

Aleksandra Brakus

Fakultet dramskih umetnosti, Beograd
a_brakus@yahoo.com

Novi mediji i nove umjetnosti

Sažetak

“Javlja se novi tip umjetnika, koji više ne priča priče. On je arhitekt prostora u kojem se odvijaju događaji, inženjer svjetova za milijarde budućih priča. On oblikuje i u virtualnom.”

Pierre Levy

Umjetnost može probuditi kod čovjeka najdublje emocije, pružiti zadovoljstva, zabavljati, privlačiti i uvjeravati na različite načine. Muzika, kazališne predstave, slike, filmovi, romani, poezija, itd., predstavljaju strukture naših osjećanja i vjerovanja.

Danas živimo u svijetu globalnih komunikacija, u svijetu u kojem je slikovno nadvladalo verbalno. Tehnološka sredstva općenja, kao i masovni mediji i dalje će se razvijati i donositi nam neslućene mogućnosti. Čovjeku su uvijek bila potrebna sredstva komunikacije, kao i umjetnost, jer je morao održavati odnose sa svijetom. Novi okviri i uvjeti koje pružaju informacijske i komunikacijske tehnologije omogućili su pojavu novih oblika umjetnosti. Internet je mjesto na kojem umjetnici, koji koriste tekovine novih tehnologija, mogu prikazati svoja djela, diskutirati o njima i započeti novu suradnju. Virtualni muzeji su muzeji koji egzistiraju samo u virtualnom svijetu. Digitalna tehnologija uvela je promjene u načinu očuvanja muzejske zbirke, a time je promijenjen i način njihovog prikaza. Istraživanja pokazuju da virtualni muzeji privlače više posjetitelja od realnih muzeja. Najveća prednost virtualnih muzeja je što su dostupni svima koji posjeduju Internet. Uz sve svoje kvalitete, smatra se da virtualni muzeji ne mogu potpuno zamijeniti tradicionalne muzeje, nego ga mogu dopuniti.

Ključne riječi: *umjetnost, Internet, digitalna tehnologija.*

Moderno doba počinje političkom Francuskom revolucijom te ekonomskom i tehnološkom engleskom industrijskom revolucijom. Ta dva preokreta koja su se dogodila krajem XVIII. stoljeća, označavaju početak novog ili modernog doba. Moderno doba koje započinje tim revolucijama bit će kao veliki potres koji će mijenjati izgled Europe, ali i izgled cijeloga svijeta. Ono će sa sobom donijeti niz otkrivenja: društvenu pravdu, jednakost, naciju, ali i nove, dotad neviđene tehnologije i ogromne prodore u domenu komunikacija. Sve nas to navodi na pitanje kako se umjetnost prilagođavala i odgovarala na sve promjene i otkrića.

Umjetnička djela su nekada bila predmeti, (dio) kraljevskih i prinčevskih zbirki, kao dokazi njihove moći i doprinos uzdizanju njihove slave, ili su bila razmještena, ne samo kao dio sjaja i slave crkve, nego i kao utilitarna pomoćna sredstva za djelovanje na mase. Oltarska slika morala je biti snažna, lijepa i privlačna, ali postavljena na oltar ona crkvi prestaje biti umjetničko djelo i postaje alatka u duhovnoj ofanzivi, sredstvo djelovanja na vjernike, dok se umjetnikovo ime može, eventualno, naći u arhivi na priznamicama isplaćenog novca.

Novi vijek donosi pojam zbirke umjetničkih djela otvorene za javnost i namijenjene obrazovanju i javnosti (Todorović, 2009:94).

Britanski muzej je prvi državni muzej, osnovan odlukom Parlamenta. Ovaj muzej je prvo bio smješten u raskošnoj stambenoj zgradi, da bi se 1847. godine sagradila zgrada s ulazom nalik na grčki hram, koja je pokazivala novostečeni sakralni karakter same umjetnosti koja će u njoj biti pohranjena.

Ovakav sličan izgled i značaj dobili su i drugi muzeji kao što su: Rijksmuseum u Amsterdamu ili Gliptoteka u Münchenu, dok su neki muzeji kao što je pariški Louvre preuzeli kraljevske palače.

Internet, kao najmlađi elektronski medij, objedinjuje u sebi sve mogućnosti elektronskih sredstava komunikacije, razmjene i kreativnosti, ali preuzima i mjesto klasičnih medija. On je u početku služio isključivo za razmjenu poruka i komunikaciju. Tek s razvojem Svjetske mreže (*world wide web*) dobiva svoj puni značaj. Sada je moguće pretraživati mrežu, postavljati siteove, do kojih je moguće doći korištenjem pretraživača.

