

Stanisław Juszczuk

Kultura wizualna – wybrane studia teoretyczne oraz badania empiryczne

Chowanna 2, 17-29

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.



Kultura wizualna – wybrane studia teoretyczne oraz badania empiryczne

Kultura wizualna

Słowo „kultura” pochodzi z języka łacińskiego; łac. *colo, colere* oznacza ‘uprawiam’, ‘uprawiać, kultywować, pielęgnować’, a *cultura* to ‘uprawa’ (chodziło tu o uprawę ziemi). Cynceron, rzymski prawnik, mówca i filozof, żyjący w I wieku p.n.e., pisał, że jednostka, mająca wyrosnąć na człowieka i osiągnąć *humanitas*, czyli „ludzkość”, potrzebuje uprawy, czyli kultury, a zwłaszcza kultury dusz (*animi cultura*). Cynceron przeniósł pojęcie kultury na teren humanistyki na określenie uprawy i uszlachetnienia życia duchowego, czyli intencjonalnych działań człowieka (często wbrew naturze), prowadzących do zaspokajania ludzkich potrzeb i realizacji ludzkich celów w dziedzinie materialnego bytu. Pojęcie „kultura” Grecy odnosili przede wszystkim do wychowania, które określali mianem *paideia*; uważali, że dziecko, gdy przychodzi na świat, jest bardzo podatne na oddziaływanie otoczenia, dlatego potrzebuje wielkiej troski i opieki ze strony rodziców (lub opiekunów), aby rozwijało się prawidłowo i nie było narażone na niebezpieczeństwa prowadzące do złego zachowania. Jak pisał Arystoteles, należy jak najdłużej trzymać dzieci i młodzież „z dala od wszystkiego, co złe, zwłaszcza od tego, co trąci występkiem i wrogością”¹. Dziś kulturę postrzegamy głównie przez pryzmat sztuki, ponadto do podstawowych dziedzin kultury zaliczamy: naukę, która pomaga i uczy poznawać prawdę, moralność, która wychowuje do dobra, i religię, która

¹ Arystoteles: *Polityka*. W: Idem: *Dzieła wszystkie*. Tłum. L. Piotrowicz. T. 1. Warszawa: PWN, 2003 – Księga VII, s. 10.

jest podstawą wielu cywilizacji, w tym cywilizacji europejskiej. W nauce pojawiła się filozofia, nauki szczegółowe i teologia; w moralności umieszczamy etykę (jako moralność osobistą), ekonomikę (jako moralność rodzinną) i politykę (jako moralność społeczną). Dziedzinami (wy)twórczości są sztuka, rzemiosło i technika. Nauka poszukuje prawdy, moralność – dobra, wytwórczość – piękna, religia – otwierając człowieka na Boga, wskazuje pełnię Prawdy, Dobra i Piękna².

Świat ponowoczesny zdominowany jest przez komunikację wizualną, którą pojmować należy jako porozumiewanie się przez obraz, przekazywanie informacji w formie wizualnej między nadawcą a odbiorcą za pomocą środków przekazu, tzw. mediów – klasycznych: prasy, książki, plakatu, telewizji, lub nowych mediów (wciąż powstają nowe media, które zaczęto nazywać postmediami³): Internetu, mediów społecznościowych/ społecznych, prezentacji multimedialnych, mediów mobilnych (chodzi tu na przykład o MMS-y) i innych. Komunikacja wizualna wykorzystuje głównie takie środki ekspresji, jak: ilustracja, fotografia, typografia, infografika, film czy animacja. Za pomocą obrazu wspartego tekstem można skuteczniej oddziaływać na odbiorcę komunikatu. Ocena prawidłowo zaprojektowanego komunikatu wizualnego nie skupia się wyłącznie na estetycznych lub artystycznych upodobaniach twórcy, ale na poziomie zrozumienia komunikatu przez odbiorców, przekazującego wartości, emocje i idee⁴. Intensywne badania nad wizualnością (ang. *visual studies*) doprowadziły do zdefiniowania pojęcia „kultura wizualna” (ang. *visual culture*), stosowanego wymiennie z pojęciem „ikonologia”⁵; kultura wizu-

² Zob. P. Jaroszyński: *Kultura a oddziaływanie mediów*. <http://www.rodzi.napolska.pl/kultura/archiwum.iv2001/mediakultura.htm> [dostęp: 19.10.2015]. Por. Człowiek – wychowanie – kultura. Red. F. Adamski. Kraków: WAM, 1993; *Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze*. Red. A. Kłoskowska. Wrocław: „Wiedza o Kulturze”, 1991.

