

JACEK ZYDOROWICZ

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Kulturoznawstwa
e-mail: jacek.zydorowicz@amu.edu.pl

Ikonologiczne inspiracje w badaniu kultury współczesnej

Abstract. *There are many perspectives, turns, tendencies and paradigms in the history of cultural studies. Notwithstanding the considerable advance in civilization, there are also such viewpoints which draw on the iconological traditions worked out in earlier centuries. The contemporary reflection on visual culture makes references to such figures as Erwin Panofsky or Aby Warburg. The proclamation of the so called iconic turn in the humanities by W.J.T. Mitchell provoked many novel debates focused on the domination of images and various aspects of visual communication. It is worth stressing that apart from meta-discourses, there started to emerge methodologies which made it possible to apply those theories in the research practice. This resulted in the emergence of such subdisciplines as visual sociology and visual anthropology and gave an opportunity the transdisciplinary testing of a new repertoire of research tactics based on images (photo/video essays, video/photographic documentation, photoblog analyses, ethnography/sociology of the media etc.). It must be also noticed that the enthusiasts of those methods have a considerable awareness of the existence of many traps and limitations and the fact that solving one problem often leads to dozens of other problems.*

Keywords: *visual studies, iconology, iconography, visual sociology, visual anthropology, imagology, iconic turn*

Rozmaite (tak współczesne, jak i historyczne) formy praktyk kulturowych – czy się to akademikom podoba, czy nie – są mocno zakorzenione w wizualności. Ktokolwiek jednak spróbuje zbliżyć się do zdefiniowania zjawiska obrazowości – utrzymuje William John Thomas Mitchell – nieuchronnie odkryje dwa fakty: po

pierwsze, zobaczy niezwykłą różnorodność przedmiotów określanych mianem obrazów (przedstawienia wizualne, pomniki, złudzenia optyczne, mapy, schematy, halucynacje, wspomnienia, myśli, spektakle, projekcje), po drugie, zrozumie, że nazywanie tych wszystkich zjawisk obrazami nie musi oznaczać, że cokolwiek je łączy¹. Nie sposób jednocześnie zadowolić się konstatacją o niemożności spójnego uchwycenia tych zjawisk. Stawką jest bowiem istotna refleksja nad komunikowaniem i symbolizowaniem. Stąd pośród rozmaitych dyscyplin (i działań interdyscyplinarnych) na polu badań kultury da się zauważyć pewne ożywienie. Z zainteresowaniem wzajemnym krzyżują się tu perspektywy antropologów, kulturoznawców, medioznawców, socjologów, psychologów, kognitywistów czy historyków sztuki. Analizy zjawisk kulturowych przeprowadzane tu są *de facto* za pomocą gotowych narzędzi, jakimi wyżej wymienieni dysponują. Jednakże – jak to w przypadku badań interdyscyplinarnych bywa – wcale nie musi chodzić o wypracowanie jakiegoś konsensusu. Ujmując rzecz w nieco foucaultowskim duchu, tu i ówdzie pojawiają się również spory o reżimy produkcji wiedzy/władzy, dominację, kontrolę i legitymizację. Kultura obrazu z definicji doskonale wpisuje się w ten *panopticon* relacji władza – wiedza. Jej możliwości manipulowania sferą światopoglądową są dość powszechnie znane. Rzecz w tym, aby podchodzić do badań, mając te uwarunkowania na względzie. Należy tu nadmienić, że wprowadzanie studia wizualne (*visual studies*) niespecjalnie roszczą sobie pretensje do bycia kolejną „twardą” dyscypliną badawczą, lecz z pewnością nie cechuje ich metodologiczny nihilizm. Niniejszy szkic ma być właśnie próbą „spojrzenia z ukosa”: jak stosunkowo młoda dziedzina wiedzy radzi sobie z wyzwaniami współczesności, dynamicznie dopasowując tradycyjne i utrwalone teorie ikonologiczne do nowych metod i podejść nierzadko eksperymentujących.

Obraz nie od dziś mediuje między różnymi wymiarami rzeczywistości, jednak sfera informacyjna w dzisiejszych mediach elektronicznych jest wyraźnie przezeń zdominowana. Nawet audycje radiowe w wydaniu internetowym coraz bardziej przypominają telewizję. Media się hybrydyzują i niespecjalnie należy boleć nad jakąś utratą integralności ich dotychczasowych tożsamości. Nie chodzi przy tej okazji o wzniesienie na nowo dysputy nad dylematem, czy słowo i obraz są dziś równymi partnerami w produkcji wiedzy o świecie. Stare chińskie przysłowie mówi: „jeden obraz wart tysiąca słów” – czy jesteśmy w stanie zaryzykować „lustrzaną” tezę, że oto jedno zdanie może być warte tysiąca obrazów?² Złośliwi

¹ W.J.T. Mitchell, *Iconology, Image, Text, Ideology*, University of Chicago Press, Chicago 1986, s. 9.