Internet predstavlja komunikacijsku mrežu, čiji broj korisnika neprekidno raste. On je od sveučilišnog eksperimenta, za dvadesetak godina, postao nezaobilazno globalno komunikacijsko sredstvo. Razvoj digitalnih globalnih komunikacija i digitalne tehnologije omogućio je da se preko Interneta čitaju knjige, listaju baze podataka, razmjenjuje muzika, slike i videosnimke.

Pored umjetnosti i kulture koja se odvija u stvarnom svijetu u institucijama, galerijama, muzejima, postoji oblast kulture koja se isključivo može pratiti putem elektronskih medija. Virtualna kultura postaje neminovnost u današnje vrijeme. Ona ima svoje prednosti: decentralizirana je i nije uvjetovana fizičkim i vremenskim udaljenostima, odvija se istovremeno širom planeta, a brzina je također jedna od bitnih prednosti koje pružaju tehnička sredstva (Internet, satelitska televizija itd.) čijim posredstvom se odvija.

Umjetnici, kulturni radnici i stvaratelji, uvidjeli su priliku koju im Internet pruža da djeluju u duhu svog vremena.

Danas postoje specijalizirane institucije koje omogućuju praćenje elektronske kulture, jedna od takvih je i londonska "HTTP" galerija, prva te vrste u Velikoj Britaniji, koju su osnovali 2004. godine internetski umjetnici i teoretičari Mark Garrett i Ruth Catlow. Ovakva galerija omogućava javni pristup virtualnom kulturnom prostoru. Na njemu su prikazani razni umjetnički sadržaji, kojima publika može pristupiti putem interaktivnih programa.

Internet se posljednjih godina razvijao nevjerojatnom brzinom. Jedno elektronsko djelo može se gledati istovremeno na raznim krajevima svijeta, kao što je to slučaj s televizijom ili radiom koji spadaju u istu medijsku obitelj. Elektronska djela umrežena, u milijunskim tiražama stižu do svojih korisnika u identičnoj formi, što im daje karakter demokratičnosti i čime skidaju sa stoljetnog pijedestala unikatno umjetničko djelo kao svojinu povlaštenih. Umnožavanjem, djela elektronske umjetnosti postaju i jeftinija, dakle, dostupnija široj populaciji, čime je i misija elektronske umjetnosti efikasnija i naglašenije prisutna u svakodnevnom životu (Tišma, 2008:13-14).

Uzimajući sve ovo u obzir, primorani smo suočiti se s institucijom starom dva stoljeća, koju jedni poštuju, a drugi smatraju potpuno zastarjelom – s muzejom. Glavna uloga muzeja je da dovede publiku u osjećajni odnos s onom stvari koja je također osjećajna, što god ona bila, a koju ćemo zasada nazvati slikom. U doba kada se brakovi sklapaju preko Interneta, kada je Web na putu da postane najširi internacionalni forum rasprava (*news groups*), muzeji ne mogu umaknuti tom fenomenu velikog zamaha, koji zovemo invazijom novih medija.

Na osnovi svega ovoga postavlja se pitanje kako preokreti kao što su drugačije rukovanje slikama, drugi način arhiviranja, drugi način prezentacije utječu i na ustanovu koja ih "prikazuje"?

Je li prodor novih medija u muzeje, s novim izumima kao što su prije svega numerička slika, CD-ROM, DVD, Internet, samo aktualno prilagođavanje novim tehnikama, ili prijetnja najdubljem identitetu institucije? Ono što je sigurno jest da je muzej mjesto komunikacije i da se mora stalno obnavljati i prilagođavati novim tehnikama, čim se one dokažu.

Povijest nas upućuje na to, prvo je električno osvjetljenje, od užarene lampe do halogenih žarulja preko fluorescentnih žarulja, zamijenilo plinske lampe. Uostalom, s pojavom mikroračunala osamdesetih godina XX. stoljeća, neki muzeji nisu oklijevali da publici ponude konzole, gdje se može konzultirati baza podataka. Danas su se muzeji i biblioteke opremili internacionalnom vitrinom, nudeći pristup svojoj stranici na međunarodnoj mreži interneta, ali izgleda kao da se ništa nije promijenilo, izuzev sofisticirane tehnike, privlačne snage novih slika i brzine adaptacije, koja se zahtijeva od raznih sudionika, bilo da su kustosi, umjetnici, istraživači ili posjetioči (Deloš, 2006:13).

