

o. Witold Kawecki CSSR

Od kultury wizualnej do teologii wizualnej

STRESZCZENIE:

WSPÓŁCZESNE SPOŁECZEŃSTWA FAWORYZUJĄ JAKO PODSTAWOWY ZMYŚŁ - ZMYŚŁ WZROKU. ŻYJEMY WSPÓŁCZEŚNIE W ŚWIECIE ZDOMINOWANYM PRZEZ KOMUNIKACJĘ WIZUALNĄ I KULTURĘ WIZUALNĄ NAZYWANĄ TEŻ IKONOLOGIĄ. TENDENCJA TA UWYPUKLAJĄCA ZNACZENIE OBRAZU JEST OKREŚLANA PRZEZ KRYTYKÓW JAKO „ZWROT OBRAZOWY”, NAZYWANY TAKŻE ZWROTEM PIKTORIALNYM (*PICTORIAL TURN*). JEJ ISTOTĘ STANOWI TO, ŻE OBRAZY TWORZĄ PUNKT SZCZEGÓLNEGO ZORIENTOWANIA INTELEKTUALNYCH DOCIEKAŃ. STAJE SIĘ ON CENTRALNYM TEMATEM DYSKUSJI W NAUKACH HUMANISTYCZNYCH POCIĄGAJĄC ZA SOBĄ *VISUAL CULTURE STUDIES*.

POWSTAJE PYTANIE CZY JEST TO PRZEŁOM SOCJOLOGICZNY I KULTUROWY, CZY MOŻE NARODZINY SAMODZIELNEJ DYSCYPLINY BADAŃ KULTUROWYCH? W OBLICZU ROZWOJU *VISUAL CULTURE STUDY* ORAZ DOMINUJĄCEJ WSPÓŁCZEŚNIE KOMUNIKACJI WIZUALNEJ WARTO ZAPYTAĆ, CZY NIE NALEŻY W WIĘKSZYM NIŻ DOTYCHCZAS STOPNIU ODKRYWAĆ W TEOLOGII JĘZYK NIEWERBALNY, CZYLI WYRAZ ARTYSTYCZNY W RÓŻNYCH JEJ FORMACH.

SŁOWA KLUCZOWE:

TEOLOGIA WIZUALNA, KULTURA WIZUALNA, OBRAZ

ABSTRACT:

LA SOCIETÀ CONTEMPORANEA FAVORISCE FONDAMENTALMENTE IL SENSO DELLA VISTA. DI PIÙ VIVIAMO NEL MONDO DOMINATO DALLA COMUNICAZIONE VISIVA E CULTURA VISIVA. INCLINAZIONE PER METTERE IN RILIEVO IL SIGNIFICATO DELL'IMMAGINE VIENE DESCRITTA COME SVOLTA VISIVA COSIDETTA *PICTORIAL TURN*. LA SUA NATURA SI FONDA SUL SIGNIFICATO FONDAMENTALE DELL'IMMAGINE CHE ORIENTA TUTTE LE DISCIPLINE UMANISTICHE CONDUCENDO VERSO *VISUAL CULTURE STUDIES*. IN TALE CIRCOSTANZE SI PONE UNA DOMANDA: SE NEL MONDO DOMINATO DALLA COMUNICAZIONE VISIVA, NON È NECESSARIO ANCHE NELLA TEOLOGIA SCOPRIRE DI PIÙ IL LINGUAGGIO NON VERBALE, CIOÈ ESPRESSIONE ARTISTICA NELLE DIVERSE FORME DI MUSICA, DANZA, PERFORMANCE, ARTE, TEATRO, FILM, INTERNET? NEL NOSTRO ARTICOLO CERCHIAMO DI RISPONDERE A QUESTA DOMANDA.

KEYWORDS:

VISUAL THEOLOGY, VISUAL CULTURE, PICTURE

Współczesne społeczeństwa faworyzują wzrok jako podstawowy zmysł¹. To na nim oparte zostały dominujące metody poznawania rzeczywistości, kultura i sztuka, wzajemne stosunki pomiędzy jednostkami, wizualne metafory, którymi przesiąknięte są język oraz nasza świadomość. Nieprzypadkowo więc tworzenie wizualnych reprezentacji, interpretowanie ich, posługiwanie się nimi, jest jedną z najbardziej centralnych aktywności społeczeństw.

