של האיש אשר יצר אותה בהסתמך על שיר של ביאליק. מספר המבקרים ב"אגדה של פסח" האלומותית גדל למאות מדי יום לקראת חג הפסח האחרון.

4. המבקרים הפכו ליוצרי המוזאון בהיותם בעלי הפריטים העיקריים המופיעים בו. אוסף המוזאון הוא אוסף דינמי. הוא הולך ומתרחב בעזרת המבקרים. אלה שולחים פריטים מאוספם הפרטי, כגון תמונות, מכתבים, מסמכים ודברי דפוס. חלקם שולחים מידע דיגיטלי המועלה למוזאון; אחרים מעדיפים לשלוח לבעלת המוזאון פריטים פיזיים ומאפשרים לה לבחור מה מתוכם לכלול במוזאון. התוצאה היא שני אוספים מקבילים: אחד דיגיטלי והאחר פיזי. למעשה אפשר להצביע על המוזאון הווירטואלי כיוצר אוסף פיזי. יש כאן אפוא תהליך הפוך מן המקובל, שלפיו האוסף הפיזי הוא בסיס לאוסף הדיגיטלי.

המוזאון הווירטואלי "אלומות שלנו" עומד בפני שדרוג עיצובי ותכנותי. המטרה היא ליצור מוזאון תלת ממדי, כפי שמתפתח לאחרונה, שייתן ביטוי ותחושה של "סיור אמיתי" במוזאון וירטואלי. כתובת המוזאון: www.e-mymuseum-alumot.com

סיכום

המוזאון הווירטואלי יוצר תשתית לשינוי התפקידים של האוצר ושל המבקר. במוזאון הפיזי מערכת זו היא ברורה והיררכית – מנהל המוזאון, ובמיוחד אוצר התערוכה, הם הקובעים את מהות התערוכה ואת תכניה, והם היוצרים את המסר של התערוכה. לעומת זאת, במוזאון הווירטואלי נוצרה אפשרות לשינוי מהותי, וקיימת אפשרות שהמבקר בו יהפוך מסביל לפעיל – הוא לא רק ישוטט בגלריות המוזאון, יצפה בתערוכות שנאצרו על-ידי אנשי המקצוע, ויגיב עליהן, אלא יוכל גם להפוך בעצמו ל"אוצר" תערוכות, ליוצר מסרים ורעיונות חדשים ולמקים תערוכות וירטואליות.

בהקדמה לפרויקט TAMH, פרויקט מוזאון וירטואלי המשותף לכמה מוזאוני שיט במזרח סקוטלנד, נאמר כי המוזאון הווירטואלי הוא ביסודו מוטה מבקר. הוא נועד לאפשר למבקר לבחור את הנושאים המעניינים אותו, לענות על שאלות בתחומי האינטרס שלו ולאפשר לו לחקור אובייקטים הקשורים לנקודת המבט הפרטית שלו.

The "virtual museum" appears to offer great opportunities to the visitor to explore topics freely, to answer questions of personal interest, to investigate objects which are connected in his or her eyes rather than those which are placed in close physical proximity (MacKenzie, 1997).

בסקירה זו הראינו את תהליך השינוי שהתחולל ביחסים שבין האוצר לבין המבקר במוזאון הווירטואלי. ראשיתו בהענקת אפשרות למבקר לבחור את התערוכה המעניינת אותו, ואחריתו בהפיכת המבקר ליוצר מוזאון וירטואלי עצמאי כמו בדוגמת ה-Tech Museum. הדוגמאות שהובאו לעיל מראות שלבים של התהליך, כפי שהם באים לביטוי במוזאוני וירטואליים שונים. היבט נוסף מוצג במוזאון הווירטואלי "אלומות שלנו", שבו המבקר הופך ליוצר – בפיתוח האוסף המוזאלי ובהתחדשות תרבותית וחברתית המתרחשת בעזרתו.

