

Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki

1. Wstęp

Kultura wizualna to ogół widzialnych aspektów świata społecznego, w części zobiektywizowanych w postaci obrazów oraz reguł określających ich produkcję, analizę, interpretację i ocenę; to zestaw sposobów patrzenia (wpatrywania się, molestowania wzrokiem, pogardliwego spojrzenia) oraz strategii wytwarzania nowych (porządków) widzialności i reżimów widzenia. Te ostatnie w coraz większym stopniu uwikłane są: 1) w przemiany społeczne dotyczące płci, seksualności, władzy, relacji społecznych; 2) w kategorie Innego i Obcego. Kwestie te określają odpowiedzi na podstawowe pytania: co może być obiektem utrwalonym w przedstawieniu i przedmiotem spojrzenia? Jak patrzeć na obiekt? W jaki sposób interpretować obraz? Jakie formy spojrzenia zawarte są w obrazie oraz przezeń ewokowane i prowokowane? Jakie praktyki wystawiennicze i promocyjne towarzyszą ekspozycji tekstów kultury wizualnej? Jaka jest relacja między obrazem a rzeczywistością? Czy obraz posiada swój desygnat? Postawione pytania dotyczą różnych aspektów wizualności. Pojawiają się tu kwestie obyczajowe i etyczne – problem tego, co może być przedmiotem przedstawienia i jaki typ spojrzenia czy sytuacji odbiorczej powinien być aktualizowany. Przywoływane są także kwestie możliwych (pożądanych?) kontekstów interpretacyjnych oraz prezentacyjnych (instytucjonalnych), pojawia się też zagadnienie statusu ontologicznego obrazu i tzw. filo-

zofii reprezentacji. Ten ostatni problem odsyła do pewnych metafor określających relację między tekstem wizualnym a rzeczywistością, do jakiej się odnosi. Metafory odlewu, odcisku, śladu, lustra, odbicia oddają ideę reprezentacji mimetycznej; z kolei wiele obrazów ma charakter ściśle kreacyjny i realizuje ideę Baudrillardowskich symulaków. Jednocześnie pojawiają się różne strategie porządkowania obrazów, np. w formie kolekcji i reprezentacji w ramach takich instytucji, jak galerie i muzea. Tabela poniżej przedstawia ich cechy charakterystyczne.

| Kolekcja | Reprezentacja |
|---|--|
| <p>Bazuje na idei gromadzenia i katalogowania przedmiotów określonego typu (np. dzieł sztuki).</p> | <p>Służy odtworzeniu sytuacji pomyślanej jako całość tematyczna, np. życie ludzi w Średniowieczu.</p> |
| <p>Nie służy odtwarzaniu sytuacji wyjściowej, lecz zestawia wybrane elementy w zbiory tematyczne (np. ptaki żyjące w określonym kręgu geograficznym; sprzęty medyczne danej epoki).</p> | <p>Polega na zestawieniu elementów kojarzących się z sytuacją, która jest w przestrzeni muzealnej możliwie wiernie odtworzona (np. przedmiotów codziennego użytku).</p> |
| <p>Ekspozycja wymaga zwykle dopełnienia muzealnego imitującego brakujące elementy zbioru (np. ryciny, szkice, zdjęcia w miejsce eksponatów podstawowych); obok poszczególnych eksponatów znajdują się opisy.</p> | <p>Ekspozycja wymaga dopełnienia muzealnego, np. fasad budynków, malowanego tła, manekinów przebranych w stroje oddające realia epoki; całość ekspozycji (np. z podziałem na poszczególne sceny, bloki tematyczne) zaopatrzona jest w dodatkowy komentarz.</p> |
| <p>Poddaje się ocenie estetycznej; rządzi się zasadą ekonomii, bowiem nie sposób zebrać i pokazać wszystkich egzemplarzy danej kategorii, zatem wybiera się te najbardziej reprezentatywne lub dostępne w danym czasie.</p> | <p>Jej celem jest tworzenie imitacji, kopii sytuacji wyjściowej (np. środowiska życia ludzi konkretnej epoki lub zwierząt żyjących w konkretnej przestrzeni geograficznej, w określonym środowisku i czasie).</p> |
| <p>Aktywizuje odbiorcę do myślenia w kategoriach tematycznych zbiorów egzemplarzy danej kategorii.</p> | <p>Aktywizuje odbiorcę do identyfikacji ekspozycji muzealnej z fragmentem świata naturalnego (np. życia konkretnego gatunku roślin lub zwierząt) lub społecznego.</p> |

Tab. 1. Opracowanie na podstawie: D. MacCannell, 2002, s. 122-125; J. Urry, 2007, s. 189-198.

Ujawnianie się różnych form patrzenia umożliwia rozwój porządków i form przestrzennych sprzyjających oglądaniu i podglądaniu. Należą do nich: promena-
dy, pasáže, pokazy i występy artystyczne, uroczystości, obrzędy i przedstawienia
religijne, parady i demonstracje organizowane w miejscach publicznych, poka-
zy mody, wystawy sklepowe, centra rozrywki, parki tematyczne, *peep shows*, kina,
teatry, happeningi, *varietes*, aparaty rentgenowskie, sondy i inne techniki prześwie-
tlenia ciała, publiczne przestrzenie podlegające inwigilacji kamer dozorowych,
programy telewizyjne, zdjęcia satelitarne, obserwatoria astronomiczne, cyrki etc.

