



Co-funded by
the European Union



Oblici prisutnosti

– najbolje prakse korištenja medija: od
umjetnika za umjetnike u Europi

Oblici prisutnosti – najbolje prakse korištenja medija od umjetnika za umjetnike u Europi

Urednik: Pohjola Panu, magistar umjetnosti (kazalište i drama), viši predavač na preddiplmoskom studiju kulture i umjetnosti, vizualnih umjetnosti i digitalnih rješenja, Sveučilište primijenjenih znanosti Laponije

Autori članaka:

- **Uotinen Emma**, magistra umjetnosti (kulturne studije), savjetnica na projektu, voditeljica projekta, Ured za upravljanje projektima, Sveučilište primijenjenih znanosti u Turkuu, Finska.
- **Sundbacka Anni**, magistra umjetnosti (umjetničke studije, komparativna književnost), viša predavačica, scenske umjetnosti, Umjetnička akademija, Sveučilište primijenjenih znanosti u Turkuu, Finska.
- **Borovac Ines**, magistra umjetnosti (društveni dizajn), vizualna umjetnica i istraživačica, Nizozemska
- **Krčelić Irena**, Hrvatska.
- **Rukavina Nika**, diploma iz kiparstva na Akademiji likovnih umjetnosti u Veneciji, nezavisna umjetnica. Hrvatska.
- **Cacini Luca**, EMJMD magisterij (Mediji umjetnost kultura), medijski umjetnik i istraživač. Italija.
- **Serpente Eleonora**, diploma znanstvene srednje škole, nezavisna suvremena plesačica, kolektiv gruppocorp3. Italija.
- **Di Serio Roberta**, magistra kulturne antropologije i doktorandica (Sveučilište u Milanu - Bicocca), suvremena plesačica, kolektiv gruppocorp3. Italija.
- **Menchetti Raffaella**, magistra umjetnosti (likovne umjetnosti, scenska praksa i vizualne kulture), interdisciplinarna umjetnica: redateljica, izvođačica, vizualna umjetnica, Italija.
- **Stroganova Alexandra**, magistra umjetnosti (sjevernoeuropske vizualne studije i edukacija umjetnosti), transdisciplinarna umjetnica, Finska.
- **Tkalčić Ivana**, magistra ekonomije, magistra likovnih umjetnosti, umjetnička suradnica, Hrvatska.
- **Li Tianjun**, magistar umjetnosti (vizualne kulture, kustostvo i suvremena umjetnost), interdisciplinarni umjetnik. Finska.
- **Koivunen Kati**, dr. sc. (ekonomija), glavna predavačica, istraživačica, Odgovornost u poslovanju i uslugama, Sveučilište primijenjenih znanosti Laponije. Finska.
- **Briffa Karen**, stručna diploma (digitalni marketing), umjetnica pirografije. Malta
- **Bettoni Angela**, B.A. (kreativne umjetnosti). Izvođačica i aktivistica s Downovim sindromom. Malta.
- **Pohjola Panu**, magistar umjetnosti (kazalište i drama), viši predavač, viši predavač na preddiplmoskom studiju kulture i umjetnosti, vizualnih umjetnosti i digitalnih rješenja, Sveučilište primijenjenih znanosti Laponije, Finska



**Co-funded by
the European Union**

Metapodaci publikacije

Prijevod iz originalnog djela *Forms of presence – best practices for media use from artists to artists in Europe*, objavljenog 2026. godine od strane Lapland University of Applied Sciences Ltd, Finska

URN za izvornu e-knjigu: <https://urn.fi/urn:isbn:978-952-316-580-9>

Prijevod: *Jasmina Šarić, Kristina Tešija*

Prava: CC BY

Financijer: Kreativna Europa putem EACEA

Engleska verzija je izvorna i službena verzija publikacije te preporučujemo da je koristite kao izvor u drugim publikacijama. Ova je jezična verzija izrađena kako bi se podržala publikacija i promicala njezina pristupačnost.



Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

Sadržaj

Uvod.....	Error! Bookmark not defined.
<i>Emma Uotinen & Anni Sundbacka</i>	
Predgovor	Error! Bookmark not defined.
<i>Ines Borovac</i>	
Tko je profesionalni umjetnik?	Error! Bookmark not defined.
<i>Irena Krčelić</i>	
Za pravedniju budućnost umjetnika	Error! Bookmark not defined.
<i>Nika Rukavina</i>	
Društvene mreže, mediji i publika	Error! Bookmark not defined.
<i>Luca Cacini</i>	
Stvaranje zajednica kroz umjetničke prakse u digitalnom dobu: neprekidan izazov i resurs za istraživanja	Error! Bookmark not defined.
<i>Eleonora Serpente and Roberta Di Serio</i>	
Profesionalna medijska prisutnost – stajališta, percepcija profesionalnog umjetnika i umjetničkog ekosustava.....	Error! Bookmark not defined.
<i>Raffaella Menchetti</i>	
Mediji i identitet kroz hidrofeminističku prizmu	Error! Bookmark not defined.
<i>Alexanda Stroganova</i>	
Budući mediji: ka regenerativnoj praksi brige.....	Error! Bookmark not defined.
<i>Ivana Tkalčić</i>	
Umjetna inteligencija, kreativnost i prisutnost umjetnika u digitalnom dobu	Error! Bookmark not defined.
<i>Tianjun Li</i>	
Izgradnja profesionalnog brenda na društvenim mrežama.....	Error! Bookmark not defined.
<i>Kati Koivunen</i>	
Najbolje prakse za medije.....	Error! Bookmark not defined.
<i>Karen Briffa</i>	
Pristupačnost na internetu – jednaka prava na digitalne medije.....	Error! Bookmark not defined.
<i>Angela Bettoni</i>	
Završna riječ.....	Error! Bookmark not defined.

Panu Pohjola

Uvod

Emma Uotinen i Anni Sundbacka

Upravljanje projektom, Turku, siječanj 2026.

"...umjetnik se mora kretati kroz više stvarnosti i iskrivljene dimenzije samo da bi opstao [...] Pod pritiskom da izraze svoj identitet i prikažu svoj rad na platformama, kreativci se jednostavno pokušavaju orijentirati u zečjoj rupi vječne tehnološke akceleracije."

Ines Borovac 2026



Projekt Professional Media Presence (PMP) četverogodišnja je inicijativa (2023.–2027.) koju podržava program Kreativna Europa. Cilj mu je osnažiti umjetnike da ojačaju svoju digitalnu prisutnost i profesionalni identitet u sve više medijski vođenom kulturnom krajoliku. Projekt adresira propuste u medijskoj pismenosti i digitalnim vještinama, potičući uključivost i inovacije diljem Europe.

PMP odgovara na sve veći utjecaj medija u oblikovanju umjetničkog identiteta i bori se protiv izazova poput dezinformacija i digitalnih alata koji se stalno mijenjaju. Osposobljavajući umjetnike za rad s digitalnim alatima i potičući suradnju, projekt jača kulturnu otpornost i raznolikost diljem Europe.

Jedna od ključnih aktivnosti bile su one edukativnog karaktera. Tijekom 2023. – 2025. projekt PMP organizirao je pet online seminara, radionica i umjetničkih rezidencija koje su omogućile

suradničko stvaranje i izgradnju vještina. Sve aktivnosti jačaju transnacionalnu suradnju povezivanjem umjetnika iz šest zemalja EU-a (Finska, Hrvatska, Italija, Malta, Slovačka, Španjolska) kako bi se promicala kulturna razmjena. Projekt okuplja ukupno 113 umjetnika koji predstavljaju različita umjetnička područja. Prioritet dajemo društvenoj uključenosti fokusiranjem na umjetnike u različitim fazama karijere, a koji se suočavaju s preprekama kao što su invaliditet, zdravstveni problemi, ekonomske teškoće, društveni ili politički izazovi, geografska izolacija ili kulturološke razlike, s ciljem promicanja pristupačnog i raznolikog sudjelovanja.

Projekt Professional Media Presence (PMP) izgrađen je oko pet glavnih tema. **Mediji i umjetnost** istražuje kako mediji oblikuju umjetnički izričaj i kulturne narative. **Internetski mediji i digitalno pripovijedanje** podučava metode stvaranja digitalnih priča i njihovog efikasnog dijeljenja u digitalnom prostoru. **Društvene mreže i publika** usredotočeni su na angažman publike i odgovorno korištenje medija radi sprječavanja dezinformacija. **Mediji budućnosti** istražuju nove tehnologije poput umjetne inteligencije i virtualne stvarnosti, naglašavajući etičke primjene u umjetnosti i medijima. **Mediji i profesionalni identitet** pomažu umjetnicima u uspostavljanju i održavanju autentičnog profesionalnog prisustva na internetu.

Ove teme čine okosnicu edukativnog sadržaja PMP-a, razvoja *Oblika prisutnosti* i kreativnih ishoda, osiguravajući umjetnicima **medijsku pismenost, digitalne vještine i strategije za profesionalni razvoj**.

***Oblici prisutnosti* kao skup putokaza od umjetnika umjetniku**

Oblici prisutnosti nudi uvid u uvjete izgradnje umjetničke karijere u trenutnom sociopolitičkom kontekstu i u različitim europskim mikroklimama. Crpeći iz doprinosa umjetnika u umjetničkim rezidencijama i pozvanih stručnjaka, *Oblici prisutnosti* ističe zajedničke teme, izazove i najbolje prakse relevantne za umjetnike koji rade u promjenjivim medijskim okruženjima. Namijenjen je i umjetnicima i edukatorima, a ujedno je i poziv na uključivanje u metode i perspektive *od umjetnika-umjetniku*.

Professional Media Presence Oblici prisutnosti obuhvaćaju umjetničke predgovore i jedanaest članaka stručnjaka i umjetnika iz projekta, otvarajući različite aspekte suvremene umjetničke prakse. Tako Tianjun Li formulira svoj doprinos: "*Oblici prisutnosti* nisu potpuna mapa, već skup putokaza koje bih volio da sam imao ranije."

Oblici prisutnosti kao publikacija, kao i cijeli projekt Professional Media Presence, snažno se temelji na ideji međusobne razmjene. U projektu to nazivamo pristupom od umjetnika umjetniku: umjetnici dijele svoja zapažanja i znanja iz vlastitih perspektiva. To čini PMP *Oblike prisutnosti* jedinstvenom kompilacijom individualnih umjetničkih pristupa koji nude uvid u mogućnosti europskih umjetnika u suvremenom kulturnom i medijskom okruženju. Budući da su suradnici u različitim fazama svojih karijera, članci odražavaju raznolikost u izričaju i formi te predstavljaju širok raspon umjetničkih područja.

Uvodni tekst umjetnice **Ines Borovac** istražuje konstrukciju umjetničkog identiteta u digitalnim okruženjima i tehnološkoj akceleraciji. Razmatra kako umjetnici balansiraju između vidljivosti, ranjivosti i promjenjivih shvaćanja vlastitog sebstva, autentičnosti i zajednice, a koje oblikuju logika platformi i digitalno posredovanje.

Irena Krčelić istražuje kako se definicija profesionalnog umjetnika oblikuje u hrvatskom kontekstu i kakva su institucionalna ograničenja skrivena u tim interpretacijama. Njezin doprinos ističe jaz između formalnog priznanja, stvarnosti umjetničkog rada i ekonomske nesigurnosti. **Nika Rukavina** se bavi neizvjesnošću u umjetnosti, nevidljivim radom i institucionalnom nejednakošću. Tekst objašnjava stvarnost umjetnika i stalnu pregovaračku dinamiku između kreativne autonomije, poduzetničkog opstanka i aktivističkih strategija za održavanje njihove prakse.

Luca Cacini promišlja o medijskim praksama u talijanskom kontekstu mapirajući medijski ekosustav i njegove implikacije na vidljivost umjetnika i profesionalne mogućnosti. Članak ističe dominaciju tradicionalnih medija uz rastući utjecaj digitalnih platformi te nudi uvid u to kako se umjetnici snalaze u medijskim strukturama, fragmentaciji publike i promjenjivoj logici platformi.

Eleonora Serpente i **Roberta Di Serio**, članice kolektiva *gruppcorp3*, istražuju pitanja zajednice, povezanosti i okupljanja u doba digitalnog društva. Pristupajući društvenim mrežama iz umjetničke perspektive, istražuju njihove mogućnosti, kao i izazove, osobito u pogledu izgradnje zajednice, prisutnosti i dinamike ekonomije pažnje. **Raffaella Menchetti** nudi zanimljiv most između umjetnosti kao medija, umjetnosti u medijima i umjetničkog/medijskog aktivizma. Članak pozicionira medije ne samo kao kanal distribucije, već kao platformu na kojoj se aktivno oblikuju i preispituju djelatna moć umjetnika, sjećanje i politička odgovornost.

Članak **Alexandre Stroganove** nudi kritičko promišljanje medija, etike i identiteta kroz prizmu hidrofeminizma. Također pruža poticajne vježbe za promišljanje i daljnje produbljivanje teme. U svom prilogu **Ivana Tkalčić** dodatno istražuje kritičko promišljanje o prekomjernoj proizvodnji u kontekstu društvenih mreža i njezinim ekološkim i društvenim utjecajima, s posebnim naglaskom na potrošnju energije i proizvodnju kritičnih sirovina. Kao odgovor na izazove vezane uz materijalne zahtjeve potrebne u naizgled nematerijalnom digitalnom svijetu, Tkalčić se oslanja na pojam *odrasta* kako bi preispitala načine brige i predlaže osobni umjetnički pristup medijima kao oblik regenerativne prakse. Članak **Tianjuna Lija**, „Članak Tianjuna Lija ukazuje na mogućnosti umjetne inteligencije i digitalnih platformi kao alata za umjetničko stvaralaštvo. Također nudi vrijedne perspektive o radu umjetnika u europskom kontekstu iz pozicije nekoga tko dolazi izvana.

Članak **Kati Koivunene** proučava profesionalno brendiranje na društvenim mrežama kao kontinuirani oblik rada na identitetu. Istražuje kako se vrijednosti, kompetencije i vidljivost neprestano preispituju u području umjetničke prakse. Tekst **Karen Briffe** odražava iskustva samog početka projekta PMP i nudi primjere korištenja medijskih platformi od strane umjetnika.

Članak **Angele Bettoni** progovara o njezinim iskustvima u projektu kao umjetnice s Downovim sindromom te nudi inkluzivne perspektive u kontekstu različitih medija. Ovaj dio također sadrži studije slučaja u obliku intervjua koji predstavljaju inspirativne priče umjetnika.

Za vrijeme trajanja projekta svijet se već drastično promijenio, osobito u odnosu na medijska okruženja. Istovremeno su tematske smjernice projekta postale jasnije definirane kroz raznolike doprinose umjetnika, što se očituje u ovoj publikaciji.

Srdačno zahvaljujemo svima na njihovim doprinosima za *Oblike prisutnosti* ali i cijelom projektu Professional Media Presence: svim umjetnicima nacionalnih umjetničkih timova, umjetnicima u rezidenciji koji su ponudili svoje uvide i čine srž ove publikacije, Kreativnoj Europi na sufinanciranju realizacije projekta te svima koji su tijekom trajanja projekta uložili svoju strast i stručnost. Također želimo zahvaliti cijelom partnerskom timu na partnerstvu i suradnji: Sveučilištu primijenjenih znanosti u Laponiji (Finska), organizaciji Youth for Equality (Slovačka), Esproncedi (Španjolska), Perypezye Urbane (Italija), Culture Hub Croatia (Hrvatska) i Prisms (Malta). Na kraju, iskrenu zahvalu upućujemo našim kolegama sa Sveučilišta primijenjenih znanosti u Laponiji za uređivanje ove publikacije o oblicima prisutnosti, a posebno višem predavaču Panu Pohjoli, koji je neumorno razvijao publikaciju zajedno s umjetnicima, vodeći ih i podržavajući u njihovom radu sa senzibilnošću i stručnošću.

Vjerujemo da će ova publikacija pomoći i usmjeriti umjetnike u Europi na njihovom individualnom umjetničkom putu u promjenjivim i izazovnim medijskim okruženjima. Također, edukatori i umjetnici koji su nastavnici mogu iskoristiti smjernice ove publikacije u obrazovne svrhe kako bi prepoznali ključne izazove i primjere dobre prakse te razmijenili informacije i perspektive s budućim umjetnicima

Nadamo se da ćete smjernice od umjetnika za umjetnike, kao i uvide, smatrati vrijednima i zanimljivima na vlastitom putu. Vrlo smo ponosni i zahvalni svim umjetnicima diljem Europe koji sudjelovali su u ovom procesu i doprinijeli svojim promišljanjima i vremenom projektu Professional Media Presence.



Predgovor Ines Borovac

Ines Borovac, voditeljica radionice i glavna govornica na radionici u Splitu u jesen 2025.

Uvod

"Možete ući putem sučelja, ali i putem svog džepa. Možete ući kroz zaslon, ali zauzvrat morate snimiti nešto sebe." (Konior, 2020). Tipkám Instagram.com... Pojavljuje se stranica za blokiranje... "Dobar pokušaj... Stavili ste instagram.com na popis blokiranih stranica, vjerojatno s razlogom..." Na trenutak me zadivi učinkovitost vlastite suzdržanosti, činjenica da su zabrane koje sam si nametnula zapravo funkcionalne. Doista, tu je s razlogom. Ipak, ustajem od stola. Izlazim iz sobe po telefon koji sam namjerno ostavila u drugoj prostoriji, mala koreografija samonadzora motivirana željom. Otvaram Instagram i brzo upisujem ime umjetnika čije se ime pojavilo u članku. Pronašla sam ih! 10K pratitelja, moraju biti uspješni. Web-stranica u opisu profila. Web-stranica prikazuje suvremenu, profesionalnu estetiku. Suradničke objave s velikim galerijskim imenima - ostvareno. Osim što mi te informacije daju dovoljno materijala za beskrajne usporedbe, one zorno prikazuju kako ti umjetnici grade svoj profesionalni identitet. Gledajući ih s ove strane svog prijenosnog pametnog zrcala, oni djeluju uspješno, profesionalno i ostvareno. Ovisno o sučelju pojedine platforme, vlastito se 'ja' prikazuje drugačije; ono što se na Pinterestu manifestira kao kustos estetike, na Hinge-u se preoblikuje u pojedinca koji traži romantičnu bliskost.

Život u tehnocenu normalizirao je dijeljenje intimnijih trenutaka s našim uređajima nego s drugim ljudima. (Samman, 2023.) Tehnologija ne samo da se uvukla u sve sfere naših života i promijenila naše identitete, već je promijenila i način na koji izražavamo svoj identitet online te način na koji to utječe na identitete onih koji nas promatraju. Kroz sve platforme na koje se prijavljujemo istovremeno svjedočimo svim tim promjenama. Svaki put kada kreiramo profil, platforma nas prisiljava da fragmentiramo i komprimiramo vlastiti identitet, stvarajući o sebi sliku koja odgovara svrsi te iste platforme. Kao što tvrdi Benjamin Bratton, korisnik je dizajnirani subjekt (Bratton, 2015). U knjizi "The Stack" Bratton tvrdi da platforme generiraju identitete korisnika, bez obzira na to jesu li oni željeni ili ne (Bratton, 2015). Kroz skupove protokola, verifikacija i kreiranja profila, platforme traže informacije i prisiljavaju nas da se identificiramo unutar određenih granica. Korisnici s najtemeljitijom verifikacijom identiteta često dobivaju "znak povjerenja", oblik vrednovanja prerušen u znak poštovanja. Sudjelovanje na tim platformama nije obavezno, no odustajanje predstavlja svjesno povlačenje iz globalne digitalne ekonomije. Unutar ovog ekosustava postojimo kao fragmentirani identiteti, neprestano rastegnuti, komprimirani ili preoblikovani kako bismo se uklopili u specifičan kalup sučelja platforme. Taj proces stalne rekonfiguracije identiteta zajedničko je iskustvo kreativaca koji teže ekonomskoj autonomiji.

Kako naglašavaju umjetnice Nika Rukavina i Irena Krčelić, potraga za kreativnom slobodom od umjetnika često zahtijeva da osiguraju vlastitu egzistenciju balansirajući između usputnih poslova i istovremenog upravljanja svojom mrežnom prisutnošću, porezima te administrativnim obvezama (Rukavina, 2026.; Krčelić, 2026.).

Savladavanje poduzetničkih vještina postaje neizbježno. Biti umjetnik često podrazumijeva izlazak izvan tradicionalnog gospodarskog sustava, osim za nekolicinu sretnika koje podupire elita. Umjetnici s manje sreće moraju se umjesto toga oslanjati na višezadačnost, razgranavajući se kroz više honorarnih poslova i društvenih uloga kako bi održali svoje kreativne putove. Snalaženje u profesionalnom svijetu od kreativaca zahtijeva stjecanje marketinških vještina koje su dovoljno učinkovite za napredovanje u karijeri, ali ne i toliko dobre da ih se smatra prodanim dušama. Osim samopromocije, potrebne su izvrsne vještine upravljanja kako bi se u odgovarajućim trenucima koordinirale različite verzije samog sebe. U konačnici, upravljanje projektima postaje obavezan dio kreativnog procesa jer je potrebno održavati ravnotežu između različitih uloga. Iako koncept višestrukih identiteta nije nov u umjetnosti, on se sada pretvorio u strategiju preživljavanja.

Metafizički fenomen stalne rekonfiguracije vlastitog identiteta nešto je što Johana Walsh u svojoj knjizi *Girl Online* tumači pozivajući se na Alisu u zemlji čudesa Lewisa Carrolla i njezin drugi nastavak *Iza zrcala* (Walsh, 2022). Dok sanjari o drugačijem svijetu, Alisa gleda kroz zrcalo. Zrcalo se otapa i prenosi je u novu stvarnost (Carroll, 1871). Kroz čitavu Alicinu pustolovinu u Zemlji čudesa, Alisa naizmjenice postaje ogromna, mikroskopska, golema i džepne veličine; podvrgnuta je neprestanim procesima preoblikovanja. U svojoj analizi Walsh opisuje ovo stanje kao stanje jednog od alicijskih subjekata (Walsh, 2022). Ta nestabilnost odražava stanje modernog kreativca, koji je izložen vječnom fluktuiranju sustava koje nije sam osmislio. Poput Alice, umjetnik se mora snalaziti u višestrukim stvarnostima i iskrivljenim dimenzijama samo da bi se održao, a sve to dok ga veliča spektakl zabavnog društva. Pod pritiskom da izraze svoj identitet i izlože svoj rad na platformama, kreativci se jednostavno pokušavaju orijentirati u zečjoj rupi vječne tehnološke akceleracije. Otporna na promjene, Alice prihvaća novu verziju sebe i, izložena novoj vizualnoj kulturi i nepoznatim sredstvima komunikacije, odlučna je proći kroz mračnu, dezorijentirajuću šumu naseljenu šarolikim likovima.

Prema Dark Forest Int Collectiveu i Bognji Konior, upravo se u to internet i pretvara; u mračnu šumu (Konior, 2020; Strickler, 2024). Kao odgovor na oglase, praćenje, trolanje, hajp i druga grabežljiva ponašanja, današnji je internet postao pravo bojno polje. Idealizam interneta iz 90-ih nestao je. Javni i polujavni prostori koje smo stvorili kako bismo razvili svoje identitete, kultivirali zajednice i stjecali znanje preuzete su od strane sila koje ih koriste za stjecanje moći različitih vrsta (tržišne, političke, društvene i tako dalje), (Strickler, 2024). U mračnoj šumi nema sigurnih livada na kojima se može steći osjećaj smirenosti i kontrole. Ivana Tkalčić slikovito prikazuje sigurnu livadu, internet kao buduća mjesta za regenerativne prakse brige (Tkalčić, 2026). Tkalčić ga naziva šumom čiji su kabeli povezani s ekološkom mrežom

našeg planeta. Šumom vlada filozofija sporosti i dostatnosti u kojoj vrijednosti zajednice i regeneracije diktiraju rast. Da regenerativni tereni skrbi nisu bili ugroženi invazivnim vrstama mračne šume, možda ne bismo pali u jamu etičke abdikacije, na isti način na koji ideologija akceleracionizma Nicka Landa propada pod kritičkom prismotrom. Odbijanjem propitivanja tko trpi štetu tijekom tehnološkog ubrzanja, postajemo suučesnici u brisanju tijela, društvenog i ranjivog. Iako Tkalcic predstavlja utopijsku viziju, njezina se ideologija poklapa s pozivom Karen Briffe na lokalizirane medijske programe (Briffa, 2026). Zajedno ističu kako znanje i napredak trebaju biti oblikovani u skladu s lokalnim razvojem.

Kao što je umjetnica i aktivistica Angela Bettoni sugerirala, neumoljiv tempo tehnološkog rasta riskira stvaranje 'straha od propuštanja' koji stavlja u drugi plan one koji svijet doživljavaju drugačije. Usporavanjem ovog rasta možemo osigurati da profesionalne 'misije' umjetnika s invaliditetom ne budu zasjenjene pritiskom da se održi korak, već da umjetso toga budu podržane lokaliziranim, promišljenijim pristupom napretku. Kako bismo usporili i potaknuli malu gestu solidarnosti, ovaj je tekst prilagođen nekim smjernicama utvrđenim u Brettonijevom tekstu.

Koliko god jaka bila naša potreba za pružanjem skrbi, mračna šuma technocena prerasta i guši antropocensku utopijsku šumu, ostavljajući ideju „sigurne livade“ ovisnom o osobnom integritetu. Riječima Bogue Konior, mračna šuma je mjesto gdje: Korijenje raste prema gore, kruna se proteže prema dolje: omotan oko planeta, internet kruži između satelita i podvodnih kabela (Konior, 2020.). Dok se korijenje okreće prema nebu, a krošnja pritišće prema dolje, šuma počinje govoriti kroz nas, pitajući tko smo spremni postati kako bismo opstali. Poput Alise, zaustavljene od strane Gusjenice i prisiljene pomno artikulirati sebe, suočavamo se s istim pitanjima: Tko smo mi u ovom novom svijetu? Kako ova nova stvarnost mijenja naš kreativni identitet? Kako se zaštititi od grabežljivaca – i kada mi sami postajemo njima? Kome vjerujemo? Čija pravila prihvaćamo? Po kojim se uvjetima krećemo?

Fragmentacija identiteta u digitalnim okruženjima

Tražeći svoj identitet na internetu, postajem vlastiti ogledni primjer. Prikazuje mi se ono što je srodno momu 'ja' – slično onom jastvu koje bilježe algoritmi što ih hranim svojim unosima – sve dok ne postanem nalik onome što mi se sviđa na ekranu. Na Tumblru, Instagramu i Pinterestu stvaram sebe kroz fotografije stvari koje bi to "ja" željelo posjedovati. - (Walsh, 2022)

Kako bi prošla kroz portal u drugu stvarnost, Alisino tijelo se rasteže, zbija, smanjuje, povećava i komprimira. Sa svakim pokušajem da se uklopi, suočava se s novom verzijom vlastitog postajanja. Iako je stalna preobrazba njezina tijela obilježena nesigurnošću i nelagodom, odbijanje da se preoblikuje u potpunosti bi isključilo mogućnost pristupa portalu. Transformacija ovdje nije prijetnja, već uvjet prolaska. Slična teorija fluidnog postajanja pojavljuje se u tekstu Aleksandre Stroganove, koja medije i identitet promatra kroz hidrofeminističku prizmu (Stroganova, 2026). Ona tvrdi da identitet koji se posreduje tehnologijom i medijskim alatima u procesu stalne rekonfiguracije dovodi u pitanje antropocentrične i strogo rodno uvjetovane narative.

Stroganovino prikazivanje identiteta kao vode nudi materijalistički pogled. Oslanjajući se na Baradine ideologije kroz koje se nematerijalna moć materijalizira, Stroganova demistificira osobne podatke reinterpreтираjući ih kao tekuću valutu (Barad, 2007; Stroganova, 2026).

U knjizi *Glitch Feminism*, Legacy Russell piše o umjetnici E. Jane (2016.) i njezinom radu pod nazivom "NOPE" manifest (Russell, 2020.). Prva rečenica u manifestu E. Jane glasi: "Nisam umjetnica identiteta samo zato što sam crna umjetnica s više "ja", referirajući se na njezin avatar "alter ega", Mhysu. E. Jane priznaje da je izgradnja vlastitoga 'ja', bilo kreativnog ili ne, složen zadatak te da zagovaranje višestrukih identiteta predstavlja borbu protiv patrijarhalnog ujednačavanja potlačenih tijela – 'intersekcionalnih tijela koja su neumorno i veličanstveno putovala kroz uske prostore'. Prisvajanje 'višestrukih ja' stoga je inherentno feministički čin kojim se tvrdi da je ta višestrukost zapravo sloboda (Russell, 2020.) Postojanje unutar okvira jedinstvenog "ja" znači predati se rigidnim normativnim sustavima. Biti kategoriziran kao singularni identitet ne znači samo postati ranjiv na te sustave kontrole, već i izgubiti sposobnost nastanjanja više svjetova kada se jedan neizbježno uruši.

Ipak, ideologija mnoštava više se ne oslanja isključivo na avatare i "alter ega". Više joj nije potrebno drugačije lice, oblik tijela ili ime kako bi sadržavala drugu verziju sebe. Zbog velikog broja lažnih računa, botova i prijevara u mračnoj šumi interneta prisiljeni smo povezati svoj stvarni identitet s digitalnim. Iako se sve verzije nas samih protežu kroz različite platforme s različitim identitetima, one su međusobno povezane. Sve potječu od iste osobe, sve su samo produžeci nas samih. Kako objašnjava Kati Koivunen, profesionalni identitet brenda izražen putem medija funkcionira kao diferencirani sloj identiteta: nije svodljiv ni na privatni osobni identitet niti na formalne profesionalne uloge, već je relacijski isprepleten s oboje (Koivunen; 2026). Ona tvrdi da stvaranje kuriranog online sadržaja predstavlja profesionalni identitet brenda umjetnika. Umjesto održavanja krute odvojenosti između profesionalnog online "sebe" i privatnog "sebe", ona sugerira da autentičnost proizlazi iz prepoznavanja oba kao sastavnih dijelova sebe. Upravo taj dio našeg kreativnog identiteta kreće se kroz digitalne slojeve, to je ono što Koivunen opisuje kao „autentičnost“. Koliko god autentično ponašanje može pomoći umjetničkoj izloženosti, Raffaella Menchetti upozorava na tanku granicu između izloženosti i performativnosti (Menchetti, 2026). Tvrdi da treba biti oprezan da se ne podlegne utjecaju stvaranja vizualno upečatljivog, lako konzumabilnog sadržaja (Menchetti, 2026).

Citirajući Yanceyja Strickela, jednog od osnivača kolektiva Dark Forest: Biti online znači postati reindividualiziran, pojedinac s potpuno novim načinom i mjestom (Strickel, 2024). Ponovno se rađamo kao pojedinci u novom carstvu (Strickel, 2024). Sa svakim pogledom na naše ekrane riskiramo živjeti zamornu sudbinu Alise. Znatiželja nikada ne dolazi bez cijene, a u ovom slučaju ta je cijena suočavanje sa neumoljivim transformacijama koje se odvijaju u nama. Kao što piše Bogona Konior: Što život postaje složeniji i inteligentniji, to je veća cijena koju će možda morati platiti u sukobu (Konior, 2020). Složenost snalaženja u višestrukim "ja" ponekad postaje toliko slojevita da dolazi u sukob s našom percepcijom stvarnosti.

"...Gusjenica izvadi lulu iz usta i upita Alice spora, pospana glasa: 'Tko si ti?' 'Zapravo ne znam, gospođo,' reče je Alice. Znam tko sam bila kad sam se jutros probudila, ali sam se od tada toliko puta promijenila. Što time želiš reći?' 'Ne mogu objasniti, gospođo,' reče Alisa, 'jer kao što vidite ja nisam ja.' 'Ja to ne vidim,' reče Gusjenica." - (Carroll, 1871).

Paul B. Preciado upozorava na ono što on naziva amnezičnim feminizmom (Preciado, 2019). Unutar tjeskobnog, izoliranog i digitalno zasićenog društva, feminizam, kao povijesno generativni ključ arhiva opresije, može nam omogućiti da pratimo mehanizme uništavanja pamćenja, lomljenja identiteta i erozije kreativnog integriteta. Preciado objašnjava da je amnezijski feminizam nemogućnost feminizma da se sjeti vlastite genealogije, da izgubi svoj glas, zaboravi svoje izvore i zagubi svoje arhive (Preciado, 2019). Umjetnica Raffaella Menchetti tvrdi da bi, kako bi se izbjegli gubitak pamćenja i zamke digitalne performativnosti, gdje su umjetnici pod pritiskom da se prilagode online estetici koju diktiraju algoritamska vidljivost, umjetnici trebali, između ostalog, prakticirati "autoarhiviranje" (Menchetti; 2026). Praksom u kojoj umjetnici dokumentiraju i arhiviraju svoju online prisutnost, Raffaella, nadahnuta riječima Hito Steyerl (2017.), ističe upotrebu "samoarhiviranja" među umjetnicima kao strategiju otpora digitalnom zastarjevanju i stjecanja kontrole nad svojom javnom reprezentacijom.

Kada povijest pišu osvajači, feminizam je nužno amnezičan (Benjamin, 1940). Kako vrijeme sve više biva iscrpljeno neumoljivom cirkulacijom informacija i sadržaja, ova amnezija se ne može razumjeti kao pasivni gubitak pamćenja, već kao nametnuto stanje. Sustavno brisanje genealogija, taktika i utjelovljenog znanja koje je nekada omogućavalo otpor. Stoga, dok izvodimo naša višestruka "ja", moramo se prisjetiti da riskiramo gubitak vlastite genealogije i arhiva. Ako zaboravljamo oružje, metode i zamke naših ugnjetavatelja, podložni smo utjecaju. Prije nego što se snađemo, zamke predatora odvlače nam pažnju dok izražavamo svoje online "ja", oduzimajući fragmente našeg sjećanja dok klizimo kroz ogledalo u mračnu šumu.

Ono što učimo od Alise jest da zaborav nije neuspjeh jastva, već stanje koje proizlazi iz dezorijentacije, brzine i prekomjernosti. Sjećanje se ne gubi zato što je identitet slab, već zato što okruženje zahtijeva stalnu prilagodbu bez predaha za upisivanje. U tom smislu, Alisina amnezija odražava našu vlastitu: identitet rastegnut preko platformi, potaknut da se izrazi dok gubi kontinuitet. Protiv tog brisanja, feminističko sjećanje, kroz arhiviranje, citiranje i utjelovljeno prisjećanje, postaje čin otpora. Prisjetiti se vlastite genealogije znači usporiti pad, ostaviti tragove dok klizimo kroz zrcalo i povratiti autorstvo nad sebstvom koje odbija biti u potpunosti obuhvaćeno algoritamskim vremenom. Samo ostajući usidreni u vlastitim genealogijama, usklađeni s mnoštvom koje nas već nastanjuje, možemo proširiti svoja višestruka online sebstva. Iz tog utemeljenog sjećanja, digitalna sebstva se ne fragmentiraju u izolirane izvedbe, već ostaju relacijski, odgovorni i sposobni nositi značenje koje proizlazi iz našeg kreativnog izvora.

Stvaranje umjetnosti u najneobičnijim digitalnim okruženjima

Paralelno s umjetničkom produkcijom utemeljenom na identitetu, svaka verzija nas samih prikazana putem platformi može oblikovati vlastiti kreativni izraz. Naše online mnoštvo kreće se kroz nova afektivna stanja, misli i iskustva koja, iako digitalno arhivirana, ostaju pohranjena u utjelovljenom sjećanju. Kao odgovor na dominantan utjecaj tehnoloških infrastruktura, multimedijски umjetnici imaju odgovornost mobilizirati online persone kao agente trenja unutar digitalnih okruženja. Ursula Le Guin elaborira u Teoriji vrećica fikcije da, ako se tehnologija promatra manje kao linearno, progresivno oružje dominacije za ubijanje vremena, a više kao nosiva vrećica, ona razbija krutu strukturu i usku perspektivu ugrađenu u narative o znanosti i tehnologiji (Le Guin; 1986). Koristeći iste vještine koje smo stekli u procesu stvaranja višestrukih online identiteta, posjedujemo znanje za dekontekstualizaciju platformi kroz naš kreativni izričaj. Kao što Benjamin Bratton tvrdi, zadatak nije oduprijeti se, već redizajnirati (Bratton, 2015).

Digitalni sustavi sve više oblikuju formiranje identiteta, do te mjere da mnogi pripadnici generacije Z – takozvani "digitalni domoroci" – navode da se osjećaju autentičnijima online nego offline (Frommer, 2024). U djelu **Simulakrumi i simulacija**, Jean Baudrillard tvrdi da je prekomjerna proizvodnja kulture, znakova i slika istisnula stvarnost, stvarajući stanje hiperrealnosti (Baudrillard, 1981.). Za digitalne domoroce ovo stanje više nije teorijsko, već proživljeno; stvarnost je već ponovno odabrana i konfigurirana. Ova promjena nameće odgovornost za stvaranje pažljivih puteva za vođenje novih generacija korisnika kroz mračnu šumu interneta. Suočeni s dezorijentacijom, zarobljeni u traci sadržaja, zavedeni algoritamskom lukavošću i manipulacijom umjetne inteligencije te iscrpljeni željom za stvaranjem, oni kojima je dana nosiva vrećica zadržavaju alat za sigurno istraživanje. Arhiviranje tragova online identiteta bitan je aspekt negubljenja niti veza između digitalnih mnoštva i utjelovljenog ja. Činovi prisjećanja štite od amnezije, nudeći orijentaciju i stabilnost unutar mračne šume, a ne bijeg od nje.

Ovo je putovanje posebno izazovno za novu generaciju fotografa i umjetnika poput Tianjuna Lija. Pokušavajući prihvatiti nove alate generativne umjetne inteligencije i njihov potencijal, umjetnici koji se bave fotografijom suočeni su s pitanjem vrijednosti vlastitog kreativnog rada. Stoga, kako bi razlikovao svoj rad od onog generiranog umjetnom inteligencijom, Li priznaje da vrijednost leži u njegovom kreativnom procesu. Putovanja koja je poduzeo da bi snimio fotografiju, prelazak granice kako bi pokucao na vrata neznanca, dah koji je zadržao za tu mirnu sekvencu, ležeći u travi čekajući tog kukca. Međutim, on ne negira potencijal generativnih i digitalnih alata i platformi, već jednostavno ističe važnost njihova korištenja s jasnoćom i namjerom. "Ne radi se o opiranju promjenama, već o promišljenom kretanju unutar njih – odabiru sporosti kada je to potrebno, stvaranju iskrenih digitalnih prisutnosti i iznalaženju prostora za ranjive, složene i ljudske izričaje u sve algoritmiziranijem svijetu." (Li, 2026)

Oslanjajući se na vlastito iskustvo digitalnih platformi, nastojim smjestiti svoja suvremena iskustva u odnosu na iskustva svojih predaka. Ova potraga za kontinuitetom vodi moju navigaciju kroz mračnu šumu, dok moj vlastita identiteta funkcionira kao posuda kroz koju se platforme demistificiraju, preispituju i kritički prerađuju. Ova metodologija najjasnije je artikulirana u mom projektu *Why Wouldn't You Date Me?*, razvijenom tijekom jednogodišnjeg korištenja aplikacija za upoznavanje poput Tindera, Hingea i Feelda.

Kao završni performans, otišla sam na niz spojeva sa strancima koje sam upoznala putem aplikacija za upoznavanje. Spojevi su se prenosili uživo i projicirali u javnom prostoru u mom rodnom gradu. Tijekom gledanja, publika je putem aplikacije mogla slati nam naredbe uživo koje su utjecale na spojeve. Performans je reinterpretirao balkansku tradiciju udvaranja u kojoj su prisutnost i nadzor članova obitelji tijekom procesa udvaranja oblikovali ponašanje para koji se udvara. Danas, kako se potraga za partnerom seli na digitalne platforme, onim što je nekada bila u nadležnosti šire obitelji sada upravlja algoritam. Istražujući alternativne upotrebe streaming tehnologija, projekt je doveo u pitanje gamifikaciju intimnosti ugrađenu u platforme za upoznavanje. Iskoristila sam transformativnu prirodu svog identiteta kako bih povezala svoje iskustvo s aplikacijama za upoznavanje s iskustvom balkanskih žena. Postajem Alisa koja pada u zečju rupu digitalnog upoznavanja, ponovno izvedeći tradicionalne rituale udvaranja putem digitalnih platformi kako bih istaknula paralele između algoritamskog i patrijarhalnog autoriteta.

Sva naše mnoštva, iako oblikovana sintetičkim procesima platformi, zadržavaju sposobnost formiranja novih načina povezivanja utemeljenih na utjelovljenom iskustvu, afektu i prisutnosti. Kada se identiteti proizvedeni na platformama ne tretiraju kao instrumenti optimizacije ili dominacije, već kao sadržaj vrećice, sposoban primiti arhive, genealogije i alternativne logike, linearni narativ tehnološkog napretka počinje se raspadati. U tom pomaku, redizajn zamjenjuje otpor kao metodu angažmana.

Da biste se kretali mračnom šumom, a da ne izgubite orijentaciju, potrebno je nositi svoj arhiv blizu tijela. Činovi prisjećanja čuvaju kontinuitet između digitalnih mnoštava i utjelovljenog ja, štiteći od amnezije, istovremeno omogućujući kretanje unutar tehnoloških sustava. U tom smislu, snalaženje na platformama postaje etička i kreativna praksa: ne bijeg od medijacije, već namjerna reorijentacija unutar nje, gdje značenje ostaje otvoreno za ponovnu konfiguraciju.

Rastuća pobuna u digitalnim okruženjima

Rastegnuto, prošireno, smanjeno, uvećano, produženo, skraćeno, komprimirano, disektirano, fragmentirano... Usisano kroz zaslone i ulijevano u kalup sučelja platforme. Kruti kalup izrađen od kodiranih protokola, latentne ideologije i sustavne kontrole. Nalazimo se kako putujemo uskim prostorima milijuna optičkih kabela, a istovremeno smo prepušteni preživljavanju bez korisničkog priručnika. Sva naša višestruka ja uvijekbana su od strane represivnih sustava prerušenih u povezanost. Ta povezanost sama po sebi sadrži istu moć preoblikovanja identiteta. Sve što nam je potrebno

narušavanje procesa proizvodnje identiteta kodirano je u nama. Korištenjem platformi već smo prikupili sve alate, oblike i transfigurativne metode u svoju vrećicu. Iz ove polazne točke može se formirati potencijal pobune unutar digitalnih platformi.

Elastičnost djeluje kao način otpora lomu. U fizici, elastičnost opisuje sposobnost tijela da podnese deformaciju i da se vrati u izvorno stanje nakon povlačenja vanjske sile (Landau i Lifšic, 1986). Kada ga pritišće kalup platforme, identitet se rasteže i privremeno prilagođava, kompromitirajući se prema oblicima koje platforma zahtijeva kako bi postao čitljiv i izraziv unutar njenih ograničenja. No taj trenutak rekonfiguracije ne mora se dogoditi samo kao odgovor na zahtjeve platforme. Elastičnost također omogućuje djelovanje, odnosno sposobnost namjernog mijenjanja oblika suočenog s prisilnim pritiskom. Umjesto da popustimo formativnoj sili platforme, možemo mobilizirati transformaciju kao strategiju protiv nje.

Ova se logika ogleda u završetku "Alise u zemlji čudesa", tijekom Alisina suočavanja s Crvenom kraljicom i njezinim kartaškim vojnicima. Preplavljena brutalnošću suđenja, Alisa na trenutak zaboravlja da joj iskustvo rekonfiguracije omogućuje da ponovno uspostavi ravnotežu moći kako bi pomaknula granice situacije u kojoj se nalazi. Sjetivši se svoje sposobnosti preoblikovanja, ona priziva ogromnu verziju sebe i koristi veličinu kao otpor. Preplavljujući dvor svojom veličinom, destabilizira njegov autoritet i prisiljava ga na bijeg. U toj konvergenciji, elastičnost postaje više od prilagodljive fleksibilnosti; ona se pojavljuje kao aktivna taktika. Transformacija, kada se preuzme umjesto da se nameće, pretvara distorziju u moć, a pritisak u mogućnost.

Ako platforma funkcionira kao proces proizvodnje kalupa, može se jednostavno posegnuti u svoju vrećicu i zamijeniti očekivani kalup onim koji ne pripada. Ovo prekidanje ciklusa nije samo naivni prkos. To je promišljeno ubacivanje neočekivanog ja u prostor koji zahtijeva konformizam. Kao rezultat toga, prekidamo splošteni narativ proizvodnje identiteta platforme gradeći nove veze. Takvi hrabri postupci stvaraju livade nade i obnavljaju želju za stvaranjem, izradom i izražavanjem. Kao što Nika Rukavina objašnjava u svom tekstu: "umjetnost je dubok most koji povezuje ljude s njihovim najdubljim ja. Ona odražava ljudsko iskustvo, hvatajući naše emocije, priče i maštu koja nadilazi jezik i vrijeme" (Rukavina, 2026). Stvaranje umjetnosti premještanjem verzija naših mnoštva unutar već postojećih platformi reparativan je čin. Uvođenje verzije sebe u prostor u kojem se ta verzija ne uklapa u očekivanu normu nije samo sredstvo za gradnju mostova između naših najdubljih i višestrukih ja; to je također način stvaranja veza s drugima koje su oblikovane istim infrastrukturno-tehničkim ograničenjima. Kako život postaje sve složeniji, a korijeni tamne šume protežu se izvan horizonta, sužavanje identiteta nametnuto platformama paradoksalno stvara nove točke kontakta. Sposobnost da tečemo kroz prerasle korijene i, pomičući vizije samih sebe, stvaramo disruptivne mostove veze između naših mnoštva i mnoštva drugih, preoblikujemo same mreže koje su nas nekoć nastojale obuzdati.

Reference:

Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and Simulation*. University Of Michigan Press.

Barad, K. (2007). *Meeting the universe halfway: Quantum physics and the entanglement of matter and meaning*. Duke University Press.

Benjamin, W. (1940). *Theses on the philosophy of history*. U Illuminations (H. Zohn, prev., str. 253–264). Harcourt Brace Jovanovich.

Bratton, B. H. (2016). *The Stack*. MIT Press.

Bettoni, A. (2026). *Accessibility online-Equal rights to digital media u Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe*. Lapland UAS. Dostupno online

Briffa, K. (2026.). *Best practices for media u Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe*. Lapland UAS. Dostupno online

Carroll, L. (1865.). *Alice's Adventures in Wonderland*. Macmillan.

Carroll, L. (1871.). *Through the looking-glass, and what Alice found there*. Macmillan.

Koivunen, K. (2026). *Building professional brand on social media u Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe*. Lapland UAS. Dostupno online

Konior, B. (2020.). *The dark forest theory of the internet (Flugschriften, Vol. 6)*. Flugschriften.

Krcelic, I. (2026.). *Who is a professional artist? u Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe*. Lapland UAS. Dostupno online

Landau, L. D. i Lifshitz, E. M. (1986.). *Theory of elasticity (3. izd., svezak 7.)*. Pergamon Press.

Land, N. (2011). *Machinic desire*. U R. Mackay & R. Brassier (ur.), *Fanged noumena: Collected writings 1987–2007* (str. 319–337). Urbanomic/Sequence Press.

Le, U. K., & Le, U. K. (2024). *The Carrier Bag Theory of Fiction*. Cosmogenesis.

Li, T. (2026). *AI, creativity and the artist presence in the digital age. Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe*. Lapland UAS. Dostupno online

Menchetti, R. (2026). *Professional media presence. Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe*. Lapland UAS. Dostupno online

More Gen. Z and Millennials say they feel most like themselves “online” than “offline.” (2024). *The New Consumer*. <https://newconsumer.com/2024/09/consumer-trends-highlights-digital-natives-tiktok-china-food-as-medicine/>

Preciado, P. B. (2019). *An apartment of Uranus*. Fitzcarraldo Editions.

Rukavina, N. (2026). Toward a fairer future for artists. Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe. Lapland UAS. Dostupno online

Russell, L. (2020). Glitch Feminism. Verso Books.

Tkalčić Ivana, I. (2026). Future media: Toward a regenerative practice of care. Forms of presence - best practices for media use from artists to artists in Europe. Lapland UAS. Dostupno online

Samman, N. (2023). Nadim Samman. Hatje Cantz Verlag.

Strickler, Y., & Collective, F. (2024). The Dark Forest Anthology of the Internet.

Walsh, J. (2022). Girl online. Verso Books.



Turku, Finska, Radionički tjedan 2023

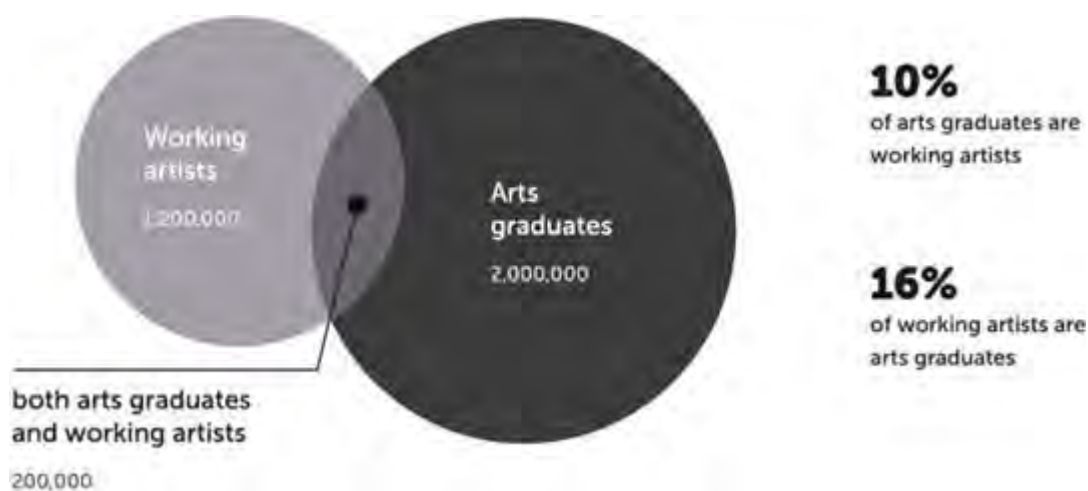
Tko je profesionalni umjetnik?

Irena Krčelić, umjetnica u rezidenciji u Turkuu, jesen 2023.

Izraz "profesionalni umjetnik" na prvi pogled može izgledati jednostavno, sugerirajući osobu koja zarađuje za život svojom umjetnošću. Međutim, Izvešće o radu umjetnika (Report on the Working Artist) zaklade Clark Hulings iz 2019. godine predlaže obuhvatniju definiciju, uzimajući u obzir i tržišnu potvrdu i profesionalnu namjeru.

Profesionalni umjetnik definira se, kako izvješće sugerira, kao osoba koja aktivno prodaje svoja djela, čime dokazuje njihovu komercijalnu održivost, i teži ostvariti svoj primarni prihod od umjetničke prakse.

Ova definicija prepoznaje složenu stvarnost u kojoj se mnogi umjetnici bave dodatnim poslovima kako bi se uzdržavali, poput podučavanja, rada kao barmeni ili oslanjanja na prihode supružnika ili roditelja, dok istovremeno zadržavaju primarni fokus na svojim umjetničkim vještinama. Osim toga, put do postajanja profesionalnim umjetnikom često prkosi konvencionalnom očekivanju formalnog umjetničkog obrazovanja kao nužnog preduvjeta.



