



GYTIS DOVYDAITIS

Vytauto Didžiojo universitetas, Lietuva
Vytautas Magnus University, Lithuania

ANTIKAPITALISTINĖ KRITIKA SKAITMENINĖJE BENDRUOMENĖJE: TEORINĖ INTERNETINĖS KULTŪROS REIŠKINIO „VAPORWAVE“ SAMPRATA

Anticapitalistic Critique within the Digital Community: Theoretical
Conception of Internet Culture Phenomenon „Vaporwave“

SUMMARY

In the context of digital culture, „Vaporwave“ stands out as the first large cultural phenomenon to originate and exist exclusively on the Internet. Its novelty, virtual state and complex semantics impede it from being placed under clear conceptual frameworks. This article aims to come up with a theoretical conception of „Vaporwave“ by elaborating and summarizing existing research. Ultimately the article concludes that „Vaporwave“ is an aesthetical cognitive map proliferating because of a multitude of internet enthusiasts who practice creation and consumption within digital spaces. The crowd involved in content generation is articulating individual insights through „Vaporwave“ aesthetics. Finally, this renders „Vaporwave“ as a collection of texts coding the realities of the postmodern consumer where commodified memory and distrust towards promises of capitalism are its central topics.

SANTRAUKA

Skaitmeninės kultūros kontekste „Vaporwave“ išsiskiria kaip pirmasis tokio masto kultūros reiškinys, kilęs ir egzistuojantis tik internete. Reiškinių naujumas, virtualus būvis ir kompleksiška semantika neleidžia jo įsprausti į aiškius koncepcinius rėmus. Šiame straipsnyje siekiama priėti teorinę „Vaporwave“ sampratą praplečiant bei aprėpiant jau atliktus tyrimus. Galiausiai prieinama išvados, jog „Vaporwave“ yra dėl daugybės kūrybą ir vartojimą skaitmeninėse erdvėse praktikuojančių internetautų entuziazmo plintantis, antikapitalistinę kritiką artikuluojantis estetinis kognityvinis žemėlapis. Į jo turinio generavimą įsitraukusi minia artikuluoja individualias įžvalgas per „Vaporwave“ estetiką. Galiausiai reiškinys tampa postmodernaus vartotojo realijas koduojančių tekstų rinkiniu, kurio pagrindinės temos yra suprekinta atmintis ir nepasitikėjimas kapitalizmo pažadais.

RAKTAŽODŽIAI: interneto kultūra, *Vaporwave*, menas, socialiniai tinklai, antikapitalizmas.

KEY WORDS: internet culture, *Vaporwave*, art, social networks, anticapitalism.

IŽANGA

„Vaporwave“ yra dalyvavimu grindžiamas interneto kultūros reiškiny, netelpantis į aiškius koncepcinius rėmus: tai yra ir muzikos žanras, ir vizualinė estetika, ir specifinį lingvistinį kapitalą bei kontrahegemoninę ideologiją transliuojanti heterogeniška internetinė bendruomenė. Šis reiškiny socialiniuose tinkluose yra lengvai atpažįstamas dėl grubios koliažinės estetikos, statančios punktyrinį tiltą tarp trijų epochų: antikos, XX a. devintojo dešimtmečio ir dabarties (il.), kuri savo hologramiškumu ir siurrealia bei eklektiška simbolika kviečia stebėtoją diskutuoti apie skaitmeninės komunikacijos keliamus iššūkius. Čia aiškių semantinių sąsajų neturintys objektai formuoja keistus kultūrinius frankenšteinus, suklijuotus techniškai primityviai ir skaitmeninių iškrypimų kupina maniera. Kompleksiškas „Vaporwave“ simbolinis žodynas bei išskirtinai virtualus būvis ragina kelti klausimą: kas šis reiškiny?