Wszystkie te wynalazki służą mobilizacji widzenia i wytwarzaniu rytuałów
oglądania i nowego designu widzialności, maszyn widzenia (termin Paula Virilio),
a także dyskursów wiedzy, władzy, sztuki, religii, rozrywki, polityki i ekonomii.
Niekiedy ten sam obraz wchodzi w pole działania różnych dyskursów, które zmie-
niają sposób jego interpretacji. Ciało uwiecznione na fotografii może być elemen-
tem dyskursu medycznego lub rozrywkowego/pornograficznego, często niezależ-
nie od przyjmowanych póz i intencji fotografowanego. Mowa zatem o dyskursach
(jak pisał Michel Foucault) legitymizujących te społeczne działania, które wpisują
się w praktyki wytwarzania kultury wizualnej oraz związane z nimi ideologie czy
polityki reprezentacji. W ten sposób kultura wizualna odchodzi od wąskiego pola
badań ikonologicznych uprawianych przez historyków sztuki na rzecz badania
wszelkich fenomenów wizualnych (na poziomie mikro, mezo i makro) kształtują-
cych zwłaszcza współczesną komunikację społeczną, także w kontekście dialogu
interkulturowego.

2. Perspektywa antropocentryczna

Kultura wizualna jest rozumiana antropocentrycznie, ponieważ to człowiek
wytwarza obrazy oraz odnajduje je – jako pewne całości znaczące – w materiale
rzeczywistości zewnętrznej.

„Obraz” – konstatuje Hans Belting – jest czymś więcej aniżeli tylko wytworem percepcji. Powstaje jako wynik osobowej lub kolektywnej symbolizacji. Wszystko, co pojawia się w polu spojrzenia lub przed okiem wewnętrznym, można na tej zasadzie ukonstytuować lub zmienić w obraz. Dlatego pojęcie obrazu, jeśli traktuje się je poważnie, może być ostatecznie tylko pojęciem antropologicznym (Belting, 2007, s. 12-13).

W odpowiedzi na zarzut ahistoryczności badań nad kulturą wizualną (zwłaszcza w odniesieniu do paradygmatu badań ikonologicznych wyznaczonych przez historyków sztuki), na łamach wiodącego pisma artystycznego „October” (1996) w ramach tzw. Kwestionariusza Kultury Wizualnej pojawiło się stwierdzenie, iż interdyscyplinarny projekt „kultura wizualna” nie jest oparty na modelu

historycznym, jak np. historia sztuki, historia architektury czy historia filmu, lecz na modelu antropologicznym (Smith, 2008, s. 9)¹. Na wiele zarzutów skierowanych pod adresem kultury wizualnej odpowiedział także W.J. Mitchell (Mitchell, 2005). Zdaniem tego badacza po zwrocie lingwistycznym (Richarda Rorty'ego) i kulturowym (Frederica Jamesona) nastąpił kolejny przełom obrazujący przemiany współczesnej humanistyki. Tak zwany zwrot obrazowy (*pictorial turn*), bo o nim tu mowa, bazuje na swoistej koncepcji wizualności (Mitchell, 1994). „Obraz – pisze Mitchell – [jest rozpatrywany] jako gra pomiędzy wizualnością, aparatem, instytucjami, dyskursami, ciałami i figuralnością” (Mitchell, 1994, s. 16).

Według tego badacza mimo ekspansji obrazu – związanej między innymi z rozwojem mediów audiowizualnych – kultura wizualna nie przyczyni się do likwidacji pojęcia sztuki oraz nie unicestwi historii sztuki, a tym bardziej nie zawęzi badań obrazu wyłącznie do kwestii wizualnych, a raczej zachęci do pogłębionej refleksji nad różnicami między sztuką a nie-sztuką, do rozpoznawania dialektyki między sferą widzialnego a nie-widzialnego, czyli tego wszystkiego, co doświadczane za pośrednictwem innych zmysłów. Kultura wizualna rozszerza pole badań poza obszar tradycyjnie zarezerwowany dla sztuki, obejmuje bowiem studia nad codziennymi praktykami patrzenia i pokazywania, a zatem nad sferą dostępną nam codzienności.

Dobrze do zarzutu ahistoryczności badań nad kulturą wizualną odnosi się Hans Belting, który we Wstępie do „Antropologii obrazu” pisze tak:

Jesienią 1993 roku wygłosiłem wykład inauguracyjny w nowo utworzonej Hochschule für Gestaltung w Karlsruhe, w którym mówiłem o konieczności wypracowania całkowicie nowej historii obrazu poza modelem ugruntowanym w tradycji historii sztuki. (...) Obraz jako wyobrażenie i produkt lub – według określenia Sartre'a – zarazem jako „akt i jako rzecz”, sprzeciwia się tym swoim podwójnym sensem schematowi porządkowania historycznego, który wypracowywaliśmy na dziełach i stylach (Belting, 2007, s. 5-6).

