

IGNACY S. FIUT

O ZNACZENIU SZTUKI (DZIEŁA SZTUKI)  
WE WSPÓŁCZESNYCH MODELACH KOMUNIKOWANIA

Twórczość związana z mediami miała i ma również obecnie charakter syntopiczny, a dokonania artystów są często rezultatem ich współpracy z uczonymi i twórcami technologii komunikowania medialnego. Zjawisko to ma wymiar historyczny, a obecne postawy artystów stanowią jego kontynuację zgodnie z maksymą znaną już na przełomie czternastego i piętnastego wieku paryskiego architekta Jeana Mignota, mówiącą, że: *ars sine scientia nihil est*. Dzieło sztuki zawsze było przecież komunikatem w szerokim rozumieniu tego słowa i jako takie domagało się budowy własnej wspólnoty, która konstytuowała jego zawartość i podejmowała w związku z tym określone działania interakcyjne.

---

## Uwagi wstępne

Współczesny przełom technologiczny w sposób szczególnie traktuje sztukę i dzieła artystyczne, bo są one źródłem atrakcyjności wszelkich procesów komunikowania. Przyciągają bowiem swą formą i zawartością uwagę odbiorców, budząc u nich emocje oraz przeżycia wiążące ich z nimi, a to z kolei stwarza mediom możliwości kształtowania ich świata wartości, a więc określoną wrażliwość, sferę przeżyć, którymi kierują się w podejmowanych decyzjach i kierunkach możliwego działania. Ten historyczny, ścisły związek sztuki z technikami i technologiami komunikacyjnymi oraz stojącymi za nimi rezultatami badań naukowych ma szczególnie dzisiaj ogromne znaczenie kulturotwórcze oraz interakcyjne w wymiarze społecznym, decydująco kształtując stan i formy kultury współczesnej w społeczeństwach ponowoczesnych, która przybiera różne formy „kultur partycypacji”. „Syntopia zatem – pisze Piotr Zawojski –

to, w odróżnieniu od utopii, forma spotkania różnorodnych idei, systemów wiedzy, metodologii, odmiennych dyscyplin poznawczych, rozmaitych form aktywności człowieka. Nie ma ona postaci amalgamatu, w którym poszczególne elementy tracą swoją tożsamość i istotę, ale stanowi przykład na to, jak w ramach interdyscyplinarnego spotkania można przekraczać ograniczenia specjalizacji w ramach poszczególnych dyscyplin, a także poszukiwać dla nich wspólnych płaszczyzn. Syntopię nauki, sztuki i technologii traktować można zatem jako bazę dla paradygmatu cyberkulturowego. Nie jest to, rzecz jasna, jedyny jego wyznacznik, ale najprawdopodobniej należy on do najważniejszych i decyduje o oryginalności tej mutacji nowoczesnej kultury medialnej, opartej na zaawansowanych technologiach, przy jednoczesnym zachowaniu odwołań do przeszłości i tradycji. Przy czym nie chodzi tylko o tradycję sztuki mediów, dzisiaj kontynuowanej przez sztukę digitalną, ale o głęboką internalizację w ramach cyberkultury doświadczeń rozmaitych eksperymentów sztuki dwudziestowiecznej, które antycypowały zjawiska dominujące dziś w obszarze technokultury”<sup>1</sup>. Trudno się więc z tą opinią nie zgodzić.

Media zatem, a szczególnie nowe media, są przedłużeniami i (*the extensions*) człowieka, ale i wcześniejszych generacji mediów<sup>2</sup>, oraz emanacją kooperujących ze sobą uczonych, inżynierów, których rezultaty wykorzystują artyści w swej pracy twórczej. Ich wytwory artystyczne, co zdarza się rzadziej, mogą być inspiracją do nowych odkryć naukowych i rozwiązań technologicznych. Należałoby więc przyjąć, że artystów cechuje pewna postawa poznawcza, wręcz badawcza, bo jakby testują te nowe możliwości docierania do świata i oglądania jego stron wcześniej zakrytych, nieznanych, owianych aurą tajemniczości. Każdy jednak artysta posiada jednostkową tożsamość, na którą składają się obecne w nim obrazy z jego przeszłości, które wiążą się z pewnymi miejscami, w których coś istotnego się w jego życiu wydarzyło, a więc wyrażają korzenie jego osobowości. Jego dążenia, by ogarnąć całość świata dostępnymi mu narzędziami i metodami, wywodzą się więc z tej jego tożsamości, określającej jego człowieczeństwo, co powoduje, że podejmowane przez niego działania kreacyjne mają charakter niepowtarzalny, a postawa synoptyczna jest próbą poszerzenia, ale i reintegracji własnej tożsamości. Zrozumiałe jest więc i to, że we współczesnej kulturze ponowoczesnej czy cy-

<sup>1</sup> P. Zawojski *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii* Warszawa 2010 s. 74.

<sup>2</sup> M. McLuhan *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka* Warszawa 2004 s. 50, 128-129. Szerzej pisałem o tym: I.S. Fiut *Idee filozoficzno-medioznawcze Marshalla McLuhana* [w:] Tenże (red.) *Medialne i społeczne aspekty filozofii „Idee i Myśliciele”* T. VII Kraków 2005 s. 13-30.

berkulturze powstaje całe bogactwo utworów artystycznych, których twórcy nie rezygnują z własnej tożsamości, a jednocześnie, wchodząc w nią, dążą do tego, by być postrzeżonymi i w pewnym stopniu zrozumiałymi. Zdążają zatem do tego, by ich dzieła stanowiły nowe warianty widzenia i przeżywania wspólnego wszystkim ludziom świata, dając jednocześnie globalny ogląd siebie w świecie. W ten sposób twórczość i sztuka współczesna wytwarzają z jednej strony medialne środowisko życia ludzi, z drugiej dążą, by pojawiały się w nim innowacje, które pozwolą im dalej ewoluować i harmonijnie komunikować się z nim. Współczesny świat ponowoczesny stał się bowiem globalną wspólnotą społeczeństw – „globalną wioską”<sup>3</sup>, których zbiorowe życie budowane jest zgodnie z zasadami funkcjonowania społeczeństwa medialnego, a więc potencjalnie każdy jego członek uczestniczy w szeroko rozumianych procesach komunikacyjnych o charakterze medialnym.

## Rola sztuki w kontekście teorii medialnych

Marshall McLuhan<sup>4</sup>, a za nim Derrick de Kerckhove oraz Lev Manovich, postrzegają współczesne media jako przedłużenia zmysłów człowieka, a nawet całej jego cielesności, czyli jako jego ekstensje. W takiej perspektywie analizuje się i testuje obecnie również wytwory artystyczne pojawiające się w procesach komunikowania medialnego. Wytwory artystyczne stanowią bowiem w tej perspektywie działania eksperymentalne, których wyniki mogą w przyszłości odgrywać kluczową rolę w doskonaleniu skuteczności komunikowania i przedłużania go w przestrzenie wirtualne. Mogą również być źródłem nowych praktyk komunikacyjnych, ale i stwarzać przesłanki do zachowań remedialnych użytkowników mediów zarówno starych, jak i nowych<sup>5</sup>. Syntopia najnowszych osiągnięć naukowych, nowych rozwiązań komunikacyjnych oraz eksperymenty artystyczne na ich styku to źródło niekończącej się innowacyjności w komunikowaniu. McLuhan twierdził również, że „prze-

---

<sup>3</sup> M. McLuhan *Galaktyka Gutenberga* [w:] Tenże *Wybór tekstów* E. McLuhan, F. Zingrone (red.) Poznań 2001 s. 178-179.

<sup>4</sup> Szerzej funkcję artysty i rolę sztuki w poglądach McLuhana omawia Kalina Kudelko. Por. K. Kudelko *Sztuka w teorii mediów Marshalla McLuhana* „Media – Kultura – Społeczeństwo” 2009 nr 1 (14) s. 7-21.