² Tak czy owak efekty pracy naukowej coraz częściej lądują dziś w sieci niż w drukarniach. Może się jednak okazać, że jedynie do pewnego momentu medium to będzie tolerować klasyczne e-booki przyjazne dla domowych drukarek. Internet przynosi nowe wyzwania i konieczność adaptacji do obowiązującej netykiety, logiki i obrazowej estetyki medium. W perspektywie tychże wyzwań znajdą się zatem rozmaite problemy związane z owym dopasowaniem. Nie są to jednak bariery, a właśnie wyzwania. Warto bowiem zauważyć, że przechodzenie z klasycznej,

powiedzą, że komunikacyjne operowanie na obrazkach warte było uwagi w czasach, gdy większość stanowili analfabeci – by przywołać choćby *biblię pauperum*. Tymczasem tworzenie i interpretowanie wizerunków to pełnoprawny aspekt sfery komunikacyjnej, i jako taki od zarania dziejów domagał się stosownych kodyfikacji.

Oprócz przeglądu rozmaitych historycznych i współczesnych podejść do badania obrazów warto jednak postawić pytanie natury *stricte* pragmatycznej: czy i jak metody badań wizualnych mogą przydać się w warsztacie badacza kultury współczesnej? Na pierwszą część pytania odpowiadam twierdząco, na drugą – postaram się w największym skrócie odpowiedzieć w tym tekście, przywołując wybrane strategie i taktyki badawcze.

1. Prekursorzy ikonologii

Od czasów prehistorycznych malowideł naskalnych obrazowe komunikaty człowieka stanowiły istotny element jego ekspresji. Tak przedstawienia obrazowe, jak i pismo piktograficzne tworzyły komunikaty do interpretowania. W XV wieku odkryto traktat greckiego filozofa Horapollona (V/VI wieku n.e.) pt. *Hieroglyphica*, w którym zawarte zostały rozmaite spekulacje m.in. wokół egipskich hieroglifów oraz innych symboli i alegorii (np. ze starożytnej Grecji). Na gruncie średniowiecznego chrześcijaństwa nie brakowało również rozmaitych ksiąg objaśniających atrybuty świętych na obrazach czy też bestiariuszy. W 1593 r. wydana została *Ikonologia* Cersarego Ripy (*Iconologia overo Descrittione dell'Imagini universalì*). Dla ścisłości – w tejże rozprawie nie chodziło o ikonologię w znaczeniu nadanym później przez Erwina Panofsky'ego, gdyż była ona raczej rozbudowanym katalogiem alegorii, swoistym wizualnym słownikiem czy wręcz poradnikiem dla artystów³. Pierwsze wydanie miało charakter wyłącznie tekstowy, ale wydana wkrótce druga edycja zawierała już mnogość drzeworytów.

linearniej struktury narracyjnej na hipertekst nie będzie najtrudniejsze. Jest to zwyczajnie doskonalsza wersja tradycyjnych gloss i przypisów, co więcej, pewne nawyki internauci zdążyli już z powodzeniem nabyć. Co natomiast wydarzyć się może w warstwie wizualnej? Czy dyskurs naukowy skieruje się w stronę komiksu jak w przypadku rozprawy doktorskiej Nicka Sousanisa? (w 2015 r. na Columbia University przedstawił on dysertację zatytułowaną *Unflattening*; praca dotyczyła właśnie związków słowa i obrazu w literaturze, przy tym jej nowatorstwo polegało na ujęcie całości w formę komiksu, a ściślej powieści graficznej – *graphic novel*). Tradycyjnie usposobieni badacze nie powinni jednak wpadać w panikę – nie chodzi o defensywę języka werbalnego, lecz o jego stosowne wsparcie ze strony obrazów. Kierunkiem pożądanym byłoby zatem z jednej strony „myślenie obrazami” już na etapie badań, z drugiej uatrakcyjnienie (i swoista „esencjalizacja”) sposobów prezentacji ich wyników.

³ Pełna wersja tytułu sugeruje to bowiem dość jednoznacznie: *Ikonologia albo Opis Wizerunków uniwersalnych, wydobytych z zabytków starożytności i z innych miejsc (...) Dzieło tyleż przydatne, co i niezbędne Poetom, Malarzom i Rzeźbiarzom przy przedstawianiu cnót, przywar, afektów i namiętności ludzkich*.

Można tu zaryzykować tezę, że historia komunikacji zatoczyła swoje koło – od obrazu poprzez abstrakcyjne idee i pojęcia, aż do ponownej potrzeby obrazowego zilustrowania tychże pojęć. Przytoczone dotąd dzieła miały w swych ambicjach raczej charakter ikonograficzny, stanowiły bowiem kompendia wiedzy koniecznej do dekodowania obrazowego uniwersum. Poważniejszy krok od ikonografii ku ikonologii poczynił dopiero niemiecki historyk sztuki i teoretyk kultury Aby Warburg (1866-1929), a kroki dalsze były już dziełem jego ucznia Erwina Panofsky’ego (1882-1968). W książce *Studies in Iconology* (1939) wyłożył on swą metodę trójstopniowej analizy dzieła sztuki. W tymże ujęciu etap pierwszy miał stanowić opis preikonograficzny, a zatem dostrzeżenie form tworzących rozmaite konfiguracje obiektów. Upraszczając nieco: chodziło o wstępne (bazujące na zwykłym, życiowym doświadczeniu) rozpoznanie, jakie obiekty i sytuacje widać na obrazie. W stadium drugim miała nastąpić analiza ikonograficzna, czyli przypisanie owym obiektom i sytuacjom konwencjonalnych znaczeń w oparciu o zidentyfikowanie ich np. jako personifikacji czy alegorii. Ostatni etap, czyli analiza ikonologiczna, wymagał już czegoś, co można by ująć jako erudycja – tak wizualna, jak i pojęciowa. Panofsky określał ją mianem „intuicji syntetyzującej”, rozumianej jako „obycie z głównymi tendencjami ludzkiego ducha”. W tej fazie bowiem najsilniejszy akcent położono na kulturowy kontekst, czyli podłoże dzieła (filozoficzne, religijne, historyczne, regionalne, narodowe etc.).