Slika 1.

Izvešće Artists Report Back iz 2014. otkriva da u Sjedinjenim Američkim Državama 40 % aktivnih umjetnika nema diplomu prvostupnika ni u jednom području, a samo 16 % posjeduje diplome izravno povezane s umjetnošću. Ova statistika osporava konvencionalnu naraciju i naglašava raznolike i nelinearne putove koje umjetnici često odabiru kako bi profesionalizirali svoju praksu.

Dakle, iako pojam "profesionalni umjetnik" na prvi pogled može izgledati jednostavno, on je sve samo ne jednostavan. Za usporedbu, zamislite scenarij u kojem anketa o stomatolozima otkriva da se profesionalni stomatolog definira kao netko tko pruža stomatološke usluge i teži ostvariti svoj primarni prihod od stomatološke prakse. Međutim, u stvarnosti se moraju baviti dodatnim poslovima, poput rada kao barmeni, ili se oslanjati na prihode supružnika ili roditelja kako bi se izdržavali.

Nadalje, zamislite da 40% zaposlenih profesionalnih stomatologa nema diplomu prvostupnika ni u jednom području, a samo 16% ima diplomu izravno vezanu uz stomatologiju. Smatra se da bi takav scenarij bio apsurdan i potpuno neprihvatljiv za stomatologe, odvjetnike, arhitekte i druge profesije, no takva je situacija normalizirana u području umjetnosti zbog nekoliko čimbenika, od kojih je najvažniji nedostatak smislenih propisa. Upotreba američkih statistika je namjerna, prvenstveno zato što američko umjetničko tržište ima jedinstven jezik, što pojednostavljuje analizu.

Situacija u Europi je znatno složenija, a statistika koja iz nje proizlazi još je više obeshrabrujuća. Raznolikost jezika i kulturnih konteksta u Europi dodaje tržište umjetnosti čini još složenijim, što otežava snalaženje. Posljedično, podaci iz Europe prikazuju još sumorniju sliku profesionalne održivosti umjetnika.

Zaključak je zapanjujući: samo otprilike jedan od deset diplomiranih umjetnika, s obje strane Atlantika, ostat će u struci i raditi kao profesionalni umjetnik. To ukazuje na značajan nedostatak u obrazovnom sustavu. Ne radi se samo o tome da se umjetnici bore pronaći svoje mjesto na tržištu; radi se i o tome kako je umjetničko obrazovanje strukturirano i kako je odvojeno od stvarnosti umjetničkog tržišta. Podaci iz Izvješća o radu umjetnika fondacije Clark Hulings neosporno pokazuju da su umjetnici u suštini poduzetnici.

Umjetnici imaju specifične potrebe i zahtjeve kako bi napredovali i uspijevali u svom području. Ipak, čini se da su trenutačni obrazovni programi slabo opremljeni da ih pripreme za te izazove. Često ne uspijevaju pružiti umjetnicima potrebne vještine i znanja za snalaženje u poslovnoj strani njihove profesije. Ovaj jaz u obrazovanju doprinosi niskoj stopi diplomiranih umjetnika koji uspijevaju opstati u umjetničkom svijetu. Stoga je jasno kako je potrebna temeljita reforma pristupa obrazovanju u umjetnosti, koja će se uže uskladiti sa stvarnim zahtjevima za opstanak i uspjeh umjetnika u današnjem svijetu.

Trenutno u Hrvatskoj zajednici samostalnih umjetnika ima 1.358 registriranih aktivnih profesionalnih umjetnika, a naš rad i utjecaj iznova se procjenjuju svake četiri godine.

Članstvo u ovoj udruzi donosi brojne pogodnosti, osobito u pogledu financijske i socijalne sigurnosti. Umjetnici imaju pravo na razne porezne olakšice, a Ministarstvo kulture pokriva zdravstveno osiguranje i mirovinske doprinose umjetnika, rješavajući ključne probleme poput zdravstvene skrbi i mirovinske sigurnosti za samozaposlene umjetnike.

Such support is aimed at providing a safety net to encourage more sustained and focused creative work, at least in theory. In practice, however, an artist would have to be naive to rely on this support. For instance, the retirement plan provided yields a monthly pension of only 200-250 EUR, which is below the poverty line, and the other benefits are similarly minimal, offering little meaningful support.

These two paths reflect a dual approach in Croatia's cultural policy: one that allows easy entry into the art world for virtually anyone, and another that offers at least some tangible benefits and support for the professional artist.

Dva zanimljiva primjera iz Hrvatske

TISJA KLAKOVIĆ BRAIĆ

Tisja Kljaković Braić, produktivna umjetnica, slikarica, spisateljica i ilustratorica koja je na hrvatskoj umjetničkoj sceni prisutna već više od dva desetljeća, izvrstan je primjer pronalaženja zlatne sredine između umjetničke autentičnosti i zahtjeva tržišta. Njezin se ključni trenutak dogodio prije otprilike pet godina, u obliku uspjeha koji je naizgled došao „preko noći” i u svega nekoliko mjeseci učinio njezino ime općepoznatim.

Prekretnica je bila Braićina odluka da na društvenim mrežama počne objavljivati duhovite karikature mediteranskog bračnog života, jednostavno naslovljene 'Oni', koje su na zabavan način prikazivale svakodnevni život starijeg para.



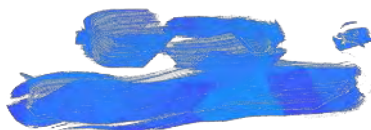
Figure 2. *Naslovnica knjige*

Ono što je u Braićevom radu duboko odjeknulo kod publike bila je njezina jedinstvena kombinacija humora i kulturne specifičnosti. Prožet izrazitim dijalektom i temperamentom dalmatinske regije, njezin rad, obilježen prepoznatljivim jednostavnim linijama i oblicima, dotaknuo je publiku, očaravši je otvorenošću, drskošću, iskrenošću i humorom.



Figure 3. *Ne jedi! Prvo moramo uslikati.*

To odražava snagu razumijevanja publike i prilagođavanja kreativnog izričaja bez gubitka suštine vlastitog umjetničkog glasa. Sposobnost Tisje Kljaković Braić da uhvati puls onoga za čime je tržište žudjelo, a da pritom ostane vjerna svojoj umjetničkoj senzibilnosti, izdvaja je kao primjer uspješnog snalaženja u složenoj interakciji kreativnog izražavanja i njegove poslovne strane.



BITE ART

Vizualna umjetnica *Ana Šerić*, diplomantica Akademije likovnih umjetnosti u Zagrebu, kroz svoj je inovativni projekt „Edible Art” stvorila jedinstvenu nišu na hrvatskoj umjetničkoj sceni. Njezina kreacija, BITE ART, predstavlja spoj kulinarskog užitka i promicanja vizualnih umjetnosti. Ističe se kao inovativna kombinacija tradicionalne izrade rukotvorina i moderne umjetnosti, u nastojanju da djela hrvatskih vizualnih umjetnika učini pristupačnijima i vidljivijima.



Figure 4. Projekt "Edible Art". Bite Art.

Uspjeh BITE ART-a leži u njegovoj sposobnosti da sažme suštinu nacionalne kulture u jednom privlačnom proizvodu.

Ugradnjom umjetničkih djela u tradicionalni hrvatski paprenjak, Šerić ne samo da je proširila doseg hrvatske vizualne umjetnosti, već je i uvela nov koncept koji povezuje umjetnost sa širom javnošću. Time je prepoznala neispunjenu tržišnu potrebu i osigurala komercijalnu održivost projekta, popunivši prazninu koja je itekako nedostajala u segmentu pristupačnih umjetničkih suvenira.

Pristup Ane Šerić primjer je kako umjetnici mogu istraživati nekonvencionalne medije kako bi stvorili smislene i uspješne umjetničke projekte koji rezoniraju s ciljanom publikom.



Slika 5. *Hrvoje Majer – Tajanstveni pejzaži*

Hrvoje Majer slikar je najtiših stvari kao što su portreti tajanstvenih mladih muškaraca koji, puni neispričanih priča, meditiraju usred tog svečanog utočišta što ga zovu Prirodom. Na pozornici što sjaji neonskim zelenilom oni provode svoj tihi život u svijetu što ga je stvorila slikarska vještina jednog od najsenzibilnijih mladih umjetnika u Hrvatskoj danas.



Slika 7. *BITE ART Ana Kolega – More i ljubav*

Ana Kolega poziva na putovanje u Dalmaciju iz nekih prošlih vremena: u sjećanje koje pršti bojama, nakrcano slikama veselih brodića, mornara u prugastim majicama, strpljivih nevjesta i oproštajnih poljubaca koji se udjeljuju na sve strane. Njeni slikopisi podsjećaju na stare melodrame – ništa čudno za okorjelu romantičarku i pasioniranu plesačicu tanga kao što je Ana.



Slika 6. *BITE ART - Marko Tadić – Rekonstrukcija sjećanja*

Marko Tadić strpljivo stvara svoje osobne svjetove, svaki sa svojim jedinstvenim narativom koji se odvija u formi strogih, gotovo monokromatskih kolaža ili preciznih intervencija crtežom na stare zemljopisne karte, razglednice i fotografije. Reducirani na arhetipsku razinu, njegovi radovi izmiču jednostavnim i razumljivim objašnjenjima... baš kao što to snovi inače i čine.



Slika 8. *BITE ART - OKO – Proroci*

OKO je umjetnica koja kombinira razne urbane i ulične tehnike izražavanja. Iako je vrlo vješta crtačica – pogledajte samo njene virtuozno izvedene nadrealističke portrete – dobro se osjeća i u disciplinama umjetničkih instalacija i performansa. Tajanstvena i samozatajna, OKO uvijek nalazi način da iznenadi naša osjetila.

Novi na sceni

Da bi napredovali, umjetnici ne moraju samo ovladati odabranim medijem, već se i snalaziti u složenom poslovnom svijetu.

Pojava digitalnih medija donijela je nove mogućnosti u ovom području. Digitalne platforme demokratizirale su umjetnost, omogućujući umjetnicima da dosegnu globalnu publiku bez tradicionalnih posrednika poput galerija ili agenata.

Međutim, pravi preokret donosi blockchain tehnologija, koja nudi revolucionaran način upravljanja autorskim pravima i autentifikacije djela. To osnažuje umjetnike kao nikada prije, dajući im mogućnost da zadrže potpunu kontrolu nad svojim djelom i izravno zarađuju od autorskih naknada, čak i od sekundarnih prodaja. Ovaj sustav učinkovito izbacuje posrednike, osiguravajući da umjetnici dobiju svoj pravični udio od svake prodaje ili preprodaje njihovog djela.

Ovaj novi model, iako je još uvijek u razvoju, predstavlja značajan pomak ka pravednijem tržištu umjetnina usmjerenom prema umjetniku te je iznimno uzbudljivo pratiti kakve će promjene donijeti.





Trnava, Radionički tjedan u Slovačkoj, 2024

Prema pravednijoj budućnosti za umjetnike

Nika Rukavina, umjetnica u rezidenciji u Laponiji, jesen 2024.

Tko je umjetnik?

Kad su me zamolili da pišem o tome tko se smatra umjetnikom, zatekla sam se suočena sa širim, složenijim pitanjem: **što je umjetnost, zašto je važna i kako se mi kao umjetnici snalazimo u složenoj dinamici našeg rada?** Ta pitanja nisu ni nova ni jednostavna za odgovoriti, ali su ključna za razumijevanje uloge umjetnika u društvu.

Umjetnost općenito – barem iz moje osobne perspektive – predstavlja dubok most koji povezuje ljude s njihovom najdubljom nutrinom. Ona odražava ljudsko iskustvo, bilježeći naše emocije, priče i maštu na načine koji nadilaze jezik i vrijeme. Stoga ne čudi što umjetnost poprima toliko različitih oblika i nastavlja se razvijati, čak i kada financijska dobit nije pokretačka snaga iza njezina stvaranja.

Prema tom shvaćanju, svatko tko pronalazi kreativne načine izražavanja mogao bi se smatrati umjetnikom. Ipak, odabir umjetnosti kao profesije zahtijeva mnogo više: predanost, vještinu te često i sposobnost snalaženja u složenim sustavima kako bi se od umjetnosti moglo živjeti. Razlika između bavljenja umjetnošću i nastojanja da se od nje živi ne ovisi samo o talentu, već i o gospodarskim i društvenim strukturama koje umjetnost definiraju kao karijeru.

Izazovi za profesionalne umjetnike u EU

Definiranje pojma umjetnika – kao i kriterija za stjecanje tog statusa – predmet je rasprava diljem Europe. Svaka država članica EU-a ima vlastite definicije i kriterije, što otežava nastojanja da se oblikuju usklađene politike. Te su razlike postale osobito očite tijekom krize uzrokovane bolešću COVID-19, koja je razotkrila ranjivost umjetnika i kulturnih djelatnika diljem kontinenta. U zaključcima Plana rada za kulturu za razdoblje 2019. – 2022. istaknuto je da Europa mora graditi na svojim kreativnim i kulturnim potencijalima. Mobilnost umjetnika te kulturnih i kreativnih stručnjaka, cirkulacija i prevođenje europskih sadržaja, osposobljavanje i razvoj talenata, pravedna naknada i uvjeti rada, pristup financiranju te prekogranična suradnja pitanja su od posebnog interesa za istraživanje i razmjenu na europskoj razini.

Prepoznati umjetnost kao apstraktan ishod znači ujedno prepoznati je kao radni materijal, proces i samu proizvodnju umjetničkog djela; pritom se suočavamo s nesigurnim radom, obilježenim projektnim angažmanima, promjenjivim primanjima i ograničenom socijalnom zaštitom. Mnogi su umjetnici samozaposleni ili rade na nepuno radno vrijeme, kombinirajući više poslova kako bi spojili kraj s krajem. Za razliku od zaposlenika koji primaju redovitu plaću, često nemaju pristup zdravstvenom osiguranju, mirovinama ni plaćenom dopustu. Tu nesigurnost dodatno pojačavaju nepredvidiva priroda umjetničkog uspjeha te činjenica da mnogi umjetnici stvaraju isključivo iz strasti i ljubavi prema svom radu, koji rijetko proizlazi isključivo iz tržišne potražnje.

Rješavanje ovih problema zahtijeva koordiniran pristup na razini cijele EU. Radni plan EU za kulturu 2019. – 2022. istaknuo je potrebu za sistemskim promjenama, ali napredak je bio neujednačen. Primjerice, Luksemburg pruža kontinuiranu financijsku potporu svojim umjetnicima, dok je Irska 2022. pokrenula pilot program „Osnovni dohodak za umjetnost“. Ove inicijative obećavaju, ali bez sveobuhvatnog zakonodavstva EU-a, razlike i dalje postoje, zbog čega se mnogi umjetnici bore s nekonzistentnim sustavima u državama članicama. U planu EU za kulturu za razdoblje 2023. – 2026. navodi se da je sada više nego ikad prije potrebno dodatno ojačati otpornost KKS-a (snažnih kulturnih i kreativnih sektora), podržati njihov oporavak i raznolikost, potaknuti njihov angažman u ciljevima održivosti, iskoristiti nove trendove ubrzane pandemijom, uključujući i digitalno okruženje, te osigurati pravedne uvjete rada za sve kulturne i kreativne stručnjake kako bi se čuo glas što većeg broja pojedinaca iz ovog neovisnog i dinamičnog sektora.

Na grafikonima u nastavku možete vidjeti pogodnosti koje umjetnici ostvaruju u svojim zemljama; podaci potječu iz Plana rada EU-a za razdoblje 2019. – 2022., stoga su se neki podaci u međuvremenu možda promijenili.



MEMBER STATE	UNEMPLOYMENT BENEFIT	DISABILITY ALLOWANCE	SICKNESS BENEFIT	HEALTH INSURANCE	MATERNITY/ PATERNITY LEAVE	BASIC PENSION	SUPPLEMENTARY PENSION	EARLY PENSION FOR DANCERS/PERFORMERS WITH SHORT CAREER SPAN ⁽⁴⁾	WORK ACCIDENT	VOCATIONAL TRAINING, CAREER TRANSITION AID	FAMILY ALLOWANCES	OTHER
Austria						x						
Poland ^(*)								x		x		
Portugal	x	x						(¹)	x	(¹)		x
Romania	(¹)		(¹)	(¹)	(¹)				(¹)			(¹)
Slovenia			x	x	x		x	x	x			
Slovakia								(⁴)				
Finland ⁽¹⁾							x					
Sweden ^(m)												

Slika 1. OMC anketa. Pogodnosti koje umjetnici ostvaruju u svojim zemljama.

Izvor: OMC Survey.

Napomene: U tablici su prikazane samo mjere socijalne sigurnosti namijenjene isključivo umjetnicima. Ako posebne mjere ne postoje, umjetnici i dalje mogu biti obuhvaćeni općim propisima o socijalnoj sigurnosti. U pojedinim državama članicama moguće je i kombiniranje općih i posebnih mjera.

- h. U Poljskoj umjetnici zaposleni kao radnici (na temelju ugovora o radu) imaju pristup svim navedenim rješenjima u okviru trenutnog sustava osiguranja. Posebna rješenja – prijevremena mirovina, program pomoći pri prekvalifikaciji – primjenjuju se samo na plesače. Problem je u tome što mnogi umjetnici rade isključivo na temelju ugovora o djelu (ostvarujući male prihode), koji ne podliježu doprinosima za socijalnu sigurnost te su stoga izvan sustava.
- i. Prijevremeni pristup redovnim mirovinama za profesionalne plesače klasičnog i suvremenog plesa koji rade puno radno vrijeme. Taj posebni režim rada prije odlaska u mirovinu financira poslodavac (nije riječ o naknadi iz sustava socijalne sigurnosti).
- j. Planirane nove odredbe i pravna rješenja u vezi sa statusom umjetnika.
- k. Za zaposlene plesače, pjevače i svirače puhačkih instrumenata nacionalnih i regionalnih kazališta i orkestara.
- l. Ako je umjetniku u Finskoj dodijeljena bespovratna sredstva (grant), mirovinsko osiguranje za umjetnike osigurava Mela (ustanova za osiguranje) pod uvjetom da su sredstva dodijeljena za rad koji traje najmanje 4 mjeseca te da iznos sredstava, preračunat u godišnji prihod, iznosi 4 288 EUR ili više. Umjetnici imaju zakonsku obvezu podnijeti zahtjev za mirovinsko osiguranje kod ustanove Mela. Osigurani primatelj sredstava ima pravo na starosnu mirovinu, profesionalnu rehabilitaciju i invalidsku mirovinu. Osiguranje članovima obitelji daje pravo na obiteljsku mirovinu i naknadu iz grupnog životnog osiguranja. Također uključuje osiguranje od nesreća na radu i profesionalnih bolesti za isto razdoblje, koje pokriva ozljede uzrokovane iznenadnim i nepredviđenim događajem te profesionalne bolesti uzrokovane radom. Finska također ima posebnu dodatnu mirovinu za umjetnike za koju se umjetnici mogu prijaviti.

m. U Švedskoj opći sustavi socijalnog osiguranja umjetnicima općenito omogućuju ostvarivanje većine navedenih prava. Postoje i posebna rješenja za umjetnike; između ostalog, partneri na tržištu rada stvorili su mogućnost da se plesači i pjevači ranije umirovlju. Isplaćuje se i dodatak na mirovinu za dugoročne državne potpore umjetnicima. Još jedan primjer su savezi za izvedbene umjetnosti, koji predstavljaju jedinstven švedski oblik zapošljavanja glumaca, plesača i glazbenika. Riječ je o svojevrsnom trećem obliku zaposlenja za scenske umjetnike, pri čemu ih tijekom razdoblja nezaposlenosti zapošljavaju savezi, a oni istovremeno dobivaju priliku za obrazovanje i usavršavanje.

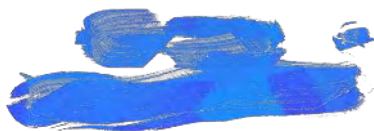


TABLE 2. WHICH BENEFITS ARE PART OF A SPECIFIC SOCIAL SECURITY REGIME FOR ARTISTS

MEMBER STATE	UNEMPLOYMENT BENEFIT	DISABILITY ALLOWANCE	SICKNESS BENEFIT	HEALTH INSURANCE	MATERNITY/ PATERNITY LEAVE	BASIC PENSION	SUPPLEMENTARY PENSION	EARLY PENSION FOR DANCERS/PERFORMERS WITH SHORT CAREER SPAN ⁽¹⁾	WORK ACCIDENT	VOCATIONAL TRAINING, CAREER TRANSITION AID	FAMILY ALLOWANCES	OTHER
Belgium	x											x
Bulgaria	x											
Czechia												
Denmark												
Germany		x	x	x	^(b)	x	x					
Estonia				x		x						x
Ireland	x											
Greece												
Spain	x									x		
France	^(f)	x	x	x	x	x	x	^(d)	^(c)	x		
Croatia		x		x		x		x		x		
Italy	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x
Cyprus												
Latvia ^(e)	x	x	x			x	x	x		^(g)		
Lithuania				x	x		x	x				
Luxembourg	x											x
Hungary												
Malta												
Netherlands	^(g)	^(g)	^(g)									

Slika 2. OMC anketa. Koje su pogodnosti dio posebnog sustava socijalne sigurnosti za umjetnike?

(a) Bilo kao mogućnost ranijeg odlaska u redovnu mirovinu ili kao posebna naknada koja se prima do dobi za redovnu mirovinu.

(b) Zakonska zaštita u slučaju trudnoće i poroda, ali bez naknada za porođiljni/roditeljski dopust.

(c) Za zaposlenike, ovisno o doprinosima na plaću; za više detalja pogledajte Prilog 1.

(d) Za zaposlene plesače Pariške nacionalne opere.

(e) U Latviji, opći sustav socijalnog osiguranja umjetnicima daje pravo na većinu gore navedenih naknada. Postoje i posebna dodatna rješenja za umjetnike u nadležnosti Zaklade za kulturni kapital (Culture Capital Foundation).

(f) Prijelaz u karijeri koji provode javne službe za zapošljavanje (nije socijalna naknada).

(g) Samo za izvođače obuhvaćene posebnim pravilom za umjetnike u nizozemskom zakonu o porezu na dohodak. To posebno pravilo omogućuje umjetnicima da odaberu opciju prema kojoj njihovi naručitelji plaćaju poreze i doprinose na njihov dohodak. Time se osigurava da umjetnik tijekom kraćeg razdoblja radi kao da je zaposlenik naručitelja.

Pravedna naknada i postojeće nejednakosti

Iako postoje određeni nepisani i neslužbeni cjenici za umjetnike – pri čemu ovdje govorim o državnim institucijama, a ne o privatnim galerijama – oni su često nedostatni ili se neujednačeno primjenjuju. Primjerice, ne isplaćuju sve zemlje EU-a naknade za izlaganje, a umjetnici nerijetko sami snose troškove produkcije i transporta svojih radova. To je osobito frustrirajuće pri suradnji s velikim, dobro financiranim institucijama koje plaćaju svoje osoblje, a od umjetnika očekuju da doprinose besplatno – ili pak radi same „časti“ izlaganja.

Osim toga, umjetnici obavljaju i značajan nevidljivi rad izvan kreativnog procesa koji uključuje: pisanje prijave za bespovratna sredstva i projektnih prijedloga (pišem oko 20 prijava godišnje), što zahtijeva znatno vrijeme, trud i stručnost. U mnogim slučajevima umjetnici djeluju i kao tehničari za vlastite izložbe - postavljaju, prilagođavaju i održavaju svoje radove kako bi osigurali da se učinkovito prezentiraju. Često su odgovorni za prijevoz svojih umjetničkih radova do izložbenih prostora i pokrivanje povezanih troškova, poput putovanja i smještaja, koji se rijetko nadoknađuju.

K tome, većina umjetnika sama se bavi poreznim i administrativnim poslovima, od izdavanja računa do financijskog planiranja. Te odgovornosti zahtijevaju vještine izvan umjetničkog područja, no ipak su neizostavan dio održavanja karijere. Unatoč njihovoj ključnoj važnosti za funkcioniranje umjetničkog ekosustava, to je ono što predstavlja nevidljivi rad koji ostaje neprepoznat i neplaćen, što dodatno pojačava izazove profesionalnog umjetničkog djelovanja.

Načini stjecanja statusa profesionalnog umjetnika u Hrvatskoj

U Hrvatskoj postoji nekoliko načina stjecanja statusa profesionalnog umjetnika, a svaki od njih nosi vlastite prilike i izazove:

Hrvatska udruga likovnih umjetnika (HDLU) je nacionalna organizacija koja podržava profesionalne umjetnike. Diplomanti Akademije likovnih umjetnosti automatski ispunjavaju uvjete za članstvo, dok se ostali mogu prijaviti podnošenjem portfelja na razmatranje. Članstvo pruža pristup ključnim pogodnostima, kao što su mogućnosti za izlaganje, umrežavanje i porezne olakšice za prodaju radova. Važno je napomenuti da je članstvo u HDLU-u preduvjet za prijavu za status samostalnog umjetnika putem Hrvatske zajednice samostalnih umjetnika (HZSU).

Posljednja stavka je stjecanje statusa pri HZSU-u: taj status donosi značajne pogodnosti, uključujući državne doprinose za mirovinsko i zdravstveno osiguranje te prava vezana uz porodični dopust ili bolovanje. Iako su mirovinske uplate skromne, taj status pruža ključnu sigurnosnu mrežu, osobito umjetnicima koji se suočavaju sa zdravstvenim problemima ili obiteljskim obvezama. Članovi HZSU-a također ostvaruju porezne olakšice i mogućnost ulaska u sustav PDV-a, što im omogućuje samostalno izdavanje računa.

Postoje i druge umjetničke udruge koje, poput HDLU-a, služe kao poveznica s HZSU-om, a cijeli je taj sustav naslijeđen iz vremena Jugoslavije. Također postoji mogućnost osnivanja nevladine organizacije koju vode sami umjetnici; ona ima vlastita pravila i propise, no pogodna je za prijavu na državne natječaje namijenjene financiranju nevladinih organizacija.

Također se možete registrirati kao malo poduzeće, odnosno kao samostalni poduzetnici koji posluju unutar određenih poreznih i regulatornih okvira. Taj pristup nudi fleksibilnost, ali sa sobom nosi i administrativne obveze.

Unatoč tim mogućnostima, sustav u Hrvatskoj ima značajne nedostatke. Umjetnici se često suočavaju s neujednačenim primanjima, ograničenom socijalnom zaštitom i birokratskim preprekama koje otežavaju održavanje karijere.

Javna financiranja kulture u Hrvatskoj

Javno financiranje je kamen temeljac kulturne produkcije u Hrvatskoj, osobito za nekomercijalne i neprofitne inicijative. Ključni izvori financiranja uključuju:

- Ministarstvo kulture i medija: Osigurava godišnje potpore za kulturne projekte, uključujući likovnu umjetnost, film i književnost.
- Lokalne i regionalne vlasti: Gradovi poput Zagreba i Rijeke dodjeljuju proračune za kulturne projekte u zajednici
- Specijalizirane organizacije: Zaklade poput Kultura nova i Solidarna podržavaju suvremenu umjetnost i inicijative civilnog društva.
- Hrvatski audiovizualni centar (HAVC): Nudi financiranje za filmsku produkciju i promociju.

Unatoč tim resursima, mnogi umjetnici i dalje se bore za pristup dovoljnom financiranju, osobito u područjima poput vizualnih umjetnosti, gdje je tržište gotovo nepostojeće. Većina hrvatskih vizualnih umjetnika rade kao freelanceri koji se oslanjaju na projekte EU, rezidencije i međunarodne galerije za zastupanje.

Stvarnosti života umjetnika u Hrvatskoj

Neizvjesnost umjetničkog rada u Hrvatskoj oštro ilustrira istraživanje poput "Kako žive umjetnice u Hrvatskoj?" autorica Selme Banich i Nine Gojić. Njihovi nalazi otkrivaju da:

****83%**** umjetnica i umjetnika teško podmiruje osnovne životne troškove.

****68%**** nema riješeno stambeno pitanje, a mnogi koriste svoje stambene prostore i kao radne prostore.

****48%**** doživjelo je diskriminaciju na radnom mjestu, često na temelju roda ili pripadnosti manjinskoj skupini.



Slika 3. "Kako žive umjetnice u Hrvatskoj?" autorica Selme Banich i Nine Gojić.

Ovi izazovi naglašavaju hitnu potrebu za sustavnim reformama, osobito u načinu na koji se velike državne institucije odnose prema umjetnicima. Snažan primjer umjetničkog reagiranja na te nepravde bila je prosvjedna izvedba „Nevidljive” (The Invisible Ones), održana 2023. godine i još uvijek aktualna.

Performans je izveden tijekom otvorenja izložbe The Visible Ones u Muzeju moderne i suvremene umjetnosti u Rijeci. The Visible Ones je međuinstitucionalni projekt i izložba koja predstavlja više od stotinu hrvatskih umjetnica, istražuje i ukazuje na izrazito nisku zastupljenost umjetnica u umjetničkim zbirkama muzeja i institucija te također prikazuje određene aspekte i mapiranje suvremene umjetničke prakse umjetnica u Hrvatskoj.

U ovoj nenajavljenoj akciji sudjelovalo je pet umjetnica – Milijana Babić, Branka Cvjetičanin, Tajči Čekada, Nadija Mustapić i Nika Rukavina – koje su na izložbu stigle s papirnatim vrećicama na glavama. Skrivanjem identiteta umjetnice su simbolizirale svoju nevidljivost unutar izložbe čiji su bile dio. Putem priopćenja za javnost, objavljenog nakon događaja, umjetnice su otkrile svoje identitete i iznijele svoje pritužbe. Njihov je prosvjed skrenuo pozornost na sistemske nedostatke, uključujući neadekvatnu komunikaciju između kustosa i umjetnika, isključivanje umjetnika iz procesa donošenja odluka te opći nedostatak poštovanja prema radu koji stoji iza umjetničke produkcije. Performans je izravno kritizirao organizacijske prakse institucije, ističući raskorak između vodstva institucije i umjetnika čiji rad održava te institucije na životu.

Invisible Ones duboko je odjeknulo među kulturnim djelatnicima jer je rasvijetlilo šira pitanja iskorištavanja i nevidljivosti u umjetničkom svijetu. Ovaj je prosvjed također potaknuo javnu raspravu o nejednakostima unutar hrvatskog kulturnog sustava i ulozi institucija u njihovom održavanju.

Taj performans simbolizira trajnu borbu za prava i dostojanstvo umjetnika u kulturnom sektoru. On naglašava potrebu za preispitivanjem i promjenom institucionalnih praksi, pri čemu umjetnici ne bi bili tek puki stvaratelji sadržaja, već bi bili prepoznati kao ključni dionici. Istinska reforma zahtijevala bi od institucija da uspostave transparentne i pravedne uvjete rada, poštuju profesionalne cjenike honorara te stvore platforme za smislen dijalog s umjetnicima.

Izražavajući svoje stavove kroz akcije poput onih navedenih u primjerima, umjetnici podsjećaju javnost i kreatore kulturnih politika da institucije postoje zahvaljujući njihovoj radu i kreativnosti. Sve dok se ti sustavni problemi ne riješe, ovakvi će performansi i dalje služiti kao snažni podsjetnici na promjene nužne za osiguravanje pravednosti, poštovanja i održivosti za kulturne radnike.



Slika 4. Izložba *The Visible Ones* u Muzeju moderne i suvremene umjetnosti u Rijeci.

Zagovaranje i borba za pravedne uvjete rada u kulturi

Kao odgovor na te izazove, hrvatski umjetnici i kulturni djelatnici mobilizirali su se kako bi zahtijevali pravednije radne uvjete, posebice praksu isplate honorara umjetnicima, koja bi trebala postati standard.

Postoje različiti pokreti za pravednije radne uvjete, a jedan od njih je platforma ZA K.R.U.H., koalicija koja ujedinjuje umjetnike u borbi za

pravo na dostojan rad i održivo javno financiranje kulture. Osnovana 2020. tijekom pandemije, platforma se nadovezuje na ranije pokrete poput inicijative "Dosta rezova!" iz 2019., koja se protivila mjerama štednje koje su pogađale kulturni sektor.

Ciljevi platforme uključuju:

- Osiguravanje povećanog i transparentnog javnog financiranja kulture.
- Osiguravanje pravedne naknade za umjetnički rad, uključujući honorare za projekte financirane javnim sredstvima.
- Očuvanje poreznih olakšica za umjetnike bez negativnog utjecaja na stjecanje prava iz mirovinskog osiguranja.
- Pобољшanje pristupa socijalnim zaštitama, kao što su naknada za bolovanje, porodiljni dopust i mirovine.
- Uvođenje programa temeljnog dohotka za umjetnička zanimanja koja su nedovoljno podržana.
- Rješavanje problema sustavne diskriminacije i nejednakosti u primanjima unutar sektora kulture.

Prema pravednijoj budućnosti za umjetnike

ThePred nama je put koji zahtijeva ne samo djelovanje na lokalnoj razini već i koordinirane napore na razini EU-a kako bi se riješile strukturne nejednakosti koje koče umjetnike diljem Europe te osiguralo očuvanje dostojanstva umjetnosti i umjetnika u okviru unaprijeđenih kulturnih politika europskih zemalja. Kulturno djelovanje nije samo pitanje pružanja potpore umjetnicima – ono predstavlja ulaganje u kulturno bogatstvo i društveno tkivo naših društava.



Dakle, tko je umjetnik? Definiranjem svog rada definirate i svoju stvarnost... Ne dopustite sustavu da vas definira... I da, umjetnost je posao!



Osobni stav o vizualnoj umjetnosti i medijima

O temi umjetnosti i medija mogu podijeliti samo svoje osobno stajalište. Vjerujem da su mediji i društveni mediji važni alati za vizualne umjetnike da steknu vidljivost, osobito ako žive u manjim gradovima ili zemljama. Međutim, oni nisu jedini čimbenik uspjeha. Danas je umjetnost uvelike projektno orijentirana i dok umjetnik ne dosegne razinu da bude "isplativ" (ne sviđa mi se ovaj izraz jer ne mislim da se umjetnostne bi trebala temeljiti na profitu, već na emocionalnoj razmjeni) za neku galeriju ili instituciju, put do uspjeha često ne leži u medijima, već u izgradnji veza s kustosima, institucijama i drugim profesionalcima.

Osim toga, budući da smo mi umjetnici – zajedno sa svojim djelima – na neki način dio „proizvoda“, ključno je poučiti mlađe naraštaje kako održati jasnu granicu između onoga čime se bave i onoga tko su oni kao osobe. Internetski svijet i njegovi kritičari mogu biti nemilosrdni, a mladi umjetnici moraju naučiti nositi se ne samo sa stručnom umjetničkom kritikom već i s nasumičnim, često oštrim mišljenjima na internetu. U radu sa studentima primijetila sam da mnogi od njih upravo zbog toga u potpunosti izbjegavaju društvene mreže.



Trnava, Radionički tjedan u Slovačkoj, 2024

Društveni mediji, mediji i publika medija

Luca Cacini, umjetnik u rezidenciji u Laponiji, jesen 2024.

Društveni mediji, mediji i čitanost medija u Italiji

Medijski krajolik Italije dinamično je i evoluirajuće okruženje, pod utjecajem tehnološkog napretka, promjena u ponašanju potrošača i različitih kulturnih čimbenika.

Ovaj će izvještaj ispitati ključne elemente društvenih mreža, tradicionalnih medija i medijske potrošnje u Italiji, kao i istražiti ulogu umjetnika u talijanskoj kulturi i njihovu interakciju s medijima.

Talijanski medijski krajolik

Televizija i radio

Televizija i dalje predstavlja glavnu silu u Italiji, a 95,9 % stanovništva redovito je gleda (EBC, 2023.). Sektorom uglavnom upravljaju dva glavna emitera:

1. **RAI (Radiotelevisione Italiana):** Javni emiter upravlja s nekoliko nacionalnih kanala, uključujući Rai Uno, Rai Due i Rai Tre (BBC news, 2023).
2. **Mediaset:** vodeći privatni emiter, u vlasništvu obitelji Berlusconi, upravlja kanalima kao što su Italia 1, Rete 4 i Canale 5 (BBC news, 2023).

Radio također ima snažno prisustvo u Italiji, s 78,9 % Talijana koji ga redovito slušaju (EBC, 2023).

Radijski sektor uključuje i javne (RAI) i privatne postaje, nudeći mješavinu vijesti, glazbe i zabavnog sadržaja.

Tiskani mediji

Pejzaž tiskanih medija u Italiji je snažno regionaliziran, odražavajući raznolik regionalnu povijest i identitet zemlje (BBC news, 2023). Među istaknutim nacionalnim novinama su:

- Corriere della Sera
- La Repubblica
- Il Messaggero
- La Stampa
- Il Sole 24 Ore



Međutim, sektor tiskanih medija suočio se s značajnim izazovima posljednjih godina. Čitanost tiskanih novina smanjila se za 3,4 %, dok su se digitalne pretplate na novine smanjile za 2,5 % (EBC, 2023.). Ovaj pad dio je šireg trenda sve veće potrošnje digitalnih medija.

Digitalni mediji

Izvešće Digital 2024: Italy pruža sveobuhvatne podatke o usvajanju i korištenju digitalnih medija u Italiji za 2024. godinu. Ovdje su ključne točke:

Korištenje interneta

- 51,56 milijuna internetskih korisnika (87,7 % penetracija)
- Broj internetskih korisnika smanjio se za 149.000 (-0,3%) od 2023. do 2024.

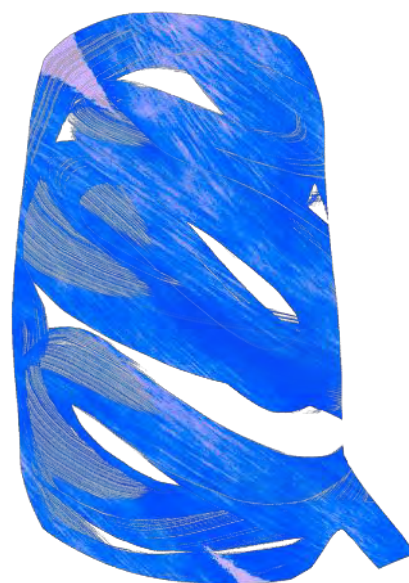
Društveni mediji

- Društvene mreže postale su značajan izvor vijesti za mnoge Talijane, s 42,80 milijuna korisnika društvenih mreža u siječnju 2024. (72,8 % stanovništva) koji ih redovito koriste za pristup sadržaju (Kemp, 2024).
- Broj korisnika društvenih mreža smanjio se za 1,1 milijun (-2,5%) od 2023. do 2024. godine

YouTube ostaje najpopularnija društvena mreža u Italiji, s približno 42,80 milijuna korisnika (Kemp, 2024). Druge popularne platforme uključuju (Statista 2025):

Podaci specifični za platformu

- Facebook: 26,10 milijuna korisnika
- YouTube: 42,80 milijuna korisnika
- Instagram: 27,00 milijuna korisnika
- TikTok: 20,92 milijuna korisnika (samo za osobe starije od 18 godina)
- LinkedIn: 20,00 milijuna članova
- Snapchat: 3,69 milijuna korisnika
- X (Twitter): 6,50 milijuna korisnika
- Pinterest: 10,01 milijuna korisnika



Umjetnici u Italiji: profesija i prihod

Profesionalni umjetnici u Italiji

Italija ima bogatu umjetničku baštinu i i dalje je dom mnogim talentiranim umjetnicima u raznim disciplinama, uključujući likovnu umjetnost, glazbu, književnost i izvedbene umjetnosti. Umjetnička zajednica zemlje je raznolika, od tradicionalnih obrtnika koji čuvaju stoljećima stare tehnike do suvremenih umjetnika koji pomiču granice svojih medija.

Prihodi umjetnika

Umjetnici u Italiji, kao i u mnogim drugim zemljama, često se suočavaju s izazovima u osiguravanju stabilnog prihoda od svoje umjetnosti. Prema podacima o plaćama u Italiji, bruto mjesečna plaća za poslove u umjetnosti i kulturi općenito se kreće od 1.138 EUR (minimalno) do 3.083 EUR (najviša prosječna, pri čemu stvarne maksimalne plaće često premašuju taj iznos). Ove brojke uključuju bonuse, a plaće se mogu značajno razlikovati ovisno o specifičnoj radnoj poziciji (Paylab, 2026).

Međutim, važno je napomenuti da se ti iznosi mogu znatno razlikovati ovisno o čimbenicima kao što su ugled umjetnika, medij i potražnja na tržištu. Umjetnici u Italiji mogu ostvarivati prihode na različite načine:

- 
1. Prodaja umjetničkih djela
 2. Narudžbe za javne ili privatne projekte
 3. Potpore i rezidencije
 4. Podučavanje ili radionice
 5. Suradnje s tvrtkama ili drugim umjetnicima
 6. Autorske naknade od reprodukcija ili licenciranja njihovih djela

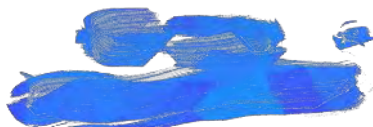
Mnogi umjetnici dopunjuju svoj prihod od umjetnosti drugim poslovima, osobito u ranim fazama svoje karijere.

Medijska reprezentacija umjetnosti i umjetnika u Italiji

Bogato umjetničko naslijeđe Italije znači da umjetnost i umjetnici često dobivaju značajnu pozornost u medijima. Pokrivenost se može pronaći na različitim platformama:

1. Namjenski umjetnički programi na televiziji i radiju
2. Odjeli za umjetnost i kulturu u vodećim novinama i časopisima
3. Specijalizirane umjetničke publikacije i internetske stranice
4. Priloge i intervjue s umjetnicima u lifestyle medijima
5. Profili na društvenim mrežama i hashtagovi usmjereni na talijansku umjetnost i umjetnike

Mediji često ističu i etablirane umjetnike i nadolazeće talente, pokrivajući izložbe, sajmove umjetnosti i velike kulturne događaje. Međutim, razina medijskog pokrića može varirati ovisno o profilu umjetnika i percipiranom interesu javnosti za njihov rad.



Utjecaj medijske prisutnosti na prihode umjetnika

Snažno medijsko prisustvo može značajno utjecati na potencijalni prihod umjetnika u Italiji.

Medijsko pokrivanje može:

1. Povećati vidljivost i prepoznatljivost
2. Privlačiti potencijalne kupce i kolekcionare
3. Otvoriti prilike za izložbe ili narudžbe
4. Unaprijediti ugled umjetnika i percipiranu vrijednost
5. Olakšati uspostavljanje veza s galerijama, kustosima i drugim profesionalcima iz svijeta umjetnosti

Međutim, važno je napomenuti da sama medijska prisutnost ne jamči financijski uspjeh. Umjetnici i dalje moraju stvarati visokokvalitetna djela i učinkovito se nositi s poslovnim aspektima svojih karijera.

Izgradnja medijskih odnosa u Italiji

Za umjetnike i druge profesionalce koji žele izgraditi odnose s medijima u Italiji, nekoliko strategija može biti učinkovito:

1. Razvijte snažno online prisustvo putem profesionalne web stranice i aktivnih profila na društvenim mrežama
2. Njeguajte odnose s novinarima i kritičarima specijaliziranim za umjetnost i kulturu
3. Sudjelujte na istaknutim događanjima i izložbama
4. Suradujte s drugim umjetnicima ili organizacijama kako biste povećali vidljivost
5. Stvorite projekte ili inicijative vrijedne medijske pažnje koje su usklađene s aktualnim trendovima ili društvenim pitanjima
6. Angažirajte se s lokalnim i regionalnim medijima, s obzirom na važnost regionalnog identiteta u talijanskoj kulturi
7. Razmislite o suradnji s publicistom ili PR stručnjakom koji razumije talijanski medijski krajolik.

Upotreba društvenih mreža u Italiji

Društveni mediji igraju značajnu ulogu u talijanskom društvu, a platforme poput Facebooka, Instagrama i YouTubea posebno su popularne. Neki značajni trendovi i primjeri korištenja društvenih medija u Italiji uključuju:

1. Konzumacija vijesti: većina Talijana vijesti dobiva s interneta, pri čemu su društvene mreže posebno popularan ulaz (Kemp, 2024).
2. Političko sudjelovanje: Platforme društvenih mreža, osobito Facebook, postale su ključni alati za organiziranje prosvjeda i drugih masovnih okupljanja (Freedom House, 2024).
3. Marketing utjecajnih osoba: Talijanski influenceri u raznim nišama izgradili su značajnu publiku i partnerstva s brendovima.
4. Promocija kulture: Mnoge talijanske kulturne institucije i umjetnici koriste društvene mreže za predstavljanje svojih radova i interakciju s publikom.
5. Uključenost lokalne zajednice: Grupe na društvenim mrežama usmjerene na određene gradove ili regije popularne su za dijeljenje lokalnih vijesti i informacija.

Pouzdanost medija u Italiji

Politički sustav Italije karakterizira složena višestruka struktura.

Iako se građanske slobode općenito poštuju, postoje stalne zabrinutosti u vezi s pravima migranata i LGBT+ osoba. Značajne regionalne razlike i dalje postoje, a problemi poput korupcije i organiziranog kriminala i dalje ugrožavaju vladavinu prava i ometaju gospodarski rast. Pouzdanost medija u Italiji složeno je pitanje, s različitim razinama povjerenja na različitim platformama i u različitim medijima. Neke ključne točke za razmatranje:

1. ANSA, vodeća talijanska novinska agencija, sedmu je godinu zaredom rangirana kao najpouzdaniji novinski brend, kojem vjeruje 75 % Talijana (Cornia, 2024). Ostali vrlo pouzdani izvori vijesti uključuju SkyTg24 (69 % povjerenja), Il Sole 24 Ore (67 %) i TG La7 (62 %) (Cornia, 2024).
2. Tradicionalni mediji, osobito kvalitetni časopisi i javna radiotelevizija, općenito uživaju veće razine povjerenja u usporedbi s digitalno-nativnim izdavačima i društvenim mrežama.
3. Zabrinutost zbog dezinformacija i "lažnih vijesti" na platformama društvenih mreža dovela je do pojačanog nadzora i inicijativa za provjeru činjenica.
4. Koncentracija vlasništva nad medijima, osobito u televiziji, ponekad je dovodila do zabrinutosti zbog političkog utjecaja na medijski sadržaj (BBC news, 2023).
5. Polarizirana politička klima u Italiji može utjecati na percepciju pristranosti i vjerodostojnosti medija duž ideoloških linija.

Koje su vodeće europske platforme za umjetnike u vizualnim umjetnostima u usponu?

Nekoliko europskih platformi nudi značajne prilike za umjetnike vizualnih umjetnosti u usponu da steknu vidljivost i razviju svoje karijere. Evo nekih od najboljih platformi:

Platforme Kreativne Europe

Program Kreativna Europa financira nekoliko platformi koje podržavaju vizualne umjetnike:

Europska platforma medijske umjetnosti

- Usredotočuje se na digitalnu umjetnost, robotiku i druge oblike medijske umjetnosti
- Nudi rezidencije i mogućnosti izlaganja

Distributed Design Market Platform

- Podržava nove vizualne umjetnike u pokretu maker
- Pruža mogućnosti umrežavanja i razmjene

PARALLEL i FUTURES

- Dvije odvojene platforme posvećene fotografima u usponu
- Nudi mogućnosti izlaganja i razvoja karijere

SHAPE+

Iako je primarno usmjeren na inovativnu glazbu, SHAPE+ također podržava vizualne umjetnike koji se bave audiovizualnom umjetnošću. Nudi:

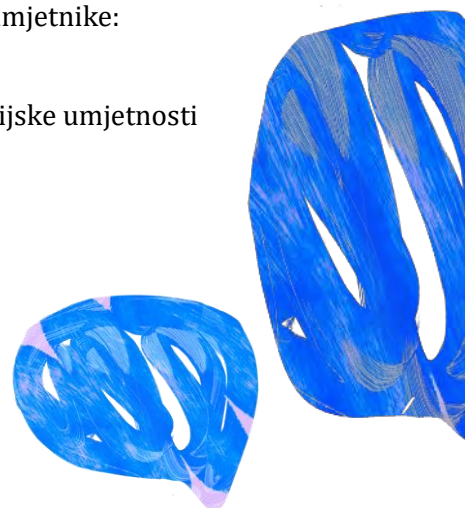
- Godišnji izbor iznimnih nadolazećih talenata
- Pozivi na izvedbe i rezidencije u suradnji
- Događaji za umrežavanje i podrška u razvoju karijere

Europski fond festivala za umjetnike u usponu (EFFEA)

EFFEA, inicijativa Europske udruge festivala, pruža mogućnosti likovnim umjetnicima putem festivala:

- Godišnje podržava 150 festivala u radu s umjetnicima u usponu
- Nudi rezidencije i prilike za suradnju
- Pruža platformu za međunarodni razvoj karijere

Ove platforme nude mladim vizualnim umjetnicima vrijedne prilike za umjetničke rezidencije, izložbe, umrežavanje i napredovanje u karijeri diljem Europe. Sudjelovanjem u tim inicijativama umjetnici mogu steći izloženost raznolikoj publici i stručnjacima iz industrije, što može povećati njihovu prepoznatljivost i uspjeh na međunarodnoj umjetničkoj sceni.





Koje se vrste projekata vizualne umjetnosti najčešće podržavaju na tim platformama?

Europske platforme podržavaju raznolik raspon projekata vizualne umjetnosti, s posebnim naglaskom na nove i inovativne oblike. (Cultural relations platform, 2020), (European Commission, 2026), Najčešće podržavani tipovi projekata vizualne umjetnosti uključuju:

Digitalna i medijska umjetnost

Europska platforma za medijsku umjetnost (EMAP) je glavni podupiratelj projekata digitalne i medijske umjetnosti. Ova platforma je specijalizirana za:

- Digitalna umjetnost
- Medijska umjetnost
- Bio-umjetnost
- Robotska umjetnost

Fotografija

Dvije namjenske platforme podržavaju fotografe u usponu:

- PARALLEL – europska platforma temeljena na fotografiji
- FUTURES – Europska platforma fotografije

Ove platforme nude prilike nadolazećim fotografima da predstavljaju svoj rad i razviju karijeru na europskoj razini.

Audiovizualna umjetnost

SHAPE (Sound, Heterogeneous Art and Performance in Europe) podržava inovativne audiovizualne umjetničke projekte, kombinirajući vizualne elemente sa zvukom i izvedbom.

Pokret dizajna i izrade

Platforma Distributed Design Market usmjerena je na podršku vizualnim umjetnicima uključenima u pokret maker. Ova platforma potiče:

- Inovativni dizajnerski projekti
- Kolektivni i open-source dizajn
- Projekti koji kombiniraju tradicionalno majstorstvo s novim tehnologijama

Multidisciplinarne vizualne umjetnosti

Mnoge platforme podržavaju širok raspon projekata vizualnih umjetnosti koji mogu uključivati:

- Instalacijska umjetnost
- Performans-umjetnost sa snažnim vizualnim elementima
- Eksperimentalni i interdisciplinarni projekti koji pomiču granice tradicionalnih likovnih umjetnosti

Ove platforme daju prednost inovativnim projektima, bave se aktualnim društvenim pitanjima i imaju potencijal doprijeti do raznolike publike diljem Europe. Često podržavaju djela koja uključuju elemente tehnologije, održivosti i međukulturalne suradnje.



Kako te platforme integriraju digitalnu transformaciju u svoje projekte vizualnih umjetnosti?