„Vaporwave“ pradžia galima užčiuopti 2010 m., „Reddit“ ir „Tumblr“ socialiniuose tinkluose, kur vykstant diskusijoms apie postmodernios visuomenės vertybių butaforiškumą iškilo du muzikantai: James'as Ferraro su „*Far Side Virtual*“ albumu, klausytoją hipnotizavusiu liftų muzikos ir senuose kompiuteriuose girdimų garsų kakofonijomis, tapusiomis vartotojiškos visuomenės satyra; ir Chuckas Personas, kuris, 2010 m. išleidęs „*Eccojams Vol. 1*“, padėjo pamatą „Vaporwave“ garsinei estetikai su ypač šiurkščiai iškarpytais, vienas ant kito sukrautais, narkoziškai sulėtintais ir masyviu aidu sujungtais įvairių aštuntojo dešimtmečio muzikos kūrinių fragmentais. Šias avantiūriškas kompozicijas muzikos kritikas Simonas Reynoldsas apibūdino kaip „besisiejantis su kultūrine atmin-



1 il. ArizonaPlaza ir Rafael-De-Jongh autorių „Vaporwave“ koliažai

timi ir utopiškumu, užkastu po vartotojiškos kompiuterijos bei pramoginių audio-video technologijų kalnais“ (Reynolds 2011: 81). Pirmasis „Vaporwave“ viešumon iškėlė žurnalistas Adamas Harperis, kuris sugebėjo kristalizuoti „Vaporwave“ tapatybę po detalios judėjimą telkiančių atributų analizės. Jis teigia, jog „Vaporwave“ muzikantai „gali būti suvokiami kaip sarkastiški antikapitalistai, atskleidžiantys modernios techno-kultūros ir jos reprezentacijų melus bei trūkumus“ (Harper 2012).

Tačiau vien muzika šis reiškiny neapsiriboja. „Vaporwave“ peržengia ribas ir tarp praeities, dabarties bei ateities, ir tarp garsinės bei vaizdinės ekspresijos. Tad žanras siūlo išskirtinį Interneto Meno tipą“ (Glitsos 2017: 114). Muzikai akomponuojantys video dažnai pasitelkia senas reklamas, vaizdus iš kelių dešimtmečių senumo serialų (dažnai japoniškų) ar senus kompiuterinius žaidimus primenančias prastos kokybės trimates animacijas, o greta einantis statiškas vaizdas (muzikos albumų viršeliai ar internete klaidžiojantys koliažai) eksponuoja senas reklamas, tuščius prekybos centrus

ar surrealistinius asambliažus, suklijuotus iš nostalgiskų „internetinių iškarpu“.

Pats „Vaporwave“ pavadinimas daugiareikšmis – visų pirma tai apeliacija į aštuntojo dešimtmečio skaitmeninių technologijų korporacijose figūravusį terminą „*vaporware*“, kuris buvo vartojamas norint apibūdinti išreklamuotus, tačiau niekada rinkos neišvydusius programinės įrangos ar fizinius kompiuterijos produktus. Netikrus pažadus *garų bangomis* paverčiantis pavadinimas komunikuoja nepasitikėjimą. Šios nuorodos į judėjimą telkiančią antikapitalistinę kritiką kristalيزuoja jo tapatybę jau pačiame pavadinime, o tai liudija sąmoningą „Vaporwave“ ideologijos konstravimą. Tai ne iš viršaus ateinanti pašaliečio priklijuota etiketė, bet iš apačios kylanti tapatybės išraiška, kuria judėjimo autoriai savarankiškai apibrėžia moralinius motyvus, skatinančius kurti.

O autorių yra gausybė: įvairiuose socialiniuose tinkluose galima rasti tūkstančius įvairaus dydžio šiai estetikai prijaučiančių grupių, kurių dalis turi net šimtus tūkstančių narių. Didžiausia ir aktyviausia yra „r/Vaporwave“ skiltis „reddit.com“ tinklapyje. Jų aibėje taip pat figūruoja ir Kaunas su itin aktyviu „Vaporwave Kaunas“¹ Facebook puslapiu, turinčiu daugiau nei 4500 sekėjų. Puslapis nuolat papildomas tobulai judėjimo estetiką įkūni-

