

Japońskość i uniwersalizm

Współcześni japońscy artyści sztuki mediów i dziedzictwo kulturowe Japonii

MACHIKO KUSAHARA

Na arenie współczesnej sztuki mediów sztuka interaktywna jest uważana za zjawisko o szczególnie międzynarodowym charakterze. Twórcy dzieł, które od odbiorcy wymagają jednocześnie emocjonalnego, intelektualnego i fizycznego współuczestnictwa czy „dialogu”, wydają się prawdziwymi kosmopolitami. Artyści zajmujący się tą dziedziną sztuki pracują, podróżując między Japonią, Europą i Stanami Zjednoczonymi. Wystawiają w wielu zakątkach świata, a informacje dotyczące ich działalności docierają do zainteresowanych dość szybko choćby dzięki Internetowi. Ci, którzy odnieśli sukces, cieszą się popularnością, przynajmniej w kręgach związanych z mediami i kulturą technologiczną. Świat sztuki konwencjonalnej odnosi się do nich z pewną rezerwą, ale i to bez wątpienia powoli się zmienia.

W ostatnich latach Japonia wniosła duży wkład w tę wciąż rozrastającą się dziedzinę sztuki. Japońscy artyści pokazują swoje prace nie tylko w kraju, ale są obecni wszędzie tam, gdzie dzieje się coś ciekawego. Dowód stanowią ostatnie katalogi festiwalu medialnych *Siggraph* czy *Ars Electronica*. Tematy, z którymi mierzą się japońscy artyści medialni, nierzadko są obecne również w twórczości ich zachodnich kolegów. Często jednak w pracach Japończyków można zaobserwować „coś jeszcze”, coś, co nadaje ich twórczości wyraźny, specyficzny charakter. Zdefiniowanie tego charakteru i czegoś, co czasami jest nazywane „japońskością”, wydaje się zadaniem ciekawym, ale także, jak mogą twierdzić niektórzy, niemal niewykonalnym. Cóż bowiem oznacza „japońskość” i jakie cechy odróżniają coś „japońskiego” od tego, co nazywamy „uniwersalnym”? Szukając odpowiedzi na tego rodzaju pytania, spójrzmy na sylwetki kilku bardziej znanych współczesnych artystów japońskich zajmujących się sztuką mediów.

Masaki Fujihata jest bez wątpienia jednym z najbardziej wszechstronnych artystów sztuki mediów ostatnich lat. Międzynarodową popularność przyniósł mu na początku lat osiemdziesiątych dokonania w dziedzinie grafiki komputerowej. W owym czasie sztuka cyfrowa dopiero zaczynała się rozwijać, a grafika komputerowa stanowiła dla artysty najbardziej eksperymentalny środek wyrażania twórczych wizji. W animacjach i na obrazach Fujihaty widzimy mandale, japońskie pałeczki czy czarki do zupy uchwycone w przestrzeni trójwymiarowej. Przedmioty same w sobie niewątpliwie są osadzone w tradycji Azji, ale to, co rzeczywiście przedstawiał za ich pomocą artysta nie koniecznie miało być kulturowo określone. Wizerunki takich przedmiotów nacechowanych kulturowo były

raczej pretekstem do tego, aby w sposób lekki i przystępny pokazać możliwości technik cyfrowych będących wtedy całkowitą nowością.

Dzisiaj Fujihata jest znany głównie ze swoich konceptualnych, interaktywnych, sieciowych instalacji, które stworzył w Centrum Sztuki i Technologii Medialnej w Karlsruhe (Zentrum für Kunst und Medientechnologie) w Niemczech i w Japonii. W pracy zatytułowanej *Mount Fuji Project* (z 1993 roku) za punkt wyjścia artysta obrał wizerunek związany nierozłącznie z Japonią – świętą górę Fuji. Jednakże zamiast skupiać się na jej narodowych konotacjach Fujihata przyjął zaskakującą pozycję: podjął się zadania „naszkicowania” cyfrowej mapy góry w ten sposób, że kilku uczestników instalacji, wspinając się z różnych stron, zarejestrowało za pomocą sprzętu GPS własny szlak wejścia na szczyt. Ten „performance” służył stworzeniu czegoś w rodzaju subiektywnej mapy góry – mapy, którą w faktycznej instalacji oddano użytkownikom, aby interaktywnie mogli ją przemierzać i badać. Takie rozwiązanie pozwoliło artyście zdystansować projekt od narodowych asocjacji dotyczących Fuji, a górę potraktować jako medium do subiektywnej miary przestrzeni. Jednocześnie praca stanowiła swego rodzaju eksperyment badający, jak nowoczesne techniki artystyczne wpływają na wzajemne relacje czasu i przestrzeni.

