

Anna Gruszka
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

„MOJA OSOBISTA PRZESTRZEŃ” – PRYWATNE WIRTUALNE KOLEKCJE SZTUKI

Tym, co przyciąga uwagę na stronie internetowej Luwru, nie jest wcale dynamiczna, efektowna grafika ani też przejrzystość i logiczność w konstrukcji tej strony. Najbardziej uderzająca i skłaniająca do refleksji nad przesunięciami nie tylko w odbiorze sztuki artystycznej, lecz wręcz w jej ontologii jest zrealizowana tu z powodzeniem koncepcja prywatnej, osobistej, wirtualnej, darmowej kolekcji najsłynniejszych na świecie dzieł sztuki, które można dowolnie wybierać i studiować w najdrobniejszych szczegółach czy nawet przysyłać znajomym.

Formuły *Mojej osobistej przestrzeni* (*Mon espace personnel*), bo tak nazywa się ta zakładka, nie znalazłam w innych europejskich muzeach poza Musée de Louvre i Musée d'Orsay. Zdecydowana większość z nich jednak posiada strony internetowe bardzo bogate treściowo, przedstawia swoje kolekcje w sposób niezwykle przyjazny nawet niezorientowanemu w muzealnych zbiorach internaucie, oferując mu wiele metod ich wyszukiwania i oglądanie w dobrej rozdzielczości. Takie indywidualne zwiedzanie światowych przybytków sztuki w zaciszu własnego domu, za pomocą Internetu, zwiedzanie zapośredniczone, co prawda, ale za to umożliwiające spokojną, dogłębną, wielokrotnie powtarzaną i darmową kontemplację malarstwa, grafiki czy rzeźby, stanowi samo w sobie interesujący fenomen. Jego dobrą ilustracją będzie *Mon espace personnel* Luwru i Orsay'a, która w spotęgowany jeszcze sposób eksponuje pewne zasadnicze zmiany w rozumieniu i postrzeganiu sztuki i jej odbioru.

Oto, w jaki sposób funkcjonuje to zjawisko. Jak zazwyczaj bywa w tego typu usługach, należy najpierw się zarejestrować, a następnie, przy pomocy hasła, „spacerować” po wirtualnym Luwrze czy Orsay'u i wybierać dzieła, ich opisy, analizy, jak również publikacje, artykuły, informacje na temat samego muzeum i jego historii, gotowe ścieżki zwiedzania. Zebrane treści pogrupować można w tematyczne albumy, które sami tworzymy i nazywamy. Co więcej, w pamięci *Mon espace personnel* zapisywana jest wirtualna, hipermedialna ścieżka, którą poruszaliśmy się w czasie danej wizyty, co umożliwia uniknięcie powtarzania tej samej drogi, powrót do któregoś z jej etapów w celu pójścia dalej inną gałęzią czy zaplanowanie następnej wizyty. Wydaje się, że taka opcja jest doskonałym lekarstwem na ów szum informacyjny, jaki tworzy spleciona sieć wybitnych dzieł i prowadzących do nich ścieżek. Zresztą sami twórcy strony, zdając sobie sprawę z tego największego zmartwienia zwiedzających, sugerują, że możliwość zapisywania swojej trasy powstała po to, aby można było w sposób dobrze przemyślany przygotować się do realnej wizyty.

Jedną z ciekawszych i robiących największe wrażenie form wirtualnego zwiedzania jest opcja nazwana *Dziełami przez lupę* (*Œuvres à la Loupe*), którą również można dodać do swojego albumu. Wydaje się, że stanowi ona wzór wykorzystania technik multimedialnych w służbie edukacji artystycznej. Gdy wybierzemy interesujące nas dzieło, na przykład *Madonnę kanclerza Rolin* Jana van Eycka, najpierw zobaczymy zdjęcie sali muzealnej, w której wisi ów obraz. Usłyszymy krótkie wprowadzenie na jego temat, a następnie wirtualny przewodnik rozpocznie analizę poszczególnych elementów obrazu. W czasie, gdy słyszymy głos, wskazywane są też, powiększane lub wyróżniane poprzez przyciemnienie reszty te elementy, których komentarz aktualnie dotyczy. Przewodnik zaś nie tylko opisuje, ale również interpretuje, wyjaśnia symbolikę i odwołania do kontekstu. Wszystkie te opisy są bogato i dynamicznie ilustrowane, śledzić można również tekst pisany. Ponadto opcja ta umożliwia samodzielną pracę z dziełem – możemy sami powiększać czy wyróżniać poszczególne części przedstawienia, patrzeć na niego przez wirtualną lupę, porównywać z innymi pokrewnymi obrazami. Można także zapoznać się z definicjami trudnych czy specyficznych słów i nazw własnych użytych w opisie, wreszcie prześledzić bogatą

