

Agnieszka Kiejziewicz

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Jagielloński

Awangarda 2.0. Obecność artystów niezależnych w Internecie na przykładzie japońskich twórców filmów eksperymentalnych

Słowa kluczowe: kino eksperymentalne, Japonia, film japoński, komunikacja w Internecie, Collective [+], awangarda

Key words: experimental cinema, Japan, Japanese film, communication in the Internet, Collective [+], avant-garde

Wstęp

Wkraczanie nowych mediów w kolejne sfery życia społecznego, a co za tym idzie, ich obecność także w świecie kultury, w XXI wieku stało się codziennością. Internet jako platforma wymiany myśli i dzielenia się zasobami, a także kompendium informacji tematycznych zyskał status miejsca oferującego szeroki dostęp do wiedzy eksperckiej, wcześniej nieosiągalnej dla tak dużego spektrum odbiorców.

Swoje miejsce w Sieci zyskała również sztuka, a podział na dzieła kultury wysokiej, treści popkulturowe oraz działania niezależne uległ zatraceniu pod wpływem haseł egalitarnego dostępu do informacji i postępującej digitalizacji. Jedynym kryterium pojawienia się danego zasobu w formie cyfrowej stała się nie jego klasyfikacja, a możliwość udostępnienia z zachowaniem obwarowań prawa autorskiego¹. O ile zamieszczeniu w Sieci kanonicznych dzieł wielkich mistrzów malarstwa, literatury czy filmu w celach edukacyjnych i rozrywkowych towarzyszy powszechna akceptacja, to masowe upowszechnianie dokonań artystów awangardowych, których domeną zawsze było docieranie do wąskich kręgów odbiorców, nadal wydaje się kontrowersyjne. Warto jednak zauważyć, że dążenie artystów niezależnych do poruszenia szerokich kręgów widzów i/lub słuchaczy nie jest niczym nowym ani też nie występuje przeciwko postulatom filmowego undergroundu. Już twórcy Wielkiej Awangardy zachwycali się dynamiką rozwoju cywilizacji przemysłowej oraz przystępnością kina jako medium umożliwiającego poruszanie także widzów niewyedykowanych. Ponadto postulowane przez twórców tamtych czasów występowanie przeciwko tradycji odbywało się za pomocą zapożyczeń form funkcjonujących w kulturze głównego

¹ P. Aigrain, *Dzielenie się. Kultura i gospodarka epoki Internetu*, tłum. W. Pędzich, Warszawa 2012, s. 42–107.

nurtu². Dlatego też, porównując fascynacje i działania artystów z początku XX wieku z internetową aktywnością nowego pokolenia eksperymentatorów, można zauważyć, że współczesne media oferują wspaniałe możliwości kontynuacji oraz reinterpretacji wcześniejszych postulatów.

Internet okazał się nowym polem praktycznego zastosowania awangardowych założeń, a także podjęcia próby przekazania szerokiemu gronu użytkowników treści trudniejszych w odbiorze, różnych od popularnych form rozrywkowych. Pojawienie się artystów niszowych w środowisku cyfrowym doprowadziło do wytworzenia dwóch form komunikacji nowatorskich w przypadku sztuk eksperymentalnych. Z jednej strony, na fali rozkwitu ruchów fanowskich, wzorowanych na tych związanych z kulturą popularną, nastąpił rozwój platform udostępniania dzieł awangardowych, przenoszących narzędzia porozumiewania się miłośników popkultury na grunt niezależny. Takie dzielenie się zasobami przez samych zainteresowanych twórczością niszową oraz nowe formy komunikacji fanów nurtu pozwalają budować ogólnoswiatową społeczność. W kontekście popularyzacji filmowych form niezależnych jest to zjawisko dotąd niespotykane. Transfer przywołanych treści pełni także rolę edukacyjną i przyczynia się do rozwoju badań akademickich, oferując dostęp do dzieł zagranicznych bez potrzeby odbywania dalekich podróży, dzięki czemu możliwe jest popularyzowanie nawet tak niszowych form, jak najnowszy japoński film eksperymentalny. Drugi sposób komunikacji rozwinął się na linii artysta – widz. Wzorem autorów popularnych twórcy niezależni, szukając kontaktu z odbiorcą poprzez publikowanie w Internecie nie tylko swojej sztuki, ale również komentarzy i impresji, aktywnie korzystają z blogosfery oraz portali społecznościowych.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie sposobu pojawiania się treści związanych z filmem niezależnym w Internecie, co następuje poprzez działania ruchu fanowskiego oraz komunikaty wysyłane przez samych artystów. Temat został opracowany na podstawie analizy portali, blogów oraz stron internetowych, zarówno prowadzonych przez fanów, jak i administrowanych przez reżyserów. Z uwagi na szeroki zakres dostępnego materiału badawczego analiza została zawężona do dokonań twórców japońskiego filmu eksperymentalnego, którzy przodują w kreatywnym wykorzystaniu Internetu w celach promocyjnych, opracowując coraz nowsze, często zaskakujące sposoby na poszerzenie dostępu do sztuki awangardowej w Sieci.

