

SANJA IVEKOVIĆ

Strategije devedesetih (vs. sedamdesete)

i neki primjeri iz moje umjetničke prakse

I. STRATEGIJA* IZLAGANJA

(*Strategija: ratna vještina, nauka o vođenju rata - B. Klaić: "Rječnik stranih riječi")

STRATEGIJA

IZLAGANJA

&

MULTIMEDIJALNOST/

MEDIJSKI

NOMADIZAM

&

INTERAKTIVNOST/

PUBLIKA

Riječ strategija često se danas upotrebljava kad se govori o suvremenoj umjetničkoj praksi - od umjetnika se očekuje da ima vlastitu umjetničku strategiju, strategiju izlaganja... Bez obzira radi li se o instituciji unutar umjetničkog sistema ili o javnom prostoru, umjetnici i umjetnice su danas svjesni da ne postoji neutralno izlagačko mjesto, mjesto koje postoji izvan povijesnog, političkog, društvenog konteksta. Iako se u raspravama o umjetničkoj praksi sedamdesetih pojavljuju "miroljubiviji" termini, kao što su radni postupak, ponašanje umjetnika i demonstriranje ideja, sigurno je da su modernistički mit o "bijeloj kocki", galeriji koja postoji kao autonomni entitet (i ideal izlagačkog prostora), načeli upravo umjetnici sedamdesetih.

Primjer

Audioinstalacija pod nazivom "Galerijski vodič" (1979) primjer je rada u kojem problematiziram galerijski prostor kao zadani okvir samog djela. Rad predstavlja snimku (audioprugu) hipotetične povijesti galerije koju sam "rekonstruirala" na temelju tragova po zidovima i podu galerijskog prostora. Tako je publici bio predstavljen sam prostor, čiji su bijeli zidovi ovoga puta izgubili kvalitete kao što su impersonalnost, neutralnost i ahistoričnost.



2. MULTIMEDIJALNOST / MEDIJSKI NOMADIZAM

Dok je za umjetnika/cu devedesetih koji/a se koristi novim medijima multimedijalnost samo jedna od "prirodnih" karakteristika tehnologija koje rabi, termin "multimedijски umjetnik" i dalje primjenjuju neki kuratori i kritičari za onog umjetnika/cu koji/a stvara u različitim medijima istovremeno. Termin medijski nomadizam upotrebljavao se u sedamdesetima, a označavao je nehijerarhijski odnos konceptualca prema medijima. Današnji "neokonceptualci" nasljeđuju takav stav i ne pristaju na ograničavanje vlastita izraza na samo jedan medij. Dobar primjer je video, koji se posljednjih godina ponovo s paž-

njom (i užitkom) gleda na izložbama u muzejima i galerijama. No, ni umjetnici ni kritičari ne govore više o "videoartu". Za današnju generaciju, koja je odrasla s videom kao jednim od aparata u vlastitoj kući, video je samo jedno od postojećih sredstava na raspolaganju. Isti su stav prema videu imali konceptualni umjetnici sedamdesetih - video je bio vrlo pogodan medij za registraciju radova procesualne prirode, no radovi u "starim" medijima, kao što su film, fotografija, crtež, kolaž i objekti sačinjavaju isti, ako ne i veći dio produkcije.

Primjer

Rad koji sam nazvala "Un Jour Violente" (prema naslovu koji se pojavljuje u reklami što mi je bila predložak) primjer je djela u kojem je video bio samo jedan dio rada. Ovisno o mjestu i kontekstu u kojem je izlagan, isti rad sam izlagala kao instalaciju, kao fotokolaž i kao performans. Recentni je primjer projekt "Lice jezika", koji je istovremeno relaliziran kao fotografski rad, zatim kao instalacija u javnom prostoru, a potom je emitiran kao video.



3. INTERAKTIVNOST/PUBLIKA

Iako se pojavom novih medija devedesetih čini da je riječ o novoj koncepciji, ideja da publika mora aktivno sudjelovati u procesu nastajanja djela bila je vrlo značajna i za konceptualnu umjetničku praksu sedamdesetih. Bilo da se radilo o slučajnim prolaznicima koji su se našli na mjestu umjetničke akcije na ulici ili o posjetiteljima galerije, publici je bilo ponuđeno "koautorstvo" u kreaciji rada. No, konceptualni/a umjetnik/ca obraćao se publici ili kao guru ili kao marginalac-outsider i time je zauzeo/la položaj koji već u startu nije mogao biti ravnopravan onome njegove publike. Umjetnik/ca devedesetih, koji/a više ne vjeruje u romantičarski mit o neshvaćenom geniju, izuzetno cijeni svoju publiku i nastoji uspostaviti što bolju komunikaciju s njom. On/ona više slični na strpljivog socijalnog radnika/cu i upornog aktivista/icu koji su spremni na strategiju "malih koraka". Dijalog je osnovni model rada, a on pretpostavlja prihvaćanje ali i odbijanje, prilagođavanje i mijenjanje...



Primjer

Takva, izravna i dvosmjerna komunikacija nije samo tema većine mojih performansa, već je njihov konstitutivan dio - bez interakcije s publikom performans se u većini slučajeva ne bi mogao realizirati. Participacija, komunikacija i suradnja su i nadalje ključne riječi za moju današnju umjetničku praksu, no osobe koje su uključene u finalizaciju rada pomno su odabrane. Te osobe ne predstavljaju apstraktni pojam "publike", već određenu društvenu skupinu čiji identitet, položaj u društvu, stvarne potrebe i konkretni interesi postaju osnovnim sadržajem samog rada kao i motiv za njegovu realizaciju. Recentni primjer je i projekt "Ženska kuća" koji sam započela 1998. godine. Zamišljen je kao međunarodni projekt i "work in progress" koji se ostvaruje u suradnji sa ženama koje se u gradu u kojem boravim trenutno nalaze u skloništima za žene i djecu žrtve nasilja u obitelji.

