

MAŁGORZATA GRUCHOŁA, JUSTYNA SZULICH-KAŁUŻA, *Kompetencje medialne w komunikacji wizualnej*, Lublin: Wydawnictwo KUL 2020, ss. 172. Seria wydawnicza: Kompetencje Medialne w Nowoczesnym Społeczeństwie. ISBN: 978-83-8061-915-9.

Kultura wizualna w przestrzeni cyfrowej współcześnie jest ważnym tematem dyskursu społecznego zarówno w perspektywie naukowej, jak i praktycznej. W kontekście ogółu obserwowalnych obszarów świata społecznego, częściowo zobiektywizowanych w regułach wyrażających strategię nowych jego części, szczególnie w przestrzeni cyfrowej, i w odbiorze jednostki, stanowi nie tylko element kultury, czyli czegoś, co się wytwarza, ale również status ontologicznego obrazu. Kultura z natury swojej przyjmuje charakter edukacyjny, zaś kształtowanie jej w nowoczesnej cywilizacji w oparciu o nowe technologie funkcjonujące w społeczeństwie daje możliwość posługiwania się mediami z umiejętnością właściwej selekcji, a także analizy służącej do wykorzystania informacji oraz krytycznego podejścia do wszelkich informacji, które mogą przyjąć charakter ambiwalencji.

Dla dobrego rozpoznania dotyczącego technologicznych wyzwań w dobie współczesnych odniesień zarówno dla państwa, jak i innych podmiotów państwowych, naukowych, przywołanie kompetencji medialnych pomaga rozwiązywać wiele problemów, a przede wszystkim pozwala uczestniczyć jednostce w kulturze i życiu społecznym. Przy czym ważną rolę w rozwoju świadomości jednostki wobec kompetencji medialnych pełnią – obok państwa, instytucji kultury, szkoły – rodzice. Tym bardziej gdy zauważamy, jak szybko zmienia się środowisko informacyjne. Już w 1977 roku Roman Cieślewicz w rozmowie z Jerzym Olkiem mówił o „nadmiernej erupcji atakujących nas bezustannie wizualnych sygnałów” (Cieślewicz, 2020, s. 34). Z perspektywy półwiecza możemy stwierdzić, że to, co się wówczas działo, było tylko namiastką współczesnej „erupcji”. Obecnie wszyscy są fotografami. Zalewa nas obraz. Jednak powszechność komunikatów wizualnych nie idzie w parze ze znajomością ich języka (Gruchola, 2021, s. 105). Doskonalenie kompetencji medialnych powinno być przeto elementem permanentnego kształcenia każdego człowieka

w ciągu jego życia i przynajmniej po części przyczyniać się do kształtowania społeczeństwa obywatelskiego. Zagadnienie to wydaje się ważne przynajmniej z jednego względu. Chodzi o fundamentalny fakt, że nowoczesna technologia, również medialna, nie dokonuje się poza człowiekiem. Dotyka go, edukuje, nie dzieje się poza sferą jego świadomości, ale też niesie ze sobą wiele zagrożeń i wielorakie niebezpieczeństwa.

W tym kontekście należy widzieć ważność recenzowanej publikacji pt. *Kompetencje medialne w komunikacji wizualnej*, która jest kolejną, trzecią z kolei pozycją serii *Kompetencje Medialne w Nowoczesnym Społeczeństwie*. Serię wyróżniają starania redaktorów i autorów o to, aby kompetencje medialne rozważać nie tylko w znaczeniu instrumentalno-technologicznym, lecz także, wzorując się na ustaleniach definicyjnych prof. dr. hab. Leona Dyczewskiego OFMConv., pomysłodawcy serii, przyjąć aspekt poznawczo-humanistyczny kompetencji (Szulich-Kałuża, 2012, s. 28). W jego ujęciu są to indywidualne umiejętności jednostki (zarówno nadawcy, jak i odbiorcy) ułatwiające nawiązywanie i podtrzymywanie kontaktu przez media. Decydują one o tym, w jakim stopniu potrafimy z nich korzystać dla realizacji stawianych przed nami zadań, a także o treści oraz formie komunikacji między partnerami za pośrednictwem mediów, uznając, że jest to nieodzowny warunek osobistego rozwoju (Dyczewski, 2012, s. 16-17).