Europske platforme za umjetnike u usponu aktivno integriraju digitalnu transformaciju u svoje projekte vizualnih umjetnosti na nekoliko načina: (NeMe Arts Centre, 2022), (Ars Electronica, 2026), (Creative Europe, 2026), (Oddo&Tucker, 2022), (Culture and Creativity, 2026)

Digitalna umjetnost i mediji

Europska platforma za medijsku umjetnost (EMAP) posebno se usredotočuje na projekte digitalne i medijske umjetnosti. Ti projekti po svojoj prirodi uključuju digitalne tehnologije i istražuju njihov utjecaj na umjetnost i društvo.

Inovativne tehnologije

Mnoge platforme potiču umjetnike da eksperimentiraju s najsuvremenijim tehnologijama:

- Virtualna i proširena stvarnost
- Vještačka inteligencija
- Interaktivne instalacije
- Tehnike digitalne izrade



Na primjer, platforma SHAPE+ podržava audiovizualne umjetnike koji rade s inovativnim digitalnim tehnologijama.

Internetske izložbe i virtualni prostori

Platforme sve više koriste digitalne prostore za izlaganje umjetničkih djela:

- Virtualne galerije
- Online izložbe
- Interaktivni web-bazirani projekti



To omogućuje veću dostupnost i doseg radova umjetnika u usponu.

Digitalni alati za stvaranje

Umjetnicima se pruža podrška u korištenju digitalnih alata tijekom cijelog kreativnog procesa:

- Softver za 3D modeliranje
- Digitalni alati za slikanje i ilustraciju
- Softver za montažu videa i animaciju

Umjetnost vođena podacima

Neki projekti uključuju vizualizaciju podataka ili elemente vođene podacima:

- Korištenje velikih podataka kao medija za umjetnički izraz
- Izrada interaktivnih vizualizacija složenih informacija

Digitalna distribucija i promocija

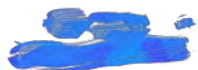
Platforme koriste digitalne kanale za promociju novih umjetnika:

- Kampanje na društvenim mrežama
- Internetski portfoliji
- Digitalni katalozi umjetničkih djela

Angažman publike putem tehnologije

Digitalni alati koriste se za poboljšanje interakcije s publikom:

- Mobilne aplikacije za vodiče izložbi
- QR kodovi za dodatne informacije
- Interaktivni elementi u instalaciji



Integracijom ovih digitalnih elemenata, platforme pomažu novim vizualnim umjetnicima da se prilagode i napreduju u sve digitalnijem svijetu umjetnosti, istovremeno istražujući nove oblike umjetničkog izražavanja koje omogućuje tehnologija.



Reference:

Ars Electronica, Ars Electronica Platform Europe, 2026 (23.3.2026) <https://ars.electronica.art/europe/en/>

Cornia, Alessio, Izvješće o digitalnim vijestima Reuters instituta 2024. (23.3.2026) <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/italy>

Kultura Kreativne Europe, Europska komisija, 2026 (23.3.2026) <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand>

Platforma za kulturne odnose, platforme Kreativne Europe, 2020 (23.3.2026) <https://www.cultureinexternalrelations.eu/2020/09/21/creative-europe-platforms/>

Kultura i kreativnost: Europske platforme za promicanje umjetnika u usponu, 2026 (23.3.2026) <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/european-platforms>

E Business Consulting (EBC): Koja je medijska mješavina u Italiji 2023.? (23.3.2026) <https://www.e-businessconsulting.it/en/news-details/news/what-media-in-italy/>

Europska komisija: Europske platforme za promociju nadolazećih umjetnika 2026 (23.3.2026) <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/creative-europe-culture-strand/european-platforms>

Freedom House: Sloboda na internetu 2024., Italija (23.3.2026) <https://freedomhouse.org/country/italy/freedom-net/2024>

Italy Media guide – BBC news, 2023 (23.3.2026) <https://www.bbc.com/news/world-europe-17433146>

Kemp, Simon: Digital 2024: Italija (23.3.2026) <https://datareportal.com/reports/digital-2024-italy>

NeMe Arts Centre: Europska platforma za medijsku umjetnost objavljuje odabrane umjetnike za 2022. (23.3.2026) <https://www.neme.org/blog/emap-announces-2022-selected-artists>

Oddo, Egle i Tucker, Arlene: RAZMOTAVANJE ARHIVA – Kako ulazimo u novo doba: primjer Pixelachea Helsinki, 2022 (23.3.2026) <https://artdependence.com/articles/disentangling-archives-how-we-are-entering-a-new-era-the-case-of-pixelache-helsinki/>

Paylab: Plaće za radna mjesta u području umjetnosti i kulture, 2026 (23.3.2026) <https://www.paylab.com/it/salaryinfo/arts-culture>

Odjel za istraživanje Statista, 2025.: Preferirane društvene mreže i aplikacije za razmjenu poruka za čitanje vijesti u Italiji od veljače 2025. (23.3.2026) <https://www.statista.com/statistics/726236/top-social-media-for-news-italy/>



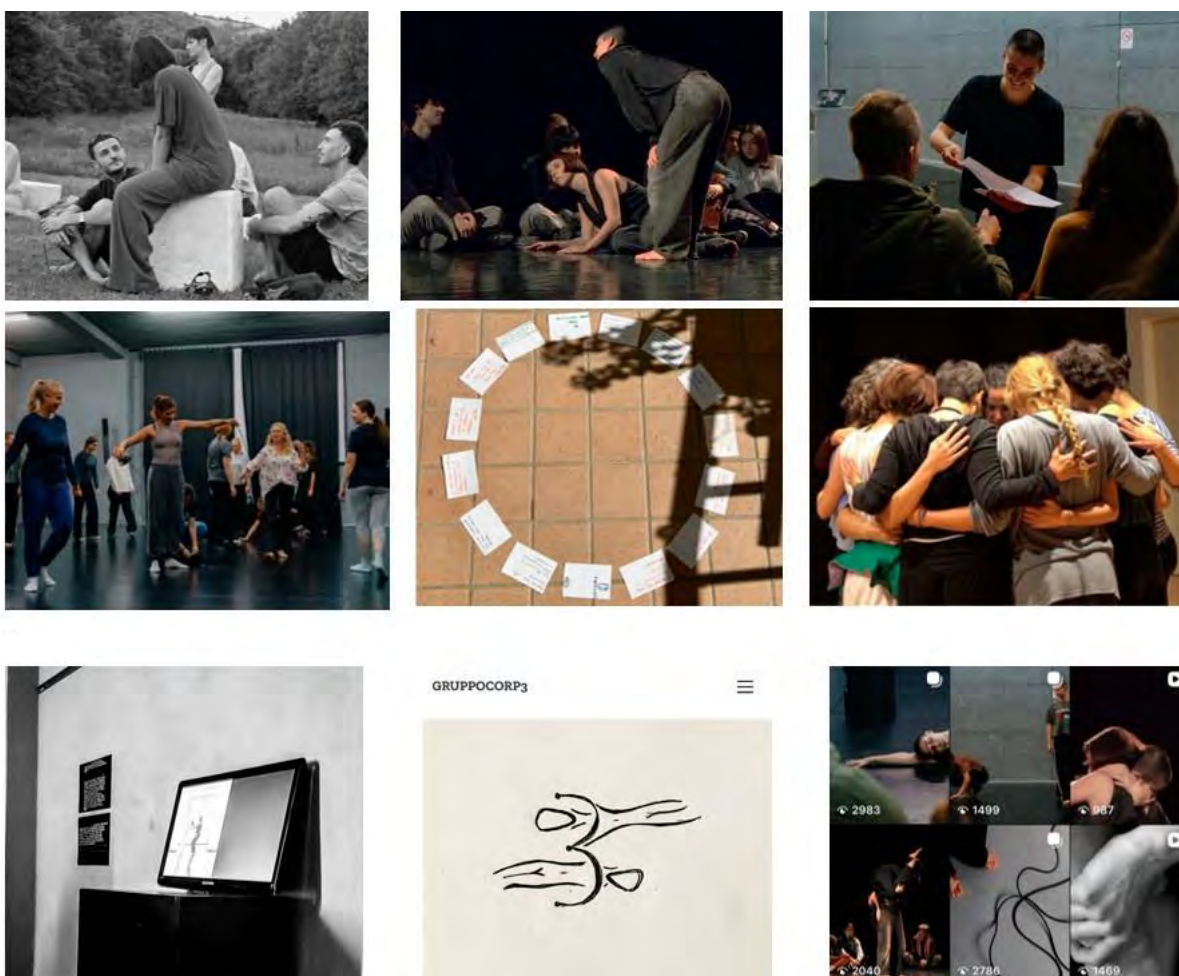
Turku, Radionički tjedan u Finskoj 2023

Autorica fotografije: Lotta Erkkilä

Stvaranje zajednica kroz umjetničke prakse u digitalnom dobu: neprekidan izazov i resurs za istraživanja

Eleonora Serpente i Roberta Di Serio, umjetnice u rezidenciji u Splitu, jesen 2025.

Uvod



Slika 1. Lokacije na kojima su se održavale rezidencije gruppocorp3.

Zovemo se Eleonora Serpente i Roberta Di Serio (obje rođene 1999.), dvije smo suvremene plesačice iz Italije koje su zajedno osnovale kolektiv gruppocorp3 2024 godine. Od svog osnutka, kolektiv je održao rezidencije u kulturnim centrima (Paleotto 11/Ekodanza, Live Arts Cultures, Culture Hub Croatia) i sudjelovao

u festivalima izvedbenih umjetnosti kao što su FUORIFORMATO (Genova), LaCampeggia FS CO-CREARE (Bologna), Sotto Venere (Lucca), Tracce di Luce (Isernia), Dominio Pubblico / Fuoriprogramma (Rim). Kolektiv stvara, u suradnji s vizualnim umjetnicima i glazbenicima, projekte *screendancea*, interaktivne performanse i instalacije uživo, usredotočujući se na utjecaj koji umjetničko djelo ima na prirodno, umjetno i ljudsko okruženje.

Među našim istraživačkim interesima nalaze se eksperimentiranje s mogućnostima tijela u pokretu i poetskog gesta, kontaminacija između žanrova i medija, stvaranje participativnih, imerzivnih i inkluzivnih umjetničkih praksi, te intersekcionalni feminizam i ekologija u performansu.



Slika 2-3. *INTRA (prostor između) - Teatro India (RO) Dominico Pubblico/ Fuoriprogramma*

Ovaj priručnik pišemo nakon jednomjesečne kreativne i umjetničke rezidencije u Splitu, kao dio projekta Kreativne Europe *Professional Media Presence* (PMP), u organizaciji kreativnog hub-A Prostor i platforme Culture Hub Croatia. Tijekom rezidencije radili smo na solo izvedbi na temu rodnih stereotipa vezanih uz žensko tijelo i ponašanja pod nazivom *STeReO*. Rad uključuje Eleonorino plesno tijelo, upotrebu glasa u različitim oblicima (govor, pjevanje, njezin snimljeni glas korišten kao zvučno okruženje) i izravnu komunikaciju s publikom.

Razdoblje rezidencije u Splitu predstavlja konkretno istraživanje onoga što za nas kao umjetnice znači stvaranje umjetničkog djela, odnosno, šire gledano, bavljenje umjetnošću. Otvorilo nam je iskustvo ulaska u aktivnu zajednicu iz koje smo imale priliku mnogo toga primati, te gdje smo mogle istražiti kako uzvratiti i na koje načine to učiniti u različitim oblicima. Kao umjetnički kolektiv, vjerujemo da je ključno sudjelovati na umjetničkim rezidencijama gdje možemo uroniti u zajednice domaćina, ne samo koristeći prostore, vrijeme i resurse, već i aktivno sudjelujući u lokalnim kulturnim aktivnostima i predlažući nove. Sudjelovali smo u poticajnim umjetničkim aktivnostima CHC-a i podijelili svoja istraživanja ne samo kroz završnu izvedbu, već i kroz besplatnu radionicu otvorenu zajednici Splita i njegove okolice. Ovaj pristup radu također se odražava u našem umjetničkom istraživanju: zanima nas razvijanje plesnih djela koja nisu samoreferencijalna i usmjerena isključivo na estetski užitek, već na istraživanje pitanja kako uključiti ljude u iskustva dijeljenja, susreta, promišljanja i brige. Stoga se za nas izgradnja

zajednice ne sastoji samo od načina na koji pristupamo okolišu i ljudima koje susrećemo (umjetnicima i radnicima), već i od samog srca našeg rada. Vjerujemo da izvedbe, čak i ako su samo privremene, mogu izgraditi male i improvizirane zajednice, prostore otpora koji se suprotstavljaju prevladavajućem individualizmu i raširenoj usamljenosti naših suvremenih društava. Iako se te male zajednice raspadnu kada predstava završi, nešto od tog suspendiranog trenutka pogleda i "kazališne" komunikacije ostaje i odjekuje kroz vrijeme: to je, za nas, ljepota izvedbene umjetnosti, shvaćene ne kao puka zabava, već kao kolektivni terapijski oblik, ritual bliskosti. Na temelju tih ideja, 2024. godine stvorile smo svoje prvo djelo, INTRA (prostor između), djelo koje govori o ljudskoj međuovisnosti. Kroz dramaturgiju pogleda i bliskosti, mi izvođači tražimo interakciju s publikom koja se prvo nazire, a zatim sve više otkriva. Kroz intimne plesove i geste, cilj je učiniti izvedbu svojevrsnom rezonantnom pločom, sredstvom za odnose sposobne istaknuti beskrajne linije povezivanja (fizičke i emocionalne), stvorene između tijela koja nastanjuju isti prostor, čak i ako je to samo na 30 minuta.



Slika 4. INTRA (prostor između) – restitucija rezidencije na festivalu LaCampeggiaFS (BO) -lijevo



Slika 5. INTRA (prostor između) – restitucija rezidencije na festivalu LaCampeggiaFS (BO) – desno

Što danas znači pojam „zajednice“?

Danas je pojam „zajednice“ postao izrazito prisutan u svakodnevnoj retorici, unatoč hiperkompleksnosti suvremenog svijeta koji neprestano transformira taj pojam i zahtijeva od društvenih znanosti da neprestano preispituju njegovo značenje. Najčešći smisao pojma „zajednice“ odnosi se na skupinu ljudi koji nešto dijele: geografsku pripadnost, navike, vrijednosti. Međutim, čini se da je tradicionalna predodžba zajednice kao homogene skupine u jasnom sukobu s onom modernom, u kojoj se identiteti doimaju sve više fragmentiranim i udaljenim zbog sveprisutnih individualističkih i utilitarističkih težnji naših društava.

Antropolog Marco Aime ističe da se, kada govorimo o konceptu „zajednice”, gotovo uvijek služimo pozitivnim predznakom i određenom dozom nostalgije, pitajući se proizlazi li taj osjećaj možda iz činjenice da je modernost duboko promijenila naš način poimanja „nas” i odnosa s drugima (Aime: 2010.). Koncept zajednice stoga se možda tako često priziva jer se u svom tradicionalnom značenju nameće kao lijek za vrtoglave preobrazbe suvremenog svijeta, koji neprestano dovodi u pitanje naše identitetske sigurnosti. Povijesno gledano, prvi udarac zajednici zadao je nastanak urbano-industrijskog društva: širenje gradova (čije granice postaju sve neprimjetnije i nerazumljivije), odvajanje radnika od obitelji dolaskom tvornica te urbani model života – sve to dovodi do fragmentacije vremena i prostora, kojima više ne upravljaju zajednički ritmovi, već zahtjevi proizvodnje. Zbog tempa proizvodnog života teško je stvarati duboke ljudske veze. Drugi udarac zajednici zadao je nastanak digitalnog društva: razvoj interneta i širenje prijenosnih uređaja poput pametnih telefona i tableta stvaraju stalnu povezanost, što rezultira otuđenjem od mjesta i ljudi. Čovjek je istovremeno posvuda i nigdje, a fizičke odnose često zamjenjuju oni virtualni, posredovani ekranima. Paradoksalno, hiper-povezanost nosi rizik da se izgubimo u mnoštvu usamljenih pojedinaca. Paradoks leži u činjenici da nas takva hiper-povezanost može dovesti do toga da se izgubimo u mnoštvu usamljenih pojedinaca.

Propadanje zajednica u suvremenom zapadnom društvu

Kako napreduju globalizacija i digitalni kapitalizam, način na koji doživljavamo zajednice – kao i vlastiti identitet unutar njih – postaje složen proces koji zahtijeva sve više energije za razumijevanje, analizu i razradu. Otuđenost, individualizam i ubrzanje elementi su koji se iz generacije u generaciju intenziviraju do te mjere da dovode do nezaustavljive fragmentacije kako pojedinca („ja”), tako i zajedništva („mi”). U društvenom sustavu utemeljenom na kapitalističkom modelu – u kojem prevladava načelo privatizacije slobodnog vremena, mehanizmi solidarnosti i uzajamne pomoći podređeni su tržišnoj logici, a cilj brzog postizanja svega nadilazi potrebu za vremenom i prostorom – postaje teško izgraditi trajne odnose. S obzirom na to, postavljamo pitanje: mogu li se virtualne zajednice smatrati istinskim zajednicama? Što se događa kada u tom kontekstu izostane fizička prisutnost? Pitanje tijela i prisutnosti ostaje ključna točka od koje se teško odvojiti pri kritičkom promatranju tog fenomena. Štoviše, ono postaje svojevrsna prizma: primjerice, Byung-Chul Han u djelu *Nastanak rituala* (*The Disappearance of Rituals*) tvrdi da su internetske zajednice svojevrsna ritualna okupljanja bez stvarnog susreta – obredi oslabljeni i lišeni vrijednosti koju im daje tjelesna prisutnost; to su bestjelesne mase koje zamjenjuju ceremonije što su nekoć stvarale mjesta i trenutke zajedništva, vođene zajedničkim uvjerenjima i težnjama (Han: 2020.).

Sherry Turkle u djelu *Alone Together* raspravlja o konceptu izostanka zajedničke prisutnosti i hiper-povezanosti (Turkle: 2012.). Neprestano smo izloženi bujici informacija i podražaja koji zahtijevaju – više nego fizičku prisutnost – virtualnu povezanost koja ne mora nužno dijeliti isti prostor i vrijeme. To dovodi do krize bliskosti koja nas čini netolerantnima prema samoći, tišini i stanju „izvan mreže” (*offline*), zavaravajući nas da nismo sami dok listamo sadržaj ili pretražujemo internet: što smo povezaniiji, to smo usamljeniji, a što smo usamljeniji, to više tražimo svoju mrežu s jedinim ciljem iskorištavanja njezine moći, odnosno prednosti: širenja – pa čak i iskrivljavanja – percepcije vremena, stvarnosti i samoće. S druge strane, digitalne zajednice – poput kanala za emitiranje, biltena, grupnih razgovora, foruma, blogova, zajednica obožavatelja (*fandoma*), društvenih platformi itd. – nastaju iz istih zajedničkih potreba i interesa ljudi, bilo da su oni trajni

ili prolazni.

Internetske zajednice treba promatrati kao nadopunu vezama iz stvarnog svijeta, a ne kao sredstva za njihovu zamjenu. Ponovno otkrivanje vrijednosti dijeljenja može pomoći u prevladavanju ljudskog osiromašenja uzrokovano natjecanjem u kojem je cilj pobijediti pod svaku cijenu te idejom da je posjedovanje mjerilo uspjeha. Rasprostranjeni oblici suvremenog komunitarizma, uz nostalgiju za zajednicom i potragu za njom, svjedoče o nastojanjima da se nadiđe individualistički model i zakorači prema kolektivnijoj dimenziji. Stoga se zajednica često doživljava kao sigurno utočište u pretjerano složenom svijetu. Dok kapitalizam proizvodi potrošna dobra, zajednica bi trebala stvarati relacijska dobra – ona koja sudionici određenog događaja zajednički stvaraju i u njima uživaju, a koja nisu ni strogo javna ni strogo privatna, već pripadaju društvenoj sferi. Sve to zahtijeva dijeljenje, suživot i uzajamnost (Aime: 2010.).

Relacijska umjetnost, participativna umjetnost, umjetnost zajednice

Od 1990-ih godina zapadne umjetničke i izvedbene scene bilježe sve veći naglasak na odnosu između umjetnika i publike, na interakciji i društvenom kontekstu. Ovaj trend, koji se može tumačiti kao odgovor na rastući individualizam i komercijalizaciju umjetnosti uzrokovane tehnokapitalizmom, ugledni francuski kritičar Bourriaud definirao je kao „relacijsku estetiku”. Bourriaud stoga te umjetničke prakse poima kao trenutke zajedništva i razmjene – privremene društvene prostore koje naziva „mikroutopijama” – u kojima publika postaje dijelom djela i upotpunjuje njegovo značenje (Bourriaud: 1998).

Paralelno s tim trendovima razvila se i takozvana „participativna umjetnost”, koja se od relacijske umjetnosti razlikuje po svojim izraženijim obilježjima suradnje (sudionici postaju koautori djela) te političkim značajkama.



Slika 6.-7. *Odiseja – mobilna i interaktivna intervencija autora Boijeot, Kardi, Martin na festivalu Split Calling -lijevo, sredina-*

Slika 8. *Lifting Memories – participativna izvedba Tille Giro na festivalu Split Calling (HNK) -desno-*

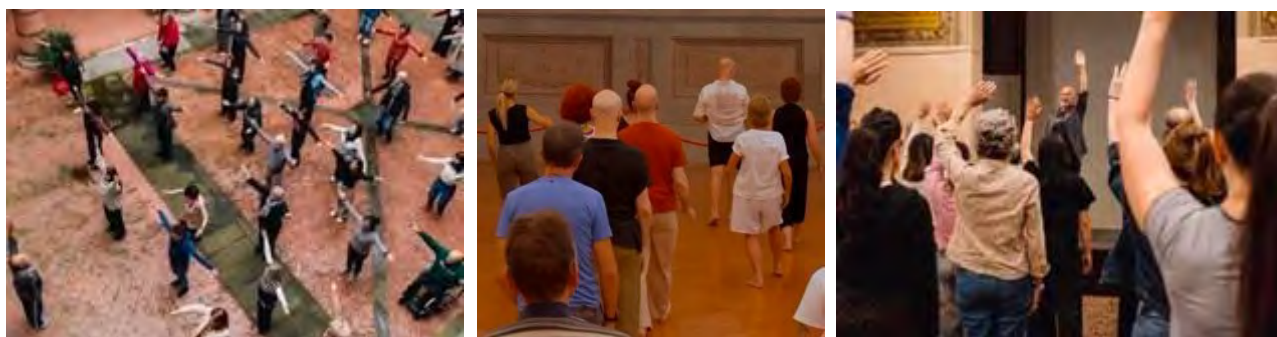


Slika 9.-10. *Umjetničke radionice za lokalnu zajednicu u organizaciji Culture Hub Croatia u kreativnom hubu PROSTOR, Split -lijevo, sredina-*

Slika 11. *Radionica Alexandre Stroganove, "Tides of Care -Sensing the Hydrocommons", Split (HNK) -desno-*

Tijekom posljednjih 15 godina ova su se dva trenda ispreplela, dovodeći do nastanka hibridnih oblika, među kojima se ističe umjetnost utemeljena na zajednici (eng. *community-based art*). Riječ je o umjetničkoj praksi koja nastaje i razvija se unutar određene zajednice, prvenstveno s društvenim ciljevima. To nije tek „participativna” umjetnost: ona ima duboku teritorijalnu i često transformativnu dimenziju. Da bi se neka umjetnička praksa definirala kao ona „utemeljena na zajednici”, mora težiti stvaranju novih zajednica ili jačanju veza unutar već postojeće zajednice. Prakse umjetnosti u zajednici danas se primjenjuju u različitim kontekstima (bolnice, zatvori, rehabilitacijski centri, prihvatni centri, domovi za starije osobe, škole, kulturni centri) te se oblikuju prema potrebama ciljane skupine. Kako bi takve prakse bile učinkovite, naravno, ne smiju biti kratkotrajne: ključni su njihova dugotrajnost i sposobnost stvaranja konkretnih i trajnih koristi za uključene zajednice. Ovi su trendovi posljednjih godina zahvatili i ples te izvedbene umjetnosti.

Plesni umjetnici sve više nastoje aktivno uključiti publiku i pojedince, ne samo mijenjanjem tradicionalnog rasporeda izvedbenog prostora i povremenim uklanjanjem udaljenosti između izvođača i gledatelja putem sve imerzivnijih i interaktivnijih koncepata, već i, primjerice, stvaranjem izvedbi u kojima sudjeluju osobe koje nisu profesionalni plesači. Kada je plesni umjetnik ujedno i koreograf te aktivno uključuje ljude (bilo sudionike radionice usmjerene na stvaranje izvedbe ili samu publiku), govorimo o participativnom plesu. S druge strane, kada plesni umjetnik preuzima ulogu voditelja procesa čiji je cilj izgradnja nove zajednice ili jačanje postojeće, tada govorimo o plesu u zajednici (*community dance*). Nažalost, taj se izraz često koristi za opisivanje praksi koje imaju malo veze s njegovim izvornim značenjem: neki umjetnici danas tu oznaku pridaju kratkoročnim radionicama koje nemaju značajnije društvene ciljeve osim uključivanja ljudi u izvedbeno iskustvo – događaj koji jest poticajan, uzbudljiv i koristan s mnogih aspekata, ali ne donosi jednake dugoročne dobrobiti kao praksa rada u zajednici. Ipak, kako ističe Zagatti, jedna od vodećih osoba u području plesa u zajednici u Italiji, ključno je usredotočiti se na ciljeve i obilježja te discipline kao procesa koji se odvija polako, a temelji se na slušanju, zajedničkom osmišljavanju i kontinuitetu te je ukorijenjen u lokalnoj sredini, zajedničkoj povijesti i potrebama sudionika.



Slika 12.-13.-14. *LUMINOSO / La città autistica – site-specific projekt, kurirao Virgilio Sieni (BO)*



Slika 15.-16.-17. *Dance Well – istraživanje pokreta za Parkinson (VI)*



Kao kolektiv plesača, unutar upravo ocrtanog okvira trendova, želimo biti dio suvremenih kretanja u suvremenom plesu i izvedbenim umjetnostima te se stoga kretati prema sve autentičnijem i uvažavajućem susretu s ljudima koje uključujemo u svoj rad. Naša praksa ne pretendira na „izgradnju” zajednica niti na osnaživanje drugih – što je cilj plesa u zajednici (eng. *community dance*) – no svakako prepoznavamo i cijenimo važnost i značenje njegovih ciljeva (nadamo se da ćemo u budućnosti moći provoditi stvarne i dugoročne projekte plesa u zajednici). Trenutačno stvaramo izvedbe koje se usredotočuju na bliskost s publikom i na uspostavljanje komunikacije koja nije posredovana suvišnom estetikom ili umjetnim konvencijama. Naš se ples stoga može definirati prvenstveno kao „relacijski” jer teži susretu s ljudima, a u manjoj mjeri i kao „participativni”, budući da se dio naših izvedbi temelji na izravnoj interakciji s publikom.

Što se tiče samog „plesa”, uz mrežu umjetničkih suradnji koju gradimo od početka našeg djelovanja, svjesni smo da izvedbeni projekti ne mogu stvoriti „zajednicu” u tradicionalnom smislu te riječi, već mogu stvoriti tek privremene „mjehuriće” susreta – svojevrsne privremene zajednice čije trajanje koincidira s trajanjem same izvedbe. Ipak, prihvaćamo ciljeve plesa u zajednici i sve se više nadamo usmjeriti naše umjetničke prakse u tom pravcu, pritom zagovarajući važnost korištenja preciznih pojmova za razlikovanje različitih praksi (kako bismo pridonijeli njihovom društveno-kulturnom prepoznavanju).

Performans i online zajednice

Susret performativne umjetnosti i internetskih zajednica za nas nije tek teorijsko pitanje; to je stanje u kojem svakodnevno boravimo kao umjetnice koji se kreću između fizičkih i digitalnih okruženja. Posljednjih smo godina svjedoci duboke preobrazbe koncepta prisutnosti koja preoblikuje kako stvaranje umjetničkih praksi uživo, tako i načine na koje publika s njima stupa u interakciju. Peggy Phelan je iznijela poznatu tezu da performans postoji samo u svom nestajanju, u onom neponovljivom trenutku kada tijela dijele fizički prostor (Phelan, 1993.). Ipak, sve češća selidba performansa na digitalne platforme dovodi u pitanje tu predodžbu o nestajanju i potiče nas da preispitamo što danas znači „biti prisutan”. Philip Auslander već je ukazao na to da je stroga podjela između izvedbe uživo i posredovane izvedbe znatno manje stabilna no što se čini: posredovano – čak i kada je vremenski odgođeno ili filtrirano kroz zaslon – stvara stvarne odnose i oblikuje iskustvo gledatelja (Auslander, 1999.).

Internetske zajednice razvijaju vlastite mehanizme interakcije, omogućujući gledateljima da komentiraju, reagiraju, reinterpreteraju te u nekim slučajevima i sudjeluju u stvaranju djela. Prijenos uživo na Instagramu, snimljena akcija ili čak rasprava potaknuta objavom mogu nositi tragove relacijske energije. I dalje je riječ o prisutnosti: posredovanoj, distribuiranoj, odgođenoj, a ipak sposobnoj stvoriti povezanost. Ta promjena preobražava i ulogu gledatelja jer same digitalne platforme zapravo postaju pozornice. U internetskom prostoru gledatelji više nisu nijemi promatrači: postaju aktivni sugovornici koji doprinose vlastitim sadržajem, povratnim informacijama, kreativnošću, kritikama, dijeljenjem i pričama, zahvaljujući asinkronosti koja omogućuje prevladavanje nacionalnih

granica i vremenskih zona te povezivanje različitih ljudi, kultura i glasova. Henry Jenkins takvu dinamiku opisuje kao participativnu kulturu – ekosustave u kojima korisnici ne konzumiraju sadržaj pasivno, već ga zajednički stvaraju, uspostavljajući pritom horizontalniji i dijaloški odnos s umjetnicima (Jenkins, 2006.).

Često smo mogli primijetiti kako neočekivani komentar otvara nova čitanja djela ili kako emocionalni odjek neke geste raste upravo unutar razgovora koji se oko nje razvija. Erika Fischer-Lichte opisuje performans kao „autopoetski događaj” koji se neprestano generira kroz interakciju između izvođača i gledatelja (Fischer-Lichte, 2008.). U internetskom okruženju ta autopoeza poprima drukčiji oblik: ne odvija se u fizički zajedničkom prostoru, već unutar fluidne mreže posredovanih razmjena. Ponekad to pruža nove slobode: gesta snimljena izbliza otkriva mikroizraze nevidljive u kazalištu, ili pak petlja (*loop*) može stvoriti dosad neviđenu koreografsku vremenitost. Danas, međutim, dokumentacija često služi kao glavni način na koji se publika susreće s izvedbenom umjetnošću, osobito unutar internetskih zajednica: fotografije, videoisječci, tekstualni osvrti i digitalni arhivi široko cirkuliraju, oblikujući sjećanje na izvedbu i njezino tumačenje. U mnogim slučajevima dokumentacija ne predstavlja tek izvedbu, već postaje njezinim sastavnim produžetkom, otvarajući putove novim značenjima, raspravama i oblicima angažmana. Dokumentacija stoga više nije samo oslonac sjećanju: ona postaje sastavnim dijelom djela – daleko od toga da bude tek puki ostatak – jer aktivira performativni odnos između slike, umjetnika i gledatelja. (Amelia Jones, 1997.)

Promocija i suradnja: internetski mediji kao stvaraoci zajednice

U ovom suvremenom umjetničkom okruženju granica između promocije, suradnje i stvaranja zajednice postaje sve propusnija. Kao što smo istaknuli u prethodnom dijelu, digitalna okruženja preobrazila su način na koji umjetnička djela cirkuliraju: te su platforme postale prostori u kojima se odnosi stvaraju i razvijaju. Društvene mreže umjetnicima zapravo nude mnogo više od pukih alata za povećanje vidljivosti; one pružaju strukturne preduvjete za izgradnju istinskih zajednica. Kada nešto dijelimo na internetu, često shvaćamo da promocija nikada nije samo promocija: objava, priča ili čak kratki videozapis postaju poziv drugima da zakorače u naš kreativni svijet, da prate njegov ritam, trenutke rasta, neizvjesnosti i tihih preobrazbi.

Prikazivanje procesa, čak i u njegovu najneformalnijem ili najranjivijem obliku, pomaže u stvaranju osjećaja kontinuiteta koji gledateljima omogućuje da se osjećaju uključeno i da dožive pripadnost nečemu što polako poprima oblik. Na taj način dijeljenje sadržaja na internetu može potaknuti ranu emocionalnu povezanost i osjećaj uključenosti znatno prije nego što djelo uopće nastane. Istodobno, digitalna sfera otvara prostor za dijalog o suradnji do kojeg inače vjerojatno ne bi došlo: umjetnici mogu u stvarnom vremenu dorađivati ideje, slati nacрте, raspravljati o namjerama i dijeliti materijale čak i kada se nalaze u različitim zemljama. U tom smislu, platforme pomažu u stvaranju osjećaja bliskosti; što više ljudi međusobno komunicira, to postaje prirodnije zamišljati zajedničko djelovanje u fizičkom svijetu. Digitalna komunikacija stoga ne zamjenjuje fizičku suradnju, već je priprema, obogaćuje i održava živom.

Suradnja na internetu, međutim, ne odvija se samo između izvođača i publike. Ona se sve češće javlja horizontalno, među samim umjetnicima koji koriste digitalne platforme za dijeljenje prilika i resursa te za međusobnu profesionalnu podršku. Društvene mreže tako postaju neformalne infrastrukture uzajamne pomoći, gdje vidljivost, solidarnost i povezanost djeluju protiv izolacije i nesigurnosti koje često obilježavaju umjetnički rad. Ono što može započeti kao jednostavna gesta prepoznavanja može

prerasti u pozive, zajedničke probe, koprodukcije ili dugoročne suradnje. U tom smislu, digitalni prostori ne olakšavaju samo komunikaciju: oni stvaraju uvjete u kojima umjetnici mogu pridonijeti međusobnim putevima, otvarajući pristup prilikama do kojih bi bilo teško doći pojedinačno te čineći umjetničko polje pristupačnijim i međusobno povezanim.

Online zajednice tako postaju „mjesto” na kojem digitalno prestaje funkcionirati tek kao alat i postaje stvaran prostor za izgradnju odnosa. Razvija se putem zajedničke arhive: fotografije, uvidi u proces stvaranja, istraživački dnevnik i fragmenti pokreta postaju dijelom kontinuirane priče, omogućujući zajednicama da prate razvoj projekta i prodube svoju uključenost. Ipak, zajednica ne nastaje samo na temelju vidljivosti ili broja pratitelja. Nancy Baym nas podsjeća da se digitalne zajednice oblikuju kada korisnici prepoznaju prisutnost autentične osobe, a ne lika osmišljenog isključivo radi eksponiranja (Baym, 2010.).

Umjetnici često uviđaju da najsnažnije veze s publikom nastaju kada otkriju vlastita pitanja, pogreške i pokušaje na način koji taj intimni prostor pretvara u mjesto gdje se publika prestaje osjećati kao promatrač izvana i počinje osjećati dijelom nečega većeg. Naravno, promocija ne rezultira uvijek stvaranjem zajednice: u slučajevima kada je sadržaj previše distanciran, usmjeren na samohvalu ili strogo vođen strategijom, promocija ostaje jednosmjerni čin komunikacije koji ne prerasta u zajedničko okruženje. Ipak, kada uspije, umjetnička promocija na društvenim mrežama stvara oblike okupljanja nalik onima koje Judith Butler naziva „sklopovima” (engl. *assemblies*): prostorima u kojima se tijela – čak i posredovana ekranom – okupljaju oko zajedničke vizije, zajedničke brige ili geste koja kolektivno odjekuje.

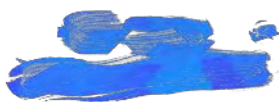
Zajednica tako postaje prirodni nastavak dijaloga potaknutog samim sadržajem. Zaključno, promocija umjetnosti na društvenim mrežama doista može stvoriti zajednicu i potaknuti suradnju, pod uvjetom da postane čin povezivanja, otvorenosti i uzajamnog slušanja, a ne tek puko eksponiranje. Ono što istinski stvara zajednicu nije sam sadržaj, već susreti koje on omogućuje. Putem objava, poruka i zajedničkog istraživanja umjetnici grade horizontalne mreže koje generiraju poslove, partnerstva i kolektivne projekte; tako društvene mreže postaju neformalne infrastrukture uzajamne pomoći, gdje vidljivost, solidarnost i povezanost pomažu u suzbijanju izolacije i čine umjetničko polje pristupačnijim. Upravo kroz te male razmjene, riječi koje kruže i neočekivane reakcije, zajednica počinje poprimati svoj oblik.

Zajednička borba: talijanski slučaj "Vogliamo tutt'altro"

Ako su internetske platforme postale plodno tlo za umjetničku promociju i suradnju, pokazale su se i kao snažan prostor za kolektivnu mobilizaciju, gdje se zajedničke frustracije pretvaraju u zajedničke ciljeve. Društvene mreže omogućuju raspršenim pojedincima da prepoznaju kako nisu izolirani u svojim poteškoćama te da njihova iskustva odjekuju iskustvima mnogih drugih. Digitalno okruženje ubrzava tu promjenu: emocije brzo kruže, svjedočanstva se gomilaju, a veze se šire u svakom smislu. Upravo se u toj dinamici oblikuje fenomen *Vogliamo tutt'altro*. Taj izraz doslovno znači „Želimo nešto sasvim drugo”, a nastao je kao spontani pokret mladih talijanskih umjetnika, studenata, izvođača i kulturnih djelatnika koji su se između 2023. i 2024. godine koristili društvenim mrežama kako bi ukazali na nesiguran položaj unutar talijanskog umjetničkog sustava te osmislili nove oblike zajedništva i međusobne podrške.

Fenomen je započeo nakon evaluacija koje je provelo talijansko Ministarstvo kulture, a posebice onih vezanih uz mehanizme financiranja fonda *Fondo Unico per lo Spettacolo* (FUS) – glavnog instrumenta kojim država u Italiji podupire kazalište, ples, glazbu i izvedbene umjetnosti. Ipak, posljednjih su godina mnogi umjetnici i kulturni djelatnici izražavali sve veću frustraciju načinom raspodjele sredstava, kritizirajući sustav zbog davanja prednosti operi i tradicionalnom kazalištu nauštrb suvremenih istraživačkih praksi, zbog nedostatka transparentnosti, krutosti i nepristupačnosti kriterija te zbog strukturne nesigurnosti koja i dalje obilježava cijeli sektor. Naziv *Vogliamo tutt'altro* izravno je proizašao iz tog zajedničkog osjećaja: želje za drugačijim svijetom umjetnosti – humanijim, ispunjenim međusobnom podrškom, manje utemeljenim na žrtvovanju, a više na solidarnosti. Važno je napomenuti da pokret nije započeo kao formalna udruga ili strukturirana skupina. Nastao je kao fluidna, samoorganizirana i u potpunosti digitalna mreža, no s vremenom se internetska zajednica počela pretvarati u onu izvanmrežnu: određeni su profili postali polazišne točke za organizaciju sastanaka, otvorenih rasprava, kulturnih prosvjeda i kolektivnih čitanja. Zajednica umjetničkih djelatnika proizašla iz tog pokreta (okupljajući umjetnike iz svih dijelova zemlje) sudjelovala je u nekoliko intersekcijskih prosvjeda i mobilizacija održanih u Italiji tijekom ovog razdoblja. Time je jasno artikulirala stav protiv političkog smjera koji oblikuje talijanska vlada. Pokret, naravno, potvrđuje važnost pripadnosti zajednici koja se bori za zajednički cilj, no pritom uvažava činjenicu da su njezini članovi ujedno i dio društva.

„Umjetnost nije neutralna.” Stoga, dosljedna načelima koja nas vode kao društvena bića unutar sustava koji zahtijeva filtre i prizme kako bi ga se moglo jasno sagledati, zajednica ističe potrebu za prosvjedovanjem, javnim izražavanjem stavova i – kada je to potrebno – podizanjem glasa.





Slika 18. Mobilizacija i prosvjed *Vogliamo Tutt'altro* u Rimu (RO), 22. rujna 2025.



Slika 19.-20.-21. Objave na Instagramu *Vogliamo Tutt'altro* s ciljem informiranja zajednice i organiziranja skupova

Naša osobna borba: prednosti i nedostaci korištenja društvenih mreža za stvaranje umjetnosti

Kao umjetnici u usponu koji pripadaju generaciji „digitalnih domorodaca“, svakodnevno se susrećemo s prilikama i izazovima korištenja društvenih mreža, što podrazumijeva stalno balansiranje između kreativne slobode i izloženosti javnosti. Društvene platforme pojačavaju našu prisutnost i čine nas vidljivima, ali istovremeno donose pritiske koji mogu utjecati na naš umjetnički proces. Jedan od najosjetljivijih aspekata s kojima se umjetnici suočavaju jest pitanje privatnosti: društvene mreže zahtijevaju razinu transparentnosti koja lako može zamagliti granicu između privatne osobe i profesionalne javne ličnosti. Mnogi umjetnici taj izazov rješavaju održavanjem odvojenih profila – jednog koji je pomno uređen i javan te drugog rezerviranog za privatni život – u nadi da će sačuvati prostor koji ostaje isključivo njihov.

Ta podjela, međutim, nikada nije posve jasna: granica je propusna, a njezino održavanje zahtijeva stalnu osviještenost. Nekima ta fluidnost pruža osjećaj slobode, dok drugima postaje iscrpljujuća, kao da platforme neprestano traže oblik samoidentifikacije koji nikada nije sasvim stabilan. Za plesače i izvođače te se napetosti dodatno produbljuju kada samo tijelo postaje sadržaj. Objavljivanje fotografija ili videozapisa pokreta otvara pitanje zadržava li tijelo svoju privatnost ili postaje dijelom javne arhive. Tijelo u izvedbi uvijek je simbolično, apstrahirana prisutnost, no društvene mreže teže brisanju te razlike, prikazujući ga kao nešto što je namijenjeno trenutnoj konzumaciji. Pokret koji u studiju nosi slojeve značenja na internetu lako može biti shvaćen tek kao estetski prikaz. Tijelo, raspeto između izloženosti i apstrakcije, postaje istovremeno ranjivo i političko. Ta napetost utječe i na način na koji umjetnici komuniciraju sa svojom publikom putem društvenih mreža.

S jedne strane, platforme omogućuju osjećaj zajedništva, nudeći prostore u kojima se ljudi iz različitih krajeva ili sredina mogu povezati oko zajedničkih interesa. S druge strane, zahtijevaju stalno preispitivanje toga koliko sebe treba otkriti. Neki umjetnici odlučuju otvoreno pokazati svoje nesigurnosti, pretvarajući ranjivost u snagu. Drugi radije brižno štite svoj privatni život, koristeći platformu prvenstveno kao profesionalni alat. Oba su pristupa legitimna i oba odražavaju dublju potragu za ravnotežom u okruženju koje počiva na vidljivosti, a pritom neprestano prijeti zadiranjem u intimne granice. Naposljetku, djelovanje putem društvenih mreža znači naučiti živjeti u dvostrukom prostoru: onom koji pojačava naš glas i onom koji zahtijeva kontinuirano preispitivanje samih sebe. Platforme nam omogućuju da dopremo do ljudi koje inače nikada ne bismo upoznali, podijelimo djela koja bi možda ostala neviđena te postanemo dio zajednica većih od nas samih. No, ta mogućnost donosi i potrebu da redefiniramo način na koji se predstavljamo, kako štitimo ono što nam je važno te kako odlučujemo koji dijelovi našeg umjetničkog i privatnog života pripadaju javnoj sferi. Za mnoge od nas taj proces pregovaranja postaje dio same umjetničke prakse – tiha koreografija koja oblikuje način na koji se krećemo digitalnim svijetom.

Kreativnost, povezanost, zajednica

Povezanost, u svakom smislu i kontekstu, postaje oblik prehrane. Mnogi umjetnici otkrivaju da njihov rad odjekuje kod ljudi koje nikada nisu upoznali, a ta neočekivana publika otvara nove perspektive o tome što njihova umjetnost može postati. Dijalog se postupno razvija: netko komentira, netko drugi dijeli slično iskustvo i polako se stvara nit između pojedinaca čiji se putevi možda nikada nisu ukrstili izvan mreže (*offline*). Kreativnost pronalazi zamah u ovom relacijskom polju, gdje se ideje tek ne proizvode, već se razmjenjuju, testiraju i usavršavaju. Ovo je vrsta kolektivnog razmišljanja koja ne briše individualno autorstvo, već ga obogaćuje dodajući slojeve interpretacije koji proizlaze iz zajedničkog iskustva.

Iz ove mreže odnosa oblikuju se zajednice. Rijetko se najavljuju ili formalno organiziraju, tiho rastu kroz afinitete, ponavljanja, međusobno prepoznavanje, zajedničke interese, vrijednosti ili pitanja. U umjetnosti ove zajednice često postaju izvor podrške i potvrde koji se suprotstavlja izolaciji s kojom se mnogi umjetnici suočavaju u svom svakodnevnom radu: pružaju osjećaj pripadnosti, a pripadnost hrani kreativni rizik. Kada se umjetnici osjećaju viđenima i shvaćenima, spremniji su eksperimentirati, pomicati granice i stvarati djela koja otkrivaju ranjivost. Digitalne platforme nam također pomažu u održavanju odnosa sa suradnicima koje smo upoznali tijekom rezidencija, festivala ili putovanja, a taj je kontinuitet ključan, posebno za mlade umjetnike koji se oslanjaju na mreže za prilike i podršku: *online* prisutnost nam tako omogućuje oblikovanje šireg umjetničkog ekosustava.

Izloženost, pritisak, konkurencija

Ipak, druga strana ovog digitalnog okruženja nosi vlastite složenosti: iste platforme koje potiču kreativnost istovremeno izlažu umjetnike razini vidljivosti koja brzo može postati preplavljujuća. Svaka objava postaje javna izjava, trag otvoren za tumačenje, prosuđivanje ili uspoređivanje. Želja da budemo shvaćeni može prerasti u pritisak da se „nastupa“, da se održava određeni ton, određena razina produktivnosti ili koherentan umjetnički imidž. U okruženju stvorenom da nagrađuje stalnu aktivnost, možemo se osjetiti uvučenima u ritmove koji ne odgovaraju našim prirodnim procesima. Kada dijelovi rada slobodno kruže, mogu biti izvučeni iz konteksta, pogrešno shvaćeni ili svedeni na svoje najpovršnije aspekte.

Intimnost kreativnog procesa postaje materijal za javnu konzumaciju, a s njom dolazi i strah od pogrešnog tumačenja ili odbacivanja. Mnogi umjetnici opisuju osjećaj istovremene hipervidljivosti i nevidljivosti: vidljivosti jer je njihov rad dostupan na internetu, a nevidljivosti jer njegova složenost nije uvijek prepoznata. U tom se okruženju tiho javlja i konkurencija. Teško je ne primijetiti tko dobiva više pažnje, tko brže napreduje, a tko djeluje kao da je bolje uklopljen u određene krugove.

Ta zapažanja, iako često nenamjerna, mogu utjecati na percepciju samoga sebe te na kreativne odluke i prioritete. Digitalni prostor pojačava osjećaj oskudice: dojam da su prilike ograničene i da je sama vidljivost svojevrsna valuta. U takvom ozračju umjetnici se mogu osjećati prisiljenima prilagoditi se prevladavajućoj estetici ili oblikovati svoj rad tako da odgovara očekivanjima platformi i algoritama, čak i kada su takvi izbori u suprotnosti s njihovim dubljim namjerama.

Izazov leži u održavanju odnosa sa društvenim mrežama koji poštuje integritet rada, a istovremeno uvažava stvarnost izloženosti: kako zaštititi iskrenost, a pritom komunicirati u digitalnom prostoru na način koji ostaje usklađen s našim etičkim načelima. To zahtijeva svjesnost, strpljenje i hrabrost za kretanje vlastitim tempom – vrline koje postaju dio samog umjetničkog rada. U tom nastojanju da se održi ravnoteža, umjetnik uči ne samo kako postati vidljiv, već i kako ostati vjeran sebi dok je izložen pogledima drugih.



Zaključci

Kao gruppocorp3, nastavljamo preispitivati što znači stvarati umjetnost u vremenu u kojem je digitalna prisutnost istovremeno nužna i destabilizirajuća. Kroz ovaj smo priručnik istraživale kako internetske platforme mogu potaknuti kreativnost, dijalog i zajedništvo, ali smo se suočile i s načinima na koje nas one izlažu, dijele nam pažnju i preoblikuju našu predodžbu o sebi. Život i rad u digitalnom dobu podrazumijevaju svakodnevne kompromise: nastojimo prigriliti prilike koje nude vidljivost i povezanost, a pritom štititi stvarne odnose koji nas održavaju te fizičke prostore u kojima naša tijela misle, kreću se i stvaraju.

Ta napetost nije nešto izvanjsko našoj praksi: ona je dio samog rada, tlo na kojem djelujemo kao plesačice, izvođačice i mlade žene koje se snalaze u svijetu hiper-povezanosti. Naše izvedbe nastoje stvoriti zajednicu u kratkim, intenzivnim trenucima, no zajednice koje pokušavamo izgraditi *online* često zahtijevaju energiju koja nadilazi okvire pozornice. Stoga naša borba nije samo profesionalna, već i duboko osobna: nastaviti stvarati umjetnost bez gubitka intimnosti i dubine koji nas definiraju, a pritom zaštititi vlastitu privatnost od pretvaranja u potrošačku robu.

Ovaj je priručnik također istaknuo kako digitalne platforme, ako im pristupamo svjesno, mogu postati mjesta zajedničkog otpora. Svjedočile smo tome kako pojedinačna nesigurnost postaje vidljiva, kako se bijes pretvara u analizu, a analiza u mobilizaciju. Ta sposobnost pretvaranja izoliranih glasova u kolektivno djelovanje jedan je od najsnažnijih potencijala suvremenih oblika zajedništva, a taj je proces ujedno i jedan od najzanimljivijih za naše istraživanje. Ono što istinski mijenja stvari trenuci su susreta *online* i *offline* svijeta: kada objave postaju skupovi, komentari prisutnost, a digitalna bliskost fizičko okupljanje tijela u javnom prostoru.

Danas je sve trenutačno dostupno – videozapisi, arhivi, kreativni procesi, političke rasprave, pozivi na sudjelovanje – i živimo u svijetu u kojem možemo prikupljati goleme količine materijala s različitih platformi, pri čemu to obilje nedvojbeno predstavlja bogatstvo. Ono širi našu maštu, obogaćuje naš rad i povezuje nas s ljudima koje inače možda nikada ne bismo upoznale. Ipak, ništa od toga nije usporedivo sa snagom proživljenog iskustva. Nijedna slika ne može zamijeniti drhtaj daha tijekom izvedbe, nijedan prijenos uživo ne može zamijeniti vibraciju tijela koja dijele isti prostor, niti bilo koja digitalna nit može zamijeniti onaj suptilan, krhak čin susreta s tuđim pogledom. Digitalni svijet širi naš doseg, no fizički svijet hrani našu dubinu.