<sup>5</sup> W pracy nie omawiamy konkretnych dokonań z dziedziny twórczości w cyberprzestrzeni, bo przekroczyłyby to ramy niniejszego opracowania. Zainteresowanych odsyłamy do opracowań tego typu sztuki np. na festiwalach Ars Elektronika w Linzu, WRO we Wrocławiu, Media Art Festival w Osnabrück, Art Futura w Barcelonie czy do Institute of Contemporary Arts w Londynie, The Netherlands Media Art Institute w Amsterdamie.

każnik jest przekazem”<sup>6</sup>, a więc wskazywał, że to przekażnik w ostatniej instancji nadaje sens zawartości treściowej przekazu i zasada ta odnosiła się zasadniczo do starych mediów. Jednak powstanie internetu, rozwój kolejnych generacji komputerów i zasięgu sieci, to wszystko spowodowało, że obecnie nowe media stały się metamediami (hipermediami) w stosunku do starych i do poprzednich ich generacji, a więc zgodnie z twierdzeniami McLuhana stanowią one materiał, na którym operują kolejne nowe generacje mediów, w ten sposób je uwewnętrzniając, wchłaniając je w siebie. Nie jest tak, jak wcześniej przypuszczano, że kolejne nowe generacje mediów bezpowrotnie eliminują z obiegu komunikacyjnego ich generacje starsze. Stają się one raczej wewnętrzną ich treścią, której formę nadają kolejne nowe technologie komunikacyjne o charakterze digitalnym, stwarzające z kolei nowe możliwości posługiwania się nimi. W ten sposób, analogicznie do miejsca człowieka w komunikowaniu, którego media są przedłużeniem, w procesach komunikacyjnych, stare media i ich zawartości zostają również p r z e d ł u ż o n e w przestrzeń nowych mediów. Analogiczne mechanizmy pojawiają się na styku „starej” i „nowej” sztuki i na dobrą sprawę jest ona również p r z e d ł u ż a n a w obszar cyberprzestrzeni, gdzie otrzymuje nową formę, w swej postaci digitalnej reprezentację, a w konsekwencji nowy status istnienia i oddziaływania na publiczność, która ma do niej dostęp w pełni interaktywny, a więc może odmiennie i innowacyjnie ją postrzegać, przeżywać i użytkować. Dzieła sztuki bowiem, pojawiające się i istniejące w tej nowej przestrzeni wirtualnej o charakterze digitalnym, nabierają nowych właściwości i możliwości ich percepcji w związku z tym, że ich nowy sposób istnienia staje się i m m a t e r i a l n y. Ten nowy modus ich istnienia zwiększa prawie w nieskończoność możliwość operacji interaktywnych na nich, a to zdecydowanie zmienia pozycję artysty, sam status dzieła i odbiorcy – interaktywnego użytkownika: tworzą oni nowy rodzaj wspólnoty komunikacyjnej, opartej na odmiennej od dotychczasowej, wirtualnej formie „kultury daru”, na wymianie emocji i związanych z nimi wartości. Powstająca wokół przekazu (dzieła sztuki) wspólnota może przyjmować wirtualny charakter istnienia oparty na symulacji interakcji i przekazów, ale również wpływać na świat realny, tworząc z nim różnego rodzaju hybrydy, wzbogacając jednocześnie jego wirtualne wymiary. Może ona – jak twierdzi Lorence Lessig – stworzyć dwie kultury: „kulturę odczytu” (z istoty konsumpcyjną) oraz „kulturę remiksu”, a więc twórczą, w której z zastanych elementów i narzędzi w sieci jej użytkownicy w ramach dzia-

---

<sup>6</sup> M. McLuhan *Zrozumieć media...* wyd. cyt. s. 44-45, 53.

łań twórczych kreują nowe utwory czy dzieła sztuki<sup>7</sup>. Obydwie one jednak oparte są na immaterialnym istnieniu przekazu (dzieła) i na interaktywnym obcowaniu z nim. W związku z komercyjnym charakterem sieci dzieła sztuki i powstające tam wytwory sztuki mają, prócz typowo estetycznych funkcji, funkcje marketingowe i reklamowe. Celem tych ostatnich jest przyciąganie uwagi odbiorców i użytkowników do określonych marek, produktów i usług. Istotna staje się więc kwestia tożsamości nie tylko przekazu (dzieła), ale również artysty (nadawcy, twórcy artefaktu) i odbiorców (interaktorów, immersantów), tworzących w kooperacji z innymi użytkownikami wspólnoty komunikacyjne, budujące i poszerzające własne tożsamości. Wszystkie człony tego wielostronnego dialogu, a raczej „polilogu”, wychodzą od pewnych pierwotnych tożsamości, a w procesach komunikowania próbują, eksperymentując z nimi, p r z e d ł u ż y ć i p o s z e r z y ć je, nie rezygnując jednak z ich korzeni, by w rezultacie budować szerszą i bardziej zintegrowaną formę „poznania wszystkiego”<sup>8</sup>. Idzie przecież o to – jak podkreślał Paul Virilio, pisząc o tworzeniu „stereo-rzeczywistości” przez sztukę nowych mediów – by człowiek mógł lepiej wkomponować się w świat rzeczywisty, posiadać jego szeroki i zintegrowany ogląd, wzmacniając tranzyt między rzeczywistością fizyczną i cyberprzestrzenią, budując nowe przestrzenie zintegrowane, stanowiące fuzję fizycznej i digitalnej rzeczywistości o charakterze wielowymiarowym<sup>9</sup>.

## Specyfika współczesnego dzieła sztuki w obiegu komunikacyjnym

Współczesny obieg komunikacyjny, opierający się przede wszystkim na komputerze i internecie oraz ich hybrydach ze starymi media, jest w stanie nadać formę immaterialnego istnienia każdemu dziełu sztuki, nawet temu z epoki neolitycznej, budując jego reprezentację (kopię) digitalną. Nie oznacza to, że nie funkcjonuje tradycyjny obieg sztuki, ale dla zwykłej wygody i kompatybilności z innymi gatunkami sztuki jest on wzbogacany i przedłużany w cyberprzestrzeń, co powoduje, że potencjalnie każde dzieło może wchodzić w globalny obieg komunikacyjny, stając się zarazem tworem wirtualnym. Dlatego rolę każdego dzieła sztuki w perspektywie komunikacyjnej najlepiej jest obecnie rozpatrywać z tej właśnie

---

<sup>7</sup> L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce* Warszawa 2009.

<sup>8</sup> Por. K. Wilber *Krótką historią wszystkiego* Warszawa 1997. Tenże *Integralna teoria wszystkiego. Wizja dla biznesu, polityki, nauki i duchowości* Poznań 2006.

<sup>9</sup> Por. P. Virilio *Prędkość i polityka* Warszawa 2006.

digitalnej, czyli immaterialnej perspektywy ontologicznej oraz interaktywnej i immersyjnej perspektywy epistemologicznej z równoczesnym założeniem, że procesy te ulegają demokratyzacji oraz deterytorializacji i mogą odbywać się a-czasowo, czyli w nieustającej teraźniejszości, której towarzyszy zjawisko teleobecności, w której podmiot komunikowania – człowiek – wraz z jego ciałem staje się wrażliwym interfejsem, a jego zmysł dotyku w postrzeganiu i komunikowaniu zaczyna przeważać nad wzrokiem.

Rozwój cyberkultury przeszedł co najmniej trzy etapy, składające się z szeregu następujących po sobie subkultur wyrażających jej ewolucyjną naturę, której towarzyszyły kolejne rewolucje cyfrowe, medialne, ale i interakcyjne, dokonujące owego zwrotu ponowoczesnego. Można tu wymienić etap kultury hackerskiej, buntowniczej i opozycyjnej (krakerskiej i frakerskiej) oraz synergiczny, w którym wirtualność i jej wytwory zaczynają służyć rzeczywistości, stając się jednocześnie jej narzędziowym przedłużeniem. Dwa pierwsze etapy radykalnie przeciwstawiały sobie rzeczywistości: wirtualną i fizyczną, natomiast w trzecim, również krytycznym w stosunku do tego przeciwstawienia i jego negatywnych skutków, lansowana jest daleko posunięta kooperacja pomiędzy tymi dwoma rzeczywistościami, ale i również ogółem użytkowników – kreatorów i animatorów tej kultury<sup>10</sup>. W konsekwencji w tych kolejnych etapach postępowała systematycznie ewolucja wyróżników owej wiodącej formy kultury w społeczeństwie ponowoczesnym (informacyjnym, medialnym). Jej przejawem było również narastanie zachowań remedialnych użytkowników i uczestników komunikowania, skutkujących tworzeniem „mediów zastępczych”, wymuszonym szybkim postępem technologicznym, głęboko modyfikującym percepcję, zachowania i interakcje społeczne ludzi<sup>11</sup>.