³ Zob. P. Celiński: *Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych*. Lublin: UMCS, 2013. Postmedia rozumiane są przez autora jako nowa sytuacja technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz sprzężonych z nimi dyskursów i teorii humanistycznych, które owe technologie wyjaśniają. Nauka, sztuka i technika zapętlili się w trójstronnym kontinuum, napędzającym zmiany w komunikacyjnym ekosystemie. Postmedialny stan komunikacyjnego świata jest postrzegany przez autora w kategoriach postępującej emancypacji komunikacyjnej. Technologie sterowane społecznie, zmienne interfejsy i nawigowalne bazy danych, software’owe reakcje na świat i jego nieustanne kodowanie czynią z komunikacji bardziej istotną sferę naszego życia, niż w przeszłości była przed nią era mediów i mediacji.

⁴ W. Kawecki: *Od kultury wizualnej do teologii wizualnej*. „Kultura – Media – Teologia” 2010, nr 1 (1), s. 23–31.

⁵ Zob. E. Panofsky: *Perspektywa jako „forma symboliczna”*. Przeł. G. Jurkowlaniec. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2008.

alna ma poszerzać namysł nad obrazem w ujęciu estetycznym (zajmuje się tym historia sztuki) czy technologicznym (medioznawstwo, kulturoznawstwo, pedagogika medialna) o aspekty: antropologiczny, semiotyczny, historyczno-kulturowy, psychologiczny, socjologiczny i filozoficzny. W ujęciu tym zawarta jest także perspektywa krytyczna, zorientowana na analizę i interpretację wybranych zjawisk współczesnej sztuki i kultury audiowizualnej.

Proces wizualizacji kultury dostrzegany jest przez badaczy od połowy XX stulecia⁶. W połowie lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku zaczęto prowadzić badania w ramach kultury wizualnej (Visual Culture Studies), jednak do dziś brakuje spójnej teorii obejmującej wszelkie pojawiające się w dziejach formy ucieleśnienia obrazów, związane z różnymi praktykami kulturowymi. Powstają natomiast teorie szczegółowe potwierdzające dominację medialnej wizualności nad pozostałymi formami komunikacyjnymi we współczesnej interakcji międzyludzkiej i międzykulturowej. Od lat osiemdziesiątych XX wieku publikowali swe prace kolejni badacze diagnozujący nurty współczesnej kultury wizualnej; należeli do nich: Jean Baudrillard⁷ (twórca teorii symulacji), William J.T. Mitchell⁸ (autor kulturowej teorii obrazów – ikonologii), Friedrich Kittler⁹ (przedstawiający dyskurs o filozofii i historii mediów), Lev Manovich¹⁰ (zajmujący się badaniami nowych mediów, badaniami software'ów i kultury wizualnej), Oliver Grau¹¹ (ze swą analizą historii sztuki mediów), Hans Belting¹² (konstruktor antropologii obrazu opartej między innymi na różnicy między tym, co widzialne – *visible*, a tym, co zobrazowane – *visual*), Alexander Galloway¹³ (twórca teorii cyberkultury), Peter Weibel¹⁴ (zajmujący się te-

⁶ Zob. M. Drabek: *Kultura wizualna, czyli jaka? Nowy paradygmat wizualności*. „Kultura Popularna” 2009, nr 1, s. 31–38.

⁷ J. Baudrillard: *Symulakry i symulacja*. Przeł. S. Królak. Warszawa: Sic, 2005.

⁸ W.J.T. Mitchell: *Iconology. Image, Text, Ideology*. Chicago: University of Chicago Press, 1986.

⁹ F. Kittler: *There is no Software*. „CTheory”, 10/18/1995. www.ctheory.net/articles.aspx?id=74 [11.10.2013].

¹⁰ L. Manovich: *Language of New Media*. Cambridge: MIT Press, 2002. Wydanie polskie: L. Manovich: *Język nowych mediów*. Przeł. P. Cypryański. Warszawa: WAiP, 2006.

¹¹ O. Grau: *Virtual Art. From Illusion to Immersion*. Cambridge: The MIT Press, 2003.

¹² H. Belting: *Antropologia obrazu*. Przeł. M. Bryl. Kraków: Universitas, 2007.

¹³ A. Galloway: *The Interface Effect*. Cambridge: Polity Press, 2013.