Jak czytamy we wstępie,

Wizualne postrzeganie rzeczywistości generuje nowe formy percepcji, nową składnię myślenia i wrażliwości odbiorców. Umiejętności rozumienia komunikacji wizualnej w czasie, gdy tak wiele informacji jest przekazywanych w trybie niewerbalnym za pośrednictwem fotografii, filmu, grafik, rysunków, komiksów, animacji, ale i ubieralnej technologii, *Internetu Rzeczy*, smart odzieży, czy videokonferencji dla wielu wydają się procesami oczywistymi i intuicyjnymi. W rzeczywistości rozwijanie zmysłu wizualnego jest czymś w rodzaju nauki języka wizualnego z własnym specjalnym alfabetem, leksyką i składnią. Wszyscy posiadamy „inteligencję wizualną”, ale niewielu z nas wie, jak właściwie i w pełni jej używać. Wyrażamy przekonanie, że tylko osoby o wysokich kompetencjach wizualnych są aktywnymi i krytycznymi uczestnikami medialnej przestrzeni ponowoczesnego społeczeństwa (Gruchola, Szulich-Kałuża, 2020, s. 6).

Monografia Małgorzaty Grucholi i Justyny Szulich-Kałuży składa się z trzech części (część I: „Kultura wizualna w erze cyfrowej – wielość perspektyw”, część II: „Kompetencje medialne w erze cyfrowej”, część III: „Kompetencje wizualne w praktyce badawczej”) oraz z czterech rozdziałów. Pierwsza część podejmuje tematykę kultury wizualnej w ujęciu teoretycznym, wyznaczając ramy definicyjne, kategorie kultury wizualnej oraz operacjonalizację komunikacji

wizualnej jako nowej praktyki medialnej i komunikacyjnej. Autorki – za socjologiem Piotrem Sztompką – zakładają, że kultura wizualna traktuje o wszelkich widzialnych obszarach życia społecznego, które mogą być zaobserwowane, widoczne, ale niekoniecznie utrwalone w postaci materialnego obrazu (tzw. koncepcja zwrotu ikonicznego, której autorem jest William J. T. Mitchell). Tworzą ją wszelkie rodzaje obrazów (artystyczne, obrazy życia codziennego: postulat Gottfrieda Böhma), a także obrazy potencjalne, obecne tylko na siatkówce oka, w lub na ciele ludzkim, ubieralnej technologii czy wirtualnej rzeczywistości i cyberprzestrzeni. Istotne są zarówno znaczenia semiotyczne oraz komunikaty, jakie niosą, przekazują, jak i ich niezależny, performatywny wpływ na świadomość i działania ich odbiorców. Autorki za Mitchellem definiują obraz jako złożoną grę między wizualnością, widzialnością, zmysłami, regułami obrazowania i patrzenia, ciałem oraz figuratywnością.

Kultura wizualna to także reżimy wytwarzania obrazów, sposoby i strategie obrazowania, reżimy patrzenia i podglądania widzialności. Obejmuje ona ikonosferę, socjosferę, reżimy obrazowania i patrzenia oraz „wirtualnosferę” – to nowa kategoria zaproponowana przez Autorki. Implikując praktyki medialne, kultura wizualna zmienia środki i narzędzia komunikacji wizualnej, które wymagają nowej wiedzy, postaw i umiejętności – podstawowych komponentów kompetencji wizualnej.

Druga część publikacji porządkuje ramy definicyjne pojęcia „kompetencje”. Autorki ujmują kompetencje jako udowodnioną zdolność stosowania wiedzy, umiejętności oraz postaw (predyspozycji indywidualnych i społecznych, a także metodologicznych) w życiu osobistym, zawodowym, edukacyjnym i codziennym. Po ukazaniu założeń teoretycznych dotyczących kompetencji medialnych, cyfrowych i wizualnych Autorki dokonują naukowej deskrypcji: komponentów kompetencji cyfrowych, kompetencji cyfrowych w zakresie wiedzy, postaw, umiejętności technicznych i kognitywnych, umiejętności technicznych, poznawczych, komunikacji wizualnej oraz przedkładają propozycje zadań rozwiązujących kompetencję wizualną. Kompetencje cyfrowe, kluczowe we współczesnym świecie, zostały poddane analizie w ujęciu relacyjnym (sygnalizując tylko katalogowe), obejmującym wyżej wymienione trzy podstawowe komponenty: wiedzę, umiejętności oraz postawy. Przyjmując definicję Komisji Europejskiej (zob. *DIGCOMP. A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe*), wprowadzającej pięć obszarów kompetencji cyfrowych (Informacja, Komunikacja, Tworzenie treści, Bezpieczeństwo, Rozwiązywanie problemów) oraz 21 kompetencji w różnych sferach aktywności współczesnego człowieka, podjęty analizę kompetencji