Immaterialność przekazów (dzieł sztuki), czyli nowy modus ontologiczny wytworów tego nowego paradygmatu komunikowania zdominowanego przez cyberkulturę, ze swej natury – jak twierdzą Jean-François Lyotard i Jacques Derrida – znosi „kartezjański most” pomiędzy *res cogitans* i *res extensa*, co owocuje właśnie owym modusem istnienia<sup>12</sup>, a więc stanowi silny argument na rzecz synergicznego rozwoju komunikowania we wszystkich możliwych mediach, a twórczość w przestrzeni digitalnej pozwala postrzegać jako p r z e d ł u ż e n i e świata fizycznego. Również

---

<sup>10</sup> P. Zawojski *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii...* wyd. cyt. s. 99-107.

<sup>11</sup> Por. P. Levinson *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej* Warszawa 1999.

<sup>12</sup> Por. A. Mitek *Jeana-François Lyotarda manifest(acja) immaterialności. W stronę nowej antropologii* [w:] M. Popczyk (red.) *Muzeum sztuki. Antologia* Kraków 2005 s. 235-252.

w podmiocie ludzkim stwarza możliwość przewyższania jego dualistycznej natury i prowadzi do postrzegania jego cielesności jako zintegrowanej z psychicznością, tworzącej ów naturalny interfejs. A to z kolei umożliwia zrozumienie i postrzeganie człowieka – użytkownika komunikowania – jako szeroko pojętego interaktora i immersanta, mentalnie przedłużonego w „powłokę kultury”, mogącego z jej perspektywy oglądać świat i uczestniczyć w jego doświadczeniu, przeżywaniu, poznaniu i komunikowaniu się z nim na niespotykaną dotąd skalę. Warunki takim przemianom stwarza cała rodzina wcześniej wskazanych przedłużeń wirtualnych ze świata fizycznego oraz władz poznawczych człowieka w obszary cyberprzestrzeni rozwijane przez nowe media i metamedia (post-media). Spełniają się zatem przewidywania Viléma Flussera, że komputer to hipermedium (metamedium) zastępujące zarazem narzędzie i maszynę, wielokrotnie i wielorako przedłużające człowieka i jego świat fizyczny w cyberprzestrzeń, która w ten sposób staje się jego kolejnym modu-sem<sup>13</sup>. Obiekty estetyczne ujmowane w takiej perspektywie jako twory digitalne stają się więc w sensie ontologicznym bytami potencjalnie istniejącymi i mogą być przez maszynę (komputer) interaktywnie manipulowane, transcendowane, przetwarzane, modulowane i poddawane procesom automatyzacji. W rezultacie ich istnienie staje się zmienne i płynne, pod wieloma względami przypominające energię rozprzestrzeniającą się falowo.

Jeśli idzie o pojęcie interaktywności, to w tak przyjętej perspektywie badawczej można mówić o jej różnych formach oraz jej ewolucji w związku z rozwojem nowych technologii komunikacyjnych i związanych z nimi modeli komunikowania oraz towarzyszących im interaktywnych eksperymentów artystycznych, tworzących sztukę i kulturę interaktywną. Powstające nowe praktyki i techniki awangardowe stają się rodzajem oprogramowania kolejnych faz rozwoju cyberkultury. Dzięki ekspansji wszelkich form monitorów i ekranów sztuka wchodzi do domów, sfery prywatności, ale zaczyna dominować również w sferze publicznej w całej gamie np. sity-litów. Równocześnie w całej przestrzeni kultury współczesnej media miksują i remiksują zawartość starych mediów, „starej sztuki” i wcześniejsze własne wytwory nowo-medialne. W takim horyzoncie i sytuacji estetycznej interaktywny użytkownik – „you-ser” – może przekształcić się w artystę, kreatora, producenta, dystrybutora, a nawet komisarza wystaw, czyli staje się „główną treścią” możliwych, choć spersonalizowanych ekspozycji. Buduje z dostarczonych mu elementów różne formy i wersje dzieł, choć możliwości jego kreacji są jednak ograniczone zainstalowa-

---

<sup>13</sup> E. Bonse *The Adventure of the Future. Vilém Flusser's Last Interview*, 19 November, 1991 “European Photography” nr 2 vol. 22 s.11-13.

nymi aplikacjami i typami oprogramowań, poziomem osobistej alfabetyzacji medialnej, za którymi skrywa się właśnie artysta, często przekształcając użytkownika w marionetkę, bo funkcja artysty najczęściej sprowadza się do ukrytej władzy nad odbiorcą. Po ogłoszeniu „śmierci artysty” we wcześniejszych etapach rozwoju kultury ponowoczesnej we współczesnej kulturze komunikacyjnej dyskretnie on powraca i nie rezygnuje z partnerstwa z odbiorcą (interaktorem, immersantem) swoich utworów<sup>14</sup>. Ma w tym określony interes osobisty, bo interaktywny odbiorca staje się, jako jego kooperant, fan, grupa aktywnych fanów, najskuteczniejszą formą reklamy i marketingu jego dokonań. Wynika to z faktu, że tradycyjną ekonomię zastępuje w sieci tzw. wikinomia. Kieruje się ona zasadami ekonomii emotywniej, wspieranej przez wirtualne wspólnoty rozwijające inteligencję zbiorową i otwartą, w ramach których rozprzestrzenia się cyrkulacja typowo internetowych modeli reklamy i marketingu, opartych na działalności grup fanowskich<sup>15</sup>.

O interaktywności można zatem mówić obecnie na różne sposoby. Może ona mieć charakter interakcji aktywnej i pasywnej, wewnętrznej (mentalnej) i zewnętrznej (fizycznej), a wreszcie interpasywności jako dopełnienia – drugiej strony interaktywności<sup>16</sup>. Interpasywność wydaje się być powrotem do sytuacji, kiedy partycypacja w sztuce była bierna i zakładała kontemplacyjny stosunek do dzieła. Ma to miejsce wtedy, gdy dzieło jest dzięki zainstalowanym aplikacjom „samonapędzalne” – działa automatycznie, a więc w sensie interaktywnym jest samowystarczalne, bo działa bez interwencji z zewnątrz. Interpasywność prowadzi w pewnym sensie do rytualizacji działania odbiorcy i narzuca mu model komunikowania rytualnego, gdyż daje złudzenie „partycypacji uczestniczącej”, choć pozostawia mało miejsca na kontemplację. Raczej przemienia ją w jej iluzję, gdyż odbierany obiekt ciągle się zmienia, a jego istnienie przybiera najczęściej charakter variabilistyczny, za którym podążają jego emocje i przeżycia użytkownika. Może ono jedynie wchodzić z użytkownikiem – jak sądzi Scherry Turkl – w układ peregrynacyjny, przedłużający i poszerzający tożsamość użytkownika na poziomie *stricte* mentalnym, np. w postaci jego awatara<sup>17</sup>.

<sup>14</sup> R. Barthes *Śmierć autora* „Teksty Drugie” 1999 nr 1-2 s. 249-250 i L. Manovich *Kim jest autor?* „Kultura Popularna” 2003 nr 1 s. 92-93.

<sup>15</sup> Por. D. Tapscott, A.D. Williams *Wikinomia. O globalnej współpracy, która zmienia wszystko* Warszawa 2008.

<sup>16</sup> S. Žižek *Wzniosły obiekt ideologii* Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001 s. 50-51.

<sup>17</sup> S. Turkl *The Second Self. Computer and Human Spirit* Cambridge, Massachusetts 2005 s. 48, 152, 267.



Z kolei kwestia immersyjności komunikowania i relacji z nim jego użytkownika łączy się w pewnym stopniu z fenomenem szeroko pojmowanej iluzji. Niektórzy badacze uważają, że immersja jest formą jej przedłużenia<sup>18</sup>. Immersja jako wejście w obraz, zanurzenie się w nim, powoduje dzięki efektowi synestezji złudzenie doświadczenia wieloma zmysłami, a więc jakby znosi „prosceniczność” i „okocentryczność” komunikowania na rzecz bardziej szerokiego, wręcz dotykowego odbioru przekazu. Jest jednak zjawiskiem, które pociąga za sobą teleobecność, a więc przybiera również formę teleimmersji, która jest jedynie jej zawężoną formą, bo jako taka ze swej istoty skraca dystans i poszerza pole widzenia, a więc odkrywa to, co wcześniej było niewidzialne i ukryte. Immersja w połączeniu ze zbliżeniem teleobecnym wywołuje także efekt teledeterytorializacji, co może prowadzić zarówno u artysty, ale i odbiorcy jego utworów w cyberprzestrzeni do poczucia tworzenia i uczestnictwa w „działaniu totalnym”, o którym marzył i do którego dążył Ryszard Wagner, pod wieloma względami przypominającym obiekt architektoniczny w całej gamie możliwych wymiarów. W nim można doświadczać, odczuwać, a nawet mieć namiastkę przeżyć integrujących wszystkie rodzaje sztuki: można poprzez nie odczuwać nawet integrację z całym światem i solidaryzować się z nim. W tak wykreowanej przestrzeni wirtualnej jako przedłużeniu świata fizycznego podmiot może mieć więc wrażenie kosmicznej partycypacji w tego typu przedsięwzięciach artystyczno-komunikacyjnych. Staje się więc czymś na kształt *homo participans*a podłączonego multimedialnie do „powłoki kultury”, uczestniczącego w budowie oraz rozwoju „inteligencji otwartej”, której korelatem jest społeczeństwo sieciowe, w wizji komunikacyjno-estetycznej, którą np. rozwija Derrik de Kreckhove<sup>19</sup>. Niektórzy badacze sądzą jednak, że jest to nowa forma iluzji, w którą włączany jest interaktor, inni zaś uważają, że jest to nowa możliwość człowieka w nowym modusie świata realnego, który wykreowały cyberprzestrzeń i cyberkultura jako jego wirtualne przedłużenia. Podkreślają przy tym, że wirtualność nie stoi w sprzeczności z rzeczywistością świata, ale z jego aktualnością, którą kwestionuje kategoria teraźniejszości, łącząca w przestrzeni wirtualnej przeszłość i przyszłość we wszechobowiązującą w niej teraźniejszość.