Kao umjetnici naše generacije, ne odbacujemo digitalni svijet; nastojimo preoblikovati svoje mjesto u njemu ili ga preoblikovati unutar vlastitog prostora. Cilj nam je očuvati ono što je važno – ljudsku bliskost, tjelesnu razmjenu i etičku usmjerenost na drugoga – istovremeno istražujući što digitalno može ponuditi kada mu pristupamo s kritičkom pažnjom. Nadamo se stvoriti prostor u kojem konkretno i virtualno koegzistiraju, u kojem zajednica ostaje življena praksa, a ne tek parola, te u kojem mogućnost susreta nastavlja voditi srce našeg umjetničkog djelovanja.

Reference

Aime M., 2010., Comunità, Bologna, Il Mulino.

Bourriaud N., 1997., Esthétique relationnelle, Dijon, Les Presses du réel.

Han BC., 2020, The Disappearance of Rituals, Cambridge, Polity Press

Turkle S., 2011, Alone Together, New York, Basic Books

Zagatti F., 2012, Persone che danzano. Spazi tempi modi per una danza di comunità, Bologna, MPE Mousikè Progetti Educativi.

Zagatti F., 2018, Le parole per dirsi. Verso un lessico condiviso della danza di comunità, u Danza E Ricerca. Laboratorio Di Studi, Scritture, Visioni, 10(10), str. 349.-369.

Phelan P., 1993., Unmarked: The Politics of Performance, London, Routledge.

Auslander P., 1999./2008., Liveness: Performance in a Mediatized Culture, London, Routledge.

Jenkins H., 2006., Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, New York, New York University Press.

Fischer-Lichte E., 2008., The Transformative Power of Performance: A New Aesthetics, London, Routledge.

Jones A., 1997.-1998., Body Art/Performing the Subject, Minnesota, University of Minnesota Press.

Jones A., "Presence in Absentia: Experiencing Performance as Documentation." Art Journal, vol. 56, br. 4, 1997., str. 11-18.

Baym N., 2010./2015., Personal Connections in the Digital Age, Cambridge, Polity Press.

Rezidencija Professional Media Presence: <https://pmpproject.turkuamk.fi/b>

Instagram profil "Vogliamo Tutt'altro": https://www.instagram.com/assemblea_lavorat_spettacolo?igsh=YmdsYjY3eWwwN3J4

Službena web stranica PMP-a, rezidencija gruppocorp3: <https://pmpproject.turkuamk.fi/blogs/introducing-split-residency-artists-alexandra-and-gruppocorp3/> (posjećena 4. 12. 2025.)

Instagram profil "Vogliamo tutt'altro": https://www.instagram.com/assemblea_lavorat_spettacolo?igsh=YmdsYjY3eWwwN3J4 (posjećen 6. 12. 2025.)



Gore: Giselda Ranieri, rezidencija u Italiji, 2024
Dolje: Elenorin nastup, rezidencija u Hrvatskoj.
Autor fotografije: Darko Skrobonja

Profesionalna medijska prisutnost – alat za promišljanje percepcije profesionalnog umjetnika i umjetničkog ekosustava

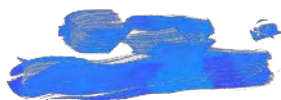
Raffaella Menchetti, umjetnica u rezidenciji u Veneciji, proljeće 2024.

Percepcija profesionalnog umjetnika znatno se razlikuje od zemlje do zemlje, pri čemu je oblikovana kulturnim, gospodarskim i institucionalnim čimbenicima. Prema Pierreu Bourdieuu (1993.), umjetničko polje funkcionira kao strukturiran prostor u kojem različiti oblici kapitala – gospodarski, društveni i simbolički – određuju legitimitet i uspjeh umjetnika. Ta je dinamika osobito vidljiva u Italiji, gdje se umjetnici kreću kroz složen i fragmentiran ekosustav u kojem koegzistiraju javno financiranje, privatno pokroviteljstvo i samoodržive inicijative.

Italija ima dugu tradiciju državnog financiranja umjetnosti putem institucija kao što su Ministarstvo kulture (Ministero della Cultura) i regionalni fondovi za kulturu. Međutim, pristup ovim resursima često je opterećen birokracijom i konkurencijom, pri čemu se prednost daje etabliranim institucijama u odnosu na nove, neovisne umjetnike (Santagata, 2014.). Posljedično, mnogi se suvremeni umjetnici suočavaju s poteškoćama u postizanju institucionalnog priznanja i financijske stabilnosti te se oslanjaju na više izvora prihoda, kao što su:

- Javne i privatne bespovratne potpore (npr. Italian Council, europski programi financiranja poput programa Kreativna Europa).
- Narudžbe i suradnje s galerijama, muzejima i kulturnim organizacijama.
- poučavanje i obrazovni projekti koji osiguravaju stalan priljev prihoda.
- Samopromocija i izravna komunikacija s publikom putem digitalnih platformi.

Koncept „kreativne klase” Richarda Floride (2002.) ističe nesigurnu prirodu umjetničkog rada u postindustrijskim gospodarstvima, u kojima fleksibilnost, mobilnost i poduzetnički duh postaju ključne strategije preživljavanja. U Italiji su te dinamike pojačane nedosljednim političkim okvirom za kulturni rad, što mnoge umjetnike navodi na traženje prilika u inozemstvu ili putem alternativnih modela financiranja (Menger, 2006).



Digitalizacija i promjenjiva uloga publike

Porast digitalnih platformi preobrazio je način na koji se umjetnici povezuju s publikom, pružajući im dosad neviđenu vidljivost, ali i nove izazove u pogledu monetizacije i održivosti. Prema Arori i Vermeylenu (2013.), digitalni mediji umjetnicima omogućuju zaobilazanje tradicionalnih posrednika (tzv. *gatekeepers*), no istovremeno zahtijevaju kontinuirano osobno brendiranje i strategije vidljivosti temeljene na algoritmima.

Iz mog osobnog iskustva kao umjetnice koja djeluje na sjecištu digitalnih medija i izvedbe, moj profesionalni identitet oblikovan je dvostrukom nužnošću:

- Suradnjom s tradicionalnim institucijama koje pružaju ugled i legitimitet.
- Korištenjem internetskih medija koji nude širu dostupnost i izravnu interakciju s publikom.

Platforme društvenih mreža poput Instagrama, TikToka i YouTubea postale su ključni alati za suvremene umjetnike, olakšavajući umrežavanje, financiranje (putem crowdfunding kampanja ili NFT-ova) i izgradnju publike. Ipak, kako ističe Bishop (2012.), sve veće oslanjanje na digitalne prostore dovodi i do estetske homogenizacije te ovisnosti o platformama, pri čemu vidljivost diktiraju algoritamske logike, a ne umjetnička vrijednost.

U talijanskom kontekstu i dalje postoji generacijski i institucionalni jaz između:

- Tradicionalnih institucija (muzeja, akademija, javnih kulturnih tijela) koje daju prednost etabliranim umjetničkim izričajima poput slikarstva, kiparstva i klasičnih izvedbenih umjetnosti.
- Mlađih, eksperimentalnih umjetnika koji rade s novim medijima, hibridnim formatima i interdisciplinarnim praksama, ali se često suočavaju s poteškoćama u stjecanju institucionalnog priznanja. Primjerice, dok bijenala i festivali poput Venecijanskog bijenala ili festivala Romaeuropa prihvaćaju suvremenu digitalnu i izvedbenu umjetnost, većina regionalnih institucija ostaje konzervativna, favorizirajući tradicionalne umjetničke forme. Taj jaz ograničava potencijal umjetnika u usponu koji se žele baviti interaktivnim pripovijedanjem, imerzivnim medijima ili digitalnim performansom kao legitimnim umjetničkim izričajima.

Kako sugerira Claire Bishop (2012.), svijet umjetnosti nalazi se na prekretnici na kojoj digitalne tehnologije preoblikuju umjetničku produkciju i angažman publike. Međutim, institucije se moraju prilagoditi toj promjeni kako bi spriječile isključivanje novih umjetničkih glasova. U Italiji ostaje izazov: kako umjetnici mogu premostiti jaz između tradicionalnih i digitalnih umjetničkih ekosustava, a pritom osigurati financijsku održivost?

Uloga medija u umjetničkom krajoliku

Mediji u Italiji igraju dvosmisleni i često kontradiktornu ulogu u kulturnom sektoru. Dok vodeće javne i neovisne medijske platforme pokrivaju visokoprofilne umjetničke događaje, novi i eksperimentalni umjetnici bore se za vidljivost, osim ako se ne usklade s dominantnim institucionalnim narativima. Ovaj fenomen odražava širu napetost između tradicionalnih i digitalnih medijskih ekosustava, gdje pristup javnom diskursu i dalje uvelike određuju ekonomski, politički i kulturni mehanizmi kontrole pristupa (Hesmondhalgh, 2019.).

Tradicionalni mediji i kulturni *gatekeeping*

U Italiji, javni medijski kanali (npr. RAI, Radio3 i specijalizirane kulturne publikacije poput *Il Sole 24 Ore Cultura* ili *Artribune*) obično naglašavaju baštinsku umjetnost, klasičnu glazbu i povijesno značajne izložbe. Ovaj fokus proizlazi iz kulturne politike koja daje prednost očuvanju povijesne baštine nad suvremenom umjetničkom produkcijom (Bonini, 2020.). Kao rezultat toga, eksperimentalni i digitalni umjetnici često nailaze na ograničen prostor u *mainstream* kulturnom diskursu, čime se pojačava percepcija kako suvremena umjetnost postoji na marginama nacionalnog identiteta.

Pierre Bourdieu (1998.) opisuje kulturnu legitimnost kao povezanu s institucionalnim priznanjem, pri čemu je vidljivost u tradicionalnim medijima ujedno i pokazatelj umjetničke vrijednosti i preduvjet za profesionalnu održivost. U Italiji ovaj mehanizam nesrazmjerno koristi etabliranim umjetnicima, dok mlađim ili interdisciplinarnim umjetnicima ostavlja da se snalaze u alternativnim mrežama samopromocije (Santagata, 2014). Odnos između medija i umjetnosti u Italiji također je oblikovan političkim i ekonomskim ograničenjima. Javne radiotelevizijske institucije, iako nominalno neovisne, često odražavaju vladine kulturne politike koje daju prednost očuvanju baštine, nacionalnom identitetu i ekonomskom turizmu nad avangardnim ili politički angažiranim umjetničkim praksama (Bennett, 2013). To rezultira:

- Selektivnom vidljivošću, pri čemu se suvremena umjetnost prvenstveno predstavlja kada je u skladu sa širim institucionalnim ciljevima (npr. veliki bijenali ili izložbe koje sponzoriraju ministarstva kulture).
- Medijskim strategijama vođenim tržištem, gdje privatne televizije i novinske kuće daju prednost komercijalno održivim umjetničkim oblicima nad eksperimentalnim ili aktivistički vođenim radom.
- Cenzurom i autocenzurom, posebno u slučajevima kada umjetničko izražavanje dovodi u pitanje dominantne političke ili vjerske narative (Baker & Blaagaard, 2016.). Pad neovisnog umjetničkog novinarstva dodatno pogoršava ovaj problem. Kako se tradicionalni mediji bore s ekonomskom održivošću, mnogi umjetnički kritičari i kulturni novinari suočavaju se s rastućim pritiskom da se prilagode narativima prilagođenim tržištu, što ograničava kritički diskurs o suvremenim umjetničkim praksama (Jones, 2018.).

Za razliku od tradicionalnih medija, digitalne platforme nude decentraliziraniji prostor u kojem se umjetnici mogu samopromovirati, izravno angažirati publiku i zaobići institucionalne *gatekeepere* (Arora & Vermeulen, 2013). Platforme poput Instagrama, TikToka i YouTubea postale su primarna mjesta za umjetničku vidljivost, potičući nove načine interakcije između umjetnika i javnosti. Međutim, demokratizacija pristupa medijima dolazi s novim izazovima:

- Izloženost vođena algoritmima: Platforme društvenih medija daju prioritet metrikama angažmana nad umjetničkom vrijednošću, što dovodi do prevlasti vizualno upečatljivog sadržaja, jednostavnog za konzumaciju, a ne konceptualno složenih ili eksperimentalnih radova (Bishop, 2012.).
- Dezinformacije i kolaps konteksta: Brza cirkulacija slika i narativa često dovodi do pogrešnih tumačenja umjetničke namjere, pri čemu se djela lišavaju svog izvornog konteksta i prenamjenjuju za viralne trendove.
- Ovisnost o platformi: Umjetnici se moraju stalno prilagođavati promjenjivim algoritmima i korporativnim politikama, što može iznenada depriorizirati određene vrste sadržaja ili ograničiti vidljivost (Gillespie, 2018.).

Slučaj digitalnog aktivizma u umjetnosti ilustrira ove napetosti. Dok društveni mediji omogućuju mobilizaciju i zagovaranje na lokalnoj razini, oni također umjetnike izlažu *online* uznemiravanju, cenzuri i komodifikaciji aktivističke estetike (Dean, 2010.).

Medijska pismenost i umjetničke strategije

Za umjetnike koji se kreću ovim složenim krajolikom, medijska pismenost je ključna. Razumijevanje načina na koji se narativi konstruiraju i kako različiti mediji oblikuju umjetničko djelo omogućuje veću razinu strateškog angažmana na tradicionalnim i digitalnim platformama.

Tijekom sudjelovanja u projektu PMP istraživala sam kako digitalni alati mogu služiti i kao medij i kao predmet umjetničkog istraživanja. Konkretno, moje je istraživanje bilo usmjereno na:

- Predstavljanje identiteta i marginaliziranih tijela u digitalnim prostorima.
- Performativnu prirodu društvenih medija, gdje se umjetnički identitet često konstruira kroz kurirane *online* persone.
- Presjek aktivizma i estetike, ispitujući kako digitalno pripovijedanje može dovesti u pitanje dominantne kulturne narative.

Integriranjem kritičke teorije medija u umjetničku praksu, umjetnici mogu razviti otpornije i prilagodljivije strategije za vidljivost, osiguravajući da njihovi radovi ne budu samo viđeni, već i kontekstualizirani unutar smislenih umjetničkih i društveno-političkih diskursa (Steyerl, 2017.).

Najbolje prakse u korištenju medija

U suvremenom umjetničkom krajoliku medijski angažman nije tek promotivni alat, već sastavni dio umjetničke prakse. Digitalizacija kulturnog sektora promijenila je načine na koje umjetnici grade svoj profesionalni identitet, povezuju se s publikom i snalaze se u institucionalnim i neovisnim prostorima. Kroz osobno iskustvo i promatranje kolega umjetnika, identificirala sam tri ključne najbolje prakse za medijski angažman: strateško samoizražavanje, angažman na više platformi i suradničko pripovijedanje.

Strateška samoprezentacija: Izgradnja dosljednog umjetničkog identiteta

U medijski zasićenom okruženju strateško samoizražavanje je temeljno. Umjetnici moraju njegovati koherentnu i prepoznatljivu naraciju o svom radu, osiguravajući da je njihova umjetnička vizija jasno artikulirana na više platformi (Bourdieu, 1993.). To uključuje:

- Razvijanje snažne osobne web-stranice koja služi kao središte za portfelje, izjave i dokumentaciju projekata (GioCredi, 2016.).
- Održavanje dosljednog vizualnog i tematskog identiteta na svim kanalima društvenih mreža, jačajući umjetničku autentičnost i vjerodostojnost (Marwick, 2013.).
- Uspostavljanje suradnje s predstavnicima medija i neovisnim publikacijama, strateška distribucija priopćenja za tisak i članaka kako bi se dosegnule nišne i *mainstream* publike.

Relevantan primjer je praksa "auto-arhiviranja", gdje umjetnici sustavno dokumentiraju i kuriraju svoju digitalnu prisutnost. Hito Steyerl (2017.) ističe kako suvremeni umjetnici koriste auto-arhiviranje kao strategiju otpora digitalnoj zastarjelosti i način kontrole svoje javne reprezentacije.

Štoviše, umjetnici moraju balansirati na tankoj granici između vidljivosti i prevelike izloženosti. Održavanje ravnoteže između umjetničkog integriteta i samopromocije ključno je za izbjegavanje zamki digitalne performativnosti, pri čemu su umjetnici pod pritiskom da se prilagode internetskoj estetici koju diktira algoritamska vidljivost (Gillespie, 2018.). Angažman na više platformi: diverzifikacija medijskih strategija. Oslanjanje na jedan medijski kanal više nije održivo u eri u kojoj su digitalni ekosustavi fragmentirani.

Najuspješniji umjetnici razvijaju strategije angažmana na više platformi, osiguravajući da se njihova prisutnost proteže na institucionalne, neovisne i digitalne mreže. Ovo uključuje:

- Sudjelovanje u institucionalnim izložbama i festivalima koji pružaju kredibilitet i financijsku potporu.
- Stvaranje digitalnog sadržaja koji nadilazi statičku reprezentaciju, poput blogova, video eseja i interaktivnih medijskih projekata (Bishop, 2012.).

- Iskorištavanje alternativnih kanala distribucije, uključujući platforme koje vode umjetnici, internetske publikacije i decentralizirana umjetnička tržišta temeljena na *blockchainu* (Rogers, 2020). Primjerice, multidisciplinarni umjetnici često koriste transmedijsko pripovijedanje, pri čemu se naracije odvijaju kroz više formata (Jenkins, 2006.). Performans *Real Fake*, na čijem sam razvijanju sudjelovala, ilustrira ovaj pristup time što postoji i kao događaj uživo i kao participativni video-performans, omogućujući publici da se uključi putem različitih medija. Štoviše, umjetnici moraju ostati prilagodljivi promjenjivim digitalnim infrastrukture.

Ovisnost o platformi je rizik, jer promjene algoritma mogu drastično smanjiti vidljivost (Cotter, 2021.). Razvijanje *mailing* lista, neovisnih arhiva i decentraliziranih strategija za dijeljenje sadržaja osigurava održivost izvan korporativnih medijskih ekosustava.

Zajedničko pripovijedanje: širenje umjetničkog utjecaja

Suradnja je postala ključna praksa za širenje vidljivosti, diversifikaciju narativa i poticanje umjetničkog otpora. Iskustvo rezidencije u Forte Margheri pokazalo je kako kolektivna digitalna istraživanja identiteta generiraju kulturni diskurs izvan pojedinačnih umjetničkih doprinosa. Prakse suradničkog pripovijedanja uključuju

- Zajedničko stvaranje medijskog sadržaja kroz interdisciplinarne umjetničke suradnje, integrirajući vizualne, performativne i tekstualne elemente.
- Angažiranje u pripovijedanju vođenim zajednicom, pojačavanje marginaliziranih glasova i stvaranje kontranarativa dominantnim medijskim prikazima (Chandler i Munday, 2020.).
- Korištenje participativnih medijskih formata, gdje publika aktivno oblikuje umjetnički proces (Gauntlett, 2011.).

Jedan primjer je umrežena izvedba (Dixon, 2007.), gdje umjetnici koriste prijenos uživo, interaktivne medije i participativne platforme kako bi stvorili decentralizirane izvedbe u stvarnom vremenu. Ova je strategija bila očita u našem istraživanju Venecije, gdje su digitalni alati omogućili interakciju publike i dokumentaciju u stvarnom vremenu, pretvarajući grad u dinamičan prostor za pripovijedanje.

Zajedničko pripovijedanje također se podudara s intersekcionalnim medijskim strategijama, u kojima umjetnici ističu teme identiteta, otpora i društvene kritike (Crenshaw, 1989.). Angažmanom različitih perspektiva umjetnici doprinose širim kulturnim raspravama koje dovode u pitanje institucionalne isključenosti i algoritamske pristranosti u digitalnom prostoru.

Posebne značajke rezidencije u sklopu projekta Professional Media Presence

Povodom radionice projekta *European Professional Media Presence (PMP)* u travnju 2024. i umjetničke rezidencije u svibnju 2024. u *Live Arts Cultureu* (Mestre, Venecij), započela sam voditi videointervjue s nekima od 32 europskih umjetnika koji su sudjelovali na radionici. Ovi su intervjui postali temeljem mog istraživanja utjelovljenja gesti. Tijelo i pokreti ispitanika, zajedno s unaprijed odabranim videozapisima koji se bave temom *catcallinga*, omogućili su mi razvoj *rječnika gesta*. Prilika za suradnju s umjetnicima iz različitih sociokulturnih sredina omogućila je širi razgovor o *catcallingu*, omogućujući usporedno promišljanje o njegovoj percepciji i utjecaju u različitim europskim kontekstima.

Odabrana od strane *Perypezye Urbane* i *Professional Media Presence* za nagradu rezidencije *Creative Europe*, mogla sam provesti svoje prvo dubinsko, praktično istraživanje *Cat Care Calling* u *Live Arts Culture*. Tijekom rezidencije poduzela sam ključan prvi korak prema pretvaranju ovog koncepta u plesnu izvedbu. U suradnji s Giseldom Ranieri pokrenula sam tjelesne prakse koje su kasnije oblikovale temelj konačne izvedbe.

Kroz cijeli ovaj proces, moj je pristup vodilo središnje pitanje:



Kako se čin nasilja može pretvoriti u čin iscjeljenja?



Da bih to istražila, upustila sam se u eksperimentalne prakse usmjerene na promjenu percepcije nasilja, izbjegavanje viktimizacije i, umjesto toga, poticanje prostora brige kao sredstva osnaživanja. Brigu sam shvatila kao čin ponovnog preuzimanja vlasti, gdje samoodređenje postaje protusila nametnutoj ranjivosti.

Istraživanje je dovelo do definiranja četiri temeljna *poglavlja/prakse tijela*:

RJEČNIK I UTJELOVLJAVANJE – Razvijanje jezika gesta izvučenih iz proživljenih iskustava.

BUDUĆA MITOLOGIJA – Preoblikovanje tijela kroz ekofeminističku prizmu, spajajući ljudske, životinjske i biljne elemente.

PRIPADNOST – Pretvaranje nasilnih gesta u djela brige i osnaživanja.

Metodologija: Preoblikovanje nasilja u iscjeljenje

Istraživanje je strukturirano kroz *intervjue, studije utjelovljenja i razvoj performativnog vokabulara*:

Intervjui: Videointervjui koje sam provela s umjetnicima tijekom program radionice *Artist Media Presence*, usmjereni na prikupljanje izravnih perspektiva o *catcalling*-u. Postavljena su sljedeća pitanja:

- "Znate li što je catcalling?"
- "Jeste li ikada doživjeli catcalling?"
- "Kako se nasilni čin catcallinga može pretvoriti u gestu brige?"
- "Možete li demonstrirati gestu koja predstavlja vašu percepciju catcallinga?"

Odgovori su pružili neočekivane uvide i doprinijeli performativnom istraživanju. Posebna zahvala Elviri Martos, Natali Bozikovoj, Marcellu Dođu, Kruni Jostu, Sirkki Miradonni i Martini Freyji na sudjelovanju.

Utjelovljenje: Iz intervjua su proizašle ključne riječi i radnje, kao što su proganjanje, signaliziranje, zviždanje, prodoran pogled, vikanje, nepoželjni komentari, interakcije u javnom prostoru. Kartirala sam opisane geste, koje su uključivale šaptanje, treptanje, štipanje, pucketanje prstiju, pljeskanje, sugestivne pokrete tijela, između ostalog. Zajedno s Giseldom Ranieri bavila sam se tjelesnim vježbama kako bismo utjelovile i dekonstruirale te pokrete, na kraju ih pretvarajući u novi performativni jezik.

Rječnik gesta: Inspirirana *Rječnikom talijanskih gesta* Brune Munarija, razvila sam rječnik *Cat Care Calling*, katalogizirajući pokrete i žrtava i počinitelja *catcallinga*. Neke su geste izravno potekle od ispitanika, dok ostale su proizašle iz improvizacijskih istraživanja.

Buduća mitologija: Kritičan trenutak u izvedbi bila je transformacija stereotipne slike ženskog tijela podvrgnutog objektifikaciji u hibridni oblik. Kroz rad sa sjenama i fizičku metamorfozu, tijelo se pomicalo prema novom identitetu - entitetu koji se stapa s prirodnim elementima, utjelovljujući ekofeminističku perspektivu u kojoj spajanje ljudskog, životinjskog i biljnog svijeta stvara postantropocentričnu viziju.

Reaproprijacija: Završna faza istraživanja usredotočila se na povrat moći kroz pokret. To je značilo preoblikovanje nasilnih gesta u pokrete brige, istražujući kako bi se agresija mogla preokrenuti kako bi se potaknula snaga i sposobnost djelovanja. Izvođenjem ovih transformacije pred publikom, rad je pozivao gledatelje da svjedoče i sudjeluju u procesu preuzimanja moći.

Završno izvješće: od susreta s projektom PMP do izvedbe *Cat Care Calling*

Iskustvo s projektom *Professional Media Presence* (PMP) bilo je transformativno te je utjecalo kako na moju umjetničku praksu, tako i na moje razumijevanje uloge medija u oblikovanju profesionalnog identiteta.

Online seminar: Polazna točka – Moje prvo sudjelovanje u PMP-u bilo je putem online seminara, gdje sam se susrela s raspravama o sjecištu digitalnih medija i umjetnosti. Ove su se razmjene nadovezale na moje tekuće istraživanje i ojačale moju želju za suradnjom unutar ove mreže.

Radionica u Forte Margheri: Umjetnički rast i dijalog – Radionica uživo u Forte Margheri pružila je jedinstven prostor za umjetničku razmjenu s 32 međunarodna umjetnika. Istraživanje grada Venecije i sudjelovanje u kolektivnom istraživanju proširilo je opseg mog projekta, jačajući vezu između interseksionalnosti, performansa i digitalne prisutnosti.

Od istraživanja do izvedbe: *Cat Care Calling* – Projekt *Cat Care Calling* razvio se iz intervjua u strukturiranu izvedbu razvijenu tijekom rezidencije u Mestreu. Suradnja s Giseldom Ranieri dovela je do plesnog istraživanja načina na koji se čin nasilja može subvertirati i redefinirati kao proces iscjeljivanja.

Ova je metodologija strukturirana oko četiri ključne komponente:

Rječnik – Identifikacija i katalogizacija gesta povezanih s *catcallingom*.

Utjelovljenje – Prevođenje ovih gesta u izvedbeni jezik.

Buduća mitologija – Preoblikovanje tijela izvan nametnutih društvenih uloga.

Reaproprijacija/Osnaživanje – Korištenje pokreta kao alata za povratak vlastite sposobnosti djelovanja.

Cijeli istraživački proces i razmišljanja o rezidenciji dokumentirani su u članku:

https://pmpproject.turkuamk.fi/blogs/working-in-artist-residency-in-venice-what-is-catcare-calling/?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaaf8aQlzTFjXexkauZ8Lj2n6l3YGDFgAiyQoo3exCO_osRyq8VxATgTOho_aemGgkANGtxx68oEvp_hExcog

Zaključak

Iskustvo PMP-a bilo je ključno u oblikovanju mog pristupa izvedbi i medijskom angažmanu. Integrirajući istraživanje temeljeno na intervjuima, prakse utjelovljenja i digitalne alate, razvila sam metodologiju koja ne samo da dekonstruira nasilne društvene geste, već ih i preuzima kao oblik osnaživanja. U budućnosti je moj cilj proširiti *Cat Care Calling* u višeslojnu izvedbu koja nastavlja izazivati percepciju rodno uvjetovanog nasilja, otvarajući nove puteve za promišljanje, dijalog i transformaciju.

Reference

- Arora, P. i Vermeulen, F. (2013). Kraj umjetnika? Umjetnici, muzeji i digitalno doba. *Museum Management and Curatorship*, 28(5), 438-451.
- Baker, S. i Blaagaard, B. (2016). *Novinarstvo i kultura nadzora: praćenje i osnaživanje društva?* Routledge.
- Bennett, T. (2013). *Stvaranje kulture, mijenjanje društva*. Routledge.
- Bishop, C. (2012). *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. Verso.
- Bonini, T. (2020). *Public Service Media and the Digital Age: International Perspectives*. Bloomsbury.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Columbia University Press.
- Bourdieu, P. (1998). *O televiziji*. The New Press.
- Chandler, D. i Munday, R. (2020). *Rječnik medija i komunikacije*. Oxford University Press.
- Cotter, K. (2021). Algorithmic Visibility: Platforms, Power, and the Regulation of Creative Labor. *New Media & Society*, 23(6), 1441-1462.
- Crenshaw, K. (1989.). Demarginalizacija presjeka rase i spola: crna feministička kritika antidiskriminacijske doktrine, feminističke teorije i antirasističke politike. *Pravni forum Sveučilišta u Chicagu*.
- Dean, J. (2010). *Teorija bloga: Povratne informacije i zadržavanje u krugovima poticaja*. Polity.
- Dixon, S. (2007). *Digital Performance: A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation*. MIT Press.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*. Basic Books.
- Gauntlett, D. (2011). *Stvaranje je povezivanje: Društveno značenje kreativnosti, od DIY-a i pletenja do YouTubea i Weba 2.0*. Polity Press.
- Gillespie, T. (2018). *Čuvari interneta: platforme, moderacija sadržaja i skrivene odluke koje oblikuju društvene mreže*. Yale University Press.
- GioCredi, J. (2016). Branding for Artists: How to Develop a Personal Narrative in the Digital Age. *Journal of Arts Management*, 14(2), 95-112.
- Hesmondhalgh, D. (2019). *Industrije kulture*. Sage.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Jones, C. (2018). *Art Criticism Online: Visibility, Value, and the Digital Turn*. *Časopis za vizualnu kulturu*, 17(2), 1-15.

Marwick, A. (2013). Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age. Yale University Press.

Menger, P.-M. (2006). Umjetnička tržišta rada: nepuno radno vrijeme, višak ponude i upravljanje profesionalnim rizikom. U: Ginsburgh i Throsby (ur.), Priručnik o ekonomiji umjetnosti i kulture (str. 765-811). Elsevier.

Rogers, R. (2020). Deplatforming: The Fight for Free Speech on the Internet. MIT Press.

Santagata, W. (2014). The Culture Factory: Creativity and the Production of Culture. Springer.

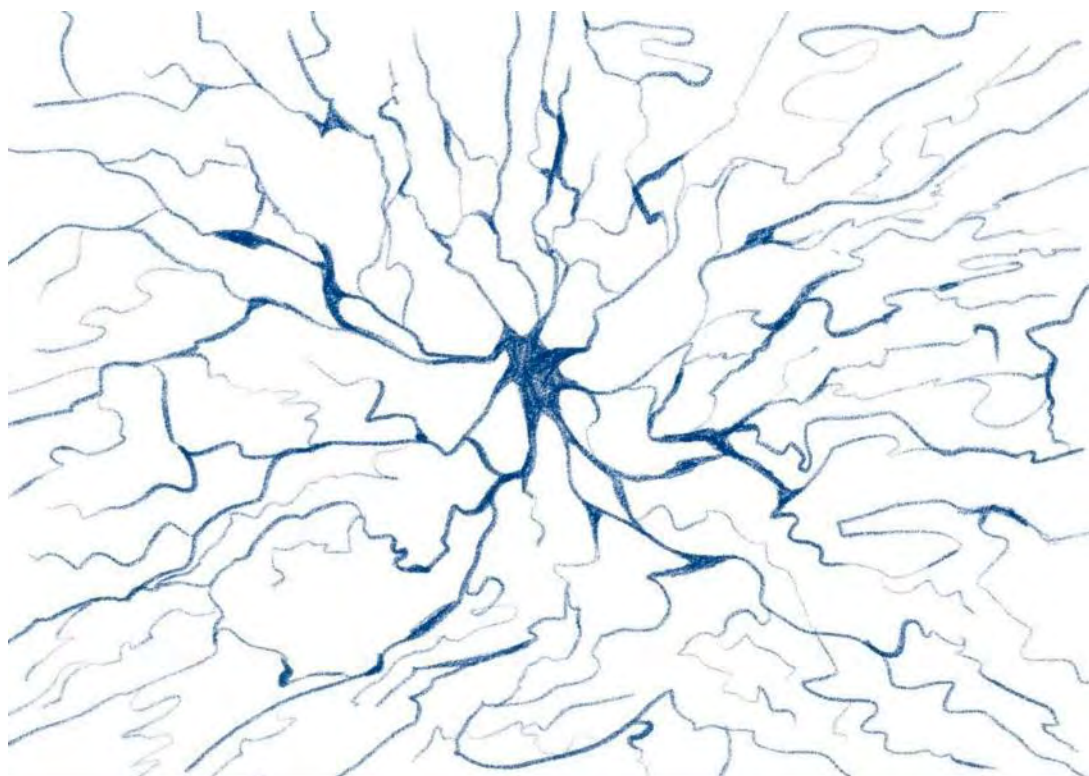
Steyerl, H. (2017). Duty Free Art: Art in the Age of Planetary Civil War. Verso.



Radionički tjedan u Hrvatskoj, 2025
Autor fotografija: Darko Skrobonja

Mediji i identitet kroz hidrofeminističku prizmu

Alexanda Stroganova , umjetnica u rezidenciji u Splitu, jesen 2025.



Slika 1. (Alexandra Stroganova)

Prolog

"Svi smo u ovome zajedno, ali nismo jedno te isto"

- Rosi Braidotti

"Svi smo mi vodena tijela"

- Astrida Neimanis

Astrida Neimanis, feministička teoretičarka i znanstvenica, u svom je izlaganju na Bijenalu u Rigi 2021. godine istaknula da smo „svi na otvorenom moru”. Biti na otvorenom moru znači biti izgubljen i nesiguran što učiniti. Taj izraz više nego precizno opisuje kako se mnogi ljudi – a osobito umjetnici – trenutačno osjećaju u svijetu koji je izmaknuo kontroli. Klimatske promjene. Otapanje ledenjaka. Masovno izumiranje vrsta. Onečišćenje. Krčenje šuma. Insekticidi. Ratovi. Pandemije.



Uspon krajnje desne politike. Fašizam. Migrantska kriza. Bijela nadmoć. Mizoginija. Nepravda. I tako dalje. Svijet trenutačno zasigurno plovi uzburkanim vodama. Kako ne odustati, već „ostati s problemom” (Haraway, 2016.) ovoga svijeta i učiniti ga boljim mjestom – ne samo za ljude, već i za sva živa i neživa bića? Kako preoblikovanje načina razmišljanja i bivanja u ovom svijetu može usmjeriti naš brod prema pravednijem obzoru? Što umjetnici mogu učiniti kako bi pridonijeli boljitku svijeta usred njegove nestabilnosti?

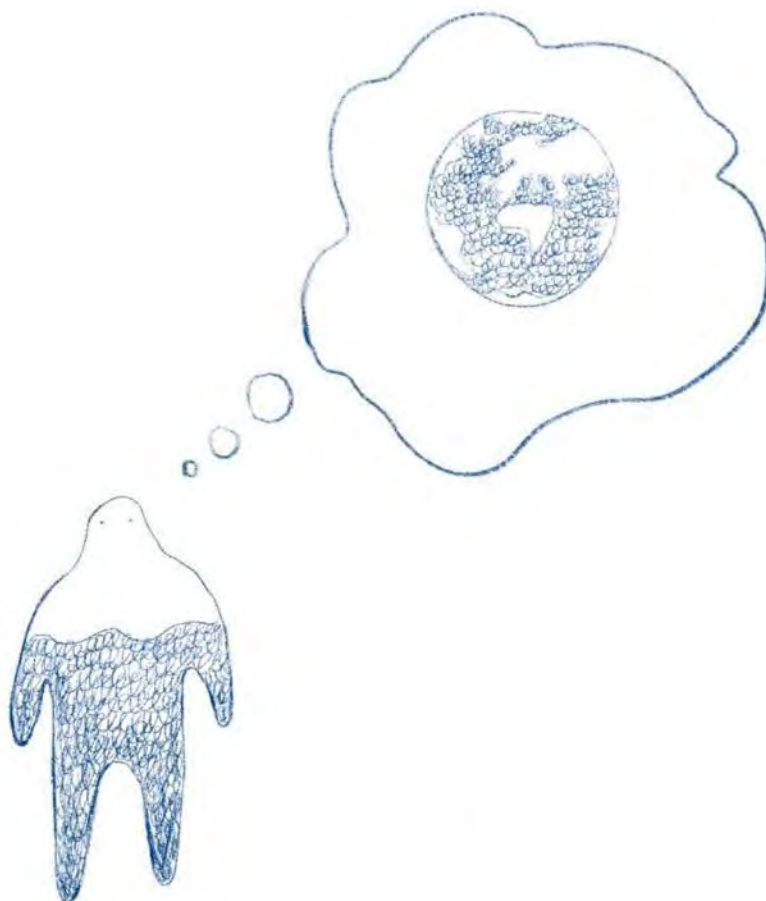
U ovom turbulentnom razdoblju polikrize mnoge feminističke misliteljice okreću se posthumanizmu kako bi se suočile s ograničenjima antropocentričnog načina razmišljanja. Donna Haraway, Astrida Neimanis, Rosi Braidotti, Stacy Alaimo, Karen Barad i mnoge druge istaknule su da se feminizam ne bavi samo pravima žena, već pravima svih ljudi i – što je osobito važno – pravima bića koja nadilaze ljudsko (tzv. **more-than-human**). Te nas teoretičarke potiču da preispitamo središnji položaj ljudi u svijetu i njihovu odvojenost od prirode (v. npr. Barad, 2007; Haraway, 2016; Neimanis, 2017; Braidotti, 2013; Alaimo, 2010). One zagovaraju način razmišljanja i postojanja koji se temelji na odnosima te predlažu promatranje svijeta kao međusobno povezanog – ili, poslužimo li se terminom Karen Barad, „intrapovezanog” (Barad, 2007) – pri čemu je sve „uvijek već isprepleteno u odnosima s mnoštvom drugih bića (životinjskih, biljnih, digitalnih i geoloških) te načinima na koje ona međusobno utječu jedna na druge” (Åsberg, 2021).

Ovaj esej predstavlja nekoliko poticajnih koncepata namijenjenih umjetnicima (i drugima) koji nastoje proniknuti u suvremena pitanja **etike, identiteta i medija**. Umjesto popisa s gotovim odgovorima, tekst nudi nove perspektive i vježbe razmišljanja koje mogu pomoći u promišljanju vlastite pozicije unutar tih tema. Pritom se posebno oslanja na jedan smjer posthumanističke feminističke filozofije poznat kao hidrofeminizam (Neimanis, 2012.). Hidrofeminizam sugerira da su sva tijela zapravo vodena tijela te nas poziva da razmišljamo **s vodom** – i metaforički i doslovno – kako bismo razumjeli povezanost svih vodenih tijela, kako ljudskih tako i onih koja nadilaze ljudsko.

Različiti oblici medija mogu biti djelotvorni ili gotovo neizostavni alati u suvremenoj komunikaciji te stvaranju i širenju znanja. Odnos umjetnika prema medijima oblikovan je njihovim identitetima, koji su pak oblikovani samim medijima. Stoga nam istraživanje identiteta iz različitih perspektiva pomaže razjasniti što nastojimo ili želimo komunicirati, zašto nas određene teme neprestano privlače ili odbijaju te, s druge strane, kako na nas utječe prisutnost u medijima. Naposljetku, razumijevanje etike korištenja medija i njihove uloge u umjetničkoj praksi ključno je želimo li te alate koristiti na održiv način te na način koji jača demokratske, sigurne i uključive prostore – slobodne od seksizma i rasizma – uz istovremeno očuvanje slobode izražavanja.

Ovaj esej ispituje složenu mrežu odnosa između identiteta i medija kroz hidrofeminističku prizmu, istražujući kako bi etika brige mogla utjecati na korištenje medija i stvaranje umjetnosti od strane profesionalnih umjetnika. Ostatak eseja strukturiran je na sljedeći način. Prvo, definira hidrofeminizam kao način razmišljanja - s vodom, naglašavajući međusobnu povezanost i propusnost svih vodenih tijela. Drugo, razmatra kako su identitet i mediji isprepleteni u našem suvremenom, tehnološki vođenom svijetu. Treće,

istražuje medije kao fluidnu materijalnost. Nadalje, razmatra kako briga, pažnja i uzajamnost mogu usmjeravati način na koji umjetnici koriste medije ili stvaraju djela. Na kraju svakog poglavlja nalaze se pitanja i vježba koji čitatelju omogućuju promišljanje o sadržaju poglavlja. Preispitivanjem prethodno spomenutih veza, ovaj esej nastoji pomoći umjetnicima da razmotre etičke implikacije svojih medijskih praksi, na dobrobit samih umjetnika, zajednica s kojima surađuju, kao i naše zajedničke budućnosti.



Slika 2. (Alexandra Stroganova)

Poglavlje 1. Hidrofeminizam

„Predočavanje nas samih kao vodenih tijela stoga nije samo eksperiment u ljudskom utjelovljenju, već i feminističko opredjeljenje za praćenje tokova marginalizacije i nepravde, kao i onih povezanosti, osnaživanja i radosti koje naša vodena tjelesnost zajednički stvara.”

-Astrida Neimanis (2017., str. 64)

U ovom poglavlju iznosim ključne ideje hidrofeminizma, prateći kako on pristupa vodi kao metafori i kao materijalnoj sili koja oblikuje svjetove putem relacijskih tokova. Hidrofeminizam je pravac feminističke teorije koji je razvila Astrida Neimanis (2012.) i koji povezuje feminističke i ekološke ideje. U ovoj filozofiji voda zauzima središnje mjesto te se shvaća i metaforički i doslovno kao tvar koja povezuje sva živa i neživa bića na našem planetu.

Neimanis (2012.; 2017.) tvrdi da su ljudi i sva bića, kako doslovno tako i metaforički, vodena tijela. Voda ne prolazi kroz nas tek kao nešto što pijemo, upijamo i izlučujemo; ona nas i izgrađuje – više od polovice našeg tijela sastavljeno je od vode. Stoga biti vodeno tijelo znači biti i nositelj vode i sama voda. Kada prihvatimo činjenicu da je naš planet u mnogo većoj mjeri oceanski planet nego „kopneni” te da sav život ovisi o vodi, granica između ljudi i onoga što nadilazi ljudsko počinje se zamagljivati. Iz tog spoznajnog uvida proizlazi izazov antropocentričnim predodžbama koje nas odvajaju od svega ostalog. Hidrofeminizam sugerira da smo „svi mi vodena tijela” te da su sva vodena tijela povezana s drugim tijelima i ekosustavima kroz vodenu uzajamnost, zbog čega ne postoje izolirano, već uvijek u odnosu. Neimanis (2017.) tu međupovezanost opisuje kao hidrokomons (engl. *hydrocommons*) koji nadilazi ljudsko: „Vodena tijela traže od nas da zamislimo te tjelesne vode kao dio hidrokomonsa koji mi stvaramo i koji zauzvrat stvara nas” (str. 169).

Stavljanjem u prvi plan djelatnosti vode i odnosa koji nadilaze ljudsku sferu, hidrofeminizam dovodi u pitanje ideju o ljudskoj iznimnosti te ljude ponovno pozicionira kao sudionike planetarnih procesa, a ne kao njihove gospodare.

Sva vodena tijela su povezana, ali nisu ista (Neimanis, 2017.). Tvrdnja da smo svi povezani putem vode ne znači utapanje svih razlika u jednu veliku, bezličnu i skladnu cjelinu. Hidrofeminizam inzistira na tome da zadržimo svijest o kolonijalnoj povijesti, strukturnoj nejednakosti, nepravdi prema okolišu, ranjivostima uvjetovanim rasom i rodom te ekološkoj šteti. Poziva na preispitivanje etike, pravde i skrbi u kontekstu klimatskih promjena, porasta razine mora, onečišćenja voda i drugih kriza. Doista, takav zaokret u perspektivi može potaknuti našu maštu; kako se pita Astrida Neimanis: „Kakvu bismo etiku njegovali kada bismo obraćali pozornost na svoje vodeno podrijetlo? Kako bismo mogli nanovo zamisliti srodstvo i povezanost kada bismo se prisjetili te neizbježne mreže životinja, biljaka, rijeka, oblaka i oceana – ali i postrojenja za pročišćavanje otpadnih voda, odlagališta jalovine i prljave vode od pranja posuđa – koja cirkulira kroz nas? To može ukazati na drukčije oblike odgovornosti.” (Neimanis i Blackmore, 2024.)

Interludij 1. Osjećanje hidrokomonsa

Ovdje predlažem kratku vježbu za povezivanje s hidrokomonsom i njegovo osjećanje. Ako imate pristup mjestu s vodom (malom jezercu, rijeci, jezeru, moru, potočiću, močvari itd.), možete prošetati do tamo i pronaći mirno mjesto gdje možete sjediti ili stajati nekoliko minuta. Ako nemate, ne brinite – ova se vježba može izvesti bilo gdje.

Pronađite prikladno mjesto. Smjestite se u udoban položaj. Možete sjesti ako možete. Prvo pročitajte upute, a zatim zatvorite oči.

Obratite pozornost na svoje disanje. Duboko udahnite. Izdahnite. Osjetite zrak kako ulazi i izlazi.

Udahnite.

Izdahnite.

Udahnite.

Izdahnite.

Obratite pažnju na zvukove oko sebe. Stavite ruke na prsa.

Osjetite vodu u svom tijelu. Je li mirna ili teče? Je li hladna ili topla? Bistra ili mutna? Zamislite da ista voda teče u drugoj osobi. U drugoj životinji.

U ribi u moru, u ptici na nebu, u drvetu u parku.

Udahnite. Izdahnite.

Prisjetite se trenutka kada se voda brinula o vama – ili kada ste se vi brinuli o vodi. Kakav je to bio osjećaj?

Udahnite. Izdahnite.

Sjetite se vremena kada ste bili potpuno okruženi vodom, u majčinoj utrobi.

Prisjetite se topline tih voda... kakav je bio osjećaj plutati u oceanu ljubavi i brige?

Udahnite. Izdahnite.

Sada na trenutak razmislite o svom položaju u ovom svijetu u odnosu na vodu. Imate li privilegij pristupa njoj većinu vremena? Osvjestite tu privilegiju. Pokušajte ne osjećati krivnju, već zahvalite vodama što su tu za vas i razmislite što biste mogli učiniti kako biste u ovaj svijet unijeli više ljubavi, brige i pravde?

Udahnite. Izdahnite.

Udahnite. Izdahnite.

Udahnite. Izdahnite.

Polako se vratite u sadašnji trenutak pomicanjem prstiju na rukama i nogama, osvježavanjem svih dijelova tijela i glave te polaganim otvaranjem očiju.

Kako ste se osjećali?



Slika 3. (Alexandra Stroganova)

Poglavlje 2. Identitet i mediji kroz hidrofeminističku prizmu

„Sastavljeni smo od onoga što je vani. Ono što je vani stvara nas.”

-Astrida Neimanis

Ovo poglavlje istražuje kako se pojmovi identiteta i medija mogu rekonfigurirati putem hidrofeminizma.

Rječnik Merriam-Webster definira identitet kao „obilježje ili osobnost po kojima se pojedinac razlikuje od drugih”, obuhvaćajući pritom fiziološke i psihološke značajke za koje se često pretpostavlja da se razvijaju tijekom dojenačke dobi te stabiliziraju do odrasle dobi. Ta definicija stavlja ljudskog pojedinca u središte, no identitet nije isključivo ljudska značajka; riječ je o širokom i višestrukom konceptu čije značenje ovisi o teorijskom okviru unutar kojeg se promatra.

Identitet je neraskidivo povezan s tijelom, stoga redefiniranje naših tijela kao vodenih tijela mijenja način na koji shvaćamo sam identitet. Hidrofeministički pristup naglašava fluidnost tijela, a time i identiteta, ističući kako naš osjećaj vlastitog ja nastaje kroz neprekidnu razmjenu s vodenim svjetovima i ekološkim mrežama.

„Voda je, kao što znamo, promjenjiva oblika – prelazi iz krutog u tekuće i plinovito stanje te nastanjuje tijela svih vrsta, pa i sama poprima njihov oblik. Voda je nedvojbeno povezana s tekućinom, no kao materijalizacija apstraktnog svojstva omogućuje nam da o načinu na koji ta tvar postaje materijalnom promišljamo na konkretnije i situirane načine – s obzirom na tijela koja oživljava, procese koje omogućuje i granice na koje nailazi.” (Neimanis, 2017., str. 80)

Ova perspektiva destabilizira zapadnjačku predodžbu o sebstvu kao o nečemu zasebnom, autonomnom i omeđenom. Umjesto toga, ona tijela – a time i identitete – shvaća kao fluidna, relacijska i ukorijenjena u planetarnim kruženjima vode. Iz hidrofeminističke perspektive, identitet nije fiksni niti samodostatan; on je uvijek u neprestanom procesu „postajanja s” okolišima, tehnologijama te živim i neživim entitetima. „Postajanje s” (engl. **becoming-with**) pojam je kojim Donna Haraway (2016.) opisuje kako se bića neprestano oblikuju kroz svoje odnose s drugima i s okruženjem. Taj pojam naglašava da ne postajemo ono što jesmo sami, već kroz kontinuirane, isprepletene susrete sa svijetom. To se može shvatiti kao proces stalne preobrazbe našeg identiteta, na koji utječu odnosi s drugim ljudskim i neljudskim akterima te okolišima.

Mediji se, prema definiciji s portala dictionary.com, definiraju kao „sredstva komunikacije – poput radija i televizije, novina, časopisa i interneta – koja dopiru do velikog broja ljudi ili na njih utječu”. Danas mediji imaju značajnu ulogu ne samo u komunikaciji i širenju znanja, već i u oblikovanju identiteta (Acim, 2025). Ono što u medijima vidimo, čitamo i slušamo oblikuje naše razumijevanje svijeta. Isto tako, ono što putem medija dijelimo sa svijetom utječe na taj svijet i oblikuje način na koji nas on doživljava.

Polazeći od hidrofeminizma, medije možemo shvatiti kao oblik fluidne materijalnosti koji se kreće i preobražava poput vode. Neimanis (2012.) opisuje vodu kao „materijalni medij” koji curi, kruži i prenosi sjećanja, pokazujući kako tijela i okoliši neprestano razmjenjuju značenja. To nam omogućuje da razmotrimo kako mediji apsorbiraju, preusmjeravaju i preoblikuju narative o identitetu putem mreža koje nikada nisu neutralne. Za Neimanis (2012.) sva su znanja posredovana. Nadovezujući se na to, ta se ideja može primijeniti na shvaćanje identiteta kao nečega što je uvijek posredovano tehnologijama i medijskim alatima – kao fluidnog procesa stalne rekonfiguracije. Baš kao što voda nosi ekološke i političke povijesti, tako i medijske infrastrukture nose vlastite pristranosti i posljedice. Promatranje medija iz te perspektive ističe materijalnu etiku, podsjećajući nas da svako kruženje – bilo vode ili informacija – ima učinke koji se šire poput valova kroz tijela, tehnologije i identitete.

