

Dominika Agata Myślak, Martyna Małgorzata Siudak

Internetowi artyści i ich twórczość (nie tylko) w Sieci

Media – Kultura – Komunikacja Społeczna 12/3, 71-92

2016

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Dominika Agata Myślak, Martyna Małgorzata Siudak
Wydział Humanistyczny
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Internetowi artyści i ich twórczość (nie tylko) w Sieci

Słowa kluczowe: net art, sztuka, Internet, kultura remiksu, memy, artyści

Key words: net art, art, Internet, remix culture, memes, artists

Obecnie, u progu drugiej dekady XXI wieku, media elektroniczne oraz funkcjonowanie artyści w sieci przestały być nowością w sztuce, a stały się nieodłącznym elementem jej pejzażu¹.

Dzięki pojawianiu się nowych technologii umożliwiających kreowanie współczesnych środków artystycznego wyrazu Internet nieustannie transformuje kulturę społeczeństwa informacyjnego. Sztuka w Sieci w pełni zależy od tego społeczeństwa, ponieważ – jak zauważa Ewa Wójtowicz – „korzysta [ono] z Internetu i jest przezeń kształtowane, również poprzez fakt, że sztuka ta nie może funkcjonować poza Internetem”². Można by polemizować z poglądem o niemożliwości funkcjonowania net artu³ poza Siecią, lecz nie jest to naszym celem: w niniejszym artykule przytoczymy i omówimy przykłady ilustrujące transfer sztuki sieciowej do mediów tradycyjnych.

We wstępie do książki *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania* Zbigniew Bauer przypomina, że początkowo Internet „miał być przestrzenią swobodnej wymiany myśli, wolnej twórczości, wolnego dostępu do wytworów ludzkiego umysłu i geniuszu”⁴. Sieć, pomimo przekraczania wszelkich granic, miała być wolna od polityki i ekonomii, jednakże jej wolność

¹ E. Wójtowicz, *Twórca jako postproducent – między postmedialnym remiksem a reprogramowaniem kultury*, w: *Remiks. Teorie i praktyki*, red. M. Gulik, P. Kaucz, L. Onak, Kraków 2011, s. 16, [online] <<http://śc-ch.pl/remiks-teorie-i-praktyki>>, dostęp: 23.10.2015.

² Tamże, *Net art*, Kraków 2008, s. 9.

³ Termin ten początkowo był zapisywany jako „net.art”. Związane jest to z jego pierwszym pojawieniem się w Sieci w grudniu 1995 roku, gdy Vuk Cosic, słoweński artysta, otrzymał e-mail z ciągiem nieczytelnych znaków, w którym jedynym czytelnym fragmentem było Net.Art. Po rozszyfrowaniu wiadomości okazało się, że jej treścią było: „All this becomes possible only with emergence of the Net. Art as a notion becomes obsolete...” [Wszystko to staje się możliwe dopiero z wyłonieniem się Sieci. Sztuka jako pojęcie staje się zbędna...]. Nazwa ta została szybko spopularyzowana przez twórców i teoretyków sztuki w Internecie, zwłaszcza że jej pisownia wskazywała na silne uwarunkowania technologiczno-informacyjne. Więcej zob. tamże, s. 22–23.

⁴ Z. Bauer, *Wstęp 2*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 16.

„jest dzisiaj towarem deficytowym, gdyż pod wpływem nacisków politycznych, prawnych i biznesowych ulega marginalizacji”⁵. Początkowo Internet nie był ukierunkowany na generowanie zysków, lecz na poszerzanie możliwości jego użytkowania. Swoboda wypowiedzi połączona z możliwością komentowania na bieżąco aktualnych wydarzeń oraz tworzenie własnych kanałów przekazu stały się, jak to określa Justyna Hofmokl, jednymi z „podstawowych funkcji, które zdecydowały o wyjątkowym charakterze nowego medium”⁶ – środka społecznego komunikowania mającego cechować się przede wszystkim właśnie wolnością. To ku niej skłaniali się pionierzy Internetu, przeciwni jego komercjalizacji. Upowszechnienie Sieci okazało się jednak równoznaczne z utratą elitarności i wprowadzeniem mechanizmów reklamowych, na co część użytkowników Internetu do dziś nie wyraża zgody. Komercjalizacja Sieci jest związana z konsumpcjonizmem i korporacjonizmem, dlatego też ujawniają się funkcje Internetu służące przede wszystkim reklamie i promocji, a prywatność jednostki schodzi na dalszy plan, przez co zaczyna się ograniczać wolność tego medium⁷.

Wolność oferowana przez Internet wpłynęła na pojawienie się nowych form wyrazu będących częścią net artu – memu i remiksu. Zjawisko powstawania nowych form ekspresji artystycznej ma również związek z konwergencją, gdyż dzieła kultury popularnej są najczęściej jej efektem. To konwergencja, jak pisze Z. Bauer, wraz z remediacją i mediatyzacją, jest kluczem do współczesnej sytuacji mediów⁸. Konwergencja opiera się na wzajemnym napędzaniu się „aktywności mediów profesjonalnych i amatorskich, bazujących na zacieraniu przeróżnych granic”⁹. Jest procesem coraz bardziej widocznym nie tylko w mediach, lecz także w samym społeczeństwie, i wiąże się z nią migracje zarówno między medialnymi platformami, jak i odbiorcami. Jej istotą jest nieustanny proces¹⁰, którego następstwem jest właśnie powstawanie nowych form komunikowania¹¹, umożliwiające wzajemne przenikanie się mediów, treści kulturowych i komercyjnych, twórców i odbiorców¹². Do rozprzestrzenienia i reorganizacji sztuki w znacznej mierze przyczyniły się także media społecznościowe, stanowiące ogniwo w procesie konwergencji.

⁵ M. Szpunar, *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa 2012, s. 48.

⁶ J. Hofmokl, *Internet jako nowe dobro wspólne*, Warszawa 2009, s. 114.

⁷ M. Szpunar, dz. cyt., s. 46–49.

⁸ Więcej zob. Z. Bauer, dz. cyt., s. 24.

⁹ K. Kopecka-Piech, *Koncepcje konwergencji mediów*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 3, s. 23, [online] <http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2011_3_46/pelny.pdf>, dostęp: 29.10.2015.

¹⁰ Por. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007, s. 256.

¹¹ Więcej zob. T. Kowalski, *Mediamorfoza – rzecz o przyszłości mediów i mediach przyszłości w aspekcie konwergencji*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 1, s. 26.

¹² Więcej zob. B. Jaskowska, *O kulturze konwergencji słów kilka*, [online] <www.ebib.info/2008/92/a.php?jaskowska>, dostęp: 1.03.2009.

Net art w Internecie vs net art na Facebooku

Kontekst związany z powstaniem net artu pozwoli w pełni poznać i zrozumieć nowy wymiar sztuki obecnej w środowisku sieciowym. Niektórzy badacze zadają pytania dotyczące granicy interaktywności dzieła sztuki, które powstało i jest obecne w nowych mediach. Zastanawiają się jednocześnie nad tym, czy Internet jako medium odznaczające się interaktywnością, hipertekstowością, wirtualnością, digitalizacją i rozproszeniem jest po prostu nowym i atrakcyjnym językiem mediów, czy też radykalną zmianą statusu i miejsca sztuki.

By w pełni zrozumieć, czym jest net art – sztuka w Internecie, której początek datuje się na lata dziewięćdziesiąte XX wieku, czyli okres masowego dostępu do Sieci – warto przybliżyć jego definicję. Ryszard W. Kluszczyński przez net art rozumie alternatywny układ sztuki funkcjonujący poza systemem galeryjnym, który „dąży do przełamania izolacji jednostek, czyniąc z twórczej samoekspresji, kontaktu i globalnej, wielokierunkowej komunikacji podstawowe jakości sztuki”¹³. Jako cechy charakterystyczne net artu badacz ten wymienia: powszechność, otwartość i bezgraniczność. Natomiast twórców sztuki w Internecie określa jako tych, którzy akcentują wolność, anarchiczność i mają zainteresowania społeczno-polityczne¹⁴. Autorzy zajmujący się sztuką w Sieci podkreślają wszak, że jakkolwiek jej definicja może być postrzegana jedynie jako próba definicji, ponieważ w naturze net artu jest zapisana płynność pojęcia, a co się z tym wiąże – wymykanie się z góry określonym ramom. Dlatego warto przytoczyć także definicję net artu zaproponowaną przez E. Wójtowicz, która uwzględniła tę zmienność:

Niematerialna, interaktywna sztuka, której podstawowym medium i kontekstem jest Internet. Tematyka net artu najczęściej dotyczy Internetu i komunikacji sieciowej oraz technologii. Projekt net art ma hipertekstową, nielinearną budowę i zakłada aktywny odbiór w postaci wielokierunkowej nawigacji. Oprócz wizualnej postaci dzieła ważny jest proces interaktywnej komunikacji [...] Net artyści unikają definicji i zacierają granice między sztuką a przestrzenią Sieci¹⁵.