Hegemonia kultury wizualnej

Żyjemy zatem współcześnie w świecie zdominowanym przez komunikację wizualną² i kulturę wizualną, nazywaną też ikonologią³, przy czym, obraz należy rozumieć co najmniej dwójako: zarówno jako obraz mentalny (ulożony w ludzkiej pamięci), jak i obraz medialny (fotograficzny, telewizyjny, internetowy, reklamowy itp.). Obraz, jak pisał H. Betting, 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”⁴. Obraz może być techniczny (film, fotografia, graficzne przetworzenia cyfrowe) albo naturalny, to jest ten, który powstał w materialnym kształcie w obrębie sztuk plastycznych i był utworzony ludzką ręką. Obraz możemy także zdefiniować jako „wydarzenie wizualne” (*visual events*). Oznacza ono wszelkie wrażenie wzrokowe, w których konsument poszukuje informacji wizualnej, znaczenia albo przyjemności, uzyskiwanych dzięki narzędziom i wizualnym technologiom (od malarstwa poprzez fotografię, film, telewizję, aż po multimedia cyfrowe oraz Internet)⁵.

Pojęcie obrazu, ikoniczności, ma wiele znaczeń, obok tych wcześniej odnotowanych. Ikonicznie można przedstawiać na przykład Jezusa na krzyżu - odwołując się do obrazu. „iPod” jest ikoniczną technologią kultury materialnej. *Woodstock* jest ikoną lat

¹ Nazywane to jest czasem wzrokocentryzmem - wzrok jako model poznawania rzeczywistości, wzrokowe doświadczanie rzeczywistości jako ekspresja charakterystycznych dla Zachodu systemów wartości.

² Komunikacja wizualna jest to porozumiewanie się poprzez obraz, przekazywanie informacji w formie wizualnej między nadawcą a odbiorcą przy pomocy środków przekazu tzw. mediów (np. prasy, książki, plakatu, telewizji, Internetu, prezentacji multimedialnej i innych). Zasadniczo bazuje ona na takich elementach wyrazu jak: ilustracja, fotografia, typografia, infografika, film czy animacja. Za pomocą obrazu, popartego tekstem można skuteczniej oddziaływać na odbiorcę komunikatu. Ocena dobrze zaprojektowanego komunikatu wizualnego opiera się nie na estetycznych lub artystycznych upodobaniach, tylko na pomiarze zrozumienia przez odbiorców komunikatu, które obraz miał wyrażać. Ostatnie badania w tym zakresie skupiały się na projektowaniu stron www i były zorientowane na graficzną użyteczność. Graficy używają metod komunikacji wizualnej w codziennej pracy. Poprzez obraz muszą przekazywać wartości, emocje i idee, które stoją za przedmiotem, np. projektując logo. Wizualna komunikacja jest prawdopodobnie najważniejszą formą komunikacji jeśli chodzi o Internet.

³ Nazwy takiej używa np. Erwin Panofsky, *Perspektywa jako „forma symboliczna”*, przeł. Grażyna Jurkowlaniec, Warszawa 2008.

⁴ H. Betting, *Bild-Anthropologie*, München 2001, s. 11-12.

⁵ N. Mirzoeff, *The Subject of Visual Culture*, w: *The Visual Culture Reader*, London-New York 2002, s. 6.