2. Zwrot ikoniczny w humanistyce

Tak się składa, że historię refleksji nad kulturą skłonni jesteśmy ujmować w kategorii rozmaitych „zwrotów”. Jak pisze Anna Zeidler-Janiszewska, zwroty te

[...] rekonfigurują pola badawcze, implikują nieoczekiwane zerwania i nowe sojusze, skłaniają do reinterpretacji tradycji myślowych. Dzieje się tak przynajmniej od czasu zwrotu lingwistycznego. Dwa ostatnie zwroty, krytyczne wobec dominacji perspektywy lingwistycznej w różnych dziedzinach badań nad kulturą (czy to w wersji strukturalno-semiotycznej, czy dekonstrukcyjnej), odwołują się zarazem do diagnoz kultury współczesnej, która z jednej strony eksponuje rysy performatywne (stąd zwrot performatywny), z drugiej natomiast – od dawna, tj. od czasów wynalezienia fotografii i technik masowej reprodukcji – nasyca się coraz bardziej różnego pochodzenia obrazami (stąd zwrot wizualny czy ikoniczny)⁴.

Od zdiagnozowania symptomów takiego zwrotu do względnego utrwalenia niezależnej dyscypliny badawczej potrzeba jednak czasu. W marcu 1992 r. w cza-

⁴ A. Zeidler-Janiszewska, *O tzw. zwrocie ikonicznym we współczesnej humanistyce. Kilka uwag wstępnych*, „Dyskurs” 4, s. 151, <http://www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs4/AnnaZeidler-Janiszewska.pdf> [20.12.2016].

sopiśmie „ArtForum” pojawił się artykuł pt. *The Pictorial Turn*⁵. Jego autor, W.J.T. Mitchell, postanowił w znaczącym stopniu zakwestionować dominację strategii i metod badawczych ukształtowanych wokół zwrotu lingwistycznego. Ostrze jego krytyki wymierzone było przeciwko „ikonoklastycznemu” uprzywilejowaniu tekstów względem obrazów. Ponowne odkrycie obrazu miało służyć m.in. przemyśleniu na nowo jego statusu oraz poszukiwaniu nowych metod analizy i krytyki w obszarze wizualności. Tych ostatnich upatrywał właśnie w obszarze przepracowywanej przez siebie tradycji ikonologicznej. W późniejszej książce *Picture Theory*⁶ koncentrował się właśnie na mechanizmach wytwarzania znaczeń przez obrazy, a także ich działaniu i cyrkulacji w kulturowych obiegach. W dotychczasowych logocentrycznych teoriach obrazy stanowiły co najwyżej ilustrację dla wyrażanej tekstem myśli. Tymczasem sięgając do greckiej etymologii, teoria znaczy tyle, co patrzeć, a idea – widzieć. Mitchell poszukiwał więc sposobów na zwiększenie autonomii tego, co wizualne w zakresie nowych „gramatyk” dla filozoficznej refleksji. Tak pojęty obraz stałby się na nowo istotnym mediatorem pomiędzy podmiotem a światem.

Dyskusja wokół studiów wizualnych i zwrotu ikonicznego wzbudzała spore zainteresowanie, jednak wbrew pozorom nie była pozbawiona punktów zapalnych. Czasopismo „October” poświęciło jeden z numerów właśnie tej problematyce, gdzie polemiczny głos zabrała Rosalind Krauss⁷. Nawiązując m.in. do Rolanda Barthes’a, stanęła ona w obronie intelektualnej spuścizny po zwrocie lingwistycznym. W duchu krytycznym odniosła się natomiast do powszechnej nadprodukcji obrazów przez media masowe, które zabijają w odbiorcy zmysł zdystansowanego krytycznego osądu zjawisk. Krauss przy okazji dotknęła również innego czułego punktu – kwestii humanistyki zaangażowanej. Parafrazując nieco Fredrica Jamesona, zasugerowała, że *visual studies* wcale nie muszą być tak radykalne i rewolucyjne (jak same chciałyby o sobie myśleć), gdyż w pewien sposób ideologicznie replikują konsumpcyjną logikę kapitalizmu⁸. Niejako w kontrapunkcie do tej krytyki można jednak powiedzieć, że ten sam pakiet zastrzeżeń dałoby się sformułować np. względem artystów pop-artu, a jednak sztuka ta potrafiła skutecznie się obronić, wytwarzając niezbędną warstwę postawy ironicznej. Jednocześnie wiemy o powszechnym przekonaniu, że artystom w diagnozowaniu świata wolno więcej niż badaczom: sztuka może sobie być zaangażowana, krytyczna, afirmatywna bądź ironiczna.

⁵ W.J.T. Mitchell, *The Pictorial Turn*, „ArtForum”, March 1992, s. 89 nn.