Pierwsze działania w obszarze net artu wiążą się z 1993 rokiem, kiedy rozpoczął się w świecie boom internetowy. Wówczas powstała między innymi Mosaic – jedna z pierwszych przeglądark WWW, które działały w trybie graficznym. Projekty z lat dziewięćdziesiątych nie były jeszcze całkowicie „zanurzone” w Internecie, gdyż artyści dopiero zaczęli badać to nowe medium. Sztandaryowym przykładem z tamtego okresu jest praca *The File Room* Antonia Muntadasa, składająca się ze strony WWW oraz instalacji w Randolph Street Gallery w Chicago, czy *The World's First Collaborative Sentence* Douglasa Davisa. Jak pisze Wójtowicz, „środowisko net.artystów rozwinęło się i skonsolidowało

¹³ R.W. Kluszczyński, *Net art – nowe terytorium sztuki*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 419.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ E. Wójtowicz, *Net art*, s. 11–12.

w latach 1993–1998¹⁶. Natomiast współczesna sztuka Internetu obejmuje, oprócz net artu, także browser art, e-mail art, software art czy web art. Inni badacze, jak chociażby Christiane Paul, proponują następujący podział sztuki Sieci:

- projekty hipertekstowe,
- projekty netaktywistyczne,
- performance,
- projekty oparte na czasie¹⁷.

Warto wspomnieć także o remiksach i nawiązaniach, które net artyści czynili w odniesieniu do prac innych artystów¹⁸. Wczesne prace z obszaru net artu to dzieła artystów związanych z tradycyjnymi mediami, między innymi z fotografią i filmem, czy zajmujących się na przykład graffiti. Natomiast Wójtowicz sztukę Internetu dzieli według kryterium chronologicznego oraz tematycznego. Pierwszym etapem jest według niej net.art (1993–1998) – wtedy rozpoznawano medium i kształtowało się środowisko artystów. Już w tym okresie można wyróżnić następujące kategorie tematyczne: działania hakywistyczne, badania hipertekstu oraz tworzenie hiperfikcji, browser art, software art oraz sztuka kodu. Wówczas pojawiły się także główne wątki korespondujące z net.artem, jak strony WWW, e-mail, audio, wideo, grafika, animacja¹⁹.

Współczesny net art odwołuje się przede wszystkim do takich form wyrazu, które pozwalają twórcy na wyrażanie autorefleksji oraz wchodzenie w interakcje z odbiorcami danego dzieła. Przemiany, które zaszły w kulturze chociażby pod wpływem nowych mediów, sprawiły, że sztuka coraz częściej przekracza swoją materialną sferę. Internet zapewnia odzew z dowolnego miejsca i o wybranej porze. Do prezentowania sztuki Sieć jest używana zarówno przez artystów profesjonalnych, jak i amatorów, dlatego można powiedzieć, że „mamy do czynienia ze zjawiskiem, które staje się odpowiedzią na społeczne i kulturowe zapotrzebowanie. Net art przestaje być »sztuką dla sztuki«, jest raczej globalnym, choć zapewne niezwykle specyficznym polem odkrywania siebie, rozwijania kompetencji intrapersonalnych i interpersonalnych”²⁰. Przez samo tworzenie, jak i dzielenie się efektami kreacji dochodzi do nawiązania kontaktu z samym sobą i z innymi. Dodatkowo wyznacznikami takiej twórczości są: nowość, niezależność, poszukiwanie innych, często nowych form wyrazu, niezwykłość wypowiedzi (odwołująca się do uczuć, emocji, przeżyć, spostrzeżeń autora). „Sam wytwór często pojawia się w cyberprzestrzeni niespodziewanie, ale i tak samo szybko znika, zastąpiony przez twórcę »obrazem« bliższym jego aktualnym problemom”²¹. Hanna Krauze-Sikorska podkreśla, że większość wytworów z zakresu net artu jest wypowiedzią artystyczną, która przybiera formę komunikatu obrazującego bunt przeciwko rzeczywistości, autorefleksję,

¹⁶ Tamże, s. 24

¹⁷ Ch. Paul, *Digital Art*, London 2003, s. 111.

¹⁸ Jedną z pierwszych takich prac był projekt Vuka Cosica *History of Art for Airports* z 1997 roku.

¹⁹ Więcej zob. E. Wójtowicz, *Net art*, s. 26–27.

²⁰ H. Krauze-Sikorska, *Net Art – nowa przestrzeń artystycznej kreacji młodzieży*, s. 145, [online] <http://edunet.amu.edu.pl/mae2012/11_Krauze-Sikorska_2012.pdf>, dostęp: 30.10.2015.

²¹ Tamże.

dialog, zacieranie granic między nadawcą a odbiorcą²². Net artysta, jak powiedział Henryk Grajewski, to dusza i mózg. „Nie wystarczy mu poetycka wrażliwość na świat, nie wystarczy mu malarskie wyczucie światła, koloru i formy; nie wystarczy mu cierpliwość rzeźbiarza [...] Artysta Internetu musi także potrafić myśleć strukturalnie, w nowych językach, tak jak programista komputerowy”²³. Wójtowicz dodatkowo dzieli artystów w Sieci na tych, którzy kopiują cudze strony, „pozostawiając je w niezmienionej formie, a także na tych, którzy modyfikują skopiowany materiał”²⁴.

Jak zauważa Dominik Batorski, „wzrost ilości publikowanych treści dotyczy nie tylko liczby podmiotów, które je zamieszczają w Sieci, ale również poszczególnych serwisów, w szczególności portali informacyjnych”²⁵. Wyjątkowym przykładem mogą być w tym przypadku portale społecznościowe, ponieważ to właśnie „świat »fejsowo-twitterowy« jest coraz bardziej naszym światem. Trzeba i warto w nim być”²⁶. Dane z 2009 roku wykazały, że to właśnie Facebook jest największą bazą ruchu w Internecie i generuje o wiele więcej przejść do innych serwisów niż dotychczasowy „magnat” w tym zakresie, czyli Google²⁷. W Polsce korzysta z tego portalu ponad 60% użytkowników²⁸. Jak mówi Wiesław Godzic, „dla mnie Facebook nie jest śmietnikiem – głównie dlatego, że zwykle podnoszę rangę tematów, którymi się zajmuję, i ludzi, z którymi się kontaktuję”²⁹. Media społecznościowe są zatem jednym z najczęściej wykorzystywanych narzędzi służących przyciąganiu uwagi użytkowników Sieci³⁰.

Twórcy net artu, którzy mają swoje strony internetowe lub blogi, zamieszczają na nich tak zwane wtyczki do Facebooka. Jak pokazują badania Pew Research

²² Na zacieranie granic między nadawcą a odbiorcą oraz na to, że współcześnie ich role są wymienne, zwrócił uwagę także Z. Bauer w opracowaniu *Gatunki dziennikarskie w Sieci. Co się zmieniło i jak bardzo?*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni...*, s. 81–102.

²³ H. Grajewski, *Sztuka Internetu*, [online] <<http://cis.art.pl/PODORKO/TEXTY/PUBLIKACJE/INEART/text.html>>, dostęp: 28.04.2012.

²⁴ E. Wójtowicz, *Net art*, s. 37.

²⁵ D. Batorski, *Filtrowanie społecznościowe w internecie – nowy sposób docierania do treści i jego konsekwencje*, „Studia Medioznawcze” 2015, nr 3, s. 43, [online] <http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2015_3_62/pelny.pdf>, dostęp: 31.10.2015.

²⁶ W. Gadowski, *Przebudzenie Mojżesza (politgramota). Dekalog Pieczyńskiego dla trzódki TVN*, [online] <<http://wpolityce.pl/polityka/138710-przebudzenie-mojzesza-politgramota-dekalog-pieczynskiego-dla-trzodki-tvn>>, dostęp: 29.10.2015.