---

<sup>18</sup> O. Grau *Nowe obrazy w życiu. Rzeczywistość wirtualna, sztuka genetyczna i transgenetyczna* „Kwartalnik Filmowy” 2001 nr 35 s. 109-110.

<sup>19</sup> Por. D. de Kreckhove *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości* Warszawa 1996. Tenże *Inteligencja otwarta. Narodziny społeczeństwa sieciowego* Warszawa 2001.

Immersyjność i teleimmersyjność powodują z kolei to, że ciało człowieka staje się w pełni interfejsem – obszarem styku między obiektami zarówno w rzeczywistości fizycznej, jak i wirtualnej. Powraca więc ono do swej pierwotnej roli, jaką pełniło w komunikowaniu. Użytkownik komunikowania łączy się bowiem i integruje ściśle z maszyną (komputerem), a zmysł dotyku kosztem zmysłu wzroku zaczyna dominować nad innymi jego zmysłami. To zintegrowanie skutkuje w rezultacie dwoma interfejsami nakładającymi się na siebie: przedłużającym zmysły w cyberprzestrzeni i przedłużającym rzeczywistość wirtualną w realną, ale i realną w człowieka. Powstaje więc ów nowy fenomen w komunikowaniu, czyli zjawisko *t a k t y l n o ś c i*<sup>20</sup>. Bierze się to stąd, że ciało człowieka, ale i komputer są obiektami wrażliwymi, a więc interfejs ciało-komputer staje się mediatorem między dwoma wrażliwościami (pierwotnymi interfejsami, tj. ciałem i ekranem), wzmacniając je i modyfikując wzajemnie, co w konsekwencji obustronnie faworyzuje rolę zmysłu dotyku w komunikowaniu.

## Taktylności nową formą integrującego się komunikowania

Według Derrika de Kerckhove’a, który podąża za przewidywaniami McLuhana<sup>21</sup>, fenomen taktylności jest wynikiem ewolucji dotychczasowych form komunikowania digitalnego oraz dążeń kooperacyjnych między starymi i nowymi mediami, ale i między użytkownikami internetu w skali globalnej. Przyjmuje zatem tezę, że obecna architektura naszej inteligencji ma charakter sieciowy i zatopiona jest już w hipertekście. Myśląc globalnie, działamy lokalnie, łącząc się z całym światem, co wynika z faktu połączenia naszego języka z elektrycznością, a więc nałożenia się na sie-

<sup>20</sup> D. de Kerckhove *Umysł dotyku. Obraz, ciało, taktylność, fotografia* [w:] A. Maj, M. Derda-Nowakowski, z udziałem D. de Kerckhove’a (red.) *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów* Katowice 2009 s. 45-51.

<sup>21</sup> Warto w tym miejscu przytoczyć fragment rozważań McLuhana nad dotykiem, kiedy pisał tak: „Oczywiste się staje, że «dotyk» to nie skóra, lecz wzajemna zależność zmysłów, zaś «pozostawanie w kontakcie» czy «nawiązanie kontaktu» to kwestia owocnego zetknięcia się zmysłów – wzroku przetransportowanego na dźwięk i dźwięku przetransportowanego na ruch, smak i węch. Przez wiele stuleci «zdrowy rozsądek» był uważany za szczególną ludzką moc przekładania jednego rodzaju doświadczenia, pojmowanego jednym zmysłem, na wszystkie zmysły i przedstawienia umysłowi wyników tego procesu w postaci jednolitego obrazu świata. W rzeczywistości ten obraz ujednoczonych proporcji między zmysłami przez długi czas uznawano za oznakę racjonalności. W epoce komputerów znowu bez trudu można do tego dojść. Można obecnie programować proporcje między zmysłami, które zbliżają się do stanu świadomości. Taki stan będzie z konieczności przedłużeniem naszej świadomości, tak jak koło jest przedłużeniem naszej stopy”. M. McLuhan *Zrozumieć media* wyd. cyt. s. 105.

bie maksymalnej złożoności z maksymalną prędkością w komunikowaniu. Powstaje zatem druga po analogowej, cyfrowa faza elektryczności, którą w komunikowaniu charakteryzuje immaterialność, immersyjność, ale i kognitywność, odtwarzane w czasie rzeczywistym. Ten stan naszego poznania rozgrywa się pomiędzy trzema przestrzeniami: cyberprzestrzenią oraz przestrzenią fizyczną i mentalną, przy czym pierwsza znajduje się pomiędzy dwiema pozostałymi i jest ich częścią. W konsekwencji tworzy się struktura zewnętrzna w stosunku do naszego umysłu – owa „powłoka kultury” dostępna przez uprzywilejowane medium, jakim jest ekran. Przez niego umysł nakierowuje się zarówno (do) wewnątrz, jak i (na) zewnątrz, w celu połączenia się i społecznej dyfuzji wśród użytkowników komunikowania. Umysł, migrując w kierunku ekranu, uczestniczy w tworzeniu nowej pamięci świata, dającej mu dostęp do wszystkiego w czasie rzeczywistym. Świat życia współczesnego człowieka rozgrywa się pomiędzy trzema ekranami: telewizora, komputera i telefonu komórkowego. Ekran komórki ma najbardziej kolektywny charakter i całkowicie przedłuża nasz umysł oraz wchodzi w systemy wymiany poza umysłem. W ten sposób dzięki elektryczności i technologiom informacyjnym dokonuje się połączenie obiektów cyfrowych z rzeczywistymi (fizycznymi). Myślenie w tych wszystkich sytuacjach odbywa się w czasie rzeczywistym, bo umysł zbliża się do ekranu i łączy z maszyną. Tworzy się więc MMDC (*mind-machine-direct-connect*), powodujące, że z typowej powierzchni fizycznej przenosimy się na hiperpowierzchnię, która z kolei rozwija wśród użytkowników hipersensoryczność, umożliwiającą im komunikowanie przez sieć i przekształcanie „wszystkiego we wszystko”. Kultura przechodzi w konsekwencji od obrazu (*icon*) do przycisku (*batton*). De Kerckhove podkreśla, że ikona to klasyczny reprezentant litery, a przycisk to czasownik, którym możemy wchodzić we wcześniej niewidoczne interwały świata, wpływać na niego, sterować nim. Epoka elektroniczna, budując tę nową przestrzeń wypełnioną różnorodnymi oddziaływaniami, niewidocznymi w epoce piśmiennictwa, przywraca znaczenie komunikacji, bo w niej wszystkie zmysły łączy jedna hiperpowierzchnia. W rezultacie jej oddziaływania na ludzi wszystkie ich zmysły tworzą hiperzmysłowość, a ta transformacja cyfrowa staje się nowym „zdrowym rozsądkiem”, przy pomocy którego funkcjonujemy w tak zmodyfikowanym, digitalnie przedłużonym i zagęszczonym świecie. Stajemy się podobni do ryb zanurzonych w akwarium, których postrzeżenia zmysłowe koordynuje tzw. „linia boczna”. Otacza nas więc matryca danych (*matrix of data*), służących nam do wszelkich form komunikowania, nawet intymnego. Możemy się komunikować ze wszystkimi i wszystkim, a w konsekwencji świat jawi się jako przedłużenie naszego ciała. Zjawiskom tym towarzyszą również negatywne skutki, jak możliwość totalnej inwigilacji, manipulacji ludźmi oraz jednostronnej totalizacji poznania.