Internet je sve značajniji kulturni prostor. Možemo slobodno reći da danas na svijetu nema značajnije kulturne institucije koja nije predstavljena na Internetu. Galerije, muzeji, časopisi, festivali, kazališta, izdavači, nude putem Interneta informacije o sebi, svojim programima, nude svoje umjetničke sadržaje, kontaktne adrese, pozivajući korisnike na suradnju i razmjenu mišljenja.

Internet omogućuje da se, sjedeći u svojoj sobi, posjeti bilo koji svjetski muzej ili galerija. Može se prošetati svim katovima pariškog Louvrea ili Warholov muzej u Pittsburgu, mogu se pogledati djela koja stoje na zidovima, dobiti informacije o njima i o autorima, vidjeti najave sljedećih događaja i izložbi.

Ako nikada niste bili u Louvreu, najposjećenijem svjetskom muzeju, sada to možete učiniti putem Interneta. Posjetitelji stranice ovog muzeja, mogu odabrati virtualnu turu kroz stalni postav, a vodič je šarmantan animirani lik po imenu Dominik.

Lik vodiča napravljen je prema slici prvog kustosa ovog muzeja, Dominiquea Vivanta Denona (1747 – 1825), koji je svojevremeno bio svjetski poznat arheolog i umjetnik.

Ako krenete u virtualnu turu od Dominka ćete saznati more korisnih informacija. Služeći se nizom neobičnih predmeta, on posjetioce vodi kroz muzejsku zbirku i upoznaje ih s važnim povijesnim momentima. Kako bi izlaganje bilo zanimljivije, Dominik ubacuje i neke anegdote iz privatnog života. Svaki od predmeta iz njegovog ateljea krije zanimljivu priču. Pa, ukoliko kliknete na sliku globusa, Denon će vam pričati o nekim svojim putovanjima, a ako otvorite veliki dnevnik na njegovom stolu, otkrit će vam manje poznate priče o krađi intrigantne "Mona Lise". Iako šaljive i prilično neobične, sve priče su istinite.

Na Internetu postoji mogućnost susreta s umjetnošću u njezinom izvornom obliku – s umjetnošću rađenom upravo za ovaj medij. To je *net.art*, relativno novi umjetnički pravac, koji je već stekao svoje teoretičare i kritičare.

Web art (internet umjetnost) u posljednjih je desetak godina doživjela veliku ekspanziju, kao forma umjetničkog izražavanja, ali i u pogledu tehničkih mogućnosti i inovacija (Tišma, 2008:25).

Pod web artom ne podrazumijevamo veoma rasprostranjene pasivne prezentacije umjetnika i njihovih djela na Internetu. To svrstavamo u reproduktivni pristup Internetu. Djela web arta su rađena isključivo za Internet, za njegov jezik i tehničke mogućnosti. Ova djela ne samo da su stvorena jezikom mreže, nego su i najgledljivija i najdjelotvornija u tom okruženju i s pomoću mrežnih sredstava distribucije i prezentacije, a to znači putem računalnih monitora i zvučnika.

Jedna od zajedničkih karakteristika web djela je *interaktivnost*, što znači da gledatelj postaje suoslušnik u njihovom kreiranju. Gledatelj je često u prilici da unosi i osobni tekst ili čak vizualne i druge sadržaje, kao vrstu komentara ili bitan element rada. Djela web arta najčešće dobivaju konačan oblik zahvaljujući aktivnosti gledatelja.

Druga bitna osobina web arta je *hiperdimensionalnost*. Djelo koje je prostorno i vremenski

neograničeno, zbog svoje otvorenosti i sudjelovanja sudionika, ne može se ograničiti dimenzijama. Web umjetnost se može sagledati kao neprestana razmjena između kreativnih ljudi širom svijeta, suradnja i dopunjavanje u cilju stvaranja umjetničke mreže što vodi globalnom produhovljenju čovjeka.

Treća zajednička karakteristika web arta je *nematerijalnost*. Web djelo ne postoji u materijalnom obliku, ono je nestalna vizualizacija stvarateljevih i korisnikovih ideja, odraz impulsa njegovoga mozga i reakcija na čulne nadražaje, ostajući nematerijalna, neopipljiva.