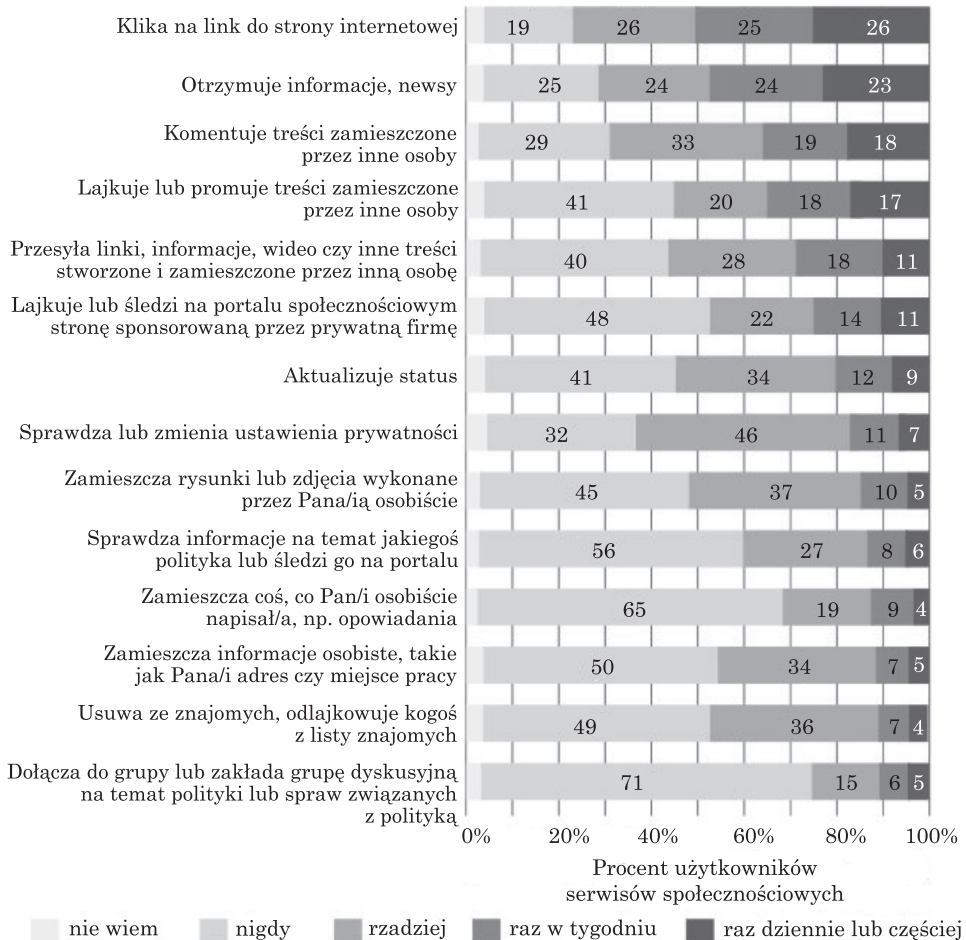
²⁷ R. Dash, *Facebook Now Responsible for Majority of Web Portal Traffic*, „AdWeek” 2010, [online] <<http://www.adweek.com/socialtimes/facebook-responsible-for-majority-of-online-traffic>>, dostęp: 8.03.2015.

²⁸ Więcej zob. *World Internet Project. Poland (2013)*, Warszawa 2013, s. 47.

²⁹ W. Godzic, *Wstęp 1*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni...*, s. 10.

³⁰ Badania źródła ruchu 25 najpopularniejszych stron w Stanach Zjednoczonych wykazały, że pod względem przyciągania uwagi to właśnie Facebook zajmuje jedno z głównych miejsc. Podobnie przeprowadzone w 2014 roku badania znaczenia mediów społecznościowych (Facebook, Twitter) w zakresie pozyskiwania czytelników wykazały, że 66 analizowanych gazet (100%) od dawna korzysta z portali społecznościowych w celu pozyskiwania czytelników. Na podstawie tych danych można wysnuć wniosek, że mediom opłaca się aktywność na portalach społecznościowych. Więcej zob. K. Olmstead, A. Mitchell, T. Rosenstiel, *Navigating News Online: Where People Go, How They Get There and What Lures Them Away*, Washington 2011, s. 1–30; A. Ju, S.H. Jeong, H.I. Chyi, *Will Social Media Save Newspapers?*, „Journalism Practice” 2014, vol. 8, nr 1, s. 1–17.

Center z 2013 roku, 47% użytkowników Facebooka czerpie z niego bieżące informacje³¹ i – co warto podkreślić – „społecznej cyrkulacji podlegają nie tylko informacje, ale również treści kultury”³². Poza tym wtyczka do tego serwisu znacznie ułatwia dzielenie się treściami między użytkownikami, sprzyja o wiele większej zauważalności określonego użytkownika i publikowanych przez niego treści, a także zwiększeniu liczby „polubień” czy osób go obserwujących. Korzystanie z Facebooka jest współcześnie jednym z najpopularniejszych sposobów korzystania z Internetu. Jego popularność i sposób, w jaki jest wykorzystywany, w pełni przekłada się na rozpowszechnianie i popularność treści.



Rys. 1. Aktywność użytkowników na portalach społecznościowych

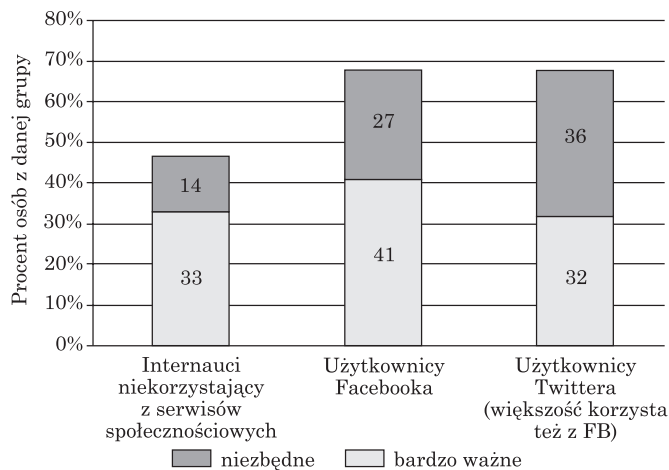
Źródło: D. Batorski, dz. cyt., s. 52.

³¹ Por. J. Holcomb, J. Gotfried, A. Mitchell, *News Use Across Social Media*, Washington 2013.

³² D. Batorski, dz. cyt., s. 49; zob. też M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*, Warszawa 2012.

Polityka portalu Facebook zapewnia dostarczenie użytkownikowi adekwatnych i interesujących go informacji. W znacznej mierze dzieje się tak za sprawą znajomych oraz innych podmiotów przesyłających najprzeróżniejsze wiadomości. Serwis ten pełni więc funkcję filtra i zbioru rzeczy w jednym miejscu, ponieważ społeczeństwo Sieci coraz częściej korzysta z filtrów społecznych. Z danych przedstawionych w formie wykresu (rys. 1) wynika, że funkcja portali społecznościowych jest związana przede wszystkim z dystrybucją treści, które zamieszczają inni użytkownicy, oraz z ich filtrowaniem (lajkowanie, dzielenie się treściami z innymi).

Z prowadzeniem profilu na Facebooku wiąże się także budowanie zaangażowania i przyciąganie uwagi użytkowników. Rola social mediów jest znacząca, ponieważ ci, którzy korzystają na przykład z Facebooka, uważają Internet za ważne źródło informacji (rys. 2). Poza tym należy zwrócić uwagę na działalność internetowych twórców i tego, w jaki sposób przejawia się ich aktywność, nie tylko w kontekście Facebooka.



Rys. 2. Internet jako źródło informacji

Źródło: D. Batorski, dz. cyt., s. 54.

Większość twórców związanych z net artem w głównej mierze publikuje swoje dzieła w portalu społecznościowym Facebook, co jest zrozumiałe, biorąc pod uwagę wyżej wymienione cechy tego portalu. Staje się on jednym z podstawowych miejsc zarówno promocji, jak i komunikacji z odbiorcami, a to wpływa na budowanie specyficznej więzi – e-społeczności. Wpisuje się także w nurt mediów rozprzestrzenialnych (*spreadable media*), w których pierwszoplanową rolę odgrywają jego użytkownicy wzajemnie przesyłający sobie określone treści. „Koncepcja mediów rozprzestrzenialnych wiąże się z modelem współinternetu. Medium to jest budowane z treści, których tworzenie i odbiór odbywa się w grupie współinternautów. Staje się on medium tworzącym grupową tożsamość”³³.

³³ M. Szpunar, dz. cyt., s. 141.

