

Piotr Zawojski

Estetyka nowych mediów

Sztuka i Filozofia 18, 215-218

2000

Artykuł został zdigitalizowany i 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.

Piotr Zawojski
(Katowice)

ESTETYKA NOWYCH MEDIÓW

Krystyna Wilkoszewska (red.), *Piękno w sieci. Estetyka a nowe media*, Universitas, Kraków 1999, 351 s.

„To, że geometria eskadry lotniczej, symfonia ognia karabinowego i woń zgnilizny domagają się własnej estetyki wojennej, nie jest dziś dla nas niczym nowym, brzmi raczej archaicznie niż krwiożerczo i skandalizująco. (...) Dziś bowiem można powiedzieć, że kabina pilota jest prafenomenem estetycznym bezbolesnego futuryzmu”. Tak pisał na początku lat dziewięćdziesiątych niemiecki filozof i teoretyk nowych mediów, Norbert Bolz, proklamując „estetykę cyfrową”, a wywodził ją w prostej linii z budowanych jeszcze w czasie II wojny światowej symulatorów lotów. Obecnie szeroko rozumiana symulacja stała się (wraz z towarzyszącą jej kategorią symulakry) jedną z podstawowych figur epistemologicznych współczesności; wystarczy przywołać chociażby myśl Gilles’a Deluze’a, Paula Virilio czy też Jeana Baudrillarda. Te i inne pojęcia, takie jak immaterialność, wirtualność, digitalizacja, telematyka, wywodzące się najczęściej z obszaru szeroko rozumianej technologii i techniki, przekraczają ramy tych dziedzin i odsyłają do problemów filozoficznych i estetycznych. Przynajmniej od Heideggerowskiej konstatacji, iż „istota techniki nie jest niczym technicznym” i dyskusja o niej nie musi wchodzić w obszar sztuki, takie stwierdzenie wydaje się oczywistością. Jeśli jednak „pytania o technikę” doprowadziły Martina Heideggera do pytań o istotę sztuki, to obecna sztuka zmusza nas do ponownego przemyślenia zagadnień technologii i techniki w kontekście ekspansji nowych mediów i wykorzystywania ich w kreacji artystycznej. Rodzi się potrzeba stworzenia podwalin teoretycznych pod ukonstytuowanie nowej estetyki (technoestetyki) czy też nowych, konkurujących ze sobą, estetyk. Krokiem w tym kierunku jest niewątpliwie omawiana praca zbiorowa powstała z inicjatywy i pod redakcją Krystyny Wilkoszewskiej.

Choć tytuł książki może sugerować, iż poświęcona jest ona wyłącznie zagadnieniom związanym z nową przestrzenią manifestowania się zjawisk

artystycznych, jaką jest Internet, to jednak podtytuł dopowiada, że chodzi o sztukę nie tylko egzystującą w sieci(ach), ale też te wszystkie fenomeny, które wykorzystują tzw. nowe media. Od razu zresztą należy zaznaczyć, iż samo to pojęcie intuicyjnie oswojone i używane powszechnie, ciągle jeszcze nie doczekało się jednoznacznej wykładni, co widoczne jest także w tej pracy. Autorzy posługują się nim dosyć dowolnie, niejako apriorycznie zakładając, że wszyscy wiedzą, o co chodzi. A tak nie jest. Samo pojęcie medium jest bardzo wieloznaczne, zwłaszcza jako kategoria estetyczna, o czym pisze w tekście inicjującym tom (zatytułowanym „Estetyka nowych mediów”) jego pomysłodawczyni Krystyna Wilkoszewska. Nowe media najczęściej definiuje się jako te narzędzia elektroniczne, służące zapośredniczonej komunikacji i kreacji artystycznej, które wykorzystują technologie cyfrowe, a powstały po telewizji. Jeśli – jak pisze Wilkoszewska – „estetyka medialna obejmowałaby zatem całe swe doświadczenie związane z pojęciem historycznie zmiennych mediów – środków artystycznego kształtowania”, to estetyka nowych mediów jest próbą ufundowania nowej refleksji nad sztuką i kulturą współczesną, poddaną presji nowych technologii cyfrowych, w dominujący sposób kształtujących i determinujących współczesny świat sztuki i świat *in toto*.

Omawiana książka jest rezultatem konferencji zorganizowanej przez Zakład Estetyki Instytutu Filozofii UJ, która odbyła się w roku 1998 w Mogilanach. Wzięli w niej udział filozofowie, estetycy (Maria Gołaszewska, Teresa Kostyrko, Anna Zeidler-Janiszewska), filmoznawcy, coraz częściej „przekształcających” się w medioznawców (Tadeusz Miczka, Andrzej Gwóźdź, Eugeniusz Wilk, Jakub Zajdel, Krzysztof Loska), znawcy cyberkultury (Ryszard W. Kluszczyński, Wiesław Godzic), kulturoznawcy (Katarzyna Olbrycht, Sław Krzemień-Ojak), a także praktycy, wykorzystujący w swej działalności artystycznej (bądź „wystawienniczej”) nowe media elektroniczne (Piotr Krajewski, Antoni Porczak, Gerhard Blechinger). To oczywiście tylko część autorów tomu. Już sam pomysł spotkania był niezwykle interesujący, bowiem konferencja została pomyślana „jako seria «trójkowych» wypowiedzi, gdyż każdemu z prezentowanych referatów towarzyszył polemiczny koreferat, a nad dyskusją czuwał wybrany moderator”. Stworzyło to szansę na autentyczny dialog teoretyczny, w którym ścierały się różne opinie i postawy wobec sztuki mediów. Całość została podzielona na trzy części (*W kręgu estetyki, W kręgu sztuki, W kręgu kultury*), co dobrze oddaje szeroki zakres zagadnień, jakie poruszali autorzy.