cyfrowych w komunikacji wizualnej. Omówiły powiązania między typami, obszarami, komponentami kompetencji oraz warstwami Internetu.

Jednymi z kluczowych obszarów kompetencji cyfrowych są kompetencje wizualne, definiowane jako zestaw umiejętności oraz wiedzy związanych z tworzeniem, analizą, interpretacją i oceną elementów lub fenomenów kultury wizualnej. Obok ustaleń definicyjnych Czytelnik znajdzie w książce propozycje zadań rozwijających kompetencje wizualne w środowisku cyfrowym. Zmiany technologiczne implikują nowy obszar kompetencji wizualnych, wykraczający poza obszar sztuki, a wkraczający w obszar badań nad powszednimi praktykami patrzenia/widzenia i pokazywania/rejestrowania. Obecnie obraz artystyczny jako symbol znaczeń utracił ekskluzywny charakter. Zauważa się odejście od modelu historycznego (artystycznego) badania kultury wizualnej na rzecz stanowiska antropologicznego. Model historyczny jest coraz częściej wypierany przez tzw. postawę posthistoryczną, właściwą dla czasów postepistemologicznych. „Dokonuje się przejście od analiz sztuki artystycznej (kanonicznej, elitarnej) do badania wizualności (także tej powszechnej, egalitarnej), związanej z doświadczeniem codzienności i kulturą popularną” (Ogonowska, 2012, s. 56-57). Zmianie ulega więc zarówno obraz jako podmiot, jak i przedmiot/nośnik obrazowania oraz metody wizualizacji. Perspektywa historyczna, artystyczna coraz częściej bywa zastępowana przez perspektywę etnograficznego podglądu koncentrującą się na utrwalaniu wszystkich aspektów życia codziennego (Gruchola, 2021, s. 111-112).

W trzeciej części niniejszej monografii Autorki opisują pragmatyczne ujęcie kompetencji wizualnych w praktyce badawczej. Wskazują, jak oglądać, rozumieć i interpretować przekazy wizualne. W rozdziale trzecim tej części omawiają: język odczytu rzeczywistości – werbalny czy wizualny; analfabetyzm wizualny – umiejętności twórcze czy odtwórcze; wybrane techniki analiz i interpretacji materiałów wizualnych. W rozdziale czwartym skupiają się na kompetencjach wizualnych w praktyce na podstawie przykładów tworzenia memów internetowych wraz z autorskimi analizami empirycznymi. W odniesieniu do memów stawiają pytanie, czy są one ekspresyjnymi aktywnościami, czy raczej praktykami artystycznymi. Rozpatrują sposoby tworzenia memów, kanały ich transmitowania, wyprowadzają określenie „potencjału adaptacyjnego mema” wraz z jego szczegółową deskrypcją. Prezentują swoje przemyślenia odnośnie do tego, kim są twórcy memów, oraz podpowiadają, jak analizować memy w praktyce, oferując czytelnikowi kilka propozycji technik badawczych: analizę hermeneutyczną, analizę zawartości, analizę dokumentarną, analizę semiotyczną, analizę ramową i analizę metafor multimodalnych. Oczywiście można

