

Kilka uwag o miejscu sztuki w społeczeństwie informacyjnym

Anna Małecka

Artykuł stanowi próbę zarysowania problemów dotyczących sztuki, wyłaniających się wraz z rozwojem nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych. Szczególny nacisk położono zwłaszcza na kwestię interaktywności w nowej sztuce, na tle Ingarde-nowskiej koncepcji konkretyzacji dzieła w przeżyciu estetycznym odbiorcy. W pracy wykorzystano również wyniki badań nad preferencjami aksjologicznymi społeczeństwa informacyjnego, przeprowadzonych w roku 2000 w Akademii Górniczo-Hutniczej.

Kilka uwag o miejscu sztuki w społeczeństwie informacyjnym

Sztuka towarzyszyła człowiekowi od zawsze, stanowiąc próbę symbolicznego wyrażenia ważkich treści nie dających się wyrazić wprost. Była też tradycyjnie uważana za domenę piękną, później także innych wartości estetycznych. Czy dziś, stając u progu społeczeństwa informacyjnego, dysponując nowymi mediami, inaczej rozumiemy sztukę, inne mamy wobec niej oczekiwania jako odbiorcy?

Gwałtowny rozwój technologii informacyjno-komunikacyjnych z Internetem na czele sprzyja utożsamianiu komunikowania już nie li tylko z samym przekazem, lecz przede wszystkim z *interakcją*. W nowym modelu komunikowania odbiorca odgrywa coraz bardziej aktywną rolę. Dla badacza sztuki owe przeobrażenia w systemie komunikowania implikują szereg pytań dotyczących samego jądra sztuki, takich jak:

- Na ile ekspansywny rozwój mediów elektronicznych narzuca nowe rozumienie istoty twórczości/odbioru sztuki, interpretowanych w kategoriach komunikowania?
- Czy status artystycznych kreacji komputerowych jest zasadniczo różny od obiektów sztuki opartej na zasadzie technicznej reprodukcji, jak fotografia czy film?
- Czy wartości estetyczne, stanowiące wszak o dziele sztuki, uległy „multimedialnemu przewartościowaniu”?
- Czy media, a w szczególności Internet, sprzyjać będą rozkwitowi sztuki wysokiej, czy też dominować tu będzie propagowanie kultury masowej, jak rzecz ma się od dawna z telewizją?

- Czy interaktywne media narzucają zuniformizowany, globalistyczny model kultury/sztuki, czy też skłaniają ku pluralistycznej jej realizacji, uwzględniającej zróżnicowanie grona odbiorców?
- I wreszcie, czy fakt korzystania z Internetu ma wpływ na ogólne zainteresowanie społeczeństwa sztuką?

Każde z zasygnalizowanych pytań otwiera pole dla dyskusji i analiz. Ograniczone ramy niniejszego wystąpienia oraz znajdujące się w fazie wstępnej badania nad społecznością AGH, traktowaną jako swoista „enklawa” społeczeństwa informacyjnego, pozwalają zaledwie na zarysowanie niektórych spośród szerokiej gamy problemów dotyczących sztuki, wyłaniających się wraz z rozwojem multimediów elektronicznych.