W dalszej części artykułu zostaną przedstawieni wybrani twórcy net artu wraz z uwzględnieniem popularności ich fanpage'ów na Facebooku, co ukazuje skalę odbioru publikowanych przez nich treści³⁴.

Kultura remiksu, czyli „odtwórczy twórcy”

Człowiek w relacji z mediami nie może, i należałoby dodać – nie powinien być jedynie biernym odbiorcą. Powinien charakteryzować się postawą twórczą, która przejawia się w realizowaniu potrzeb twórczych, stanowiących alternatywę wobec biernego odbioru informacji pochodzących z mediów masowych [...] Twórczość ta nie tylko polega na wytwarzaniu czegoś nowego, to także przetwarzanie, remiksowanie, reedytowanie, kolażowe podejście do wytworów kultury³⁵.

Jedną z najważniejszych ról w sztuce Internetu, jak wynika z powyższego cytatu, odgrywa aktywność. Chodzi przede wszystkim o aktywność internetowych widowni. Według Krzysztofa Stachury internetowa aktywność widowni w dużej mierze opiera się na poddawaniu odbieranych informacji obróbce poznawczej i w dalszej kolejności ich przetwarzaniu na własne doświadczenia³⁶. W tę definicję wpisują się wszystkie aktywności związane z kulturą remiksu.

Twórcą pojęcia „kultura remiksu” jest Lawrence Lessing. W jego ujęciu remiks polega na wykorzystaniu istniejących już utworów (z różnych dziedzin, głównie sztuk plastycznych, muzyki, literatury) i połączeniu ich w taki sposób, by powstał nowy utwór. Wójtowicz zauważa, że za protoremiksy można uznać fotomontaże dadaistów, zwłaszcza berlińskich (na przykład prace Hannah Höch) czy przetwarzanie neodadaistów (na przykład twórczość Roberta Rauschenberga), ale jednocześnie podkreśla, że historia remiksu, odpowiadająca kontekstowi mediów cyfrowych, ma związek głównie z audiosferą. Remiks wywodzi się bowiem ze świata muzyki, a dokładniej – z kultury hip-hopu. W sztukach wizualnych zaczął funkcjonować wtedy, gdy wkroczyła do nich digitalizacja³⁷. Według różnych badaczy estetyka remiksu nie doczekała się jeszcze pełnego naukowego opracowania. Niektórzy autorzy, jak Lev Manovich czy Eduardo Navas, unikają jednoznacznych określeń remiksu, przede wszystkim przez wzgląd na zmienność kultury cyfrowej i sztuki w jej obrębie³⁸.

Remiks stosunkowo często bywa utożsamiany z działalnością plagiatorską. W tym kontekście zasadne wydaje się przywołanie wybranych zagadnień

³⁴ Do przekrojowej prezentacji twórczości wybrano najciekawsze według autorek profile na Facebooku (wybór celowy) – fanpage'e ze stosunkowo dużą liczbą polubień (dane z października 2015 roku).

³⁵ M. Szpunar, dz. cyt., s. 178 i 187.

³⁶ K. Stachura, *(Nowe?) Widownie. Doświadczenia odbiorców mediów w kulturze konwergencji*, w: *Nowe media i komunikowanie wizualne*, red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, Lublin 2010, s. 91.

³⁷ E. Wójtowicz, *Twórca jako postproducent...*, s. 20–21.

³⁸ Tamże.

związanych z prawem autorskim³⁹ i przypomnienie, że dzieli się ono na prawa autorskie osobiste oraz prawa autorskie majątkowe. Pierwsze są niezbywalne, gwarantują, że utwór zawsze będzie podpisywany nazwiskiem twórcy, pozwalają mu na decydowanie, w jaki sposób inni będą korzystać z jego twórczości oraz że utwór będzie istniał w niezmienionej formie. Prawa majątkowe natomiast można oddać, sprzedać, dziedziczyć czy udzielić na nie licencji. Obowiązują one przez cały czas życia autora i 70 lat po jego śmierci. Po ich wygaśnięciu utwór przechodzi do domeny publicznej. Odtąd każdy może z niego korzystać, odtwarzać go, przerabiać i publikować. Nieznajomość tych zagadnień może budzić pewne kontrowersje, tak jak stało się to przy okazji międzynarodowego konkursu na reklamę piwa ogłoszonego przez kompanię piwowarską Straffe Hendrik. W głosowaniu internautów zwyciężył projekt polskiego grafika Łukasza Adamczyka. Autor wykorzystał renesansowe dzieło Leonarda da Vinci *Dama z gronostajem*⁴⁰. Zamiast tytułowego gronostaja na przeróbce grafika znalazła się butelka piwa (rys. 3).

Na konkursową przeróbkę obrazu zareagowała Fundacja Książąt Czartoryskich, zarządzająca muzeum, w którego zbiorach znajduje się wspomniany obraz. Fundacja wystosowała pismo do organizatora konkursu, firmy BO Paintings, w którym zaznaczyła, że:

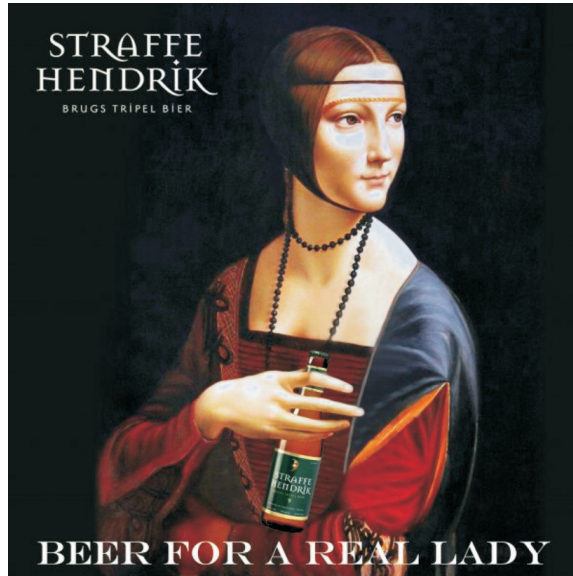
[...] ma arbitralną władzę nad tym, czy i jak mogą być wykorzystywane reprodukcje obrazu. Fundacja może również kontrolować sposób, w jaki obraz jest używany i postrzegany przez społeczeństwo, jako że należy on do prywatnej kolekcji [...]. Ze względu na cele statutowe i dobre imię Fundacji Książąt Czartoryskich użycie reprodukcji *Damy z gronostajem* w reklamowaniu napojów alkoholowych jest nie do przyjęcia⁴¹.

Oświadczenie Fundacji wywołało oburzenie nie tylko internautów, ale i samego autora remiksu. Zwrócił się on do Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Urzędnicy podkreślili, że prawo autorskie działa także w tym przypadku, a „[...] okoliczność, że obraz znajduje się w zbiorach prywatnych,

³⁹ Prawo autorskie powstało w XVIII wieku, by chronić prawa twórców i zachęcać ich do pracy nad nowymi dziełami. Utwory natomiast to wszelkie przejawy działalności twórczej, o indywidualnym charakterze, ustalone w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia. Przykładowe rodzaje utworów wymienionych w Ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych to między innymi: utwory literackie, publicystyczne, naukowe, kartograficzne, programy komputerowe, wzornictwa przemysłowego, muzyczne czy audiowizualne. W myśl tej samej ustawy utworami nie są akty normatywne lub ich projekty, dokumenty urzędowe, symbole czy proste informacje prasowe. Zob. Ustawa z 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. 1994, nr 24, poz. 83, [online] <<http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=W-DU19940240083>>, dostęp: 23.10.2015; [online] <<http://www.prawoautorskie.pl/roz-1-przedmiot-prawa-autorskiego>>, dostęp: 23.10.2015).

⁴⁰ W literaturze spotykane są też inne tytuły tego dzieła: *Dama z łasiczką*, *Dama z łasicą*, *Cecylia Galleriani* czy właśnie *Dama z gronostajem*. Obraz znajduje się w Muzeum Czartoryskich w Krakowie i jest jednym z najznakomitszych dzieł w polskich zbiorach. Zob. J. Białostocki, *Sztuka cenniejsza niż złoto*, Warszawa 2013, s. 312; *Leonardo da Vinci*, seria: Wielka Kolekcja Sławnych Malarzy, t. 1, Poznań 2006, s. 36.

⁴¹ Właściciele „*Damy z łasiczką*” zabraniają przerabiania zdjęć obrazu. „*Mamy arbitralną władzę*”, [online] <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,16750035,Wlasciciele__Damy_z_lasiczka_zabraniaja_przerabiania.html>, dostęp: 29.08.2015.