Ważnym zjawiskiem, które pojawia się w tej perspektywie komunikowania, jest „hipertrofia miejsca” i „inwersja perspektywy”, co wpływa również na zmianę globalnej percepcji. Następuje jakby odwrócenie „miejsca wspólnego”, a w jego miejsce – jak pisał Manuel Castells – pojawia się „przestrzeń przepływów”, która również „upłynnia” architekturę naszego umysłu, a sam internet przekształca się w płynną strukturę kognitywną, w którą – analogicznie do awatarów w *Second Life*, będących naszym przedłużeniem w cyberprzestrzeń – zostają przedłużone nasze umysły. Płynność ta bardzo sprzyja innowacyjności w sieci, tworzeniu „supermiejsc”, które angażują miliony umysłów użytkowników. Tworzy się w konsekwencji „inteligencja zbiorowa”, przekształcająca się sukcesywnie w „otwartą”, co w rezultacie prowadzi do eksplozji nowych pomysłów i idei w skali globalnej. Wszystkie przytoczone przemiany, wynikające z coraz większej integracji człowieka z komputerem i siecią, powodują przede wszystkim radykalną zmianę specyfiki naszej percepcji, nad którą w epoce wcześniejszej (druku) dominował zmysł wzroku. Przez internet i sieć w jakiś specjalny sposób nawet oczami dotykamy świata, naciskając przyciski klawiatury komputera.

„W przeciwieństwie do wzroku, który – pisze William Bogard – jest skoncentrowany w głowie, taktylność jest dystrybuowana na przestrzeni całego ciała (włączając w to oczy), w warstwach o zróżnicowanej intensywności. Nie jest jednym z pięciu zmysłów (dotykem), ale zdolnością wszystkich zmysłów, jakością otwartości czy wrażliwości. Taktylność zakłada nie tylko tak zwaną eksteropercepcję (percepcję skierowaną na zewnątrz, na środowisko zewnętrzne), ale też propriocepcję, wewnętrzny zmysł ciała skierowany na samo ciało oraz konieczny wysiłek związany z ruchem lub oporem względem ruchu. Przynależy do złożonej cielesności sieci nerwów, mięśni i ścięgien. Jak powiedział Taussing o systemie nerwowym, taktylność jest tym, co przenika nas i sprawia, że jesteśmy tym, czym jesteśmy”<sup>22</sup>. Tak więc po dominacji wzroku w epoce druku za sprawą elektryczności powracamy do epoki taktylności, która w sposób naturalny kładzie się u podłoża komunikowania. Cała interaktywna rzeczywistość cyfrowa – zgodnie z przewidywaniami McLuhana – staje się przedłużeniem umysłu i kierowana jest przez całe ciało. Można powtórzyć za Walterem Ongiem, że po „wtórnej oralności” rozwijamy „wtórną taktylność”. Wzmacnia ona przetwarzanie informacji i obrazu oraz je wzajemnie uzupełnia. Według McLuhana, to dotyk zawładnął umysłem artystów już od Cézanne’a pod wpływem rozwoju epoki elektryczności, a rewolucja cyfrowa jedynie wzmocniła tę tendencję w komunikowaniu się ze świa-

---

<sup>22</sup> Cytat za: D. de Kerckhove *Umysł dotyku, obraz, ciało...* wyd. cyt. s. 45.

tem, powodując, że ikona w komputerze nie jest już typowym obrazem, reprezentacją, rzeczownikiem, ale czasownikiem służącym do działania, w wyniku którego ów obraz jednoczy się z użytkownikiem przez kursor i staje się jego „cyfrowym garniturem”, zaś użytkownik elementem jego treści – jest jakby ubrany w niego. Obydwoje stają się wzajemnymi interfejsami, które w nowych mediach umożliwiają wymianę cyfrową<sup>23</sup>. Powstaje zatem owa „hiperpowierzchnia”, powiązanie wszystkiego ze wszystkim oraz „hiperzmysłowość”, która pozwala partycypująco percypować w świecie wirtualnym, będącym przedłużeniem człowieka w cyberprzestrzeń przez interfejs człowiek-komputer. Potwierdza się zatem teza McLuhana, że jeśli „medium jest przekazem, użytkownik jest treścią”, dodając, że „medium jest masażem”, czyli że kształtuje ono użytkownika zgodnie z własną siłą oddziaływania na niego<sup>24</sup>. Owo multimedialne zespolenie jest nawet tak głębokie, że oddziałuje na mięśnie i ścięgna ludzi, a grymasy i gesty jednostek są suspensem fizjologicznym oraz symulacjami cielesnymi tego zjawiska komunikacyjnego, bo nawet znaczenia słów mają swoje reprezentacje fizjologiczne, z których można stworzyć „kod akcji”. Następuje zatem pełna „intymizacja” komunikowania, czyli pełna indywidualizacja i subiektywizacja, która może być przedłużana i poszerzana na całą cyberprzestrzeń. Zachodzące zmiany prowadzą do fragmentacji i erozji klasycznego modelu publiczności, który stworzyły stare media, co radykalnie zmienia model kreacji dzieła sztuki, jego sytuację estetyczną, modele jego percepcji, formy obcowania z nim, komunikowania się nim. Traci ono znaczenie w przestrzeni „okocentrycznej” czy „uchocentrycznej” na rzecz doświadczenia taktylnego – postrzegania go w perspektywie hiper- i telezmysłowości. W perspektywie modelu komunikowania zdominowanego przez multi- i metamedia chodzi o to, by przyciągnąć uwagę indywidualnych jednostek, wciągnąć je w działania współkreatywne i kooperacyjne w produkcji i rozsiewaniu wszelkich możliwych form przekazu<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> Tamże, s. 47.

<sup>24</sup> Tamże, s. 50.

<sup>25</sup> Tamże, 68 i dalsze.

## Lva Manovicha teoria terażniejszości a sztuka starych i nowych mediów

Teoria terażniejszości w rozumieniu L. Manovicha, który również podąża tropami myśli McLuhana związanymi m.in. z rozważaniami o czasie<sup>26</sup>, obejmuje wszystkie zjawiska łączące się z komunikowaniem masowym, przeniesionym do sieci i przez nią, przy pomocy jej użytkowników, rozprzesztrzenianych na skalę masową w wymiarze globalnym głównie przy pomocy nowych mediów. Jest to współczesna wersja materializmu historycznego, którą ze względu na cyfrowy charakter przekazu, zarówno jego form, jak i treści kulturowych determinowanych również formatami obowiązującymi w sieci, nazywa badacz *m a t e r i a l i z m e m c y f r o w y m*<sup>27</sup>. Taka forma materializmu, ze względu na digitalny sposób istnienia w cyberprzestrzeni obiektów kulturowych tworzących cyberkulturę, automatycznie traci swoje czasoprzestrzenne determinacje, włączenie z klasowymi, obowiązujące we wcześniejszych wersjach tej filozoficznej doktryny społecznej. Manovich zakłada jednak, że wszystkie te obiekty, rozsiewane w komunikowaniu sieciowym, pochodzą w pełni lub w dużym stopniu ze świata realnego, w którym powstały jako pewne formy historycznego doświadczenia ludzi. Dlatego kreowana w cyberprzestrzeni kultura, powstała na wszystkich etapach jej rozwoju jako cyberkultura, ma swoją historyczną genezę. Zarówno bowiem interaktywność, wzory komunikowania przy pomocy mediów, procesy wizualizacji przekazu, jak i kolejne formy jego usieciowienia, przesądzające o jego aktualnych własnościach,

---

<sup>26</sup> M. McLuhan *Zrozumieć media...* wyd. cyt. s. 212-213. McLuhan w eseju *Zapach czasu* tak wyjaśniał wpływ mediów na rozwój ludzkiego panowania nad czasem: „Zegar wyciągnął człowieka ze świata rytmów i pór roku, i powtarzalności tak skutecznie, jak alfabet wyzwolił go z magicznego rezonansu słowa mówionego i plemiennego potrzasku. To dwojakiego rodzaju przetransportowanie jednostki z uścisku Natury i z kleszczy plemienia miało swoją cenę. Ale w warunkach panowania elektryczności powrót do Natury i powrót do plemienia są nadzwyczaj łatwe. (...) Człowiek plemienny dźwigał brzemię odpowiedzialności za dostarczanie energii zegarowi kosmicznemu, podczas gdy człowiek współczesny czuje się zobligowany do punktualności i do ostrożnego obchodzenia się z czasem. Można jednak oczekiwać, że człowiek elektryczny czy ekologiczny (człowiek pełnego pola) pokona dawny plemienny kosmiczny niepokój z wewnątrz Afryki. Człowiek prymitywny żył w ramach wyznaczonych przez dużo bardziej tyrańską kosmiczną maszynę niż jakkolwiek wynaleziona przez człowieka Zachodu. Świat oka nigdy nie będzie tak angażujący i wszechogarniający jak świat ucha. Ucho jest nadwrażliwe. Ucho popycha człowieka w kleszcze kosmicznej paniki, podczas gdy oko, przedłużone za pomocą piśmienności i czasu mechanicznego, pozostawia pewne prześwity i wysepki wolne od nieustającej akustycznej presji i odbijającego się echa”.