¹⁴ P. Weibel: *From Data to Images and Back. An Introduction to the Visual Systems of Thorhjørn Lausten*. In: *MAGNET. Thorhjørn Lausten's Visual Systems*. Eds.

orią sztuki mediów i filozofią kultury), Peter Lunenfeld¹⁵ (opisujący cyfrowość w naukach humanistycznych), Katherine Hayles¹⁶ (autorka teorii sztuki i techniki) czy Geoff Cox¹⁷ (socjolog nowych mediów). W Polsce także można odnotować aktywność badaczy kultury wizualnej, do których można zaliczyć takie postaci, jak: Andrzej Gwóźdź (zajmujący się teoriami mediów, studiami kulturowymi i filmoznawstwem), Piotr Zawojski (analizujący teorię cyberkultury i sztuki cyfrowej), Maciej Ożóg (uprawiający studia cyberkulturowe i krytykę sztuki mediów), Anna Nacher (antropolog i socjolog cyberkultury), Michał Derda-Nowakowski (teoretyk interfejsów i interakcji) czy Michał Ostrowicki (prowadzący badania wirtualności).

Współczesne tendencje w interpretacji obrazu doprowadziły do sformułowania pojęcia „zwrot obrazowy”, często w literaturze zastępowanego terminem „zwrot piktorialny” (ang. *pictorial turn*), we wspólnym dyskursie nauk i sztuk¹⁸. William J.T. Mitchell sugerował, że nie język, a wizualność staje się pryncypialną zasadą nowych mediów, stąd należy przekierowywać uwagę poznawczą na sferę wizualną, jej fenomenologię, estetykę i poetykę¹⁹. Zwrot piktorialny jest reakcją na obserwowany w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku „zwrot lingwistyczny”, bazujący na filozofii lingwistycznej Ludwiga Wittgensteina, strukturalizmie Claude’a Lévi-Straussa i Michela Foucaulta, hermeneutyce Paula Ricoeura, Hansa-Georga Gadamera, Jacques’a Derridy czy Jamesa Frye’a. Poprzednie, logocentryczne podejście do kultury, traktowanie kultury jako tekstu czy języka, a społeczeństwa – jako tekstu²⁰ ustąpiło miejsca wizualności, w wyniku procesu postmoder-

M. Søndergaard, P. Weibel. Heidelberg: Kehrer Verlag, 2008. www.orbit-orbit.dk/downloads/Visual_Systems_Magnet.pdf [wrzesień 2013].

¹⁵ P. Lunenfeld: *The Secret War Between Downloading and Uploading: Tales of the Computer as Culture Machine*. Cambridge: The MIT Press, 2011.

¹⁶ K.N. Hayles: *My Mother was a Computer: Digital Subjects and Literary Texts*. Chicago University of Chicago Press, 2005.

¹⁷ G. Cox: *Antithesis: the Dialectics of Software Art*. Aarhus: Digital Aesthetics Research Center–Aarhus University, 2010.

¹⁸ W.J.T. Mitchell: *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press, 1994; Idem: *Zwrot piktorialny*. [Przeł. M. Drabek]. „Kultura Popularna” 2009, nr 1, s. 5–8; W.J.T. Mitchell: *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press, 2005, s. 215.

¹⁹ Zob. R.L. Gregory: *Eye and Brain. The Psychology of Seeing*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 1998.

²⁰ R. Rorty: *Filozofia a zwierciadło natury*. Przeł. M. Szczubińska. Warszawa: Wydawnictwo Spacja–Fundacja Aletheia, 1994; R. Rorty: *The Linguistic Turn*. Chicago: University of Chicago Press, 1967.

nizacji uwzględniającej upowszechnienie telewizji satelitarnej i Internetu²¹.

Obraz w kulturze wizualnej

Obraz może być techniczny (na przykład film, fotografia, graficzne przetworzenie cyfrowe) albo naturalny, czyli ten, który powstał w materialnym kształcie w obrębie sztuk plastycznych i był stworzony ludzką ręką. W badaniach nad wizualnością obraz nie jest traktowany wyłącznie jako dzieło sztuki, ale przede wszystkim jako „fakt społeczno-kulturowy” lub „wydarzenie wizualne” (ang. *visual event*) regulujące relacje między przestrzenią wizualną a przestrzenią społeczną. Owo „wydarzenie wizualne” oznacza wszelkie wrażenia wzrokowe, w których odbiorca poszukuje informacji wizualnej, znaczenia albo przyjemności, uzyskiwanych dzięki narzędziom i wizualnym technologiom, od malarstwa poprzez fotografię, film, telewizję, aż po multimedia i hipermedia cyfrowe oraz Internet z jego zasobami i usługami²². W języku angielskim obraz jest opisywany dwoma odrębnymi określeniami: *picture* i *image*. W opinii Elżbiety Łubowicz obraz – *picture* – to dzieło wykonane na jakiejś płaszczyźnie, za pomocą farb, kredek czy ołówka (może też być zrealizowany w formie grafiki komputerowej); wizerunek kogoś lub czegoś na płótnie, papierze, desce, szkłe; zwykle oprawiany w ramy. Rama jest tutaj ważnym elementem, ponieważ wyraża granicę między światem realnym a fikcyjną rzeczywistością obrazu. Rama niejako definiuje obraz jako *picture* i wskazuje na obecność wszystkich jego konstytutywnych elementów: realizacji w materialnej postaci, autorskiej intencjonalności, wewnętrznej struktury estetycznej, symbolicznego znaczenia²³. Obraz – *image* – jest natomiast widokiem kogoś lub czegoś – krajobrazem, sceną, osobą widzianą lub odtwarzaną w pamięci, w wyobraźni²⁴. Zatem nie stanowi przedmiotu materialnego, nie ma także charakteru intencjonalnego ani nie jest osobistą interpretacją²⁵. *Image* jest bezpośrednim widokiem rzeczy, realizmem widzenia i maksymalną obiektywizacją.

