

Koronawirus wyzwolił impuls, który powinien trwać [ROZMOWA]

Łukasz Kaczyński: Śledzi pan i bada aktywność artystów w internecie, także tę wykorzystującą właściwie tylko jemu narzędzia. Jak twórcy i instytucje odnaleźli się w sytuacji przymusowego usieciowienia?

Ryszard Kluszczyński: Sieć ma charakter globalny, czyli integruje w obrębie różnych wydarzeń internetowych każdego, kto czuje się nimi zainteresowany, niezależnie od jego lokalizacji. Z tego nie wynika jednak, że wszystko, co się w sieci dzieje, ma jedynie globalne odniesienia. Przeciwnie, ona jest w stanie przetworzyć to, co lokalne w doświadczenie ciekawe i interesujące także dla tych, którzy w danym kontekście nie funkcjonują offline. Myślę, że ta gra między lokalnością a globalnością została wreszcie zauważona przez różne instytucje artystyczne. Dotąd większość przedsięwzięć sieciowych podejmowały organizacje, które z siecią czuły się związane w szczególności. W Polsce za dużo ich nie było, w świecie oferują one nie tylko ciekawe strony internetowe pełne rozmaitych materiałów, ale też inicjują różnorodne wydarzenia o charakterze partycypacyjnym, angażujące do wymiany opinii, wspólne przedsięwzięcia. Teraz stało się to opcją możliwą dla wszystkich instytucji, niezależnie od ich stosunku do internetu.

Instytucje artystyczne postrzegają sieć jako przyjaciela czy wroga?

Dla myślenia o tym, czym może być dla nich sieć, wiele znaczyło niegdysiejsze – blisko 20 lat temu – zwolnienie Steve Dietza, kuratora Walker Art Center w Minneapolis, zajmującego się tam sztuką nowych mediów, zwłaszcza internetową. Przez szereg lat dokonywał on klasycznych działań kuratorskich: zakupywał prace artystyczne, sieciowe, cyfrowe, które były udostępniane w wirtualnej Galerii 9. Ale nowa dyrektorka doszła do wniosku, że galeria sztuki internetowej nie jest potrzebna. Oznajmiła, że wysoko ceni wartość internetu dla instytucji artystycznych, bo dzięki internetowi instytucja może budować relacje ze swoimi odbiorcami, informować o swojej kolekcji i projektach, zapraszać na wydarzenia. To był model myślenia o internecie jako narzędziu komunikacyjnym już wtedy przez swój anachronizm trochę zabawny, bo od połowy lat 90., gdy wprowadzono nową architekturę sieci (World Wide Web), a potem w latach dwutysięcznych, gdy wybuchły media społecznościowe, było wiadomo, że sieć jest miejscem spotkań, działań, wspólnego budowania przedsięwzięć. Obecna sytuacja stawia liczne instytucje wobec konieczności zrozumienia faktu, że sieć nie jest inteligentną pocztą do wysyłania zaproszeń, ale środowiskiem, w którym wydarzenia można tworzyć i przez to poszerzać formy swojej aktywności. Na przykład Peter Kilchmann Gallery w Zurychu co tydzień pokazuje prace wideo artystów, których prezentuje w galerii. Wysyłają maile, by przypomnieć, że o określonej godzinie po raz pierwszy pokazane będzie wideo ich artyści, dostępne potem przez kilka dni. I za tydzień zmiana. Polskie instytucje chyba nie do końca jeszcze odnajdują się w tej aktywności. Bywają sztuki internetowej nie jest potrzebna. Oznajmiła, że wysoko ceni wartość internetu dla instytucji artystycznych, bo dzięki internetowi instytucja może budować relacje ze swoimi odbiorcami, informować o swojej kolekcji i projektach, zapraszać na wydarzenia. To był model myślenia o internecie jako narzędziu komunikacyjnym już wtedy przez swój anachronizm trochę zabawny, bo od połowy lat 90., gdy wprowadzono nową architekturę sieci (World Wide Web), a potem w latach dwutysięcznych, gdy wybuchły media społecznościowe, było wiadomo, że sieć jest miejscem spotkań, działań, wspólnego budowania przedsięwzięć. Obecna sytuacja stawia liczne instytucje wobec konieczności zrozumienia faktu, że sieć nie jest inteligentną pocztą do wysyłania zaproszeń, ale środowiskiem, w którym wydarzenia można tworzyć i przez to poszerzać formy swojej aktywności. Na przykład Peter Kilchmann Gallery w Zurychu co tydzień