jančiais koliažais iš įvairių kauniečiams gerai pažįstamų peizažų, objektų ar vietovių, tokių kaip Soboras, Laisvės alėja, funikulierius ar sovietinis „Planetos“ kino teatras. Plati judėjimo iteracijų paletė rodo tiek jį vienijančios estetikos universalumą, tiek ir reiškinio nagrinėjamų temų aktualumą internetinės visuomenės kontekste. Greta to veikia beveik visame pasaulyje aktyvus muzikinis jaunimo kanalas „MTV“, kuris, 2015 m. įgyvendinęs „I AM MY MTV“ ir 2016 m. „MTV.OS“ projektus, perkonstravo savo tapatybę tiek mėgdžiodamas vizualią „Vaporwave“ stilišką, tiek tęsdamas dalyvaujamą judėjimo logiką. „Vaporwave“ yra precedento neturintis reiškinys, funkcionuojantis tik dėl skaitmeninės komunikacijos technologijų. Jo estetika tapo naujosios interneto kartos skiriamuoju bruožu, tad rimta šio judėjimo analizė yra būtina siekiant suvokti kultūros formų metamorfozes skaitmeninės komunikacijos kontekste.

Kadangi „Vaporwave“ yra naujas ir menkai analizuotas akademinuose kontekstuose, nėra vienos nusistovėjusios nuomonės, kas tai ir kokios temos čia yra pagrindinės, tad šio straipsnio tikslas – priesti teorinės „Vaporwave“ sampratos apibrėžimą praplečiant ir aprėpiant įvairių ši reiškinį nagrinėjusių mokslinių tyrimų išvadas.

FUNKCINIAI „VAPORWAVE“ BENDRUOMENĖS ASPEKTAI

Georgina Born ir Christopheris Hawthorthas, atlikę „Issue Crawl“ metodo analizę, aptiko, jog „Visi 100+ veikėjų, matytų rezultatuose, yra prisijungę prie tos pačios mėgėjiškos internetinės platformos Tumblr.com“ (Born, Haworth 2018: 37). Šių išvadų validumą nesunku patikrinti praktiškai – minėto socialinio tinklapiu paieškos laukelyje įvedus judėjimo pava-

dinimą, žiūrovas yra užverčiamas tūkstančiais skirtingų koliažų, judančių GIF paveikslukų, trumpų video ar ištisų tinklaraščių, skirtų tik „Vaporwave“. „Issue Crawl“ metodas vaizduoja ryšius tarp skirtingų tinklapių, šitaip suteikdamas galimybę užčiuopti tam tikrų reiškinio plitimo internete sąsajų tinklus. Tad minėtų tyrėjų išvados yra svarus grynai in-

ternetinės „Vaporwave“ kilmės įrodymas. Čia beveik nėra jokio fizinio kontakto, vienintelis sėkmingas didelis „Vaporwave“ nužengimas į fizinę tikrovę buvo 2018 vasario 2 d. JAV įvykęs „The World’s Unfair 2018“ – kelis šimtus lankytojų subūręs satyriškas 1984 m. Naujajame Orleane vykusios pasaulinės parodos atkūrimas, parodijavęs vartotojiškumą, skaitmeninių technologijų fetišizavimą ir tuometinę parodą gaubusią utopijos atmosferą. Nors tai tam tikra prasme geografiškai įvietino šį judėjimą bei leido susiburti jam prijauciantiems individams, tačiau turint omenyje judėjimo amžių ir jo dydį internete, toks renginių vakuumas leidžia tiek daryti prielaidas, jog po visą pasaulį išsibarsčiusiai „Vaporwave“ bendruomenei yra sudėtinga sueiti į vieną vietą, tiek problemina skaitmeninių reiškinių perkėlimą į fizinę tikrovę.