bibliografię. Oczywiście, wirtualne zwiedzanie i analiza dzieła nie mają tak linearnego charakteru, jak moja narracja ich opisu; wszak za podstawową właściwość hipertekstu uważa się jego sieciowość, nielinearność i leksykalną niestrukturalność.

Tym, co w owej spersonalizowanej części Internetu uderza najbardziej, jest specyficzny status ontologiczny *Mon espace personnel* w stosunku do ontologii samego Internetu. Bowiem przy charakteryzowaniu owej wydzielonej przestrzeni nasuwają się takie przymiotniki, jak „osobista”, „prywatna”, „własna”, „indywidualizowana” czy „zamknięta” (w domyśle: zamknięta dla innych). Od razu uwagę zwraca nieadekwatność tych określeń wobec tego, jak zwykło się pojmować i kojarzyć przestrzeń Internetu. O tej powiedzielibyśmy raczej, że jest „publiczna”, „ogólnodostępna”, „otwarta”, „nieograniczona”, „powszechna” i „anonimowa”. Wydaje się więc, że próba wydzielenia kawałka własnej przestrzeni zasadniczo zmienia, wręcz odwraca, scharakteryzowane cechy dystynktywne Internetu na ich przeciwieństwa. Co jednak ciekawe, zwłaszcza w perspektywie socjologii sztuki czy innych badań kulturowych, proces owego odwrócenia dotyczy najwyraźniej także tzw. formy obecności sztuki. Jak pisze Marian Golka, forma obecności to:

(...) miejsce społecznego istnienia wytworów sztuki, [które] splata w swoisty węzeł miejsce, dzieło i jego odbiorców, determinując wiele warunków i okoliczności kontaktu z nim, a także wpływając do pewnego stopnia na samo to dzieło¹.

Kierując się podaną przez Golkę typologią, tradycyjne obcowanie z dziełami sztuki w muzeum bez wahania skategoryzujemy jako obecność instytucjonalno-artystyczną. Warto przytoczyć charakterystykę owej formy, dokonaną przez samego badacza:

(...) kontakt z wytworem artystycznym jest w tej formie powierzchowny, dorywczy, krótkotrwały i ulotny. Obecność ta rodzi dystans między widzem a sztuką, niekiedy nawet poczucie obcości. Prezentowana twórczość jest uważana za mało swojską, co wynika między innymi z aury nietykalności towarzyszącej dziełom. Nie oznacza to wcale, że ta forma obecności nie wywołuje głębokich, choć krótkotrwałych, przeżyć. Przyczyniła się ona do powstania swoistej kategorii odbiorców – publiczności. Jest również jednym z powodów przydania sztuce atmosfery odświętności, jej fetyszyzacji przez twórców, funkcjonowania pewnych wytworów w sztucznych przestrzeniach i tylko tam, a także w swoistych, nigdzie indziej nie występujących, zestawach i relacjach².

Do tej charakterystyki powrócę jeszcze kilkakrotnie, najpierw jednak podejmiemy próbę zakwalifikowania formy obecności sztuki, jaką stanowi *Mon espace personnel*. Okazuje się bowiem, że nie jest to już tak jednoznaczne. Z jednej strony wydaje się, iż następuje tu przeniesienie z owego układu instytucjonalnego do prywatnej formy obecności, która charakteryzuje posiadanie w domu, w przestrzeni intymnej, prywatnych zbiorów sztuki. Z drugiej strony ta własna kolekcja pozostaje wirtualna i zmediatyzowana. Czy zatem nie mieściłaby się raczej w kategorii tzw. obecności pośredniej zwielokrotnionej, wyrosłej, jak pisze Golka, w symbiozie z kulturą masową, a nawet będącej jej efektem? Odpowiedź będzie twierdząca, skoro:

(...) masowe zwielokrotnienie wytworu artystycznego udostępnia go rzeszom odbiorców i, pośrednio, przywabia wytwór do domu. Sprawia, że staje się on dobrem konsumpcyjno-rozrywkowym, stosownym do odbioru intymnego, niekiedy zdawkowego, a niekiedy przeciwnie – nader wnikliwego, przypominającego wręcz intelektualną analizę. Wtwór sztuki jest wyrwany ze swego pierwotnego kontekstu (a nawet z wtórnego – muzealnego), niszczy się jego pierwotne wcielenie i przeistacza w pewnego rodzaju mniej lub bardziej dokładną »informację« o dziele³.

¹ M. Golka, *Socjologia kultury*, Warszawa 2007, s. 286–287.

² *Ibidem*, s. 289.

³ *Ibidem*, s. 290.

Jednakże trudno poprzestać na tym bezdyskusyjnym przypisaniu omawianego tu, dość jednak nowego, zjawiska do jednej kategorii. Powiedziałabym raczej, że *Moja osobista przestrzeń* to forma obecności sztuki, sytuująca się gdzieś na granicy co najmniej tych dwu wskazanych form.

Nierozstrzygniętym pozostawię też pytanie o prywatny czy publiczny charakter przestrzeni, w jakiej funkcjonuje sztuka w usługach typu *Mon espace personnel*. Być może należałoby w tym kontekście w ogóle zawiesić taki podział przestrzeni, gdyż, jak sugeruje Ewa Rewers, kategorie przestrzeni prywatnej i przestrzeni publicznej nie budzą zastrzeżeń i wydają się zupełnie naturalne na poziomie teoretycznych rozważań, jednakże pojawiają się wątpliwości, gdy przychodzi do ich empirycznych konkretyzacji⁴.

Jako że taka forma obecności sztuki bazuje ściśle na technologii nowych mediów, będą ją doskonale opisywały wymieniane przez Lwa Manovicha kategorie, takie jak wariacyjność, modularność czy skalowalność⁵. Chyba jednak najważniejszym pojęciem związanym z nowymi mediami, które najpełniej opisuje istotę przejścia między tradycyjną obecnością sztuki lub nawet jej obecnością pośrednio zwielokrotnioną a kontaktem ze sztuką poprzez takie usługi, jakie oferują strony internetowe muzeów Louvre i Orsay, jest transkodowanie. Nowe media bowiem zbudowane są według Manovicha z dwóch różnych warstw: komputerowej i kulturowej. Obie są od siebie zależne i wzajemnie się determinują. Warstwa komputerowa, tzn. sposób, w jaki komputer modeluje świat, przedstawia dane, udostępnia je w celu przetwarzania, a następnie sposób wyszukiwania, dopasowywania, sortowania i filtrowania, budowa interfejsu wpływają na kulturową warstwę nowych mediów, ich organizację, nowo powstające gatunki, ich treść. Natomiast warstwa kulturowa wypełnia treścią struktury warstwy komputerowej i stawia jej nowe, techniczne wymagania. W rezultacie powstaje więc nowa kultura komputerowa – „mieszanka znaczeń ludzkich i komputerowych, tradycyjnych sposobów modelowania świata przez humanistyczną kulturę i właściwych komputerom środków przedstawiania tego świata”⁶.