W późniejszych pracach, takich jak różne wersje *Global Interior Project*, zwiedzający-uczestnicy stali się czymś w rodzaju interfejsu – łącznikiem komunikacji z przestrzenią wirtualną. Centralnym zagadnieniem w tych pracach, które mają charakter ogólnodostępnych przestrzeni wirtualnych, jest związek między tym, co rzeczywiste i wirtualne oraz rola naszego umysłu jako aktywnego interpretatora owej relacji. Zwiedzający podróżują w wirtualnych światach, spotykając się ze swoimi wirtualnymi wcieleniami („awatarami”).

Fujihata poszukiwał również odpowiednich metafor do oddania zjawiska ogólnej, globalnej komunikacji. Jedną z takich metafor komunikacji miało być stworzenie w *Global Interior Project* małej szafki (istniejącej fizycznie!) z otwieranymi i zamykanymi drzwiczkami. Drzwiczki mogą się kojarzyć z często spotykanymi w Japonii (np. w publicznych łaźniach) szafkami zamykanymi na monety, ale i w tym wypadku cele autora są zorientowane międzynarodowo. Fujihata dąży do tego, aby wyodrębnić świat rzeczywisty i przenieść jako abstrakt do światów wirtualnych. Kiedy drzwiczki się otwierają, odwiedzający widzi zbudowany z klocków lego model wirtualnego świata, który może zwiedzić. Działanie „online” jest wizualizowane w sposób konceptualny i raczej złożony, tak iż na początku trudno zrozumieć jego zasady; stopniowo jednak to, na co autor chce zwrócić naszą uwagę, staje się bardziej klarowne.

Mieszkająca w Nowym Jorku Seiko Mikami jest artystką o oryginalnym spojrzeniu na świat dystansującym się od japońskiego dziedzictwa kulturowego. Jej prace dotyczą spraw genetyki i biologii ciała. Artystka jest zainteresowana procesem fizjologicznym wewnątrz żywych organizmów. Swoje pomysły wspomaga techniką cyfrową, tworząc niezwykle poruszające aranżacje. W dostępnej w sieci przestrzeni wirtualnej *Molecular Clini* Mikami stworzyła system do manipulowania kodem genetycznym wirtualnego pajaka. Z kolei w instalacji zatytułowanej *World, Membrane and the Dismembered Body* odwiedzający zostaje zaproszony do ciemnego i absolutnie dźwiękoszczelnego pomieszczenia, gdzie ma okazję posłuchać nagłośnionych dźwięków własnego ciała.

Inny artysta japoński – Toshio Iwai – jest również bardzo aktywny na arenie międzynarodowej. W 1997 roku wraz z kompozytorem Ryuichi Sakamoto otrzymał prestiżową nagrodę Golden Nica na festiwalu *Ars Electronica* w Linzu w Austrii. W jego podejściu do sztuki (a także do mediów i widowiska) można zauważyć wiele nawiązań do kultury Japonii. To właściwie jeden z powodów, dla których prace tego artysty są uważane za tak nowatorskie i świeże.

Być może nie wszyscy poza Japonią wiedzą, że na początku lat dziewięćdziesiątych Iwai przyczynił się do zmian w technice tworzenia programów telewizyjnych dla dzieci. Był już wtedy znany dzięki pomysłom łączenia w swoich instalacjach technik cyfrowych z dużo starszymi technikami „moving image” (takich jak zoetropy i flip-books /książeczki z obrazkami kolejnych faz ruchu, które przy szybkim kartkowaniu dają wrażenie animacji/). Np. instalacja *Time Stratum II* składa się z olbrzymich trójwymiarowych zoetropów. Aby stworzyć ciekawy efekt animacyjny, Iwai wykorzystał błysk normalnego ekranu zamiast używać bardziej specjalistycznych oświetleń stroboskopowych. Poproszony o wyreżyserowanie programu telewizyjnego, w którym dzieci i bohaterowie wirtualni graliby wspólnie w czasie rzeczywistym, nie tylko zaprojektował i stworzył bohaterów, ale również wymyślił niskobudżetowy system operowania wirtualnymi postaciami w czasie rzeczywistym. Pomysł polegał na skoordynowaniu pracy komputerów osobistych i zmodyfikowanych sterowników gry Nintendo z systemem urządzeń profesjonalnych wysokiej klasy używanych do produkcji w studiu telewizyjnym. Od tego czasu użycie takich digitalnych niskobudżetowych systemów stało się w japońskiej produkcji telewizyjnej bardzo popularne.