Daugiausia dėmesio turinio kūrimo ir vartojimo praktikoms „Vaporwave“ judėjime skyrę Sharon Schembri ir Jacas Tichbonas priėjo išvadą, jog „Vaporwave“ dalyviai funkcionuoja ir kaip kultūros kūrėjai, ir kaip kultūros vartotojai bei vartojantys kūrėjai“ (Schembri, Tichbon 2017: 33). Įprasti rinkos santykiai, kur profesionalai užsiima daugiausia produkcija, o entuziastai – vartojimu, čia yra transformuoti į vieną viską apimančią veiksmą, kur atstumas tarp kūrėjo ir vartotojo yra pranykęs. „Vaporwave“ dalyviai yra dirbantys vartotojai, kurie aktyviai, refleksyviai ir kūrybiškai atlieka keletą kultūrinių vaidmenų, ir dėl to būtų tiksliau juos apibūdinti kaip kultūros kuratorius, nei kultūros kūrėjus, vartotojus

ar tarpininkus“ (ten pat: 27). Tai koreliuoja su Born ir Hawthortho tyrimo išvadomis, atskleidusiomis pagrindinį „Tumblr“ socialinio tinklapijo vaidmenį „Vaporwave“ judėjime. Šioje platformoje kiekvienas vartotojas kuruoja savo tinklaraštį keldamas internete rastą, kitų vartotojų paviešintą ar originalų turinį, o esminė platformos mechanika yra „repost“ mygtukas, kuris tuo pačiu ir išreiškia simpatijas tam tikram turiniui, ir perkelia patikusį turinį ant vartotojo tinklaraščio esančio meninio objekto. Šitaip kuriami glaudūs ryšiai tarp judėjimo dalyvių, kur dalijimosi praktikos kristalizuoja judėjimą telkiančią tapatybę. Iš čia kyla kompleksiškas „Vaporwave“ simbolių žodynas, kadangi į kūrimo praktikas įsitraukę individai, taikydami judėjimo estetiką savos žinutės komunikavimui, ją kaskart šiek tiek modifikuoja. Vienas žymiausių „Vaporwave“ atlikėjų *Hong Kong Express* šių tyrėjų atliktame interviu judėjimą apibūdina „ne kaip muzikos žanrą, bet kaip nišinę, besikeičiančią internetinę bendruomenę, kūrėjų bendruomenę“ (ten pat: 26). Tai rezonuoja su P. L. Sacco apibūdintos kultūros paradigmos kaitos finaliniu etapu – Kultūros 3.0 koncepcija, postuluojančia „auditorijų transformaciją į praktikus“ (Sacco 2011: 4). Šiandien kiekvienas gali lengvai pasiekti daugybę produkcijos technologijų, leidžiančių profesionaliai apdoroti norimą turinį be didesnio išprusimo. Todėl erdvė tarp vartotojo ir kūrėjo nyksta, šiems susijungiant į naują būtybę – „prosumer“ – kūrėją ir vartotoją viename, o „Vaporwave“ yra vienas didelis šių „prosumer’ių“ kūrinys.

„VAPORWAVE“ POTEKSTĖS

Graftonas Tanneris knygoje *Babbling Corpse, Vaporwave and the Commodification of Ghosts* domisi problemišku „Vaporwa-

ve“ tekstų istoriškumu bei skaitmeninių iškraipymų gausa ir tai sieja su Jacques'o Derrida šmėkliškumo koncepcija, besigi-