Komunikacja fanów. Zasoby internetowe dla koneserów niszowych form audiowizualnych

Analizę współczesnego kształtu komunikacji fanów dzieł eksperymentalnych i awangardowych warto rozpocząć od podkreślenia, że celem nawiązywania przez nich interakcji jest szeroko pojęta wymiana, niekoniecznie wiążąca

² R.W. Kluszczyński, *Film i Wielka Awangarda*, w: *Film awangardowy w Polsce i na świecie*, red. R.W. Kluszczyński, Łódź 1989, s. 14–15.

się z wymianą konkretnego dzieła w formie materialnej lub cyfrowej. Rozpowszechnianiu może podlegać również informacja. Sam proces udostępniania zasobów i jego znaczenie społeczne analizuje Lawrence Lessig, opisując w swojej książce *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*³ dwa systemy ekonomiczne, dla których Sieć jest polem ścierających się wpływów: gospodarkę komercyjną i gospodarkę dzielenia się. Autor zauważa, że głównym wyznacznikiem funkcjonowania tej drugiej jest fakt, że „dostęp do niej nie reguluje cena, lecz skomplikowany zbiór relacji społecznych”⁴, co można z powodzeniem odnieść do mechanizmów definiujących zjawisko wymiany wśród fanów niszowych form audiowizualnych. Jak zauważa L. Lessig, internetowe gospodarki dzielenia się, wśród których najpopularniejszym przykładem jest Wikipedia, opierają się na tym, że „ludzie dokładają się do dobra wspólnego poprzez produkt uboczny czegoś, co i tak chcą robić”⁵.

Przykładem serwisu działającego na przywołanych powyżej zasadach udostępniania treści awangardowych jest UbuWeb, zarejestrowany jako organizacja non-profit⁶. Strona powstała w 1996 roku, początkowo odgrywając rolę repozytorium treści audiowizualnych, aby dzięki pracy wolontariuszy rozrosnąć się do rozmiarów największego zbioru treści awangardowych w Internecie. Co istotne, administratorzy serwisu zaznaczają, że ich przedsięwzięcie nie potrzebuje żadnych metod wsparcia pieniężnego czy zewnętrznego sponsoringu. Redaktorzy podkreślają również, że serwis nie będzie nigdy reklamowany w celu uzyskania większej popularności. Istotny wydaje się fakt, że wszystkie treści znajdujące się w bazie są darmowe, przy czym w kontekście praw autorskich twórcom przyświeca określony kodeks postępowania:

Jeśli nakład czegoś jest wyczerpany, uważamy, że [udostępnianie] jest w porządku. Jeśli coś jest w druku, jednakże jest absurdalnie drogie lub trudne do uzyskania, spróbujemy się tym zająć. Jednakże jeśli coś jest w druku i dostępne dla wszystkich, nie ruszymy tego. Ostatnią rzeczą, którą chcemy zrobić, jest zabieranie i tak skromnych środków z kieszeni osób wypuszczających na rynek słabo sprzedające się dzieła awangardowe. UbuWeb funkcjonuje jako centrum dystrybucji dla trudnych do znalezienia, o wyczerpanym nakładzie i ukrytych materiałów, przesyłanych cyfrowo na stronę internetową. [...] Jeśli wydanie jakiegoś dzieła zostanie wznowione, natychmiast usuniemy je z naszej strony. Także jeśli artysta odnajdzie swoje materiały zamieszczone na UbuWeb bez pozwolenia i będzie chciał ich usunięcia, prosimy o taką informację. W większości przypadków spotykamy się jednak z pozytywną reakcją artystów, którzy dowiadują się, że ktoś dba o ich dzieła i prezentuje je w odpowiednim kontekście. Jak zawsze jesteśmy otwarci na kolejne prace. Spójrzmy prawdzie w oczy,

³ L. Lessig, *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, tłum. R. Próchniak, Warszawa 2009, s. 121–177. W dalszej części rozważań Lessig opisuje również gospodarki hybrydowe, których funkcjonowanie nie jest bezpośrednio powiązane z tematyką niniejszego artykułu, dlatego autorka zdecydowała o ich pominięciu.

⁴ Tamże, s. 147.

⁵ Tamże, s. 157.

⁶ UbuWeb, [online] <<http://www.ubuweb.com/>>, dostęp: 2.06.2016.

jeśli posiadalibyśmy pozwolenie od każdego [kto zamieszcza swoje dzieła] na UbuWeb, nie byłoby UbuWeb⁷.

Dzielenie się treściami awangardowymi oraz tworzenie społeczności skupionej na poszerzaniu swojej wiedzy związanej z preferowanym tematem opiera się w przypadku serwisu UbuWeb na działaniach koordynowanych przez ekspertów zajmujących się awangardą (na stronie internetowej serwisu podają oni swoje dane). Komunikacja w opisywanej grupie opiera się na zgłaszaniu zapotrzebowania na poszukiwany materiał przez fanów. Można tego dokonać poprzez portal społecznościowy Twitter, gdzie UbuWeb posiada swoje konto. Autorzy również sami wyszukują nowości i aktywnie o nich informują, nieustannie wzbogacając zbiory. Jako kanału komunikacyjnego używają też założonego przez siebie radia internetowego (UbuWeb Radio Stream). Serwis oferuje także dzieła twórców japońskich, wśród których warto zwrócić uwagę na ogromny zbiór niedostępnych nigdzie indziej dokonań Toshio Matsumoty oraz Shujiego Terayamy.

UbuWeb jest platformą ogólnodostępną – nie ma potrzeby logowania się, a zasoby pojawiają się w otwartym dostępie, co dowodzi, że społeczność odbiorców awangardy nie próbuje podkreślić swojej elitarności, tym bardziej realizując przywołane wcześniej postulaty Wielkiej Awangardy. Inaczej było w przypadku serwisu Surrealmoviez.info, zamkniętego w 2012 roku. Założeniem jego twórców było, podobnie jak w przypadku UbuWebu, tworzenie przepastnego archiwum niezależnych dzieł audiowizualnych. Jednakże „Surreal”, promujący wszystko, co stało w opozycji do filmowego mainstreamu, po pewnym czasie ograniczył dostęp do swoich archiwów, a wejście na stronę wymagało specjalnego zaproszenia, wysłanego przez jednego z członków społeczności. Wkrótce też serwis przestał istnieć, niedługo po tym, jak dysponenci serwisu RapidShare, z którego narzędzi korzystali członkowie Surrealmoviez.info, zmienił zasady pobierania i udostępniania plików⁸.