„Klasyczne” ujęcie historyczne zostaje zatem zastąpione przez tzw. postawę post-historyczną właściwą dla czasów post-epistemologicznych. W obrębie tego sposobu myślenia następuje szczególne przeniesienie akcentów: podejście *stricte*

¹ Dyskusje nad znaczeniem terminu „kultura wizualna” przybierały nie tylko formę ankiety rozpisaną przez wydawców magazynu „October” jako *Visual Culture Questionnaire*, ale też prowadzonej w latach 2002–2003 na łamach „Journal Of Visual Culture” korespondencji autorów takich jak: Norman Bryson, Susan Buck-Morss, James Elkins, William J.T. Mitchell, Mieke Bal i inni. Por. *Visual Culture Questionnaire*, Svetlana Alpers; Emily Apter; Carol Armstrong; Susan Buck-Morss; Tom Conley; Jonathan Crary; Thomas Crow; Tom Gunning; Michael Ann Holly; Martin Jay; Thomas Dacosta Kaufmann; Silvia Kolbowski; Sylvia Lavin; Stephen Melville; Helen Molesworth; Keith Moxey; D. N. Rodowick; Geoff Waite; Christopher Wood, „October”, Vol. 77. (Summer, 1996), s. 25–70. Publikowano także eseje na łamach „Journal Of Visual Culture”, 2002, Vol. 1(2), „Journal Of Visual Culture”, 2003, Vol. 2(2). Polską dyskusję nad fenomenem kultury wizualnej zaproponowano w Instytucie Socjologii UAM w Poznaniu, jej efekty zostały opublikowane (por. Frąckowiak, Rogowski, 2009).

historyczne (diachronicznego, linearnego porządku badania tzw. faktów) zostaje porzucone na rzecz polimetodologicznych analiz kulturowych (wykorzystujących m.in. tzw. archeologię wizualną podporządkowaną horyzontalnym badaniom kultury); dokonuje się przejście od analiz sztuki artystycznej (kanonicznej, elitarnej) do badania wizualności (także tej powszechnej, egalitarnej), związane z doświadczeniem codzienności i kulturą popularną.

3. Obrazy wewnętrzne, obrazy zewnętrzne, filozofie reprezentacji

Wyróżniamy zatem obrazy wewnętrzne, dla których medium stanowi ciało człowieka (jego umysł, związane z nim procesy poznawcze odpowiadające za wytwarzanie, przetwarzanie, przywoływanie i zapamiętywanie obrazów) oraz obrazy zewnętrzne – intersubiektywnie dostępne, zobjektywizowane i związane z różnymi nośnikami – mediami obrazu.

Na wspomniany proces ramowania, czyli wydobywania przez jednostkę w polu percepcyjnym konkretnych obrazów, wpływają istniejące przedstawienia ikoniczne, np. fotografie czy malarstwo, które m.in. kształtują gust i wrażliwość estetyczną jednostki. Są wśród nich reprezentacje medialne pierwszego stopnia odnoszące się do rzeczywistości zewnętrznej (zgodnie z mimetyczną lub performatywną filozofią reprezentacji), symulakry, czyli obrazy pozbawione realnych desygnatów (np. obrazy cyfrowe) oraz reprezentacje medialne n-tego stopnia odnoszące się do innych tekstów ikonicznych, np. zdjęcie obrazu malarskiego. Wśród tych ostatnich istotne miejsce zajmują także teksty medialne zbudowane zgodnie z zasadą „przejmowania” fragmentów lub części cudzych dzieł ikonicznych i budowania z nich kolejnych przekazów (np. kolaże). Ważną rolę w konstytuowaniu pejzażu współczesnej kultury wizualnej odgrywają także różne formy intertekstualności wizualnej oraz parateksty wizualne.

Doświadczenie wizualne jest w dużym stopniu kolonizowane przez istniejące teksty kultury, które matrycuje nasze poczucie czasoprzestrzeni, kształtują tożsamość kulturową i komunikacyjną – w rozumieniu Jana i Aleidy Assmanów (por. Saryusz-Wolska, 2009) – oraz przejmują władzę nad pamięcią indywidualną i kolektywną. Przekazy wizualne narzucają określone sposoby widzenia rzeczywistości i fundują nową płaszczyznę testowania nowych sposobów postrzegania, podporządkowując je nowym formom widzialności. Czynienie widzialnym, a więc ujmowanie fragmentu rzeczywistości realnej lub imaginowanej w formie obrazu, wpisuje się każdorazowo w specyficzną ideologię widzialności. Wystawienie na pokaz jest zatem specyficznym działaniem społecznym związanym z określoną polityką reprezentacji. Kiedy pragniemy stworzyć określony wizerunek miejsca lub osoby, a zatem nadać im określoną tożsamość społeczną, przedstawiamy je w formie obrazów reprezentujących w zamierzeniu pożądane atrybuty

tych obiektów. Zamiast realnego miejsca lub osoby pojawia się zestaw obrazów realizujących określoną politykę widzialności.

Akt rozpoznawania obrazu w świecie jest zatem każdorazowo tworzeniem przez podmiot całości znaczących z elementów obecnych w przestrzeni społecznej; mogą być one jednak odmiennie konfigurowane i refigurowane przez poszczególne jednostki. Niektóre fragmenty rzeczywistości realnej ulegają silnej konwencjonalizacji, tzn. jednostka przedstawia je w określony sposób lub wybiera pewne gotowe formy reprezentacji ikonicznej, które odpowiadają utrwalonym wyobrażeniom społecznym i kulturowym. Wspomniana konwencjonalizacja obrazów realnego świata sprawia także, iż człowiek poszukuje rzeczywistych odpowiedników (desygnatów) znanych mu z przedstawień ikonicznych – obiektów, osób czy zjawisk. W takiej sytuacji obraz niejako wyprzedza poznanie oraz determinuje akt i kierunek percepcji. W skrajnej postaci można mówić (przez analogię do badań językoznawczych – chodzi o koncepcję determinizmu językowego) o tzw. determinizmie wizualnym: czego nie ma w naszym repertuarze obrazów zmagazynowanych w pamięci, tego nie rozpoznajemy w realnym świecie jako obiektu lub jako całości znaczącej.