⁶ W.J.T. Mitchell, *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, University of Chicago Press, Chicago 1994.

⁷ R. Krauss, *Welcome to the Cultural Revolution*, „October” vol. 77, Summer 1996, ss. 83-96.

⁸ Por. F. Jameson, *Postmodernizm, czyli logika kulturowa późnego kapitalizmu*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.

Czy zatem faktycznie stoimy przed zagrożeniem, że oto ideologów zastąpią dziś sprytni (i równie żądni władzy) imagolodzy? Wszak od zawsze obrazowy język sztuki utrwalał lub wzmacniał jakiś określony dla danej kultury porządek symboliczny, dokonując tym samym waloryzacji panujących światopoglądów. Analizując te imagologiczne zagadnienia, Grzegorz Dziamski odsyła nas najpierw do diagnoz Milana Kundery zawartych w *Nieśmiertelności*, a dalej do Marka C. Taylora i Esy Saarinena. Ci ostatni postanowili stworzyć zarys imagologii jako filozofii mediów, która nie tylko diagnozowałaby świat, ale również aktywnie i krytycznie uczestniczyła w jego przekształcaniu. Taylor powiada:

[...] dostrzegamy radykalną zmianę i odnajdujemy w niej bogate możliwości [...]. Dlatego nasze zadanie jest podwójne: uświadamiać i przełamywać opory tych, którzy nie są świadomi zmiany lub jej się przeciwstawiają, a jednocześnie rozwijać krytyczną świadomość i wzmacniać twórczy sprzeciw tych, którzy są całkowicie zanurzeni w nowoczesnym świecie⁹.

W tym ujęciu imagolog byłby figurą podwójną: badaczem obrazów i osobą wypowiadającą się za ich pomocą. Tak zaprojektowana filozofia mediów miałaby być z jednej strony krytyką myślenia „uwięzionego w abstrakcyjnych schematach”, z drugiej – dostosowaniem krytycznego dyskursu do komunikacyjnych praktyk nowych mediów. Tym samym filozof musi włączyć się w proces produkcji obrazowej i symbolicznej, wejść w krwiobieg kultury, zanurzając się w strumieniu mediów masowych i logikę rynku. Oczywiście nie należy się w tym zatracić na tyle, by po drodze utożsamić kulturę wizualną (jako przedmiotu badań) ze studiami wizualnymi. Jak powiada Mieke Bal: „Nie można wydobyć się samemu z bagna, ciągnąc za własne włosy”¹⁰. W jej ujęciu pojęcie kultury jest zmienne, zróżnicowane, uwikłane w praktyki władzy i oporu, zaś termin „wizualny” siłą rzeczy musi być nieczysty, dyskursywny, synestetyczny. Zatem by zrozumieć „kulturę”, należy wyjść od „zrozumienia dyskursu, w którym używane jest to słowo lub jego derywaty, synonimy lub wyrazy pokrewne. W tej perspektywie izolowanie wizualności według przedmiotów, które są wizualne, samo uczestniczy w strategii dominacji”¹¹.

Do problematyki zwrotu ikonicznego nawiązuje również niemiecki filozof i historyk sztuki Gottfried Boehm. Wychodząc z tradycji hermeneutycznej, zaproponował on teoretyczne zaplecze dla *Bildwissenschaften* (nauk o obrazie) – choć sam preferował określenie „krytyka obrazu”. W tym kontekście interesują go zarówno obrazy, jak i kulturowe konteksty patrzenia i przedstawiania. Zadaje sobie

⁹ M.C. Taylor, E. Saarinen, *Imagologies. Media Philosophy*, Routledge, London 1994, cyt. za: G. Dziamski, *Lata dziewięćdziesiąte*, Wyd. Galerii Miejskiej Arsenał, Poznań 2000, ss. 183-184.

¹⁰ M. Bal, *Wizualny esencjalizm i przedmiot kultury wizualnej*, „Artium Quaestiones” XVII, Poznań 2006, s. 295.

¹¹ Ibidem, s. 318.

zatem kluczowe pytanie o to, jak obrazy wytwarzają odmienny od językowego, czyli wizualny (ikoniczny) sens:

Różnica ikoniczna, jako figura retoryczna, podejmuje próbę uwypuklenia tego, co ikonizowane w logosie lub jako logos. [...] Każdy artefakt ikonizacyjny organizuje się w formie wizualnej, poznawczej, jak również deiktycznej, a to znaczący nie-językowy różnic¹².

Takie ujęcie wymyka się zatem ujmowaniu obrazu jako „znaku ikonizacyjnego” i w rezultacie kwestionuje roszczenia strategii semiotycznych względem obrazu. Szukając dalszych odpowiedzi, Boehm nie ogranicza się do jakiejś jednolitej „sfokusowanej” teorii obrazu, lecz zaprasza do dyskusji architektów, muzykologów, literaturoznawców etc. To transdyscyplinarne podejście badacz zapowiada już na wstępie artykułu *Powrót obrazów*: „Kto pyta o obraz, pyta o obrazy, o nieprzejrzaną liczbę mnogą”¹³.

