

iMAL debat 'Holy Fire'

19 april 2008, Art Brussels. iMAL, Interactive Media Art Laboratory, organiseerde in het kader van het Off-Programma van Art Brussels een debat over de positie van mediakunst op de kunstmarkt naar aanleiding van hun tentoonstelling 'Holy Fire'.

Panel

Moderator:

Patrick Lichty (Yes Men and Columbia College, Chicago)

Sprekers:

Alexei Shulgin (RU)

Olia Lialina (RU/DE)

Steve Sacks (bitforms, New York)

Wolf Lieser (DAM, Berlin)

Stéphane Maguet (Numeriscausa, Paris)

Philippe Van Cauteren (SMAK, BE)

Domenico Quaranta (Brescia, I)

Yves Bernard (iMAL, Brussels)

Discussie

Patrick Lichty begon met te stellen dat het onderwerp van de discussie "the art formerly known as new media" was. Nieuwe mediakunst was lange tijd een onderdeel van mediakunsten maar heeft tegenwoordig een plaats veroverd binnen de academische traditie. Misschien zal de kunst de geschiedenis ingaan als een aparte beweging, cf. Video Art. Nieuwe mediakunst was in zijn beginperiode vooral te zien op festivals (ISEA, Transmediale, ...); ook dit is vergelijkbaar met de evolutie van videokunst. Het heeft videokunst wel twintig jaar gekost om een plaats in de hedendaagse kunstwereld te veroveren. Misschien verloopt de integratie van nieuwe mediakunst in de Zeitgeist nu sneller?

Op Rhizome.org werd een verhitte discussie gevoerd over de 'Holy Fire' tentoonstelling. Dit toont aan dat er toch enkele overwegingen zijn in een situatie waar kunst uit festivals naar galerijen en uiteindelijk de woonkamer verhuist. Nieuwe mediakunst treedt binnen in het kunsthistorisch canon; men vindt ze terug in academische programma's, galerijen en musea. Lichty noemde dit duidelijke tekenen van erkenning.

Binnen de nieuwe mediawereld zijn verzamelaars en curatoren de avant-garde voor musea en galerijen. Steve Dietz sprak in deze context over zogenaamde 'alternative archivists'; de verzamelaar als curator. Een vraag die nog steeds speelt is hoe het labelen van kunst als 'nieuwe mediakunst' het werk vormt of beïnvloedt. De tentoonstelling 'Holy Fire' wil met de selectie van gepresenteerde werken aantonen dat deze kunst over het hedendaagse leven gaat, en dat zij allesbehalve 'moeilijk' of 'hermetisch' is. Is het onderscheid tussen hedendaagse kunst en nieuwe mediakunst nog wel relevant? Steve Sacks stelde dat het idee om een galerij te openen in New York er net was gekomen vanuit het idee om midden in de hedendaagse kunsten te zitten. De lijnen tussen zulke kunstbenamingen moeten uitgevaagd worden. Om dit te kunnen doen moet er een zekere educatie opgezet worden. Digitale kunst was vroeger niet 'marketable', maar is het nu wel; dit zou het debat ook kunnen opentrekken. Als je uit een achtergrond van kunstenfestivals komt, lijkt het alsof nieuwe media meer geïntegreerd zijn in de globale kunstmarkt. Op institutioneel vlak gaat het echter nog steeds traag.

Het S.M.A.K. hanteert een andere definitie van 'kunstwerk' of 'kunstenaar'. Philippe Van Cauteren gaf het voorbeeld van een tentoonstelling, waarvan gezegd werd dat de kunst die gepresenteerd werd niet hedendaags was, omdat er niet voldoende mediakunst of video aanwezig was. Volgens hem gaat het 'hedendaags-zijn' van kunst niet noodzakelijk samen met gebruik van media, maar met een bepaalde visie van een kunstenaar op wat kunst kan zijn.

Het verzamelen van 'materiële cultuur' is niet vanzelfsprekend binnen nieuwe mediakunst. Het gaat hier vooral om het verzamelen van een artistieke attitude; het eigenlijke werk dient dan als 'illustratief voorbeeld' van die visie. Wat een nieuw mediakunstwerk verkoopbaar maakt, is bovendien slechts een certificaat. De sourcecodes van het werk kunnen bijvoorbeeld quasi wereldwijd verspreid worden. Van Cauteren vergeleek dit met de performances uit de jaren '70; hiervan kan je ook enkel de documentering verkopen. Als tegenvoorbeeld stelde iemand de website Colorflip voor, een kunstwerk van Rafaël Roozendaal, dat gekocht werd door een privéverzamelaar. De naam van de collectioneur prijkt nu bovenaan de website; op die manier wordt duidelijk dat het iemands eigendom is, maar kan het werk toch online blijven staan (wat de initiële bedoeling van de kunstenaar was). In dit geval wordt het verschil tussen aankoop van online of offline kunst dus geminimaliseerd.