Jednak zyskując omówione właściwości z racji swej przynależności do gatunku nowych mediów, *Moja osobista przestrzeń*, jako nowa forma kontaktu ze sztuką, zarazem traci pewne cechy typowe dla instytucjonalno-artystycznej obecności dzieł sztuki. Po pierwsze, zanikowi ulega kategoria publiczności, powstała w efekcie instytucjonalnego kontaktu ze sztuką i dla niego charakterystyczna. Po drugie, sam odbiór, przeniesiony w przestrzeń domową ma szansę przestać być powierzchowny i ulotny, gdyż nie odbywa się w ograniczonym czasoprzestrzennie kontekście, lecz może być bez trudu i dowolnie ponawiany. Ta zmiana przestrzeni powoduje także, że sztuka ulega oswojeniu, ponieważ zmniejsza się dystans między nią a odbiorcą. Amerykańska kwerenda z 1997 roku stwierdza zresztą, że tradycyjny „świat sztuki” odbierany jest na ogół podejrzliwie jako niedający się przyswoić, obcy i przerażający, podczas gdy sieć oferuje formy partycypacji i interaktywności, dzięki którym sztuka okazuje się znacznie łatwiej przyswajana, przy czym, nieco paradoksalnie, to fizyczny kontakt z monitorem stanowi doświadczenie intymne, prywatne i indywidualne⁷. Sztuka traci też swój ton odświętności, zostaje odfetyszyzowana – przestaje być nietykalną ikoną, a staje się czymś na kształt matrycy, służącej wręcz instrumentalnemu zaspokojeniu ciekawości, poznaniu tajemnic warsztatu twórcy i jego zamysłów; można ją rozwarstwiać i ciąć na kawałki – krótko mówiąc – „bezczęścić”. Co więcej, sztuka w owej nowej formie ulega popularyzacji – po pierwsze, w tradycyjnym rozumieniu tego słowa, jako że zyskuje ona szansę dotarcia do nieporównanie szerszego, masowego grona odbiorców niż wtedy, gdy „wegetuje” w muzealnych gablotach. Po drugie zaś, w sensie, w jakim Marek Krajewski pisze o popularyzacji rzeczywistości⁸. Sztuka w tej formie zaczyna rządzić

⁴ E. Rewers [w:] *Prywatnie o publicznym/publicznie o prywatnym*, pod red. R. Drozdowskiego i M. Krajewskiego, Poznań 2007, s. 13–14.

⁵ Zob. L. Manovich, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypryański, Warszawa 2006.

⁶ *Ibidem*.

⁷ Wyniki raportu przytaczam za: V. Newhouse, *W stronę nowego muzeum*, [w:] *Muzeum sztuki. Antologia*, pod red. M. Popczyk, Kraków 2005, s. 628–629.

⁸ M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Poznań 2005, s. 83–94.

się prawami przynależnymi kulturze popularnej, co oznacza, że wartościujemy ją ze względu na to, czy dostarcza różnego rodzaju szeroko rozumianych przyjemności i tylko wtedy jest uznawana za społecznie istotną, gdy funkcję tę spełnia. Tym samym wpisuje się do katalogu takich dziedzin, jak edukacja, polityka, religia, nauka czy życie rodzinne, które podlegają temu samemu procesowi – liczą się o tyle, o ile spełniają funkcje przynależne do tej pory kulturze popularnej. Reguły, jakie nimi rządzą, to przede wszystkim reguły rynku towarów i konsumpcji. Przy czym wydaje się, że właśnie owa wszechobecna „popularyzacja rzeczywistości” wymusza tak rozumianą „popularyzację” sztuki, przejawiającą się w przedstawionych powyżej „internetowych” formach kontaktu z nią, ale także w funkcjonowaniu samego muzeum. Ponadto temu przejściu towarzyszy odmasawianie kultury popularnej⁹, które łączy się z coraz większą indywidualizacją odbioru kultury i powrotem do spontanicznego, oddolnego tworzenia kultury popularnej, tak, jak tworzona była kultura ludowa, choć przy zachowaniu masowości skali jej konsumpcji. Jednak dodać trzeba, że w omawianym tu wypadku chodzi o popularyzację i, od niej nieodłączną, medializację tzw. kultury wysokiej, żeby nie powiedzieć „najwyższej”; mowa przecież o największych światowych arcydziełach sztuki malarskiej i rzeźby. Swoistość owego przejścia wynika z tego, że dzieła takie jak *Mona Lisa* czy *Stoneczniki* dawno już uległy fetysyzacji, umasowieniu i wielokrotnej reprodukcji. Ich kopie i fotografie można zakupić na bazarze i powiesić sobie w domu; zna je każdy, choć nie każdy widział je w oryginale. Ponadto kontakt z oryginalną *Giocondą* niekoniecznie musi wywoływać *katharsis* czy głębokie doznania estetyczno-intelektualne, jeśli wymaga półgodzinnego przedzierania się przez tłum wyposażonych w aparaty cyfrowe turystów po to, aby wreszcie ujrzeć ją z odległości kilku metrów w szklanym, źle oświetlonym ołtarzyku, odbijającym flesze. Być może jest zatem popularyzacja sztuki sposobem jej odmasowienia, odfetysyzowania, odestetyzowania, a przez to metodą przybliżenia odbiorcy oraz ocalenia jej artystycznej wartości? Czy jednak w takiej formie sztuka będzie spełniała nadal funkcje, jakie tradycyjnie się jej przypisuje? Liczni autorzy zwracają uwagę na informacyjny i edukacyjny charakter sztuki zdigitalizowanej, pozostając w pełni świadomymi zerwania dzieł z ich aurą. Już André Malraux, pisząc o projekcie Muzeum Wyobraźni opartego na reprodukcjach, którego dzisiejsze muzeum wirtualne wydaje się być realizacją, zwraca uwagę na ten istotny element¹⁰. Jednocześnie jednak rekompensuje go możliwością zetknięcia się człowieka z tymi wszystkimi dziełami, które inaczej byłyby mu niedostępne – to bowiem owa dostępność dorobku sztuki dla ludzkości jest według Malraux kluczowa. W związku z tym, że – mówiąc metaforycznie – muzeum można dziś sobie sprowadzić do domu czy wręcz stworzyć swoją własną, prywatną galerię, taką jak *Mon espace personnel*, nasila się potrzeba odpowiedzi na pytanie, jaka pozostaje rola tradycyjnego muzeum i czym powinno być ono w dobie sztuki cyfrowej.