U duhu svoje interaktivne i nematerijalne prirode internetska umjetnost je od samog početka bila nekomercijalna, pa su neki net artisti zabrinuti kako će prodavati svoja djela, kako će pronalaziti sponzore za svoje internetske projekte. Net artisti nisu adekvatno plaćeni za svoja djela, koja iziskuju priličan rad i znanje. Na početku internetske umjetnosti, smatralo se da će ova umjetnost biti marginalizirana i da će njena djela biti daleko od tržišta.

Danas se radi na tome da internetska umjetnost dobije svoju adekvatnu tržišnu vrijednost. Jedan od prvih slučajeva te vrste je rad francuskog net umjetnika Valeryja Granchera "Ličnost", koji je naručila i u svoju elektronsku Galeriju suvremene umjetnosti u travnju 1999. godine postavila čuvena Fondacija "Cartier". Taj rad, koji se još uvijek može vidjeti na adresi :www.fondation.cartier.fr, ima interaktivnu prirodu.

Iste godine se pojavila na internetu prodajna galerija net umjetnosti "Art.teleportacija" (<http://art.teleportacija.org/>), koja net radove nudi kupcima.

Ovdje se ne radi o prodaji slika ili skulptura čije se reprodukcije s cijenama prikazuju na Internetu, čega u ovom mediju ima u izobilju, već o prodaji djela rađenih isključivo za Internet. Ovdje se ne radi o otkupu materijalnih djela, kao kod klasične umjetnosti, nego o vrednovanju ideja i otkupu prava na njihovo korištenje. Time je i vrednovanje umjetnosti dovedeno na novi estetski nivo.

Možemo zaključiti kako je na ovaj način net.art nakon stjecanja vlastite teorije, kritike i izložbenih prezentacija, krenuo i na područje komercijalizacije, što svakako predstavlja novi izazov za ovu relativno mladu granu umjetnosti.

Internetska kultura kao novi virtualni prostor krupnim koracima stupa u svakodnevnicu svakoga od nas. Stvar je samo kakvom brzinom ćemo na to reagirati i prihvatiti ga kao izazov budućnosti.

Nema svrhe poricati da je virtualni muzej već tu. Umjesto da nas to zabrinjava, pokušajmo to razumjeti, kako bismo učinili najbolje za budućnost. Trebamo se prilagoditi i ovladati tijekom stvari, a ne suprotstavljati im se.

Primjena suvremenih medija u svijetu muzeja odvaja funkciju prezentacije od institucije, to jest od muzeja kao zgrade i ustanove. U tome Deloš ne vidi raskid s tradicionalnom ulogom muzeja, već njeno ispunjenje do kraja. Njegova poruka je optimistična: umjesto da nas zabrinjava, pokušajmo ga razumjeti - virtualni muzej je već tu!

Literatura

Deloš B., *Virtuelni muzej*, Clio, Beograd, 2006.

Levy P., *Qu`est-ce que le virtuel?*, Paris, La Decouverte, 1998.

Tišma A., *Interfejsi bezgraničnog, Digitalna i internet umetnost na prelazu milenijuma*, Orpheus, Novi Sad, 2008.

Todorović A., *Umetnosti i tehnologije komuniciranja*, Clio, Beograd, 2009.

www.http.uk.net

www.artport.whitney.org

www.artnetweb.com

www.art.teleportacija.org

www.turbulence.org

www.fondation.cartier.fr

<http://paris.arounder.com/en/museums/louvre/louvre-museum-monalisa.html>

<http://www.rijksmuseum.nl/>

New Media and New Arts

Abstract

There is a new type of artist, who are no longer telling stories. He is the architect of space in which events occur an engineer for the billions of future stories. He sculpts in the virtual.

Pierre Levy

The Art can awake the deepest human emotions, give pleasure, amuses attracts and persuades in different ways. Music, theatre performances, paintings, films, novels, poetry, ect. It presents the structure of our feelings and believes.

Nowadays we live in a world of global communications, in a world where visual prevailed. Technological means of communications, as well as mass media will continue to grow and bringing us unimaginable possibilities. Man always needed means of communicate, a the art, to communication to the world. New frameworks and requirements that provide information and communications technology give the appearance of new forms of art. The Internet is a place where artists who use new technology achievements, can present their work, discuss about them and start a new cooperation. The Visual Museums are the museums that exist only in the visual world. Digital technology has introduced changes in the way of conservation of the museum collection. The studies show that these museums attract more visitors than the real museums. The biggest advantages of virtual museums is that they are available to everyone who posses the Internet. With all these qualities that virtual museums have, it is considered that cannot completely replace the traditional museum, but they can amend.

Key words: art, Internet, digital technology