לשאלה "מי מייצג את מי?" אין תשובה אחת. היא נובעת מרמת "העצמאות" הניתנת למבקר במוזאון הווירטואלי, החל בתלות מוחלטת של המבקר באוצר המוזאלי (האוצר מייצג את המסרים שנועדו למבקר) וכלה במבקר שהוא יוצר עצמאי – האוצר של עצמו ויוצר מוזאון המתפרסם ברשת. ברמה זו המבקר הופך לאוצר, ועם עליית המוזאון שלו לרשת הוא מציג לעולם את מסריו ומשפיע מצדו על האוצר המקצועי.

אם נביט צעד קדימה, נוכל לראות באותו יוצר עצמאי אוצר לכל דבר, ש"תוצרתו", היינו המוזאון הווירטואלי שלו, תהפוך למקור של פריטים, של ידע ושל מסרים בעבור מוזאוני קיימים. המוזאון הווירטואלי יוצר אם כן מעבר מאוצרות היררכית לאוצרות עגולה. הפריטים, הידע והמסרים אינם עוד נחלתו הבלעדית של האוצר המקצועי, ומקורם הוא גם מבקרים בלתי מקצועיים. אלה מצדם יכולים לשרת את האוצר המקצועי.

¹ הגדרת המוזאון הווירטואלי:

A collection of digitally recorded images, sound files, text documents, and other data of historical, scientific, or cultural interest that are accessed through *electronic* media. A virtual museum does not house actual objects and therefore lacks the permanence and unique qualities of a museum in the institutional definition of the term (*Encyclopædia Britannica*).

² A person who accesses a Web site. On the Web, the terms "visitor" and "user" are synonymous
Computer Desktop Encyclopedia. <http://www.answers.com/topic/visitor>.

כמה פירושים למונח "ביקר" על-פי מילון אבן שושן (תשכ"ב): 1. בחן ובדק, ערך ביקורת; 4. בא למקום לראות מישהו או משהו. במאמר זה בחרנו להשתמש במשמעות "בא לראות".
³ לשאלת הלגיטימיות של מוזאון וירטואלי תלוי רשת ראו Karp, 2004.

מראי מקום

- גרובמן, י' (2003). מוזאון וירטואלי. <http://www.archijob.co.il/aj-articles/ar016.htm>.
- מאור, ז' (1998). מוזאונים וירטואליים ברשת האינטרנט (עבודת מ"א), אוניברסיטת תל-אביב.
- מוזאון החאן של חדרה. <http://www.khan-hadera.org.il>.
- צורף, מ' (1983). אללי לי אלומות. בביתנו. הוצאת המשפחה.
- קינן, ע' (2007). אלומות שלנו. http://www.e-mymuseum.com/site/include/index.asp?tool_id=52.
- קינן, ע' וע' רון (בדפוס). ממוזאון קהילתי לקהיליית מוזאונים: מודל הבניית קהיליית מוזאונים וירטואלית למוזאוני העלייה הראשונה. בתוך: י' ברלוביץ' (עורכת), העלייה הראשונה כמכוננת תרבות: לראשיתה של מקומיות ארץ ישראלית, ביקורת ופרשנות.
- Canadian Museum of Civilization Corporation.
- http://www.civilization.ca/academ/articles/macd-alsf1_1e.html.
- Cooper, J. (2006). Beyond the On-line Museum: Participatory Virtual Exhibitions, in J. Trant and D. Bearman (eds.). *Museums and the Web 2006: Proceedings*. Toronto: Archives & Museum Informatics.
- <http://www.archimuse.com/mw2006/papers/cooper/cooper.html>.
- Dallas, C. (2004). The presence of visitors in virtual museum exhibitions. *Paper presented to the Numerisation, lien social, lectures colloquium*. University of Crete, Rethymnon (3-4 June, 2004).
- Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museums and Their Visitors*. New York: Routledge.
- Hoptman, G. (1992). The virtual museum and related epistemological concerns. In: E. Barrett (ed.). *Sociomedia, Multimedia, Hypermedia and the Social Construction of Knowledge*. Cambridge, Mass.: MIT-Press, pp.141-159.
- Karp, C. (2004). The legitimacy of the virtual museum. *ICOM News*, 57 (3).
- http://icom.museum/pdf/E_news2004/p8_2004-3.pdf.
- Kravchyna, V. & S.K. Hastings (2002). Informational value of museum web sites. *First Monday* 7 (2). http://firstmonday.org/issues/issue7_2/kravchyna/index.html.
- MacDonald, G. and S. Alford (1997). Towards the virtual museum: Crisis and change for millennium 3. *Civilization-ca: Essays*. Created: February 20, 1997. Last update: May 18, 2001.
- MacDonald, S. (1996). Introduction. In: S. Macdonald and F. Gordon. *Theorizing Museums*. Oxford: Blackwell, pp. 1-18.
- MacKenzie, D. (1997) *What Is the Role of the Artefact in a Virtual Museum?*
- <http://www.dmcsoft.com/tamh/papers/dmspect.php>.
- MacKenzie, J. (1997). Building a virtual museum community. *Jamie McKenzie and Archives & Museum Informatics*. <http://fno.org/museum/museweb.html>.