Rys. 3. Projekt reklamy piwa Łukasza Adamczyka
Źródło: [online] <www.di.com.pl>, dostęp: 21.09.2015.

nie ma tutaj znaczenia, gdyż osobom tym przysługuje jedynie prawo własności rzeczy, nie zaś do twórczości utrwalonej na takiej rzeczy⁴². Konkludując, stwierdzili, że *Dama z gronostajem* to przykład dzieła, które jest uważane za dziedzictwo kulturowe ludzkości. Znajduje się ono w domenie publicznej, więc jego przerabianie nie jest zabronione. Zarzuty Fundacji okazały się w tym przypadku bezzasadne.

Internetowi twórcy wciąż dostarczają przykładów potwierdzających rozpowszechnienie kultury remiksu. Często są to dzieła z pogranicza kultury popularnej. Remiks staje się z tego powodu jednym z najważniejszych zjawisk kultury społeczeństwa informacyjnego. Co więcej, wciąż pojawia się wielu nowych twórców, którzy zyskując popularność w Sieci, przenoszą się też do innych mediów. Przykładem może być autor fanpage'a Sztuczne Fiołki. Fanpage o tej nazwie pojawił się na Facebooku w 2012 roku, a w 2015 roku miał ponad 135 tysięcy fanów⁴³. Administratorzy strony opisują ją jako „sztuczno-histeryczny magazyn komiczno-tragiczny/głos wolny wolność ubezpieczający [ukryta opcja lewacka]”⁴⁴. Twórcą zamieszczanych tam remiksów jest białostoczanin, o którym wiadomo jedynie tyle, że ma ponad 30 lat, skończył anglistykę i naucza

⁴² M. Maj, *Właściciele „Damy z łasiczką” zabraniają przerabiania zdjęć obrazu*, [online] <<http://di.com.pl/wlasciciele-damy-z-lasiczka-zabraniaja-przerabiania-zdjec-obrazu-awi-50728>>, dostęp: 27.10.2014.

⁴³ Sztuczne Fiołki można znaleźć pod linkiem: <<https://www.facebook.com/SztuczneFiolki/?fref=ts>>. 135 006 osób lubiących to stan na 29.10.2015.

⁴⁴ Tamże.

języka angielskiego, a w czasie pobytu w Stanach Zjednoczonych studiował sztuki piękne; w wywiadach używa pseudonimu Sztuczne Fiołki⁴⁵.

Prace zamieszczane na fanpage'u Sztuczne Fiołki to dzieła wybitnych malarzy opatrzone komentarzem. Joanna Klimowicz w tekście dla „Gazety Wyborczej” przytacza słowa historyczki sztuki Doroty Łagodzikiej, która Sztuczne Fiołki uznała „[...] za rodzaj sztuki internetowej, sztuki hurtowego tworzenia memów, robienia sobie żartów pomieszanych z konstruktywną krytyką i komentarzem społecznym za pomocą dzieł sztuki”⁴⁶. Sam autor cel swojej twórczości definiuje następująco: „Rozbawić, ale i wzbudzić zainteresowanie sztuką czy literaturą postronne osoby”⁴⁷. Poza tym w wywiadzie dla Radia Białystok dodaje, że „[...] robienie fiołków to dla niego leczenie frustracji związanych z Polską i mieszkaniem w tym kraju”⁴⁸. Twórca Sztucznych Fiołków nie ukrywa, że wytwarzane obrazy mają prowokować do dyskusji. Taka dyskusja przeniosła się ze świata wirtualnego do rzeczywistości, co miało miejsce podczas festiwalu ART.eria w Częstochowie, kiedy w centrum miasta pojawiła się plenerowa wystawa Sztucznych Fiołków. Pierwszego dnia zniknęły cztery z kilkunastu wystawionych prac. Okazało się, że zostały usunięte przez kurię. Arcybiskup Wacław Depa wyraził zaniepokojenie tym, że eksponowane były plansze o antyreligijnych treściach⁴⁹. Obecnie Sztuczne Fiołki ukazują się także drukiem w „Dużym Formacie”, będącym czwartkowym dodatkiem do „Gazety Wyborczej”.

Podobne przykłady twórczości zawiera strona Museum of Selfies⁵⁰. Własnoręcznie wykonane zdjęcie samemu sobie, czyli *selfie*, to znana dziś forma autoportretu, z tym, że jest on natychmiast publikowany w Sieci. Szczególną popularnością cieszą się zdjęcia ze znanymi osobami, celebrytami, a nawet politykami, którzy chętnie pozują do tego typu ujęć. Museum of Selfies to projekt wymyślony przez Oliwię Muus. Polega on na robieniu zdjęcia dziełom sztuki w taki sposób, by jego bohaterowie wyglądali jak w trakcie robienia *selfie*. Warto dodać, że O. Muus otworzyła profil w serwisie Tumblr, na którym każdy może dodać swoje zdjęcie wykonane w ten sam sposób⁵¹. Projekt spotkał się z dużym zainteresowaniem, co potwierdzają zdjęcia napływające z całego świata.

⁴⁵ R. Kim, *Można dostać torsji*, „Newsweek” 2014, nr 6, s. 51.

⁴⁶ J. Klimowicz, *Sztuczne Fiołki: Mam w sobie duże pokłady wściekłości*, [online] <http://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/1,35241,15498803,Sztuczne_Fiolki_Mam_w_sobie_duze_poklady_wscieklosci.html>, dostęp: 25.08.2015.

⁴⁷ M. Piątkowska, *Sztuka w czasach popkultury, czyli dlaczego obrazy mistrzów robią furorę na Facebooku*, [online] <http://wyborcza.pl/1,75475,12574767,Sztuka_w_czasach_popkultury_czyli_dlaczego_obrazy.html>, dostęp: 28.09.2015.

⁴⁸ *Sztuczne fiołki. Z autorem rozmawia Andrzej Bajguz (Radio Białystok)*, [online] <<https://youtu.be/0bW45q8R2cY>>, dostęp: 24.10.2015.

⁴⁹ T. Piersiak, *Kuria częstochowska „aresztuje” Sztuczne Fiołki. Bo były telefony*, [online] <http://wyborcza.pl/1,76842,14651166,Kuria_czestochowska_aresztuje_Sztuczne_Fiolki_.html>, dostęp: 23.10.2015.

⁵⁰ Museum of Selfies, [online] <<http://museumofselfies.tumblr.com/>>, dostęp: 28.09.2015.

⁵¹ *Selfie w muzeum, czy muzeum selfie?*, [online] <<http://www.feedbk.pl/selfie-w-muzeum-czy-muzeum-selfie/>>, dostęp: 27.09.2015.

Samodzielna twórczość w Sieci, czyli autorskie memy⁵²

Innym obszarem aktywności społeczności sieciowych jest zamieszczanie przez ich członków własnej twórczości w Sieci lub komentowanie aktywności innych⁵³. Przykładem takiej własnej internetowej kreacji są memy⁵⁴, które można także rozpatrywać w kontekście strategii właściwych dla net artu. Marta Juza definiuje memy internetowe jako pewien rodzaj informacji rozpowszechnianej przez użytkowników Internetu pomiędzy sobą. Informacje te mogą przyjmować różne formy: zdjęć, filmów, teledysków, grafik, tekstów, cytatów, animacji oraz innych połączeń⁵⁵. Maciej Zaremba dodaje, że propagacja i agregacja memu odbywa się typowymi dla komunikacji sieciowej kanałami, czyli przez platformy mediów społecznościowych, blogi, komunikatory, serwisy informacyjne czy inne usługi, które umożliwiają kontakt między internautami⁵⁶. Najbardziej popularnymi memami internetowymi są te, które przyjmują formę hasła, filmu lub obrazka, a ich celem jest wyśmianie jakiegoś zjawiska, zmotywowanie do działania czy wyrażenie wyobrażeń.

Można spotkać różne klasyfikacje memów. Małgorzata Kowalewska podaje za Wiktorem Kołowieckim trzy główne typy memów internetowych, wyróżnionych ze względu na formę ich tworzenia i związaną z tym funkcję pełnioną przez nie w społeczeństwie sieciowym:

- 1) szablonowe (w celu tworzenia żartów lub ekspresji własnej opinii),
- 2) komentujące (są reakcją na jakieś zdarzenie),
- 3) eksploatujące (mówią o sobie samych)⁵⁷.