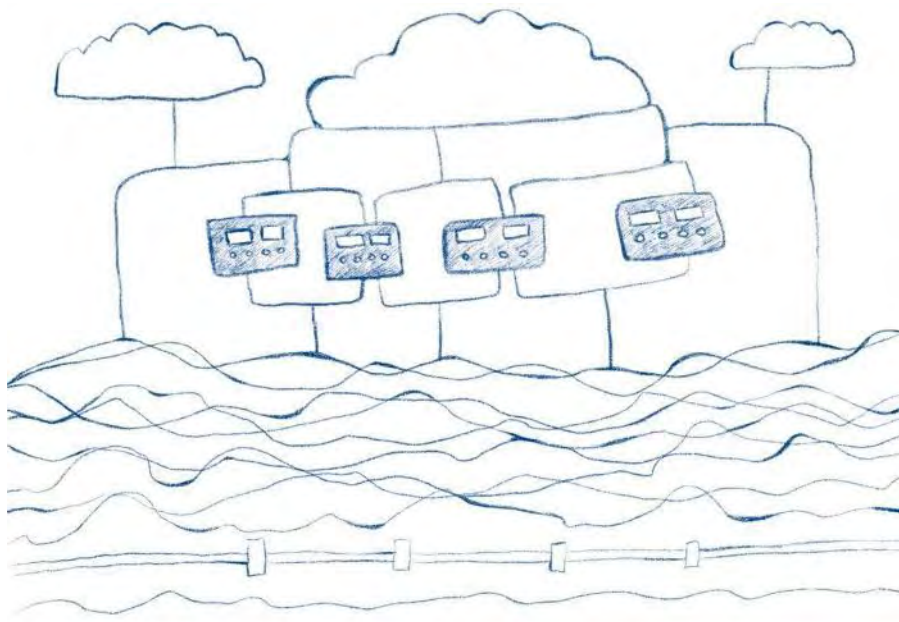
Interludij 2. Razumijevanje digitalnog identiteta

Ova se vježba može izvoditi bilo gdje i bilo kada. Možda će vam pritom koristiti papir i olovka.

Razmislite o pitanjima u nastavku i zapišite svoja razmišljanja. Možete i crtati ili izraditi mapu. Nema točnih ni pogrešnih odgovora. Cilj je ove vježbe osvijestiti složenost, mogućnosti i ograničenja medija u odnosu na identitet.

- *Mislite li da imate fiksni identitet ili je on u stalnoj promjeni?*
- *Kakvi odnosi utječu na vaš osobni identitet?*
- *Je li vaš profesionalni identitet odvojen od osobnog? Kako se on manifestira u medijima?*
- *Je li vaš digitalni identitet isti kao vaš osobni/profesionalni identitet? Kako se mijenjao tijekom vremena korištenja medija? Što je moglo utjecati na tu promjenu?*
- *Razlikuje li se vaš identitet na različitim medijskim platformama?*

Možete odabrati jednog umjetnika ili umjetnicu kojeg poznajete i provjeriti kako koristi medijske platforme. Je li prisutan odnosno prisutna na više medijskih platformi? Kako se njegov ili njezin profesionalni i osobni identitet očituje kroz medije?



Slika 4. (Alexandra Stroganova)

Poglavlje 3. Mediji kao fluidna materijalnost i skrivene vode medija

Korištenje medija postalo je sastavni dio života mnogih umjetnika diljem svijeta. Iako društvene mreže olakšavaju razmjenu i širenje informacija, omogućujući povezivanje i komunikaciju kakvi su prije samo nekoliko desetljeća bili nezamislivi, pitanja o njihovom zdravom korištenju i održivosti medijskih infrastruktura izazivaju ozbiljnu zabrinutost.

Algoritmi stvaraju „komore odjeka” u kojima putevi stagniraju, poput otpadnih voda bez otjecanja. Medije često doživljavamo i opisujemo kao tokove slika, glasova i identiteta u digitalnom prostoru.

Čini se da je digitalni prostor beskrajan i prolazan. Ipak, ti digitalni oblaci, tokovi i spremnici uvelike ovise o fizičkoj infrastrukturi: od hardvera poput pametnih telefona i računala pa sve do onoga što omogućuje postojanje te globalne mreže i digitalnog prostora – sustava podmorskih kabela, poslužitelja i golemih podatkovnih centara. Potonji se za hlađenje prvenstveno oslanjaju na vodu. Posljednjih je godina ubrzani razvoj digitalizacije doveo do povećane potražnje za podatkovnim centrima, a time i do veće potrošnje vode u njihovim sustavima hlađenja. Jedan podatkovni centar može godišnje potrošiti stotine milijuna litara pitke vode, što odgovara količini vode koju potroši manji grad (Mytton, 2021.). To samo po sebi otvara mnoga pitanja, osobito s obzirom na to da se mnoga područja diljem svijeta suočavaju s ozbiljnom sušom i borbom za vodne resurse.

„Skrivene vode” digitalnih medija otkrivaju da naizgled nematerijalni tokovi slika, identiteta i komunikacije ovise o suštinski materijalnoj hidrološkoj infrastrukturi. Voda postaje medij posredovanja – ona doslovno odvodi toplinu naših medijskih interakcija. Iz te perspektive, „oblak” je hidrološki sustav oblikovan međudjelovanjem ljudskih želja, digitalnih tehnologija i prirodnih elemenata. To također otvara etičko pitanje u samom središtu hidrofeminizma: čije se vode crpe, preusmjeravaju ili čak žrtvuju kako bi se održale naše medijske interakcije, arhivi i digitalno ja? Ovakav pristup naglašava da medijska ekologija nikada nije neutralna, već je ukorijenjena u planetarnoj politici voda koja neravnomjerno raspoređuje rizike, terete i odgovornosti.

Interludij 3. Razumijevanje medija koje koristite

Cilj je ove vježbe razmisliti o medijskim platformama koje koristimo te o mrežama odnosa čiji su one dio. Odaberite jednu digitalnu medijsku platformu kojom se često koristite. Istražite tko je njezin vlasnik, gdje se nalaze njezini poslužitelji (serveri) i na koji se način hlade.

Koja vodena ili energetska područja ih podržavaju?

Koliko se vode dnevno ili godišnje koristi za održavanje ove platforme? Koji vodeni resursi (doslovni ili metaforički) održavaju vaš digitalni identitet?



Slika 5. (Alexandra Stroganova)

Poglavlje 4. Hidrofeministička etika u umjetnosti i medijima

"Vizualni prikazi nikada nisu nevini; uvijek su konstruirani putem različitih praksi, tehnologija i znanja."

-Gillian Rose

Ovo poglavlje istražuje kako briga, pažnja i uzajamnost mogu usmjeriti umjetnike prema odgovornijim medijskim i umjetničkim praksama te sažima kako hidrofeminizam može oblikovati etične, međusobno povezane i održive pristupe stvaranju umjetnosti i uporabi medija.

Ljudi umjetnost često doživljavaju kao gotov proizvod, a ne kao proces. Ipak, iza svakog umjetničkog djela – bilo da je riječ o tradicionalnom statičnom objektu, pokretnoj slici, zvučnoj umjetnosti, instalaciji ili nečem drugom – uvijek stoji proces. Štoviše, umjetnici nikada ne stvaraju u izolaciji.

Stvaranje umjetnosti zahtijeva povezanost s materijalima, idejama, drugim ljudima i entitetima koji nadilaze ljudsko. Umjetnost je proces koji je po svojoj prirodi isprepleten. Zapravo, umjetnost nikada ne može biti uistinu dovršena; ona je uvijek u procesu nastajanja – nastajanja u suodnosu s okruženjima u kojima se nalazi i s onima koji je doživljavaju.

Predstavljane umjetnosti putem medija dodaje još jedan sloj – ekran. Posljedično, umjetnost koja se dijeli putem medija postaje dijelom vizualne kulture posredovane tehnologijom. A budući da tehnologija nikada nije neutralna, to čini kritičku osviještenost umjetnika nužnom.

Što umjetnici odlučuju podijeliti na internetu? Jesu li to samo priče o uspjehu? Prikazuju li svoje procese ili samo „dovršeno” djelo? Kakve narative učvršćuje umjetnost koja cirkulira medijima? I koliko digitalnog prostora ona zauzima?

Važno je razumjeti relacijski aspekt umjetničkog stvaranja kako bismo postali svjesniji njegovih etičkih implikacija. Umjetničko stvaranje od umjetnika zahtijeva da budu istovremeno odgovorni i sposobni za odgovaranje (engl. **response-able**; Haraway, 2016.). Ta sposobnost odgovaranja – koncept koji je uvela Donna Haraway (2016.) – redefinira odgovornost ne kao puku obvezu polaganja računa, već kao sposobnost reagiranja s brigom i promišljenošću. Ona nas poziva da postanemo sposobni za odgovaranje tako što ćemo se s pažnjom odnositi prema složenosti svijeta, osobito suočeni s ekološkim izazovima. U svojoj srži, sposobnost odgovaranja podrazumijeva donošenje promišljenih odluka, njegovanje kolektivnog razumijevanja i izgradnju srodnosti s drugim bićima dok se suočavamo sa svjetskim problemima i „ostajemo s nevoljom” (**staying with the trouble**).

Prihvaćajući tu sposobnost odgovaranja, moramo se pozabaviti s nekoliko pitanja. Kako možemo njegovati prakse kolektivne skrbi u tehnološki uvjetovanom dobu neizvjesnosti? Kako stvarati i predstavljati umjetnost na promišljenije načine? Koje vrste umjetničkih praksi mogu donijeti promjenu u ovom svijetu? Hidrofeministička etika, koja naglašava skrb, slušanje, uzajamnost i pozornost prema različitim vrstama tokova, nudi okvir za pristupanje tim pitanjima.

Etika skrbi potiče nas da medijima ne pristupamo samo kao sredstvima izražavanja, već kao relacijskim okruženjima koja uključuju odgovornosti, međusobne ovisnosti i posljedice. Umjesto da medije doživljava kao neutralne ili lišene trenja, praksa usmjerena na skrb u prvi plan stavlja ekološke, društvene i emocionalne uvjete koji oblikuju stvaranje i cirkulaciju medijskih sadržaja. Ta perspektiva ima potencijal pomoći umjetnicima u snalaženju u medijskom prostoru na nekoliko načina.

Etika skrbi podupire prakse koje daju prednost suglasnosti, kontekstu i odnosu punom poštovanja. Potiče umjetnike da razmotre kako slike prikazuju druge, kako priče kruže i kako djelo može utjecati na publiku. Skrb također nadilazi ljudske odnose; uključuje pozornost prema vodi, materijalima, uređajima i okruženjima uključenima u proces proizvodnje. Etika skrbi nudi protutežu ubrzanju, neprestanom objavljivanju sadržaja i pritiscima koje nameću platforme. Ona daje legitimitet sporosti, stankama i svjesnom djelovanju.

Kako bi stvarali umjetnost na etičniji način, umjetnici moraju biti svjesni poruka koje njihova umjetnost prenosi. S kime surađuju? Kako surađuju s tim ljudskim ili više-nego-ljudskim akterima? Odakle potječu materijali i što sadrže? Koji se resursi – poput električne energije i vode – koriste i u kojim količinama? Kakve tragove umjetnost ostavlja za sobom? Kako bi stvarali umjetnost na etičniji i održiviji način, umjetnici moraju biti svjesni tih pitanja te iskazivati poštovanje prema onima s kojima misle i rade.

Odabir održivijih umjetničkih materijala i načina stvaranja pridonijet će boljoj budućnosti za sve.

Interludij 4

Što čini hidrofeminističku etičku umjetničku i medijsku praksu?

Suglasnost i vidljivost — poštovanje suradnika i sudionika.

Digitalna etika — preispitivanje algoritama, razumijevanje podatkovnog kolonijalizma i pristranosti platformi.

Ekološka etika — uzimanje u obzir uvažavanje troškova energije, vode i materijala pri stvaranju umjetničkih djela i medijskih sadržaja.

Kakav je vaš odnos prema vodi? Kako smo svi mi, kao vodena tijela, međusobno povezani? Koje priče u sebi nose vodeni arhivi?

Što možemo naučiti od vode?

Kakav je utjecaj čovjeka na okoliš?

Kakve tragove vaša umjetnička praksa ostavlja u svijetu i u digitalnom ekosustavu?

Pojačava li vaš rad određene glasove ili ih utišava?



Epilog

Ovaj esej predstavio je hidrofeministički okvir za proučavanje umjetnosti, etike, identiteta i medija. Umjesto da se usredotočuje na ono što nas razdvaja jedne od drugih i od svijeta, nudi perspektivu koja ističe našu povezanost putem voda koje nas čine. Takva nas perspektiva potiče da identitete ne doživljavamo isključivo kao pojedinačne i fiksne, već da ih prepoznamo kao fluidne i podložne stalnim promjenama. Budući da hidrofeminizam zagovara tezu o međusobnoj povezanosti svega postojećeg, etička umjetnička praksa trebala bi – uz konvencionalne feminističke rodne perspektive – u obzir uzeti i ekološku pravdu, odnose među vrstama te prava i dobrobit same vode.

Naposljetku, hidrofeminizam ne nudi konačne odgovore ni propisana rješenja. Umjesto toga, poziva na trajnu pozornost, oslušivanje i odgovaranje. Za umjetnike i medijske djelatnike to znači ostati otvorenima prema načinima na koje se prakse razvijaju kroz odnose, kontekste i materijalne uvjete te prihvatiti neizvjesnost kao prostor skrbi, odgovornosti i zajedničkog nastajanja.

Reference:

Acim, Y. (2025). Utjecaj medija na konstrukciju identiteta: Sveučilište Sultan Moulay Slimane. Dibon Journal of Languages, 1(2), 165–173. <https://doi.org/10.64169/djl.28>

Alaimo, S. (2010). Bodily natures: Science, environment, and the material self. Indiana University Press.

Barad, K. (2007). Meeting the universe halfway: Quantum physics and the entanglement of matter and meaning. Duke University Press.

Braidotti, R. (2013). The posthuman. Polity Press.

Haraway, D. J. (2016). Staying with the trouble. Making kin in the Chtulucene. Duke University Press.

Identitet. (b.d.). U Merriam-Webster.com rječniku. Preuzeto 24. studenog 2025., s_ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/identity>

Mediji. (b.d.). U Dictionary.com. Preuzeto 10. prosinca 2025., s <https://www.dictionary.com/browse/media>

Mytton, D. (2021). Mytton, D. (2021). Data centre water consumption. npj Clean Water, 4, 11. <https://doi.org/10.1038/s41545-021-00101-w>

Neimanis, A. i Blackmore, L. (28. travnja 2024.). Learning with water. U časopisu La Escuela. Preuzeto 10. prosinca 2025., s <https://laescuela.art/en/campus/library/journal/learning-with-water-astrida-neimanis>

Neimanis, A. (2017). Bodies Of Water – Posthuman Feminist Phenomenology, London i New York: Bloomsbury (https://monoskop.org/images/9/90/Neimanis_Astrida_Bodies_of_Water_Posthuman_Feminist_Phenomenology_2017.pdf)

Neimanis, A. (2012). Hydrofeminism: Or, on becoming a body of water. U H. Gunkel, C. Nigianni i F. Söderbäck (ur.), Undutiful daughters: Mobilizing future concepts, bodies and subjectivities in feminist thought and practice (str. 96–115). Palgrave Macmillan.

Rose, Gillian. Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials. (1. izd. 2001; 5. izd. 2022).

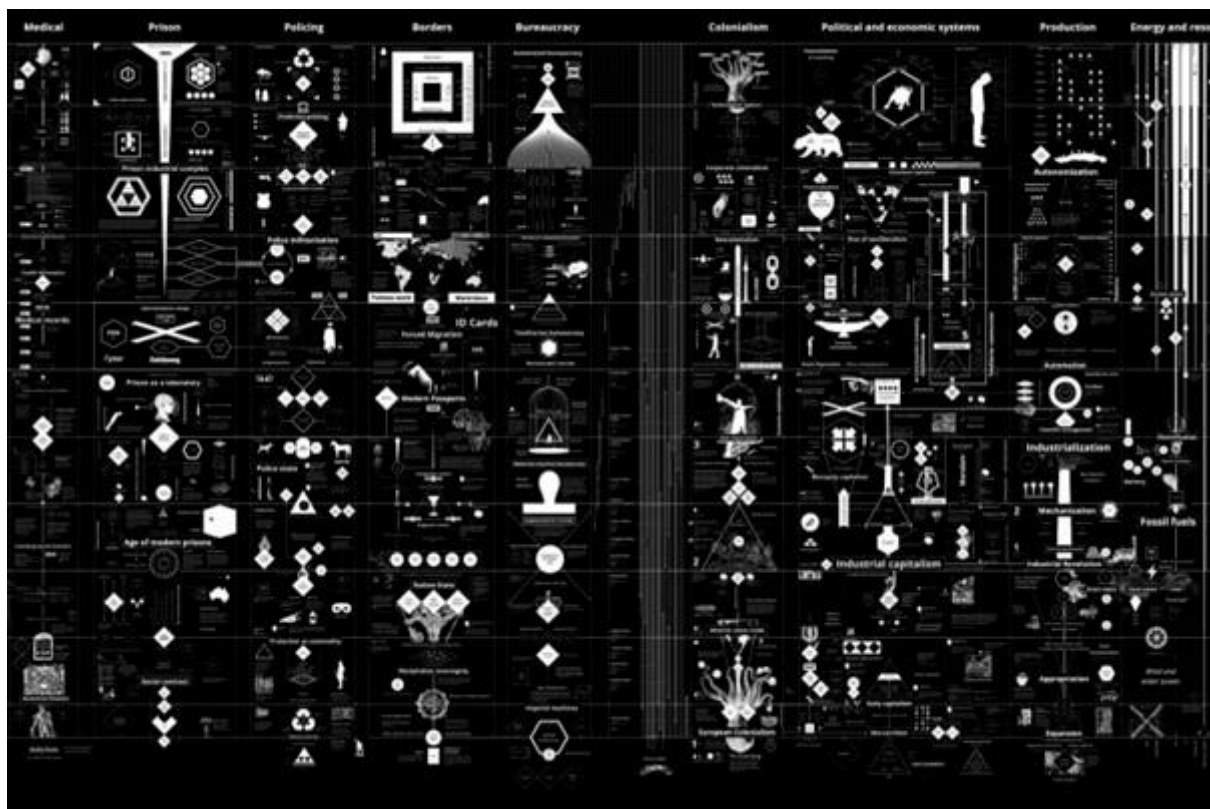


Radionički tjedan u Hrvatskoj, 2025

Mediji budućnosti: Ka regenerativnoj praksi brige

Ivana Tkalčić, umjetnica u rezidenciji a u Barceloni, proljeće 2025.

Uvod: Trenutno stanje – medijska zasićenost i izloženost tehnologiji



Slika 1. Crawford, K., & Joler, V. (2023). *Računajuća carstva: Genealogija tehnologije i moći, 1500–2025* [Interaktivna karta]. <https://calculatingempires.net>

Svakodnevno plivamo u moru digitalnih medija. Društvene mreže povezuju milijarde ljudi, algoritmi prilagođavaju vijesti i zabavne sadržaje našim interesima, a umjetna inteligencija sada generira sadržaj u razmjerima koji su nekoć bili nezamislivi. U samo jednoj minuti na internetu na YouTube se učita više od 500 sati videozapisa (YouTube Official Blog, 2025.) – što je tek dio beskrajne bujice informacija koje se nadmeću za našu pažnju. Ta nezapamćena medijska zasićenost obilježava suvremeni život, donoseći istovremeno iznimnu povezanost i ozbiljne razloge za zabrinutost.

Povrh toga, medijskim krajolikom dominira ekonomija pažnje vođena profitom. Platforme društvenih mreža i tehnološki divovi nadmeću se za svaku sekundu naše pažnje, osmišljavajući značajke kojima nastoje maksimizirati angažman i ostvariti prihode od oglašavanja. Kako ističe znanstvenica Shoshana Zuboff, tehnološke tvrtke „razvijaju proizvode koji uvjetuju naše ponašanje na načine koji nas čine profitabilnijima za njih” (Zuboff, 2019).

Drugim riječima, mediji su postali instrument kapitalističke hiperprodukcije – neprestano izbacuju goleme količine sadržaja i podražaja u potrazi za rastom. Kritičari tvrde da je taj model u svojoj biti neodrživ. Primjerice, finski fond za inovacije Sitra upozorava da je naša trenutna paradigma trošenja resursa i stvaranja otpada „neodrživa i štetna za okoliš” (Sitra, 2023). Taj degenerativni model, potaknut hiperprodukcijom, tretira ljudsku pažnju i prirodne resurse kao potrošno gorivo za neprekidni „napredak”. Jedna od neposrednih posljedica medijskog okruženja u kojem smo neprestano „uključeni” jest negativan utjecaj na mentalno zdravlje. Istraživanja povezuju intenzivnu upotrebu društvenih mreža s povećanom tjeskobom, depresijom i poteškoćama s pažnjom.

Godine 2023. glavni američki zdravstveni dužnosnik izdao je savjetodavno upozorenje u kojem opisuje „neviđene” izazove mentalnog zdravlja s kojima se suočavaju mladi, dijelom zbog društvenih mreža, upozoravajući na „alarmantne” učinke na dobrobit (Office of the Surgeon General, 2023.). Beskrajno listanje kroz kurirane feedove može potaknuti nezdravu društvenu usporedbu i strah od propuštanja (FOMO), potkopavajući samopoštovanje. Stalna privlačnost obavijesti i sadržaja fragmentira naš raspon pažnje i mentalnu energiju, što često dovodi do „digitalnog izgaranja”. Ono što bi trebao biti alat za povezivanje i informacije lako može postati iscrpljujuća traka za trčanje za um. Naš osjećaj za stvarnost također se raspada pod utjecajem algoritamskih medija. Mjehurići filtera i personalizirani feedovi znače da dvije osobe na mreži mogu nastanjivati oštro različite svjetove informacija. Visoko optimizirani feedovi, botovi i sadržaj generiran umjetnom inteligencijom „izazivaju samu prirodu 'stvarnosti'” i mijenjaju ljudsku percepciju.

Uživamo u personaliziranim izvorima vijesti koji nam pružaju osjećaj praktičnosti, no u pozadini digitalne platforme filtriraju sadržaj kako bi zadovoljile naše „potrebe”, stvarajući pritom „osobni svijet poput mjehura” – svojevrsnu ugodnu iluziju. Problem s takvim pogledom zatvorenim u „mjehur” jest taj što korisnike zarobljava u „paralelnim informacijskim svemirima” koji se sami hrane, izolirajući ljude od činjenica ili stajališta koja ne potvrđuju njihova vlastita uvjerenja. Štoviše, istraživanje *Edelman Trust Barometer* iz 2023. godine pokazalo je da je nekad zajednički medijski prostor ustupio mjesto „komorama odjeka” (eng. *echo chambers*), što otežava zajedničko rješavanje problema; povjerenje javnosti u medije na niskoj je razini, pri čemu je povjerenje u društvene mreže posebno slabo (Edelman, 2023.). U takvom fragmentiranom okruženju čak i postizanje osnovnog konsenzusa o istini postaje teško – što je zabrinjavajuća pojava za demokraciju i društvo. Uz to, ekološki otisak današnje digitalne infrastrukture golem je. Podatkovni centri i mreže koji pokreću naš virtualni svijet troše ogromne količine električne energije i vode. Komunikacijska industrija trenutačno troši 4 % ukupne električne energije (Ericsson, 2025.), no očekuje se da će potrošnja električne energije u tom sektoru nastaviti rasti zbog brzog širenja podatkovnih centara, sve veće primjene umjetne inteligencije i rastuće potražnje za digitalnim uslugama.

Degrowth i budući mediji: Kako možemo zamisliti drugačiju budućnost medija?



Preuzeto s <https://anatomyof.ai>

96

Potruga za maksimiziranjem broja klikova i računalne snage donijela je praktičnost, ali i rastući osjećaj da se približavamo rubu ponora u kojem količina nadvladava kvalitetu.

Pokazalo se da je pretpostavka kako tehnološki rast znači i ljudski napredak tek uska fikcija koja zanemaruje cijenu skrivenu iza blistave vanjštine. Te su skrivene troškove pomno dokumentirali kako istraživači, tako i umjetnici. U djelu **Anatomy of an AI System** (Anatomija sustava umjetne inteligencije), Kate Crawford i Vladan Joler skidaju glatku vanjsku ljusku uređaja Amazon Echo kako bi otkrili „isprepletene lance crpljenja resursa, ljudskog rada i algoritamske obrade” koji se protežu cijelim svijetom (Crawford, Joler, 2018.).

Jednostavna glasovna naredba („Alexa, upali svjetla”) aktivira golemu mrežu: rijetke minerale iskopane iz unakaženih krajolika, slabo plaćene radnike koji moderiraju podatke te skladišta koja gutaju goleme količine električne energije. Na svakoj razini, suvremena tehnologija počiva na izrabljivanju – ljudskih tijela, zajednica i same Zemlje. Medijski uređaji dospijevaju u naše ruke kao uglađeni gadgeti samo zato što su njihovi grubi počeci – zagađeni rudnici, podmorski kabeli i goleme farme poslužitelja koje ispuštaju velike količine CO₂ – vješto skriveni od pogleda. Kako ističe povjesničar umjetnosti Jaime Vindel, naše su kulturne predodžbe normalizirale tu vezu između energije dobivene iz fosilnih goriva, tehnološkog razvoja i retorike napretka.

„Estetski i kulturni aspekti fosilnog kapitalizma” učinili su da spoj visoke tehnologije i intenzivnog iskorištavanja resursa djeluje prirodno. Listamo sadržaj i klizimo prstima po ekranima u blaženom neznanju, dok uglađeni dizajn naših uređaja „skriva podrijetlo minerala” i radnu snagu koja omogućuje njihovo postojanje (Vindel, 2023). Upravo kao odgovor na tu krizu, pokret za odrast (degrowth) izlazi s jasnim pozivom: manje može biti više. Zagovornici odrasta preokreću narativ o napretku, ističući da se blagostanje ne postiže stalnim širenjem, već svjesnim smanjenjem viškova. Predlažu „plansko smanjenje protoka energije i resursa” kako bi se ljudski sustavi ponovno doveli u ravnotežu sa živim svijetom (Reality Studies, 2023).

Umjesto da uspjeh mjerimo BDP-om ili izlaskom novog modela iPhonea, odrast od nas traži da ga mjerimo mjerilima dostatnosti, pravednosti i otpornosti. To podrazumijeva usporavanje, popravljavanje i ponovnu uporabu umjesto neprestanog mijenjanja starog novim, kao i usmjeravanje na lokalne, regenerativne prakse umjesto na globalno iskorištavanje resursa. U praksi, odrast „stavlja naglasak na hiperlokalna rješenja uz istovremeno smanjenje prekomjernog protoka resursa i energije”. Odbacuje pretpostavku uobičajenu u retorici „zelenog rasta” te tvrdi da je sam rast u trenutnim uvjetima „suštinski neodrživ”. Ako nas je ideologija težnje za „više” dovela do ruba propasti, odrast zamišlja budućnost koja daje prednost kvaliteti, održivosti i brizi u odnosu na kvantitetu.

Važno je napomenuti da to nije predaja stagnaciji ili odustajanje od inovacija; riječ je, kako je to razlučio ekonomist Herman Daly, o prijelazu s pukog rasta (povećanja veličine) na istinski razvoj (poboljšanje kvalitete). „Kada nešto raste, postaje veće... dok se razvojem nešto poboljšava u kvalitativnom smislu” (Biddlecome, 2023).

Degrowth nas potiče da težimo tom kvalitativnom poboljšanju – bogatijim odnosima, smislenijem sadržaju, tehnologijama stvorenim za dugovječnost i društvenu vrijednost – umjesto besmislenog gomilanja nadogradnji i profita. Kako bi ovi principi mogli preoblikovati

svijet stvaranja i korištenja medija? Zamislite da na naš digitalni život primijenite filozofiju usporavanja i dovoljnosti. Već je pokret "slow media" počeo naznačavati konture takve alternative. Poput etosa slow fooda, Slow Media zagovara svjesnu produkciju i konzumaciju medija, umjesto užurbanog tempa klikanja i streamanja.

Još 2010. godine Manifest sporih medija (Slow Media Manifesto) proročanski je istaknuo da ljudi nakon početnog procvata interneta neće tražiti sadržaj koji je „još lakši i brži”, već smislenije interakcije. „Slow Media”, navodi se u manifestu, „ne podrazumijeva brzu konzumaciju, već promišljen odabir sastojaka i njihovu pripremu uz punu usredotočenost”.

Zagovara medije koji su održivi u pogledu samih materijala i rada – nema više pametnih telefona sastavljenih u pogonima s izrabljivačkim uvjetima rada niti prikupljanja podataka uz kršenje privatnosti. U paradigmi sporih medija uspjeh platforme ne mjeri se njezinom sposobnošću izazivanja ovisnosti ili sveprisutnošću, već njezinom sposobnošću da obogati zajednicu, potakne dijalog i opstane tijekom vremena (Slow Media, 2010.). Takva se načela savršeno podudaraju s ciljevima koncepta „degrowth”.

“Degrown” ekosustav medija mogao bi favorizirati male, niskoenergetske mreže zajednica u odnosu na globalne farme servera koji troše mnogo energije; alate otvorenog koda koje održavaju zajednice, a ne vlasničke platforme koje se moraju stalno skalirati; lokalno ukorijenjeno pripovijedanje umjesto clickbaita optimiziranog za algoritamsku viralnost. U tom duhu, više sadržaja ili tehnologije nije cilj - cilj je "bolje i dovoljno". Umjetnici i kulturni radnici su u prvom planu zamišljanja ove drugačije medijske budućnosti. Ali, kako primjećuje kulturni kritičar Leigh Biddlecome, odrast nije u stagnaciji - radi se o oslobađanju kreativnosti unutar ekoloških ograničenja. Oslobođeni pritiska da stalno proizvode "sljedeću veliku stvar", umjetnici se mogu fokusirati na dubinu, kontekst i suradnje. U ekonomiji odrasta, jedna od ključnih ideja je ideja preraspodjele: ukidanje sustava "pobjednik uzima sve" kako bi se resursi i prilike dijelili. U svijetu umjetnosti to bi moglo značiti manje uspješnih izložbi i više podrške medijskim laboratorijima na lokalnoj razini; manje bijenala koje financiraju milijarderi i više prostora za umjetnost u zajednici pokretanih solidarnošću. To također znači procjenu praksi koje tržište umjetnosti vođeno rastom ignorira - poput popravka, održavanja i otvorenog dijeljenja znanja.

Kako ističe Biddlecome, muzeji bi mogli organizirati manje izložbi godišnje kako bi smanjili dinamiku „izložbe kao potrošačkog proizvoda” te se umjesto toga usredotočili na dublje uključivanje javnosti i bolje uvjete rada za stvaratelje (Biddlecome, 2023). Takve promjene odražavaju poziv pokreta za odrast (degrowth) na sporiju proizvodnju usmjerenu na skrb u svim područjima. Umjetnici pritom daju ključan doprinos odrastu: rad mašte. Oni stvaraju priče, simbole i iskustva koji nam omogućuju da osjetimo kakva bi održiva budućnost mogla biti. Bez takve kulturne percepcije, promjene politika i tehnička rješenja neće zaživjeti – moramo zamisliti drukčiji svijet prije nego što ga možemo izgraditi. Kroz povijest su umjetnici bili naši istraživači mogućnosti, a danas oblikuju načine života i stvaranja izvan paradigme rasta. To vidimo u ekološkoj umjetnosti koja djeluje u skladu s prirodnim ritmovima, a ne protiv njih, u digitalnim instalacijama koje otkrivaju podatkovne centre i rudnike skrivene iza „oblaka” te u eksperimentima s estetikom otpornosti poznatom kao „solarpunk”. Isto tako, umjetnici diljem svijeta sudjeluju u „zajedničkom preživljavanju” (Tsing, 2015) – da posudimo izraz antropologinje Anne Tsing.

Tsing, u knjizi "Gljiva na kraju svijeta", opisuje kako u razorenim šumama Oregona ljudi, matsutake gljive i borovi stvaraju nevjerojatne saveze, međusobno se kultivirajući bez ikakve namjere. Nijedan pojedinačni akter nema kontrolu; zajedno stvaraju "krajolike nenamjernog dizajna" iz ruševina kapitalizma. Ova vizija otpornosti više vrsta duboko odjekuje načinom na koji umjetnici pristupaju budućoj medijskoj ekologiji. U pukotinama naših slomljenih sustava, umjetnici pronalaze prilike slične gljivama - ponovno koriste odbačenu tehnologiju, vraćaju javne prostore, stvaraju mreže brige i znanja koje niču u "kapitalističkim ruševinama". Oni pokazuju da čak i usred oskudice, kreativnost može cvjetati i mogu se stvoriti zajednički svjetovi. Zamišljanje i provođenje medijske budućnosti orijentirane na odrast nije zadatak samo za umjetnike. To je kolektivni projekt kulturnog izuma, koji uključuje i kreatore politika, tehnologe i građane.

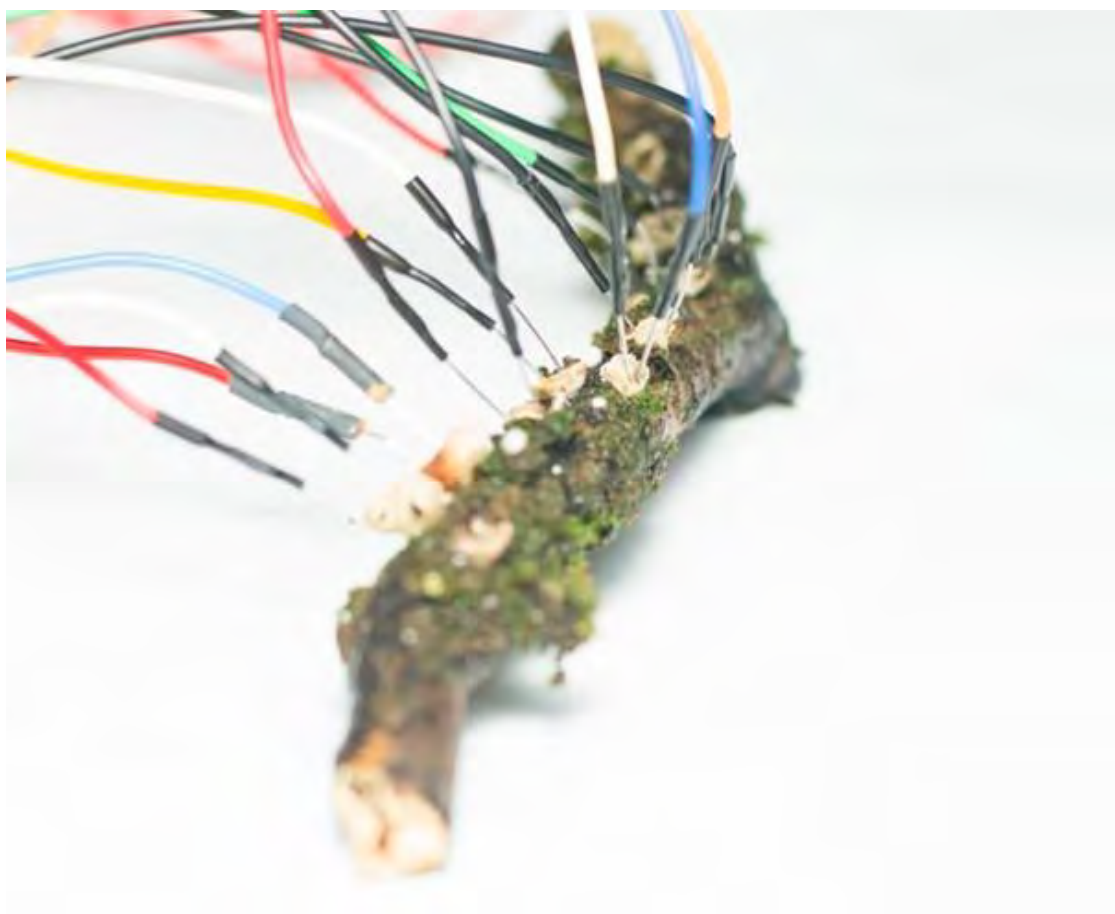
Ipak, umjetnička i humanistička perspektiva je nezamjenjiva jer postavlja najosnovnija pitanja: Što je zaista vrijedno održavanja? Što cijenimo kada više toga nije dostupno? Drugim riječima, moramo stvarati nove kulturne narative jednako hrabro kao što je tehnološki sektor nekoć stvarao svoje gadžete. Kako bi mogli izgledati neki od tih narativa i budućnosti? Možda naziremo svijet u kojem digitalni mediji imaju godišnja doba i ritmove, a ne neprestano 24/7 prenamjenjivanje. Platforme za vijesti mogle bi usvojiti sporo novinarstvo koje daje prioritet kontekstu i refleksiji. Društvene mreže mogle bi biti u zajedničkom vlasništvu, održavane na ljudskoj razini i dizajnirane tako da sadržaj nježno prijeđe u zajedničke arhive, umjesto da pokreću beskrajne novosti. Virtualni prostori mogli bi biti osvijetljeni proračunima za obnovljivu energiju – zamislite online forum koji se zatvara kada sunce zađe ili vjetar stiša, podsjećajući sudionike na njihovu povezanost s lokalnim energetske tokovima. U takvim budućnostima, umjetnici i korisnici postaju vrtlari tehnologije, održavajući i njegujući svoje alate u skladu s ekološkim ciklusima. Prevladavajuća estetika više nije blistava hiperstimulacija, već ono što španjolski istraživač Jaime Vindel naziva novom osjetljivošću nakon „fosilne estetike“

– umjetnošću pažljivog upravljanja i zemaljske iskrenosti, gdje su sredstva medijske produkcije (kablovi, kod, ugljični otisak) transparentna i odgovorna.

Medijski uređaji mogli bi vidljivo ostarjeti i patinirati poput kože, pozivajući na popravak i pričvršćivanje, umjesto da skrivaju svoju istrošenost. Cijela naša predodžba o inovaciji mogla bi se promijeniti: inovacija postaje maštovita ponovna upotreba, briljantnost postizanja boljeg s manje. Ove vizije mogu zvučati utopijski, ali ih ovdje i sada siju kulturni praktičari koji odbijaju vjerovati da je naša brza, medijska putanja velikog volumena jedini put naprijed. Oni, da još jednom evociram Tsinga, uče „umjetnost uočavanja“ mogućih života u ruševinama sadašnjosti.



Budući mediji kao "Priroda" – tehnologije koje oponašaju prirodne procese



Slika 3. *Interesting Engineering. (24. travnja 2023.). Što su to računalni sustavi temeljeni na gljivama?*

Preuzeto s <https://interestingengineering.com/science/what-are-mushroom-computers>

Budući mediji možda više neće biti neutralan alat na raspolaganju čovječanstvu, već živa prisutnost isprepletena s ekološkom mrežom našeg planeta. Zamislite medijsku tehnologiju koja se ponaša poput šume ili koraljnog grebena – ciklički, prilagodljivo i regenerativno. Umjesto da dominiraju prirodom, takve tehnologije sudjeluju u njoj, slijedeći obrasce obnove i međusobne povezanosti. Iz te perspektive, čovječanstvo i njegovi mediji sastavni su dio međusobno povezane mreže života u kojoj ne postoji stvarna razdvojenost između „nas” i „toga”. Svaka šteta nanescena jednoj niti te mreže odražava se na cjelinu, podsjećajući nas da istinska inovacija mora djelovati u skladu s ritmovima živog svijeta, a ne protiv njih. Takvo gledište proizlazi iz filozofskih strujanja koja spajaju spekulaciju s brigom.

Znanstvenica koja proučava odnos znanosti i tehnologije, María Puig de la Bellacasa, tvrdi da briga nije samo ljudski osjećaj, već mreža praksi i obveza koja se proteže i na ne-ljude, pa čak i na tehnološke objekte. U svom djelu **Matters of Care** (Puig de la Bellacasa, 2017.) ona

nas potiče da tehnoznanost i „prirodokulture“ (engl. *naturecultures*) promatramo kao isprepletene unutar žive mreže skrbi, u kojoj čak i „predmeti“ posjeduju djelatnost i zaslužuju etičko uvažavanje. Slično tome, feministička filozofkinja Donna Haraway poziva nas na prakticiranje *simpoieze* – odnosno „zajedničkog stvaranja“ – suradničkog pristupa koji briše granice između čovjeka, životinje i stroja.

Metafora kiborga koju koristi Haraway – hibrid organizma i stroja – nije distopijska figura, već poziv na srodstvo koje nadilazi granice vrsta i tehnologija, potičući odnose utemeljene na srodstvu i skrbi, a ne na dominaciji (RenMinds, 2024). Zajedno, ove teoretičarke pomažu u preoblikovanju medijske tehnologije u relacijskog aktera – nešto što raste zajedno sa širom zajednicom života i njeguje je.

Jedan znanstveni primjer je istraživač koji predstavlja biorazgradivi tiskani strujni krug, posebno dizajniran za sigurnu razgradnju nakon upotrebe. Ugradnjom enzima u svoje polimere, strujni krug se može otopiti u toploj vodi i osloboditi svoje metalne komponente za ponovnu upotrebu, oponašajući prirodne cikluse hranjivih tvari. Tehnologije inspirirane biomimikrijom već pokazuju put prema ovom regenerativnom modelu. Na primjer, inženjeri su stvorili biorazgradivu elektroniku koja funkcionira poput otpalog lišća stabla - ovdje je tijekom sezone korištenja, a zatim se bezopasno vraća u zemlju. Godine 2022. tim Berkeley Laba predstavio je potpuno reciklabilni, biorazgradivi strujni krug koji funkcionira kao bilo koji fleksibilni krug, ali se može razgraditi i reciklirati bez toksičnog otpada. Nakon upotrebe, otapa se i oslobađa svoje vodljive metale za uporabu, preusmjeravajući elektroničke uređaje s odlagališta i ublažavajući onečišćenje teškim metalima u elektroničkom otpadu (Berkeley Lab, 2022.).

Ovaj etos predstavlja radikalni zaokret u odnosu na današnju eksploativnu ekonomiju gadgeta. Umjesto hrpa plastike i silicija koje traju stoljećima, naši budući medijski uređaji mogli bi se biorazgraditi poput voća – njihovi ostaci poslužili bi kao sirovina za novu proizvodnju, kao tehno-ekološki kompost.

Još jedan slikovit primjer dolazi iz svijeta pod našim nogama: iz golemih mreža gljivnog micelija. U prirodi niti micelija tvore svojevrsnu „šumsku mrežu“ (engl. *wood wide web*), razmjenjujući hranjive tvari i informacije među stablima. Tehnolozi sada istražuju mreže na bazi micelija koje bi mogle preobraziti računalstvo. Zamislite mrežu koja se uzgaja, a ne gradi – žive sklopove koji se sami sastavljaju i obnavljaju poput kolonije gljiva. Istraživači su počeli izrađivati prototipove „računala od gljiva“, koristeći žive gljive umjesto silicijskih čipova. U takvom uređaju micelij gljive čini sklopovlje: provodi signale, obrađuje podatke, pa čak i pohranjuje informacije, a pritom ostaje živ i evoluirajući sustav. Rana istraživanja pokazuju da gljive mogu prenositi električne impulse i reagirati na podražaje, ponašajući se u određenim aspektima poput neurona ili logičkih sklopova. Potencijal ovog pristupa izniman je: takve bi organske mreže mogle biti biorazgradive i sposobne za samopopravak. Računalo od micelija moglo bi „ponovno izrasti“ nakon oštećenja, baš kao što se šuma obnavlja nakon požara. Pokreće ga metabolizam gljive (nije potreban vanjski izvor energije osim hranjenja organizma), a kada više nije potrebno, moglo bi se jednostavno razgraditi ne ostavljajući za sobom toksični otpad (Interesting Engineering, 2022).

Riječ je o medijskoj tehnologiji nalik šumskoj ekologiji – otpornoj, prilagodljivoj i potpuno reciklabilnoj.

Regenerativni mediji također nastaju na sjecištu biologije i energetike. Uzmimo za primjer prototip računala koje pokreću alge: mali uređaj koji sadrži cijanobakterije (modrozelenih algi) koje provode fotosintezu pod utjecajem sunčeve svjetlosti. U nedavnom su eksperimentu znanstvenici

zatvorili koloniju algi u kućište veličine AA baterije i ostavili je na prozorskoj dasci (The Verge, 2022.). Alge su putem fotosinteze proizvodile stalnu električnu struju – dovoljnu za neprekidan rad mikroprocesora tijekom cijele godine, pa i dulje – koristeći pritom samo ambijentalno svjetlo i vodu (Sveučilište u Cambridgeu, 2022.).

Ovaj solarno-biološki hibrid funkcionira poput sićušnog lista koji hrani elektronički mozak. Njegov je izvor energije doslovno sam život: sve dok alge imaju svjetlost i hranjive tvari, one obnavljaju svoju energiju, za razliku od konvencionalne baterije čija se energija s vremenom troši. Takvi uređaji nagovještavaju prijelaz s iskorištavanja resursa na suživot sa živim sustavima. Mogli bismo imati senzore i medijske čvorove koje pokreću sunčeva svjetlost i alge, a koji pritom tiho filtriraju CO₂ i ispuštaju kisik. Oni pokazuju pomak prema kružnim modelima inovacija, u kojima proizvodnja energije i računalna obrada podataka čine zatvoreni krug s organskim procesima.

U biti, računalna tehnologija postaje dio fotosintetskog ciklusa – simbioza silicija i klorofila. Zajednička nit svih ovih primjera jest prijelaz s modela temeljenih na eksploataciji na kružne modele. Današnje medijske tehnologije često se oslanjaju na rudarenje rijetkih minerala, sagorijevanje fosilnih goriva radi energije i stvaranje otpada koji nadživljuje nas same.

Alternative ovdje prikazane funkcioniraju više poput ekosustava: svaka je komponenta osmišljena tako da hrani druge dijelove ciklusa, a ne samo da iz njega uzima.

To je u skladu s onim što finski fond za budućnost Sitra naziva *talous elämän palveluksessa* – gospodarstvom (a time i medijskim sustavom) koje je „u službi života”. Prema Sitrinoj viziji, istinski regenerativno gospodarstvo „djeluje u službi života, jačajući vitalnost prirodnih i društvenih sustava” o kojima ovisi (Sitra, 2023.).

Primjena tog koncepta na medije podrazumijeva stvaranje informacijskog ekosustava koji obogaćuje život umjesto da ga iscrpljuje. Zamislite medijske mreže koje obnavljaju okoliš dok se šire – primjerice, Wi-Fi usmjerivače koji istovremeno služe kao posude za biljke ili staništa za oprašivače, ili pak serverske farme koje ne samo da koriste energiju iz obnovljivih izvora, već i višak topline usmjeravaju u staklenike.

U medijskom ekosustavu nadahnutom prirodom, inovacija se mjeri time koliko uspješno njeguje mrežu života. Težište se pomiče s kontrole na brigu, s korisnika na partnere, s eksploatacije na međuzavisnost. Budući mediji, preoblikovani po uzoru na prirodu, postaju regenerativna sila koja njeguje odnose i iskazuje brigu – ne kao vanjski dodatak životu, već kao sastavna, živa nit u bogatoj tkanini života.



Mediji kao prostor regeneracije i iskustva



Slika 4. Tkalčić, I. (2024.). *Hvatanje vjetra [Dokumentacija performansa].* Umjetnička rezidencija Hyperborealis, Kvitbrakka AiR, Berlevåg Havnemuseum, Berlevåg, Norveška.
<https://ivanatkalcic.com/2024/11/29/catching-the-wind/>

Moje tijelo susreće tlo poput dodira dviju koža – ljudske kože i kože zemlje, odnosno tla. U svom radu često započinjem pritiskanjem dlanova o tlo, osjećajući hladnu vlažnost i teksturu zemlje. Taj tjelesni dodir nije samo metafora; on je medij. Projekt *EarthSkin* – moje kontinuirano istraživanje veze između ljudske kože i tla – doživljam kao doslovnu i simboličku poveznicu koja ističe regenerativno srodstvo među nama. Tijelo postaje organ percepcije usklađen sa Zemljom – živim svijetom koji tiho komunicira putem naše kože. U tim trenucima dodira bez riječi spoznajem da mediji mogu biti regenerativni, a ne samo reprezentacijski.

Pod pojmom „medij” ne mislim na ekrane ili uređaje, već na svaki prostor razmjene između čovjeka i okoliša. Tiha stanka, polagani udah usklađen s povjetarcem, suptilno podrhtavanje tla pod nogama – i to su mediji koji prenose informacije putem osjeta.

Takvi mikrosignali i prirodni ritmovi ponovno ugađaju moja osjetila na načine koje nijedan blještavi ekran ili algoritam ne može simulirati. Postala sam oprezna prema tehno-optimizmu; što je naš svijet više preplavljen digitalnom bukom, to mi je potrebna prisutnost tla i vjetra na mojoj koži. Kadar iz performansa *Catching the Wind* (2024.) (Tkalčić, 2024.): nalazim se u zabačenom, kamenitom krajoliku Finnmarka i koristim reflektirajuće platno kako bih uhvatila vjetar – čineći nevidljive zračne struje vidljivima dok se one njišu i udaraju o mene. U tom sam radu ideju medija kao

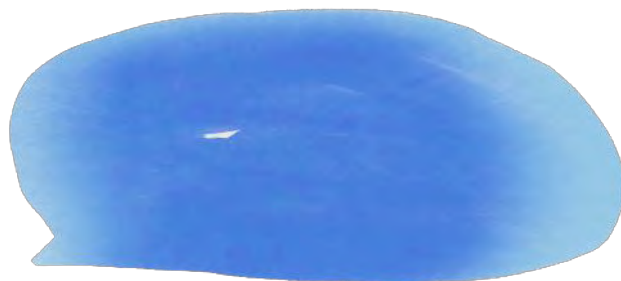
površine za kontakt pretočila u praksu. Koristeći jednostavne materijale, preobrazila sam kretanje vjetra u vlastito gibanje, čineći nevidljivu silu opipljivom. Moje je tijelo postalo instrumentom koji se njiše i prepušta kako bi preveo suptilne signale atmosfere. Dok su udari vjetra pritiskali moju kožu, granica između mene i okoline postajala je nejasna – vjetar me pokretao jednako kao što sam se ja kretala s njim. U toj zračnoj razmjeni osjećala sam poniznost i divljenje, kao da samo nebo šalje poruku. To je potvrdilo da medij doslovno može biti zrak između nas, dinamičan prostor u kojem se čovjek i priroda susreću u dijalogu.

Izvedba rada “Astronauti bez svemirskog broda” (2020.) (Tkalčić, 2022.) u šumi mog rodnog kraja: nosim improvizirano „svemirsko odijelo” od reflektirajuće folije, izvodeći hipotetsko istraživanje izvanzemaljskog prostora – ovdje na Zemlji. Ne tako davno gledala sam u zvijezde tražeći nove svjetove, no to me putovanje vratilo ravno na Zemlju. Kroz niz onoga što nazivam „vježbama teraformiranja”, uključila sam se u analogni trening za astronaute i izvedbe specifične za određenu lokaciju kako bih istražila ljudske snove o putovanjima u svemir i njihove etičke implikacije.

Shvatila sam da, dok ljudi govore o kolonizaciji Marsa ili Mjeseca, upravo našem krhkom planetu hitno treba iscjeljenje – iskorištavanje Zemljinih resursa mora ustupiti mjesto regeneraciji. Zapravo, vjerojatno ćemo morati „teraformirati” samu Zemlju prije nego što počnemo sanjati o drugim svjetovima. Vrijeme provedeno u simulacijama za astronaute pretvorilo se u umjetničku meditaciju: unutar glomaznog odijela, dok sam teško koračala poznatom šumom kao da je riječ o stranom terenu, uvidjela sam apsurdnost traženja spasenja u zvijezdama uz istovremeno zanemarivanje tla pod vlastitim nogama.

Te su vježbe u meni potaknule odbacivanje eskapističkog tehno-optimizma i uvjerenje da svaka budućnost vrijedna zamišljanja mora izrasti iz bliskog, odgovornog odnosa prema Zemlji. Kroz te projekte i iskustva vraćam se jednostavnoj istini: svoj svijet ne mapiramo samo satelitima i koordinatama, već i vlastitim tijelima i osjetilima. Inspiriraju me oni koji nas, poput Frédérique Aït-Touati u djelu **Terra Forma** (Aït-Touati, Grégoire, Tsingarida, 2022.), potiču da mapiranje i spoznavanje proširimo izvan kartezijanskih mreža te zakoračimo u situirane, utjelovljene perspektive.