²¹ W. Kawecki: *Od kultury wizualnej do teologii wizualnej...*, s. 26.

²² N. Mirzoeff: *The Subject of Visual Culture*. In: *The Visual Culture Reader*. Ed. N. Mirzoeff. London–New York: Routledge–Taylor and Francis Group, 2002, s. 6.

²³ E. Łubowicz: *Między picture a image. Obrazy w kulturze współczesnej*. „Kultura Współczesna” 2006, nr 4 (50), s. 11.

²⁴ Por. *Słownik języka polskiego*. T. 2. Warszawa: PWN, 1996, s. 402.

²⁵ E. Gombrich: *Sztuka i złudzenie. O psychologii przedstawienia obrazowego*. Przeł. J. Zaraniski. Warszawa: PIW, 1981.

Zdaniem Witolda Kaweckiego, „obrazy służą poznawaniu rzeczywistości, konstruując rzeczywistość; dokumentując i kreując rzeczywistość przez reprezentacje wizualne; Obrazy budują porządek społeczny jako reprezentacje systemów klasyfikacyjnych i środki legitymizacji porządku społecznego”²⁶. Obrazy mogą łączyć ludzi, tworząc więzi społeczne, np. wspólne robienie zdjęć czy filmów, a następnie wspólne oglądanie albumów i portretów rodzinnych; Obrazy mogą dzielić ludzi jako narzędzia sprawowania władzy i kontroli poprzez tzw. przemoc ikonyczną, przyczyniając się do rasowych, etnicznych czy ideologicznych podziałów społecznych²⁷ (przykładem może być atak hakerów z Korei Północnej w grudniu 2014 roku na wytwórnię filmów Sony Picture w USA po zapowiedzi przez nią premiery filmu *The Interview*, ukazującego w niekorzystnym świetle przywódcę koreańskiego). Obrazy zmuszają do podejmowania działań poprzez manipulowanie świadomością oraz uwodzenie zwłaszcza w reklamie i propagandzie jako podstawowych przykładach perswazyjnych²⁸. Jednak obraz domaga się dialogu-spotkania oglądającego z konkretnym dziełem”²⁹.

W kulturze wizualnej obraz traktowany jest dwojako: jako obraz mentalny, ulokowany w ludzkiej pamięci oraz jako obraz medialny, czyli na przykład fotograficzny, telewizyjny, internetowy czy reklamowy. Hans Belting napisał, że obraz jest „czymś więcej niż produktem postrzegania. Powstaje jako rezultat osobistej lub kolektywnej symbolizacji. Wszystko, co wejdzie w spojrzenie lub przed wewnętrzne oko, daje się w ten sposób objaśnić jako obraz lub w obraz przekształcić. Dlatego też pojęcie obrazu, jeżeli potraktuje się je poważnie, może być ostatecznie tylko pojęciem antropologicznym”³⁰. Dlatego w ramach kultury wizualnej rozwinęły się następujące (sub)dyscypliny naukowe: antropologia obrazu³¹, socjologia wizualna³², antropologia widowisk³³ czy psychologia widzenia i postrzegania³⁴.

²⁶ W. Kawecki: *Od kultury wizualnej do teologii wizualnej...*, s. 25.

²⁷ Ibidem.

²⁸ Ibidem.

²⁹ Ibidem, s. 29.

³⁰ H. Belting: *Bild-Anthropologie*. München: Fink, 2001, s. 11–12 – cyt. za: W. Kawecki: *Od kultury wizualnej do teologii wizualnej...*, s. 24.

³¹ K. Olechnicki: *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*. Warszawa: Oficyna Naukowa, 2003.

³² P. Sztompka: *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005.

³³ Zob. *Antropologia widowisk. Zagadnienia i wybór tekstów*. Red. A. Chałupnik et al. Wstęp i red. L. Kolankiewicz. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2005.