sześćdziesiątych, symboliczną, niematerialną matrycą tamtych lat. To, o czym mowa, doskonale widać w języku angielskim, w którym istnieją dwa różne słowa na określenie dwóch różnych pojęć dotyczących obrazu: *picture* i *image*. Obraz jako *picture* to dzieło wykonane na jakiejś płaszczyźnie, za pomocą farb, kredek, ołówka itp.; wizerunek kogoś lub czegoś na płótnie, papierze, desce szkle itp.; zwykle oprawiany w ramy. Rama jest ważna, gdyż wyznacza 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 znaczenia⁶. Obraz jako *image* jest z kolei widokiem kogoś lub czegoś – krajobrazem, sceną, osobą widzianą lub odtwarzaną w pamięci, w wyobraźni⁷. Można powiedzieć, że *image* to obraz techniczny i mentalny. *Image* w przeciwieństwie do *picture* nie jest materialnym przedmiotem, nie ma też zasadniczo charakteru intencjonalnego, nie jest również osobistą interpretacją (tylko w stopniu, w jakim każde widzenie jest interpretacją)⁸. *Image* jest bezpośrednim widokiem rzeczy, jest realizmem widzenia i maksymalną obiektywizacją. Obrazy rządzą się swoimi własnymi prawami⁹, które różnią się od praw języka, a nawet wychodzą poza język. Paradoksalnie jednak, badając kulturę ikoniczną i stawiając tezy, naukowcy muszą zapisać je za pomocą języka. Nie można wysłać obrazów na CD-ROM-ie do redakcji jakiegось pisma i oczekiwać, że wszyscy będą wiedzieć „o co chodzi”. Trzeba je opisać, aby było wiadomo, co z nimi zrobić. Dlatego autonomia wizualna jest względna, a na pewno ciekawym zagadnieniem będzie analizowanie zależności wizualności i języka.

Rewolucja ikoniczna

Przedstawiana tendencja uwypuklająca znaczenie obrazu jest określana przez krytyków jako *zwrot obrazowy*, nazywany także zwrotem piktorialnym (*pictorial turn*)¹⁰ lub *zwro-*

⁶ E. Łubowicz, *Między Picture a image. Obrazy w kulturze współczesnej*, w: 4 (50) 2006 „Kultura współczesna”, s.11.

⁷ Por. *Słownik Języka Polskiego*, PWN, Warszawa 1996, t.2, s. 402.

⁸ E. Gombrich w *Sztuce i złudzeniu. O psychologii przedstawiania obrazowego*, przeł. J. Zarański, Warszawa 1981 pisze, że każde widzenie jest w istocie interpretacją. Jest to jednak minimum interpretacji w porównaniu z tą jaką potrzebna jest do odbioru dzieła sztuki.

⁹ Z tego powodu mają one różne funkcje do spełnienia: 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; Obrazy łączą ludzi tworząc więzi społeczne (wykonywanie i oglądanie zdjęć oraz filmów są działaniami więziotwórczymi, albumy i portrety rodzinne jako materializacja więzi społecznych); Obrazy dzielą ludzi jako narzędzia sprawowania władzy i kontroli poprzez tzw. przemoc ikoniczną, przyczyniając się do rasowych, płciowych podziałów społecznych; Obrazy zmuszają do działania przez manipulowanie świadomością oraz uwodzenie zwłaszcza w reklamie i propagandzie jako podstawowych przykładach perswazyjnych; Obrazy dostarczają przyjemności (tworzenie, oglądanie i niszczenie obrazów jako źródła przyjemności, *vouyeryzm* i jego współczesne odmiany, przyjemności patrzenia i bycia oglądanym i kulturowe formy ich wykorzystania).

¹⁰ Twórcą terminu jest W.J.T. Mitchell Zob *The Pictorial Turn* w: tegoż *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*, Chicago 1994; Historię tworzenia się kultury wizualnej przedstawia M. Dra-

tem ikonicznym (Gottfried Böhm, Jeffrey C. Alexander) we współczesnej humanistyce. Zwrot ten daje nie tylko kompleksowe objaśnienie reprezentacji wizualnej dzięki wykorzystaniu konkretnych terminów teorii kultury. Jego istotę stanowi fakt, że obrazy tworzą punkt szczególnego zorientowania intelektualnych dociekań. Staje się on centralnym tematem dyskusji w naukach humanistycznych, pociągając za sobą *Visual Culture Studies* (*studia nad kulturą wizualną*). Jest on reakcją na *zwrot lingwistyczny* z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych minionego stulecia, bazujący na filozofii lingwistycznej Wittgensteina, strukturalizmie Levi-Straussa i Foucaulta, hermeneutyce Ricoeura, Gadamera, Derridy czy Frye'a. Logocentryczne podejście do kultury, traktowanie kultury jako tekstu czy języka, a społeczeństwa jako tekstu¹¹, ustępuje miejsca wizualności. Jest to spowodowane między innymi procesem „postmodernizacji”, opartym na rozpowszechnianiu telewizji satelitarnej i Internetu.