tu postawić zarzut subiektywnego i niewyczerpującego wyboru – dlaczego te, a nie inne techniki zostały wyeksponowane i szczegółowo przybliżone. Z pewnością jednak jest to autorska propozycja, stanowiąca „zestaw narzędzi” do czytania obrazów we współczesnych multimodalnych ustawieniach medialnych. W tym obszarze analizy nawiązują do międzynarodowego obiegu dyskursu, którego najtrafniejszą reprezentacją jest przełomowy podręcznik zatytułowany *Reading Images. The Grammar of Visual Design* (Kress, van Leeuwen, 1996). Należy go uznać za pierwszy systematyczny i wszechstronny opis gramatyki wizualnej komunikacji. Czerpiąc z szerokiej gamy przykładów mediów cyfrowych, w tym stron internetowych, mediów społecznościowych, interfejsów, smartfonów i gier komputerowych, Autorki poszukują odpowiedzi na pytanie, w jaki sposób memy, swoisty fenomen komunikacyjny w nowych mediach, komunikują znaczenia. Niektóre opisane techniki badań wizualnych są niełatwe do pełnego zrozumienia bez wcześniejszego przygotowania teoretycznego, a refleksyjne przyjrzenie się np. monomodalnym i multimodalnym metaforom wizualnym należy do interesujących obszarów naukowej eksploracji. Zasadne byłoby zatem omówienie poszczególnych etapów postępowania analitycznego na konkretnych przykładach i na wyższym stopniu szczegółowości. Mam tu na myśli np. analizę metafor multimodalnych, przyjmującą założenie, że metafora wizualna (inaczej obrazowa) jest najczęściej badanym niewerbalnym sposobem ujęć metaforycznych, traktowanych jako podstawowy i uniwersalny mechanizm komunikacyjny. Ciekawym rozwiązaniem byłoby zatem dodanie do zamieszczonych w książce analiz przykładów takowych metafor na wzór tego, jak uczyniła to jedna z Auterek w artykule: *Metafory wizualne w memach internetowych o pandemii COVID-19*. Dokonała w nim charakterystyki metafor wizualnych monomodalnych i multimodalnych wykorzystanych w memach o tematyce koronawirusa, pandemii i kwarantanny (Szulich-Kałuża, 2021).

Autorki podejmują zagadnienie bardzo interesujące, aktualne i jakościowo ważne w sferze dociekań naukowych, udzielając odpowiedzi nie tylko na teoretyczne ujęcie w naukach społecznych, lecz także podając praktyczne wskazania i rozwiązania. Jest to zagadnienie w sensie opracowania nowatorskie i lokujące się w przestrzeni naukowych przedsięwzięć. Autorki posłużyły się właściwym warsztatem metodologicznym i bogatą literaturą, choć dobór literatury zawsze będzie stanowił zamysł autorów, który wydaje się zobiektywizowany.

Jako wniosek końcowy chciałbym podkreślić, że publikacja ma charakter naukowy, stanowi interesujący krok w kierunku problematyki ważnej naukowo, a także jest znaczącym przyczynkiem wzbogacającym wiedzę na temat kompetencji medialnych nowoczesnego świata.

BIBLIOGRAFIA

- Cieśliewicz R. (2020), „...to materia-cud...”, [w:] J. Olek, *Nie tylko o fotografii*, Kraków: Wydawnictwo Universitas, s. 33-45.
- Dyczewski L. (2012), *Konieczność kompetencji medialnych w nowoczesności*, [w:] A. Sugier-Szerega, M. Sławek-Czochra (red.), *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, Lublin: Wydawnictwo KUL, s. 9-20.
- Gruchola M. (2021), *Metafory fotografii w kulturze wizualnej*, *Roczniki Kulturoznawcze*, 12(3), s. 105-128, DOI: <http://doi.org/10.18290/rkult21123-5>
- Gruchola M., Szulich-Kałuża J. (2020), *Kompetencje medialne w komunikacji wizualnej*, Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Kress G., van Leeuwen T. (1996), *Reading Images. The Grammar of Visual Design*, London: Routledge 1996.
- Ogonowska A. (2012), *Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki*, [w:] E. Kulczycki, M. Wendland (red.), *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, Poznań: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, s. 53-67.
- Szulich-Kałuża J. (2012), *Kompetencje w odczytywaniu przekazów medialnych*, [w:] A. Sugier-Szerega, M. Sławek-Czochra (red.), *Konieczność i różnorodność kompetencji medialnej*, Lublin: Wydawnictwo KUL, s. 27-42.
- Szulich-Kałuża J. (2021), *Metafory wizualne pandemii COVID-19 w memach internetowych*, *Roczniki Kulturoznawcze*, nr 3, s. 35-55.

Dr hab. Józef Młyński, prof. UP
Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
e-mail: jozef.mlynski@up.krakow.pl
ORID: <https://orcid.org/0000-0002-2475-9658>