Memy szablonowe są zbudowane na podstawie z góry ustalonej matrycy, którą uzupełnia się własnymi treściami. W Sieci można odnaleźć wiele stron, na przykład memgenerator.pl, memy.pl, wykop.pl, na których można bezpośrednio stworzyć mem za pomocą dostępnego tam szablonu. Strony te są zbudowane według identycznego schematu: mają ranking najpopularniejszych memów, poczekalnię, skategoryzowaną wyszukiwarkę oraz generator. Jako przykład memu szablonowego można wskazać te dostępne na stronie demotywatory.pl (rys. 4) lub memy w formie *advice animals* [zwierzęta radzą]⁵⁸ (rys. 5).

⁵² Twórcą pojęcia „mem” jest biolog Richard Dawkins. Mem rozumiał on jako jednostkę ewolucji kulturowej analogiczną do genu. Co ważne, memy posiadają zdolność powielania się przez naśladownictwo oraz podlegają mutacji. Więcej zob. R. Dawkins, *Samolubny gen*, tłum. M. Skonieczny, Warszawa 1996.

⁵³ K. Stachura, dz. cyt., s. 91.

⁵⁴ Dawkins twierdził, że „tak jak geny rozprzestrzeniają się w puli genowej, przeskakując z ciała do ciała za pośrednictwem plemników lub jaj, tak memy propagują się w puli memów, przeskakując z jednego mózgu do drugiego w procesie szeroko rozumianego naśladownictwa” (M. Kowalewska, *O rozumieniu i braku zrozumienia dla memów*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni...*, s. 182).

⁵⁵ M. Juza, *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4, s. 49.

⁵⁶ M. Zaremba, *Memy internetowe*, „Media i Społeczeństwo” 2012, nr 2, s. 61.

⁵⁷ M. Kowalewska, dz. cyt., s. 189.

⁵⁸ A. Walkiewicz, *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt Memetyczny” 2012, nr 14, s. 53–54, [online] <http://www.memetyka.us.edu.pl/dokumenty/pliki/zm14_2012_Walkiewicz.pdf>, dostęp: 31.10.2015.



Rys. 4. Przykład memu szablonowego
Źródło: [online] <demotywatory.pl>, dostęp: 27.03.2015.



Rys. 5. Mem typu *advice animals* – filozoraptor
Źródło: [online] <memy.pl>, dostęp: 27.03.2015.

Warto zaznaczyć, że memy typu *advice animals* dzielą się na filozoraptora (filozofującego i wprawiającego w zakłopotanie dinozaura), pingwina niezręcznych sytuacji (odzwierciedlenie nietaktów w relacjach między ludźmi), mobilizującego wilka, pandę-podrywacza, kruka-milionera oraz tak zwane *bussiness cat*⁵⁹. Memy zwierzęce z czasem zaczęły ewoluować i na przykład w polskiej wersji można spotkać mem „Polak radzi” (rys. 6). Na obrazku znajduje się twarz policjanta Janusza Ławrynowicza na biało-czerwonym tle. Mem ten z założenia ma obnażać narodowe przywary i wytykać wady Polaków.



Rys. 6. Mem z serii „Polak radzi”

Źródło: [online] <memowisko.com>, dostęp: 27.03.2015.

Memy komentujące zawierają replikę lub puentują określony obraz czy sytuację. „Są krokiem do przodu w długiej historii dzielenia się ciekawymi zdjęciami w sieci, pozwalają bowiem precyzyjnie wyjaśnić stosunek autora do materiału”⁶⁰. Najbardziej popularne w tej kategorii memy to: *Mom, please!* (komentarz na przykład do rzeczy, którą bardzo chce się posiadać), *Not bad* (aprobata, afirmacja), *I see what you did there* (szydercze wyśmiewanie jakiegoś zachowania) oraz *Shut up and take my money!*, nawiązujący do animowanego serialu *Futurama* i będący reakcją na gadżety czy nowinki technologiczne, które bardzo chciałoby się mieć (rys. 7).

⁵⁹ Tamże, s. 55–56.

⁶⁰ Tamże, s. 57.



Rys. 7. Memy komentujące

Źródło: [online] <demotywatory.pl>, dostęp: 27.03.2015.

Memy eksploatujące tworzą największą i najbardziej niespójną grupę, ponieważ w jej skład wchodzi wszystkie cybermemy, które nie dają się zakwalifikować do żadnej z powyższych grup. Cybermemy cechuje brak konkretnego przekazu; są to przeróbki będące wyrazem beztroskiej autorskiej ekspresji, parodii, pastiszu. Odnoszą się przede wszystkim do bieżących wydarzeń, są szybką reakcją na śmieszne zdarzenie, jak choćby wylapanie wypowiedzi nastolatka z Gliwic, który na pytanie o plany na sylwestra odpowiedział: „Będę grał w grę”. Memy te nie oszczędzają także celebrytów, aktorów czy gwiazdy show-biznesu, działając na zasadzie fotomontażu, jak w przypadku wykorzystania wizerunku „paczącego kota”, który „paczy”, i kadru z filmu z Alem Pacino, z nazwiskiem aktora zapisanym w wersji spolszczonej (rys. 8).



Rys. 8. Al paczino

Źródło: [online] <hopaj.pl>, dostęp: 27.03.2015.

Jakub Sroka w książce *Obrazkowe memy internetowe* wyszczególnia cztery typy memów zestandaryzowanych pod względem struktury obrazkowej. Są to:

- 1) memy właściwe,
- 2) demotywatory,
- 3) memy typu „pieseł” (doge),
- 4) e-kartki (e-cards)⁶¹.

Badacz ten także podzielił memy ze względu na: zasięg (zakres kulturowego oddziaływania), cel żartu konstytuującego (tematyka może oscylować wokół karykaturalnego przedstawienia określonych kategorii osób lub humorystycznego napiętnowania sytuacji powszechnych, ale uważanych za irytujące) oraz formę językową⁶².

Małgorzata Kowalewska nazywa mem platformą służącą wyrażaniu własnych poglądów oraz komentowaniu otaczającej rzeczywistości⁶³. Rosnąca popularność tych wytworów kultury sprawia, że coraz częściej stają się one obiektem zainteresowania mediów tradycyjnych. Twórcy, którzy swą działalność zaczęli w Sieci, są przechwytywani na przykład do wydawnictw drukowanych. Do takich internetowych artystów można zaliczyć Martę Frej⁶⁴. Artystka w wywiadzie z Gabriellą Kućą przyznaje, że ma problem z komunikowaniem otoczeniu, że jest niezadowolona. Właśnie dlatego rysuje memy – dzięki nim wyraża to, co ją

⁶¹ J. Sroka, *Obrazkowe memy internetowe*, Warszawa 2014, s. 40.

⁶² Tamże, s. 61–78.

⁶³ M. Kowalewska, dz. cyt., s. 189.

⁶⁴ Marta Frej urodziła się w Częstochowie w 1973 roku. Ukończyła studia na ASP w Łodzi. Była asystentką w pracowni rysunku i malarstwa prof. M. Czajkowskiego na ASP w Łodzi. Malarka, ilustratorka, animatorka kulturalna, prezeska Fundacji Kulturoholizm, współzałożycielka Klubu Krytyki Politycznej w Częstochowie. Zob. [online] <<http://memshirt.com/content/4-marta-frej>>, dostęp: 28.10.2015.

denerwuje⁶⁵. Jej prace cieszą się dużą popularnością w Sieci; na Facebooku jej profil obserwuje ponad 76 tysięcy użytkowników⁶⁶. Rysunki M. Frej można też zobaczyć w „Wysokich Obcasach” – sobotnim dodatku do „Gazety Wyborczej”. Poza tym artystka tworzy dla VuMaga⁶⁷, a za pośrednictwem jej strony można kupić torby i koszulki z autorskimi memami. Frej jest także autorką ilustracji do książki *Rozmowy na nowy sezon* (ukazała się ona nakładem Biblioteki Teatru Wielkiego)⁶⁸. Jak donosi „Gazeta Wyborcza”, prace artystki będą zdobić okładki powieści Michela Houlebecqa⁶⁹.