<sup>27</sup> L. Manovich *Język nowych mediów* Warszawa 2006 s. 66-67.

szczególnie w zindywidualizowanym odbiorze przez ludzi, oraz podlegające mechanizmom wpływu starych mediów na publiczność, choć w ograniczonym stopniu, miały już wcześniej miejsce, lecz nie w takim natężeniu, które powoduje obecnie automatyzacja i symulacja. Ta nowa kultura staje się źródłem zupełnie nowych zjawisk, np. procesu komunikacji w internecie, dążenia do budowy ogromnych baz danych oraz kształtowania wśród użytkowników kreatywnych umiejętności korzystania z nich<sup>28</sup>. Wprowadza ona również do przekazu i związanych z nim technik komunikacyjnych zjawisko teleobecności obiektów postrzeganych przy pomocy ekranu, połączonych z ich percepcją immersyjną. W konsekwencji to ona umożliwi nieskończone oddziaływanie na odległość, stwarzając szanse działań niezależnie od fizycznego punktu zajmowanego przez użytkownika internetu, i to w skali globalnej. W rezultacie daje się zaobserwować istotne zmiany w procesach komunikowania, polegające na zmniejszeniu ruchliwości interaktorów komunikacji i niespotykanym zwiększeniu mobilności wszystkich form komunikowania oraz ich wytworów, które dają np. telefon komórkowy, skype, ipody, ich kolejne generacji znoszące wszelkie ograniczenia, pozwalające na komunikowanie się wszystkich ze wszystkimi i ze wszystkim. Mają one – podkreśla Manovich – również jako narzędzia komunikacji momenty estetyczne, bo ich *design* posiada wiele znamion dzieł sztuki, choćby użytkowej<sup>29</sup>.

Język nowych mediów jako narzędzie komunikacji ulega radykalnym zmianom w warstwie semantycznej i syntaktycznej. Znak bowiem traci swoje własności symboliczne i reprezentacyjne, stając się przedmiotem, który zaczyna podlegać w cyrkulacji komunikacyjnej prawidłościom praw rynkowych. Znaczenie jego staje się w pewnym sensie merkantylne i stanowi on substytut konsumpcji masowej jako obiekt samoreferencyjny. Podobnie dzieje się ze składnią języka. W wyniku nacisku komunikowania i formatowania przekazów jego gramatyka ulega zmianom zgodnym z algorytmami oprogramowania na poziomie aplikacji komputerowych obowiązujących w interfejsach człowiek-komputer, ale również w transmisji przekazów niosących informację, co zmienia także językowe praktyki komunikacyjne, faworyzujące obraz, gest, kosztem słowa. Komunikacja zaczyna się upodabniać w skali globalnej do pierwotnej komunikacji ludzi, traci swą linearność, staje się polifoniczna, jej warstwa pozawerbalna staje się ważniejsza od warstwy słownej, ponieważ to ona ostatecznie nadaje językowi aktualny wymiar znaczeniowy<sup>30</sup>.

<sup>28</sup> Tenże *Info-Aesthetics Manifo* <http://www.manovich.net> (dostęp: 29.08.2010).

<sup>29</sup> Tenże *Interaction as an Aesthetic Evan*, [http://www.receiver.vodafone.com/17/articles/pdf/17\\_09pdf](http://www.receiver.vodafone.com/17/articles/pdf/17_09pdf) (dostęp: 15.07.2010).

<sup>30</sup> Tenże *Język nowych mediów...* wyd. cyt. s. 73, 147-179 por. E.T. Hall *Taniec życia. Inny wymiar czasu* Warszawa 1999 s. 19-23.

W koncepcji terażniejszości Manovicha zostaje osłabiona rola intencjonalności podmiotu ludzkiego zarówno w procesach poznawania, jak i działania. Automatyzacja transmisji przedłuża poniekąd intencjonalność na środki techniczne przekazu i sukcesywnie ją osłabia, a nawet zastępuje, gdyż lepiej odpowiada jej technologiczna forma własnościom obiektów digitalnych, na które skierowuje się uwaga użytkowników. W ten sposób poznanie ludzi i ich umysły ulegają procesom obiektywizacji, a więc ekstermalizacji, poddając się mimowolnie prądkom struktur oraz logice obowiązującej sieci. W rezultacie takich transformacji akty poznania przekształcają się w logistykę procesów percepcyjno-racjonalno-manipulacyjnych, a ich efektywność zależy od biegłej znajomości oprogramowań maszyn komunikacyjnych, jakimi są komputery oraz inne komunikatory oparte o języki HTML i VRML. Umysły użytkowników i ich funkcje ulegają obiektywizacji i tracą wiele aspektów swej subiektywności, stając się elementem całokształtu struktury internetu oraz składających się na niego sieci, tworzących układy hipermedialne (metamedialne), oparte na hiperłączach, które ze względu na swoją moc przetwarzania i szybkość transmisji informacji zdecydowanie dominują nad ludzkimi formami intencjonalności i racjonalności<sup>31</sup>.

Wszystkie te zmiany komunikacyjne, zachodzące pod ciśnieniem użytkowania w życiu codziennym przez ludzi posługujących się nowymi mediami, nie tylko wpływają na dystrybucję przekazu, algorytmy ich transmisji w komunikowaniu, ale i na inne sposoby produkcji, dystrybucji i konsumpcji dóbr zarówno duchowych, jak i materialnych. Mają one również istotny wpływ na sferę produkcji, cyrkulacji i akumulacji kapitału, gdyż powstające w cyberprzestrzeni nowe formy produkcji, dystrybucji i konsumpcji zmieniają jego sposoby akumulacji i alokacji w sposób daleko obiegający od tradycyjnych wzorców obowiązujących w społeczeństwie okresu industrialnego. Bogactwo społeczne i ekonomiczne sieci tworzy bowiem nowy ład ekonomiczny o charakterze wikinomicznym<sup>32</sup>. Chodzi przede wszystkim o potaniecie wszelkich usług, aktywny stosunek użytkowników mediów do sfery usług skonwertowanych do sieci, by właściwie rozwijała się gospodarka nowego typu, oparta na komunikacji masowej „dla każdego”. Konsument bowiem może podejmować działania produkcyjne, obniżające ceny ze sfer produkcji i dystrybucji wszelkich dóbr materialnych i duchowych, stając się prosumentem, czyli aktywnym konsumentem, zarazem uczestniczącym w ich produkcji, ale i reklamowaniu,

---

<sup>31</sup> Tenże *Język nowych mediów...* wyd. cyt. s. 107-109.

<sup>32</sup> Y. Benkler *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom* New Haven and London 2006 s. 180-185.



działaniach marketingowych oraz dystrybucji. Wszystkie te zmiany dotyczą również sztuki, jej twórców, odbiorców i użytkowników – podkreśla Manovich<sup>33</sup>.

Obiekty nowych mediów, w tym utwory artystyczne, które jako znaki urzeczowione stają się towarami konsumpcyjnymi, są ze swej digitalnej natury modułarne, wariacyjne, automatyzowane i łatwo podlegające transgresji kulturowej<sup>34</sup>. Przy komunikowaniu się nimi i ich tworzeniu ważne stają się umiejętności kompozycyjne i korzystania z baz danych przez użytkowników sieci. Kompozycjonowanie w historii starych mediów poprzedzała produkcja medialna oparta na kompozycjach mozaikowych i technikach miksowania oraz montażu, które udoskonaliły i przyspieszyły technologie nowych mediów<sup>35</sup>. W tych technikach produkcji obiektów i przekazów przeszłość i przyszłość tracą znaczenie, a liczy się tylko terażniejszość, czyli to, co teraz można zrobić i jak swój komunikat, utwór artystyczny czy inny towar konsumpcyjny stworzyć w cyberprzestrzeni, by przyciągnąć ku niemu uwagę innych użytkowników sieci, a nawet tych, którzy jeszcze z niej nie umieją w pełni korzystać<sup>36</sup>.