³⁴ Zob. P.H. Lindsay, D.A. Norman: *Procesy przetwarzania informacji u człowieka*. Przeł. A. Kowaliszyn. Warszawa: PWN, 1991.

Kultura cyfrowa młodzieży

Na obecnym etapie rozwoju cyfrowych form technologicznych zarówno sprzętowych, jak i software'owych wizualność staje się przede wszystkim praktyką nadawania surowym, matematycznym ciągom kodu baz danych/wiedzy bezpiecznych antropologicznie (przy uwzględnieniu osiągnięć psychologii i antropologii postrzegania) i kulturowo (przy wzięciu pod uwagę semiotyki wizualności) kształtów nawiązujących do uznanych już w kulturze wizualnej form, na przykład ekranu komputera (w nawiązaniu do ekranu telewizora) czy stron WWW (przypominających strony klasycznej gazety). Współczesne obrazy cyfrowe stanowią kulturowy kapitał w kontaktach z niewidocznym, trudnym do uchwycenia *techné*, a przez to często niezrozumiałym kodem cyfrowym i morzem cyfrowych danych. Dlatego wizualność pełni rolę kulturowego przekazu i uniwersalnej powłoki cyfrowych przestrzeni, a obrazy stały się najważniejszym kulturowym interfejsem w technologiach cyfrowych, zgodnie z osiągnięciami psychologii percepcji i kognitywistyki³⁵. Zatem wizualizacja danych staje się dynamicznie rozwijającym się, nowym środowiskiem wizualnym – w środowisku tym język wizualizacji staje się podatny na zmiany, konfiguracje i interpretacje zarówno twórców, jak i odbiorców.

Mamy dziś także do czynienia z wizualizacją tekstu, jako jedną z wielu postmedialnych form dostępnych w wyniku cyfryzacji analogowego dotychczas świata. Media monolityczne spajające formę i treść pośredniego przekazu (wraz ze swym klasycznym potencjałem semantycznym) ustępują coraz bardziej fluktuującym, wielowymiarowym i hybrydowym interakcjom komputerów (sieci komputerowych), danych, oprogramowania (software) i interfejsów. Klasyczna triada: medium – przekaz – odbiorca, transformuje się dynamicznie w nowy ekosystem komunikacyjny oraz ekosystem medialny, silnie oddziaływujący na kulturę. Nowe media to coś więcej niż wielorakie implementacje i afiliacje software, a mediocentryczna tradycja, zdaniem Lva Manovicha, zastąpiona zostaje nowym, dysponującym własną genetyką i semantyką oraz cyfrowo-sieciowym porządkiem dyskursywnym³⁶. Język opisu zjawisk wielokierunkowych i podlegających wzajemnej interakcji nie jest jednolity, zaobserwować można kryzys linearnej narracyjności, ponieważ postmedia stały się jednym ze współczesnych fundamentów kultury (powstały nowe kody kulturowe i społeczne), zbudowały zręby nowej tożsamości zbiorowej

³⁵ Zob. A. Darley: *Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres*. London: Routledge, 2000.

³⁶ L. Manovich: *Software Takes Command: Extending the Language of New Media*. New York: Bloomsbury Academic, 2013.

i kształty konstelacji społecznych³⁷. W metodologii badań humanistycznych i społecznych procesów i zjawisk kultury wizualnej odchodzi się od czystości i precyzji w definiowaniu problemów badawczych na rzecz hermeneutycznych wyjaśnień przebiegu zróżnicowanych zjawisk wielowymiarowych. Stąd często badacze ze strategii jakościowej³⁸, a w niej studiów przypadku czy badań etnograficznych³⁹, przechodzą do szerszego spojrzenia na zjawisko, uwzględniając przypisane do niego konteksty i różne, możliwe interpretacje⁴⁰.

Dzieci i młodzież w kulturze wizualnej – wybrane wyniki badań

Beata Mazepa-Domagała⁴¹ podjęła studia teoretyczne oraz przeprowadziła badania empiryczne zmierzające do zdiagnozowania stanu wiedzy na temat dziecięcych predylekcji w zakresie ilustracji książkowej i grafiki książkowej, ważnych dla prawidłowego przebiegu procesu komunikacji wizualnej. Badania miały charakter transdyscyplinarny, ponieważ obejmowały wiedzę z zakresu pedagogiki przedszkolnej, pedagogiki twórczości, pedagogiki medialnej, psychologii, socjologii, kulturoznawstwa, estetyki, teorii komunikacji oraz sztuki. Wątek pedagogiczny badań związany jest z sytuacjami społecznymi, w których dzieci uczestniczą i w ten sposób przejmują pewne wzorce zachowań i preferencji. Upodobania obrazowe mogą stać się instrumentem wpływającym na kształtowanie świata wartości dzieci, wspierającym proces ich wychowania, wzbogacającym wiedzę o człowieku, jego rozwoju, wychowaniu i jego determinantach. Monografia *Dziecięce spotkania ze sztuką* to autorski wkład Beaty Mazepy-Domagały do teorii przekazu obrazowego dla dzieci, charakterystyki najważniejszych aspektów takiego obrazu (ilustracji); dzięki autorskim narzędziom diagnostycznym publikacja pozwoli innym badaczom, ilu-