3. Ku pragmatyce – aplikacje teorii obrazów w obszar praktyk badawczych

Zarysowane powyżej wybrane aspekty zwrotu ikonizacyjnego w sposób oczywisty zainspirowały przedstawicieli rozmaitych dyscyplin usiłujących uchwycić fenomeny współczesności. Historykom sztuki pozwoliło to na rozprawienie się z ogłoszonym w międzyczasie zmierzchem dyscypliny¹⁴, badaczom społeczeństwa i człowieka na ukształtowanie/rewitalizację odpowiednio takich subdyscyplin, jak socjologia wizualna¹⁵ czy antropologia wizualna¹⁶. Ową fascynację poznawczymi aspektami obrazu zarówno humaniści, jak i badacze z obszaru nauk społecznych

¹² G. Boehm, *O obrazach i widzeniu. Antologia tekstów*, Universitas, Kraków 2014, s. 308.

¹³ Ibidem, s. 276.

¹⁴ Zob. numer czasopisma „Artium Quaestiones” XVII z 2006 r., gdzie oprócz dokonanych przez Mariusza Brylla przekładów klasyków studiów wizualnych (M.J.T Mitchel, Mieke Bal, Nicolas Mirzoeff) polski czytelnik miał okazję zapoznać się ze środowiskową dyskusją. Osobnych aplikacji metodologicznych dokonywali również historycy. Por. P. Witek, *Metodologiczne problemy historii wizualnej*, „Res Historica” 37/2014.

¹⁵ Por. m.in.: M. Bogunia-Borowska, P. Sztompka (red.), *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, Znak, Kraków 2012; P. Sztompka, *Socjologia wizualna jako metoda badawcza*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005; M. Krajewski, R. Drozdowski, *Za fotografię! W stronę radykalnego programu socjologii wizualnej*, Wyd. Bęc Zmiana, Warszawa 2010; J. Kaczmarek (red.), *Do zobaczenia. Socjologia wizualna w praktyce badawczej*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań 2008; J. Kaczmarek (red.), *Kadrowanie rzeczywistości. Szkice z socjologii wizualnej*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań 2004.

¹⁶ Por. w języku polskim m.in.: M. Banks, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2009; K. Olechnicki, *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*, Oficyna Naukowa, Warszawa 200; K. Olechnicki, *Obrazy w działaniu. Studia z socjologii i antropologii obrazu*, Wyd. Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika, Toruń 2003.

sprowadzili zatem do bardzo konkretnych problemów i metodologii. Niemniej ważny jest fakt, iż na tym gruncie wkrótce zaczęły pojawiać się publikacje o charakterze metodyczno-podręcznikowym. Autorką jednego z takich opracowań¹⁷ jest Gillian Rose – feministycznie zorientowana geografka i socjolożka. Wyraża ona przekonanie, że obrazy oddziałują na odbiorcę odmiennie niż teksty i pozwalają dotrzeć do innego rodzaju doświadczeń. W swoim kompendium drobiazgowo omawia, w jaki sposób materiały wizualne mogą być wsparciem dla procesu badawczego, zarówno jako przedmiot, jak i metoda (np. fotowwywiady, dokumentacje fotograficzne i filmowe). Bazując właśnie na ikonologicznych kryteriach, autorka (proklamująca z ducha krytyczne podejście) opowiada się za solidną oceną przydatności i dopasowania tych metod. Chodzi więc o uwzględnienie kulturowych kontekstów, praktyk społecznych, określonych reżimów wytwarzania znaczeń przez obrazy (z uwzględnieniem stosunków władzy/wiedzy determinujących te sposoby widzenia). Uchwycenie tychże kontekstów ma ułatwiać swoista sieć utkana z takich elementów, jak tworzenie obrazów i ich odbiór, na co z kolei nakładają się trzy modalności: technologiczna (narzędziowa), kompozycyjna (struktury wizualne) oraz społeczna (konkretne praktyki i relacje). Rose projektując ów podręcznik, zadbała jednocześnie o wskazanie wielu pułapek: problemów z policzalnością badanych zjawisk i trafnością procedur (w badaniach ilościowych), jak również z interpretacją, reprezentatywnością i powtarzalnością (w aspektach jakościowych). Dlatego w celu uniknięcia tych błędów i zakłóceń sugeruje gruntowne analizy dyskursów (pojmwanych w foucaultowskim duchu).

Zakorzeniona w ikonologii teoretyczna podbudowa, stworzona tak przez socjologów, jak i antropologów wizualnych¹⁸, zaowocowała całym szeregiem taktycznych rozwiązań służących zarówno pracy w terenie, jak i analizom koncepcyjnym. Warto dla porządku wymienić choć kilka:

- dokumentacja fotograficzna,
- dziennik fotograficzny/dziennik wideo,
- etnografia/socjologia mediów,
- etnografia/socjologia wideo,
- film dokumentalny,
- film socjologiczny,
- fotoesej/wideoesej,
- fotospacer,
- obserwacja fotograficzna,

¹⁷ G. Rose, *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2010. Autorka prowadzi również bloga poświęconego studiom wizualnym – zob. <https://visualmethodculture.wordpress.com/> [20.12.2016].

¹⁸ Por. M. Banks, *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2009; S. Pink, *Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research*, Sage, London 2001.