Filmoznawca Rafał Syska pisze o bazach kreowanych przez fanów w kontekście zjawiska określanego mianem kinofilii 2.0. Promowanie niszowych form audiowizualnych odbywa się w tym przypadku za pomocą nowych technologii (portali społecznościowych, blogów i baz danych), co jest głównym wyznacznikiem nowej kinofilii. W związku z tym równocześnie zmniejsza się znaczenie dawnych form komunikacji fanów, takich jak dyskusyjne kluby filmowe oraz prasa drukowana⁹. Autor *Filmowego neomodernizmu* proponuje czytelnikowi krótki przegląd sposobów działania różnych internetowych archiwów filmowych, zestawiając ze sobą bazy oferujące obrazy popularne z przywołanym wyżej „Surrealem”. Analizując to zestawienie, można zauważyć, że gdy serwisy głównego nurtu, oferujące szeroki zakres nieselekcjonowanego materiału, balansują na granicy legalności i naruszania praw autorskich, bazy awangardowe zdają się

⁷ Tamże, *Frequently Asked Questions*, [online] <<http://www.ubu.com/resources/faq.html>>, dostęp: 2.06.2016 (jeśli nie podano inaczej, cytaty ze źródeł obcojęzycznych podaję w tłumaczeniu własnym – A.K.).

⁸ R. Syska, *Filmowy neomodernizm*, Kraków 2014, s. 171–172.

⁹ Tamże, s. 166–167.

funkcjonować według przyjętego przez twórców kodeksu¹⁰. W tym przypadku pojawia się pytanie o to, czy tworzenie kodeksów postępowania jest związane z większą wrażliwością fanów niszowych form na sytuację autora dzieła, zarabiającego niewielki procent tego, co przypada w udziale twórcom głównego nurtu. Niewątpliwie w model komunikacji fanów kina niezależnego wpisuje się podkreślanie szacunku dla reżyserów otwartych na bliskie relacje z odbiorcami ich dzieł, prowadzące do uwrażliwienia na tworzenie, szeroko pojmowanych, „dobrych praktyk” udostępniania treści.

Zanurzenie w cyberprzestrzeni. Jak młodzi eksperymenci budują swoją popularność

Jak zauważył Vuk Cosic w wywiadzie z 1997 roku, współcześni artyści wykorzystujący w swojej pracy nowe media są „idealnymi dziećmi Duchampa”¹¹. Ich sztuka doskonale realizuje postulaty „ojca nurtu”, łącząc dematerializację, przywłaszczenie elementów kultury popularnej oraz efemeryczność dzieł zamieszczonych w środowisku wirtualnym¹². Wśród światowych społeczności twórców zajmujących się sztuką niezależną warto poświęcić uwagę artystom japońskim. Wschodni eksperymenci w doskonały sposób łączą popularne metody komunikacji z fanami z unikalnością swojej sztuki, czyli umiejętnym powiązaniem awangardy i nowych mediów poprzez zastosowanie wspomnianego powyżej przywłaszczenia.

Odbiorców już nie dziwi fakt posiadania przez artystów stron internetowych funkcjonujących jak wirtualne portfolia i wizytówki, pozwalających na pierwszy kontakt ze stylem twórcy. W tym przypadku pojawia się pytanie o to, co artysta pragnie przekazać przez samą budowę swojej strony internetowej. Przywołując jako przykład działania zachodniej grupy BOCA (Bozeau Ortega Contemporary Arts), Ginger Scott stwierdza, że strony internetowe artystów często przypominają galerie sztuki. Biała szata graficzna, imitująca czystą przestrzeń wystawową, wśród której umieszczone są zdjęcia i instalacje audiowizualne, odwołujące się z kolei do monitorów spotykanych w galeriach – te wszystkie zabiegi zapraszają widza do „przechadzki” po wystawie bez opuszczania domu¹³. Jednym

¹⁰ Por. tamże, s. 171. Rafał Syska w swojej książce przywołuje także kodeks, który widniał na stronie Surrealmoviez.info: „Społeczność serwisu Surrealmoviez chroni i udostępnia filmowe skarby, katalogując ich źródła zdeponowane w całej sieci. Naszym celem jest być jak najdalej od mainstreamu i wspierać z całych sił kino eksperymentalne, surrealne, niezależne, artystyczne i ekstremalne [...]. Pamiętaj, że bez twojego wsparcia żaden stary film nie będzie odrestaurowany, a żadne nowe nie będą realizowane. Jeśli więc spodobał ci się jakiś film, powinienes go KUPIĆ!” ([online] <www.surrealmoviez.info/news.php>, dostęp: 1.09.2013).