Należy pamiętać, że dziś już nie tylko każde niemal muzeum ma swoją stronę internetową, już nie tylko kuratorzy digitalizują zbiory muzealne i umieszczają je w sieci; krótko mówiąc: sieć nie tylko jest bazą reprodukcji, „informacji” o sztuce, jej wirtualnym katalogiem odsyłającym do dzieł materialnych. Coraz częściej owe immaterialia funkcjonują samodzielnie jako dzieła sztuki, są ich jedyną formą i nie odsyłają do rzeczywistych artefaktów. Tak tworzy się *net art*, jak również muzea wirtualne w dosłownym znaczeniu, tzn. niebędące wirtualną kopią rzeczywistego muzeum czy wystawy sztuki sieciowej.

Z drugiej strony także sama instytucja muzeum przechodzi gruntowne zmiany za sprawą technorewolucji i nowych mediów. Po pierwsze, kuratorzy dostrzegają konieczność przekształcania muzealnej „trumny i gabloty”, jak określił tradycyjne XIX-wieczne muzea Thierry de Duve¹¹, w swoiste platformy wymiany myśli, współtworzenia sztuki i współuczestniczenia w niej, tak aby były adresowane do nowego typu odbiorców, przypominających tzw. *screenagerów* (wg określenia Douglasa Rushkoffa), czyli dzieci wychowane w rzeczywistości zmediatyzowanej, a przez to posiadające aktywny i interaktywny stosunek do mediów cyfrowych, otwarte na

⁹ *Ibidem*, s. 88.

¹⁰ A. Malraux, *Muzeum wyobraźni (fragmenty)*, [w:] *Muzeum sztuki*, s. 185–210.

¹¹ Za: P. Zawojski, „Muzea bez ścian” w dobie rewolucji cyfrowej, [w:] *Muzeum sztuki*, s. 693.