Połączenie i wzajemne przenikanie się sztuki i rozrywki, dzieła sztuki z pracą komercyjną, profesjonalnej techniki z techniką nieskomplikowaną, wyspecjalizowanych urządzeń ze zwykłym codziennym sprzętem to ważne cechy prac Iwaia. Artysta szanuje stare, intuicyjne urządzenia, ale stosuje nowoczesne techniki, aby wydobyć ich istotę w nowych, zaskakujących kontekstach. W jego słynnej interaktywnej instalacji *Piano as Image Media* i związanej z nią serii widowisk *Music plays Images*, *Images play music* (nagroda „Golden Nica”), została użyta stara dziecięca pozytywka jako instrument multimedialny. Artysta czerpie pomysły również z gier wideo, zaprojektował nawet „art-game” – cartridge do konsoli Famicomu wyprodukowanego przez Nintendo (koncern Nintendo nigdy nie zrealizował tego projektu, uważając go za zbyt eksperymentalny, ale jego część została użyta jako oprogramowanie *Sim Tunes*). Lekki, żartobliwy charakter prac Iwaia jest blisko związany z naturą interaktywności. W tym charakterze jest również coś bardzo „japońskiego”, bowiem w japońskiej kreatywności wszystkie pomysły i kombinacje wydają się możliwe. W Japonii duch zabawy i żartu jest obecny zarówno we wszelkim projektowaniu, jak i w produkcji przemysłowej. Jednym z ostatnich pomysłów Iwai jest *Bikkuri Mouse* – software dla platformy do gier „Playstation 2” firmy Sony. Ilustratorami oprogramowania są Uruma i Derubi. Pakiet komercyjny jest ukierunkowany na edukację, ale stworzenie „oprogramowania do aplikacji” używanej na platformie do gier z zachodniego punktu widzenia może wydawać się posunięciem dość nietypowym jak na artystę tej miary co Iwai.

Brak granicy między sztuką, rozrywką i użytkowością przedmiotu tak wyraźny w pracach Iwai łączy się również z historią sztuki w Japonii. W tym kraju

nigdy tak naprawdę nie istniał stworzony na Zachodzie podział na sztukę piękną i sztukę użytkową. Znany jest fakt, że w Japonii najlepsze dzieła malarskie umieszczano na parawanach i innych przedmiotach wyposażenia wnętrz, zaś ceramika użytkowa jest uważana za sztukę najwyższego rzędu. Interesującym wynikiem takiego tradycyjnego podejścia do sztuki jest twórczość Kazuhiko Hachiya.

Hachiya, artysta medialny należący do młodszego pokolenia, jest znany z prac takich, jak interaktywna instalacja zatytułowana *InterDiscommunication Machine*, którą pokazywano zarówno w Japonii, jak i poza jej granicami, w tym na *Ars Electronica 95*. Aby doświadczyć tej pracy, dwóch uczestników zakłada na głowę hełm HMD (*head mounted device* – hełm z monitorami umożliwiającymi interakcję). Kamera wideo typu CCD (*charge coupled device* – kamera z przetwornikiem obrazu) i mikrofon zostały zainstalowane na każdym hełmie w taki sposób, że uczestnicy mogą zobaczyć ekran przed sobą i usłyszeć dźwięk emitowany przez zestaw słuchawek. Jednakże uczestnik widzi i słyszy obrazy i dźwięki wysyłane z zestawu kamery i mikrofonu, który ma przy sobie drugi uczestnik. Dwoje uczestników dosłownie wymienia między sobą widok i dźwięk świata, tak jakby oglądali świat z punktu widzenia drugiej osoby. Uczestnicy muszą jednak komunikować się i współpracować, aby odnaleźć własne położenie w realnym świecie. Celem tej instalacji jest sprowokowanie komunikacji przez system, który można nazwać inter-dyskomunikacją.

W podejściu Hachiyi do procesu komunikacji przebiega tradycyjna japońska idea tożsamości osoby czy też japońskiego pojęcia „ja”. We wcześniejszej pracy artysty zatytułowanej *Mega Diary* stu uczestników za pomocą sieci informatycznej wymieniało między sobą przez sto dni dziennik, wirtualnie uczestnicząc w swoim życiu, bez spotykania się w realnym świecie. W interaktywnej instalacji *Seeing is Believing* opartej na *Mega Diary* odwiedzający mogą czytać swoje zapiski przez optyczny system kodowania i dekodowania wymyślony przez artystę.