O takiej sytuacji wspomina Dean MacCannell w „semiotyce atrakcji”: „Najczęściej pierwszy kontakt zwiedzającego z danym obiektem turystycznym nie polega na zetknięciu się z nim samym, lecz z jakimś jego przedstawieniem” (MacCannell, 2002, s. 172). Zatem zwiedzanie polegałoby na dopasowaniu obrazów znanych i przywoływanych z pamięci do realnych widoków. Autor *Turysty...*, wykorzystując „mechanikę” działania i funkcjonowania znaków Ferdinanda de Saussure’a i Charlesa S. Peirce’a, pokazuje, jak w owych turystycznych przedstawieniach zmienia się stosunek tzw. oznaczników (znaczącego) do widoków (znaczonego). Obraz i sposób ramowania rzeczywistości zewnętrznej jest zatem produktem lub pokłosiem procesów społecznej konstrukcji rzeczywistości w formie reprezentacji istniejących uprzednio w różnych mediach i obiegach kulturowych. Człowiek rozpoznaje w rzeczywistości widoki, które zna, lub które przypominają mu wcześniejsze przedstawienia wizualne. Aktowi rozpoznania towarzyszy akt *naznaczonej kulturowo* waloryzacji widoku. W ten sposób także obrazy wewnętrzne są determinowane przez obrazy zewnętrzne, znane innym użytkownikom kultury, choćby dlatego, iż są spopularyzowane przez przedstawienia ikoniczne charakterystyczne dla kultury popularnej. Zatem twórcy nowych przedstawień wizualnych odwołują się do rozpoznawalnych „klisz” i konwencji obrazowania po to, by przyciągnąć uwagę potencjalnego odbiorcy i wywołać u niego pożądaną reakcję. Tą drogą dochodzi do swoistego recyklingu kulturowego, który w istotny sposób przyczynia się do kumulacji i cyrkulacji przedstawień w obrębie kultury wizualnej. Ta ostatnia przyjmuje różny zasięg, można zatem wnioskować o istnieniu: lokalnej, regionalnej, narodowej i globalnej kultury wizualnej. W jej obrębie wyróżnia się także sfera wizualności właściwa dla poszczególnych subkultur. Użytkownicy kultury uczą się interpretować obrazy w procesach komunikacji

społecznej o charakterze formalnym i nieformalnym, na drodze obserwacji zachowań społecznych, a także w ramach tradycyjnych i posttradycyjnych instytucji edukacyjnych.

4. Geneza kultury wizualnej

Geneza kultury wizualnej sięga początków rozwoju istot humanoidalnych, które w procesach komunikacji wykształciły system znaków wizualnych służących zarówno ekspresji bieżących stanów emocjonalnych i przekazowi informacji, jak i intencjonalnemu utrwalaniu przeszłości. Obraz zawsze był formą reprezentacji albo określonych dyspozycji i cech psychicznych podmiotu, albo odległych temporalnie stanów rzeczy, które zostały utrwalone w obrazie, np. portret zmarłego, dawny widok miasta. Jak pisze Michael Tomasello, człowiek, podlegając procesom dziedziczenia biologicznego i kulturowego (tzw. teoria podwójnego dziedziczenia), doświadcza siebie i innych właśnie jako istot intencjonalnych. Dzięki temu:

stają się możliwe: a) proces socjogenezy, dzięki któremu wiele jednostek wspólnie przyczynia się do powstania kulturowych wytworów i praktyk, których historia się akumuluje; b) proces uczenia się kulturowego i internalizacji, za pomocą którego rozwijające się jednostki zaczynają używać, a następnie internalizują aspekty produktów wytworzonych wspólnie przez członków ich gatunku. Oznacza to, że większość kompetencji poznawczych właściwych tylko człowiekowi, a być może wszystkie, nie jest bezpośrednio wynikiem dziedziczenia biologicznego, lecz raczej wypadkową wielu procesów historycznych i ontogenetycznych (Tomasello, 2002, s. 24).

Można zatem wnioskować, iż człowiek przychodzi na świat wyposażony w pewne dyspozycje poznawcze i społeczne pozwalające mu rozumieć nie tylko zastaną kulturę wizualną, ale także działanie innych ludzi wobec jej fenomenów, oraz występować w roli twórcy nowych tekstów kultury wizualnej rozpoznawalnych przez innych.

5. Kultura wizualna – kultura medialna

Kultura wizualna stanowi typ kultury medialnej, a ta z kolei podkategorię kultury informacyjnej. O znaczeniu kultury medialnej przesądza choćby fakt, jak wiele współczesnych dyscyplin i kierunków naukowych zajmuje się obrazem i jego rolą w procesach komunikacji społecznej. Obok historii sztuki, estetyki, archi-