pokazuje prace wideo artystów, których prezentuje w galerii. Wysyłają maile, by przypomnieć, że o określonej godzinie po raz pierwszy pokazane będzie wideo ich artyści, dostępne potem przez kilka dni. I za tydzień zmiana. Polskie instytucje chyba nie do końca jeszcze odnajdują się w tej aktywności. Bywają przyzwyczajone do pewnych standardów, których nie odpuszczają. Może to dobrze o nich świadczy, ale czasem traci artysta, jeśli jego praca pokazywana jest „tylko w warunkach galeryjnych”. Pandemia powinna skłonić do rewizji przekonań, czy niektóre prace, nawet te traktowane jako instalacje, nie powinny trafić też do sieci – może z zachowaniem tego elementu instalacyjnego. Bo nawet jeśli jako społeczeństwa wyjdziemy, mam nadzieję, bezpiecznie z sytuacji pandemicznej, to nie wyjdziemy tak łatwo z sytuacji artystycznej, która się wytworzyła – to doświadczenie zostanie z nami na dłużej i będzie wykorzystywane w dalszych praktykach.

To musi wpływać na postrzeganie danego medium czy dzieła artystycznego. Po pierwsze, pewne media artystycznego.

Po pierwsze, pewne media artystyczne – czy też trans-media – zaczynają odgrywać już trochę inną rolę niż chwilę temu. Wyraźniej obecne stają się fotografia, wideo i wszystko to, co dobrze czuje się w środowisku cyfrowym, co budowane jest z jej materii, co jest łatwo udostępniane w internecie jako macierzystej przestrzeni. Jakby instytucje zostały zmuszone do spojrzenia na swoje zasoby i pomyślenia, że istnieją takie pola sztuki, których dotąd może nie ceniły, ale które teraz wymagają docenienia. Wykłady, spotkania, dyskusje – to też postać obecności sztuki w sieci, wcześniej istniejąca, ale teraz rozwijająca się intensywnie. Ileż zaproszeń na takie wydarzenia trzeba pominąć, tak dużo ich jest! Sieciowość staje się współczesnym paradygmatem kultury, a internet przedmiotem refleksji podejmowanej w ramach tych wydarzeń, co jest dodatkowym ważnym ich aspektem. [...]

Rozmawiał Łukasz Kaczyński

--
Cały wywiad do przeczytania w Kalejdoskopie 06/20, do kupienia w Łódzkim Domu Kultury (w czasie kwarantanny instytucja pozostaje zamknięta dla gości), punktach Ruchu S.A., Kolportera, Garmond-Press w salonach empik i łódzkiej Księgarni Ossolineum (Piotrkowska 181). A także w prenumeracie:

- działającej od kwietnia Redakcyjnej - część kosztów wysyłki każdego numeru bierzemy na siebie, a prenumerata powiązana jest z prezentami dla kupujących - na początek każdy otrzymuje antologię naszych felietonów (i nie tylko) "The best Of.. Kalejdoskop. Felietony": [TUTAJ](#)
- dostępnej od lat via Ruch (w opcji darmowa dostawa do wybranego kiosku Ruchu): [TUTAJ](#)

Nasze PODKASTY

Możecie też słuchać naszych najlepszych tekstów w interpretacjach aktorów scen łódzkich, z Łodzią i regionem związanych - na platformie "Kalejdoskop NaGłos": [TUTAJ](#)

Rozwijamy też tematyczne "Podkasty Kalejdoskopu", dostępne [TUTAJ](#)