linančia į medijuotų vaizdinių ryšio su empirine tikrove problemą. „Mes galime suprasti šmėkliškumą kaip praeities kurtą idealų narsios ir naujos, dabartyje besivaidenančios ateities portretą bei kaip atsinaujinusią postmodernią istorijos kritiką“ (Tanner 2016). Tai gerai atsispindi satyriškai kapitalistinius simbolius ideologizuojančiuose „Vaporwave“ tekstuose, kurie yra „nuostabus įrodymas, kaip stipriai suprekinti mūsų praeities vaiduokliai“ (ten pat). Medijų mašinerija, kurdama naują turinį, nuolat perdirba seną, popkultūra vis iš naujo atsigręžia atgal ieškodama atnaujinimams pasirususių praeities estetikų, o „Vaporwave“ tai kritikuoja. Tanneris tęsia sakydamas, jog „Vaporwave yra „ne-laiko“ ir „ne-vietų“ muzika, kadangi ji yra skeptiška vartotojiškos kultūros poveikio erdvei ir laikui atžvilgiu“ (ten pat). Prekių perteklius vartojimo grandinę įsuka maniakišku greičiu, o prekių erdvės tampa butaforiniais miestais mieste, išsiskiriančiais specifine savo dramaturgija: „[prekybos centruose] vartojimas pateikiamas kaip savitiksliis procesas, spektaklis, kuriame siūloma akimirksniu patenkinti bet kuriuos pirkėjo norus nepaisant metų ir paros bei oro sąlygų“ (Zaleckis 2011: 146). Čia kuriamas uždaras ratas tarp pasitenkinimo ir naujų poreikių generavimo, kadangi pastangų kintamojo eliminavimas iš savirealizacijos formulės euforiją sumenkina iki vos kelias minutes trunkančio jausmo. Galiausiai fizinis vartojimo procesas iškeičiamas į lengvai pasiekiamą skaitmeninę audiovizualių stimuliacijų fiestą, vartotoją pasiekiančią per skaitmeninę komunikaciją. Laikas čia išnyksta, o erdvė susitraukia. Apie tai svarsto Marshalas McLuhanas teigdamas, jog „Elektromagnetiniai atradimai atkūrė simultanių visų žmogaus reikalų „lauką“ taip, jog žmonijos šeima dabar gyvena „globalaus kaimo“ sąlygomis“ (McLuhan 1962: 31).

McLuhano kaimo metafora eksponuoja visuotinį žinojimą apie įvairiausiuose pasaulio kampeliuose vykstančius įvykius, lyg visi gyventume tame pačiame gandu kupiname kaime. Tokius paradoksalius fundamentalių tikrovės elementų pokyčius „Vaporwave“ vertina kritiškai.

„Reditt“ diskusijas analizavusi ir iš „Vaporwave“ atstovų interviu ėmusi Laura Glitsos įrodė sąmoningai konstruojamą šio judėjimo tapatybę bei faktą, jog tiek žiūrovai, tiek kūrėjai „Vaporwave“ turinyje perskaito labai panašią potekstę. Anot Glitsos, čia dažnai figūruojanti makabriška nostalgija dalykams, kurie niekad neįvyko, ar laikams, su kuriais nei žiūrovai, nei kūrėjai neturi fizinio kontakto, atskleidžia gilesnį jos kūrėjų rūpestį chaotiškomis laiko transformacijomis postmodernybėje. Ji teigia, jog „Vaporwave“ „yra prisiminimo dėl paties prisiminimo procesas, kurį deformuoja ir painioja postmodernus atminties išskaidymas bei istorijos išgaravimas į chronišką postkapitalistinių struktūrų amneziją“ (Glitsos 2017: 115). Senų simbolių naudojimas, praeities technologijų fetišas ir visko malimas į semantiškai chaotiškus koliažus jai asocijuojasi su kūrėjų siekiu vaizduoti chaotišką postmodernų būvį, kurį vartotojo sąmonėje kūrėjų industrija produkcija nuolat implantuoja vis naujus prisiminimus. Gausybę kartų reklamose bei filmuose regėti vaizdai iš praeities čia tampa neatkiriama nuo autentiškų žmogaus atsiminimų, kai nors conceptualiai ir įmanoma suvokti, kas atmintyje yra tikra, o kas išmokta per medijas, tačiau sąmonėje visa informacija vis tiek yra nugulusi viename horizonte, ir netikra praeitis atpažįstama, lyg tai būtų gyvenimo ar daugybės sapnų dalis. Tokie prisiminimai hipertikri – sukonstruoti per modelius ir neturi ryšio su empirine patirtimi (originalu). Jeanas Baudrillard'as, formuluodamas hipertikrovės sąvoką, teigia, jog „šiandien