W.J.T. Mitchell (1962), profesor angielskiego i historii sztuki na Uniwersytecie w Chicago, teoretyk mediów i kultury wizualnej, jest zdania, że współcześnie jesteśmy świadkami przesunięcia akcentu z filozofii lingwistycznej, analitycznej, w kierunku wizualnego *nurtu piktorialnego*, co nazywa właśnie *zwrotem piktorialnym*¹², do tego stopnia, że mamy do czynienia z obawami przed „wizualnym”, swoistego rodzaju ikonofobią. Faktem jest, że obraz posiada dzisiaj status centralnego tematu dyskusji w humanistyce, podobnie jak kiedyś był nim język. Nadreprezentacja obrazu umożliwia powstawanie idolatrii, ikonoklazmu, ikonofili i innych „izmów” na wzór tych z epoki średniowiecza¹³.

Czy jest to przełom socjologiczny i kulturowy, czy może narodziny samodzielnej dyscypliny badań kulturowych? Takie pytanie zadaje sobie profesor Ph. Smith z Centrum Socjologii Kulturowej *Yale University*, współautor pionierskiej pracy poświęconej socjologii wizualnej zatytułowanej *Researching the Visual*¹⁴. Autorzy książki prezentując nowy metodologiczny program socjologii wizualnej, stawiają tezę, że jest znacznie więcej form wizualnych, niżli tylko fotografia, reklama czy programy telewizyjne. Na przykład obiekty i budynki mogą mieć znaczenie w sensie wizualnym, tak samo, jak obrazy. Obiekty są odbiciami głębszych społecznych struktur¹⁵, podobnie jak ubrania i język ciała. Wizualność można dostrzegać w każdym aspekcie życia społecznego. Sypialnia i ła-

bek w artykule: *Kultura wizualna, czyli jaka? Nowy paradygmat wizualności*, w: „Kultura popularna” 1/2009, s. 31-38.

¹¹ Zob. R. Rorty, *Filozofia a zwierciadło natury*, przeł. Michał Szczubińska, Warszawa 1994; R. Rorty, *The Linguistic Turn*, Chicago 1967.

¹² Należy przez ten zwrot rozumieć postlingwistyczne i postsemiotyczne ponowne odkrycie obrazu jako złożonej gry pomiędzy wizualnością, zmysłami, instytucjami, dyskursem, ciałem i figuratywnością. Jest to obecność obrazu w kulturze w niespotykany dotąd sposób, od filozoficznych spekulacji aż po produkcję masmediów.

¹³ W.J.T. Mitchell, *Zwrot piktorialny*, w: „Kultura popularna” 1/2009, s. 5-8.

¹⁴ Zob. Rozmowę z nim w „Kultura popularna” 1 (2009), s. 21-28. *Wizualność, Socjologia wizualna i zwrot ikoniczny w naukach społecznych* (rozmawia Dominik Bartmański). Rzeczą dotyczy książki M. Emmison, Ph. Smith *Researching the Visual*, London 2000.

¹⁵ W tej materii pojawił się szereg prac autorstwa Victora Turnera, Davida Chaneya czy Celi Lury.



Zadaniem współczesności byłoby wykazanie jak sztuka obrazu i teologia pochodzą z tej samej formy aktywności ludzkiej – kultury, a zatem refleksja nad kulturowym wymiarem teologii i teologicznym wymiarem kultury. Wreszcie, powinno się próbować ukazać istniejące relacje pomiędzy sztuką a wiarą i drogi do niej prowadzące. Innymi słowy, czy i w jaki sposób sztuka obrazu może prowadzić do wiary, choćby poprzez *via pulchritudinis* – drogę piękną.

zienia były przecież innowacjami, które przyczyniły się do wyłonienia prywatności przez zmianę norm dotyczących ludzkiego ciała i jego traktowania¹⁶.