wszelkie możliwe połączenia, nowe narzędzia i nowe interfejsy. Z kolei nowo powstające „rzeczywiste” muzea projektowane są ze świadomością tego, co w sztuce i nowych mediach już się wydarzyło. Próbują zatem radzić sobie z oczekiwaniami odbiorcy interaktywnego, *screenagera*, poprzez niezwykłą architekturę, zrywającą radykalnie z klasyczną, monumentalną bryłą wzbudzającą respekt i konotującą jej sakralny charakter (czego przykładem może być Altes Museum projektu Karla Friedricha Schinkla). Stąd we współczesnej architekturze muzealnej takie lekkie, finezyjne, ale zarazem służące sztuce i jej podporządkowane budowle, jak Muzeum Guggenheima w Bilbao, powstałe według projektu Franka Gehry’ego. Z jednej strony zwraca się czasem uwagę¹² na to, że muzea te utożsamiane są nie z ich kolekcjami (zawartością), ale z architekturą właśnie (pojemnikiem), która zresztą stanowić zaczyna ekscentryczną atrakcję turystyczną. Jednak z drugiej strony owa architektura służy dobrej ekspozycji dzieł sztuki, często pod nie jest projektowana (por. m.in. obrazy Anselma Kiefera i instalacje Richarda Serry w Bilbao). także związana jest także z aktywizowaniem i różnicowaniem percepcji zwiedzających, angażując przy tym ich ciało, które w konwencjonalnych wystawach chronologicznych „od gablotki do gablotki”, „od eksponatu do eksponatu” wedle narzuconej kolejności (znanej jako tzw. kierunek zwiedzania) było dotąd ignorowane, a zwiedzający ograniczani do zmysłu wzroku. W nowoczesnych galeriach uruchamiane są też inne zmysły – przede wszystkim dotyk, ale też słuch czy węch. Coraz liczniej pojawiają się w starych muzeach interaktywne narzędzia edukacyjne, bazujące często na nowych technologiach „muzeum sztuki”. Ciekawym przypadkiem jest Museum für Naturkunde w Berlinie, z przełomu XIX i XX wieku, w którym tradycyjne rozwiązania zderzone są z nowymi, dzięki czemu np. patrząc na gigantyczny szkielet dinozaura przez specjalną lunetę obejrzeć można cyfrową animację, w której szkielet wypełnia się ciałem, ożywa i przenoszony jest do tropikalnego lasu.

Nie sposób pominąć uwagi, że nowoczesne muzea swoją formą oraz ofertą bywają dziś niemal nieodróżnialne od galerii handlowych, co intensyfikuje się tym bardziej, że te ostatnie stylizowane są chętnie na nowoczesne muzea i galerie sztuki (dostrzegalne jest to wręcz na poziomie samej nazwy „galerii handlowej”). Sztandarowymi przykładami mogą być galeria KaDeWe w Berlinie i poznański Stary Browar. Wiąże się to z faktem, iż w muzeach coraz większą część zajmują strefy rekreacyjno-rozrywkowo-konsumpcyjne. Zabawną, choć niewątpliwie gorzką ilustracją tych tendencji może być cytat z gazety „New York Times” na temat pewnego nowopowstałego muzeum: „Jest tanio. Szybko. Oferują wspaniałe zakupy, kuszące jedzenie i miejsca, gdzie można spędzić trochę czasu. A zwiedzający mogą się nawet delectować sztuką”¹³.

Na tle tych wszystkich, ledwie tu zarysowanych, przemian sztuki, muzeum, nowych mediów i łączących je sieci relacji, należy powtórnie zadać sobie pytanie o przyszłość instytucji muzeum jako materialnego bytu. Czy tradycyjne, realne muzeum ma szansę się obronić? A jeśli tak, to co stanowiłoby o jego wartości, o jego przewadze nad formami wirtualnymi? Pierwsza moja intuicja wypływa z diagnozy Lyotarda, jakobyśmy żyli w rzeczywistości immaterialów, czyli bytów powstających na bazie nowych technologii. Skoro jest tak istotnie, a my sami pozostajemy jednak bytami także materialnymi, cielesnymi, posiadającymi zmysł dotyku, poczucie przestrzeni, to trzeba zadać pytanie, czy materialność i namacalność tradycyjnych muzeów i prezentowanych tam dzieł nie będą stanowiły głównej ich przewagi, argumentu za istnieniem. Po drugie, realne muzealne budynki, nawet jeśli wizualnie bliżej im do *shopping mallów* niż do Schinklowskiej monumentalności, pozostają nacechowane niezwykłością, niecodziennością, odświętnością, które w kontekście kontaktu ze sztuką nie muszą być wartościowane negatywnie (zresztą podobna sakralizacja dotyka *shopping mallów*, lecz te swój odświętny charakter raczej same sobie przypisują i zawłaszczają w celach komercyjnych). Wielu

¹² Por. m.in. V. Newhouse, *op. cit.*, s. 620; A. Popczak, *W lodówce artefaktów*, [w:] *Muzeum sztuki. Od Luvru do Bilbao*, pod red. M. Popczyk, Katowice 2006, s. 54–55.