- sztuka w badaniach wizualnych,
- oglądanie kolekcji zdjęć informatorów/found footage,
- wywiad z użyciem filmu/fotografii,
- wywiad z użyciem zdjęć zrobionych przez informatorów,
- zdjęcia osobiste, albumy, fotoblogi,
- zdjęcia robione przez respondentów,
- werbalne odpowiedzi na wizualne stymulacje¹⁹.

Wizualność może być zatem wehikułem takich aspektów wiedzy naukowej, których ujęcie w słowa może sprawiać trudności. Belgijski badacz komunikacji wizualnej Luc Pauwels zauważa ponadto, iż te reprezentacje wizualne pozwalają m.in. na zredukowanie złożoności zjawisk społecznych poprzez uchwycenie ich w zwięzłą formę, zobrazowanie abstrakcyjnych pojęć na etapie wnioskowania, osadzanie danych w szerszym kontekście (np. organizacji przestrzennej), asystowanie werbalnemu i liczbowemu przekazowi wiedzy²⁰. W swoich tekstach i wystąpieniach drobiazgowo omawia arsenal stosowanych przez siebie narzędzi. Bazując na doświadczeniu własnym, swoich współpracowników oraz studentów, dostrzega jednak potrzebę udoskonaleń w wielu perspektywach, by wymienić choćby takie jak:

- rozwijanie wrażliwości na wizualność i różne typy reprezentacji wizualnych, tak w obserwacji bezpośredniej rzeczywistości, jak i reprezentacji (fotografia, film czy malarstwo wymagają zniuansowanych perspektyw);
- rozwijanie u badacza umiejętności niezbędnych do wytwarzania materiałów wizualnych jako istotnej części dyskursu naukowego; przemyślane i umiejętne stosowanie tychże nowych technologii – sama technologia nie rozwiąże problemów badacza;
- wykorzystanie mimetycznego i ekspresyjnego potencjału narzędzi i praktyk reprezentacji wizualnej – rzekome przeciwieństwo tych potencjałów Pauwels uważa za mylące. „Wierna” reprodukcja nie wyklucza autorskiej ekspresji badacza – obie zawierają potencjał poznawczy, obie mogą być pożyteczne w pracy badawczej, wystarczy świadomość wzajemnych różnic wyniesiona z historii myśli estetycznej;
- praca nad doskonaleniem teorii i metodologii wizualnych – Pauwels jest przeciwny stanowiskom głoszącym, że obrazy tracą na sile przy próbach ich porządkowania;
- edukowanie akademickich i nieakademickich odbiorców w zakresie kompetencji do nowych kodów, uzusów, np. czytania/pisania fotoesejów;

¹⁹ Każda z tych taktyk zasługiwałaby tu na osobne omówienie, lecz wiele z tych metod zebrał i przejrzyście scharakteryzował zespół pod kierunkiem Marka Krajewskiego w ramach projektu archiwumwizualne.pl.

²⁰ L. Pauwels, *Zwrot wizualny w badaniach i komunikacji wiedzy. Kluczowe problemy rozwijania kompetencji wizualnej w naukach społecznych*, w: M. Frąckowiak, K. Olechnicki (red.), *Badania wizualne w działaniu. Antologia tekstów*, Wyd. Bęc Zmiana, Warszawa 2011, s. 21.

– krzewienie interdyscyplinarnej wymiany myśli oraz eklektyzmu metodologiczno-teoretycznego (teoria i historia filmu, techniki edukacyjne, nauki o komunikacji, sztuce, psychologia, filozofia nauki, antropologia, socjologia etc.) – oczywiście ze świadomością wielu pułapek i aporii na skrzyżowaniach tych dyscyplin²¹.

4. Studia wizualne: obawy, opór i refleksja (auto)krytyczna

Oprócz wielu ożywczych pomysłów metodologicznych zwrot ikoniczny wkrótce przyniósł spodziewany opór oraz krytyczną autorefleksję. W dobie digitalnych obrazów narzędzia fotograficzne stały się łatwe, dostępne, przyjazne użytkownikom. Jest to z jednej strony cywilizacyjny „bonus” i przywilej powszechnego zeń korzystania, z drugiej natomiast – przyczynek do nadprodukcji, inflacji i banalizacji obrazów, w efekcie wiodący do „rozwadniania” i trywializacji przedmiotu badań. Przy okazji łatwość i taniość rejestrowania zdjęć i filmów tworzy pokusę bezkrytycznego i beztroskiego ich stosowania w procesie badawczym. Trudno przy takich okazjach, aby owa łatwość gromadzenia danych nie przerodziła się w amatorszczyznę, a ta z kolei nie rzutowała na kształt i wyniki badań. Dla bardziej konserwatywnie usposobionych akademików tworzy to momentalnie asumpt do zarzutów o „fajniactwo” metodologiczne studiów wizualnych bądź nazywania ich chwytliwą i chwilową modą. Pewne wątpliwości mogą również wynikać z postmodernistycznych diagnoz o kryzysie reprezentacji. Wszak Jean Baudrillard niejednokrotnie zapewniał nas, że fotografie nie są żadnymi reprezentacjami, lecz fikcją i symulacją. Skoro są źródłem tylu nadużyć, nadinterpretacji, manipulacji, to jak mogą służyć za wiarygodne, obiektywne i naukowo prawomocne narzędzie?²²