³⁷ Por. W.J.T. Mitchell, M.B.N. Hansen: *Introduction*. In: *Critical Terms for Media Studies*. Eds. W.J.T. Mitchell, M.B.N. Hansen. Chicago: University of Chicago Press, 2010, s. X–XIV.

³⁸ Zob. S. Juszczyk: *Badania jakościowe w naukach społecznych. Szkice metodologiczne*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2013.

³⁹ Np. S. Juszczyk: *Etnography of Virtual Phenomena and Processes on the Internet*. „The New Educational Review” 2014, vol. 36, no. 2, s. 206–216.

⁴⁰ Zob. M. Banks: *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*. Przeł. P. Tomanek. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009; G. Rose: *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Przeł. E. Klekot. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.

⁴¹ B. Mazepa-Domagała: *Dziecięce spotkania ze sztuką. Strategia projektowania spotkań ze sztuką oparta na rozumieniu, interpretacji i tworzeniu przekazów wizualnych*. Katowice: Wydawnictwo „Śląsk”, 2009.

stratorom książek dla dzieci czy wydawcom na konstruowanie prawidłowo skomponowanej ilustracji do książek dla dzieci, a nauczycielom wychowania przedszkolnego pomoże planować tematykę zajęć plastycznych z dziećmi, kształtować u nich umiejętności i zainteresowania plastyczne, rozwijać dziecięcą wyobraźnię i ekspresję, a także prawidłowo charakteryzować i oceniać wytwory plastyczne dzieci.

Natalia Pater-Ejgierd⁴² podjęła się analiz przedstawień wizualnych w podręcznikach do języka angielskiego oraz relacji tych przedstawień z tekstami werbalnymi; podstawę badań stanowiły polskie książki, poczynając od tych z lat pięćdziesiątych XX wieku, a na wydanych kilka lat temu kończąc. Analizy tekstów wizualnych zamieszczonych we współczesnych podręcznikach, przy stosowaniu różnicowania metod badawczych, pozwalają na egemplifikacje obrazów dzisiejszej kultury wizualnej wraz z kreowanymi przez nią nowymi potrzebami edukacyjnymi. Dlatego też ważnym wątkiem opisywanych badań są kwestie związane z kompetencjami wizualnymi, które autorka nazywa alfabetyzmem wizualnym, oraz dyskurs nad funkcjonowaniem mediów wizualnych w codziennym życiu dziecka czy osoby dorosłej.

Badania etnograficzne przeprowadzone w ramach kierowanego przez zespół Mirosława Filiciaka⁴³ projektu badawczego *Młodzi i media* (finansowanego z programu operacyjnego „Obserwatorium Kultury” Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego) przedstawiają świat cyfrowy młodzieży, dla której kultura jest plikiem, czyli tekstem, zdjęciem, filmem lub piosenką; plik ten można nieustannie kopiować i przysyłać. Skany zdjęć przesyłane są na blogi, serwisy społeczne, są załącznikami w mailach, na płytach DVD czy pendrive’ach. Posty przekazuje się (mikro)sieciom społecznym, w których trudno rozróżnić dzielenie się treściami kultury (zasobami) i aktywność towarzyską; dokonuje się fragmentaryzacja doświadczeń kulturowych. Aby prawidłowo funkcjonować w grupie, należy znać określone filmy, klipy muzyczne czy strony WWW, w tym celu należy nieustannie wymieniać linki, spostrzeżenia, uwagi, uwspólniać wiedzę. Jej podstawą są treści, informacje znajdujące się w różnych miejscach sieci globalnej; należy umieć do nich dotrzeć, dokonać selekcji, zgromadzić i przesłać do znajomych, nie zważając przy tym na prawo autorskie. Niewielu jest w sieci twórców (amatorów), więcej odtwórców i użytkowników, inaczej: konsumentów. Twórcy i odtwórcy poświęcają wiele czasu i energii na poszukiwanie informacji,

⁴² N. Pater-Ejgierd: *Kultura wizualna a edukacja*. Poznań: Fundacja Tranzyt, 2010.