¹¹ T. Baumgärtel, *Art Was Only a Substitute for the Internet: Interview with Vuk Cosic*, [online] <<http://www.heise.de/tp/artikel/6/6158/1.html>>, dostęp: 4.06.2016.

¹² G. Scott, *Duchamp's Ideal Children: Internet Art, the Avant-Garde and the Ready-made*, [online] <<http://poool.info/duchamps-ideal-children-internet-art-the-avant-garde-and-the-ready-made/>>, dostęp: 4.06.2016.

¹³ Tamże.

z japońskich twórców odwołujących się do estetyki galerii sztuki jest Tomonari Nishikawa. Jego strona internetowa została podzielona na trzy obszary (film, video i instalacje), oznaczone logotypami przypominającymi różne rozmieszczenie ścian w przestrzeni wystawienniczej¹⁴. Podobne rozwiązania preferuje także zajmujący się eksperymentami z tworzywem filmowym Shinkan Tamaki¹⁵ oraz Ai Hasegawa¹⁶, poruszająca problematykę rodzicielstwa i futurystycznych wizji międzygatunkowej prokreacji.

Drugi rodzaj projektów stron internetowych możliwy do wyróżnienia wśród prezentacji japońskich eksperymentatorów opiera się na wkomponowaniu w szablon (*layout*) wybranego dzieła (lub kilku z nich) w ten sposób, że odwiedzający od razu ma sposobność zapoznania się ze stylem artysty. Przykładem może być witryna Takashiego Makiny¹⁷. Twórca ten za główny cel swojej sztuki obrał próbę zachęty widza do kontemplacji istoty istnienia, co ma nastąpić poprzez obserwację interaktywnych obrazów wygenerowanych komputerowo, wielobarwnych supernowych. Głównym motywem jego strony jest kadr z filmu *Phantom Nebula* (2014)¹⁸, prezentujący obraz utrzymanej w ciemnych tonacjach galaktyki. Takie rozwiązanie przyjęła również Rei Hayama, zajmująca się popularyzacją japońskiego eksperymentu audiowizualnego i współtworząca z Makino grupę Collective [+]¹⁹. Artystka zgłębia zagadnienie relacji między człowiekiem i środowiskiem naturalnym. Jej strona główna prezentuje grafikę ze zbliżeniem na cień owada rzucony na kamienie w kolorach ziemi, co doskonale oddaje ducha twórczości reżyserki.

Strony internetowe japońskich autorów nie tylko stanowią wizytówki ich dokonań, ale również służą promocji projektów pobocznych, które mogą trafić do szerszego kręgu odbiorców po wspomnieniu o nich w dodatkowych zakładkach. W ten sposób Kazuhiro Goshima²⁰ reklamuje działalność swojej firmy Galactic Visions²¹, pod której szyldem tworzy, wykonując projekty audiowizualne (także komercyjne) dla klientów indywidualnych. O ciekawym działaniu pobocznym informuje za pomocą swojej strony również Rei Hayama, odsyłając odwiedzającego do serwisu społecznościowego Facebook, gdzie prowadzi projekt Urban

¹⁴ T. Nishikawa, *Tomonari Nishikawa*, [online] <<http://www.tomonarinishikawa.com/>>, dostęp: 6.06.2016.

¹⁵ S. Tamaki, *shinkantamaki.net*, [online] <<http://shinkantamaki.net/>>, dostęp: 6.06.2016.

¹⁶ A. Hasegawa, *Ai_Hasegawa. Expand the Future*, [online] <<http://aihasegawa.info/>>, dostęp: 6.06.2016.

¹⁷ T. Makino, *Makino Takashi*, [online] <<http://makinotakashi.net/>>, dostęp: 7.06.2016.

¹⁸ *Phantom Nebula*, reż. T. Makino, Japonia 2014.

¹⁹ Grupa Collective [+] również posiada swoją stronę internetową, utrzymaną w stylu „galeryjnym”, na której są zamieszczane informacje o planowanych pokazach czy wydanych publikacjach; znajduje się tam także archiwum działalności kolektywu. Zob. Plus, *Plus Screening*, [online] <<http://plusscreening.org/>>, dostęp: 7.06.2016.