Na marginesie pojawia się również pytanie o ukonstytuowanie się nowych form komunikowania wyników badań. Oprócz pradawnego dylematu przerostu formy nad treścią, należy zadać pytanie, czy badacze wizualni nie są zmuszeni do swoistego „wykradania języka” artystom czy twórcom filmów dokumentalnych? Rodzi to kolejne dylematy natury etycznej, a w konsekwencji legislacyjnej, jak chociażby problem ochrony wizerunku, własność intelektualna etc. Wiadomo doskonale, że w podobnych kwestiach prawo zawsze jest opóźnione, będąc kilka kroków za kulturą wizualną. Z kolei przy innych okazjach ekspansja obrazów beztrosko wkracza na tereny chronione, by przywołać przykład funkcji „street view” oferowanej przez mapy Google. Sfotografowanie kogoś „w złym miejscu i czasie” niejednokrotnie prowadziło do kłopotów, toteż zaprojektowano specjalny

²¹ Ibidem, ss. 23-36.

²² Na gruncie socjologii wizualnej w znacznym stopniu dylemat ten rozwiązuje Krzysztof T. Konecki. Zob. K. T. Konecki, *Wizualna teoria ugruntowana. Podstawowe zasady i procedury*, „Przegląd Socjologii Jakościowej” t. VIII, 1/2012, ss. 12-45, tekst dostępny on-line: http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org/volume18_pl.php [20.12.2016].

algorytm wykrywający i rozmazujący numery rejestracyjne samochodów i twarze przechodniów²³.

Pośród zarzutów stawianych studiom wizualnym przewija się również rozleniwienie badacza w zakresie opisów, szczególnie w sytuacjach, kiedy wydaje mu się, że obraz mówi sam za siebie. Paradoksalnie po części może to być pokłosie myślenia samego proroka zwrotu ikonicznego, czyli M.J.T. Mitchella. Dość konsekwentnie stosuje on bowiem mocno animistyczną retorykę, polegającą na przypisywaniu obrazom cech ludzkich. Owo wyposażanie wizerunków w niezależną podmiotowość może być tyleż efektowne poznawczo, co – na dłuższą metę – irytujące. Nie umniejsza to wszakże trafności wielu spostrzeżeń i metafor autora książki *Czego chcą obrazy?*²⁴. Tak antropomorfizowany obraz może być bowiem zarówno skutecznym mediatorem pomiędzy różnymi wymiarami wartości i rzeczywistości, jak i krytycznym obserwatorem współczesnych ikonoklazmów. Te ostatnie w sposób bardzo przekonujący Mitchell uchwycił w rozprawie *Cloning Terror*²⁵. Po ataku na World Trade Center z 11 września 2001 r. obrazy po raz kolejny zyskały quasi-biologiczny byt, medialnie „klonując się” na wielką skalę zarówno w wizerunkach upadających wież, jak i równie ikonoklastycznych odpowiedzi George’a W. Busha (np. obalenie pomnika Saddama Husseina). Tym sposobem za sprawą obrazów terroryzm XXI wieku z taktyki walki przeobraził się w stan kolektywnej świadomości.

Podsumowanie – słowo wobec obrazu, obraz wobec słowa

Zdarza się, że metodom wizualnym wytyka się erudycyjną ubogość i niesamodzielną względem tekstu. Mitchell utrzymuje jednak, że

[...] widzenie pełni tak samo ważną jak język rolę pośrednika w relacjach społecznych i nie daje się sprowadzić ani do języka, ani do znaku, ani do dyskursu. Obrazy chcą takich samych praw, jakie posiada język, a nie przekształcania w język²⁶.

Dla bardziej wyrazistego ujęcia problemu dalej dorzuca:

[...] przedstawienie wizualne nie tyle jest twierdzeniem lub aktem mowy, ile mówcą zdolnym do nieskończonej liczby wypowiedzi. Obraz nie jest tekstem przeznaczonym do czytania, lecz żołądkiem brzuchomówcy, w który projektujemy własny głos²⁷.

²³ W konsekwencji poniekąd „wylano dziecko z kąpielą”, jeśli bowiem zapagniemy, nie ruszając się z domu, obejrzeć np. republikańskie lub lojalistyczne murale w Belfaście, okaże się, że ich bohaterom również cyfrowo rozmazano twarze.

²⁴ W.J.T. Mitchell, *Czego chcą obrazy?*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015.

²⁵ W.J.T. Mitchell, *Cloning Terror: The War of Images, 9/11 to the Present*, University of Chicago Press, Chicago 2011.

²⁶ W.J.T. Mitchell, *Czego chcą obrazy?*, s. 80.

²⁷ Ibidem, s. 168.

Jednakże owa radykalna „osobność” obrazów i tekstów w znacznym stopniu wydaje się nieporozumieniem, w dodatku nieco sztucznie i tendencyjnie podtrzymywanym przez obie strony sporu. Inauguracji i rozwojowi nowego przedsięwzięcia zwanego studiami wizualnymi skutecznie sekundowała bowiem ikonologia. Ta natomiast od swego zarania operowała właśnie w języku, w nim formułując zarówno tezy, jak i wnioski. W tym kontekście wartym poważnego zainteresowania jest projekt „kompromisowy”, zaproponowany przez Mariannę Michałowską²⁸. Dlaczego zamiast mało konkluzywnych dyskusji o osobności ontologii obrazu i tekstu, nie mielibyśmy uznać ich hybrydycznej natury jako foto-tekstów? Właśnie na przykładzie punktów stycznych i przenikania fotografii i narracji uchwyciła ona istotność ich wzajemnych relacji oraz bardzo szeroki horyzont kulturowych kontekstów, np. konstruowanie tożsamości czy pamięci społecznej.