¹³ J.H. Dobrzynski, *Glory Days for the Art Museum*, „New York Times”, 5.10.1997, II: 1, 44. Za: *Muzeum sztuki*, 621.

autorów i ludzi związanych z muzealnictwem¹⁴ nadal twierdzi, że wszelkie media reprodukuje, a więc także Internet, przekazują jedynie informację, a nie sztukę. Choć trudno mi się do końca zgodzić z taką tezą, zwłaszcza w świetle zjawiska *net artu*, to być może rzeczywiście niezwykle doświadczenie związane z percepcją sztuki, zwłaszcza w jej unikatowych przestrzeniach stworzonych przez wybitnych architektów, takich jak Gehry, nie może zostać osiągnięte za pomocą wirtualnego duplikatu. Niech tego dobitnym przykładem będzie instalacja Richarda Serry, stanowiąca część stałej ekspozycji muzeum w Bilbao. W ogromnym pomieszczeniu muzeum artysta ustawił wielkie zakrzywione ściany, układające się nierówno względem siebie w owalne kręgi, serpentyny, labirynty, między którymi poruszają się zwiedzający. Ponieważ czasem przejścia są bardzo wąskie, ściany pochyle, a droga do jądra dłuży się, uczestnik traci w tej „podróży” poczucie czasu, przestrzeni, kierunków geograficznych; nieodzowny jest też namacalny kontakt z szorstkimi ścianami, jak i z mijanymi ludźmi. Co więcej, całą tę instalację wraz z błądzącymi w niej ludźmi można obserwować także z innej, wyżej położonej części muzeum – diametralnie zmienia się wówczas optyka, relacje z rzeczywistością rzeźby. Czy takie sensoryczne doświadczenia mogłyby być zastąpione przez komputerowe symulacje? Raczej nie, nawet jeśli technologie zmierzają w kierunku „uzmysłowienia” doświadczeń wirtualnych poprzez łączenie układu nerwowego człowieka z komputerem.

Jak zatem, wobec niewątpliwych zalet sztuki wirtualnej oraz nieodzowności istnienia takich namacalnych form sztuki artystycznej, należałoby widzieć ten trudny związek obu powyższych rodzajów? Wydaje się, że niewłaściwe i nierozsądne byłoby postrzeganie muzeum realnego i muzeum wirtualnego jako konkurujących, a tym bardziej jako wykluczających się form obecności sztuki; należałoby spojrzeć na nie raczej jako na formy uzupełniające się, wzajemnie inspirujące i napędzające – a wszystko to w służbie zarówno samej sztuki, jak i jej odbiorców.

Summary

My Personal Space – The Private Virtual Collections of Art

The phenomenon analyzed in the essay *My Personal Space – The Private Virtual Collections of Art* is the possibility of visiting the world's museums by means of the Internet – visiting indirect, nevertheless enabling peaceful, profound, multiple and free contemplation of art. The function of *Mon espace personnel* (*My Personal Space*) of French museums of Louvre and Orsay that reveals some radical modifications in the perception, understanding and reception of art, is an illustration of this phenomenon. Using *Mon espace personnel* means traversing the virtual Louvre or Orsay and choosing works of art, their descriptions, analyses, publications etc. and then adding them to the internaut's personal thematic albums. The phenomenon described is a starting point to the reflection on the significance of the space in which art exists (called, according to Golka, *the form of art's presence*) with its ontology as well as its functions and the character of its reception. The identification of what this space is, in the context of the hybridization of the form and the content and the emergence of *the computer culture* (Manovich) as well as in the context of *the popularization of the reality* (Krajewski) and the decentralization of the world of art (Wójtowicz), is an important part of this essay. These phenomena are also inscribed in a wider context of the changes of the character, mission and role of the museum in the time of the digital revolution.

Słowa kluczowe

sztuka, Internet, nowe media, przestrzeń sztuki

Anna Gruszka – Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu oraz University College London, w ramach Międzykierunkowych Indywidualnych Studiów Humanistycznych (MISH) studiuje socjologię i historię sztuki. Miłośniczka nowej muzeologii, producentka 9. Festiwalu Polskich Filmów KINOTEKA w Wielkiej Brytanii.

¹⁴ M.in. dyrektor wiedeńskiego Muzeum Albertina w telefonicznym wywiadzie Victorii Newhouse z 27 listopada 1997 roku. Za: V. Newhouse, *op. cit.*, s. 631.