Do podobnych twórców co Frej należy Andrzej Milewski. Autor ten zamieszcza w Sieci rysunki satyryczne. Początkowo publikował je na swojej stronie internetowej www.andrzejrysuje.pl, a później pojawił się jego fanpage na Facebooku. Dziś strona A. Milewskiego ma ponad 115 tysięcy fanów⁷⁰. Od listopada 2013 roku autor tworzy między innymi dla internetowego serwisu „Gazety Wyborczej” wyborcza.pl. Jego prace drukowane są także w papierowym wydaniu tej gazety. Do grona tego typu internetowych twórców można też zaliczyć Janka Kozę. Jego prace poza Siecią drukuje tygodnik „Polityka”. Na Facebooku coraz większą popularność odnotowują natomiast Porysunki z ponad 120 tysiącami fanów⁷¹ oraz Bardzo Brzydkie Rysunki, mające ponad 132 tysiące fanów⁷².

Jak zauważa Dominik Batorski, współcześnie portale społecznościowe są tym miejscem w Sieci, „w którym przejawia się największa aktywność użytkowników”⁷³. Dlatego też twórców net artu można spotkać przede wszystkim w social mediach. Najbardziej popularnym miejscem zamieszczania ich prac jest Facebook. Poniżej (rys. 9) zaprezentowano zestawienie wspomnianych przedstawicieli sztuki internetowej, którzy są aktywni także poza Facebookiem (prowadzą sprzedaż rzeczy ze swoimi rysunkami, jak na przykład Porysunki, Lisie Sprawy; są obecni w prasie tradycyjnej – przykładowo Andrzej Rysuje, Sztuczne Fiolki; wystawiają lub prowadzą jakąkolwiek inną działalność związaną z net artem).

⁶⁵ G. Kuca, *Wywiad z Martą Frej, cz. 1*, [online] <<http://www.kobiecasila.pl/2015/06/wywiad-z-marta-frej-cz-1/>>, dostęp: 29.10.2015.

⁶⁶ Marta Frej, [online] <<https://www.facebook.com/marrafri/timeline>>, dostęp: 28.10.2015.

⁶⁷ VuMag – Very Unique Magazine, serwis internetowy dla kobiet związany z modą, urodą, stylem życia i inspiracjami zakupowymi. Zob. VU Mag, [online] <www.vumag.pl>, dostęp: 29.10.2015.

⁶⁸ *Rozmowy na nowy sezon*, [online] <<http://teatrwielni.pl/dzialalnosc/wydawnictwa/publikacje/rozmowy-na-nowy-sezon/>>, dostęp: 29.10.2015.




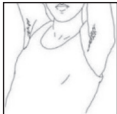
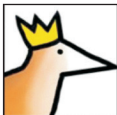


⁶⁹ Z. Suliga, *Ilustracje Marty Frej na okładkach powieści Michela Houlebecqa*, [online] <<http://czestochowa.wyborcza.pl/czestochowa/1,48725,19098107,ilustracje-marty-frej-na-okladkach-powieści-michela-houlebecqa.html>>, dostęp: 29.10.2015.

⁷⁰ Andrzej Rysuje, [online] <<https://www.facebook.com/Andrzej-Rysuje-194112927271848/?fref=ts>>, dostęp: 29.10.2015.

⁷¹ Porysunki, [online] <<https://www.facebook.com/magda.danaj/?fref=ts>>, dostęp: 29.10.2015.

⁷² Bardzo Brzydkie Rysunki, [online] <<https://www.facebook.com/bardzobrzydkierysunki/?fref=ts>>, dostęp: 29.10.2015.

⁷³ D. Batorski, dz. cyt., s. 51.

Popularność na Facebooku		
Nazwa fanpage'a		Liczba kliknięć „Lubię to” (stan na 31.10.2015)
	Sztuczne Fiołki	135 348
	Museum of Selfies	5828
	Porysunki	120 291
	Bardzo Brzydkie Rysunki	132 605
	Lisie Sprawy	19 952
	Andrzej Rysuje	115 777
	Marta Frej	76 184

Rys. 9. Popularność wybranych profili net artu na Facebooku
Źródło: zestawienie własne.

Net art - uwagi końcowe

Internet różni się znacząco od tradycyjnych mediów między innymi tym, że w Sieci może publikować każdy – „i faktycznie, nadawców jest wielu, własne treści tworzą firmy, organizacje, a także część zwykłych użytkowników”⁷⁴. Koszt wytworzenia informacji jest przy tym niewielki, a możliwości rozpowszechnienia

⁷⁴ Tamże, s. 43.

– ogromne. Sztuka dzięki Internetowi zmieniła się i rozszerzyła swoje granice. Korzystając z otwartości i wolności w Sieci, artyści swobodnie miksują dostępne w świecie cyfrowym treści. Zasoby Internetu można „poddawać swoistemu recyklingowi, wykorzystując odrzucone fragmenty plików bądź poszukując wartości estetycznych w efektach wizualnych nieprawidłowo funkcjonującego kodu”⁷⁵.

Internetowa widownia dzieli się na dwie grupy: tych, którzy przerabiają dane zastane w Sieci, oraz tych, którzy zamieszczają w niej własną twórczość. Największą aktywność użytkowników zauważa się dziś na portalach społecznościowych. To miejsce, z którego chętnie korzystają internetowi twórcy. Social media stały się dla nich metaforyczną furtką do realnego świata. Tacy artyści jak na przykład Marta Frej i Andrzej Milewski właśnie dzięki popularności na Facebooku mogą swoje prace publikować w mediach tradycyjnych. Nie bez znaczenia jest tu samo medium – portal społecznościowy Facebook, który jest medium o szerokim zasięgu, stale budującym i powiększającym grono swoich odbiorców – fanów.

Aktywne życie kulturalne w Sieci nie jest wyłączną domeną twórców podpisanych z imienia i nazwiska. Współczesne społeczeństwo coraz chętniej wyraża swoje zdanie chociażby za pomocą memów. Nie bez powodu są one nazywane platformą służącą wyrażaniu własnych poglądów i komentowaniu otaczającej rzeczywistości. Z tych obrazkowych komentarzy, głównie zamieszczanych przez anonimowych twórców, chętnie korzystają inne media. Tytuły zawierające takie słowa, jak „kampania wyborcza” i „memy”⁷⁶, to często spotykane nagłówki z mediów, nie tylko tych internetowych.

Internet stał się nową przestrzenią prezentowania twórczości artystycznej. Działają w niej różni twórcy, ci mniej i bardziej zdefiniowani. Dla niektórych popularność w Sieci oznacza transfer do innych mediów, nowe możliwości i zlecenia. Dla innych, często tych anonimowych, kończy się publikacją pracy przy okazji zbiorczego tekstu o memach komentujących jakieś określone wydarzenie. Łączy ich to, że bycie w Sieci stwarza nowe możliwości, które wydają się nieograniczone.

Bibliografia

Dokumenty prawne

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. 1994, nr 24, poz. 83, [online] <<http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19940240083>>, dostęp: 23.10.2015).

Materiały źródłowe

Abramowicz P., *Z kogo się śmiałyśmy? Przypominamy najlepsze memy kampanii*, [online] <<http://www.tvn24.pl/ciekawostki-michalki,5/wybory-parlamentarne-memy-kampania-wyborcza,588316.html>>, dostęp: 1.11.2015.

⁷⁵ E. Wójtowicz, *Net art*, s. 37.

⁷⁶ P. Abramowicz, *Z kogo się śmiałyśmy? Przypominamy najlepsze memy kampanii*, [online] <<http://www.tvn24.pl/ciekawostki-michalki,5/wybory-parlamentarne-memy-kampania-wyborcza,588316.html>>, dostęp: 1.11.2015.

