

ivana  
mance

## medijacija - faktor posredovanja

### the factor of mediation

▼ Simbolički prostor muzeja odavno više ne uspijeva homogenizirati složenost i razvedenost odnosa unutar svijeta umjetnosti. U perspektivi umreženosti i progresivne dostupnosti medijski posredovanih informacija, izolacija umjetničkih sadržaja u zatvorenoj, autonomnoj sferi distanciranog i ekskluzivnog estetskog doživljaja nije održiv model. Želi li zadržati moć aproprijacije umjetnosti, muzejsko-galerijska institucija prisiljena je razvijati nove strategije te redefiniirati svoju ulogu i razloge društvenog postojanja. Umjesto pružanja reprezentativne slike stanja u nekom segmentu umjetničke proizvodnje, naglasak se sve više premješta na sam proces komunikacije umjetničkih sadržaja, što društveni položaj same institucije čini daleko konkretnijim - umjesto neutralnog posrednika umjetničkih vrijednosti ona postaje jedna od zainteresiranih strana u generiranju i komunikaciji znanja. Prebacivanje težišta s reprezentacijske na komu-

● The symbolic space of the museum has long lost its capacity for homogenizing the complexities and intricacies of relations within the world of art. In the perspective of the networked society and progressive accessibility of mass-mediated information, the isolation of artistic content within a hermetic, autonomous sphere of distanced and exclusive aesthetic experience is not a sustainable model; in order to keep its power of appropriating art, the museum-gallery institution is forced to develop new strategies as well as redefine its role and reasons of social existence. Instead of offering a representative perspective on a situation within a certain segment of art production, the accent is increasingly being transferred to the very process of communicating the artistic content, resulting in a far more concrete social position of the institution itself - instead of being a neutral mediator of artistic values it becomes one of the

1



nikacijsku pa, i obrazovnu funkciju, bitno mijenja tradicionalne pretpostavke konzumiranja umjetnosti: neutraliziranje afektivnih ili etičkih interesa u ime bezinteresnog prosuđivanja umjetničke kvalitete ustupa mjesto aktivnom propitivanju višestruke društvene motiviranosti recepcije umjetničkih sadržaja; diskretnu nevidljivost uopćene publike zamjenjuje njezina vidljiva društvena diferencijacija; implicitnost kompetencija koje pristup umjetničkom djelu drže rezerviranim za upućenu manjinu odbacuje se u korist eksplicitne artikulacije izložbene informacije i širokog konteksta njezine komunikacije.

Usljed pojačane svijesti o spomenutim problemima, faktor posredovanja umjetnosti emancipira se kao zasebna djelatnost: ne samo da se sve veća pažnja posvećuje obrazovnim programima u okviru institucija, već se bilježi i porast udruga posvećenih tzv. *medijaciji* umjetnosti kao svom primarnom zadatku. U odnosu umjetničko djelo - publika uloga medijatora, dakle, trebala bi funkcionirati kao praktični korektiv još uvijek neupitnih ovlasti kustosa, i to usmjeravajući pažnju upravo na stranu primatelja poruke. Orijentirane na razvijanje eksperimentalnih pristupa koji potiču aktivni angažman publike, takve mahom samoorganizirane inicijative nastoje upravo adresata uvesti u polje vidljivosti: napipati tvrde rubove društvene recepcije, a konzumaciju umjetničkih sadržaja pretvoriti u produktivan, kritičan, možda i konfliktan čin.

Proizvode li takvi modeli neko kvalitativno drugačije znanje, simbolički kapital koji izmiče tržišnoj ili ideološkoj instrumentalizaciji? Nadilaze li očekivani horizont recepcije? Stvaraju li nove korisnike i publiku? Sve su to, dakako, otvorena pitanja. Malobrojna iskustva i refleksije na tu temu sabrana u ovoj cjelini *Života umjetnosti* tek daju do znanja da pluralizacija procesa proizvodnje i komunikacije umjetnosti prvenstveno podrazumijeva distribuciju odgovornosti. ▼

interested sides in generating and communicating knowledge. Shifting the weight from the representational to the communicational, and also educational, function, it transforms substantially the traditional assumptions of the consumption of art: the neutralization of affective or ethical interests in the name of a non-interested judgment of artistic quality is replaced by active questioning of the multiple social motivation for the reception of artistic content; discreet invisibility of a generalized audience is replaced by its visible social differentiation; the implicitness of competencies which keep the artwork reserved for an exclusive minority is rejected for the sake of explicit articulation of the exhibited information and a wider context of its communication, etc.

Due to an increased awareness of the issues above, the factor of art mediation is emancipated as an autonomous activity: not only is greater attention dedicated to educational programmes within institutions themselves, but there is also an increasing number of independent organizations dedicated to the so-called *mediation* of art as their primary mission. In the relation between the artwork and the audience the role of the mediator should function as a practical corrective of the yet undisputed authority of the curator, focusing the attention on the very recipient of the message. Orientated on developing experimental approaches and instigating active involvement of the audience these, mostly self-organized, initiatives try to introduce the very addressee into the field of visibility: searching for the hard edges of social reception and transforming the consumption of artistic content into a productive, critical, maybe even a conflicting act.

Whether such models produce a qualitatively different knowledge, a symbolic capital evading economic or ideological instrumentalization, whether they surpass the expected horizon of reception, create new users and new audience -are questions that, naturally, remain open. Several experiences and reflections on these issues presented in the following unit of *Život umjetnosti* merely point to the fact that the pluralization of the processes of production primarily implies the distribution of responsibility. ●

prijevod / translation: Ivana Bago

1-3. *Operacija grad / Operation City, Tvornica Badel / The Badel Factory, Šubićeva, Zagreb 2005.*  
Foto / photo: Vesna Vuković



2



3

→ Ivana Mance - povjesničarka umjetnosti i likovna kritičarka. Zaposlena kao asistentica na Institutu za povijest umjetnosti u Zagrebu.

Ivana Mance - art historian and art critic. Work as an assistant at the Institute of Art History in Zagreb.