⁴³ M. Filiciak et al.: *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*. Warszawa, styczeń 2010. <http://bi.gazeta.pl/im/6/7600/m7600446.pdf> [dostęp: 19.10.2015].

komentowanie ich czy przetwarzanie i przesyłanie do zainteresowanych. Tworzenie pliku z wybranymi przez siebie z sieci nagraniami czy filmami staje się, w świecie zdominowanym przez media, odpowiednikiem umiejętności pisania.

Konkluzje

„Instytucjami” kultury stają się dziś sieci społecznościowe/społeczne (powstające między innymi na forach dyskusyjnych, w tym na Facebooku), miejsca multimedialne (na przykład Flickr, YouTube), blogi (na przykład (micro)blogger, Twitter), światy wirtualne czy bazy danych i bazy wiedzy. Zatem pewne instytucje kultury dziś funkcjonują już w cyberprzestrzeni. Kody technologii cyfrowych stały się nowymi kodami kultury, a analizie poddawane są interakcje między kodem (software), bazą danych/wiedzy a interfejsem (hardware). Studia nad zmieniającym się komunikacyjnym uniwersum postmediów rozwijają się dynamicznie, przyczyniając się do kształtowania podejścia transdyscyplinarnego i fluktuacji metodologicznych w naukach humanistycznych i społecznych.

Pełny potencjał mediów cyfrowych wykorzystywany jest tylko przez kilka procent użytkowników, powraca więc problem edukacji (post)medialnej. W przeszłości edukacja (post)medialna dedykowana była dzieciom i młodzieży, a dzisiaj w większym stopniu powinna dotyczyć dzieci i osób dorosłych. Ważne staje się spojrzenie/widzenie w procesie tworzenia, odbierania i interpretowania zjawisk kultury ponowoczesnej oraz przemian w filozofii podmiotu. Dlatego należy pogłębiać i rozwijać świadomość wizualną odbiorców, służącą nie tylko analizie, a następnie interpretacji wybranych obrazów i postmediów, lecz także krytyce kultury wizualnej. Posiadanie przez przeciętnego odbiorcę podstawowych kompetencji wizualnych staje się koniecznością, jeśli chce on w pełni uczestniczyć we współczesnej kulturze.

Bibliografia

- Antropologia widowisk. Zagadnienia i wybór tekstów.* Red. A. Chałupnik et al. Wstęp i red. L. Kolankiewicz. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2005.
- Arystoteles: *Polityka*. W: Idem: *Dzieła wszystkie*. Tłum. L. Piotrowicz. T. 1. Warszawa: PWN, 2003.
- Banks M.: *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*. Przeł. P. Tomaneck. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009.

- Baudrillard J.: *Symulakry i symulacja*. Przeł. S. Królak. Warszawa: Sic, 2005.
- Belting H.: *Antropologia obrazu*. Przeł. M. Bryl. Kraków: Universitas, 2007.
- Belting H.: *Bild-Anthropologie*. München: Flik, 2001.
- Celiński P.: *Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych*. Lublin: UMCS, 2013.
- Cox G.: *Antithesis: the Dialectics of Software Art*. Aarhus: Digital Aesthetics Research Center–Aarhus University, 2010.
- Człowiek – wychowanie – kultura. Red. F. Adamski. Kraków: WAM, 1993.
- Darley A.: *Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres*. London: Routledge, 2000.
- Drabek M.: *Kultura wizualna, czyli jaka? Nowy paradygmat wizualności*. „Kultura Popularna” 2009, nr 1.
- Filiciak M. et al.: *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*. Warszawa, styczeń 2010. <http://bi.gazeta.pl/im/6/7600/m7600446.pdf%20-%2012.2013> [dostęp: 19.10.2015].
- Galloway A.: *The Interface Effect*. Cambridge: Polity Press, 2013.
- Gombrich E.: *Sztuka i złudzenie. O psychologii przedstawienia obrazowego*. Przeł. J. Zarański. Warszawa: PIW, 1981.
- Grau O.: *Virtual Art. From Illusion to Immersion*. Cambridge: The MIT Press, 2003.
- Gregory R.L.: *Eye and Brain. The Psychology of Seeing*. 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- Hayles K.N.: *My Mother was a Computer: Digital Subjects and Literary Texts*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.
- Jaroszyński P.: *Kultura a oddziaływanie mediów*. <http://www.rodzi.napolska.pl/kultura/archiwum/iv2001/mediakultura.htm> [dostęp: 19.10.2015].
- Juszczak S.: *Badania jakościowe w naukach społecznych. Szkice metodologiczne*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2013.
- Juszczak S.: *Etnography of Virtual Phenomena and Processes on the Internet*. „The New Educational Review” 2014, vol. 36, no. 2.
- Kawecki W.: *Od kultury wizualnej do teologii wizualnej*. „Kultura – Media – Teologia” 2010, nr 1 (1).
- Kittler F.: *There is no Software*. „CTheory”, 10/18/1995. www.ctheory.net/articles.aspx?id=74 [11.10.2013].
- Lindsay P.H., Norman D.A.: *Procesy przetwarzania informacji u człowieka*. Przeł. A. Kowalishyn. Warszawa: PWN, 1991.
- Lunenfeld P.: *The Secret War Between Downloading and Uploading: Tales of the Computer as Culture Machine*. Cambridge: The MIT Press, 2011.
- Łubowicz E.: *Między picture a image. Obrazy w kulturze współczesnej*. „Kultura Współczesna” 2006, nr 4 (50).