- Andrzej Rysuje, [online] <<https://www.facebook.com/Andrzej-Rysuje-194112927271848/?fref=ts>>, dostęp: 29.10.2015.
- Bardzo Brzydkie Rysunki, [online] <<https://www.facebook.com/bardzozbrzydkierysunki/?fref=ts>>, dostęp: 29.10.2015.
- Klimowicz J., *Sztuczne Fiolki: Mam w sobie duże pokłady wściekłości*, [online] <http://bialystok.wyborcza.pl/bialystok/1,35241,15498803,Sztuczne_Fiolki_Mam_w_sobie_duze_poklady_wscieklosci.html>, dostęp: 25.08.2015.
- Kuca G., *Wywiad z Martą Frej*, cz. 1, [online] <<http://www.kobiecasila.pl/2015/06/wywiad-z-marta-frej-cz-1/>>, dostęp: 29.10.2015.
- Leonardo da Vinci*, seria: Wielka Kolekcja Sławnych Malarzy, t. 1, Poznań 2006.
- Maj M., *Właściciele „Damy z lasiczką” zabraniają przerabiania zdjęć obrazu*, [online] <<http://di.com.pl/wlasciciele-damy-z-lasiczka-zabraniaja-przerabiania-zdjec-obrazu-awi-50728>>, dostęp: 27.10.2014.
- Marta Frej, [online] <<https://www.facebook.com/marrafri/timeline>>, dostęp: 28.10.2015.
- Museum of Selfies, [online] <<http://museumofselfies.tumblr.com/>>, dostęp: 28.09.2015.
- Piersiak T., *Kuria częstochowska „aresztuje” Sztuczne Fiolki. Bo były telefony*, [online] <http://wyborcza.pl/1,76842,14651166,Kuria_czestochowska_aresztuje__Sztuczne_Fiolki_.html>, dostęp: 23.10.2015.
- Porysunki, [online] <<https://www.facebook.com/magda.danaj/?fref=ts>>, dostęp: 29.10.2015.
- Rozmowy na nowy sezon*, [online] <<http://teatrwielni.pl/dzialalnosc/wydawnictwa/publikacje/rozmowy-na-nowy-sezon/>>, dostęp: 29.10.2015.
- Selfie w muzeum, czy muzeum selfie?*, [online] <<http://www.feedbk.pl/selfie-w-muzeum-czy-muzeum-selfie/>>, dostęp: 27.09.2015.
- Suliga Z., *Ilustracje Marty Frej na okładkach powieści Michela Houllebecqa*, [online] <<http://czestochowa.wyborcza.pl/czestochowa/1,48725,19098107,ilustracje-marty-frej-na-okladkach-powiesci-michela-houllebecqa.html>>, dostęp: 29.10.2015.
- Sztuczne fiolki. Z autorem rozmawia Andrzej Bajguz (Radio Białystok)*, [online] <<https://youtu.be/0bW45q8R2cY>>, dostęp: 24.10.2015.
- VU Mag, [online] <www.vumag.pl>, dostęp: 29.10.2015.
- Właściciele „Damy z lasiczką” zabraniają przerabiania zdjęć obrazu. „Mamy arbitralną władzę”*, [online] <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,16750035,Wlasciciele_Damy_z_lasiczka_zabraniaja_przerabiania.html>, dostęp: 29.08.2015.
- World Internet Project. Poland (2013)*, Warszawa 2013.

Opracowania

- Batorski D., *Filtrowanie społecznościowe w internecie – nowy sposób docierania do treści i jego konsekwencje*, „*Studia Medioznawcze*” 2015, nr 3, s. 43–56, [online] <http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2015_3_62/pelny.pdf>, dostęp: 31.10.2015.
- Bauer Z., *Wstęp 2*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 16–24.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie w Sieci. Co się zmieniło i jak bardzo?*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 81–102.
- Białostocki J., *Sztuka cenniejsza niż złoto*, Warszawa 2013.
- Dash R., *Facebook Now Responsible for Majority of Web Portal Traffic*, „*AdWeek*” 2010, [online] <<http://www.adweek.com/socialtimes/facebook-responsible-for-majority-of-online-traffic>>, dostęp: 8.03.2015.
- Dawkins R., *Samolubny gen*, tłum. M. Skoneczny, Warszawa 1996.
- E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015.
- Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A., *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*, Warszawa 2012.
- Gadowski W., *Przebudzenie Mojżesza (politgramota). Dekalog Pieczyńskiego dla trzódki TVN*, [online] <<http://wpolityce.pl/polityka/138710-przebudzenie-mojzesza-politgramota-dekalog-pieczynskiego-dla-trzodki-tvn>>, dostęp: 29.10.2015.
- Godzic W., *Wstęp 1*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 9–13.

- Grajewski H., *Sztuka Internetu*, [online] <<http://cis.art.pl/PODORKO/TEXTY/PUBLIKACJE/INEART/text.html>>, dostęp: 28.04.2012.
- Hofmoki J., *Internet jako nowe dobro wspólne*, Warszawa 2009.
- Holcomb J., Gotfried J., Mitchell A., *News Use Across Social Media*, Washington 2013.
- Jaskowska B., *O kulturze konwergencji słów kilka*, [online] <www.ebib.info/2008/92/a.php?jaskowska>, dostęp: 1.03.2009.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.
- Ju A., Jeong S.H., Chyi H.I., *Will Social Media Save Newspapers?*, „Journalism Practice” 2014, vol. 8, nr 1, s. 1–17.
- Juza M., *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4, s. 49–60.
- Kim R., *Można dostać torsji*, „Newsweek” 2014, nr 6, s. 50–53.
- Kluszczyński R.W., *Net art – nowe terytorium sztuki*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002, s. 417–429.
- Kopecka-Piech K., *Koncepcje konwergencji mediów*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 3, [online] <http://sm.id.uw.edu.pl/Numery/2011_3_46/pelny.pdf>, dostęp: 29.10.2015.
- Kowalewska M., *O rozumieniu i braku zrozumienia dla memów*, w: *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, Warszawa 2015, s. 180–201.
- Kowalski T., *Mediamorfoza – rzecz o przyszłości mediów i mediach przyszłości w aspekcie konwergencji*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 1, s. 21–32.
- Krauze-Sikorska H., *Net Art – nowa przestrzeń artystycznej kreacji młodzieży*, [online] <http://edunet.amu.edu.pl/mae2012/11_Krauze-Sikorska_2012.pdf>, dostęp: 30.10.2015.
- Nowe media i komunikowanie wizualne*, red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, Lublin 2010.
- Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2002.
- Olmstead K., Mitchell A., Rosenstiel T., *Navigating News Online: Where People Go, How They Get There and What Lures Them Away*, Washington 2011.
- Paul Ch., *Digital Art*, London 2003.
- Piątkowska M., *Sztuka w czasach popkultury, czyli dlaczego obrazy mistrzów robią furorę na Facebooku*, [online] <http://wyborcza.pl/1,75475,12574767,Sztuka_w_czasach_popkultury_czyli_dlaczego_obrazy.html>, dostęp: 28.09.2015.
- Remiks. Teorie i praktyki*, red. M. Gulik, P. Kaucz, L. Onak, Kraków 2011, [online] <<http://śc-ch.pl/remiks-teorie-i-praktyki>>, dostęp: 23.10.2015.
- Sroka J., *Obrazkowe memy internetowe*, Warszawa 2014.
- Stachura K., *(Nowe?) Widownie. Doświadczenia odbiorców mediów w kulturze konwergencji*, w: *Nowe media i komunikowanie wizualne*, red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, Lublin 2010, s. 85–93.
- Szpunar M., *Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Warszawa 2012.
- Walkiewicz A., *Czym są memy internetowe? Rozważania z perspektywy memetycznej*, „Teksty z Ulicy. Zeszyt Memetyczny” 2012, nr 14, s. 49–69, [online] <http://www.memetyka.us.edu.pl/dokumenty/pliki/zm14_2012_Walkiewicz.pdf>, dostęp: 31.10.2015.
- Wójtowicz E., *Net art*, Kraków 2008.
- Wójtowicz E., *Twórca jako postproducent – między postmedialnym remiksem a reprogramowaniem kultury*, w: *Remiks. Teorie i praktyki*, red. M. Gulik, P. Kaucz, L. Onak, Kraków 2011, [online] <<http://śc-ch.pl/remiks-teorie-i-praktyki>>, dostęp: 23.10.2015.
- Zaremba M., *Memy internetowe*, „Media i Społeczeństwo” 2012, nr 2, s. 60–73.

Streszczenie

W latach dwudziestych XXI wieku media elektroniczne oraz funkcjonowanie artysty w Sieci stały się nieodłącznym elementem twórczości artystycznej. Wraz z rozpowszechnieniem dostępu do Internetu powstał alternatywny świat sztuki, który zaczął

funkcjonować poza galeriami. Wolność oferowana przez Sieć wpłynęła na pojawianie się coraz to nowych form wyrazu – na przykład memów czy remiksów, które są częścią net artu. Celem artykułu jest przedstawienie fenomenu internetowych twórców i ich prac oraz omówienie ich transferu z Internetu do świata realnego, między innymi do mediów tradycyjnych.

Net Art: Internet Artists and Their Creative Output (Not Only) Online

S u m m a r y

By the 2020s, electronic media and the functioning of an artist on the Internet will have become an indispensable element of artistic creativity. Along with the ever-growing access to the Internet, an alternate world of art is now being created outside of art galleries. The freedom offered by the Web has influenced newer and newer forms of expression – memes and remixes – each being a part of net art. The aim of the article is to present the phenomenon of Internet artists and their work and to discuss their transfer from the Internet to the real world, including the traditional media.