Moje vlastito umjetničko istraživanje postalo je svojevrsna kartografija onoga što je bitno – kartografija ukorijenjena u planetarnim ritmovima i osluškivanju pulsa Zemlje. Odbacujući apstrakciju lišenu tjelesnosti, prihvatila sam ekološku i utjelovljenu ontologiju – onu koja smješta bitak unutar materijalnog, osjetilnog doticaja s okolišem, uvažavajući pritom fizičke stvarnosti tijela, poput dodira sa zemljom i čina disanja. Budućnost medija, kako je ja vidim, uopće ne počiva na izumu novih tehnologija, već na ponovnom otkrivanju medija samog života – onih regenerativnih prostora u kojima se ljudsko iskustvo i Zemlja susreću i zajednički stvaraju.



Profesionalna medijska praksa u budućnosti



Slika 5. Tkalčić, I. (2017). *Umjetnička rezidencija srpanj–kolovoz 2017.* – Kunstnarhuset Messen, Ålvik, Norveška. Kunstnarhuset Messen.

Razmišljajući o budućnosti profesionalnih medija, valja zamisliti digitalni ekosustav koji iscjeljuje i ponovno povezuje, umjesto da crpi resurse i iskorištava. Današnje medijske infrastrukture često tretiraju pažnju kao resurs koji se eksploatira, preopterećuju radnu snagu i oslanjaju se na energetske intenzivne sustave koji korisnicima ostaju uglavnom nevidljivi. No, mediji budućnosti mogli bi biti regenerativni – osmišljeni ne radi dominacije, već radi njegovanja. Takav zaokret zahtijeva temeljnu promjenu u pristupu radu medijskih profesionalaca: manje kao utrku za vidljivošću i rastom, a više kao praksu odgovornog upravljanja i prisutnosti. U tom kontekstu, mediji više nisu alat za širenje i povećanje dosega, već prostor za ukorjenjivanje i povratak ritmovima skrbi, lokalnosti i obnove.

Ova vizija odjekuje u djelu Jenny Odell **How to Do Nothing: Resisting the Attention Economy** (2019), u kojem autorica dovodi u pitanje poriv za stalnom prisutnošću na internetu, produktivnošću i vidljivošću u svakom trenutku. Odell tvrdi da odbijanje prihvaćanja logike optimizacije može predstavljati čin političkog i ekološkog otpora. Njezino inzistiranje na njegovanju prisutnosti – kroz promatranje ptica, duboko slušanje i zajedničko provođenje vremena – nudi etički model koji bi budući medijski djelatnici mogli usvojiti: ono što ona naziva „nečinjenjem” nije inercija, već stvaranje prostora za regenerativno djelovanje.

U tom duhu, jedna od novih praksi jest medijski post – svjesno odabrana razdoblja digitalne isključenosti koja omogućuju smirivanje pažnje i ponovno buđenje osjetila.

Buduća medijska kultura mogla bi izgraditi ove cikluse povlačenja i povratka u profesionalne rutine, poštujući ideju da ne mora svo vrijeme biti produktivno. Dizajn također igra ključnu ulogu u oblikovanju naših medijskih navika. Današnja sučelja su projektirana za nesmetanu konzumaciju: beskonačno listanje, automatska reprodukcija, algoritamsko usmjeravanje. Nasuprot tome, regenerativni mediji bi prihvatili sučelja ukorijenjena u prirodnim metaforama - sučelja koja usporavaju korisnike, potiču na razmišljanje ili zrcale sezonske cikluse. Na primjer, aplikacija bi mogla prigušiti i promijeniti svoju paletu boja tijekom sumraka, potičući odmor. Platforma za izdavaštvo mogla bi objavljivati sadržaj u sezonskim poglavljima, umjesto u stalnim tokovima. Ove male dizajnerske promjene vraćaju nas prirodnim ritmovima, potičući medijske prakse koje odražavaju vrijeme, mjesto i tjelesnu prisutnost. Čak bi se i umjetna inteligencija, često viđena kao bestjelesna sila ubrzanja, mogla preusmjeriti u službu prirodne inteligencije. Umjesto da zamijeni ljudsku pažnju, umjetna inteligencija bi se mogla koristiti za podršku senzornoj i ekološkoj svijesti: sugeriranje pauza, poticanje vremena u prirodi ili pomaganje zajednicama da dijele priče povezane sa svojim mjestom. U ovom preoblikovanju, umjetna inteligencija postaje tiha prisutnost – digitalni vrtlar, koji smanjuje preopterećenost informacijama i povećava našu vezu sa živim svijetom, umjesto da je prekida.

To odražava poziv Marie Puig de la Bellacasa da se razmotre pitanja brige u tehnološko-znanstvenim kontekstima: moramo se usredotočiti na to što i na koga tehnologije utječu i kako oblikuju uvjete zajedničkog života (Puig de la Bellacasa, 2017.). Možda najradikalniji prijedlog je ideja „Zemaljskog interneta“ (Bratton, 2021.) – mrežna arhitektura i etika koja daje prioritet osjetljivosti, lokalnosti i ograničenjima. Zemaljski web bio bi izgrađen imajući na umu ekološka ograničenja: poslužitelji koji se napajaju obnovljivim izvorima energije, web stranice dizajnirane za nisku potrošnju energije, tokovi podataka koji se prilagođavaju uvjetima okoline. Već postoje prototipovi ove vizije: web stranice koje se isključuju u oblačnim danima kako bi se uštedjela solarna energija, poslužitelji izgrađeni od recikliranog hardvera, „mesh“ mreže koje služe lokalnim zajednicama bez oslanjanja na korporativne oblake.

Ove infrastrukture ne ne teže stopostotnoj dostupnosti i masovnom doseg pod svaku cijenu - prate vremenske uvjete, prilagođavaju se ograničenjima i komuniciraju s mjestima kojima služe. Takvi modeli također prebacuju manje ekoloških troškova na druge i usklađeni su s temeljnim načelom regenerativnog gospodarstva: sustavi bi se trebali obnavljati više nego što iz njih crpimo. U regenerativnom medijskom okruženju uspjeh se ne mjeri krivuljama rasta ili privlačenjem publike, već eko-socijalnom vitalnošću koju projekt potiče. Medijska kuća mogla bi mjeriti uspjeh svojim utjecajem na povjerenje građana ili svijest o lokalnoj bioraznolikosti, a ne prihodima od oglašavanja. Medijska organizacija mogla bi svoje djelovanje usmjeriti na otpornost zajednice – organiziranjem javnih tribina, podržavanjem priča o klimatskoj pravdi te ponovnim ulaganjem dobiti u digitalnu pismenost i obnovu okoliša. Kako ističe Sitra (Sitra, 2023.), regenerativni sustavi su oni koji jačaju vitalnost prirode i ljudi – a mediji, kao kulturna i infrastrukturna sila, mogu tu vitalnost ili narušavati ili podržavati. U toj viziji budući medijski djelatnik nije onaj tko crpi resurse, već onaj tko njeguje veze. Oni djeluju u skladu s ritmovima, a ne protiv njih. Znaju da brzina nije isto što i relevantnost te da briga može biti mjerilo uspjeha. Sučelja dostojanstveno stare. Platforme se gase u suton. Priče se razvijaju poput vrtova u cvatu, a ne poput proizvoda na pokretnim trakama. Pozornost više nije roba, već zajedničko polje koje treba zaštititi. Opirući se zahtjevima za beskonačnim širenjem, možda ćemo se vratiti nečemu dubljem – pozornosti koja sluša, internetu koji diše, medijima koji napokon rastu zajedno sa životom.

Zaključak: Mediji kao praksa brige i odnosa

Medij budućnosti nije zaslon, već zajednički prostor odnosa. U toj novozamišljenoj budućnosti medij je poput tla u kojem niču veze između ljudi, prirode i zajednice. Umjesto svjetlećeg pravokutnika koji nas izolira, on postaje otvoreno polje ili zajednički vrt u kojem se zajedno njeguju priče, iskustva i razumijevanje. Taj je medij živ i uzajaman – riječ je o razgovoru, o slušanju jednako kao i o govorenju. To je živa mreža odnosa u kojoj tehnologija ponizno podupire procvat života, umjesto da njime dominira. Više ne težimo savršenom kodu ili optimiziranom algoritmu, već dubljoj osjetilnoj prisutnosti i usklađenosti sa svijetom oko nas. Težnja za beskrajnim inovacijama i brzinom ustupa mjesto tišoj želji: da istinski osjetimo i primijetimo život u njegovim bogatim, neposrednim pojavnostima.

Budući mediji pozivaju nas da usporimo i uskladimo se – sa zvukom vjetra u krošnjama, suptilnim emocijama na licu prijatelja te izmjenama ritmova zajednice. U tom sporijem ritmu dolazi do radikalnog pomaka: od beskonačnog rasta i proizvodnje prema osjećaju dovoljnosti i brizi. Prihvatanjem duha „odраста“ (degrowth) i načela dovoljnosti učimo da djelovanje s manje žurbe, a više pažnje, može otkriti duboku ljepotu. Napredak se više ne mjeri onim što možemo osmisliti ili proizvesti, već time koliko duboko možemo osjetiti i razumjeti ono što nas okružuje te skrbiti o tome. Takva usklađenost svakodnevna je praksa prisutnosti – jednostavna i transformativna poput svjesnog disanja.

U takvom svijetu uloga umjetnika nije tek izmišljanje novih stvari, već prisjećanje i obnavljanje znanja iz vremena prije ere fosilne modernosti. Umjetnik postaje pripovjedač koji premošćuje vremenske granice, integrirajući tradicionalna znanja i zanemarene spoznaje u suvremene kontekste. Umjesto težnje za idealiziranom vizijom tehnološkog napretka, oni traže orijentaciju u sustavima znanja predaka, autohtonih naroda i predindustrijskih društava.

Pozivaju se na prakse predaka utemeljene na usklađenosti s prirodnim ciklusima, u kojima su rituali poticali osjećaj pripadnosti, a ljudska interakcija s divljinom bila vođena načelima poštovanja i uzajamnosti. Ta sjećanja služe kao poticaj za inspiraciju, ukorjenjujući se u suvremenoj misli i medijskim praksama. Vraćajući se onome što je bilo marginalizirano tijekom ubrzanog razvoja ere fosilnih goriva, umjetnici omogućuju ponovno kulturno povezivanje s trajnim načelima: svetošću prirodnog svijeta, važnošću zajedničkih veza i ritmovima obnove. Inovacija u tom smislu nastaje kroz činove prisjećanja – napredak se postiže ponovnim artikuliranjem trajnih istina koje su oduvijek bile prisutne.

Ova regenerativna medijska praksa oblik je svakodnevne skrbi – za planet, za tijelo i za kulturni život. To nije industrija ni proizvod, već svakodnevna praksa, poput njegovanja vrta ili brige o voljenoj osobi. Svaki čin komunikacije ili stvaranja vodi računa o utjecaju na Zemljine ekosustave, nastojeći ih njegovati, a ne iscrpljivati. Svaki dizajnerski odabir i svaka ispričana priča poštuju dobrobit naših tijela i umova, potičući povezanost umjesto rastresenosti ili podjela.

U kulturnom smislu, mediji kao čin skrbi znače očuvanje jezika, pripovijedanje raznolikih priča i jačanje veza koje povezuju zajednice. To je „odrast“ (degrowth) na djelu: postizanje više s onim što već imamo, uz ljubaznost i poštovanje. Na taj način mediji postaju blag ciklus davanja i primanja, sličniji kompostiranju i sadnji nego eksploataciji i stvaranju otpada. Rezultati jednog stvaralačkog procesa hrane sljedeću generaciju ideja i ništa se ne baca – stari se narativi ponovno prisvajaju, tehnologija dobiva novu namjenu, a odnosi se neprestano obnavljaju. Zaključno, medije zamišljamo kao praksu koja slavi život. To je spor, odnosni i utemeljeni proces. Spor je poput rasta šume – odvija se uz strpljenje, otpornost i razumijevanje da se smislene promjene događaju s vremenom. Odnos je, definiran suradnjom i osjećajem povezanosti, te nas uvijek podsjeća da zajedno postojimo u ekosustavu bića i priča. I utemeljen je – čvrsto ukorijenjen u Zemlji i našim tijelima, nikada ne gubeći iz vida stvarna mjesta i ljude iz kojih proizlazi.

Ta blaga vizija stoji u jasnoj suprotnosti s frenetičnim, bezličnim medijima prošlosti. Pokazuje nam put prema naprijed, gdje mediji nisu bijeg od života, već njegovo slavljenje. U toj budućnosti svaki bi tweet mogao biti poput pjeva ptica, a svaki videopoziv poput sjedenja oko seoske vatre – tehnologija i umjetnost jednostavno nam pomažu da brinemo jedni o drugima i o našem svijetu. Mediji naposljetku postaju praksa skrbi i povezivanja: skroman, neprekidan čin njegovanja mreže života kojoj svi pripadamo.



Reference

- Ait-Touati, F., Grégoire, A., & Tsingarida, A. (2022). Terra forma: A book of speculative maps (S. Hawkes, prev.). MIT Press.
- Berkeley Lab. (29. kolovoza 2022.). A biodegradable printed circuit: A step toward solving e- waste problem. News Center. <https://newscenter.lbl.gov/2022/08/29/biodegradable-printed-circuit/>
- Biddlecome, L. (2023). Beyond sustainability: Adapting the "degrowth" theory to the art world. Art Düsseldorf. <https://www.art-dus.de/leigh-biddlecome-sustainability-art-essay/>
- Bratton, B. (2021). The Terraforming. Strelka Press.
- Crawford, K., & Joler, V. (2021). Anatomija AI sustava: Planetarski troškovi umjetne inteligencije [Interaktivni istraživački projekt]. <https://anatomyof.ai>
- Crawford, K., & Joler, V. (2023). Calculating Empires: A genealogy of technology and power, 1500–2025 [Interaktivna karta]. <https://calculatingempires.net>
- Data Center Knowledge. (2024). Data centers to drive surging global power demand: IEA. <https://www.datacenterknowledge.com/energy-power-supply/data-centers-to-drive-surging-global-power-demand-iea>
- Edelman. (2023.). Globalno izvješće o barometru povjerenja za 2023. godinu. <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/202303/2023%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report%20FINAL.pdf>
- Ericsson. (2025.). ICT i održivost: Potrošnja energije i emisije ugljika. <https://www.ericsson.com/en/reports-and-papers/mobility-report/dataforecasts/ict-sustainability>
- Interesting Engineering. (24. travnja 2023.). What are mushroom computers? <https://interestingengineering.com/science/what-are-mushroom-computers>
- Massachusetts Institute of Technology (MIT) News. (2025, 17. siječnja). Explained: Generative AI's environmental impact. <https://news.mit.edu/2025/explained-generative-ai-environmental-impact-0117>
- Odell, J. (2019). How to do nothing: Resisting the attention economy. Melville House.
- Office of the Surgeon General. (2023). Social media and youth mental health: The U.S. Surgeon General's advisory. U.S. Department of Health and Human Services. <https://www.hhs.gov/surgeongeneral/priorities/youth-mental-health/social-media/index.html>
- Puig de la Bellacasa, M. (2017). Matters of care: Speculative ethics in more than human worlds. University of Minnesota Press.

Reality Studies. (2023). Explaining the degrowth movement and its vision for the future of economics. <https://www.realitystudies.co/p/explaining-degrowth-movement-economics>

RenMinds. (12. studenog 2024.). Embracing interconnectivity: Donna Haraway's vision for a sustainable future beyond colonialism, nationalism, imperialism, and capitalism. <https://renminds.org/2024/11/12/embracing-interconnectivity-donna-haraways-vision-for-a-sustainable-future-beyond-colonialism-nationalism-imperialism-and-capitalism/>

Scientific American. (2023). Seabed mining foes press U.N. to weigh climate impacts. <https://www.scientificamerican.com/article/seabed-mining-foes-press-u-n-to-weight-climate-impacts/>

Sitra. (2023). Prema regenerativnom gospodarstvu: Jačanje vitalnosti prirode i ljudi (Sitra Studies 235). https://www.sitra.fi/app/uploads/2023/08/sitra_kohti_uusintavaa_taloutta_310823.pdf

Slow Media. (2010). The Slow Media Manifesto. <https://en.slow-media.net/manifesto/comment-page-2>

The Verge. (16. svibnja 2022.). Scientists create algae-powered computer chip. <https://www.theverge.com/2022/5/16/23074715/algae-computer-chip-photosynthesis-arm-cortex-iot-biophotovoltaics>

Tkalčić, I. (25. rujna 2022.). Astronaut(i) bez svemirskog broda. <https://ivanatkalcic.com/2022/09/25/astronauts-without-a-spaceship/>

Tkalčić, I. (2024, 29. studenog). Hvatanje vjetra. <https://ivanatkalcic.com/2024/11/29/catching-the-wind/>

Tsing, A. L. (2015). Gljiva na kraju svijeta: O mogućnosti života u kapitalističkim ruševinama. Princeton University Press.

Sveučilište u Cambridgeu. (12. svibnja 2022.). Scientists create reliable biological photovoltaic cell using algae. <https://www.cam.ac.uk/research/news/scientists-create-reliable-biological-photovoltaic-cell-using-algae>

Vindel, J. (2023). Jaime Vindel o estetici i kulturi fosilne modernosti. The Syllabus. <https://www.the-syllabus.com/ts-spotlight/the-right-climate/conversation/jaime-vindel>

Službeni blog YouTubea. (b.d.). YouTube za medije. Preuzeto 8. travnja 2025., s https://blog.youtube/press/#:::text=500%2B%20hours%20of%20content%20uploaded,ever_y%20minute

Zuboff, S. (4. listopada 2019.). Surveillance capitalism is an assault on human autonomy and digital privacy. The Guardian. <https://www.theguardian.com/books/2019/oct/04/shoshana-zuboff-surveillance-capitalism-assault-human-autonomy-digital-privacy>



Gore: Fotografija Tianjun Li

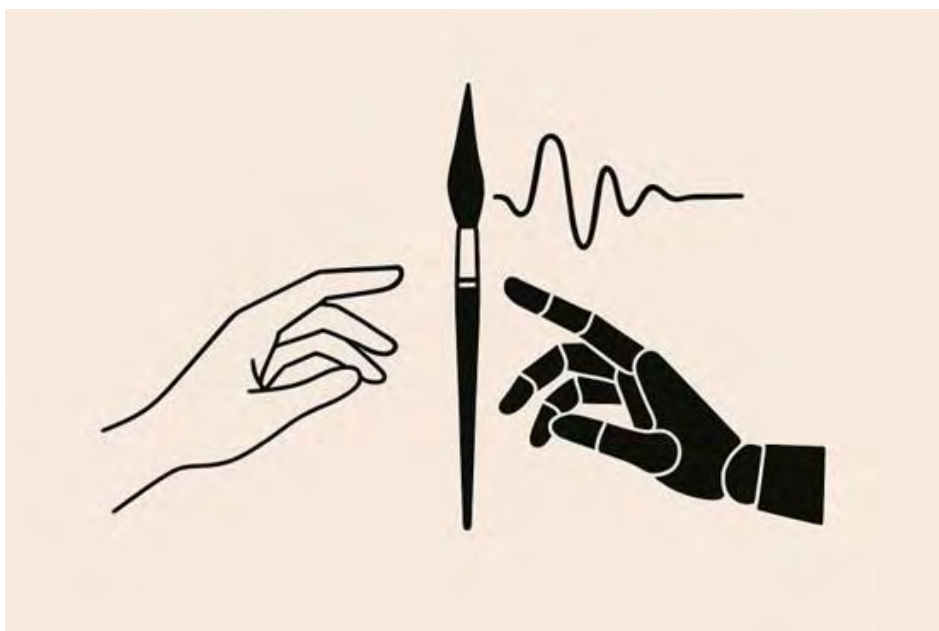
Dolje: Alexandrina radionica tijekom
rezidencije u Hrvatskoj

Umjetna inteligencija, kreativnost i prisutnost umjetnika u digitalnom dobu

Tianjun Li, vizualni i zvučni umjetnik, Finska, umjetnik na rezidenciji u Barceloni, proljeće 2025.

Uvod

"Kad vjetar donese glas koji zvuči gotovo ljudski, ali ne sasvim, slušamo li ga znatizeljno ili sa strahom?"



Slika 1. Sliku je generirao ChatGPT slijedeći uputu "Generiraj sliku koja opisuje odnos između čovjeka i umjetne inteligencije u stvaranju umjetnosti"

U eri kada umjetna inteligencija može generirati novu „fotografiju“ pa čak i komponirati ljudski glas, umjetnici se suočavaju s uzbudljivom i uznemirujućom dilemom: Proširuje li umjetna inteligencija ono što smatramo kreativnošću ili je samo oponaša dok tiho zamjenjuje vjekovnu praksu ljudskog stvaratelja? Sumnjam da je ovo pitanje koje nema jednostavne odgovore, barem za one od nas koji pokušavaju ne samo snalaziti se u novim tehnologijama/medijima, već i u novim geografijama, jezicima i identitetima.

Izrađujem Priručnik koji je utemeljen na mom iskustvu kao interdisciplinarnog umjetnika - koristeći fotografiju, video, zvuk i performans - i kao nekoga tko je nov u europskom

kulturnom kontekstu. Tekst razmatra kako digitalni mediji, posebice umjetna inteligencija i društvene mreže, mijenjaju ulogu, glas i vidljivost suvremenih umjetnika. Na sljedećim stranicama, oslanjajući se na vlastita iskustva i primjere drugih, istražiti ću umjetnu inteligenciju iz kreativne i kritičke perspektive. Pitam se: što se događa kada strojevi govore umjesto nas ili čak – poput nas? Može li umjetna inteligencija biti više od učinkovitog asistenta; može li postati sukreator umjetničkog izričaja?

Također ću istražiti društvene mreže ne samo kao alat za promociju, već i kao performativan, interaktivan i suradnički medij koji nedovoljno zastupljenim glasovima omogućuje da se probiju kroz dominantne narative. Naposljetku, podijelit ću svoja zapažanja i savjete namijenjene umjetnicima izvan Europske unije – poput mene – koji nastoje izgraditi održivu umjetničku praksu unutar europskog konteksta.

Umjetna inteligencija u umjetnosti: alat ili prijetnja?

Želio bih podijeliti svoja iskustva i razmišljanja putem umjetničkih medija koji su mi najbližiji – slike (fotografije) i zvuka (glasa) – kako bih otvorio određena pitanja.

O umjetnoj inteligenciji i fotografiji

Prije nego što se zapitamo kako umjetna inteligencija mijenja fotografiju, možda se prvo moramo zapitati: Što je fotografija?

Je li to čin hvatanja svjetlosti dok se reflektira od svijeta? Alat za bilježenje prisutnosti: dokaz da sam „bio tamo“? Ili je oduvijek bila nešto više - emocionalni dojam, konstruirani pogled, trag čežnje utisnut u piksele ili celuloid?

Od samog početka, fotografija je hodala po tankoj liniji između dokumentacije i iluzije. Čak su i rani praktičari poput Oscara Rejlandera, a kasnije i Mana Raya, manipulirali slikama mnogo prije nego što su Photoshop ili umjetna inteligencija ikada postojali. Fotografija nikada nije bila potpuno objektivna.

Pa ipak, ono što je razlikovalo fotografiju od slikanja ili crtanja bio je upravo njezin indeksni odnos prema stvarnom svijetu. Svjetlost je dodirnula površinu. Nešto se dogodilo. Netko je kliknuo okidač. U tom smislu, fotografija nije samo slika - to je trenutak uhvaćen u vremenu, vezan za mjesto, prisutnost i ljudsko tijelo iza objektiva.

Što se onda događa kada takav trenutak nije postojao? Kada slika koju gledamo su mjesta na koja nikada nismo kročili, vizije koje nikada nismo istinski vidjeli. To je istovremeno fascinantno i duboko uznemirujuće.

Ne vjerujem da AI zamjenjuje tehničku vještinu fotografije. No sama fotografija daleko je nadmašila svoju prvotnu ulogu uređaja za bilježenje – sada je vizualni jezik pomoću kojeg možemo konstruirati slojevite, složene i duboko osobne narative.

Na taj način, fotografija postaje manje usmjerena na prikazivanje onoga što nema sidrište u životnom iskustvu? Kada slike generirane umjetnom inteligencijom, obučene na milijardama stvarnih fotografija, proizvode

"fotografije" ljudi koji nikada nisu živjeli, mjesta koja nikada nisu postojala? Mogu li se to još uvijek nazvati fotografijama?

Tehnički, možda ne. To su digitalne slike u vizualnom jeziku fotografije. Ali nešto nedostaje. Ono što nedostaje je svjedok.

AI slike mogu oponašati estetiku fotografije – dubinsku oštrinu, osvjetljenje, pa čak i nesavršenosti – ali ne proizlaze iz čina svjedočenja. Nema čovjeka koji stoji na snijegu, zadržava dah i čeka pravo svjetlo. Nitko nije ležao na travi sat vremena kako bi fotografirao tog insekta. Nitko nije prešao granicu niti pokušao na vrata neznancu.

Ova je razlika osobito važna u dokumentarnoj i novinskoj fotografiji, gdje su istina i odgovornost temeljni čimbenici. Umjetna inteligencija zamagluje te granice, ponekad i na opasan način. Lažne fotografije prosvjeda, političke figure generirane umjetnom inteligencijom, ratni prizori koji se nikada nisu dogodili – to nisu samo „kreativni eksperimenti“, već etička minska polja. Ipak, u kontekstu fotografije kao umjetnosti, granice su fleksibilnije.

Umjetnička se fotografija već dugo poigrava fikcijom, fantazijom i konstrukcijom. Ovdje se na umjetnu inteligenciju može gledati manje kao na prijetnju, a više kao na provokatora – izazov za daljnje pomicanje granica medija.

Kao umjetnik kojem je fotografija jedan od glavnih medija, posljednjih sam godina često razmišljao o promjenjivoj ulozi fotografije u doba umjetne inteligencije. Povijesno gledano, bit fotografije bila je vezana uz njezinu sposobnost bilježenja stvarnosti. Ta temeljna povezanost s prisutnošću – biti ondje, svjedočiti, zabilježiti – oduvijek je bila važna. Ipak, danas, s pojavom alata za generiranje slika poput Midjourneyja, više nije riječ samo o prikazivanju svijeta točno onakvim kakav jest, već o korištenju onoga što vidimo kako bismo izrazili ono što osjećamo, zamišljamo ili propitujemo.

Gledajući unaprijed, vjerujem da će se budućnost fotografije razvijati u dva smjera. Jedan će se približiti sirovoj biti dokumentiranja – želji za očuvanjem stvarnosti i svjedočenjem o njoj. Drugi će potpuno dokinuti naglasak na fotografskoj „istini“ te poticati umjetnike da koriste medij poput slikara koji koristi kist – mijenjajući, kombinirajući, pa čak i iskrivljujući slike kako bi izrazili unutarnje svjetove.

Uspon umjetne inteligencije dodatno komplicira situaciju. Mnogi su moji radovi pogrešno smatrani „lažnim fotografijama“ zbog svoje nadrealne estetike nalik snu – slojevitih slika, izmijenjenih paleta boja i nemogućih krajolika. No, ti radovi uvijek proizlaze iz mojih vlastitih fotografija, snimljenih na stvarnim mjestima i tijekom stvarnih susreta. Primjerice, jednom sam naišao na divokozu na strmoj litici udaljenog južnog otoka u Kini. Zamislio sam tu životinju kako luta nadrealnim plavim kozmosom sačinjenim od stakla, hrđe, industrijskih ostataka i morske izmaglice – a sve su to bile slike koje sam sâm snimio. To nije bila fikcija, već poetska rekonstrukcija stvarnosti, filtrirana kroz sjećanje, maštu i čežnju.



Slika 2. *Tianjun Li, Koza u plavom, fotografija, 2018.*

Ipak, živimo u vremenu kada se fotografije konzumiraju u sekundi, uglavnom na ekranima. Većina ljudi rijetko razmišlja o tome tko je snimio fotografiju ili što ona znači. Reagiraju na vizualni podražaj. I upravo u tom prostoru umjetna inteligencija može lako dominirati jer generira brz, vizualno zavodljiv i hiperrealan sadržaj. Brinem se da će mnoga vrijedna fotografska djela – ona koja zahtijevaju dugotrajan proces i u koja je uloženo mnogo emocija – biti izgubljena u moru sjajnog sadržaja stvorenog umjetnom inteligencijom. No, to vidim i kao izazov za umjetnike: da ponovno istaknu vrijednost ljudskog oka, tijela i priče.

Ono što razlikuje umjetnost koju stvaraju ljudi od slika generiranih umjetnom inteligencijom nije samo tehnika, već proživljeno iskustvo koje stoji iza slike. Moj rad duboko je ukorijenjen u mojim vlastitim fizičkim i emocionalnim putovanjima – od šuma koje sam nekoć zvao domom, a koje su sada uništene, preko migrantskih ruta kojima sam prolazio, pa sve do zamišljenih utopija koje gradim u svojim instalacijama. Umjetna inteligencija ne osjeća hladan vjetar na litici niti čežnju pri napuštanju domovine. Ona može simulirati, ali ne može istinski proživjeti iskustvo.

Unatoč tome, ne smatram umjetnu inteligenciju neprijateljem. Ona je alat – i to moćan. Za mene opasnost ne leži u samom alatu, već u načinu na koji se njime nepromišljeno rukuje. Ako umjetnu inteligenciju uspijemo uključiti promišljeno i s jasnom namjerom, uz zadržavanje kritičke svijesti o autorstvu, etici i kontekstu, ona bi zapravo mogla otvoriti nova vrata u kreativnom stvaralaštvu.

Ipak, imam određene bojazni, osobito kada je riječ o autorskim pravima i gubitku povjerenja u sposobnost fotografije da prenese istinu. Kada počnu kružiti „lažne fotografije” generirane umjetnom inteligencijom koje prikazuju prepoznatljive osobe ili događaje, otvaraju se složena etička i pravna pitanja. Tko što posjeduje? Tko snosi odgovornost? Što se događa kada granica između dokumentiranog i izmišljenog potpuno nestane?

Naravno, uspon umjetne inteligencije izaziva i stvarnu zabrinutost u mnogim kreativnim područjima. Riječ je o seizmičkoj promjeni. Kroz povijest je svaka velika tehnološka revolucija potisnula određena zanimanja, a istovremeno stvorila nova. Grafički dizajneri, komercijalni fotografi, pa čak i novinari – ta su zanimanja već pogođena. Ipak, ne vjerujem da se umjetnici mogu ili trebaju natjecati sa strojevima. Naša snaga leži u sposobnosti da osjećamo, promišljamo i zamišljamo drukčije mogućnosti.

Etička pitanja i autentičnost

Integracija umjetne inteligencije u umjetnost otvara važna etička pitanja. Jedna od briga odnosi se na autentičnost djela koja generira umjetna inteligencija. Primjerice, BBC je iskoristio umjetnu inteligenciju kako bi rekonstruirao tečajeve pisanja koje „vodi” pokojna Agatha Christie, koristeći pritom njezin lik i glas. Iako je cilj projekta bio očuvanje njezine ostavštine, on je potaknuo rasprave o etičkim implikacijama takvih posthumnih prikaza. <https://www.bbcmaestro.com/courses/agatha-christie/writing>.

Štoviše, upotreba umjetne inteligencije za oponašanje prepoznatljivih umjetničkih stilova izazvala je kontroverze. Generiranje slika u stilu studija Ghibli putem tehnologije tvrtke OpenAI naišlo je na kritike suosnivača tog studija, Hayaa Miyazakija; on je smatrao da umjetnosti koju stvara umjetna inteligencija nedostaje „duša” kakvu imaju djela nastala ljudskom rukom.



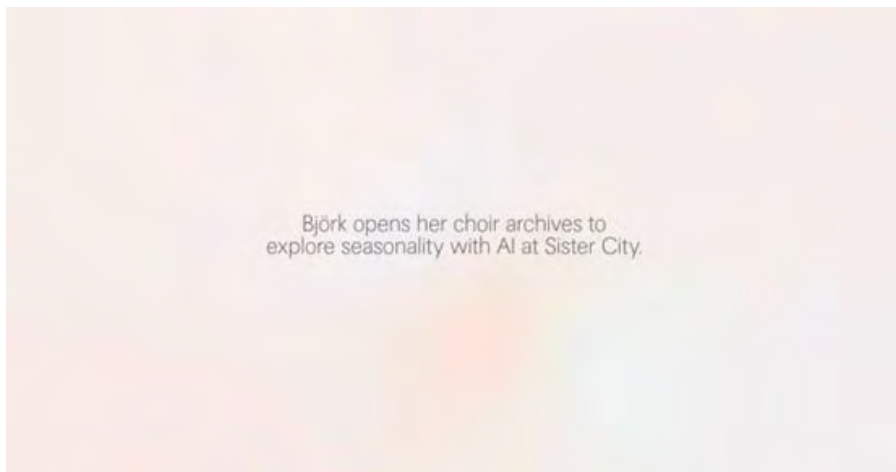
Slika 3. Deborah Szapiro ističe da OpenAI iskorištava „udobnost, sigurnost i ljepotu Miyazakijeva svijeta”. (Facebook: Studio Ghibli)

<https://www.abc.net.au/news/2025-04-03/the-controversial-chatgpt-studio-ghibli-trend-explained/105125570>

Uspon umjetne inteligencije također predstavlja izazov za tradicionalni umjetnički rad. Kako umjetna inteligencija postaje sve sposobnija za stvaranje visokokvalitetnog sadržaja, umjetnici bi se mogli suočiti s obezvrjeđivanjem ili zamjenom svoga rada. Ta promjena nalaže ponovno preispitivanje uloge umjetnika i važnosti ljudske kreativnosti u svijetu koji je sve više automatiziran.

Umjetna inteligencija u zvučnoj umjetnosti i ekološkim narativima

Primjena umjetne inteligencije proteže se izvan vizualnih umjetnosti na zvučnu umjetnost i ekološko pripovijedanje. Jedan od mojih omiljenih radova je instalacija islandske umjetnice Björk „Kórsafn“ koja je koristila umjetnu inteligenciju za stvaranje promjenjivog zvučnog krajolika u predvorju hotela u New Yorku. Sustav umjetne inteligencije reagirao je na podatke o okolišu u stvarnom vremenu, poput vremenskih prilika i migracija ptica, kako bi modulirao zbarske kompozicije, stvarajući dinamično slušno iskustvo.



Slika 4. Snimka zaslona, Björkina instalacija *Kórsafn*

U sklopu drugog projekta, „Nature Manifesto“, Björk je surađivala s francuskim Institutom za istraživanje i koordinaciju akustike i glazbe (IRCAM) kako bi pomoću umjetne inteligencije rekonstruirala glasanje izumrlih životinja. Cilj te imerzivne instalacije bio je podići svijest o gubitku bioraznolikosti i utjecaju ljudskih aktivnosti na ekosustave.



Slika 5. Snimka zaslona iz promotivnog videa za *Nature Manifesto*, autor Sam Balfus (*Balfua*)

<https://www.centrepompidou.fr/en/magazine/article/bjoerk-after-plagues-and-pandemics-there-will-be-new-modes-of-existence>

Slično tome, projekt „Fragments of Extinction” talijanskog umjetnika zvuka Davida Monacchija obuhvaća snimanje akustičke bioraznolikosti primarnih kišnih šuma. Koristeći specijaliziranu opremu i analizu pomoću umjetne inteligencije, Monacchi stvara imerzivne zvučne pejzaže koji ističu bogatstvo i krhkost tih ekosustava..

Snalaženje u korištenju AI-ja kao alata za umjetničko stvaranje

Unatoč izazovima i etičkim razmatranjima, mnogi umjetnici, uključujući i mene, vide umjetnu inteligenciju kao vrijedan alat koji može potaknuti kreativnost; moramo je i dalje propitivati, upoznavati se s njom i koristiti je kako bismo proširili mogućnosti umjetničkog stvaranja.

Želio bih citirati Björkine odgovore u vezi s kontroverzama umjetne inteligencije:

Dovedena je u pitanje i odluka o korištenju umjetne inteligencije. Björk i Molinari branili su taj potez jer oboje vide umjetnu inteligenciju kao alat koji se može koristiti kreativno i održivo; pritom Björk naglašava važnost ljudskog doprinosa kako bi se umjetnoj inteligenciji udahnula „duša”, dok Molinari ističe potrebu za održivim tehnološkim praksama u širem kontekstu digitalnog života.

Nakon završetka izložbe, Björk je iznijela dodatno mišljenje: „Ovako ćemo raditi u budućnosti. [...] Ako u glazbi budućnosti koju stvara umjetna inteligencija nema duše, to je zato što je [nitko] nije unio, a mi kao slušatelji moramo reagirati i to zaštititi.” Dodala je i da na Spotifyju već postoji „bezdušna glazba” [sic] koja je „masovno proizvedena bez imalo kreativnosti”.

https://en.wikipedia.org/wiki/Nature_Manifesto

Iskorištavanjem mogućnosti umjetne inteligencije umjetnici mogu istraživati nove oblike izražavanja i doprijeti do šire publike. Ključ je u održavanju ravnoteže između prihvaćanja tehnološkog napretka i očuvanja ljudskih elemenata koji umjetnosti daju dubinu i značenje.

Pojavilo se nekoliko AI alata koji pomažu umjetnicima u njihovim kreativnim procesima:

Alati umjetne inteligencije za rad sa slikama

Midjourney

Alat umjetne inteligencije koji na temelju tekstualnih uputa generira nadrealne vizuale nalik slikarskim djelima. Mnogi ga umjetnici koriste za skiciranje konceptualnih ideja ili istraživanje vizualnih ugođaja prije njihove realizacije u fizičkom mediju.

Primjer upotrebe: Vidio sam kolege kako koriste Midjourney za vizualizaciju spekulativnih okruženja ili mitskih bića.

Adobe Firefly (unutar Photoshopa)

Integrira značajke generativne umjetne inteligencije izravno u procese uređivanja slika — uključujući proširenje pozadine, uklanjanje objekata i generiranje teksta u sliku.

Alati umjetne inteligencije za s rad s videom

Runway ML (Gen-2)

Omogućuje umjetnicima generiranje ili uređivanje videa na temelju unosa teksta ili slike. To nije samo prečac — to je alat za preispitivanje temporalnosti, pokreta i vizualnog pripovijedanja.

Primjer primjene: Koristio sam ga za preoblikovanje snimaka iz stvarnosti u sekvence nalik snovima, slojevite strukture, istražujući pritom sjećanje kao nešto što je u pokretu.

Alati umjetne inteligencije za s rad sa zvukom

AIVA (Artificial Intelligence Virtual Artist)

Alat za skladanje koji generira glazbu na temelju raspoloženja, žanra ili narativne teme.

ElevenLabs

Moćan generator glasa temeljen na umjetnoj inteligenciji koji može klonirati ljudske glasove i stvarati višejezične glasovne zapise.

Društveni mediji kao platforma za umjetnike — oslobađaju li ili iscrpljuju?

Posljednjih godina često se nalazim rastrgan između dvaju vrlo različitih osjećaja kada je riječ o društvenim mrežama: zahvalnosti i iscrpljenosti. S jedne strane, one su mi otvorile vrata za koja nisam ni slutio da ću kroz njih ikada proći. S druge strane, to je prostor koji neprestano traži više – više sadržaja, više objava, više mene samog. Za umjetnike na početku karijere poput mene, osobito one bez pristupa tradicionalnim galerijskim sustavima ili institucionalnim mrežama, društvene mreže mogu predstavljati alternativni put. No, one mogu i tiho iscrpiti upravo onu energiju koja nam je potrebna za stvaranje.

Dvosjekli mač vidljivosti

Kad sam prvi put počeo dijeliti svoje radove na internetu, još sam bio student u stranoj zemlji, daleko od središta moći svijeta umjetnosti. Nisam imao galeriju koja bi me zastupala, a moj životopis bio je kratak. No, imao sam telefon, fotoaparat i priču koju sam želio ispričati. Na platformama poput Weiboa i RedNotea (kineskim društvenim mrežama koje funkcioniraju slično Instagramu) mogao sam prikazati svoje fotografije, filmove i vokalne eksperimente – ne u ugađenom prostoru galerije („bijeloj kocki”), već kroz fragmente, priče i spontane trenutke. Ljudi su me s vremenom počeli primjećivati.

Uslijedile su i pozivnice.

Društvene mreže demokratizirale su vidljivost – barem do određene mjere. Omogućuju umjetnicima na početku karijere da zaobiđu „vratare” i izravno se povežu s publikom. Stvaraju prostor u kojem umjetnik iz malog mjesta, izražavajući se vlastitim glasom, može postati vidljiv tisućama ili milijunima ljudi diljem svijeta. Također su promijenile način na koji shvaćamo umjetničku prisutnost: više nije vezana uz geografiju, a „platforma” je sada istovremeno mjesto izražavanja i mjesto izlaganja javnosti.

No, ta vidljivost ima svoju cijenu.

Kako bi ostali vidljivi, umjetnici su često prisiljeni na ritam koji je bliži stvaranju sadržaja nego umjetničkoj praksi. Algoritmi nagrađuju dosljednost, brzinu i angažman. Ako nestanete na mjesec dana kako biste se dublje posvetili nekom projektu – što umjetnici ponekad moraju učiniti – riskirate da postanete nevidljivi u feedu. Taj pritisak može dovesti do stvaranja radova koji nastaju brže, prate trendove i više ugađaju publici. U trenucima sumnje, često sam se pitao: stvaram li ovu sliku zato što to moram ili zato što će „dobro proći” na internetu?

Postoji i dublja vrsta umora koju donose društvene mreže. Ponekad se čini da napor potreban da bi vas primijetili oduzima vrijeme od napora potrebnog za vlastiti razvoj i sazrijevanje.

Još je gore ono tjeskobno opterećenje izvedbom. Broj lajkova, dijeljenja i pratitelja počinje se doživljavati kao mjerilo vrijednosti. Lako je upasti u zamku uspoređivanja, osobito kada je feed ispunjen naizgled uspješnim kolegama.

S druge strane, eksperimentirao sam s vokalnim nastupima uživo putem opcije „Live“, pri čemu je publika mogla reagirati u stvarnom vremenu. Vidio sam umjetnike kako koriste odjeljke za komentare za prikupljanje priča, sjećanja, pa čak i zvukova za participativna djela. Na taj način društvene mreže prestaju biti samo marketinški alat i postaju dio samog umjetničkog djela.

Promišljena upotreba društvenih mreža: Strategija

Kao i svaki drugi medij, ni društvene mreže ne dolaze s priručnikom za upotrebu, a umjetnicima se mogu činiti istovremeno oslobađajućima i preplavljujućima. S vremenom sam shvatio da učinkovito korištenje tih platformi ne znači „prokužiti algoritam“, već im pristupiti jasno i s određenom namjerom. Naučio sam (često metodom pokušaja i pogrešaka) da promišljena upotreba društvenih mreža počinje spoznajom o tome zašto sam tamo, kome se obraćam te što želim pružiti i dobiti u tom prostoru.

Upoznajte svoju publiku — i svoju svrhu

Jedna od najvažnijih lekcija koju sam naučio jest da brojke nisu sve. Može biti primamljivo – osobito na početku – mjeriti uspjeh objave ili projekta brojem lajkova ili dijeljenja. No, društvene mreže prostor su brzog listanja sadržaja i vizualne pretrpanosti. Složeni, spori ili emocionalno višeslojni radovi često ne postižu veliku „gledanost“ – no to ih ne čini manje vrijednima. Mnogi moji radovi koji su više poetski ili utemeljeni na istraživanju izazivaju manje reakcija na internetu, a ipak su doveli do dubokih, smislenih razgovora u stvarnom životu.

Zato je ključno definirati svrhu prije nego što krenete u lov na popularnost. Je li vam cilj prikazati proces stvaranja? Dokumentirati istraživanje? Povezati se s kolegama, kustosima ili suradnicima? Društvene mreže mogu poslužiti svim tim ciljevima, no jasnoća pomaže da ne upadnete u zamku stvaranja umjetnosti radi same platforme, umjesto iz vlastite umjetničke prakse.

Naravno, nisu svi radovi namijenjeni uskom krugu publike. Neki projekti – osobito oni koji uključuju elemente sudjelovanja, aktivizam ili javne intervencije – imaju koristi od šireg dosega i aktivnog uključivanja javnosti. U takvim slučajevima vidljivost postaje ključan dio utjecaja samog rada. Jedan je primjer globalno viralan projekt *Postcards from the Future* (Razglednice iz budućnosti) umjetničkog kolektiva Forensic Architecture, koji je iskoristio društvene mreže za prikupljanje podataka i podizanje svijesti o kršenjima ljudskih prava. Ipak, za mnoge od nas – posebice one koji se bave poetskim, konceptualnim ili „sporim“ medijima – sasvim je u redu, pa čak i nužno, odustati od ambicija za postizanjem viralnosti.

Izgradnja profesionalne umjetničke prisutnosti

Osim dijeljenja gotovih radova, jedan od najučinkovitijih načina na koji koristim društvene mreže jest kao svojevrsni životopis u nastajanju. Redovito ažuriranje informacija o izložbama, rezidencijama, performansima ili predavanjima pomaže u izgradnji dosljedne i vidljive umjetničke prisutnosti. To omogućuje kustosima i kolegama da prate vaš put, a publici pruža osjećaj kontinuiteta.

Također je važno svoj feed i istaknute priče (highlights) tretirati kao dio svog portfolija. Kvalitetna dokumentacija ključnih trenutaka – poput izložbi, nastupa ili suradnji – kasnije se može iskoristiti za prijave, web-stranice ili priopćenja za javnost. Profesionalna prisutnost ne podrazumijeva neprestano objavljivanje, već promišljenu dosljednost. Čak i u razdobljima sporijeg stvaralačkog procesa, mogu podijeliti nešto iz svoje bilježnice sa skicama, snimku vokalne vježbe ili kratku refleksiju iz svog umjetničkog dnevnika.

Platforma za učenje i prilike

Iako se društvene mreže često doživljavaju kao mjesto za odašiljanje informacija, jednako su vrijedne i kao alat za slušanje. Za mnoge rezidencije, potpore i javne pozive doznao sam putem Instagram profila koji redovito objavljuju prilike za umjetnike. Trudim se pratiti organizacije, tijela koja dodjeljuju sredstva i nezavisne kustose koji aktivno dijele otvorene pozive. Neki od profila koje redovito pratim su:



@residencyunlimited – redovito objavljuje međunarodne rezidencije

@artconnect.opps – otvoreni pozivi, potpore i natječaji

@otm.network – On the Move – financiranje mobilnosti u Europi

@framefinland – za umjetnike koji djeluju na finskoj umjetničkoj sceni

@nordiskkulturkontakt – nordijska kulturna podrška

@artenda – otvoreni pozivi, potpore i natječaji

Također pratim medije i časopise o suvremenoj umjetnosti radi kritičkog diskursa, trendova i novih radova, kao što su:

@e_flux

@artreview_magazine

@artnet

@artnews

@friezeofficial



Snalaženje u Europi kao umjetnik iz zemlje izvan EU

Kao umjetnik iz zemlje izvan EU-a koji se preselio u Europu tijekom neizvjesnih godina pandemije, često sam se osjećao kao da stojim istovremeno unutar i izvan okvira.

Europska umjetnička scena u mnogim je pogledima uzbudljiv i razmjerno otvoren ekosustav, no snalaženje u njemu iz perspektive useljenika podrazumijeva nevidljiv rad, tihi prilagodbu i stalno pregovaranje. Ovaj skup alata nije potpuna mapa, već niz putokaza koje bih volio da sam imao na raspolaganju ranije.

Umjetnička scena Europe i sustavi podrške

Europa u cjelini nudi iznenađujuće uključivo okruženje za umjetnike – osobito u usporedbi s mnogim drugim dijelovima svijeta. Mnogi festivali, rezidencije i tijela za financiranje otvoreni su za umjetnike bez obzira na državljanstvo, sve dok legalno borave u Europi. Od nordijskih zemalja do Srednje Europe postoji opće prihvaćeno uvjerenje da kulturna produkcija ima koristi od raznolikosti i prekogranične razmjene.

Javno financiranje umjetnosti ovdje je uobičajena praksa. Iako se razina podrške razlikuje od zemlje do zemlje, iznenadilo me koliko je zapravo dostupno bespovratnih sredstava, stipendija za rezidencijalne boravke i mogućnosti institucionalne suradnje. U Finskoj, gdje živim i radim, lokalna i nacionalna vijeća za umjetnost redovito raspisuju javne natječaje koji uključuju i osobe bez državljanstva te zemlje. U zemljama poput Nizozemske, Njemačke, Švedske i Francuske programi podrške umjetnicima često stavljaju naglasak na uključivost, održivost i društveni angažman.

Ipak, ekosustav vaše matične zemlje također je važan. Neke vlade ili veleposlanstva imaju kulturne potpore ili fondove za suradnju namijenjene umjetnicima koji žive u inozemstvu. Druge mogu ponuditi prilike za nacionalno predstavljanje na međunarodnim festivalima ili bijenalima. Isplati se istražiti obje strane – mjesto gdje se trenutačno nalazite i mjesto odakle dolazite.

Vize, financiranje i administrativni aspekti

Tu stvari postaju složenije. Organizatori umjetničkih rezidencija i festivala ne razumiju uvijek administrativne izazove s kojima se suočavaju osobe koje nisu državljani EU-a. Iako u natječajima može pisati da su prilike „otvorene za sve”, u praksi zahtjevi za vizu i ograničenja boravka mogu stvoriti skrivene prepreke.

Ako boravite izvan EU-a, prije prijave na rezidencijalni program provjerite nude li podršku pri ishodu vize ili pisma poziva. Neki programi u Njemačkoj, Austriji ili Francuskoj spremni su pomoći, no nisu svi upoznati s imigracijskim procedurama za osobe koje nisu državljani Europske unije.

Ako posjedujete dozvolu boravka u nekoj od zemalja Europske unije (npr. u Finskoj), mnoge zemlje schengenskog područja dopuštaju kratkotrajni boravak bez dodatne vize.

Izgradnja zajednice

Jedan od najvažnijih koraka u izgradnji održive umjetničke prakse u Europi jest stvaranje lokalne mreže kontakata. Evo nekoliko koraka koji su meni pomogli:

Posjećujte lokalna otvorenja izložbi, čak i ako ste sramežljivi. Takvi su događaji često neformalni i besplatni te predstavljaju odličnu priliku za upoznavanje kustosa, umjetnika ili organizatora. Ne morate nužno „umrežavati se” – dovoljno je samo biti prisutan.

Iskoristite društvene mreže u svoju korist: pratite lokalne umjetničke centre, neovisne kustose i prostore koje vode umjetnici. Mnoge se prilike prvo objavljuju na Instagramu ili u newsletterima.

I ne zaboravite se povezati s drugim umjetnicima doseljenicima ili onima iz dijaspore. Snagu sam pronašao u ljudima koji razumiju to stanje „između” koje dijelimo – a iz takvih odnosa rađaju se drukčija vrsta solidarnosti i umjetničkog stvaranja.

Popis europskih institucija koje financiraju umjetnost

On the Move

Ključna platforma za mobilnost i financiranje kulture diljem Europe i šire. Redovito objavljuje otvorene pozive za rezidencije, financiranje i bespovratna sredstva za putovanja povezana s umjetnošću.