W części pierwszej uwaga autorów skupiła się przede wszystkim na problematyce badania multimediów (hipermediów) i odnoszenia ich do takich klasycznych zagadnień teorii sztuki, jak na przykład sytuacja estetyczna, wartości estetyczne, problem ontologii dzieła sztuki w epoce postępującej wirtualizacji i immaterializacji artefaktów artystycznych, zagadnienia odbiorcy i nadawcy. Tu także znajdziemy próby aplikacji klasycznych już dziś koncepcji estetycznych (Romana Ingardena, Hansa George'a Gadamera) do badania nowej rzeczywistości medialnej. Część druga została podzielona na dwa segmenty: w pierwszym wypowiadają się teoretycy, w drugiej zaś praktycy. Ci pierwsi skupiają uwagę na labiryntach estetycznych filmu, który musi szukać swego miejsca „uobecniania” się pomiędzy różnymi mediami; podejmują zagadnienia seryjności jako podstawowego problemu estetyki telewizji; zajmują się wykorzystaniem nowych mediów w projektowaniu, architekturze i *designie*, eksplorują rzeźbiarskie aspekty sztuki multimedialnej. Ci drudzy piszą o telewizji (i telewizorze) jako temacie sztuki współczesnej, zagadnieniach interaktywności w dziełach sztuki w dobie komunikacji cyfrowej, a także o koncepcji Internetu jako nowej formy muzeum i szerzej, nowych mediów. W części trzeciej krąg zagadnień zostaje poszerzony o kwestie socjologiczne, psychologiczne, a nawet próby wpisania refleksji nad nowymi mediami w kontekst refleksji etycznej. Ale bodaj najważniejsze pytania stawiane w kilku artykułach i komentarzach do nich odnoszą się do zagadnień „płynnych tożsamości”, implikowanych przez ekspansywność mediów cyfrowych, które konstytuują zupełnie nową, ponowoczesną „podmiotowość rozproszoną”. Kwestie estetyzacji (i anestetyzacji) rzeczywistości, zagadnienia stosunku humanistów do „rzeczywistości” Internetu, problem semantyki tekstów reklamowych, to kolejne z poruszanych tematów.

Nie sposób oczywiście choćby skrótowo przedstawić wszystkich artykułów, warto zatem skupić się na uwagach ogólniejszych, które nasuwają się po lekturze aż 36 tekstów. Otóż książka ta uświadamia, że pomimo wielu starań służących wypracowaniu interdyscyplinarnego paradygmatu badawczego – obejmującego różnorakie inspiracje metodologiczne, poczynając od tradycyjnych kontekstów filozoficznych i estetycznych, przez refleksje na temat „starych” mediów, takich jak film, architektura czy telewizja, aż do zjawisk lokujących się w obszarze cyberkultury – trudno jest zintegrować te tak często odległe od siebie pola refleksji nad współczesną sztuką i kulturą. Niewątpliwie jednak istnieje taka potrzeba. Książka ta jest jedną z pierwszych prób

zmierzających w tym kierunku. Jednocześnie jednak uświadamia, że reprezentantom różnych dziedzin humanistyki bardzo trudno przychodzi znajdowanie wspólnej płaszczyzny refleksji, wspólnych punktów odniesienia. Najprościej rzecz ujmując: filozofowie i estetycy często mają kłopoty ze zrozumieniem radykalnych zmian, jakie są efektem przemian współczesnej rzeczywistości artystycznej, kształtowanej w coraz większym stopniu przez technologię, a teoretykom nowych mediów *sensu stricto* często brakuje filozoficznej i estetycznej „bazy”, by wpisać nowe praktyki artystyczne w kontekst tradycyjnej refleksji o sztuce. W efekcie tak pożądana konwergencja tych dwóch obszarów jest ciągle jeszcze bardziej stanem pożądanym, aniżeli faktycznym. Ale to właśnie takie spotkania jak to w Mogilanach, w efekcie którego powstała prezentowana książka, nie tylko pokazują konieczność wzajemnego „uczenia się” badaczy, lecz także przyczyniają się do popularyzacji problematyki nowych mediów, nie tylko w kontekście wyznaczanym przez ich własną dynamikę rozwoju, ale również poprzez usytuowanie w pewnej tradycji. Bo przecież, choć technokultura stanowi radykalnie nową mutację cywilizacyjną, nie znaczy to jednak, iż zrywa ona wszelkie więzi z przeszłością, przekreślając jej dorobek.

W wydanej w roku 1998 książce *Digital Aesthetics* znawca problematyki nowych mediów audiowizualnych, Sean Cubitt określił mianem „kultury synergetycznej” epokę cyfrową, w którą z impetem weszliśmy, odrzucając czy też przekraczając epokę analogową. „Kultura synergetyczna” wymaga także synergetycznego współdziałania badaczy, reprezentujących różne dziedziny współczesnej wiedzy humanistycznej. Omawiana książka jest bardzo dobrym przykładem zbliżenia różnych środowisk, a także różnych pokoleń badaczy, które może w przyszłości zaowocować kolejnymi inicjatywami naukowymi i wydawniczymi. Nie trzeba chyba bowiem nikogo specjalnie przekonywać, że są one potrzebne, by nie powiedzieć niezbędne, zarówno ze względów poznawczych, jak i edukacyjnych. *Piękno w sieci* może zresztą z powodzeniem służyć tym wszystkim, którzy problematyką nowych mediów nie zajmują się na co dzień, i tym, dla których stanowi ona podstawowe pole badawcze.