Autorzy *Researching the Visual* zaproponowali trzy sposoby na odejście od tradycyjnego traktowania fotografii i badań wizualnych, nazywając je trójwymiarowymi elementami przestrzeni. Po pierwsze, oddzielenie badań wizualnych od tekstu i przeniesienie ich w sferę wizualności. Po drugie, przedmioty mogą służyć jako środki do mierzenia procesów społecznych, co pozwoli na wyciągnięcie wniosków o całych populacjach. Po trzecie, kwestie przestrzeni i miejsca są kluczem do zrozumienia tych przedmiotów. W wizualności i ikoniczności chodzi bowiem o coś więcej niż samo widzenie; chodzi o socjologiczną świadomość tego, że wizualna „powierzchnia” rzeczywistości społecznej nie tylko odzwierciedla jej głębię, ale właściwie ją kreuje, wpływając na nasze zachowania i myśli, a zatem na nasz światopogląd. Kultura materialna i reprezentacje ikoniczne zmieniają nasz sposób myślenia i zachowania. Zdjęcie Ziemi zrobione przez Williama Andersa podczas misji *Apollo 8* wokół Księżyca, a zatytułowane *Wschód Ziemi*, stało się głównym impulsem rozwoju ekologii. Teledyski i zdjęcia Madonny rozpoczęły nowy dyskurs na temat seksualności. Film Alberta Arnolda Gore’a (znanego jako Al Gore) na temat globalnego ocieplenia wszczął światową debatę nad zmianą klimatu. Pokazany na satelitarnych zdjęciach kurczący się Lodowiec Szelfowy Rossa, z rozpadającymi się górami lodowymi, specjalnie jednak nie wzruszał, natomiast pokazanie białego niedźwiedzia uwięzionego na dryfującej krze wzniciło współczucie i zainteresowanie.

Współczesna kultura odwołuje się z jednej strony do performatywności (ze względu na tzw. *zwrot performatywny*), z drugiej zaś do obrazu, przez rozwój technik masowej reprodukcji (ze względu na *zwrot ikoniczny*). Mówi się nawet o zarysowujących się konturach nowej cywilizacji wizualnej, co wydaje się – jak zauważa A. Zaidler-Janiszewska – jednak diagnozą o tyle nietrafną, że współczesne obrazy wplecione są na ogół

¹⁶ Zob. N. Elias, *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, przeł. T. Zabłodowski, Warszawa 1980.

w złożone konteksty intermedialne¹⁷. G. Böhm, wychodząc od stwierdzenia, że pytanie o obraz jest zarazem pytaniem o wielość obrazów, mówi o obrazach namalowanych, pomysłanych, wyśnionych (w jednej perspektywie), o malowidłach, metaforach, gestach (w perspektywie innej) i o lustrze, echu, mimikrze (w jeszcze innej), by postawić pytanie: „Co wspólnego posiadają one, co dałoby się w każdym przypadku uogólnić? Jakie dyscypliny naukowe graniczą z fenomenem obrazu? Czy są dyscypliny, które z nim nie graniczą?”¹⁸.

Tymi zagadnieniami zajmuje się powstała w połowie lat dziewięćdziesiątych *Visual Culture Studies*, która jednak nie wypracowała dotąd, jak przyznaje A. Zeidler-Janiszewska, takiej teorii, która obejmowałaby wszelkie pojawiające się w dziejach formy ucieleśniania obrazów, związane z różnymi praktykami kulturowymi (od najdawniejszych do współczesnych). Powstaje kolejne pytanie formowane przez A. Zaidler-Janiszewską: czy ukierunkowanie się na piktoralność nie „zaprzepaszcza” historii sztuki poprzez jej rozproszenie i trywializację, czego obawiali się amerykańscy krytycy zwrotu ikonicznego, trzymający się twardo prymatu tekstu nad obrazem? Być może odpowiedzią na powyższe pytanie byłoby samoograniczenie się historii sztuki – jak to postrzegał Hans Betting – do epoki obrazu artystycznego i jednoczesne jej otwarcie na inne dyscypliny zajmujące się obrazami. Podstawę tego inter-, czy nawet transdyscyplinarnego projektu stanowić ma antropologia obrazu. Dlaczego właśnie antropologia? Nie tylko, dlatego że zarówno jej odmiana filozoficzna, jak i kulturowa, a także antropologia fizyczna traktują o ludziach, którzy żyją z obrazami i w obrazach, a także obrazy produkują, ale i dlatego że antropologiczna perspektywa analizująca praktyki obrazowe w ich cielesnych i kulturowych kontekstach odróżnia się wyraźnie od czysto technologicznie zorientowanej historii obrazu i jego mediów. Poza tym, właśnie w obszarze antropologicznym uprawia się badania inter- i transkulturowe¹⁹.

Dlaczego nie teologia wizualna?