Przywołany w niniejszym szkicu repertuar badawczych perspektyw studiów wizualnych z pewnością nie wyczerpuje tematu, jednak pozwala choć w części zilustrować ich adaptacyjny potencjał. Co więcej, dynamika tych adaptacji pozwala nam zaobserwować, że w diagnozowaniu kultury rozwój digitalnych technik obrazowania może być równie pomocny jak dorobek dawnych tradycji ikonologicznych. Na równi pokrzepiający jest fakt, że współcześni badacze obrazów nie tkwią wyłącznie w akademicko-teoretycznym samozachwycie, lecz nie ustają w taktycznym rozpoznawaniu potencjalnych wdrożeń i zastosowań swych metod w praktyce. Co warto podkreślić – czynią to ze sporą świadomością istnienia licznych pułapek i ograniczeń, gdzie przewyciężenie jednych problemów po częstokroć generuje tuziny kolejnych.

Literatura

- Bal M., *Wizualny esencjalizm i przedmiot kultury wizualnej*, „Artium Quaestiones” XVII, Poznań 2006.
- Banks M., *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*, PWN, Warszawa 2009.
- Boehm G., *O obrazach i widzeniu. Antologia tekstów*, Wyd. Universitas, Kraków 2014.
- Do zobaczenia. Socjologia wizualna w praktyce badawczej*, red. J. Kaczmarek, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2008,
- Dziamski G., *Lata dziewięćdziesiąte*, Wyd. Galerii Miejskiej Arsenał, Poznań 2000,
- Bogunia-Borowska M., Sztompka P. (red.), *Fotospołeczństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, Znak, Kraków 2012.
- Horapollo, *Hieroglyphica* (V/VI wiek n.e.), w przekładzie na język angielski: *The Hieroglyphics of Horapollo Nilous*, tłum. Alexander Turner Cory [1840], <http://www.sacred-texts.com/egy/hh/index.htm> [20.12.2016].
- Kaczmarek J. (red.), *Kadrowanie rzeczywistości. Szkice z socjologii wizualnej*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań 2004.

²⁸ M. Michałowska, *Foto-teksty. Związki fotografii z narracją*, Wyd. Naukowe UAM, Poznań 2012.

- Konecki K.T., *Wizualna teoria ugruntowana. Podstawowe zasady i procedury*, „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. VIII, 1/2012, http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org/volume18_pl.php [20.12.2016].
- Krajewski M., Drozdowski R., *Za fotografię! W stronę radykalnego programu socjologii wizualnej*, Wydawnictwo: Bęc Zmiana, Warszawa 2010.
- Krauss R., *Welcome to the Cultural Revolution*, „October” vol. 77, Summer 1996.
- Kundera Milan, *Nieśmiertelność*, PIW, Warszawa 2002.
- Michałowska M., *Foto-teksty. Związki fotografii z narracją*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2012.
- Mitchell W.J.T., *Cloning Terror: The War of Images, 9/11 to the Present*, University of Chicago Press, 2011.
- Mitchell W.J.T., *Czego chcę obrazy?*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2015.
- Mitchell W.J.T., *Iconology, Image, Text, Ideology*, University of Chicago Press, Chicago 1986.
- Mitchell W.J.T., *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, University of Chicago Press, 1994.
- Mitchell W.J.T., *The Pictorial Turn*, ArtForum (March 1992).
- Olechnicki K., *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*. Oficyna Naukowa, Warszawa 2003.
- Olechnicki Krzysztof, *Obrazy w działaniu. Studia z socjologii i antropologii obrazu*. Wydawnictwo Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika, Toruń 2003.
- Panofsky E., *Studies in Iconology*, Westview Press, Oxford 1972 (pierwsze wydanie: 1939).
- Pauwels L., *Zwrot wizualny w badaniach i komunikacji wiedzy. Kluczowe problemy rozwijania kompetencji wizualnej w naukach społecznych*, w: M. Frąckowiak, K. Olechnicki (red.), *Badania wizualne w działaniu. Antologia tekstów*, Wyd. Bęc Zmiana, Warszawa 2011.
- Pink S., *Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research*, Sage, London 2001.
- Ripa C., *Ikonologia*, wyd. Universitas, Kraków 2013.
- Rose G., *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.
- Sztompka P., *Socjologia wizualna jako metoda badawcza*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005.
- Taylor M.C., Saarinen E., *Imagologies. Media Philosophy*, Routledge, London 1994.
- Warburg A., *Atlas obrazów Mnemosyne*, wyd. II; Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, Kraków 2016.
- Witek P., *Metodologiczne problemy historii wizualnej*, „Res Historica” 37/2014.
- Zeidler-Janiszewska A., *O tzw. zwrocie ikonycznym we współczesnej humanistyce. Kilka uwag wstępnych*, „Dyskurs” 4, <http://www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs4/AnnaZeidler-Janiszewska.pdf> [20.12.2016].