- Marty, P.F. (2008). Museum websites and museum visitors: Digital museum resources and their use. *Digital Library of Information Science and Technology*.
<http://dlist.sir.arizona.edu/2237/01/marty%5Fmwmv%5Fpart2.pdf>.
- McKeown, R. (2003). Accessing the virtual museum: Bringing museum information into cyberspace. *The New Review of Information Networking*, pp. 40-53.
- Metropolitan Museum*, (2008). http://www.metmuseum.org/works_of_art/gallery.asp.
- Muh-Chyun, T. (2005). Representational practices in digital museums: A case study of the National Digital Museum Project of Taiwan. *The International Information & Library Review*. School of Communication, Information and Library Studies, The State University of New Jersey.
- Pioch, N. (2002). About the WebMuseum. *WebMuseum. Paris*.
<http://www.ibiblio.org/wm/about/about.html>.
- Porter, J. (1998). The folklore of Northern Scotland: Fiver discourses on cultural representation. *Folclore* 109, pp. 1-14.
- Schweibenz, W. (1998). The "Virtual Museum": New perspectives for museums to present objects and information using the Internet as a knowledge base and communication system. Paper presented at School of Information Science, University of Saarland, Germany (11.05.1998).
http://is.uni-sb.de/projekte/sonstige/museum/virtual_museum_isi98.
- Stephenson, R. (2008). Welcome to the Tech Virtual Museum. The Tech virtual museum workshop. <http://thetechvirtual.org>.
- Virtual museum visitor. *Computer Desktop Encyclopedia*.
<http://www.answers.com/topic/visitor>.
- Virtual Museum. *Encyclopædia Britannica*.
<http://www.britannica.com/eb/article-9000232/virtual-museum>.
- Virtual Museum of Canada: My Personal Museum.
<http://www.virtualmuseum.ca/English/Personal/index.html>.

עפרה קינן מרצה בגמלאות בחוג ללימודי תיירות ומלונאות ובחוג ללימודי ארץ-ישראל במכללת כנרת בעמק הירדן. במשך כעשור היא מנהלת ואוצרת ראשית במוזאון "בית חיים שטרמן". היא בעלת תואר דוקטור מאוניברסיטת בר-אילן וכן השתלמה במוזאולוגיה באנגליה ובניו-דלהי. תחומי התעניינותה האקדמית הם: המוזאון הווירטואלי ותפקידו בחברה במאה ה-21; מוזאולוגיה, עם דגש על המוזאון ותפקידו החברתי-תרבותי ככלי לשימור מורשת; גיאוגרפיה כפרית והתיישבות מהגרים/עולים, ודרכי יצירת זהות קהילתית מחודשת. כתובת להתכתבות: ofra@e-mymuseum.com