W związku z powyższą refleksją pojawiają się różne dziedziny wiedzy, których przedmiotem badania jest obraz – socjologia wizualna²⁰, antropologia obrazu²¹, antropologia

¹⁷ Zob. A. Zaidler-Janiszewska, *Obrazy w naszym życiu*, w: „Kultura współczesna” 4 /2006, s. 5-8.

¹⁸ Gottfried Böhm, *Die Wiederkehr der Bilder oraz Die Bilderfragew* zredagowanej przez niego pracy zbiorowej *Was ist ein Bild*, München 1994.

¹⁹ A. Zaidler-Janiszewska, *O tzw. zwrocie ikonicznym we współczesnej humanistyce. Kilka uwag wstępnych*, w: www.asp.wroc.pl/dyskurs/Dyskurs4/AnnaZeidlerJaniszewska. Zob. przytaczanego przez autorkę Beltina, *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*, München 2006.

²⁰ Zob. P. Sztompka, *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*, Warszawa 2005; *Wizualność* dotyczy tego, jak widzimy codzienne obiekty i ludzi, a nie tylko tych rzeczy, które uważamy za teksty wizualne. Socjologia wizualna jest dyscypliną bardzo młodą, daleką od ukonstytuowania się, „postrzegana jest jako izolowana, samowystarczalna i nieco ekscentryczna specjalizacja” (Emmison, Smith 2000): *Wizualne, naocznie postrzegalne aspekty świata społecznego są przedmiotem rosnącego zainteresowania nauk społecznych*.

²¹ Zob. K. Olechnicki, *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*, Warszawa 2003.

widowisk²², psychologia widzenia i postrzegania²³. Dlaczego nie ma powstawać także teologia obrazu? W teologii od wieków twierdzono, że religijne doświadczenie, objawienie, wykracza poza język wyrazu. Słowa nie wystarczają do ujęcia prawd ostatecznych. Niekiedy obraz może wyrazić znacznie więcej. Przy czym, dodajmy uczucie, tylko dzięki językowi może zaistnieć teologiczna dyskusja na temat doświadczeń religijnych. Teologia wizualna jest teologią obrazu. Do obrazu²⁴ można mieć różne podejście w poszczególnych religiach, kulturach, czy nawet w obrębie tej samej religii. *Anikonizm*²⁵ oznacza, że dane społeczeństwo czy grupa nie tworzą obrazów materialnych, figuratywnych, ani rzeźby, ani rysunku, ani malarstwa, ani też żadnej innej formy wyrazu. *Ikonizm*, w przeciwieństwie do poprzedniego, oznacza fakt istnienia obrazów w danej religii czy kulturze. Może się on przeradzać w *ikonofilię* – zamiłowanie do obrazu, *ikonodulię* – cześć obrazów, a nawet adorację obrazów – *ikonolatrię*, czy też niemożność życia bez nich – *ikonomanie*. Po drugiej stronie odniesień do obrazu znajdzie się *ikonofobia*, czyli sprzeciw wobec obrazów, przechodząca w *ikonomachię* zwalczającą obrazy, aż po *ikonoklazm*, czyli niszczenie obrazów.

W obliczu rozwoju *Visual Culture Study* oraz dominującej współcześnie komunikacji wizualnej warto zapytać, czy nie należy w większym niż dotychczas stopniu odkrywać w teologii język niewerbalny, czyli wyraz artystyczny w różnych jego formach: muzyka, taniec, wyraz ciała, *performance*, sztuki piękne, teatr, film, Internet. Ważne bowiem wydaje się, aby Ewangelia i jej głoszenie – tak w kulcie, katechezie, jak i studium teologicznym – przekroczyła granice językowe, intelektualne, wyznaniowe i socjologiczne, zwłaszcza tam, gdzie słowo staje się trudne do zrozumienia. Nie chodzi jednak o to, by w teologii wizualnej obraz traktować na przykład jako prostą ilustrację biblijnego tekstu (*Biblia Pauperum*). Chodzi o to, aby obraz rozumieć szerzej, jako pewnego rodzaju interpretację, ponowne odczytanie, naświetlenie tradycji i kultury, którą interpretuje. W tym sensie należy zauważyć, że obraz ma swój własny „język” wyrazu, który otwiera drogę do mnogości możliwych znaczeń, odsyła o wiele bardziej niż kultura werbalna do symboliki, poprzez użycie kodów ikonograficznych. Obraz akcentuje sensytywność i świat emocji, to jest cielesność ludzkiej egzystencji. Obraz domaga się dialogu-spotkania między oglądającym a konkretnym dziełem, biorącym pod uwagę zarówno różnorodność psychologicznych postaw oglądającego, jak i pojęcia czasowości i ponadczasowości dzieła. Obraz o wiele bardziej niżli tekst podkreśla relację, jaka istnieje między postaciami danej sceny, ze względu na ich gesty, charakterystyczne postawy, wyraz twarzy,