Zacznijmy od rozważenia kwestii, czy realizowane na szeroką skalę założenie o interaktywności komunikowania w sztuce, rzeczywiście zmieniło diametralnie rozumienie samego dzieła. Popularna jest teza, iż Internet zrewolucjonizował spojrzenie na status kreacji artystycznej poprzez dopuszczenie współdziałania odbiorcy przy tworzeniu kształtu utworu – jak to się dzieje w dobrze nam wszystkim znanych grach komputerowych, ale również w rozmaitych realizacjach pretendujących do miana *nowej sztuki*. Mówi się, iż dopiero w sztuce Internetu mamy do czynienia z sytuacją, w której dzieło nie wyprzedza procesu doświadczenia odbiorczego, lecz powstaje wraz z nim; sytuacją, w której autor daje odbiorcy zaledwie załączek dzieła [zob. 1, por. 5], gdzie istnieje wiele możliwych poziomów, wątków, możliwości wyboru w łonie hipertekstu. Pamiętajmy jednak, iż *de facto* każde dzieło sztuki jest dziełem otwartym, wymagającym dopełnienia w indywidualnym przeżyciu estetycznym odbiorcy, choć w granicach możliwości wyznaczonych przez sam obiekt artystyczny. Odwołując się do teorii estetycznej Romana Ingardena możemy powiedzieć, iż odbiorca zawsze konstytuuje przedmiot estetyczny, będący obiektem jego odbioru, w oparciu tak o samo dzieło jak i własną wrażliwość, wiedzę, doświadczenie. W każdym dziele – odwołajmy się tu w szczególności do dzieła literackiego – istnieją miejsca domagające się wyraźnego „uzupełnienia” przez odbiorcę, jego twórczego wysiłku – „luki”, tzw. „miejsca niedookreślenia” (jak chociażby wygląd postaci, ich stany psychiczne); każde prawdziwe dzieło sztuki odnajduje multum dookreśleń w poszczególnych konkretyzacjach w przeżyciach estetycznych odbiorców [3: s. 96–99, 4: s. 410]. Obrazowym przykładem są tu dzieła Szekspira, inscenizowane i interpretowane na wielorakie, często równoprawne sposoby, z których każdy oddaje sprawiedliwość pewnym aspektom spośród bogatego potencjału symbolicznych znaczeń. Tradycyjnie najbardziej znaczące i wartościowe spośród owych interpretacyjnych dookreśleń dzieła funkcjonowały w kulturze, oddziałując na dalsze jego odbiorcy; dziś w sztuce Internetu każdy użytkownik może rozpowszechnić swoje „kreacje odbiorcze” jako równoprawne z innymi.

Prawdą jest, iż wiek XX w sposób szczególny uaktywnił odbiorcę – chociażby poprzez eksperymenty teatralne, performances, interaktywne instalacje, formalne eks-

perymenty w poezji i prozie. Królująca dziś sztuka postmodernistyczna oparta jest na zasadzie gry, współtworzenia sensu.

Czy tele-sztuka różni się więc całkowicie w swym twórczo-odbiorczym statusie od sztuki tradycyjnej oraz głównych nurtów sztuki najnowszej, w tym sztuki postmodernizmu? Wydaje się, że różnica jest głównie ilościowa i sprowadza się do tego, iż ów czynny udział odbiorcy w kreowaniu warstw obiektu percepcji estetycznej w cyberprzestrzeni stał się bardziej spektakularny oraz dosłowny.

Zapytajmy teraz o sprawę podstawową dla rozważań nad sztuką: co stanowi, iż dany obiekt może zostać uznany za dzieło sztuki i czy obecnie kryteria te uległy jakiejś drastycznej zmianie? Odwołując się raz jeszcze do teorii estetycznej Romana Ingardena powiemy, iż dzieło sztuki jest w pełni sobą jedynie w obrębie sytuacji estetycznej, o ile w świadomości ludzkiej występuje jako przedmiot realizujący wartość estetyczną. Internet jako multimedium może być „inicjatorem” zarówno realizacji wartościowych estetycznie, jak i tych jedynie pretendujących do miana sztuki, tak jak to się działo zawsze – obok dzieł sztuki występowały zawsze utwory chybione. Jednak masowy zasięg tego nowego medium zachęca do rozpowszechniania kiczu. Poza tym sztuka Internetu zdaje się dzielić ogólny los sztuki współczesnej, w której odnalezienie – czy może raczej współkreowanie sensu staje się coraz trudniejsze, kryteria – niejasne, a same wartości – problematyczne; sztuki zmierzającej do zaszokowania, wywołania wstrząsu – i to za wszelką cenę.

Zapytajmy wreszcie na zakończenie, na ile fakt użytkowania Internetu wpływa na zainteresowanie odbiorców sztuką w ogóle?