²⁰ K. Goshima, *Kazuhiro Goshima*, [online] <http://www.goshiman.com/hp/01news_e.html>, dostęp: 7.06.2016.

²¹ Tenże, *Galactic Visions*, [online] <http://www.goshiman.com/hp/05gv_e.html>, dostęp: 7.06.2016.

Bird's Language²² [Język miejskich ptaków]. Autorka zamieszcza tam zdjęcia i filmy z rejestracją niecodziennego zachowania ptaków konfrontujących swoje instynkty z ograniczeniami nowoczesnej przestrzeni miejskiej.

Poza kreowaniem archiwów swojej twórczości i jednostronną komunikacją z odbiorcą poprzez strony internetowe nowe pokolenie przedstawicieli japońskiej awangardy dostrzegło również potrzebę wejścia w dialog z widzami. Dialog ten odbywa się dzięki portalom społecznościowym oraz blogom, na których udostępniana jest opcja pozostawienia komentarza przez odwiedzającego. Twórcą zapraszającym fanów do obserwacji swojej codzienności jest przywołany wcześniej Shinkan Tamaki. Artysta koresponduje z odbiorcami za pośrednictwem Facebooka oraz dzieli się swoimi impresjami na Twitterze, chętnie odpowiadając na wszystkie pytania lub wymieniając uprzejmości. Warto dodać, że reżyser form audiowizualnych nie tylko publikuje informacje związane ze swoją twórczością, ale także dzieli się zdjęciami z prywatnych wypraw turystycznych²³.

Bezpośrednia komunikacja z odbiorcą wywiera pozytywny wpływ zarówno na potrzeby fanów, jak i na kreowanie rozpoznawalnej medialnie postaci artysty. Jak podkreślają w swoich badaniach nad społeczną rolą Internetu Joke Beyl i Joke Bauwens, obecnie widzowi nie wystarczy sam odbiór dzieła. Obserwator, poprzez komentarze i aktywną krytykę, staje się współautorem sztuki, a manifestując swoją obecność, wpływa na efekt pracy artysty²⁴. Dzięki udostępnieniu przez reżysera otwartych kanałów komunikacyjnych poczucie wspólnoty twórczej odbiorcy z artystą jest większe niż w czasach klasycznych mediów masowych, kiedy to ten pierwszy przyjmował rolę pasywną, z góry narzuconą²⁵. Nowa japońska sztuka eksperymentalna, której sensem istnienia, jak mówi Takashi Makino, jest „ratowanie japońskiej kinematografii i przekazanie widzowi nowych wartości”²⁶, już w swym programie zakłada dialog. W związku z tym założeniem zaproszenie fana do życia twórcy, wysłane przez samego twórcę dzięki portalom internetowym, jest z jednej strony nowym sposobem na wzmocnienie przekazu dzieła, z drugiej natomiast sposobem na rozwijanie postulatu „interaktywności” japońskiego eksperymentu audiowizualnego. Oczywiście nie można pominąć zagadnienia autopromocji artystów poprzez wykorzystanie popularnych portali. Wkroczenie w obszar Internetu, odwiedzanego przez miliony użytkowników śledzących wzajemną aktywność, daje szansę dotarcia niszowej sztuki z Kraju Kwitnącej Wiśni do najdalszych zakątków świata.

Na uwagę zasługuje również proces udostępniania japońskich filmów eksperymentalnych w Sieci, co robią zarówno artyści, jak i fani. Umieszczenie

²² R. Hayama, *Urban Bird's Language*, [online] <<https://www.facebook.com/ublmov>>, dostęp: 7.06.2016.

²³ S. Tamaki, *Shinkan Tamaki*, [online] <<https://www.facebook.com/shinkantamaki?fref=ts>>, dostęp: 7.06.2016.

²⁴ J. Beyl, J. Bauwens, *Artist Meets Audience: Understanding the Social Meaning of Art on the Internet*, „The University of Melbourne Refereed E-Journal” 2010, vol. 1, nr 5.