abstrakcija jau nebėra panaši į žemėlapij, dublikatą, veidrodį ar koncepciją. Simuliacija nebeturi ryšio su teritorija, nuorodomis ar medžiagiškumu. Tai realybės be pradžios ar tikrovės generavimas per modelius: hipertikrovė“ (Baudrillard 1994: 3). Naujosios medijos nutrina ribą tarp simuliakro ir autentiškos patirties, prisiminimas čia tampa tolygus regėtam filmui ar reklamai. Hipertikra prisiminimų prigimtis verčia net ir naujajame tūkstantmetyje gimusius paauglius nostalgiskai ilgėtis devintojo dešimtmečio – daugybę kartų įvairiuose filmuose, kompiuteriniuose žaidimuose, reklamos klipuose ar begaliniuose interneto informacijos horizontuose regėto laikmečio.

Alicanas Kocas kalba apie „Vaporwave“ gebėjimą artikuluoti egzistavimo postmodernioje visuomenėje realijas per kognityvinio žemėlapijo generavimą, kurį Fredericas Jamesonas apibūdina kaip estetinį įrankį, leidžiantį postmoderniems subjektams atvaizduoti vėlyvojo kapitalizmo visumą, tiek išsakant kritiką, tiek save įstatant į tam tikrą poziciją bendrame postmodernybės kontekste. Kocui „Vaporwave“ veikia kaip internauto bandymas atrasti vietą visuomenėje, išsakyti savo mintis ir atspindėti paradoksus, su kuriais jis susiduria. „Panašu, jog kognityvinis „Vaporwave“ estetikos žemėlapis akcentuoja atšiaurius ir melancholiškus vėlyvojo kapitalizmo afektus ir žadina susvetimėjimo bei tuštybės vėlyvajame kapitalizme pojūtį, ir kuria stiprų modernistinio istoriškumo, prasmės ir ekspresijos jausmo ilgesį“ (Koc 2017: 71).

Vieną minties trajektoriją postmodernioje visuomenėje pakeičia gausybė mi-

kro-naratyvų. F. Lyotard'as postmodernizmą apibūdina kaip „nepasitikėjamą metanaratyvais“ (Lyotard 1984: 14): visko-teorijų atmetimą, visuotinį nusišalinimą nuo dogmatiško vienos doktrinos sekimo, nuolatines mikro-teorijų paieškas bandant paaiškinti kaip niekada heterogenišką pasaulį, šitaip sucentruojant aibes skirtingų pasaulių aiškinančių narytų. Tačiau Jamesonas, kalbėdamas apie kognityvinį žemėlapiavimą, teigia, jog individas per savo paties generuojamas ir jo kasdienybę supančias estetiškas formas įleidžia pamatą savo kultūroje, šitaip spręsdamas chaotišką ir nepasitikėjimo kupiną būtį vėlyvajame kapitalizme. Kognityvinio žemėlapiavimo funkcija yra „įgalinti situacinę individualaus subjekto reprezentaciją daug platesnėje ir tinkamai neatvaizduojamoje visumoje, esančioje plačiuoju visuomenės struktūrų pavyzdžiu“ (Jameson 1992: 44). Kognityvinis žemėlapis artikuluoja subjektyvią visumą, ir tai atitinka Lyotard'o mintis: čia kuriami nauji „mikro-naratyvai“. „Kognityvinis žemėlapiavimas“ tikrovėje iš tiesų yra ne kas kita, kaip kodinis žodis „klasės sąmoningumui“ šifruoti“ (ten pat: 418), tad tai lyg estetiškas emancipacijos taktika išreiškiant savo būseną, įžvalgas ir nuomonę santykių su kitomis klasėmis kontekste. Pastarieji yra daugiau ar mažiau universalūs tam tikrame sociume, tad įžvalgos bus aktualios kiekvienam klasės subjektui. Pažvelgus šiuo teoriniu požiūriu, „Vaporwave“ yra postmodernios skaitmeninės visuomenės estetiškas kognityvinis žemėlapis, vaizduojantis socialinę visumą per kompleksiską savo simbolinę kalbą.