Szczególnie ważną kwestią dla komunikowania w kontekście dominacji w nim jego terażniejszości staje się umiejętność przyciągania uwagi do komunikatu i związania go z odbiorcą. Ciągłe więc pojawia się pytanie: jak – mówiąc językiem McLuhana – podgrzać lub schłodzić przekaz, by trafić w gusty potencjalnego interaktora (interlokutora-nabywcy) i nakłonić go do konsumpcji, czyli spowodować, by komunikacja przez sieć stawała się bardziej efektywna. W tej sytuacji prawie każdy chwyt, każda operacja artystyczna stają się dozwolone, pod warunkiem że nie zniechęcają potencjalnego odbiorcy przekazu, a najlepiej gdy trafiają w jego gusty i przyciągają jego uwagę, pozostając w zgodzie z preferowanymi przez niego wartościami oraz preferowanym stylem życia, a więc wciągają go w tzw. „długi ogon” rozprzestrzeniania się komunikowania w sieci i poza nią<sup>37</sup>. Horyzontem tego typu technik kompozycjonowania staje się wcześniejsze przygotowanie bazy danych, zaczerpniętych ze świata realnego, który stanowi jej pierwotny zbiór referencyjny, a które to bazy zawsze są opracowywane pod pewnym kątem, określanym przez poziom

---

<sup>33</sup> Por. P. Zawojcki *Wszystko, co chciałibyśmy wiedzieć o nowych mediach* „Kultura Współczesna” 2006 nr 4 s. 212-221.

<sup>34</sup> L. Manovich *Język nowych mediów...* wyd. cyt. s. 92-105.

<sup>35</sup> Tamże, s. 228-258.

<sup>36</sup> J. Rifkin *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia* Wrocław 2003 s. 113-114.

<sup>37</sup> Tu Manovich antycypuje zjawisko tzw. „długiego ogona” w komunikowaniu, które opisał Charles Anderson.

technologii kopiowania oraz towarzyszące im ideologie inspirowane wartościami i normami kulturowymi użytkowników mediów<sup>38</sup>. Digitalna reprezentacja rzeczywistości, która stanowi jej wersję komunikacyjną, ma zawsze charakter stroniczy, co wynika z faktu, że rozkłada jej obrazy na piksele i woksele, odzierając ją w ten sposób jednak z tajemnicy oraz towarzyszącego jej wymiaru metafizycznego. Taka reprezentacja rzeczywistości stanowi poniekąd formę tzw. *realizmu syntetycznego*, kreującego iluzje, wzmacniającego narracje i w dodatku umożliwiającego względem niej zachowania interaktywne. Efekty tej syntezy tworzą wrażenie, że możliwe jest z elementów obecnych w zasobach sieci tworzenie różnorodnych wersji rzeczywistości oraz nawigowanie jej przestrzenią<sup>39</sup>. Użytkownicy mogą również dokonywać jej głębokiej reinterpretacji historycznej, a więc „nawigować nią w czasie” i to na sposób indywidualny i wysoce subiektywny. Mówiąc prościej, teoria terażniejszości pozwala z aktualnego punktu komunikowania przy pomocy nowych mediów tworzyć kolejne wersje historii, bardziej lub mniej prawdopodobne. Może również nadawać nowy sens klasycznym obiektom artystycznym. Dla użytkowników nowych mediów najważniejszą wartość stanowi przede wszystkim obecność w terażniejszości, czyli uwalnianie się przy pomocy mediów elektronicznych od presji fizycznego (rzeczywistego) upływu czasu, i możliwość interaktywnego wpływania na coraz większe kręgi komunikowania w tak spreparowanym świecie form jego digitalnej reprezentacji<sup>40</sup>.

Z grubsza rzecz ujmując, człowiek posługuje się trzema zasadniczymi modelami rozumienia dziejów: modelem ich regresu, kołowych nawrotów i modelem ich postępującego rozwoju. Teoria terażniejszości najbliższa staje się koncepcji kołowych nawrotów czasu, zarazem ekspansyjnej, przedłużającej indywidualność podmiotową człowieka w świat, tzn. jego władze poznawcze w zbiorowy podmiot, ucieleśniony w przestrzeni wirtualnej internetu. Narastające tu procesy komunikowania charakteryzują się kolejnymi *zapętleniami*, które jakby „po spirali” rozszerzają i globalizują ową podmiotowość w zbiorowej podmiotowości digitalnej, przedłużając w niej władze poznawcze komunikujących się stron nawet w nieskończoność<sup>41</sup>. Efektem tych procesów staje się coraz większa symbioza człowieka z komputerem, coraz precyzyjniejsze nastrojenie go na częstotliwości, na których działa ów podmiot zbiorowy i ponadludzki, do którego jednostka dociera przez interfejs człowiek-komputer. W wyniku tych mechanizmów zwiększają się w nieskończoność jej możliwości,

<sup>38</sup> L. Manovich *Język nowych mediów* wyd. cyt. s. 325-355.

<sup>39</sup> Na takie doświadczenie odbiorcy zwraca uwagę również P. Sitarski *Rozmowa z cyfrowym cieniem. Model komunikacyjny rzeczywistości wirtualnej* Kraków 2002 s. 141.

<sup>40</sup> L. Manovich, *Język nowych mediów* wyd. cyt. s. 128-129.

<sup>41</sup> Tamże, s. 452-460.

szczególnie w wyborze własnej indywidualności oraz tożsamości, w oparciu o coraz to nowe pętle komunikacyjne, na które może mieć interaktywny wpływ. Taka wizja rozwoju infosfery pod wieloma względami przypomina inną wizję filozoficzną, a mianowicie noosfery, którą sformułował Pierre Teilhard de Chardin, kulminującą w powstaniu na Ziemi racjonalnego „raju bożego”, którego odpowiednikiem miałyby być owa „powłoka kultury”, kreowana w sieci przez jej użytkowników przy użyciu najnowszych technik telekomunikacyjnych – jak nazwał ją Derrick de Kerckhove.

Internet jako multimedium (metamedium) – podkreśla Manovich – nie posiada wartości bezwzględnej, ale jego wartość zależy od form intencji działań w nim podejmowanych przez użytkowników oraz od ich aksjologicznych przekonań, a więc również od poczucia przez nich odpowiedzialności i chęci ponoszenia kosztów tej odpowiedzialności za możliwość wpływu na sens cyrkulujących po nim przekazów. W tak rozwiniętych możliwościach autokreacji, jakie dają nowe media, ich użytkownicy mają wszelkie szanse na pełne upodmiotowienie siebie jako publiczności rozczłonkowanej na jednostki, a więc i przyjmowania odpowiedzialności jednostkowej za przyszłe losy świata.

## Zamiast zakończenia: sztuka w mediach jako źródło nowych form obcowania ze światem

To, co można powiedzieć o roli dzieła sztuki, ale i postawy artystycznej, w komunikowaniu w związku z obecnym jego doświadczaniem, refleksjami teoretycznymi nad nim, sprowadza się do tego, że jest ono bez wątpienia wyrazem postawy synoptycznej artystów, uczonych i praktyk komunikacyjnych o charakterze interaktywnym oraz immersyjnym, a w procesie tym uczestniczą również użytkownicy komunikowania. Dzieło sztuki staje się więc eksperymentem wirtualnym i laboratorium interaktywnym dla wszystkich tych stron komunikowania, które związane są z przedłużaniem człowieka i świata fizycznego przez tworzone przekazy w cyberprzestrzeni, ale i „systemem wczesnego ostrzegania”. Artysta natomiast pełni funkcję „czujnika ludzkiej rasy” (*the antennae of the race*), który odzwierciedla zmieniający się obraz i strukturę społeczeństwa<sup>42</sup>. Ta nowa kul-

---

<sup>42</sup> M. McLuhan *Zrozumieć media...* wyd. cyt. s. 16. McLuhan pisze, że „(...) sztuka podobnie jak radar działa jako «system wczesnego ostrzegania», uzbrajając nas w zdolności odkrywania celów społecznych i psychicznych w ich kolejności pojawiania się i umożliwiając przygotowanie się do zmierzenia się z nimi. Takie pojmowanie sztuki jako siły przewidującej przeciwstawia się rozpowszechnionemu wyobrażeniu o niej wyłącznie jako o środku autoekspresji. (...) Sztuka jako radar podejmuje raczej funkcje niezbędnego treningu percepcji niż rolę uprzywilejowanej pożywki dla elit”.