- Manovich L.: *Język nowych mediów*. Przeł. P. Cypryański. Warszawa: WAIp, 2006.
- Manovich L.: *Language of New Media*. Cambridge: MIT Press, 2002.
- Manovich L.: *Software Takes Command: Extending the Language of New Media*. New York: Bloomsbury Academic, 2013.
- Mazepa-Domagała B.: *Dziecięce spotkania ze sztuką. Strategia projektowania spotkań ze sztuką oparta na rozumieniu, interpretacji i tworzeniu przekazów wizualnych*. Katowice: Wydawnictwo „Śląsk”, 2009.
- Mitchell W.J.T.: *Iconology. Image, Text, Ideology*. Chicago: University of Chicago Press, 1986.
- Mitchell W.J.T.: *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press, 1994.
- Mitchell W.J.T.: *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press, 2005.
- Mitchell W.J.T.: *Zwrot piktorialny*. [Przeł. M. Drabek]. „Kultura Popularna” 2009, nr 1.
- Mitchell W.J.T., Hansen M.B.N.: *Introduction*. In: *Critical Terms for Media Studies*. Eds. W.J.T. Mitchell, M.B.N. Hansen. Chicago: University of Chicago Press, 2010.
- Mirzoeff N.: *The Subject of Visual Culture*. In: *The Visual Culture Reader*. Ed. N. Mirzoeff. London-New York: Routledge-Taylor and Francis Group, 2002.
- Olechnicki K.: *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*. Warszawa: Oficyna Naukowa, 2003.
- Panofsky E.: *Perspektywa jako „forma symboliczna”*. Przeł. G. Jurkowlaniec. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, 2008.
- Pater-Ejgierd N.: *Kultura wizualna a edukacja*. Poznań: Fundacja Tranzyt, 2010.
- Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze*. Red. A. Kłoskowska. Wrocław: „Wiedza o Kulturze”, 1991.
- Rorty R.: *Filozofia a zwierciadło natury*. Przeł. M. Szczubiałka. Warszawa: Wydawnictwo Spacja-Fundacja Aletheia, 1994.
- Rorty R.: *The Linguistic Turn*. Chicago: University of Chicago Press, 1967.
- Rose G.: *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*. Przeł. E. Klekot. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
- Sztompka P.: *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005.
- Weibel P.: *From Data to Images and Back. An Introduction to the Visual Systems of Thorhjørn Lausten*. In: *MAGNET. Thorhjørn Lausten's Visual Systems*. Eds. M. Søndergaard, P. Weibel. Heidelberg: Kehrler Verlag, 2008. www.orbit-orbit.dk/downloads/Visual_Systems_Magnet.pdf [wrzesień 2013].

Stanisław Juszczuk

Visual Culture – Chosen Theoretical Studies and Empirical Research

Summary: In the paper there are analyzed different perspectives and interpretations of the notions: culture, visual culture, culture studies, visual studies, postmedia, picture, software, hardware, digital codes, and chosen theories which describe phenomena and processes taking place in the range of the visual culture and contemporary society as well as in education. In the end of the article the chosen results of the empirical research carried out in the framework of the visual culture are described.

Key words: visual culture, cyber culture, visual studies, postmedia, picture

Stanisław Juszczuk

Visuelle Kultur – ausgewählte theoretische Studien und empirische Forschungen

Zusammenfassung: In dem Artikel analysiert der Verfasser verschiedene Auffassungen und Interpretationen von den Begriffen: „Kultur“, „Kulturstudien“, „Visualitätsstudien“, „Postmedien“, „Bild“, „Software“, „Hardware“, „digitaler Code“. Er präsentiert auch ausgewählte Theorien von den im Bereich der visuellen Kultur, der Bildung und in der Gesellschaft von heute stattfindenden Phänomenen und Prozessen. Einige Ergebnisse der auf dem Gebiet der visuellen Kultur durchgeführten empirischen Forschungen werden im Schlussteil veröffentlicht.

Schlüsselwörter: visuelle Kultur, Cyberkultur, Visualitätsstudien, Postmedien, Bild