tektury i planowania przestrzennego, medioznawstwa, filmoznawstwa, psychologii Gestalt, psychologii spostrzegania wymienić należy takie subdyscypliny jak: socjologia wizualna, antropologia obrazu, a nawet radiologia. Na obrazie „bazują” natomiast konkretne wytwory kulturowe, które stanowią przedmiot analizy wyżej wymienionych nauk, subdyscyplin i kierunków naukowych; wśród owych wytworów wymienić można: malarstwo, rzeźbę, grafikę, rysunek techniczny, fotografię. Sposób waloryzowania poszczególnych elementów kultury medialnej zależał od czynników: *historycznych*, np. obraz przeciwstawiany jest do tej pory kulturze pisma, z zaznaczeniem, iż ten pierwszy był fundamentem komunikacji osób niewykształconych czy wręcz analfabetów; *kulturowych*, np. sposób ozdabiania ciała w poszczególnych subkulturach jest zazwyczaj negatywnie oceniany przez przedstawicieli tzw. kultury dominującej; *pragmatycznych*, np. niektóre systemy komunikacji wizualnej mają charakter względnie uniwersalny, np. emotikony w komunikacji internetowej czy SMS-owej, znaki informacyjne w obiektach użyteczności publicznej. Ich znaczenie rozpoznajemy poprzez obserwacje zachowań innych ludzi występujących zarówno w roli producentów przekazów, jak i ich interpretatorów.

6. Badania nad kulturą wizualną

O znaczeniu obrazu i szeroko pojętej wizualności dowodzi również fakt ukonstytuowania się nowego obszaru – badań nad kulturą wizualną, postrzeganych jako subdyscyplina w obrębie studiów kulturowych, medioznawstwa, retoryki i komunikacji oraz historii sztuki i estetyki. Wskazywana przez autorów interdyscyplinarność w pewien sposób utrudnia wypracowanie autonomii tej relatywnie nowej perspektywy naukowej, w związku z czym pojawiają się sądy, iż badania nad kulturą wizualną należy postrzegać jako formację złożoną z nowych interdyscyplinarnych strategii interpretacji przejawów kultury wizualnej, jako tzw. żywą metodologię (*living methodology*), która elastycznie reaguje na nowe sytuacje polityczne, dylematy etyczne, dokumenty historyczne czy zwroty paradygmatyczne określające podejście do współczesnej kultury i jej fenomenów. Kategoria „kultura wizualna” oraz podejmowane w związku z nią badania nie są zjawiskiem nowym, lecz w tym obszarze można zauważyć pewną fragmentaryczność podejść, co utrudniało legitymizację tej nowej dyscypliny czy formacji badawczej. Fragmentaryczność tę doskonale można zauważyć na przykładzie tytułów publikacji poświęconych różnym aspektom i różnym perspektywom profilowania problematyki związanej z kulturą wizualną; autorzy stosują zawężenia czasowe (np. koncentrują się na analizie wizualności w Średniowieczu), terytorialne (np. prowadzą badania w konkretnym kraju czy regionie), czy tematyczne (analizują obrazy pod kątem sposobu przedstawiania na nich takich zagadnień, jak: rasa, płeć czy seksu-

alność). Pojawiają się także publikacje poświęcone badaniom kultury wizualnej adresowane do konkretnych grup odbiorców, np. sprofilowane pedagogicznie dla nauczycieli lub metodologiczne – dla badaczy akademickich (Smith, 2008). Niezależnie jednak od tych trudności – jak zauważa Marguard Smith – można wyznaczyć przynajmniej dwa ważne wydarzenia: w 1988 roku odbyła się konferencja „Vision and Visuality”, zorganizowana przez Dia Art Foundation w Nowym Yorku, w której udział wzięli m.in.: Norma Bryson, Jonathan Crary, Hal Foster, Martin Jay, Rosalind Krauss, Jacqueline Rose; drugim znaczącym dla legitymizacji nowej dyscypliny badań wydarzeniem był pierwszy amerykański program poświęcony studiom wizualnym i kulturowym na Uniwersytecie w Rochester w 1989 roku (Smith 2008, s. 6-7). Lata dziewięćdziesiąte XX oraz pierwsza dekada XXI wieku przyniosły wzrost publikacji, konferencji i programów badawczych poświęconych tej kwestii.

Współcześnie związane z badaniami nad kulturą wizualną teksty, dla przykładu: malarstwo, rzeźba, ubiór, katalogi mody, system komunikacji drogowej, pocztówki, strony internetowe, komiksy, afisze filmowe i teatralne, fotografie, tatuaże czy reklamy zewnętrzne odgrywają istotną rolę w procesach komunikacji wizualnej, występują w różnych obiegach kulturowych i na różnych poziomach kultury, gdzie pełnią różnorodne funkcje: od „czysto” artystycznych po perswazyjne i komercyjne.

7. Wrażliwość ikoniczna (wrażliwość wizualna) i kompetencje wizualne

Rozwój kultury wizualnej związany był z jednej strony z rozwojem mediów dla obrazu, z drugiej – odpowiadał przyrodzonej człowiekowi wrażliwości ikonicznej. Wyraża się ona choćby w zdolnościach: myślenia obrazami, snucia marzeń na jawie, wizualizacji określonych stanów rzeczy, wzrokowego zapamiętywania informacji czy tworzenia marzeń sennych, a także „przetwarzania” informacji na formę wizualną. Dla przykładu, z łatwością wyobrażamy sobie wygląd bohaterów lub miejsca akcji podczas lektury utworu literackiego bądź sprawozdania znajomego czy odczytujemy bodźce taktylne, gdy druga osoba „pisze” palcem po naszych plecach słowa albo „maluje” proste obrazy. Tym wrodzonym dyspozycjom człowieka oraz tendencjom kulturowym towarzyszy potrzeba rozwoju tzw. kompetencji wizualnych. Pojęcie to oznacza zestaw umiejętności i wiedzy związanych z tworzeniem, analizą, interpretacją i oceną elementów lub fenomenów kultury wizualnej; jej poziom zależy od wieku biologicznego i rozwojowego jednostki, w tym stopnia zaawansowania rozwoju poznawczego człowieka (jego: inteligencji, spostrzegania, zapamiętywania, myślenia), wrażliwości estetycznej oraz czynników środowiskowych. Do tych ostatnich zaliczają się formy socjalizacji i edukacji dostępne jednostce, a także instytucje społeczne (potencjalnie