²² Zob. A. Chałupnik, W. Dudzik, M. Kanabrodzki, L. Kolankiewicz (red.), *Antropologia widowisk*, Warszawa 2005.

²³ P.H. Lindsay, D.A. Norman, *Procesy przetwarzania informacji u człowieka*, Warszawa 1991.

²⁴ Mowa o obrazie religijnym, także w węższym zakresie o ikonie – czyli świętym obrazie namalowanym i skomponowanym zgodnie z zasadami i kanonami sztuki chrześcijańskiego Wschodu, mającym swoje miejsce w liturgii i przeznaczony do czci.

²⁵ Anikonizm oznacza cechę religii, epoki, kultury, świątyni, zdobnictwa czy przedmiotu, polegającą na nieobecności przedstawień figuratywnych.

mimikę, grę spojrzeń, emocje jakie wyrażają, nie mówiąc już o grze kolorów, światło-cienia i dynamizmu ruchu zawartego w nim.

Człowiek jawi się bardziej jako „obraz” (przez swoją widoczną cielesność), niżli słowo. W historii chrześcijaństwa słowo stało się ciałem – Chrystus przez fakt Wcielenia wszedł w ludzką historię. Bóg spotyka ludzi w ciele i krwi, zbawia ich w wymiarze duchowym i cielesnym. Z tego względu teologowie i egzegeci powinni w większym stopniu brać pod uwagę obraz nawet wtedy, gdy interpretują tekst. Mogą w ten sposób głębiej odkryć kruchość i prawdziwe człowieczeństwo bytu ludzkiego w jego harmonijnym jestestwie cielesno-duchowym. Byłby to także przyczynek do odnowy języka teologicznego, przechodząc od abstrakcji do konkretności²⁶.

Zadaniem współczesności jest zintegrowanie „sztuki obrazu” z teologią, uwzględniając jej obecność i wkład w poszczególne dyscypliny teologiczne. Współczesność powinna odkrywać teologię zawartą w dziełach sztuki i jednocześnie analizować sztukę obrazu jako przestrzeń i przedmiot studiów teologicznych. Nie chodziłoby przy tym o rozwijanie – kolejny raz jak to miało miejsce w historii – dyskursu teologicznego na temat różnych form artystycznych, nie zostawiając im możliwości „bycia sobą” i wyrażania całej ich potencjalności. Zadaniem współczesności byłoby wykazanie jak sztuka obrazu i teologia pochodzą z tej samej formy aktywności ludzkiej – kultury, a zatem refleksja nad kulturowym wymiarem teologii i teologicznym wymiarem kultury. Wreszcie, powinno się próbować ukazać istniejące relacje pomiędzy sztuką a wiarą i drogi do niej prowadzące. Innymi słowy, czy i w jaki sposób sztuka obrazu może prowadzić do wiary, choćby poprzez *via pulchritudinis* – drogę piękną.