²⁵ Tamże.

²⁶ S8cinema, *Presentación Colectivo [+] Tokyo. Takashi Makino, Rei Hayama, Shinkan Tamaki*, [online] <<https://www.youtube.com/watch?v=S-UWJRVu77c>>, dostęp: 6.06.2016.

dzieła audiowizualnego w popularnym serwisie doskonale wypełnia postulat dematerializacji, wspomniany wcześniej w kontekście Wielkiej Awangardy²⁷. Realizując potrzebę pozbycia się namacalnego nośnika i tym samym dążąc do unieśmiertelnienia swojego filmu, eksperymentatorzy chętnie kreują indywidualne bazy dzieł, udostępniając gotowy materiał na Youtube.com czy Vimeo. Stałym bywalcem pierwszego serwisu jest Takashi Makino, natomiast Vimeo stał się wirtualną galerią dla Shinkana Tamakiego oraz Tomonariego Nishikawy. Na bieżąco zapraszają oni fanów do oglądania (i oceniania) najnowszych projektów.

Innym, nowym na gruncie sztuki niezależnej zjawiskiem jest produkcja trailerów reklamujących filmowe eksperymenty. Taka forma promocji dotyczy głównie dzieł będących częścią performansu lub większej instalacji, niemożliwych do docenienia na płaskim ekranie, bez osobistego uczestnictwa w pokazie. Także filmy przeznaczone do rozpowszechniania na trwałym nośniku są zapowiadane w formie skrótu charakterystycznych sekwencji, co ma stanowić zachętę do zakupu. W ten sposób reklamuje swoje filmy Kazuhiro Goshima, artysta zgłębiający zagadnienie egzystencji jednostki w zmodernizowanej, sterylnej przestrzeni miejskiej²⁸. Przykład może stanowić *Different Cities* (2006)²⁹, najdłuższy film artysty, promowany dzięki doskonale dopracowanemu trailerowi zamieszczonemu na Youtube.com³⁰.

W proces udostępniania materiałów na wspomnianych serwisach są zaangażowani również fani, publikujący samodzielnie nagrane filmowe zapisy pokazów, wystaw i instalacji. Warto zauważyć, że działalność odbiorców nie jest postrzegana przez artystów jako naruszenie praw autorskich. Co więcej, oddolna popularyzacja japońskiego eksperymentu wydaje się cieszyć twórców, doceniających taką formę promocji. Sledząc zamieszczone w popularnych serwisach filmy, można zauważyć, że pozostają one dostępne przez wiele lat, a autorzy nie zgłaszają żadnych roszczeń w stosunku do fanów publikujących te materiały.

Zakończenie

Opisywane w niniejszym artykule zjawisko interakcji twórców eksperymentalnych z odbiorcami, możliwe dzięki dostępności i wszechobecności Internetu, wymyka się jednoznacznej ocenie i klasyfikacji. Z jednej strony, podążając za optymistyczną filozofią, której autorem jest Derrick de Kerckhove, i jego postrzeganiem digitalizacji jako kroku ku nowemu kolektywizmowi³¹, można

²⁷ G. Scott, dz. cyt.

²⁸ J. Vacheron, *Kazuhiro Goshima: After the Metabolic Cities*, w: *12th Biennial of Moving Images in Geneva*, red. P. Stohler, Genève 2012, s. 42–43.

²⁹ *Different Cities*, reż. Kazuhiro Goshima, Japonia 2006.

³⁰ K. Goshima, *Different Cities (preview)*, [online] <https://www.youtube.com/watch?v=C-GhXHN_iZcQ>, dostęp: 7.06.2016.