Yves Bernard wees op de bezorgdheid over bewaring van de kunst op lange termijn. Dit geldt in het bijzonder voor kunst die werkt met generatieve software. Philippe Van Cauteren stelde dat conservering en bewaring één van de kerntaken van een museum is. Hoe kan je dan als instituut anticiperen, correct migreren, ... Alexei Shulgin suggereerde dat er vaak dubbele standaarden gehanteerd worden. Mediakunstenaars worden onmiddellijk gevraagd of hun werk wel 200 jaar zal blijven bestaan. Andere kunst kan even goed vergaan na een bepaalde termijn, maar daar worden blijkbaar geen vragen bij gesteld. Shulgin vergeleek mediakunst met elektronische consumptiegoederen. Die koop je ook niet voor 200 jaar; je koopt iets voor het nu, gebruikt het, en indien het niet langer functioneert koop je een nieuwe versie. Steve Sacks wees erop dat dit niet werkt in een context van kunst op de markt. Indien je een kunstwerk verkoopt en daar een bepaalde prijs voor bereikt, heeft de koper 'levenslange' verwachting van het werk.

Software verandert veel te snel; men vraagt artiesten om te zeggen hoe ze hun werk later willen zien (gemigreerd of via emulatie). Als voorbeeld werd de Variable Media Questionnaire aangehaald, die toelaat werken aan te passen aan nieuwe tijden en dito technologieën. Indien musea meer nieuwe mediakunstwerken zouden collectioneren, zou dit ook een gevolg hebben voor de conservering ervan. Archivisten zullen in dat geval immers ook programmeurs moeten zijn.

De werking van de kunstmarkt heeft echter ook een invloed op de intentie van de kunstenaar. Zo is er het voorbeeld van de kunstenaar die zijn werk wil laten 'sterven' eens het niet meer functioneert maar de persoon die het kocht wil het levend houden.

Yver Bernard kwam terug op de inleiding van Patrick Lichty. Naast een galerij- en museumwezen blijft er de noodzaak van een avant-garde. De hedendaagse kunstwereld is steeds te vinden voor iets nieuws. De laatste jaren is de grootste vernieuwing er gekomen door technologie; fotografie, video en nieuwe media. Alexei Shulgin stelde dat het geen kwestie was van hier in mee te gaan of niet. Het beste wat je kan doen is er in meegaan en deze processen zelf mee te sturen. Er werd het voorbeeld gegeven van iemand die stelt "I'm a real artist, I have nothing to do with media arts". Er wordt nog steeds de vraag gesteld waar je als kunstenaar thuis hoort; in de wereld van mediakunst, of die van meer algemene hedendaagse kunst? De nieuwe mediawereld is een instituut op zich geworden, en een avant-garde heeft geen instituten nodig. Er is een trend merkbaar; een platform als Rhizome focust niet enkel nog op 'nieuwe media'. Het wordt tijd dat "we get out of the ghetto".

Philippe Van Cauteren vatte samen dat er twee stemmen zijn. Ofwel blij je sectarisch, ofwel tracht je in de grotere markt terecht te komen. Lighty stelde dat het échte monster de kunstgeschiedenis is. Het is niet makkelijk hier een andere richting, opname van mediakunst, aan te geven. Van Cauteren wees op op een conservatief maatschappelijk klimaat; er is bijvoorbeeld een terugkeer naar de figuratieve schilderkunst. Dit is niet de ideale voedingsbodem voor opname van nieuwe mediakunst in een canon.

In mediakunst wordt de kunst bovendien automatisch in een hokje geduwd omwille van het gebruikte materiaal: de technologie. Olia Lialina stelde dat er een shift gebeurd was van internet als medium naar internet als massamedium. Dit heeft implicaties op de kunstenaars; Lialina wil bijvoorbeeld geen mash-ups maken, niet aan de slag met Google Maps etc. Hoe moet je als kunstenaar hier mee omgaan? Lighty trok dit door naar de commentaren die geponeerd werden tijdens de Video Vortex conferenties in Amsterdam. Waarom hebben we nog curatoren nodig in de tijden van Youtube en aanverwanten? Kunstenaars trekken met hun werk direct naar het net. Op die manier vermijden ze een kunstmarkt, zodat die voor nieuwe mediakunst helemaal niet bestaat. Yver Bernard trad bij dat artiesten inderdaad op die manier de kunstmarkt links laten liggen. De tentoonstelling 'Holy Fire' is er vooral gekomen omwille van de positie van mediakunsten in het hedendaagse discours. Je gaat er niet naar toe om kunst te kopen, maar om die kunst te kijken. Domenico Quaranta stelde daarop

passend dat “new media is entering the media art field, not the media art market”. Er is dus sprake van een zekere institutionalisering en inburgering in een breder kunstenveld, maar een plaats in de kunstmarkt is nog zeker geen gemeengoed voor nieuwe mediakunst. Dit werd geïllustreerd door het feit dat op Art Brussels Bitforms de enige galerij was die enkel nieuws mediakunst presenteerde.