wpływające na poziom opisywanej kompetencji; obok szkoły i domów kultury są to: muzea, galerie, wystawy oraz przestrzeń medialna służąca ekspozycji i dystrybucji przekazów ikonicznych.

Relacja medium – przekaz wielokrotnie powracała w refleksji medioznawczej, choćby na gruncie McLuhanowskiego twierdzenia: „Medium is the message” czy rozważań Rolanda Barthesa nad „przezroczystością” fotografii. Refleksja nad mediami obrazów została uwypuklona także w kontekście badań nad intermedialnością, czyli – w jednym z podstawowych znaczeń tego terminu – zdolnością funkcjonowania konkretnego przekazu, np. fotografii czy reklamy, w różnych mediach. Obraz zlewa się zwykle ze swoim medium w pojedynczym akcie percepcji, medium staje się transparentne i ukrywa swoją ideologiczność. Transfer intermedialny przełamuje to złudzenie, dzięki niemu bowiem uwidacznia się wpływ medium na obraz, na sposób jego percepcji, analizy i interpretacji oraz waloryzacji społecznej.

Różnice między obrazem a medium można rozważać także na gruncie antropologicznym. W *Antropologii obrazu* czytamy:

Obraz zawsze cechuje wymiar mentalny, medium wymiar materialny, także wtedy, gdy jednoczą się ze sobą w naszym wrażeniu zmysłowym. Obecność obrazu w medium, jakkolwiek niezaprzeczalnie możemy jej doświadczyć, kryje w sobie także złudzenie – obraz obecny jest bowiem w inny sposób aniżeli jego medium. Obraz dopiero wtedy staje się obrazem, gdy jest ożywiany przez widza. W akcie ożywiania oddzielamy go w wyobraźni od jego medium – nośnika (Belting, 2007, s. 39).

8. Kompetencja wizualna: podstawowe komponenty

Kompetencja wizualna składa się z trzech podstawowych komponentów: umiejętności poznawczych, umiejętności technicznych, umiejętności społecznych. Każdy z nich może być rozwijany w systemie planowanych i metodycznie realizowanych zajęć klasowych bądź uniwersyteckich, jak również poprzez zróżnicowane formy edukacji nieformalnej (w ramach indywidualnych zainteresowań podmiotu realizowanych w formie aktywności pozalekcyjnych czy działań hobbyistycznych). Umiejętności poznawcze odwołują się do podstawowych procesów poznawczych jednostki, czyli: myślenia, zapamiętywania, rozwiązywania problemów, kreatywności, zapamiętywania spostrzegania, posługiwania się językiem i innymi niewerbalnymi sposobami komunikacji międzyludzkiej. Wśród umiejętności technicznych wyróżnia się: posługiwanie się mediami i technologiami informacyjno-komunikacyjnymi w realizacji poszczególnych zadań (np. programami komputerowymi, Internetem, aparatem fotograficznym czy komórkowym) oraz innymi przedmiotami, które mogą być wykorzystane do tego celu. Umiejęt-

ności społeczne wyrażają się w następujących aktywnościach podmiotu: korzystaniu z form współpracy z innymi podmiotami w celu realizacji konkretnego projektu, korzystaniu z porad ekspertów w sprawie realizacji konkretnych działań oraz pozyskiwaniu niezbędnych do tego celu informacji; aktywizowaniu jednostek do tworzenia grup zadaniowych związanych z realizacją konkretnego projektu (związanego z kulturą i komunikacją wizualną) oraz kierowaniu taką grupą; wymianie informacji (np. poprzez Internet) z innymi użytkownikami przestrzeni publicznej odnośnie do możliwości wprowadzenia zmian i udoskonalenia współczesnej przestrzeni wizualnej (np. miasta, gminy, wsi, regionu), etc. Realizacja poniżej przedstawionych projektów działań wymaga zaangażowania wszystkich trzech wymienionych komponentów kompetencji wizualnej. Ich celem jest rozwój wrażliwości wizualnej jednostek, która przekłada się zarówno na umiejętność analizowania wybranych elementów kultury wizualnej, jak i na umiejętność tworzenia autorskich przekazów wizualnych. Przy planowaniu poszczególnych zajęć z tego zakresu należy brać pod uwagę poziom rozwoju poznawczego podmiotu oraz jego doświadczenia kulturowe.

9. Propozycje zadań rozwijających kompetencje wizualną

Wśród przedstawionych propozycji zadań znajdują się różne formy aktywizacji i rozwoju kompetencji wizualnej podmiotu, np. w formie zajęć terenowych, zajęć klasowych, ćwiczeń dotyczących opisanych w literaturze złudzeń optycznych oraz typów i zasad stosowania perspektywy w obrazie, identyfikowania znaczenia i funkcji wybranych przejawów kultury wizualnej. Każde z proponowanych zadań zawiera elementy wiedzy teoretycznej, które znajdują zastosowanie w części praktycznej ćwiczenia wykonywanego przez słuchaczy.

