

Od Redakcji

W naukach społecznych, przede wszystkim w socjologii, pogłębionym analizom społeczeństwa ponowoczesnego częstokroć towarzyszy skierowanie uwagi poznawczej na zdominowanie kultury przez media wizualne, zwłaszcza w ostatnich dwóch wiekach. Podkreśla się, iż w kolejnych epokach historycznych obserwować można dominujące rysy kultury oralnej, werbalnej oraz wizualnej. W tej pierwszej w komunikacji międzyludzkiej dominuje słowo mówione przekazywane w bezpośrednim kontakcie społecznym. Pismo i druk pozwoliły dotrzeć do wielkiej ilości odbiorców, pokonując czas, i było, jak podkreśla Piotr Sztompka, ważnym czynnikiem powstawania społeczeństwa nowoczesnego z jego cechą masowości.

Szczególne miejsce w epoce wizualnej zajmuje obraz¹. „Obrazy przenoszą informacje, wiedzę, emocje, doznania estetyczne, wartości. Stają się przedmiotem świadomego rozszyfrowania, ale także oddziałują na podświadomość. Można je czytać jak tekst, analitycznie i fragmentami, po kolei, w sposób, który Roland Barthes określał jako studium”². 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

¹ P. Sztompka: *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005, s. 150; zob. także np. G. Rose: *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metoda badań nad wizualnością*. Przeł. E. Klekot. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.

² P. Sztompka: *Socjologia wizualna...*, s. 150.

(wpatrywania się, molestowania wzrokiem, pogardliwego spojrzenia) oraz strategii wytwarzania nowych (porządków) widzialności i reżimów widzenia”³.

Pojęcie kultury wizualnej jest bardzo szerokie i obejmuje kilka kategorii zjawisk, tj. ikonosferę, czyli obrazy, które spotykamy w naszym otoczeniu – od dzieł malarskich udostępnianych w muzeach po reklamy na billboardach, socjosferę, czyli to, co jest widziane, a związane z działaniami ludzi, wizerunek ludzi oraz ich otoczenie cywilizacyjne, reżimy obrazowania, czyli reguły, wzory, style kształtowania wizerunku, tworzenia obrazów, produktów czy obiektów, oraz reżimy patrzenia, czyli reguły, które pozwalają na przyglądanie się lub zabraniają przyglądania się osobom, przedmiotom, pozwalają na utrwalanie ich wizerunków (na przykład przez fotografowanie) lub tego zabraniają⁴. Piotr Sztompka wskazuje ponadto, iż kultura wizualna w społeczeństwie późnej nowoczesności manifestuje się na pięć sposobów, tj. żyjemy w społeczeństwie ikon – otaczani jesteśmy ze wszystkich stron obrazami nadanymi przez ich autorów w celach ekspresyjnych lub komunikacyjnych; żyjemy w społeczeństwie spektaklu, z którym mamy do czynienia w różnych, często-kroć rejestrowanych w postaci wizualnej kontekstach życia społecznego (między innymi kultura masowa, rozrywka, olimpiady sportowe, wie-ce wyborcze); żyjemy w społeczeństwie autoprezentacji – w otoczeniu innych osób i relacji z nimi; żyjemy w społeczeństwie designu – zwracamy uwagę na atrybuty atrakcyjności produktów (na przykład kolor, kształt, formę, opakowanie), które kupujemy – począwszy od towarów użytku codziennego aż po towary luksusowe; żyjemy w społeczeństwie podglądactwa, czyli chcemy widzieć znacznie więcej niż jest do zobaczenia⁵. „Długa tradycja nauk społecznych poucza, że kultura (przekonania wierzenia reguły, wzory, normy wartości) i struktura społeczna (grupy, instytucje, organizacje) pozostają we wzajemnych, dialektycznych zależnościach. To samo dotyczy tego fragmentu kultury, który stanowi kultura wizualna”⁶. Kultura wizualna w naturalny, ale i znaczący sposób łączy się wieloaspektowo ze współczesną edukacją. John Debes⁷ w roku 1969

³ A. Ogonowska: *Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki*. W: *Komunikacja. Teoria i praktyka komunikacji*. Red. E. Kulczycki, M. Wendland. Poznań: Wydawnictwo UAM, 2012, s. 55.

⁴ P. Sztompka: *Wyobrażenia wizualna i socjologia*. W: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*. Red. M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka. Wyd. 2. Kraków: Znak, 2012, s. 13–14.

⁵ Ibidem, s. 15–19.

⁶ Ibidem, s. 24.

⁷ Współzałożyciel International Visual Literacy Association – Międzynarodowego Stowarzyszenia Alfabetyzmu Wizualnego. ivla.org/new/ [dostęp: 15.11.2015].

zdefiniował pojęcie alfabetyzmu wizualnego (*visual literacy*); uznał, iż pojęcie to odnosi się do grupy kompetencji wizualnych, które mogą być rozwijane przez każdego człowieka poprzez patrzenie i równoległą integrację innych doznań sensorycznych. Rozwój tych kompetencji ma podstawowe znaczenie w przyswajaniu wiedzy. Autor podkreślał, iż „rozwój kompetencji wizualnych umożliwia rozróżnianie oraz interpretowanie czynności, przedmiotów i/lub symboli, zarówno naturalnych, jak i nie-naturalnych, które napotykamy w naszym otoczeniu. Poprzez kreatywne użycie tych kompetencji jesteśmy w stanie komunikować się z innymi, a poprzez twórcze użycie tych kompetencji jesteśmy w stanie zrozumieć i cieszyć się arcydziełami kultury wizualnej”⁸.

Alfabetyzm wizualny stanowi jeden z interesujących wątków dyskusji o kulturze wizualnej także w obszarze nauk pedagogicznych⁹. Kultura wizualna jest zagadnieniem interdyscyplinarnym¹⁰, jest również nierozdzielnie związana z szeroko pojętą edukacją, co między innymi znajduje wyraz w zróżnicowanych tematycznie tekstach tego tomu „Chowanny”. Z nadzieją na zainteresowanie podjętą w tomie problematyką, inspiracje i intelektualną refleksję serdecznie Państwa Czytelników zapraszamy do lektury.

⁸ www.info24.org.pl/art_alfabetyzm_wizualny.asp [dostęp: 15.11.2015].

⁹ Zob. np. N. Pater-Ejgierd: *Kultura wizualna a edukacja*. Poznań: Fundacja Tranzyt, 2010; J. Nowotniak: *Etnografia wizualna w badaniach i praktyce pedagogicznej*. Kraków: Wydawnictwo Impuls, 2012.

¹⁰ Zob. np. J.S. Wojciechowski: *Władze widzenia. Post-świecka kultura wizualna*. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2015.