Culture Moves Europe

Program koji financira EU, a podržava mobilnost umjetnika, rezidencije i prekogranične suradničke projekte. Otvoren je za umjetnike iz zemalja izvan EU-a koji imaju boravište u Europi.

Pro Helvetia – Švicarsko vijeće za umjetnost

Podržava suvremenu umjetnost iz Švicarske i u njoj, uključujući međunarodne razmjene, izložbe i rezidencije.

Nordic Culture Point

Financira umjetničku suradnju između nordijskih i baltičkih zemalja. Umjetnici koji žive u nordijskoj regiji (bez obzira na nacionalnost) mogu se prijaviti za sredstva namijenjena mobilnosti i umrežavanju.

Također, svaka zemlja ima vlastite sustave financiranja. Dodatno: platforme za pronalaženje rezidencija i bespovratnih sredstava.

Res Artis — Globalna mreža rezidencija s redovitim otvorenim pozivima.

TransArtists — Opsežan popis europskih umjetničkih rezidencija i mogućnosti financiranja.



Gledajući unaprijed, vjerujem da se moramo nastaviti pitati:
Kakvu umjetnost želimo stvarati i za koga?



Bilo da je riječ o prihvaćanju alata umjetne inteligencije, njegovanju zdravijeg odnosa prema društvenim mrežama ili izgradnji novih mreža međunarodnih umjetnika, budućnost umjetnosti oblikuju jednako kritička svijest i tehnološke inovacije. Pritom nije riječ o otporu prema promjenama, već o promišljenom snalaženju unutar njih – odabiru sporijeg tempa kada je to potrebno, stvaranju iskrene digitalne prisutnosti te stvaranju prostora za ranjive, složene i ljudske oblike izražavanja u svijetu kojim sve više dominiraju algoritmi.

.



Radionički

Izgradnja profesionalnog brenda na društvenim mrežama

Kati Koivunen, glavna govornica na webinaru o društvenim mrežama i čitanju medija, 2024. Članak iz 2025.

Uvod

Za mnoge umjetnike danas kreativni rad nadilazi samo stvaranje umjetnosti. Vidljivost, umrežavanje i samoprezentacija postali su ključni dijelovi profesionalnog života. Digitalne platforme to omogućuju nudeći alate za dijeljenje radova i povezivanje s publikom; međutim, one donose i pritiske poput stalne dostupnosti, pažnje uvjetovane algoritmima te osjećaja da su „uvijek na tržištu rada” (Jacobson, 2020). U ovom se članku pojam profesionalnog brendiranja odnosi na kontinuirani proces definiranja, komuniciranja i upravljanja prepoznatljivim profesionalnim identitetom i ugledom u odnosu na relevantnu publiku.

Kako bi objasnili važnost te teme, istraživači ukazuju kako na prilike, tako i na etičke dvojbe. Brendiranje i umrežavanje mogu pomoći pojedincima u nesigurnim radnim uvjetima da zadrže vidljivost i pokažu svoju vrijednost dionicima (Gandini, 2016; Shepherd, 2005). Istovremeno, tržišno orijentirana retorika često stavlja velik teret odgovornosti na pojedince i briše granice između poslovnog i privatnog života (Lair i sur., 2005).

Osim toga, novija istraživanja opisuju profesionalno brendiranje kao dinamičan proces zajedničkog oblikovanja identiteta, u kojem stručnjaci pregovaraju o tome tko su i tko žele postati u odnosu na različite dionike (Koivunen, 2023; Dumont i Ots, 2020; Jacobson, 2020). Takva perspektiva pomiče fokus sa slogana na kontinuirani rad na usklađivanju vrijednosti, kompetencija i javne vidljivosti.

Prisutnost na društvenim mrežama dodatno oblikuje način na koji umjetnici bivaju otkriveni, kako se tumači njihov rad te kako se s vremenom razvijaju odnosi s kolegama, institucijama i podupirateljima (Labrecque i sur., 2011; Scolere i sur., 2018; Smith i Fischer, 2020). Istraživanja o vezanosti uz profesionalne brendove sugeriraju da se pratitelji često povezuju s osobama koje odišu kompetencijom, osjećajem povezanosti i idealiziranim osobinama – što predstavlja spoj vještine, emocionalne povezanosti i kvaliteta kojima se teži (Ki i sur., 2020). Autentičnost je ključni element profesionalnih brendova jer publika obično vjeruje onima i podržava one čija je digitalna prisutnost u skladu s njihovim deklariranim vrijednostima i postupcima (Khedher, 2019; Kucharska i sur., 2020; Moulard i sur., 2015).

Nadovezujući se na ta saznanja, ovaj članak nudi praktičan okvir za umjetnike. Usredotočen je na razjašnjavanje identiteta brenda, angažiranje publike kroz sadržaj i pripovijedanje, i rješavanje izazova brendiranja kako bi javna prisutnost ostala održiva i utemeljena na temeljnim vrijednostima.

Profesionalni identitet brenda

Samorefleksija i ključne značajke identiteta

Učinkovito profesionalno brendiranje umjetnika započinje prije same izrade bilo kakve objave. Bez jasne predodžbe o profesionalnom identitetu, aktivnost na društvenim mrežama lako postaje reaktivna.

Umjetnici se mogu naći u situaciji da reagiraju na algoritamske trendove, pretpostavljena očekivanja ili promjenjive trendove, umjesto da grade dosljednu i smislenu prisutnost.

Profesionalni identitet brenda razlikuje se od privatnog osobnog identiteta i formalne profesionalne uloge, no s njima je i povezan (Koivunen, 2023). Za umjetnike on označava način na koji se odlučuju predstaviti kustosima, publici, kolegama, financijerima i klijentima u svojstvu kreativnih profesionalaca. Ključne sastavnice tog identiteta su vrijednosti, kompetencije i osobne značajke.

Vrijednosti služe kao nepokolebljiv orijentir pri donošenju odluka o brendiranju. One mogu uključivati predanost održivosti, društvenoj pravdi, eksperimentalnom radu, pristupačnosti ili izgradnji zajednice. Kada su vrijednosti jasno definirane, lakše je odlučiti koje suradnje prihvatiti, kakav sadržaj dijeliti i gdje postaviti granice. Profesionalcima koji znaju jasno artikulirati svoje vrijednosti obično je lakše odlučiti što će podijeliti, a što zadržati za sebe na društvenim mrežama (Koivunen, 2023). Za umjetnike to može značiti odbijanje komercijalnog angažmana koji je u suprotnosti s njihovim političkim uvjerenjima ili odluku da javno progovore o temama poput invaliditeta, migracija ili klimatske krize, koje su središnje za njihov rad.

Drugi element profesionalnog identiteta brenda odnosi se na kompetencije i stručnost. Umjetnici ponekad podcjenjuju važnost opisivanja svojih specifičnih vještina, tehnika i profesionalnog iskustva razumljivim jezikom. Istraživanja naglašavaju potrebu za jasnim komuniciranjem stručnosti i posebnih sposobnosti kako bi dionici mogli razumjeti kakvu vrijednost pojedini profesionalac pruža (Labrecque i sur., 2011; Parmentier i sur., 2013). Stoga je za kreativne profesionalce važno prepoznati svoje tehničke vještine, umjetničke pristupe i područja znanja te znati objasniti po čemu je njihov rad poseban (Koivunen, 2024a).

Treća sastavnica je osobni karakter: ljudske osobine koje umjetnika čine bliskim i pamtljivim, poput smisla za humor, smirenosti, entuzijazma ili kritičkog angažmana (Bendisch i sur., 2013; Moulard i sur., 2015). Te značajke utječu na to kako ljudi doživljavaju interakciju u komentarima, na radionicama ili tijekom posjeta ateljeu. Uz vizualni stil, mogu postati i dio umjetnikova prepoznatljivog znaka. Brendovi se s vremenom mijenjaju, no određeni elementi – poput ušiju Mickeyja Mousea – ostaju postojani i prepoznatljivi.

Na sličan način, umjetnik može eksperimentirati s novim temama i tehnikama, istovremeno održavajući prepoznatljiv temeljni stil ili ponavljajuću preokupaciju koju publika uči povezivati s njegovim imenom. Namjerno promišljanje o vrijednostima, kompetencijama i karakteru podržava prijelaz od nejasne nelagode prema brendiranju prema čvršćem razumijevanju onoga što se predstavlja javno, a što se namjerno drži privatnim.

Umjetnici se često kreću između nekoliko uloga istovremeno, poput autora, učitelja, kustosa, aktivista ili kulturnog radnika u institucionalnim okruženjima. Ovi koegzistirajući identiteti oblikuju kako profesionalni brend izgleda različitoj publici, čak i kada su samo neki od njih eksplicitno prikazani. O tome se detaljnije raspravlja u poglavlju Upravljanje izazovima.

Autentičnost u kuriranom svijetu

Autentičnost je ključno obećanje u suvremenom diskursu o brendiranju, no često se pojednostavljuje na savjete poput „samo budi svoj”. Istraživanja o profesionalnom brendiranju, međutim, autentičnost opisuju preciznije. Khedher (2019.) utvrđuje tri dimenzije autentičnosti u profesionalnom brendiranju: osobni stil, iskrenost i integritet.

Osobni stil odnosi se na prepoznatljiv način na koji se pojedinci vizualno i verbalno predstavljaju. Za umjetnike to može značiti dosljedan vizualni izričaj na web-stranicama i društvenim mrežama, određeni ritam objavljivanja ili prepoznatljiv način pisanja popratnih tekstova uz objave. Iskrenost podrazumijeva usklađenost između unutarnjih vrijednosti i vanjskih manifestacija, što uključuje način na koji umjetnik govori o svom radu te kako se odnosi prema suradnicima i publici. Integritet se odnosi na pridržavanje etičkih načela i dosljedno ponašanje u različitim kontekstima.

Autentičnost se često procjenjuje na temelju stupnja usklađenosti između ponašanja osobe u online i offline okruženju, dosljednosti na različitim platformama te koherentnosti između deklariranih vrijednosti i vidljivih postupaka (Khedher, 2019.). Kada su ti elementi u skladu, autentičnost jača; kada su u sukobu, povjerenje se obično smanjuje.

Autentičnost ne podrazumijeva potpunu transparentnost. Javna persona uvijek je selektivna konstrukcija koja ističe određene aspekte osobnosti, dok druge zadržava u sferi privatnosti. Takva pomno odabrana verzija sebe može zadržati emocionalnu uvjerljivost i vjerodostojnost ako se odabir temelji na jasnim vrijednostima te ako narativ ostaje dosljedan tijekom vremena (Dion i Arnould, 2016.). Takva je perspektiva korisna za umjetnike koji strahuju da bi strateško djelovanje na društvenim mrežama moglo djelovati neautentično. Planirana autentičnost spojiva je s etičkom praksom kada planiranje podupire iskren izričaj i štiti osobne granice. Istraživanja o profesionalnom brendiranju sugeriraju da strateško oblikovanje sadržaja može omogućiti održivu medijsku prisutnost bez prisiljavanja profesionalaca na stalno izlaganje vlastite osobnosti javnosti (Jacobson, 2020.).

Za umjetnike, praktičan pristup autentičnosti mogao bi uključivati:

- Unaprijed definirati teme i aspekte života koji su "na pozornici", a koji ostaju privatni
- Korištenje ponavljajućih vizualnih i narativnih motiva koji odražavaju stvarne interese
- Povremeno provjeravanje usklađenosti online ponašanja s načinom na koji govore o vrijednostima u stvarnom okruženju, kao što su posjeti ateljeu ili razgovori za dodjelu potpora



Ovi temeljni odabiri vezani uz vrijednosti, granice i ton čine osnovu na kojoj se mogu graditi strategije usmjerene na publiku, što je ujedno i tema sljedećeg odjeljka.

Angažiranje publike: Strateško stvaranje sadržaja za umjetnike

Prethodni se dio bavio sastavnicama profesionalnog identiteta brenda. Sljedeći je korak razmotriti kako taj identitet u praksi dolazi u doticaj s publikom – putem sadržaja i interakcije na digitalnim platformama.

Identificiranje dionika

Primarni dionici u ekosustavu profesionalnog brenda obično uključuju kolege iz struke, potencijalne suradnike, galerije i kulturne institucije, kolekcionare i klijente te predstavnike medija. Sekundarni dionici uključuju poslodavce, obitelj i prijatelje te studente ili polaznike mentorstva (Dumont i Ots, 2020.; Preece i Kerrigan, 2015.).

Taj je ekosustav dionika primijenjen na umjetnike putem modela „kotača” (engl. *daisy wheel*) dionika, pri čemu se naglašava da publika umjetnika nije jedinstvena, homogena skupina, već skupina različitih tipova promatrača s različitim interesima i očekivanjima (vidi Preece i Kerrigan, 2015.). Na primjer:

- Kolege bi mogle biti zainteresirane za proces, eksperimentiranje i iskrene prikaze suočavanja s izazovima.
- Kustosi bi se mogli usredotočiti na konceptualnu jasnoću, povijest izlaganja i kritičko pozicioniranje.
- Kolekcionari bi mogli tražiti slike koje im pomažu zamisliti djelo u vlastitom domu.
- Financijeri bi mogli obraćati pozornost na angažman javnosti, važnost za zajednicu i dokaze o utjecaju.

Razmišljanje o ovim skupinama može pomoći umjetnicima da osmisle sadržaj koji izravno odgovara potrebama svake od njih, bez pokušaja da udovolje svima odjednom. Uz te ljudske dionike, algoritmi se mogu promatrati kao neljudski dionici koji određuju koji će sadržaj postati vidljiv (Scolere i sur., 2018.; Smith i Fischer, 2020.).

Iako algoritmi ne bi trebali određivati identitet, svijest o tome kako logike platformi funkcioniraju može utjecati na praktične odluke o formatu, vremenu objave i učestalosti.

Vizualni umjetnici u sponu često pristupaju digitalnoj prisutnosti s četiri međusobno povezana cilja: brendiranje, angažman, umrežavanje i konverzija (Petrides & Vila de Brito, 2024).

Učinkovita online prisutnost zahtijeva predstavljanje umjetničkog rada na način koji također upravlja prepoznatljivim umjetničkim brendom, poziva na interakciju s publikom i otvara konkretne mogućnosti umrežavanja i karijere. Digitalna vidljivost najbolje funkcionira kada je nadopunjena susretima i suradnjama u fizičkom svijetu, što zajedno povećava izgleda za napredovanje u kreativnoj karijeri (Petrides & Vila de Brito, 2024).

Strategije stvaranja sadržaja

Nakon što se identificiraju dionici, sljedeće je pitanje što i kako podijeliti. Istraživanja ukazuju na tri međusobno povezane strategije za profesionalce: prilagodbu zainteresiranoj publici, sažimanje složenog rada u pristupačne formate te poticanje širenja dosega putem smislene interakcije (Ki i sur., 2020.; Parmentier i sur., 2013.; Smith i Fischer, 2020.; Koivunen, 2023.).

Prilagodba podrazumijeva praćenje toga koja publika reagira na koji sadržaj i odgovaranje na te obrasce uz istovremeno poštovanje osobnih vrijednosti i granica. Pokazatelji smislene interakcije uključuju komentare, dijeljenja, izravne poruke i vrste tema koje pouzdano nailaze na dobar odaziv. Različite platforme privlače i različite dionike, od zajednica usmjerenih na vizualni sadržaj na Instagramu do profesionalnih mreža na LinkedInu ili angažmana usmjerenog na procese na TikToku (Labrecque i sur., 2011.; Scolere i sur., 2018.).

Sažimanje podrazumijeva predstavljanje umjetničkih ideja i procesa na razumljiv način, bez gubitka njihove dubine. To uključuje pripovijedanje i dijeljenje znanja. Pripovijedanje može poprimiti tematske, emocionalne ili procesne oblike, poput objašnjavanja odluka, prikazivanja rada u nastajanju ili opisivanja izazova. Takvi pristupi pomažu publici da se poveže s umjetničkim motivacijama te mogu ojačati osjećaj povezanosti i percepciju kompetentnosti (Ki i sur., 2020.; Moulard i sur., 2015.).

Širenje dosega usmjereno je na to da sadržaj dopre do relevantnih dionika. Pokazatelji mogu uključivati kvantitativne mjere, poput stopa angažmana ili dosega, te kvalitativne znakove relevantnosti, poput zahtjeva za suradnjom ili poziva na sudjelovanje u raznim prilikama (Koivunen, 2023.). Neki profesionalci smatraju mjerenje korisnim za usavršavanje rada, dok ga drugi doživljavaju kao izvor tjeskobe, što sugerira da je najodrživiji pristup onaj koji uključuje nenametljivo praćenje usmjereno na smislenu interakciju. Etičke metode privlačenja publike – poput postavljanja pitanja koja potiču na razmišljanje, iniciranja dijaloga ili poticanja dijeljenja sadržaja među kolegama – podržavaju angažman bez oslanjanja na manipulativne taktike (Parmentier i sur., 2013.; Smith i Fischer, 2020.). Iako te strategije ne uklanjaju emocionalne i etičke pritiske povezane s vidljivošću, nude alate koji mogu pomoći u promišljenijem odgovoru na te pritiske, o čemu će biti riječi u sljedećem odjeljku.

Upravljanje izazovima

Čak i kada su vrijednosti, strategije sadržaja i svijest dionika već uspostavljeni, profesionalno brendiranje i dalje nosi sa sobom psihološke i praktične izazove. Ovaj odjeljak bavi se tim izazovima te radom na identitetu koji oni zahtijevaju.

Tenzije u identitetu kao katalizatori

Profesionalno brendiranje može stvoriti niz napetosti u vezi s identitetom, osobito u područjima u kojima pojedinci obnašaju više uloga i gdje je javna vidljivost sastavni dio profesionalnog života. Te napetosti mogu nastati između različitih aspekata identiteta, između sadašnjeg i željenog ja, između unutarnje percepcije sebe i vanjskih interpretacija ili između autentičnosti i percipiranih tržišnih očekivanja (Koivunen, 2023). Budući da društveni mediji izlažu umjetnike stalnom uspoređivanju, povratnim informacijama i vidljivosti, te se napetosti često doživljavaju intenzivnije u digitalnim okruženjima.

I drugi pritisci također mogu oblikovati identitet. Algoritamski poticaji mogu potaknuti stvaranje sadržaja koji dobro funkcionira, ali se ne podudara s dubljim vrijednostima.

Pritisci za monetizacijom mogu navesti pojedince da svaku radnju sagledavaju kroz prizmu stvaranja prihoda, što može umanjiti kreativno eksperimentiranje. Zabrinutost zbog privatnosti nastaje kada se osobne i profesionalne granice zamagljuju, posebno kada online vidljivost potiče neželjene komentare ili zlouporabu slika. Zajedno, ova dinamika može stvoriti emocionalni pritisak ili nesigurnost oko toga kako se predstaviti.

Međutim, istraživanja u različitim organizacijskim kontekstima naglašavaju da su te napetosti normalna značajka suvremenog profesionalnog identiteta, a ne znakovi neadekvatnosti (Kreiner i sur., 2006.). Kada se prepoznaju, a ne izbjegavaju, mogu potaknuti razmišljanje o vrijednostima, prioritetima i željenim budućim smjerovima. Nekoliko praksi može podržati ovaj refleksivni rad. Razjašnjavanje temeljnih vrijednosti pomaže u određivanju koji aspekti identiteta trebaju biti vidljivi, a koji ostati privatni. Traženje konstruktivnih povratnih informacija uz filtriranje beskorisnih komentara podržava uravnoteženo razumijevanje vanjskih percepcija.

Narativni alati, poput povezivanja prošlih iskustava s sadašnjim ciljevima i budućim težnjama, pomažu u održavanju osjećaja kontinuiteta i svrhe (Ibarra & Barbulescu, 2010).

U ovom pogledu, napetosti u identitetu postaju katalizatori razvoja. One signaliziraju trenutke kada se identitet preoblikuje i kada su odluke o vidljivosti, granicama i smjeru posebno značajne. Umjesto da ometaju profesionalno brendiranje, te napetosti čine dio stalnog pregovaranja kroz koje se u složenim krajolicima suvremenog kreativnog rada oblikuje koherentan i održiv profesionalni identitet.

Rad na identitetu: strategije upravljanja napetostima i izgradnje koherentnosti

Ove su napetosti izravno povezane s onim što se u organizacijskim istraživanjima naziva „rad na identitetu” – kontinuiranim nastojanjem da se stvori, održi i revidira koherentan osjećaj vlastitog ja u odnosu na društvene uloge (Brown, 2015; Ibarra i Barbulescu, 2010). Koherentnost je važna jer je ljudima za psihološku dobrobit potreban temeljni osjećaj kontinuiteta i dosljednosti identiteta (Kreiner i sur., 2006).

Napetostima povezanim s identitetom može se upravljati putem praksi koje pomažu u održavanju osjećaja koherentnosti unatoč različitim ulogama i očekivanjima. Istraživanja ukazuju na tri glavna procesa koja podupiru taj rad: balansiranje identiteta, procjenjivanje usklađenosti i pripovijedanje koherentnih priča (Koivunen, 2023; Ibarra i Barbulescu, 2010; Kreiner i sur., 2006).

Prvi proces uključuje pronalaženje funkcionalne ravnoteže između različitih identiteta koje pojedinac ima. Umjesto pokušaja skrivanja ili razdvajanja uloga, pojedinci eksperimentiraju s načinima njihova kombiniranja, odlučujući koje će aspekte istaknuti, a koje zadržati u privatnosti, te mijenjajući težište ovisno o promjenama okolnosti. Taj proces balansiranja pomaže u održavanju kontinuiteta između profesionalnog i osobnog konteksta (Koivunen, 2023).

Drugi proces obuhvaća procjenu identiteta iz unutarnje i vanjske perspektive. Na unutarnjoj razini, pojedinci uspoređuju svoje javno predstavljanje s privatnim doživljajem sebe te se prilagođavaju kako bi osigurali jasnoću granica i vrijednosti. Na vanjskoj razini, promatraju kako drugi tumače njihov rad i pojavnost, koristeći povratne informacije kao izvor podataka, ali se pritom odupiru pritisku na promjene koje bi ugrozile njihovu autentičnost. Takva dvostruka procjena pridonosi stabilnosti jer pomaže pojedincima da prepoznaju gdje je njihov identitet usklađen, a gdje se pojavljuju potencijalni raskoraci (Kreiner i sur., 2006; Koivunen, 2023).

Treći se proces odnosi na ulogu narativa. Priče koje povezuju prošla iskustva sa sadašnjim djelovanjem i budućim ciljevima pomažu u stvaranju koherentnog osjećaja usmjerenosti, osobito tijekom razdoblja tranzicije. Takvi narativi omogućuju pojedincima da komuniciraju svoju kompetentnost, objasne promjene i artikuliraju težnje koje se tek oblikuju (Ibarra i Barbulescu, 2010; Koivunen, 2023).

Zajedno, te prakse pokazuju da je razvoj identiteta proces stalnog pregovaranja. Kada im se pristupa na reflektivan način, one pomažu pojedincima u snalaženju usred napetosti, održavanju koherentnosti te predstavljanju profesionalnog identiteta brenda koji djeluje utemeljeno, a istovremeno prilagodljivo.

Uobičajeni izazovi i praktični odgovori

Postojeća istraživanja o profesionalnom brendiranju identificiraju nekoliko ponavljajućih izazova za kreativne profesionalce, kao što su izgaranje i stalni pritisak, negativne povratne informacije, usporedbe i specifični rizici povezani s digitalnim platformama (Jacobson, 2020.; Koivunen,

2023). Mnogi profesionalci osjećaju se kao da su stalno „na tržištu rada“ (Jacobson, 2020.). Ta percepcija stvara pritisak da redovito objavljuju i odmah odgovaraju na svaki komentar ili poruku. Koivunen (2023.) je primijetila da se ovo očekivanje često čini iscrpljujućim. Međutim, profesionalci mogu izmjenjivati razdoblja aktivnog angažmana i vremena posvećena kreativnom radu, pokazujući da brend može ostati živahan čak i kada njegov tvorac nije kontinuirano online.

Negativne povratne informacije također oblikuju emocionalni krajolik online prisutnosti. Javna vidljivost donosi i konstruktivne kritike i neprijateljske komentare, a pojedinci moraju neprestano odlučivati kako će odgovoriti. Koivunen (2023) pokazuje da neki stručnjaci kritiku tumače kao poticaj za pojašnjenje ili postavljanje granica, dok drugi koriste mreže međusobne podrške kako bi zadržali samopouzdanje pod pritiskom. Ti aktivni izbori utječu na to osjeća li se vidljivost podnošljivom ili preplavljujućom i omogućuju umjetnicima da zadrže kontrolu nad načinom na koji se njihov identitet pregovara online.

Uspoređivanje s drugima predstavlja još jedan stalni izazov. Naglasak društvenih mreža na dotjeranom uspjehu može pojačati osjećaje neadekvatnosti, zbog čega umjetnici dovode u pitanje svoj napredak ili stil. Kao odgovor na to, mnogi aktivno uređuju svoje feedove, smanjuju izloženost sadržaju koji pojačava tjeskobu i ulažu više energije u odnose i zajednice koje nude utemeljene oblike validacije (Koivunen, 2023.). Ove akcije pomažu u preusmjeravanju pažnje prema osobno značajnim standardima, a ne prema metrikama vođenim platformom.

Rizici specifični za platformu dodatno kompliciraju profesionalno brendiranje. Algoritamske promjene mogu naglo utjecati na vidljivost. Ovisnost o jednoj platformi može učiniti karijere ranjivima, a zabrinutost zbog plagijata ili zlouporabe slika može ograničiti ono što umjetnici smatraju sigurnim za dijeljenje (Labrecque i dr., 2011; Scolere i dr., 2018). Kako bi riješili te probleme, praktičari često jačaju kontrolu nad svojim ključnim kanalima, kao što su osobne web-stranice ili mailing liste, pažljivo dokumentiraju svoj rad i diversificiraju mjesta objavljivanja. Poduzimajući te korake, oni aktivno oblikuju uvjete svoje vidljivosti umjesto da ih u potpunosti prepuštaju dinamici platformi.

Zaključak

Profesionalno brendiranje umjetnika na društvenim mrežama može se shvatiti kao kontinuirani proces izgradnje identiteta koji se odvija u interakciji s dionicima. Istraživanja profesionalnog brendiranja pokazuju da dosljedne vrijednosti, kompetencije i karakterne osobine oblikuju način na koji se umjetnici percipiraju te kako se prilike vezane uz njihov rad pojavljuju i šire. U ovom se članku taj proces razmatra iz triju perspektiva. Prvo, naglašava se identitet profesionalnog brenda kao spoj vrijednosti, kompetencija i osobnog karaktera koji javnom nastupu daje dosljednost. Drugo, opisuje se kako taj identitet dolazi u doticaj s publikom putem svijesti dionika i strategija kreiranja sadržaja koje potiču smisleno angažiranje na različitim platformama. Treće, istražuju se napetosti, pritisci i rizici povezani s vidljivošću te se ističu refleksivne prakse koje pomažu u očuvanju psihološke održivosti i kontinuiteta identiteta. Sve zajedno, te perspektive prikazuju osobno brendiranje ne kao kozmetički zahvat, već kao oblik kontinuiranog rada na tome kako se umjetnička praksa shvaća, dijeli i održava u suvremenoj digitalnoj kulturi.



Reference

- Bendisch, F., Larsen, G. i Trueman, M. (2013). Being special: The role of brands in CEO identity and reputation. *European Journal of Marketing*, 47(3–4), 447–466.
- Brown, A. D. (2015). Identities and identity work in organisations. *International Journal of Management Reviews*, 17(1), 20–40.
- Dion, D., & Arnould, E. (2016). Persona as an emergent brand form. *Journal of Marketing Management*, 32(1–2), 121–155.
- Dumont, G., & Ots, M. (2020). Professional person brands as symbolic capital: Towards a theoretical model. *Journal of Media Business Studies*, 17(2), 87–111.
- Gandini, A. (2016). *The reputation economy: Understanding knowledge work in digital society*. Palgrave Macmillan.
- Ibarra, H., & Barbulescu, R. (2010). Identity as narrative: Prevalence, effectiveness, and consequences of narrative identity work in macro work role transitions. *Academy of Management Review*, 35(1), 135–154.
- Jacobson, J. (2020). You are a brand: Social media managers' professional branding and "the future audience". *Journalism*, 21(5), 604–621.
- Khedher, M. (2019). Professional branding: Antecedents and consequences on employability. *Journal of Product and Brand Management*, 28(1), 79–92.
- Ki, C. W. C., Choi, Y., & Kim, Y. K. (2020). The mechanism by which social media influencers persuade consumers: The role of consumers' desire to mimic. *Časopis za istraživanje interaktivnog marketinga*, 14(1), 14–32.
- Koivunen, K. (2023). Co creating professional brand identity on social media in a career transition. [Doktorska disertacija, Sveučilište u Oulu].
- Koivunen, K. (9. rujna 2024.). *Crafting your identity: Exploring the foundations of professional branding*. [Video]. Professional Media Presence Online Seminar. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SGDMtplPcf0>
- Koivunen, K., Jussila, M. i Pohjola, P. (25. travnja 2024.). *Professional media presence for artists: Empowering creativity in the digital age*. Lumen. Sveučilište primijenjenih znanosti Laponija.
- Kreiner, G. E., Hollensbe, E. C., & Sheep, M. L. (2006). Where is the "me" among the "we": Identity work and the search for optimal balance. *Academy of Management Journal*, 49(5), 1031–1057.
- Kucharska, W., Confente, I., & Brunetti, F. (2020). The impact of professional branding on brand authenticity and brand loyalty. *Journal of Product and Brand Management*, 29(6), 781–797.
- Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online professional branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37–50.

- Lair, D. J., Sullivan, K. i Cheney, G. (2005). Marketisation and the recasting of the professional self: The rhetoric and ethics of professional branding. *Management Communication Quarterly*, 18(3), 307–343.
- Moulard, J. G., Garrity, C. P., & Rice, D. H. (2015). What makes a human brand authentic: Identifying the antecedents of celebrity authenticity. *Psychology and Marketing*, 32(2), 173–186.
- Parmentier, M. A., Fischer, E., & Reuber, A. R. (2013). Positioning person brands in established organisational fields. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 41(3), 373–387.
- Petrides, L., & Vila de Brito, M. (2024). The impact of digital presence on the careers of emerging visual artists. *Social Sciences*, 13(6), 313.
- Preece, C., & Kerrigan, F. (2015). Multi stakeholder brand meaning negotiation: An arts branding case study. *European Journal of Marketing*, 49(3–4), 371–396.
- Scolere, L., Pruchniewska, U., & Duffy, B. E. (2018). Constructing the platform specific self brand: The labour of social media promotion. *Social Media and Society*, 4(3), 1–11.
- Shepherd, I. D. H. (2005). From cattle and coke to Charlie: Meeting the challenge of self marketing and professional branding. *Journal of Marketing Management*, 21(5–6), 589–606.
- Smith, A. N., & Fischer, E. (2020). Toward a dramaturgical model of social media attention in the travel and tourism industry. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(6), 1185–1204



Radionički tjedan u Hrvatskoj,
2025 Foto: Darko Škrobonja

Najbolje prakse za medije

Karen Briffa, umjetnica u rezidenciji u Turkuu, jesen 2023.

Bilježenje ključnih točaka iz prezentacija online seminara

Čvrstog sam uvjerenja da je online seminar poslužio kao ključni uvod u složen svijet PMP projekata. Prezentacije su bile vrlo poučne, no posebno su me se dojmile perspektive koje su iznijeli filmska redateljica Selma Vilhunen, viši predavač Marko Luukkonen te dinamičan dvojac – plesač Mikko Makkonen i Milla Jarvipetaja. Njihove su prezentacije prikazale neusporedivu moć medija koji dopiru do publike bilo gdje – od udobnosti vlastitog doma do veličanstvenih kazališnih dvorana. U doba kada mediji bez napora ruše granice, dopirući do nas čak i putem zaslona mobilnih telefona, oni predstavljaju najmoćniji alat sposoban ostvariti kako pozitivan, tako i negativan utjecaj.

Umjetnost plesa također se pokazala kao moćno sredstvo samoizražavanja. Poput filma, ples ima jedinstvenu sposobnost prenijeti bezbroj emocija i poruka, a taj se učinak dodatno pojačava kada se ples zabilježi filmskom kamerom. Odabrati favorita između ta dva medija težak je zadatak jer su oba na mene ostavila snažan dojam.

Jedan aspekt koji mi je posebno privukao pažnju bila je vješta upotreba kamere na prijenosnom računalu od strane stručnjaka. Njihovo držanje i način komunikacije odavali su razinu opuštenosti i samopouzdanja kakvu nisu pokazali svi izlagači. Iako je razumljivo da govor o sebi i vlastitom profesionalnom području može izazvati nelagodu, smatram da je pri pokušaju „prodaje” proizvoda ključno zauzeti prostor pred kamerom i dominirati ekranom. Naravno, ovo je moje subjektivno mišljenje i otvorean sam za drugačija stajališta.

Što se tiče same strukture prezentacije, pohvaljujem njezino pomno planiranje, uključujući i pravovremene pauze za kavu. Nadovezujući se na prijedlog s listopadske radionice, predlažem razmatranje mogućnosti organiziranja fizičkih susreta za mlađe generacije – posebice za one pogođene različitim oblicima „Covid-sindroma” – nakon održanih Zoom sesija. Primjerice, na Malti bi se članovi NAT-a mogli okupljati u prostorijama organizacije PrismsMalta, čime bi se potaknuo osjećaj zajedništva među umjetnicima koji žele zajednički proučavati sadržaj seminara.

Zaključno, online seminar poslužio je kao iznimno vrijedan uvod u PMP projekt, a raznolike prezentacije ostavile su snažan dojam. Iako je struktura bila izvrsno osmišljena, postoji prostor za razmatranje dodatnih načina interaktivnog uključivanja kako bi se osigurala inkluzivnost i osjećaj zajedništva među sudionicima, posebice onima iz mlađe generacije koji se suočavaju s jedinstvenim izazovima.

Osvrt na teme: Film, ples, glazba i poezija

Sve četiri teme duboko odjekuju u meni i namjerno sam ih poredala prema stupnju osobne povezanosti s njima kao medijskim sredstvima. Nesumnjivo, svaka od njih ima iznimnu važnost za cjelokupno tkivo jednog naroda. Filmska umjetnost – bilo da je riječ o kratkom filmu, uvjerljivoj televizijskoj seriji ili čak zadivljujućoj televizijskoj reklami – ističe se kao ključno medijsko sredstvo kojim raspolažemo.

U današnje vrijeme ta se tvrdnja odnosi i na platforme društvenih mreža, gdje je širenje kratkih filmova, utjelovljenih u popularnom formatu „Reels” (kratkih videozapisa), preraslo u kulturni fenomen. Privlačnost stvaranja i gledanja takvih videozapisa na platformama poput Instagrama svjedoči o urođenoj sklonosti ljudi prema filmskom pripovijedanju. Vizualni medij, sa svojim snažnim pripovjedačkim mogućnostima, uklanja potrebu za čitanjem teksta kako bi se shvatila bit poruke. Odgovornost za vješto prenošenje željene poruke leži isključivo na autoru filma, a reakcija publike postaje svojevrsni test njegove vještine u rukovanju tim iznimno utjecajnim medijskim alatom.

U svojoj biti, filmska umjetnost nadilazi puku zabavu; ona je moćno sredstvo za oblikovanje percepcije, poticanje razumijevanja i urezivanje priča u kolektivnu svijest. Sposobnost autora da uspješno prenese ideje i izazove raznolike emocije naglašava istinsku snagu i profesionalnost svojstvenu tom iznimno utjecajnom mediju.

Uspoređujući ples s filmom, uočavamo sličnu dinamiku u odnosu s publikom, iako ona nosi nijanse specifične za svaku plesnu disciplinu. Za razliku od široke privlačnosti filma, gdje publika može birati između raznolikih žanrova, svaki plesni izričaj privlači određenu publiku. Primjerice, oni koje očarava gracioznost baletnog plesača u ulozi umirućeg labuda možda neće nužno osjetiti povezanost s dinamikom hip-hop izvedbe. Ipak, baš kao i kod odabira filmova, plesna publika bira određeni oblik umjetnosti, uranjajući u snažne poruke koje se njime prenose. Prisjetimo se dojmljivog nastupa ukrajinske plesačice koja je podijelila svoju duboku povezanost s plesnom umjetnošću i priče koje želi izraziti putem plesa. Njezin je nastup poslužio kao moćan medij koji nadilazi jezične i kulturne barijere. Svojom rječitom koreografijom i pokretima tijela omogućila nam je da osjetimo duboku bol koju proživljava njezin narod. U prostoriji u kojoj prisustvovanje nije bilo obavezno, njezin je nastup plijenio pažnju i nemoguće je bilo pronaći osobu koja je ostala ravnodušna. Nitko nije izašao netaknut; lile su se suze i prepuštalo se emocijama.

Ova dirljiva epizoda naglašava golemu moć svojstvenu svakom obliku medija

– mediju koji ima sposobnost zaokupiti, ganuti i ujediniti publiku, ostavljajući neizbrisiv trag u njezinoj kolektivnoj svijesti.

Glazba posjeduje ogromnu moć, a način njezina širenja taj utjecaj dodatno pojačava. Ona služi kao snažan alat, a medij putem kojeg dopire do svijeta predstavlja najutjecajniji kanal od svih. Slično kao u filmskoj industriji, i uz glazbu je neraskidivo vezan gospodarski aspekt. Iako financijska potpora često dovodi glazbu u središte pozornosti, važno je priznati da se umjetnička vještina ne mjeri isključivo uspjehom na ljestvicama popularnosti u različitim žanrovima.

Sve do poučnog jednodnevnog seminara prošlog rujna, nikada nisam razmišljala o poeziji kao o mogućem dijelu medijskog alata. Možda je taj propust proizašao iz doživljavanja poezije isključivo kao kulturne baštine, odnosno teme ograničene na područje književnosti. Ipak, promatrajući pjesnike kako strateški koriste svoje vještine u digitalnom prostoru – stvarajući poruke koje čekaju da budu shvaćene, cijenjene i dalje prenesene – ostala sam zadivljena snagom tog alata. To zapažanje ne vrijedi samo za poeziju; odnosi se i na romane te novinarstvo. Ipak, kod poezije postoji nijansirana i osobito snažna kvaliteta same poruke.

Kada je poezija popraćena upečatljivim vizualnim elementom ili, još bolje, kada je recitira glumac ili sam autor, njezin je učinak još snažniji. Jasno se sjećam tog trenutka.

Gabriel Lia strastveno je recitirao svoju pjesmu na malteškom jeziku tijekom radioničkog tjedna. Iako većini publike taj jezik nije bio poznat, Liina emotivna izvedba i govor tijela prenijeli su snažnu, odjekujuću temu. Publika je, unatoč nerazumijevanju jezika, mogla jasno osjetiti snagu, uvjerenje i prodornost poruke, što je stvorilo nezaboravno i dojmljivo iskustvo.

Odabrani primjeri iz područja medija i umjetnosti

Ovdje su odabrani primjeri iz područja medija i umjetnosti koji prikazuju kako se vješto upravljalo složenom interakcijom između publike i umjetnosti. Ovi primjeri predstavljaju uvjerljive prikaze kako umjetnost može biti dinamičan most koji besprijekorno povezuje stvaratelje i njihovu publiku, potičući dubok i zanimljiv susret.



Medij: Instagram [Instagram - Gabriel Lia](#)

Umjetnik: Gabriel Lia

Umjetnost: Poezija i fotografija

Gabriel, 24-godišnji novinar po struci, očaravajući je tekstopisac koji besprijekorno spaja područja novinarstva i poezije kako bi stvorio jedinstven i očaravajući književni krajolik. Izvan okvira novinskog tiska i radiovalova, on zalazi u

evokativni svijet poezije, ispreplićući svoje stihove sa živopisnim prikazima vlastitih raspoloženja zabilježenima fotografijom. Taj višestruki pristup njegovoj poeziji dodaje bogatu dimenziju, omogućujući čitateljima da ne samo upiju riječi, već i dožive emocije i ugođaj koji su ih nadahnuli.

U književnom okruženju u kojem mnogi pjesnici njegove generacije podliježu utjecaju engleskog jezika zbog povijesnih kolonijalnih veza, Gabriel se ističe kao simbol jezične autentičnosti. Duboko ukorijenjen u materinji jezik, on njeguje svoje malteško nasljeđe s osvježavajućom predanošću, odupirući se sklonosti razvodnjavanja izvornih jezika sveprisutnim utjecajem engleskog – jezičnom ostavštinom gotovo dvjestogodišnje kolonijalne vladavine Britanije na Malti, koja je trajala sve do stjecanja neovisnosti 1964. godine.

Upoznala sam Gabriela tijekom PMP radionice u listopadu 2023., kada je njegova sposobnost da u stihovima uhvati trenutke i oživi ih recitacijom na mene ostavila neizbrisiv dojam. Istražujući njegov književni svijet, otkrila sam iznimnu osobu koja ne samo da prenosi poruke svojim stihovima, već ostavlja i prepoznatljiv pečat vlastitog stila, tehnike i pjesničke osobnosti. Osobno upoznavanje tijekom tog tjedna samo je produbilo moje divljenje prema snazi njegova književnog stvaralaštva.

Unatoč pjesničkom umijeću, Gabrielovo primarno profesionalno područje i dalje je novinarstvo. Kao pripovjedač – bilo u pisanom ili usmenom obliku – za život zarađuje suradnjom s novinama i radijskim postajama. U digitalnom svijetu prisutan je na Instagramu, gdje dijeli djeliće svog pjesničkog talenta i pruža uvid u svijet u kojem njegova „sporedna” strast skladno koegzistira s novinarskim radom. Zahvaljujući sposobnosti balansiranja zahtjeva obiju profesija, Gabriel se nameće kao značajna književna figura koja osvaja publiku snagom svojih riječi i umijećem pripovijedanja.

Upoznavanje Gabriela tijekom radioničkog tjedna u listopadu 2023. bilo je uistinu nadahnjujuće, a dublje istraživanje njegovih raznolikih talenata otkrilo je još jednu fascinantnu stranu njegove osobnosti. Uz novinarstvo i poeziju, otkrila sam da Gabriel piše duhovite tekstove za jednu lokalno utjecajnu televizijsku komičarsku ličnost. Ono što ga izdvaja jest činjenica da on utjelovljuje komičnu stranu karaktera te osobe, ulogu koju izvodi s hvalevrijednom vještinom i profinjenošću.

Gabrielov komičarski doprinos ima posebnu važnost s obzirom na to da velik dio nacije subotom navečer, neposredno prije odlaska u vikend-provod, s nestrpljenjem prati program lokalne postaje. Zabavna emisija koju vodi ova karizmatična osoba okuplja gledatelje svih generacija, postavši pritom kulturni fenomen koji dopire do raznolike publike. Gabrielova sposobnost da u tu iznimno gledanu emisiju unese svoj jedinstveni smisao za humor ne odražava samo njegovu umjetničku vještinu, već i naglašava široku privlačnost njegova komičarskog stila.

Ovaj angažman u svijetu zabave za Gabriela nije tek sporedna aktivnost; on se skladno isprepliće s njegovim osobnim brendom i poslovnom pronicljivošću. Baš kao i njegov prepoznatljiv pristup poeziji, Gabrielov smisao za humor ističe se kao njegova ključna odlika. Simbiotski odnos između njegova komičarskog doprinosa i šireg umjetničkog djelovanja otkriva kreativnu sinergiju koja obogaćuje oba područja njegova stvaralaštva. U konačnici, Gabrielova uloga u oblikovanju humorističnog sadržaja popularne zabavne emisije svjedoči ne samo o njegovoj svestranosti već i o predanosti omogućivanju smijeha i radosti raznolikoj publici, koja obuhvaća različite dobne skupine i životna okruženja.



Medij: Glazbena grupa The Travellers

Izvođač: The Travellers

Umjetnost: Glazba s tekstom

Shakespeareova bezvremenska izjava „Neka glazba bude hrana ljubavi” odjekuje kroz stoljeća, a ja se oduvijek držim vlastite krilaticе: „Neka glazba bude tvoja vedrija strana.” Glazba, kao moćan medij, posjeduje izvanrednu sposobnost da osvijetli i obogati ljudske živote. Bilo da je riječ o sjetnim tonovima emotivne melodije ili o uzdižućim notama vedre pjesme, glazba služi kao kanal za emocije, omogućujući slušateljima da utkaju vlastite osjećaje u tkivo zvučnog krajolika.

Razlog zbog kojeg sam uvrstila ovaj bend u prezentaciju za ovaj priručnik leži u dubokoj umjetničkoj sinergiji koja definira njihovo glazbeno stvaralaštvo. Svaka njihova pjesma svjedoči o vrhunskom spoju poetske lirike i glazbenog umijeća, čineći ih uvjerljivim utjelovljenjem sklada riječi i melodije.

U suvremenom dobu glazba je prošla kroz proces preobrazbe, nadilazeći svoje tradicionalne korijene i prihvaćajući digitalni svijet. Ta evolucija nije samo proširila njezin doseg, već je otvorila i nove puteve umjetničkog izražavanja. Usred tog dinamičnog glazbenog okruženja, sastav The Travellers – bend koji djeluje prvenstveno na otoku Gozu – svjedoči o trajnoj snazi glazbe na našim malteškim otocima.

Godinama The Travellers stvaraju slojevite glazbene priče koje odražavaju duh naše zajednice. Njihov repertoar, pretežno živahan, a uvijek prožet značenjem, na malteškom jeziku pripovijeda iskrene priče iz svakodnevnog života. Pjesme, koje odlikuje zarazna energija, osigurale su im istaknuto mjesto na nacionalnoj sceni, a mnoge od njih postale su neizostavan dio programa nacionalne televizije i radijskih postaja.

Široka dostupnost njihove glazbe na platformama poput Apple Musica i Spotifyja dokaz je njihove otvorenosti prema digitalnim kanalima, čime osiguravaju da njihova umjetnost dopre do raznolike publike. U eri napredne tehnologije te su platforme postale ključni kanali za otkrivanje glazbe, a The Travellers su se vješto snašli u tom virtualnom prostoru, učinivši svoje melodije dostupnima publici diljem svijeta.

Štoviše, dok stanovnici Malte prate razne nacionalne radijske postaje – uključujući i sve napredniji DAB radio – skladbe sastava The Travellers nastavljaju odjekivati eterom. Njihova glazba, duboko ukorijenjena u kulturno tkivo otoka, ne samo da dopire do lokalne publike već nadilazi i zemljopisne granice, stvarajući skladan most između tradicije i suvremenosti.

U svojoj biti, glazbeno putovanje sastava The Travellers svjedoči o trajnoj važnosti glazbe kao sredstva pripovijedanja, povezivanja zajednice i umjetničkog razvoja. Njihove melodije, poput ritmičnih otkucaja srca, pulsiraju u kolektivnoj svijesti naših otoka, podsjećajući nas da glazba – usred neprestano promjenjive životne simfonije – ostaje trajan izvor radosti, promišljanja i povezanosti.



Medij: Karikaturist, autor novinskih karikatura, ilustrator, digitalni ilustrator,
Steve Bonello Art

Umjetnik: Steve Bonello

Umjetnost: Pretežno tuš na papiru i digitalne ilustracije

Steve Bonello istaknuti je malteški karikaturist s bogatom karijerom koja traje više od tri desetljeća, tijekom kojih je ostavio neizbrisiv trag na lokalnoj umjetničkoj sceni. Njegov kreativni put započeo je 1991. godine kada je počeo redovito objavljivati karikature u nedjeljnom izdanju novina *Sunday Times of Malta*, čime se nametnuo kao značajno ime na malteškoj medijskoj sceni.

Izvan svijeta karikatura, Bonello je pokazao svoju umjetničku svestranost ilustrirajući knjige drugih autora. Njegov se talent očituje i u stvaranju vlastitih zbirki, u kojima njegove prepoznatljive ilustracije oživljavaju unutar objavljenih djela koja nose pečat njegove kreativne domišljatosti.

Važno poglavlje u Bonellovoj karijeri odvijalo se tijekom informativne kampanje uoči pristupanja Malte Europskoj uniji, u kojoj je njegova umjetnička vještina odigrala ključnu ulogu. Ne samo da je izrađivao ilustracije, već je svojim dizajnerskim umijećem pridonio i stvaranju upečatljivih plakata za kampanju. Taj je angažman svjedočio ne samo o njegovoj umjetničkoj kompetenciji već i o njegovoj predanosti sudjelovanju u raspravama od nacionalnog značaja.

Uz rad na karikaturama i ilustracijama, Steve Bonello dao je značajan doprinos i području putopisne publicistike. Njegovi su se tekstovi objavljivali u časopisu *Il-Bizzilla*, namijenjenom putnicima tadašnjeg nacionalnog zračnog prijevoznika, gdje je kroz zanimljive članke o lokalnim temama dijelio svoja zapažanja i perspektive. Tim je doprinosima Bonello ne samo pokazao svoj umjetnički talent već se iskazao i kao pripovjedač, stvarajući priče koje su slavile bogatstvo malteške kulture i krajolika. S karijerom koju obilježavaju predanost, kreativnost i želja za doprinosom kako umjetničkom, tako i informativnom području, Steve Bonello ostaje istaknuta figura malteškog kulturnog života, ostavljajući trajno nasljeđe kroz svoje karikature, ilustracije i pisane radove.

Prije otprilike deset godina, danas 63-godišnji Steve Bonello ušao je u životnu fazu u kojoj je njegova strast prema umjetnosti postala ne samo sredstvo osobnog ispunjenja već i glavni izvor prihoda nakon odlaska u prijevremenu mirovinu s radnog mjesta u Odjelu za raspored letova malteške nacionalne zrakoplovne kompanije Air Malta.

Njegov se trenutni umjetnički fokus usmjerava na dirljiv i aktualan pothvat – dokumentiranje stabala koja krase malteške krajolike. Ta odluka nosi duboko značenje s obzirom na stalne rasprave i kontroverze vezane uz očuvanje ovih dugovječnih prirodnih elemenata uslijed širenja urbanih područja.

Potaknut burnim raspravama o uklanjanju stabala – od kojih su neka ondje stoljećima – kako bi se napravilo mjesta za sve brojnije betonske građevine i prometnice, Steve je preuzeo ulogu vizualnog kroničara. Posljednje tri ili četiri godine posvetio je bilježenju biti tih stabala putem svojih crteža. Svaki potez njegova umjetničkog izričaja svjedoči o otpornosti i ljepoti tih prirodnih čuda koja su dugo bila sastavni dio malteškog identiteta.

Odlučivši se za hrabar iskorak izvan okvira uobičajenih umjetničkih praksi, Steve je svoja djela posvećena stablima odlučio podijeliti sa svijetom; ona nisu samo izraz estetske privlačnosti, već i poruka o ekološkoj osviještenosti i potrebi za očuvanjem okoliša. Pretvarajući umjetnost u izvor prihoda, pronašao je način kako svoju strast uskladiti s plemenitim ciljem.

U digitalnom dobu Steve koristi Facebook kao svoju glavnu platformu društvenih mreža, stvarajući virtualnu galeriju u kojoj njegovi radovi s motivima stabala nailaze na odjek kod publike diljem svijeta.

Putem te digitalne platforme ne samo da predstavlja svoj umjetnički talent već i komunicira s publikom, potičući svijest o ekološkoj baštini Malte i njezino uvažavanje.