Przeprowadzona w roku 2000 pierwsza seria badań nad społecznością Akademii Górniczo-Hutniczej, traktowana jako przykład społeczeństwa przeistaczającego się w informacyjne, prowadzi do interesujących wniosków, które jednakże – z uwagi na wycinkowe jeszcze dane – pozostać muszą w sferze roboczych hipotez [2]. Część tych badań, poświęconych aksjologicznym aspektom społeczeństwa informacyjnego, dokonana została przy użyciu metody „słów sztandarowych”, rozpowszechnionej przez Prof. Walerego Pisarka z Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie. Zgodnie z tą metodą respondenci mieli wskazać – spośród 63 haseł – 10 słów wyrażających – w ich opinii – treści najbardziej godne podziwu i pożądane, oraz 10 słów kojarzących się negatywnie. Otóż w ogólnym rankingu hasło „sztuka” zajęło miejsce 24 (przypomnijmy: na 63 możliwe, wśród których znajdowały się słowa nacechowane wybitnie negatywnie, jak np. „korupcja”) z 16,5% wskazań.

Analizując wybory „sztuki” jako mirandum (a więc słowa nacechowanego pozytywnie) w zależności od deklarowanego przez respondentów faktu korzystania bądź niekorzystania z Internetu zauważamy, iż wśród ankietowanych użytkowników Sieć procent wskazań wynosił 17,6%, zaś wśród nieużytkujących – 13,4%. Różnica wynosi tu więc 4,2% – o tyle częściej wybierali hasło „sztuka” korzystający z Internetu ankietowani członkowie społeczności AGH.

Wśród pracowników AGH ranking ten przebiegał następująco: „Sztukę” wybrało 12,5% korzystających z Internetu oraz 8,8% niekorzystających (a więc

o 3,7% więcej). Różnica ta jest bardziej znaczna w przypadku studentów – 19,1% użytkowników Sieci wskazywało na sztukę jako mirandum, oraz 14,2% nieużytkujących – różnica wyniosła więc blisko 5% – na rzecz surfujących po Internecie.

Dane te brzmią obiecująco – członkowie społeczności informacyjnej zdają się wykazywać większe zamiłowanie do sztuki niż osoby znajdujące się poza Siecią (szczególnie dotyczy to ludzi młodych – studentów). Optymistycznie też nastrajają prowadzone od lat przez Wydział Nauk Społecznych Stosowanych AGH (uprzednio Instytut) wykłady i ćwiczenia z przedmiotu „Świat sztuki”, w ramach humanistycznych przedmiotów obieralnych, cieszące się dużym zainteresowaniem studentów (pośród których 73% stanowią użytkownicy Internetu). Studenci AGH uprawiają też własną twórczość artystyczną, zwłaszcza w dziedzinie fotografii, zamieszczając swe mini-galerie na stronach www.

Wstępne prognozy odnośnie miejsca sztuki wśród obywateli społeczeństwa informacyjnego brzmią więc umiarkowanie optymistycznie. Głównym zagrożeniem jest tu pułapka „smogu aksjologicznego”, który zanieczyszczając neutralne ze swej natury środowisko multimediów elektronicznych wiedzie odbiorców na manowce kultury, kusząc mirażami łatwej rozrywki i odciągając od **wartościowego**, autentycznie interaktywnego, twórczego kontaktu ze sztuką **wyższych lotów**, dla której wszak powinno się znaleźć więcej miejsca w Sieci.

Bibliografia

- [1] Dziamski G. 2000: *Nowe media a sztuka XX wieku*. [w:] „Estetyka i Krytyka”, nr 1
- [2] Fiut I.S. (red.) 2001: *Preferencje aksjologiczne społeczności AGH w kontekście korzystania z Internetu. Raport z badań*. Kraków (maszynopis)
- [3] Ingarden R. 1958: *Studia z estetyki*. Warszawa, t. II, s. 96–99
- [4] Ingarden R. 1960: *O dziele literackim*. Warszawa, s. 410
- [5] Kluszczyński R.W. 2001: *Społeczeństwo informacyjne, Cyberkultura, Sztuka multimediów*. Kraków