³¹ D. Mersch, *Teorie mediów*, tłum. E. Krauss, Warszawa 2010, s. 127–128.

stwierdzić, że Sieć jest miejscem pełnej realizacji postulatów twórców Wielkiej Awangardy. Sztuka współistniejąca w przestrzeni galerii oraz w Internecie staje się ogólnodostępna, a bariery językowe czy odległościowe tracą znaczenie, umożliwiając nieograniczoną wymianę myśli między artystami i odbiorcami. Z drugiej jednak strony, wykorzystanie mediów masowych w celu popularyzacji sztuki eksperymentalnej powoduje przemieszanie treści i często pojawiający się problem odróżnienia sztuki niezależnej od twórców amatorskich, na co zwracał uwagę już Andrew Keen w *Kulcie amatora*³². Przywołani powyżej japońscy twórcy potrafią w doskonały sposób wykorzystać nowe medium w celach promocyjnych, nieustannie rozszerzając dostępność treści awangardowych. Obrany model bezpośredniej komunikacji z odbiorcą tworzy między nim a japońskimi artystami unikalną więź. Jej podstawą jest system wzajemnych zależności, w którym zainteresowanie i aktywność widza odgrywa kluczową rolę.

Bibliografia

- Aigrain P., *Dzielenie się. Kultura i gospodarka epoki Internetu*, tłum. W. Pędzich, Warszawa 2012.
- Baumgärtel T., *Art Was Only a Substitute for the Internet: Interview with Vuk Cosic*, [online] <<http://www.heise.de/tp/artikel/6/6158/1.html>>, dostęp: 4.06.2016.
- Beyl J., Bauwens J., *Artist Meets Audience: Understanding the Social Meaning of Art on the Internet*, „The University of Melbourne Refereed E-Journal” 2010, vol. 1, nr 5.
- Castells M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, tłum. T. Hornowski, Poznań 2003.
- Keen A., *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, Warszawa 2007.
- Kluszczyński R.W., *Film i Wielka Awangarda*, w: *Film awangardowy w Polsce i na świecie*, red. R.W. Kluszczyński, Łódź 1989, s. 9–65.
- Lessig L., *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitły w hybrydowej gospodarce*, tłum. R. Próchniak, Warszawa 2009.
- Mersch D., *Teorie mediów*, tłum. E. Krauss, Warszawa 2010.
- Scott G., *Duchamp's Ideal Children: Internet Art, the Avant-Garde and the Readymade*, [online] <<http://pooool.info/duchamps-ideal-children-internet-art-the-avant-garde-and-the-readymade/>>, dostęp: 4.06.2016.
- Syska R., *Filmowy neomodernizm*, Kraków 2014.
- UbuWeb, [online] <<http://www.ubuweb.com/>>, dostęp: 2.06.2016.
- Vacheron J., *Kazuhiro Goshima: After the Metabolic Cities*, w: *12th Biennial of Moving Images in Geneva*, red. P. Stohler, Genève 2012, s. 42–43.

Streszczenie

Celem autorki niniejszego artykułu jest analiza zjawiska obecności artystów niezależnych w Internecie, a co za tym idzie, wytworzenia nowych form komunikacji pomiędzy odbiorcami i twórcami. Przykładem badawczym uczyniono społeczność japońskich reżyserów filmów eksperymentalnych, którzy przodują w adaptowaniu nowego medium do swoich potrzeb. W pierwszej części pracy opisano komunikację fanów awangardy, dzielących się zasobami na podstawie przyjętych przez siebie kodeksów postępowania.

³² A. Keen, *Kult amatora. Jak Internet niszczy kulturę*, tłum. M. Bernatowicz, Warszawa 2007.

Drugą część artykułu stanowi omówienie sposobu, w jaki artyści nawiązują dialog z widzami, podejmując działania prowadzące do popularyzacji niszowych form sztuki audiowizualnej.

Avant-garde 2.0: The Appearance of the Independent Artists on the Internet Based on the Example of the Japanese Experimental Filmmakers

Summary

The aim of the author of this article is to analyse the topic of the appearance of independent artists on the Internet, and the related emergence of new forms of communication between the viewers and the creators. As a case study of this article, Japanese experimental filmmakers were chosen, because it can be observed that they are the world leaders in adapting a new medium to their needs. In the first part of this article, the author describes communication between the fans of the experimental films, who share data, not only to gain profit, but also to make unique statements about the codes they choose to adapt. The second part of this article is a study of the way the artists communicate with their followers by popularizing their niche audiovisual art.