W Japonii Hachiya znany jest powszechnie jako pomysłodawca Post Pet – japońskiego bestsellera, jeżeli chodzi o oprogramowanie poczty elektronicznej. Post Pet to żartobliwe oprogramowanie e-mailowe polegające na tym, że pocztę elektroniczną dostarcza pies „żyjący” w komputerze. Pies żyje jednak swoim życiem i miewa własne nastroje. Zdarza się, że kiedy dostaje polecenie, nie wraca od razu, a to oznacza, że użytkownik musi poczekać z wysłaniem następnej wiadomości do powrotu elektronicznego pupila. Zdarza się również, że pies samowolnie zaczyna wysyłanie wiadomości. Post Pet różni się od pomysłu wirtualnego agenta czy wcielenia spotykanego w wirtualnym świecie. Zabawa polega na tym, że użytkownik porzuca rolę pana swojego psa i musi zaakceptować niezależne życie i zachowanie pupila. Pomysł Post Peta można odnieść do innych stworzonych w Japonii „żyjących” produktów-zabawek, takich jak Tamagotchi czy Pocket Monsters. Produkty te odzwierciedlają również tradycyjny dla Japonii charakter relacji między człowiekiem a zwierzętami i innymi formami życia. Dzięki połączeniu tej tradycji z techniką cyfrową, która ma służyć komunikacji, Hachiya zrealizował udany produkt komercyjny oparty na pomysle artystycznym.

Sukces międzynarodowy, jaki w ostatnich latach odnoszą japońskie gry elektroniczne, japońskie komiksy manga i filmy animowane anime, przyniósł wzrost oczekowań, ale i świadomość roli, jaką kultura japońska może odgrywać na arenie współczesnych sztuk wizualnych, rozrywki i widowisk. Również jeżeli cho-

dzi o sztukę współczesną, japońscy artyści zwracają międzynarodową uwagę swoim podejściem do kultury medialnej i często bardzo ciekawymi wizualnie pomysłami. Artyści tacy, jak Takashi Murakami, Kenji Yanobe i Mariko Mori, przetransponowali japońską pop-kulturę na sztukę współczesną.

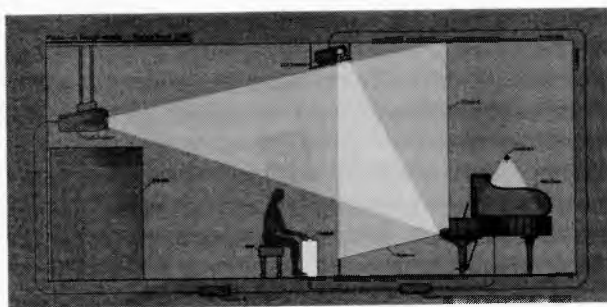
Podczas gdy tematy prac japońskich artystów medialnych, o których mowa w niniejszym artykule, są z istoty uniwersalne (i jest to jeden z powodów, dla których ich prace są cenione na całym świecie), to pomysły tych twórców często mają pewne unikatowe cechy obce pracom ich zachodnich kolegów. Także sposób, w jaki Japończycy przedstawiają swoje idee, sięga poza zachodnie pojęcie sztuki. Ich twórczość jest zespoleniem sztuki, widowiska i komercji.

Sposób, w jaki japońscy artyści mediów wykorzystują w sztuce techniki cyfrowe, odzwierciedla rolę techniki w kulturze Japonii zarówno dawniej, jak i obecnie. Nowoczesna technika była i jest używana do tworzenia nowych form rozrywki – rozrywka z kolei służyła i służy komunikacji. Sztuka, rozrywka i życie codzienne łączą się ze sobą zarówno w sferze konceptu, jak i gotowego projektu. W Japonii pojęcie życia i ciała różni się od pojęcia przyjętego przez kulturę Zachodu. Tradycyjnie w kulturze Japonii nie ma wyraźnego oddzielenia między ciałem a umysłem, człowiekiem i zwierzętami (czy innymi bytami), czy nawet między tym, co realne i tym, co wyobrażone. W pewnym sensie natura japońskich mediów jest silnie postmodernistyczna i stanowi odbicie historii, w której Japończycy przyjęli elementy różnych kultur mieszając je w ramach własnych tradycji.

Prace japońskich artystów, o których tutaj wspomniałem, mają w swym charakterze coś unikatowego; można je uważać za mieszanek pomysłów artystycznych zgodnych ze współczesnym rozumieniem sztuki i ze świadomym albo nieświadomym odbiciem japońskiej tradycji. Czerpanie przez japońskich twórców z głęboko zakorzenionych wzorców kultury może oczywiście wzbogacić zarówno sztukę mediów, jak i całą współczesną kulturę. Media cyfrowe stają się w sztuce powszechnie używanymi narzędziami i wydaje się, że szczególnie artyści należący do młodszej generacji są w stanie całkiem naturalnie przyjąć i wykorzystać to, co tradycyjnie japońskie. Dla nich proces mieszania starego z czymś nowym, wszelkie kombinacje i połączenia wydają się bogatym źródłem artystycznych pomysłów.

MACHIKO KUSAHARA

Tłum. BARBARA PIERZCHAŁA



Piano – as Image Media, T. Iwai – projekt (1995)