Steveova odluka da umjetnost iskoristi kao sredstvo za osiguravanje egzistencije, ali i za ostvarivanje društvenog utjecaja, svjedoči o transformativnoj snazi kreativnosti. Dok na papiru bilježi duh malteških stabala, on ne samo da osigurava vlastitu egzistenciju već pridonosi i širem narativu o brizi za okoliš, potičući društvo na razmišljanje o vrijednosti očuvanja prirodnih bogatstava koja definiraju našu zajedničku baštinu.

Doista, umjetnička vještina Stevea Bonella nadilazi spokojne prikaze malteškog drveća, otkrivajući višestruki talent koji dopire do široke publike. Njegov kreativni arsenal uključuje sjajan i oštrouman sarkastičan smisao za humor, vješto korišten za prikazivanje složenosti malteške političke scene, koja je neprestano predmetom rasprava. Kroz svoje satirične ilustracije, Steve se kreće zamršenom mrežom političkih dvojbi, nudeći jedinstven komentar društvenih pitanja koji potiče na razmišljanje i oblikuje naciju.

Uz svoje tradicionalno umjetničko djelovanje, Steve je uspješno zakoračio i u digitalni svijet, pokazujući izniman dar za digitalnu ilustraciju. Ta vještina nije samo proširila opseg njegova kreativnog izričaja, već mu je donijela i veliku, angažiranu zajednicu pratitelja. S više od 21.000 pratitelja na društvenim mrežama

Steve je stvorio digitalnu zajednicu koja cijeni i poistovjećuje se s njegovim prepoznatljivim spojem humora, pronicljivosti i umjetničkog talenta.

Njegove digitalne ilustracije, koje odlikuju aktualnost i suvremeni komentar, služe kao dinamična poveznica između tradicionalne umjetnosti i moderne komunikacije. Putem te digitalne platforme Steve ne samo da zabavlja, već i potiče rasprave te navodi na razmišljanje i promišljanje o društvenim temama koje tako vješto prikazuje.

Uspješnim spajanjem umjetničkih vještina, oštrog smisla za humor i vještine rada u digitalnom okruženju, Steve Bonello zauzeo je jedinstveno mjesto na umjetničkoj sceni. Njegova sposobnost djelovanja u različitim medijima i povezivanja s brojnom internetskom publikom ne svjedoči samo o njegovoj prilagodljivosti, već i naglašava snagu umjetnosti u poticanju dijaloga i promišljanja unutar društva. U svojoj biti, Steveov umjetnički put živopisan je dokaz promjenjive uloge umjetnika u digitalnom dobu – uloge pripovjedača, komentatora i pokretača smislenih razgovora.



Zaključak:

Zaključujući ovaj rad, čiji je primarni cilj bio pružiti sveobuhvatan uvid u seminar održan u rujnu 2023., želim ovaj rad iskoristiti i kao strateški alat za zagovaranje unapređenja ne samo samog seminara, već i naknadnih tjedana radionica te rezidencijalnih programa koji slijede.

Moja je namjera proaktivno pridonijeti razvoju ovih akademskih aktivnosti nudeći nijansiranu i osobnu perspektivu o mogućim smjerovima poboljšanja.

U tom smislu, i uz pomoć ovog zadatka, mogla sam kritički sagledati seminar iz različitih kutova te prepoznati njegove prednosti i područja koja bi se mogla dodatno unaprijediti. Spojem kritičke analize i konstruktivnih prijedloga seminar bi se mogao usmjeriti prema još boljim rezultatima, čime bi se pozitivno utjecalo na cjelokupno obrazovno iskustvo; pritom moj uvid nadilazi neposredne okvire samog seminara i obuhvaća tjedne radionice i rezidencijalne programe kao sastavne dijelove sveobuhvatnog PMP_NAT putovanja.

Ukratko, ovaj zaključak predstavlja snažan poziv na proaktivno djelovanje i promišljanje o inovativnim strategijama kojima bi se unaprijedio ne samo seminar iz rujna 2023., već i čitav niz obrazovnih iskustava koja nakon njega slijede.

Još u svibnju 2023. godine, snažan odjek poziva projekta Professional Media Presence potaknuo je moje ambicije i motivirao me da s velikim entuzijazmom podnesem prijavu. Od samog početka, taj se pothvat savršeno uklapao u moju dugotrajnu želju za izgradnjom kvalitetne prisutnosti u medijskom prostoru. U prijavi i popratnom motivacijskom pismu detaljno sam iznijela svoju ambicioznu viziju profesionalnog razvoja. Ključni elementi te vizije temeljili su se na svladavanju specifičnosti društvenih mreža, izradi web-stranica i ulasku u dinamičan svijet YouTubea.

Seminaru sam pristupila s nepokolebljivim samopouzdanjem, videći ga kao ključnu odskočnu dasku za ostvarenje svojih ciljeva vezanih uz medije. Iako sam bila svjesna da seminar neće dublje zadirati u specifična područja koja sam željela usavršiti – društvene mreže, izradu web-stranica i YouTube – ipak mi je pružio neprocjenjive uvide i postavio čvrste temelje za moje daljnje putovanje. Unatoč blagom odstupanju od onoga na što sam se prvotno namjeravala usredotočiti, seminar je ponudio raznolikost perspektiva, obogatio moje razumijevanje i približio me ostvarenju mog konačnog cilja.



Trnava, Radionički tjedan u Slovačkoj, 2024

Pristupačnost na internetu - Jednaka prava na digitalne medije

ANGELA BETTONI, umjetnica u rezidenciji u Veneciji, proljeće 2024.

- s drugog webinara Professional Media Presence na temu *Me, Myself and AI. An online media and inclusive digital storytelling* koji je organizirao Perypezye Urbane 2024.

Pozdrav, zovem se Angela Bettoni i članica sam malteškog nacionalnog tima umjetnika u sklopu projekta Professional Media Presence (PMP). Imam Downov sindrom. Jako me razveselilo što sam za ovaj projekt saznala putem malteške organizacije Prisms i što sam odabrana za sudjelovanje u njemu. Ove sam godine bila jedna od umjetnica na rezidenciji kod organizacije Perypezye Urbane te ću sudjelovati u pisanju ovog poglavlja o digitalnoj pristupačnosti.

OVO JE ANGELA



Slika 1. Angela. Autor fotografije – Eric Montebello

Opis slike – Angela, mlada žena s Downovim sindromom prikazana dok pleše. Ima dugu tamnu kosu i odjevena je u crno. Gleda prema gore, a ne u kameru. Ruke drži iza leđa, oslonjene na zid koji je potiskuje prema naprijed.

Na Malti sam primijetila nedostatak svijesti o dostupnim digitalnim medijima, a na vrlo se malo mjesta time bavi. To je zato što je integrirani pristup u cjelini još uvijek novitet. Ipak, pojavljuju se pojedinci koji počinju djelovati na tom području. Kasnije u ovom poglavlju govorim o dvoje umjetnika koji su surađivali na projektu inkluzivnog glazbenog spota pod nazivom „Ale’s project”. Budući da se takve aktivnosti na Malti trenutačno rijetko provode, važno je istaknuti da je riječ o smjeru u kojem se počinje kretati inkluzivna umjetnička scena na otoku. Nadam se da ćemo u budućnosti vidjeti više eksperimentalnih pristupa i da će malteška inkluzivna umjetnička scena postati još bogatija, pružajući svima mjesto gdje mogu koristiti digitalne medije kako bi se predstavili na način na koji sami žele.

Prilike koje mi je projekt Professional Media Presence pružio kao mladoj umjetnici s Downovim sindromom

1. Odlazak u inozemstvo na moj prvi tjedan radionica u Turku (Finska) u listopadu 2023.

Najzanimljiviji trenuci:

- Posjet zemlji u kojoj nikada prije nisam bila.
- Drugi put da saminozemstvu sama, bez roditelja i bez ikakve pratnje ili asistenta.
- Suživot s drugim malteškim umjetnicima u zajedničkom stanu.
- Susret i interakcija s drugim profesionalnim umjetnicima iz različitih zemalja.
- Raspravljanje, razmjena ideja te sudjelovanje u radionicama i aktivnostima.
- Dijeljenje vlastite priče – posljednjeg dana radionice razgovarala sam sa svim umjetnicima i organizatorima iz raznih zemalja o svom radu i iskustvima mlade umjetnice s Downovim sindromom.
- Prvi „Instagram takeover” u suradnji s talijanskim umjetnicima iz kolektiva RI-INVIO 404.
- Stvaranje prijateljstava s malteškim i talijanskim umjetnicima te organizatorima iz udruge Perypezye Urbane.
- Doživljavanje i istraživanje grada Turkua te upijanje finske kulture.
- Izrada „Reels” videozapisa uz primjenu novih vještina, uključujući glazbu i posebne efekte koje nudi Instagram.
- Učenje o tome kako poboljšati svoju digitalnu prisutnost na Instagramu. Sada imam više od 1083 pratitelja!
- Snimanje PMP podcasta pod nazivom „From Malta to Turku: Building artistic bridges” nakon povratka s radionice.



Slika 2.

Opis slike: Skupina prijatelja okupila se za zajedničku fotografiju. Svi nose odjeću različitih boja i smiješe se prema kameri.



Slika 3.

Opis slike: Živopisna slika ispunjena šarenim logotipovima. U desnom kutu slike nalazim se ja – mlada žena s Downovim sindromom, duge tamne kose koja mi pada na ramena, dok se smiješim prema kameri. Pokraj mene je mladić bez invaliditeta; nosi naočale i sivu prugastu košulju te gleda ravno u kameru.

2. Odlazak u inozemstvo na drugi radionički tjedan u Veneciji, Italija, u travnju 2024.

Najzanimljiviji trenuci:

- Odlazak s dijelom iste skupine umjetnika s Malte koji su bili u Turkuu, kao i s mojom prijateljicom Hannah Micallef, koja također ima Downov sindrom.
- Susret s poznatim licima s prvog radioničkog tjedna u Turkuu. Stvaranje prijateljstava s novim umjetnicima.
- Raspravljanje, razmjena ideja te sudjelovanje u radionicama i aktivnostima.
- Suradnja sa skupinom međunarodnih umjetnika – redom izvođača i aktivista – pri čemu smo svi nastupali na javnim mjestima na ulicama Venecije.
- Plesanje na Trgu svetog Marka u Veneciji!
- Doživljavanje i istraživanje Venecije te upijanje talijanske kulture.



Opis slike: Skupina od petero prijatelja stoji u nizu na mostu, s Venecijom u pozadini. Svi nose odjeću različitih boja. Svi se smiješe izravno u kameru. Kasno je poslijepodne.

Slika 4.



Opis slike – Veća skupina ljudi okupila se ispred zgrade za sunčanog dana. Svi su odjeveni u različite boje i poziraju pred fotoaparatom..

3. Moja prva umjetnička rezidencija s Perypezye Urbane u lipnju 2024. u trajanju od dva tjedna

Odabrana sam za umjetnicu na rezidenciji kod organizacije Perypezye Urbane u Veneciji, u sklopu projekta PMP. Rezidenciju sam odradila u lipnju 2024., kada sam razvijala inkluzivnu plesnu izvedbu suvremenog plesa s Nielsom Plotardom, profesionalnim plesačem bez invaliditeta, i Rachel Calleja, inkluzivnom koreografinjom; oboje žive na Malti.

Izvedba je bila nadahnuta monolozima koje sam napisala na temelju vlastitih iskustava mlade umjetnice s Downovim sindromom.

Najzanimljiviji trenuci:

- Dijeljenje stana s mojim koreografom i plesačem dva tjedna u Venezia Mestre. Ovo je prvi put da sam živio s još dvoje mladih ljudi!
- Stekla sam vrlo vrijedne vještine za samostalan život.
- Imala sam podršku, ohrabrenje i osnaživanje od strane tima s kojim sam živjela, što mi je uvelike pomoglo ojačati samopouzdanje u pogledu samostalnog života.
- Istraživanje i razvoj izvedbe s Giovannijem (našim dramaturgom), Nielsom i Rachel

U nastavku možete pronaći poveznice na intervju i blog objavu o mojoj rezidenciji, a koje možete pronaći na web stranici Professional Media Presence.



[Find the people that work best with you – interview with Angela Bettoni - Professional Media Presence](#)

[My first Artist Residency as a young performer with Down Syndrome - Professional Media Presence \(turkuamk.fi\)](#)



„Želim zahvaliti organizacijama Perypezye Urbane, Prisms Malta i Professional Media Presence na ovoj prilici života te na stvaranju platforme na kojoj sam uistinu viđena i zastupljena.” – Izjava Angele Bettoni (Professional Media Presence National Artist Team Malta)

"Hvala vam, Professional Media Presence, što ste mi pružili platformu na kojoj mogu biti viđena, cijenjena i zastupljena, a o se glas može čuti. To je ono što znači istinska inkluzija u umjetnosti i kulturi"

- Citat Angele Bettoni (Professional Media Presence National Artist Team Malta)



Što se može učiniti kako bi nam se olakšalo uživanje u istom pravu na digitalne medije kao i svima drugima?

Postoje brojne vrste poteškoća u učenju, što znači da svaka osoba ima različite potrebe vezane uz pristup kojima se treba prilagoditi i koje treba uzeti u obzir kako bi se osiguralo da svi mogu koristiti digitalne medije.

Evo nekoliko koraka koje možemo poduzeti:

1. Izbjegavanje svega što nas može preopteretiti
2. Osiguravanje razumijevanja i uključenosti.
3. Učenje kako koristiti tehnologiju koja nam može pomoći, poput čitanja titlova naglas

Evo nekoliko koraka koje kreatori sadržaja mogu poduzeti, kad god je to moguće:

4. Čineći digitalne platforme pristupačnijima.
5. Korištenje većih fontova za sav tekst.
6. Osiguravanje audiodeskripcije za sve sadržaje.
7. Korištenje više slika nego teksta.
8. Osiguravanje visokog kontrasta svih elemenata.
9. Uključivanje glasovne naracije.
10. Osiguravanje videozapisa na znakovnom jeziku, ako je to moguće.
11. Korištenje titlova kako bismo mogli pratiti izgovoreni sadržaj.
12. Postavljanje natpisa koji se mogu glasno pročitati kako bismo razumjeli što se govori.



Korištenje Pecha Kucha prezentacija

Ako imate poteškoća s održavanjem PowerPoint prezentacija, postoji jednostavnije rješenje! Možete izraditi Pecha Kucha prezentaciju! Sve što trebate učiniti jest umetnuti fotografije ili slike, a slajdovi će se automatski izmjenjivati prema unaprijed određenom vremenskom rasporedu.

Pecha Kucha nam pomaže jer:

- Teksta je malo ili ga uopće nema, uglavnom su slike.
- Složene ideje raščlanjene su na manje dijelove informacija, od kojih je svaki popraćen fotografijom ili slikom. To olakšava razumijevanje.
- Možemo snimiti izlaganje i reproducirati ga tako da se slajdovi sami izmjenjuju.

Evo nekoliko savjeta za izradu Pecha Kucha prezentacije

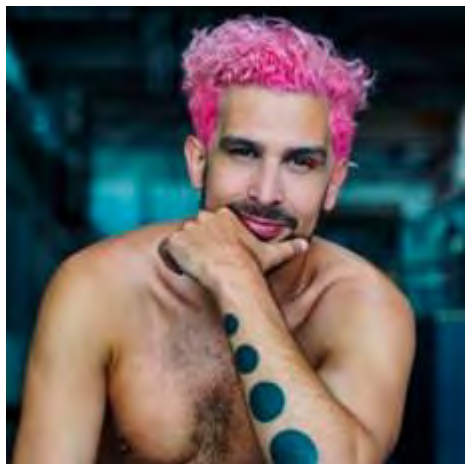
- Budite kreativni!
- Budite originalni.
- Uvijek je dobro govoriti iz srca, na koji god način želite.
- Možete se čak i snimiti dok držite prezentaciju ako vam je to ugodnije umjesto da govorite pred prostorijom punom ljudi koje ne poznajete.
- Ne zaboravite podijeliti svoju prezentaciju. Možda će nekome drugome biti korisna!
- Sve vam to može pomoći da se izrazite i podijelite svoje priče kroz svoju umjetnost.

Primjeri umjetnika koji u svom radu koriste digitalne medije, a koje smatram inspirativnima

Marcelo Doño

U siječnju 2024. PMP je održao webinar pod nazivom „Me, Myself and AI: Digital narratives and the world-making in the arts.“. Brojni zanimljivi sudionici održali su izlaganja, a među njima je bio i Marcelo Doño, talijanski koreograf i plesač. On je dio tima talijanskih umjetnika iz organizacije Perypeze Urbane. On je dio talijanskog nacionalnog umjetničkog tima Perypeze Urbane.

OVO JE MARCELO



Slika 9. Ovo je Marcello. Autor fotografije – Tanja Hall

Opis slike: Marcelo ima ružičastu kosu i smiješi se u kameru. Jednom rukom pridržava bradu, a na ruci mu se vide plave tetovaže ispunjenih krugova. Na lijevoj strani slike nalazi se logotip projekta „Professional Media Presence Project“, koji je ružičaste i zelene boje.

Marcelo je multidisciplinarni umjetnik koji djeluje na području plesa i digitalnih medija. Kroz hibridne izvedbe istražuje pitanja identiteta, tijela i vlastitih životnih iskustava. Koristi se tehnologijom kako bi pronašao nove načine korištenja tijela kao sredstva za pripovijedanje i zamišljanje novih budućnosti. Na webinaru je govorio o tome kako ples i digitalna tehnologija mogu međusobno djelovati.

Evo što sam naučila slušajući Marcela na online webinaru:

Spoj digitalnog i fizičkog tijela na pozornici.

Tijelo u digitalnom dobu: koreografski pristup „hiperproširenom“ ja. Novi oblik bliskosti s digitalnim tijelom.

Fragmentacija.

Doba pažnje.

Kako koristiti prijenos uživo ili kamere s proširenom stvarnošću u plesnoj izvedbi uživo, uz primjenu projektoru i starih telefona.

Umjetna inteligencija može predstavljati problem u kontekstu kulturnih stereotipa.

Stvaranje istinski imerzivnog iskustva koje je svima lako dostupno.

Bila sam vrlo sretna kad sam saznala da i Marcelo sudjeluje u tjednu radionica u Veneciji u travnju 2024., a dobila sam i priliku surađivati s njim na aktivističkom projektu s drugim međunarodnim umjetnicima koji su tamo boravili, pri čemu smo koristili performans i video na javnim prostorima u staroj jezgri Venecije.



Evo dijela s pitanjima i odgovorima koji sam vodila s Marcelom:

Što te potaknulo da počneš kombinirati digitalne medije s plesom?

Još od 2019. godine jako me zanima rad s digitalnim medijima i plesom, budući da je ples moj medij umjetničkog izražavanja. Digitalni su mediji mijenjali i prožimali moju viziju stvarnosti – ponajviše putem društvenih mreža i internetskih stranica za upoznavanje namijenjenih gej populaciji, koje zauzimaju istaknuto mjesto u queer kulturi – stoga sam osjetio potrebu i snažnu želju dekonstruirati ono što se događalo meni i oko mene kako bih to razumio te izrazio svoja zapažanja, odnosno svoju perspektivu.

Tvoji plesni nastupi obrađuju mnoge relevantne teme, poput tijela i identiteta. Kako uspijevaš iskoristiti digitalne medije kako bi sve to prikazao svojim nastupima uživo?

Moj se rad uvelike bavi tijelom, sebstvom i identitetom u digitalnom dobu; stoga se snažno oslanja na digitalne tehnologije dostupne svima te na to kako one oblikuju našu percepciju sebe i uvjetuju naše tijelo s obzirom na način njegova korištenja. Kao što je rekao McLuhan – medij je poruka – sve ono s čime dolazimo u doticaj u svakodnevici, u našoj stvarnosti (ili onome što nazivamo stvarnošću), oblikuje našu percepciju; riječ je, dakle, o povratnoj sprezi u kojoj mi oblikujemo alate za svoje živote, a ti alati zauzvrat oblikuju nas. Volim se baviti istraživanjem i teorijskim radom; primjerice, raspon naše pažnje iznosi 9,25 sekundi – ili je iznosio toliko, dok je s pojavom TikToka pao na 8 sekundi – pa rado stvaram partiture, bilo glazbene ili koreografske, koje koriste tu mjeru kako bi simbolizirale našu stalnu potrebu za promjenom fokusa. Posljedično, često radim i s fragmentacijom kako bih preuzeo estetiku digitalnih medijskih platformi – poput videa, selfija, prikaza gornjeg dijela tijela, ograničenih kinetičkih mogućnosti, frontalnog kadra ili pogleda. Postoji, dakle, mnoštvo medija, alata i strategija pomoću kojih možemo redefinirati značenje medija; kroz filozofski pravac s kojim se duboko poistovjećujem – metamodernizam – dolazi do osnaživanja i pomaka u ravnoteži između stanja u kojem nas nešto kontrolira i aktivnog sudjelovanja u procesu promjene, s ciljem preoblikovanja tih alata u našu korist.

**Bi li bio zainteresiran za izvedbu inkluzivnog plesa s izvođačima s poteškoćama u učenju?
Ako da, zašto?**

Rado bih u budućnosti surađivao s osobama različitih sposobnosti ili invaliditetom; dosad se nisam bavio takvim radom, stoga me jako zanimaju različita iskustva. Moj se dosadašnji rad uvelike temelji na osobnom iskustvu i biografiji te se bavi širim društvenim temama; pritom ne iznosim svoje mišljenje na izravan način, već stvaram prostor u kojem ljudi mogu preispitati vlastita stajališta i percepciju. Također, nisam previše upoznat s tematikom osoba s invaliditetom u kontekstu društvenih i digitalnih tehnologija te platformi društvenih mreža, pa bih stoga bio iznimno zainteresiran za stjecanje takvog iskustva i razmjenu znanja u budućnosti.

Koliko je intersekcionalnost važna za tvoj rad?

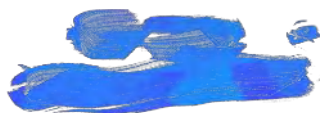
Intersekcionalnost je vrlo važna u mom radu jer se svi sastojimo od različitih identiteta; volim raditi s mnoštvom aspekata vlastitog bića, a ne s njihovim svodenjem na jednu dimenziju. Što se mene osobno tiče, mogu reći da sam queer, tamnopus, Latinoamerikanac, Židov (treća generacija) i ateist – u meni koegzistiraju mnogi dijelovi; također sam plesač i umjetnik. Smatram da takav način rada, koji objedinjuje različite perspektive, čini djelo znatno bogatijim, promišljenijim i inkluzivnijim za različite ljude. Naime, ako se svodimo na samo jedan identitet, isključujemo mnoge dijelove sebe, a i sama problematika kojom se bavimo često je intersekcionalne prirode, stoga joj moramo pristupiti iz različitih perspektiva.

Kako koristiš svoj rad da bi potaknuo društvene promjene?

Moj rad potiče društvene promjene, no to mi nije primarni cilj; ne stvaram djela s namjerom da izravno namećem promjenu – poput udarca u lice – već nastojim stvoriti prostor za promišljanje. Želim ljudima omogućiti da kroz moju umjetnost preispitaju vlastita iskustva i način na koji komuniciramo s društvom u uvjetima hiperposredovane komunikacije. U svoje radove uvijek nastojim unijeti elemente kritike, ali i dvosmislenosti; ne želim ljudima govoriti što da misle, već ih potaknuti i osnažiti da sami donesu zaključke – pa makar se oni razlikovali od mojih. Time otvaram prostor za dijalog, umjesto da publiku svodim na pasivne konzumente kojima namećem određena mišljenja ili očekivanja o tome što bi trebali činiti. Radije se oslanjam na dvosmislenost i refleksiju, jer to ljude pretvara u aktivne sudionike iskustva koje nudim i potiče ih na djelovanje.

U sklopu radioničkog tjedna PMP-a u Veneciji, tema koju je naš tim razradio nosila je naziv „Disidentska tijela” (Dissident Bodies). Kako smatrate da bi se „Disidentska tijela” mogla dalje razvijati primjenom integriranog pristupa?

Govoriš o onom malom djelu koje smo kreirali, pod nazivom *Dissident Bodies*, koje mi je bilo vrlo inspirativno i lijepo; i dalje mi se sviđaju naslov i naša konstelacija. Nisam dovoljno upućen da bih dublje analizirao koncept integriranog pristupa pa ne mogu odgovoriti na to pitanje, no rado bih o tome u budućnosti razgovarao i čuo više, jer sam siguran da bi me mogla bolje upoznati s resursima koji stoje iza toga.



Alessia Bonnici

Alessia Bonnici, 19-godišnja Maltežanka s autizmom, profesionalna je pijanistica. Alessia je nastupala na lokalnim i međunarodnim prestižnim i hvaljenim koncertima. Tijekom kasrantene zbog bolesti COVID-19, Alessia se također pojavila u kratkometražnom filmu pod nazivom "[Dreaming on Ilia Chkolnik's Piano Concerto No 1](#)".

OVO JE ALESSIA



Slika 10. Ovo je Alessia.

Opis slike: Alessia, mlada djevojka s autizmom, stoji ispred crnog klavira. Nosi naočale i ima dugu tamnu kosu. Alessia ima ruke prekrížene na prsima. Nosi svijetloružičasti top i smiješi se kameri.

Razgovarat ću s Alessijom o njezinom iskustvu s projektom „Ale’s Project” te o tome kako je bilo raditi na takvom projektu koji objedinjuje film, zvuk i pokret.



Evo sesije s pitanjima i odgovorima koju sam imala s Alessijom:

Kako je bilo raditi na Aleinom projektu? Je li to bio prvi put da si radila na projektu koji je bio posvećen tebi?

Aleov projekt je bio nevjerojatno iskustvo u cjelini. Ne, ovo je bio moj drugi projekt o meni. Prvi je bio Music Speaks 2018. godine.

Kako je bilo raditi i surađivati s profesionalnim umjetnicima na Aleovom projektu?

Suradnja s drugim umjetnicima na tom području proširila mi je horizonte i potaknula me na osobni razvoj. Osim toga, zbog autizma mi je teško povezivati se s ljudima na uobičajen način. No, kada se bavim glazbom, povezivanje mi postaje lakše.

Možeš li mi reći kakvo je bilo iskustvo dijeliti svoju glazbu s drugim ljudima s kojima si radila u svom timu?

Moj je tim pažljivo odabrao jedan od mojih mentora. Svi su bili spremni pružiti mi podršku i prilagoditi svoj rad mojim potrebama. Aleov projekt zahtijevao je moje sudjelovanje u stvaranju glazbe, ali uključivao je i pokret, scenografiju te kostimografiju, što je iziskivalo mnogo zajedničkog donošenja odluka, a to je bilo zabavno.

Kako je bilo isprobavati nove stvari? Što si novo naučila?

Nove stvari za mene predstavljaju izazov. Ipak, zahvaljujući tako osjetljivom timu koji je zadatke raščlanio na manje dijelove i ostavio dovoljno vremena za učenje, smatram da je to iskustvo bilo pozitivno. Najviše sam naučila o rasvjeti i pokretu. Također sam uživala u pripremi pojedinih rekvizita za scenografiju zajedno s našim scenografom.

Kad bi imala priliku, bi li to ponovila

Da, rado bih to ponovila.

Gledaš li ponekad film o Ale's projektu? Koji ti se dijelovi najviše sviđaju?

Mislim da mi je najdraži trenutak bio samo snimanje. Moji su prijatelji bili ondje i plesali sa mnom; bio je to poseban trenutak zajedništva za sve sudionike u tom predivnom prostoru. Zapravo i ne gledam taj video često; majka mi ga ponekad pokaže dok radi na prezentacijama vezanim uz taj projekt. Uvijek koristi treći dio glazbenog videa, u kojem je energija na visokoj razini i gdje sam jako uzbuđena.

Niels Plotard

Niels Plotard je francuski plesač koji djeluje na Malti. Bio je član prve postave Nacionalne plesne kopmanije Malte ([ŽfinMalta - Nacionalna plesna kompanija \(zfinmalta.org\)](http://zfinmalta.org)). Niels je ujedno i multidisciplinarni umjetnik koji se bavi zvukom, audiovizualnim izričajem i filmom. Zanima ga istraživanje pokreta unutar fizičkih, vizualnih i zvučnih svjetova. Bio mi je plesni partner u projektu inkluzivnog plesa (tzv. *mixed-ability* rada) nastalom tijekom moje umjetničke rezidencije u Veneciji, a obnašao je i dužnost umjetničkog direktora projekta Ale's Project.

OVO JE NIELS



Slika 11. Autorica fotografije - Lisa Attard

Opis slike: Niels, mladić. Ima kratku kosu. Gleda ravno u kameru. Iza njega je more. Na sebi ima tamnu majicu.

Razgovarala sam s Nielsom o o njegovom iskustvu rada s digitalnim medijima u izvedbama uživo te o tome zašto su digitalni mediji važni za njegov rad. U nastavku donosim razgovor s Nielsom:



Kada si se počeo baviti zvukom, filmom i audiovizualnim radom? Što te je potaknulo na to?

Zvukom, filmom i audiovizualnim radom počeo sam se baviti u različitim razdobljima. No, što se tiče zvuka, zvučni dizajn počeo sam istraživati radeći glazbu za plesne projekte – isprva one koje sam koreografirao i u kojima sam nastupao kao plesač tijekom studija. Također, za vrijeme studija u Ženevi eksperimentirao sam s filmom s jednim prijateljem; i tu je priča bila slična. Sve se uglavnom vrtjelo oko plesa; istraživali smo stvaranje filmova koji su uključivali određenu naraciju i, ponovno, koreografiju. Bio je to vrlo eksperimentalan pristup, no ipak smo realizirali nekoliko projekata. Što se tiče pojma „audiovizualno” – barem u mom slučaju – koristim ga

u kontekstu svog tehničkog rada i onoga što radim za druge, bilo da je riječ o video-komponenti izvedbe ili o cjelokupnoj zvučnoj i vizualnoj podršci za izložbe. To je započelo prije otprilike sedam godina, kada sam počeo raditi kao tehničar i kreativni suradnik na projektima drugih autora; pritom nije bila riječ samo o plesu, već i o kazalištu te vizualnim umjetnostima, a raspon onoga što sam radio doista je bio širok. Ipak, postoji nešto u tehničkim aspektima tih procesa što me posebno privlači; volim istraživati i čitati o zvuku te o svemu što je povezano s našom percepcijom života i stvaranjem okruženja koja su istovremeno vizualna, auditivna, a ponekad i iskustvena.

Kada si počeo shvaćati da audiovizualni elementi mogu funkcionirati zajedno u nastupima uživo? Možeš li mi reći nešto više o tome?

Mislim da sam oduvijek bio svjestan te mogućnosti jer sam u mladosti gledao plesne predstave u kojima je već postojala određena igra – mislim, glazba je uvijek bila dio toga. Što se tiče audiovizualnih elemenata, viđao sam radove s projekcijama, a ponekad i sa specifičnijim elementima uživo, poput videa ili izvedbenih elemenata na pozornici; dakle, zahvaljujući radovima drugih ljudi, znao sam da je to moguće. A mislim da su me, zbog mog plesačkog obrazovanja i interesa za tehničke aspekte umjetnosti, uvijek privlačile ideje prenošenja određenih zamisli putem tehnologije. I dalje smatram da je vrlo zanimljivo istraživati stvari uz pomoć tehnologije, a mislim i da svi mi na kraju to shvaćamo.

Zanima li te nastavak stvaranja djela u kojima svatko može pronaći nešto s čime se može poistovjetiti i povezati?

Mislim da je to temelj rada koji me zanima i kojim se želim baviti. Volim jako tehnički zahtjevne radove, one s produkcijom visoke kvalitete. Ne znam je li „kvaliteta” prava riječ, ali ono što me duboko zanima jest odnos među ljudima koji zajedno rade, kao i osjećaj ljubavi među svima njima; smatram da je to temelj za međusobno povezivanje i poistovjećivanje. To me svakako zanima i vrlo se često fokusiram upravo na takve stvari, više nego na druge aspekte.

Kakva su tvoja iskustva u radu na kreativnim projektima s umjetnicima s invaliditetom? Kako, po vašem mišljenju, digitalni mediji mogu pomoći u takvim projektima?

Moja su se iskustva uglavnom vezala uz vas – Angelu i Alessiju. Imao sam i nekoliko iskustava s grupama osoba s invaliditetom ranije, no to su obično bili vrlo kratkotrajni susreti; ne bih mogao reći da smo zaista zajedno radili na nečemu, već smo možda samo dijelili iskustva, održali radionicu ili zajedno sudjelovali u nekoj vrsti

radionica. Moje je iskustvo bilo iznimno pozitivno u smislu da osjećam kako se – barem u mom radu s osobama s invaliditetom – više vodi računa o potrebama; više se razgovara o potrebama i o tome kako komuniciramo, a pridaje se i više pažnje te pokazuje više znatiželje za način na koji međusobno razgovaramo i jezik koji pritom koristimo. Možda postoji manje krutih očekivanja o tome „kako bi stvari trebale biti” – a to sam često čuo radeći u prošlosti s određenim ljudima kao plesač, taj stav da „tako mora biti”. A zapravo nikad ne postoji jedan jedini način na koji bi stvari „morale” biti; važno je samo da se svi osjećaju dobro i uključeno. Dakle, za mene je ključno upravo to ulaganje truda u stvaranje prostora u kojem se možemo međusobno povezati. Osjećam da smo to doista postigli i s tobom i Alessijom, i to je učinilo veliku razliku. Mislim da to također stvara dublju povezanost.

Nisam siguran kako točno to može pomoći u određenom smislu; digitalne medije doživljavam tek kao još jedan alat za izražavanje. Ne bih nužno govorio o tome kako će oni pomoći baš u ovim konkretnim projektima, već općenito: digitalni mediji mogu olakšati dijeljenje procesa putem videozapisa ili komunikaciju određenih sadržaja koji su prethodno snimljeni i podijeljeni s publikom – bilo kao audiosnimke ili videosnimke – a mogu poslužiti i kao instrumenti s kojim se može igrati na samoj pozornici. Ovisno o tome što se razvije tijekom kreativnog procesa, oni mogu imati različite uloge; primjerice, mislim da je stvaranje sigurnog okruženja za snimanje filma Alessiji omogućilo da se izrazi na načine na koje to ne bi mogla učiniti pred velikom publikom.

Kako si uključio svoj rad kao multidisciplinarni umjetnik u Ale's Project?

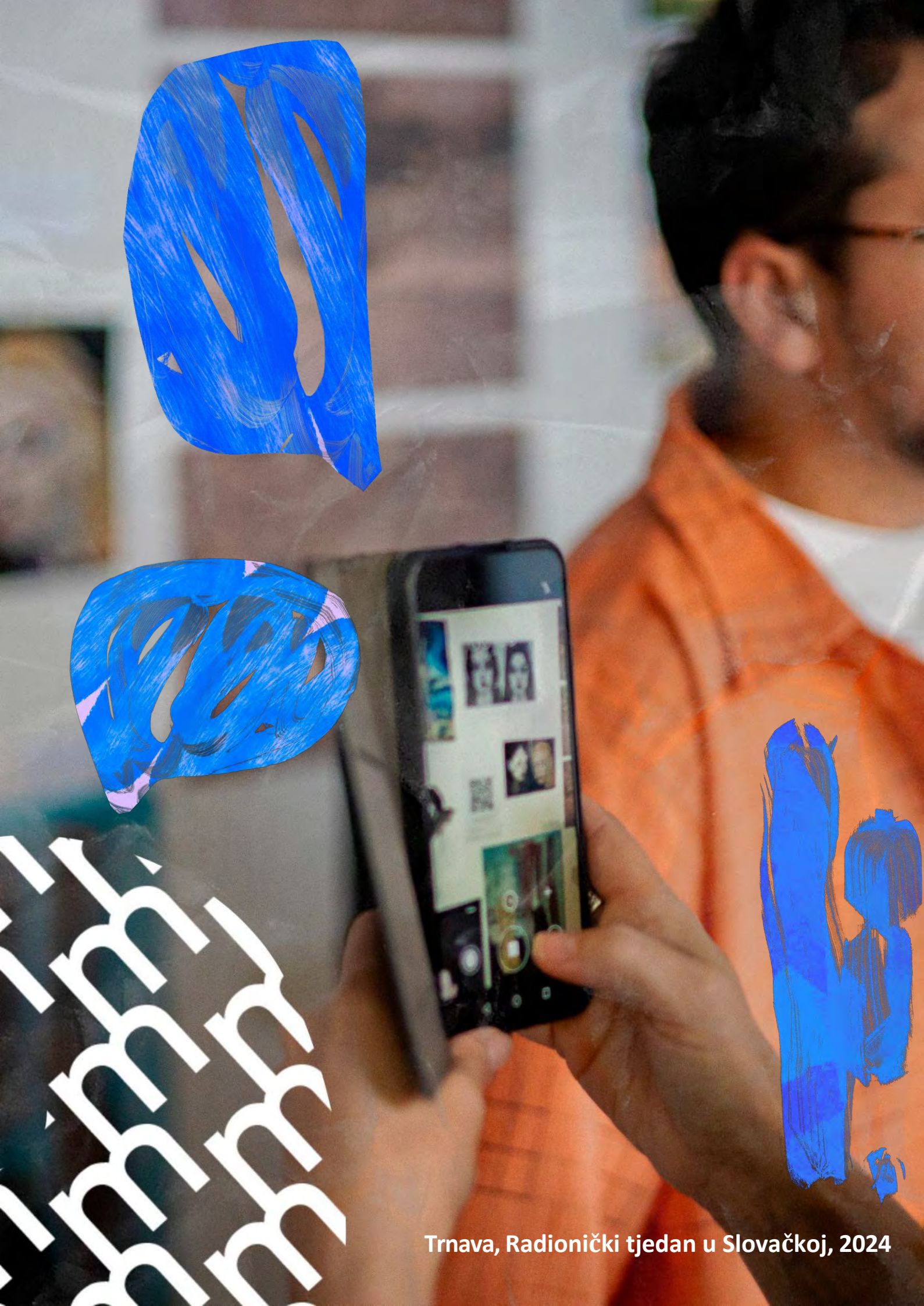
U tom sam projektu sudjelovao kao koproducenti snimatelj, svojevrsni direktor fotografije, iako taj pojam može biti pomalo pretenciozan za ovakav projekt, no, odlučivao sam o načinu snimanja, pokretima kamere, objektivima i vrsti scena koje želimo stvoriti te o tome raspravljao s timom. Također sam odradiomontažu, a montažu volim promatrati kao svojevrsni kreativni pothvat. Volim raditi s preklapanjem slika i poigravati se određenim efektima koje sam osmišljam; to je način na koji istražujem taj alat – montažu. Sudjelovao sam i u režijskom smislu, odlučujući kako stvoriti prostor u kojem se svi možemo izraziti – prostor u kojem se Alessia može izraziti i osjećati sigurno. Tu je bio i sav pripremni rad na razumijevanju njezina vizualnog svijeta i načina komunikacije... Dakle, radio sam pomalo od svega na toj produkciji.

Koje si pristupe koristio dok ste radili na Aleinom projektu?

Mislim da je sve to uglavnom proizašlo iz razgovora, ponajprije s njezinom majkom i trenerom. Naime, u početku nismo puno razgovarali izravno s Alessijom. Nije puno govorila niti koristila riječi; trebalo je vremena da uspostavimo komunikaciju i uskladimo se na načine koji nisu uključivali riječi. Ipak, na samom smo početku morali definirati određene stvari, a i ona je imala

seanse, seanse pokreta s dva različita trenera pokreta. Sve se to snimalo. Tako smo mogli gledati snimke i razgovarati o onome što smo vidjeli i osjećali tijekom tog procesa. Bio je to uvelike proces osluškivanja i otvorenosti prema svemu što se izražavalo na razne načine – kroz tijelo, kroz ideje i želje iskazane njezinim tijelom i govorom tijela, te kroz ljude koji su je poznavali i bili joj bliski, kao i kroz tim koji smo za taj projekt okupili. Sve se to, dakle, odvijalo na vrlo organski način.





Trnava, Radionički tjedan u Slovačkoj, 2024

Pogovor

Panu Pohjola, urednik sadržaja, Lapland UAS, veljača 2026., Panu Pohjola

Pet komponenti projekta Professional Media Presence ispitalo je medije iz umjetničke perspektive, pokrivajući puni opseg u kojem su se razumjeli u vrijeme planiranja. Teme su bile

1. Mediji i umjetnost
2. Internetski mediji i digitalno pripovijedanje
3. Društveni mediji i publika medija
4. Budući mediji
5. Mediji i identitet

Valja istaknuti da se tijekom cijelog projekta najveći interes među podržanim umjetnicima javio počevši od treće teme. To je bio slučaj unatoč tome što televizija i dalje ostaje glavni medij za postizanje vidljivosti u svim zemljama uključenima u projekt. Put do televizijskih nastupa oblikuju društvene mreže i internetski mediji, radio te tiskani mediji. Pritom umjetnici napreduju poticanjem interesa i izgradnjom mreže kontakata s novinarima.

Međutim, vidljivost umjetniku ne jamči uvijek zaradu, iako može dovesti do poslovnih prilika. U raspravama su društvene mreže ocijenjene kao agilniji i učinkovitiji put do tog cilja. „Ako si vidljiv, sjetit će te se kada se stvari budu pokretale”, rekla je Nika Rukavina u jednom od naših razgovora tijekom produkcije projektnih podcasta.

Umjetnost i umjetnik natječu se za pozornost, barem u ime samog umjetničkog djela. Izložbe suvremene umjetnosti sve više nalikuju na događanja, a ne na tradicionalne galerijske postavbe. Bez obzira na umjetničku disciplinu iz koje se pristupa temi, rezultat često naginje prema medijskoj umjetnosti. Digitalna okruženja i novi internetski mediji posebno su privlačni mlađim umjetnicima, kako kao sredstvo stvaranja umjetnosti tako i kao prostor u kojem se odvija umjetnička praksa. Njihovi vlastiti identiteti, kao i identiteti njihove publike i zajednica, smješteni su u internetski prostor, često u tolikoj mjeri da se internetski identitet doživljava kao dio fizičkog ja.

Čini se da ova dva razvoja usmjeravaju umjetnost novih medija prema cjelovitijem i imerzivnijem virtualnom iskustvu unutar internetskih i fizičkih okruženja.

Internetsko okruženje također predstavlja značajno područje utjecaja. Javna svijest o komercijalnom utjecaju prisutna je otkako su Google i Meta uspostavili modele prihoda temeljene na visoko ciljanom oglašavanju. Društvene mreže nisu neutralan niti slobodno dostupan resurs; u praksi njima upravljaju dva velika globalna aktera. Svijest o političkom i ideološkom utjecaju potaknutom od strane države znatno je porasla nakon predsjedničkih izbora u Sjedinjenim Američkim Državama. Ključni mehanizam u takvim operacijama utjecaja jest namjerno poticanje polarizacije, odnosno narušavanje društvene kohezije te, u nekim slučajevima, pojačavanje govora mržnje.

Takva su kretanja potaknula neke umjetnike na povlačenje s internetskih platformi, uz izražavanje snažne zadrške prema njihovoj upotrebi. Ipak, tijekom trajanja projekta stavovi su se pomaknuli prema neutralnijem stajalištu. Kako je Piia Lieste primijetila tijekom radionice u Veneciji: „Sada društvene mreže smatram dijelom svog rada.” To otvara dodatna pitanja s kojima se svaki umjetnik mora suočiti: potiskuju li se namjerno iz internetskog prostora oni koji iznose kritička ili provokativna zapažanja? Gdje se nalazi umjetnikova publika? Gdje se zapravo odvijaju pojave na koje se želi utjecati? I u kojoj smo mjeri spremni prepustiti prostor algoritmima, vanjskim utjecajima i procesima polarizacije?

Utjecanje na javni diskurs putem umjetnosti u internetskom okruženju može biti iznimno uvjerljiv oblik umjetničke prakse, što potvrđuju brojni članci. U svojim prilogima Ines Borovac, Alexandra Stroganova, Eleonora Serpente, Roberta Di Serio i Raffaella Menchetti predstavljaju pristupe umjetničkom utjecaju na internetu koji se temelje na snažnom osjećaju identiteta, čvrstim akademskim temeljima i jasno artikuliranoj umjetničkoj viziji. Bavljenje takvim radom pretpostavlja znatnu razinu samorefleksije: izgradnja vlastitog umjetničkog i osobnog identiteta čini se ključnom prije ulaska u algoritme i podatcima vođen krajolik digitalne sfere. Taj proces također predstavlja oblik rada na identitetu koji može izazvati napetosti i ne mora nužno ostaviti umjetnika nepromijenjenim, na što ukazuje i članak Kati Koivunen.

Čini se da akademska sfera mnogim umjetnicima nudi održiv način zarade, a taj se trend odražava i u tekstovima uključenima u ovaj priručnik. Umjetnici često grade paralelne karijere kao istraživači. Ostaje otvoreno pitanje kako će taj razvoj oblikovati umjetničku praksu u budućnosti.

Umjetna inteligencija pojavila se i očito ostaje značajna tehnološka sila, osobito sada kada su izazovi njezina financiranja riješeni ulaganjima na državnoj razini u zemljama poput Kine, Rusije i Sjedinjenih Američkih Država. I u Europi raste potražnja za europskim alternativama mnogim dominantnim internetskim tehnologijama, a neke od njih već su u funkciji.

Čini se da zabrinutost zbog etičkih implikacija i pitanja autorskih prava povezanih s umjetnom inteligencijom najglasnije izražavaju oni čija se umjetnička praksa – barem prema mom tumačenju – ne oslanja na posve jedinstven izričaj, već djeluje unutar ustaljenih žanrova, često u digitalnom obliku. Kako u svom članku ističe Tianjun Li, bilo da je riječ o fotografiji, videu, digitalnoj umjetnosti, vizualima za igre ili nekom srodnom obliku, umjetna inteligencija omogućuje stvaranje slika i zvukova tipičnih za određeni žanr svima koji znaju sastaviti tekstualnu uputu (prompt). Ono što umjetna inteligencija ne može replicirati jest konceptualno promišljanje, spajanje medija i alata te jedinstvenost vizije koju može postići samo vješt umjetnik. Ovladavanje digitalnom paletom nedvojbeno će postati izazov kojem se umjetničko obrazovanje mora ozbiljno posvetiti.

Osim ako se, naravno, ne odlučimo u potpunosti okrenuti leđa tom fenomenu i vratiti tehnikama iz razdoblja prije električne energije ili, alternativno, zakoračiti u budućnost nakon ere umjetne inteligencije, kako predlaže Ivana Tkalčić.

Potrošnja električne energije i vode, kao i ugljični te digitalni otisak, pitanja su koja ni umjetnici više ne mogu zanemariti. Značajan udio, često čak i većina ugljičnog otiska svakog pojedinca, danas proizlazi iz aktivnosti na internetu. Ipak, najveći i najbrže rastući dio tog tereta otpada na funkcioniranje društava i njihovih javnih usluga, zajedno s medijima, zabavnom industrijom i tržišno orijentiranim platformama. Ima li u takvom okruženju još uvijek mjesta za mali, promišljeni glas otpora, za suptilni nemir unutar mase – odnosno, za umjetnost?

Pažnja prema drugima – osobito prema glasovima još tišim od onih iz svijeta umjetnosti – također dolazi do izražaja u ovoj zbirci tekstova, ponajviše kroz doprinos Angele Bettoni.

Tijekom trajanja projekta javna su sredstva namijenjena umjetnicima smanjena u svim organizacijama sudionicama, ponajviše kao posljedica povećanih izdataka za obranu. Razmišljam, baš poput Winstona Churchilla, o tome za što se zapravo borimo ako izgubimo europsku kulturu. Smatram da bi upravo u ovakvim vremenima umjetnici trebali djelovati u korist europske zajednice te iskoristiti transformativne kapacitete umjetnosti i metode regenerativne umjetnosti kako bi dali glas manjim skupinama unutar šire cjeline. Potencijal takvog pristupa za uključivanje publike i ostvarivanje prihoda čini se očitim – bez obzira na to nazivamo li to performansom, izložbom, umjetnošću novih medija ili turističkom uslugom. Međunarodno iskustvo ključno je za umjetničku karijeru još od vremena kada se stvaranje umjetnosti smatralo zanatom. Kako u svom članku savjetuje Luca Caci, postoji više načina za stjecanje tog iskustva uz potporu Europske unije. Svakako vrijedi iskoristiti te prilike, posebice s obzirom na mogućnost dobivanja bespovratnih sredstava.

Od samog početka, moja uloga sastavljača ove zbirke tekstova potaknula me na blisku suradnju s umjetnicima angažiranim na projektu, kojima su ti tekstovi predstavljali sastavni dio njihova zadatka. Ta je suradnja za mene bila čast, ali i iskustvo koje je me mnogočemu naučilo. Kako bih u potpunosti shvatio širinu i dubinu visokokvalitetnih materijala koje su

umjetnici proizveli, našao sam se kako čitam filozofiju, sociologiju, društvenu teoriju, feminizam, studije novih medija, marketing i još mnogo toga, oslanjajući se na opsežne i sofisticirane izvore koje su podijelili. Preporučio bih ovo intelektualno putovanje i drugim čitateljima.

Četverogodišnja suradnja sa širim timom projekta također je preoblikovala moj vlastiti osjećaj identiteta, pomaknuvši ga s finskog na europski. Zapravo smo iznimno slični i razumijemo jezike jedni drugih, unatoč tome što riječi zvuče drukčije kada se izgovaraju.

Iskreno zahvaljujem programu Kreativna europa; Sveučilištu primijenjenih znanosti Turku u Finskoj; organizaciji Perypezye Urbane u Italiji; organizaciji Prisms Malta; organizaciji Youth for Equality u Slovačkoj; organizaciji Culture Hub Croatia u Hrvatskoj; organizaciji Espronceda u Španjolskoj; Sveučilištu primijenjenih znanosti Laponije u Finskoj te desecima europskih umjetnika koji su zajedničkim snagama omogućili i ostvarili ovaj projekt.





Oblici prisutnosti – najbolje prakse korištenja medija: od umjetnika za umjetnike u Europi

U ovoj publikaciji, nastaloj u okviru međunarodnog projekta **Professional Media Presence**, umjetnici i stručnjaci iznose svoja znanja, opisuju svoj odnos prema medijima te dijele vlastita iskustva. Članci iz više perspektiva razmatraju profesiju, status i načine ostvarivanja prihoda suvremenih umjetnika, kao i utjecaj društva i medija na te aspekte. Prilozi stavljaju naglasak na medijsku prisutnost umjetnika, prakse i izazove vezane uz širenje i promidžbu umjetnosti te ulogu medija kao prostora za umjetničko stvaralaštvo, umjetnička događanja, stvaranje zajednice i aktivizam.

Kroz cijelu zbirku provlači se postdigitalno shvaćanje načina na koji se prisutnost pojedinca – a posebice umjetnika – proteže na društvene mreže i internetske platforme. Publikacija također predlaže načine na koje umjetnost može djelovati kao regenerativna i konstruktivna sila u svijetu nakon pojave umjetne inteligencije ili u svijetu koji nudi alternativu takvom poretku. Uz to, publikacija se bavi pitanjima dostupnosti te razmatra važnost međunarodnog, a posebice europskog djelovanja za umjetnike.

Ovu publikaciju nadopunjuje bogata zbirka članaka, podcasta, videozapisa, MOOC-a i blog-objava. Više informacija potražite na stranici pmpproject.turkuamk.fi.



**Co-funded by
the European Union**