Sztuka współczesna w jakimś sensie próbuje uwolnić się od metafizyki. Brak odwołania się do uznanych kanonów piękna powoduje eksplozję form estetycznych. Sztuka współczesna nie chce pozostawać na usługach żadnej ideologii (tak przynajmniej twierdzi, bo jeśli w *pop kulturze* jest zakładniczką rynku sztuki, to też jest swoistą ideologią konsumeryzmu), nie pretenduje do nauczania, ani też do potwierdzania u obserwatora określonej wizji świata. Sztuka współczesna pyta natomiast swoich obserwatorów – co ich łączy z rzeczywistością i z innymi. Przybiera więc w konsekwencji postać utylitaryzmu i pozostaje często w służbie funkcjonalizmu ekonomicznego. T.W. Adorno twierdzi w związku z powyższym, że takie postawienie zagadnienia sprawia, iż „misją sztuki obecnie jest wprowadzenie chaosu w porządek”²⁷. Z drugiej strony, sztuka współczesna szuka sensu w zachwycie nad „niepojętym” (czymś, czego nie ogarnia, nie rozumie, nie potrafi wyrazić, nie umie dociec do prawdy). Pozostaje więc w pewnej iluzji, a nawet zakłamaniu, operując pomiędzy pięknem i brzydotą, przyjemnością i przykrością, zachwytem i udręką (sztuka A. Warchola). Brak sensu i prawdziwych znaczeń, by nie powiedzieć wartości, zastępuje powszechna estetyzacja, upiększanie wszystkiego. Niestety nie ma w tym nawet prowokacji estetycznej, może co najwyżej prowokacja so-

²⁶ Zob. B. Neipp, *Apporto dell'immagine al testo biblico dalla prassi nella Chiesa all'approccio scientifico*, w: „Arte e teologia” (red. E. Genre, Y. Redalie), Torino 1997, s. 91-98.

²⁷ T.W. Adorno, *Minima moralia*, Paris 1980, s. 143.

ejologiczna, wywracająca istniejący konwencjonalny porządek. A przecież, doświadczenie artystyczne jest o wiele głębsze, niżli prowokacja społeczna. Odcięcie się od metafizyki, a w konsekwencji odrzucenie „przesłania” rodzi cierpienie pustki (braku sensu), w którym pozostaje co najwyżej język wyrazu, oryginalność formy²⁸.

Współczesna sztuka obrazu może jednak prowadzić do wiary, a metoda temu służąca może być różna: może to być punkt widzenia teoretyczny, w którym sztuka obrazu rozpatrywana będzie w jej relacjach do religii i teologii na poziomie teoretycznym, ze szczególnym uwzględnieniem reguł interpretacyjnych, kwestii epistemologicznych, a w konsekwencji i metodologicznych. Odnosić się to będzie do teologii systematycznej, historii i estetyki. Może to być punkt widzenia analityczny, w którym sztuka obrazu widziana jest jako przedmiot do analizy dla wiary i kultury w perspektywie historycznej i współczesnej. Odnosić się to będzie do teologii kultury, historii, nauk biblijnych. Może to być wreszcie punkt widzenia praktyczny, w którym sztuka obrazu postrzegana będzie w jej funkcji i roli pełnionej w kulcie i praktyce pastoralnej. Odnosić się to będzie do liturgii, środków społecznego przekazu, homiletyki, katechezy, teologii pastoralnej i ewangelizacji. ■

O AUTORZE:

o. Witold Kawecki CSSR - profesor nauk teologicznych w zakresie teologii kultury organizator i dyrektor Instytutu Wiedzy o Kulturze UKSW; Kierownik katedry „Dialogu Wiary z Kulturą”; w latach 1997-2002 redaktor naczelny „Homo Dei”. oraz dyrektor wydawnictwa Homo Dei w Krakowie; rekolekjonista w Polsce i za granicą. Zajmuje się: teologią kultury, etyką mediów, kulturą polityczną, socjologią religii. Autor 16 książek (m.in. Dlaczego Kościół broni życia, W stronę trzeciego tysiąclecia, Dylematy moralne współczesnego człowieka, Ocalić człowieka - ocalić kulturę, Jan Paweł II - człowiek kultury, Kościół i kultura w dialogu, Portrety Jana Pawła II, Słowo w kulturze współczesnej, Dokąd zmierzamy), oraz licznych artykułów. Tłumacz z francuskiego, włoskiego i hiszpańskiego. Członek Stowarzyszenia Dziennikarzy Katolickich, Stowarzyszenia Teologów Moralistów Polskich, Polskiego Towarzystwa Kulturoznawczego, Komitetu Naukowego czasopisma Kultura-Media-Teologia., Międzynarodowej Rady Serii Europa XXI wieku Współpracownik Polskiego Radia i Telewizji Polskiej.

²⁸ Zob. E. Fuchs, *Riflessioni sparse sull'esperienza artistica e sulla interpretazione teologia*, w: „Arte e teologia” (red. E. Genre, Y. Redalie’), Torino 1997, s. 31-37.