- Zajęcia terenowe: „ramowanie” wizualnych aspektów świata w całości znaczące; komponowanie na tej podstawie obrazów, które mogą zostać utrwalone np. w formie szkicu lub fotografii.
- Rozpoznawanie podstawowych typów złudzeń optycznych, np. złudzenia Baldwina, figury Ponza, złudzenia Müllera-Lyera, złudzenia Sandera etc. Słuchacze po części wprowadzającej w zagadnienie złudzeń optycznych próbują wykorzystać je w swoich pracach rysunkowych.
- Analiza typów zaznaczania głębi i perspektywy na obrazie (np. perspektywa linearna powietrzna, perspektywa żabia, perspektywa ptasia, nakładanie się przedmiotów, cienie, gradient struktury powierzchniowej); po części teoretycznej słuchacze próbują stworzyć obraz (rysunek, fotografię, plakat) z zastosowaniem poznanych zasad.
- Kopiowanie wybranej kompozycji (np. zdjęcia prasowego) poprzez zastosowanie innej techniki tworzenia obrazu, np. odręcznego rysunku;

słuchacze zwracają uwagę na wpływ cech konkretnego medium na proces kreowania nowego tekstu wizualnego.

- Tworzenie modeli (makiet, rysunku technicznego, szkicu, wizualizacji komputerowych) realnie istniejących przestrzeni, obiektów, wnętrz.
- Dopasowanie konkretnego ubioru (np. z katalogu mody) do cech podmiotu (np. jego wieku, płci, pozycji społecznej, zawodu), pory dnia, sytuacji społecznej.
- Rozpoznawanie piktogramów używanych w obiektach publicznych; projektowanie nowych propozycji takich oznaczeń.
- Porozumiewanie się z drugą osobą kodem wizualnym w zastępstwie słów i komunikacji werbalnej.
- Kierowanie uwagą jednostki poprzez stosowanie w przestrzeni publicznej przekazów zawierających specjalne treści, np. obraz małych dzieci i zwierząt, obraz ludzkiej twarzy, przedstawienie nagiego ciała ludzkiego etc.
- Projektowanie wyglądu jednostki (fryzura, ubiór, biżuteria, makijaż, tatuaże) oraz technik zarządzania własnym wizerunkiem (problem tożsamości, autoprezentacji, PR osób, firm i instytucji).
- Zajęcia terenowe: odnajdowanie wizualnych przejawów tożsamości mieszkańców poszczególnych dzielnic miasta, np. graffiti, napisów na murach, form „gwałtu” na istniejących w przestrzeni publicznej obrazach, np. dopisków do reklam zewnętrznych.
- Rozpoznawanie i projektowanie szaty graficznej miasta, np. informacji o regionie, jego zabytkach, z przeznaczeniem do umieszczenia w różnych komunikatach publicznych, np. na stronie internetowej, na blogu.
- Tworzenie projektu reklamy zewnętrznej dotyczącej wybranego obiektu, osoby, zdarzenia.
- Kreowanie fotoeseju lub fotoreportażu z wydarzeń klasowych, miejskich, rodzinnych.
- Tworzenie inwentarzy wizualnych złożonych z obrazów przedmiotów, miejsc i zabudowań oddających tożsamość konkretnych jednostek, grup społecznych czy siedlisk ludzkich.
- Ćwiczenia projekcyjne: na podstawie niejednoznacznej w treści rysunku, przedstawienia, obrazu odbiorca próbuje stworzyć znaczenie będące projekcją jego skojarzeń wizualnych, emocji, wiedzy (uwaga: zajęcia z tego tematu mogą być poprzedzone przedstawieniem podstawowych praw psychologii Gestalt).
- Przekład narracji językowych lub muzyki na obraz oraz obrazu na inne formy reprezentacji; przekład powiedzeń na obraz; wizualizacja, np. w formie rysunków fragmentów tekstów literackich lub artykułów prasowych; uzupełnienie materiałów wizualnych komentarzami słownymi oraz ilustrowanie tekstów pisanych obrazem.
- Analiza komunikatów wizualnych pod kątem ich uniwersalizmu

i zróżnicowania kulturowego, np. w kontekście reklam, kampanii informacyjnych czy społecznych.