IŠVADOS

Kristalizuojant apžvelgtus tyrimus ir juose prieitų išvadų plėtotes galima teigti,

jog „Vaporwave“ yra daug daugiau nei muzika: čia artimai susiję „prosumeriai“

dalijasi mintimis, kūrimo technicomis ir drauge ieško naujų ekspresijos formų siekdami kritikuoti postmodernią vartotojų visuomenę. „Vaporwave“ yra (1) dėl daugybės jį plėtojančių, kūrybą ir vartojimą nematerialiose skaitmeninėse erdvėse praktikuojančių internautų entuziazmo plintantis, (2) antikapitalistinę kritiką artikuliuojantis (3) estetiškas kognityvinis žemėlapis, kuriame (4) į turinio generavimą įsitraukusi minia, imituodama „Vaporwave“ estetiką, artikuliuoja savo pačių individualias įžvalgas, (5) galiausiai šiam reiškiniui tampant postmodernaus vartotojo kasdienybės realijas koduojančių tekstų rinkiniu su (6) suprekinta atmintimi ir nepasitikėjimu medijomis bei kapitalizmo pažadais, kaip pagrindiniais judėjimą apibūdinančiais teminiais motyvais.

Šis glaustas tyrimas „Vaporwave“ te-

mos neišsėmė, reiškinių mastas ir šifruojama ideologinė žinutė reikalinga daugiau dėmesio: kokią sociologinę terminiją reiktų pritaikyti „Vaporwave“ bendruomenei apibrėžti ir ką apie postmodernią visuomenę pasakoja judėjimo tekstai? F. Jamesono „kognityvinių žemėlapių“ teorijos taikymas „Vaporwave“ estetinėms išraiškoms nuteikia optimistiškai dėl tolesnių tyrimų, kadangi tai skatina „Vaporwave“, kaip internetinės visuomenės būvio, ekspresiją. Čia slypi potencialas tiek atskleisti platesniems internetinės kultūros reiškiniams būdingus funkcinius aspektus, tiek užčiuopti melanholiško internauto jaučiamas egzistencines problemas. Tad teorinis reiškinių apibrėžimas, į paviršių iškėlęs unikalius teminius ir funkcinius jo aspektus, turėtų būti suprastas kaip nuodugnesnių analizų atspirties taškas.

Literatūra

- Koc Alan. 2017. Do You Want Vaporwave, or Do You Want the Truth? *Capacious: Journal for Emerging Affect Inquiry* 1.
- Harper Adam. 2012. Comment: Vaporwave and the pop-art of the virtual plaza. *Dummymag.com*, <<http://www.dummymag.com/features/adam-harper-vaporwave>> [žiūrėta 2019 01 28]
- Jameson Frederic. 1992. *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism*, New York: Duke University Press.
- Born Georgina, Haworth Christopher. 2018. From Microsound to Vaporwave: Internet-Mediated musics, Online Methods, and Genre. *Music and Letters* 98(4).
- Tanner Grafton. 2016. *Babbling Corpse: Vaporwave and the Commodification of Ghosts*. New Alresford: Zero Books.
- Baudrillard Jean. 1994. *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Reynolds Simon. 2011. *Retromania: Pop Culture's Addiction to its Own Past*. New York: Faber and Faber.
- Liotard Jean-François. 1984. *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Zaleckis Kęstutis. 2011. Globalizacijos Atspindžiai Miesto Kūne: Keletas Įžvalgų. *LOGOS* 66.
- Glitsos Laura. 2017. Vaporwave, or music optimized for abandoned malls. *Popular Music* 37(1).
- McLuhan Marshal. 1962. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- Sacco Pier Luigi. 2011. Culture 3.0: A new perspective for the EU 2014-2020 structural funds programming. *EENC Paper*.
- Schembri Sharon, Tichbon Jac. 2017. Digital consumers as cultural curators: the irony of Vaporwave. *Arts and the Market* 7(2).

Nuorodos

- ¹ Puslapis pasiekiamas adresu: <https://www.facebook.com/vaporwavekaunas/> [Žr. 2019 01 28]