tura radykalnie eksponuje funkcję oraz sens dzieła sztuki i samej sztuki, bo z jednej strony dzieło traci swą wyjątkowość, autentyczność i niepowtarzalność, ale z drugiej odzwierciedla zarówno negatywne, jak i pozytywne zmiany w duchowości społeczeństwa oraz wzorcach jego aktualnego życia zbiorowego<sup>43</sup>. Spełnia zatem wiele funkcji kulturotwórczych, socjotwórczych oraz sensotwórczych, ponieważ nieustannie przyczynia się do powstawania i rozprzestrzeniania się innowacji zarówno w świecie wirtualnym, jak i fizycznym, generując ewolucję wszystkich tych warstw jego istnienia oraz nieustannie przekształcając tożsamość człowieka oraz jego środowisko bytowania, a także systematycznie dokonując zmian konotatywnych w przestrzeni funkcjonowania znaczeń. Staje się pomostem do planetaryzowania się człowieka w świecie i przez kulturę partycypacji podłącza go do zbiorowej świadomości oraz umożliwia mu kosmiczny ogląd siebie i jego siedliska życiowego, jakim jest Ziemia. Stymuluje zatem nowy wymiar aksjologiczny jego istnienia, szczególnie za sprawą artystów, którzy angażują się w tego typu procesy komunikacyjne, dysponując najbardziej przenikliwą wrażliwością i świadomością twórczą, co pozwala różnorodnymi, często niestandardowymi technikami artystycznymi wskazywać zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki, jakie niesie ta nowa cywilizacja, przesiąknięta cyberkulturą i przedłużeniami w nią kultury tradycyjnej<sup>44</sup>.

Niedawne analizy de Kerckhove'a ukazują rezultaty tych transformacji artystyczno-komunikacyjnych, innowacyjnie sytuujących człowieka we współczesnym świecie ponowoczesnym i ukazujących transformacje, jakich dokonują artyści i ich dzieła w przedłużonym modusie komunikowania i poznawania. Negatywne skutki związane z możliwością totalnej inwigilacji użytkowników ukazuje np. praca Usmana Haque'a. Stworzył on elektroniczną blokadę, wyglądającą jak zwykła biżuteria (*Floatabels Project* – 2005), która ekranuje wychodzące i wchodzące sygnały, stanowiąc „elektroniczną służę”, gwarantującą jednostce nienaruszalność przestrze-

---

<sup>43</sup> N. Bolz *Estetyka cyfrowa* [w:] A. Gwóźdź (red.) *Pejzaż audiowizualny. Telewizja. Video. Komputer* Kraków 1997 s. 343.

<sup>44</sup> M. McLuhan zdawał sobie świetnie sprawę ze znaczenia artysty i sztuki, do którego odwołują się D. de Kerckhove i L. Manovich, w tym procesie, kiedy pisał: „W obecnej dobie artyści mogą przyswajać sobie i wykorzystywać różne rodzaje mediów równie łatwo jak różne rodzaje literatury. Na przykład Yeats w pełni wykorzystuje chłopską kulturę ustną do tworzenia swoich chwytów literackich. Eliot bardzo wcześniej zaskoczył wszystkich, wykorzystując jazz i formy filmowe. (...) A Chaplin, podobnie jak Chopin, który przystosował muzykę fortepianową do stylu baletowego, tworząc styl przypominający Pawłową – jest to połączenie ekstatycznej lekkości i człapania. (...) Artyści różnych dziedzin zawsze pierwsi odkrywają, w jaki sposób jeden środek może wykorzystywać lub wyzwalać siłę innego środka”. M. McLuhan *Energia hybrydyczna: Les liaisons danergereuses* [w:] Tegoż *Wybór tekstów* wyd. cyt. s. 255-256.

ni osobistej. Inną propozycją jest symulacyjna mapa planety (*Word Emotional Mapping* – 2005) Maurice’a Benayouna, skanująca poprzez Google trzy tysiące miast strategicznie dobranych ze względu na stan emocji ich mieszkańców. Wystarczy wybrać uczucia, które się chce zobaczyć, nacisnąć przycisk, by w oparciu o tę mapę emocjonalną narysował się na ekranie odpowiedni obraz statystyczny jego rozkładu<sup>45</sup>.

Jeśli idzie o pozytywne transformacje w tej przedłużonej cyberprzeszreni, to dobrze ilustrują je np. niektóre prace Philippe’a Boissonneta – *La conscience des limites. I. Gaia* (1992), *La conscience des limites. II. Galileo* (1993), *Raz-de-Terre* (1993), *Refaire les Monde* (1993). Sztukę tego artysty określa się mianem „myślenia przez Ziemię” (*penser la Terre*). Wzbogaca ona przeżycia indywidualne o obrazy Ziemi, a więc całość planety wchodzi jakby do naszego „królestwa świadomości”, a dzięki niemu my wychodzimy poza „własną skórę”. Pod wpływem takiego doświadczenia użytkownika pojawia się w jego świadomości „bias planetarny”, czyli inklinacja ku oglądowi Ziemi z perspektywy świadomości kosmicznej, w którą przedłużona zostaje jego wrażliwość i świadomość jednostkowego. Sens takiej sztuki ma charakter ekologiczny, bo stwarza szansę oglądu planety ze wszystkimi jej elementami, niemożliwy w takiej skali we wcześniejszych jej oglądach. Dzieła te budzą więc świadomość i poczucie jedności ze światem w wymiarze kosmicznym, gdyż stwarzają możliwość dla globalnego poziomu percepcji. Tu – jak pisze de Kerckhove – nie człowiek, ale „Ziemia staje się miarą wszechrzeczy” dla naszej aksjologii, a więc doznajemy jakby bezpośredniego doświadczenia Gai. Prekursorem tego typu twórczości był już Galileusz, a jej zadaniem jest zmiana naszej przedłużonej świadomości przez tę nową inklinację kognitywną (*cognitive bias*), byśmy widzieli siebie w integralnych związkach z planetą i kosmosem jako element z nim silnie zintegrowany. Ma ona, jak również jej społeczne formy oglądu, budzić poczucie globalnej wspólnoty. Uświadamia nam, że jesteśmy za tę społeczno-planetarno-kosmiczną całość jako jednostki w pełni odpowiedzialne. Zostaje nam to bowiem dane przez prawie transcendentale doświadczenie, jak również wzmocnione przez fakt możliwości współdziałania w budowie tego typu dzieła – medium, w którym nasza świadomość, emocje i przeżycia zostają w tę świadomość kosmiczną przedłużone. Jest to więc nowa sztuka globalna, nowa forma sztuki publicznej, a nowością w niej jest przede wszystkim jej skala, bo dotyczy całej planety i specyfiki miejsca, jakie zajmuje w niej jednostka<sup>46</sup>.

---

<sup>45</sup> D. de Kerckhove *Przyszłość 2030* [w:] A. Maj, M. Derda-Nowakowski, z udziałem D. de Kerckhove’a (red.) *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów...* wyd. cyt. s. 83-84.

<sup>46</sup> Tamże, s. 70-79.

## The Meaning of Art (Work of Art) within Contemporary Communication Models

The paper analyses the phenomenon of the presence of art works in network communication. Works of art, understood broadly as messages, have always been exerting influence upon the development of communication. The contemporary technological breakthrough perceives art and art works in a special way, as they make all communication processes attractive. Works of art catch the attention of their recipients and interactive users on the Internet. Art works and artistic creations on the Internet catch the user's attention both by their form and contents. They trigger a scope of emotions and inner experiences related to them. All this allows the media to play an active part in forming the users' value systems, i.e. a determined sensitivity or sphere of experiences, by which they are governed while taking decisions and choosing a way of action. This strict historic connection between art and communication techniques technologies, as well as the results of scientific research upon which they rest, bears an enormous significance for contemporary culture-creation and interaction in the social sphere. To a great degree, in all post-modern societies it shapes the state and forms of contemporary culture which takes on various forms of 'the cultures of participation'. These phenomena form the main area of interest of the present paper. The article discusses the outlook on the role of art and artistic creations on the Internet formulated by Marshall McLuhan, Derrick De Kreckhove, and Lev Manovich among others, all of whom discuss the specifics of the work of art in media and multi-media communication, and particularly within the context of the development of tactileness in the perception of interactive users who both perceive and co-create artistic messages on the Internet in cooperation with art creators.

*Ignacy S. Fiut* – e-mail: [isfiut@agh.edu.pl](mailto:isfiut@agh.edu.pl)