- Poszukiwanie podobieństw i różnic między obrazami reprezentującymi ten sam obiekt.
- Budowanie metafor i porównań wizualnych; próba wizualizacji metafor i porównań językowych.
- Przedstawienie wybranego fragmentu książki w formie komiksu.
- Opis wydarzeń i osób przedstawionych na obrazie (uwaga: przy realizacji tego zadania można posługiwać się dodatkowymi informacjami odnośnie do autora obrazu i innych jego dzieł).
- Analiza różnych form przestrzeni publicznej oraz związków form ich projektowania z zakładanymi funkcjami użytkowymi (np. przestrzenie od-społeczne, przestrzenie do-społeczne).
- Wyrażanie emocji za pomocą palety barw (próba dopasowania konkretnych barw do stanów emocjonalnych człowieka: strachu, gniewu, obrzydzenia, zdziwienia, smutku), a następnie analiza istniejących obrazów (np. malarstwa, plakatów) pod kątem relacji między barwami a emocjami.
- Dopasowanie obrazów twarzy człowieka i/lub elementów przestrzeni do określonych stanów emocjonalnych.
- Korzystanie z obrazów wewnętrznych (wyobrażeń, elementów pamięci wizualnej, wizualizacji miejsc i zdarzeń) w celu tworzenia nowych zobiektywizowanych przekazów.
- Stworzenie projektu plakatu do przedstawienia szkolnego.
- Analiza i interpretacja istniejących obrazów (np. malarstwa, grafiki, komiksu) w kontekstach reprezentowanych przez takie dyscypliny naukowe, jak: historia, historia sztuki, psychologia spostrzegania, socjologia wizualna, antropologia obrazów etc..
- Tworzenie autorskich przekazów jako zapisów obrazów świata realnego lub wewnętrznych stanów świadomości, uczuć, przemyśleń, emocji.
- Analiza gatunkowa przekazów wizualnych (np. fotografii prasowych).
- Analiza istniejących i możliwych kontekstów prezentacji wybranych obrazów oraz wpływu takich kontekstów na sposób interpretacji oraz ewaluacji tych ostatnich (kontekst domowy, kontekst galeryjny, kontekst muzealny etc.); rola narracji muzealno-galeryjnych towarzyszących ekspozycji.
- Zajęcia terenowe: wizyta w instytucjach służących ekspozycji elementów kultury wizualnej; typy muzeów oraz rodzaje czy strategie inwentaryzacji obrazów (np. muzeum sztuki, muzeum biograficzne, muzeum historii naturalnej).
- Miejsce obrazu w ramach tzw. rekonstrukcji oraz kolekcji.
- „Praca na pokaz” jako fakt wizualny (np. różne formy estetyzacji rzeczywistości w ramach doświadczeń turystycznych).
- Przekazywanie informacji o osobie, firmie, instytucji poprzez sposób

organizowania użytkowanej przez te podmioty przestrzeni (słuchacze zwracają uwagę na funkcje pełnione przez przestrzeń, charakterystyczne elementy wystroju wewnątrz i kolorystykę, typ wyposażenia i mebli etc.).

- Analiza różnych form identyfikacji i komunikacji wizualnej stosowanej w firmach i instytucjach (np. logo, elementów graficznych powtarzających się w materiałach reklamowych, ubioru pracowników, wystroju firmy etc.).
- Analiza obrazów (np. malarstwa, grafiki, plakatów) wybranego twórcy pod kątem identyfikacji powtarzających się elementów tematycznych i stylistycznych.
- Analiza katalogów mody z różnych dekad pod kątem identyfikacji preferowanych bądź dominujących wzorów urody męskiej i kobiecej.
- Analiza stylów architektonicznych oraz zasad projektowania przestrzeni prywatnych i publicznych w powiązaniu z cechami poszczególnych epok, tendencji kulturowych, społecznych i ekonomicznych.
- Analiza plakatów filmowych i teatralnych z poszczególnych dekad i krajów w powiązaniu z cechami lub atrybutami dzieł filmowych i teatralnych, do których odnoszą się te plakaty.
- Analiza wyglądu bohaterów popularnych komiksów, filmów, gier komputerowych w kontekście cech charakteru, które uosabiają te postaci.
- Analiza szaty graficznej książek (okładek, ilustracji) oraz ich związków ze światem przedstawionym utworu, z cechami gatunkowymi wybranych dzieł literackich.
- Analiza szaty graficznej towarów codziennego użytku i towarów luksusowych pod kątem informacyjno-estetycznym oraz w odniesieniu do cech potencjalnego konsumenta tych produktów (jaki obraz użytkownika projektują te produkty?).
- Analiza zawartości fotoblogów pod kątem obrazu, jaki kreują na swój temat ich autorzy.

Przedstawione propozycje działań rozwijających wrażliwość wizualną mogą być skoncentrowane na analizie współczesnych elementów kultury i komunikacji wizualnej (analizy synchroniczne) lub ukierunkowane na badania przemian w zakresie form, wzorców i przejawów aktywności wizualnej (badania diachroniczne). Preferuje się jednak krzyżowanie tych dwóch metod w celu wykształcenia możliwie pełnej, dojrzałej i wieloaspektowej umiejętności interpretowania, analizowania, oceniania i kreowania nowych przekazów wizualnych; te ostatnie w formie projektów indywidualnych i społecznościowych.

BIBLIOGRAFIA

- Belting, H.** (2007). *Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie* (tłum. M. Bryl). Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych UNIVERSITAS.
- Frąckowiak, M., Rogowski, Ł.** (2009). Badania nad wizualnością w perspektywie multidyscyplinarnej. Kwestionariusz Kultury Wizualnej. *Kultura i Społeczeństwo*, t. LIII, nr 4.
- MacCannell, D.** (2002). *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej* (tłum. E. Klekot i A. Wieczorkiewicz). Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA.
- Mitchell, W.J.T.** (1994). *Picture Theory*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Mitchell, W.J.T.** (2005). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Saryusz-Wolska, M. (red.)**. (2009). *Pamięć zbiorowa i kulturowa. Współczesna perspektywa niemiecka*, Kraków.
- Smith, M.** (2008). *Visual Culture Studies*. Los Angeles, Londyn, Delhi, Singapore: SAGE.
- Tomasello, M.** (2002). *Kulturowe źródła ludzkiego poznania* (tłum. J. Rączaszek). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Urry, J.** (2007). *Spojrzenie turysty* (tłum. A. Szulżycka). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.