

Rhetoric of religion

Retoryka religii

2/2017 EDITOR: ANNA BENDRAT

RECENZJE | REVIEWS

AGNIESZKA KAMPKA

SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

AGNIESZKA_KAMPKA@SGGW.PL

Beyond Words. Picture, Parables, Paradoxes,
red. András Benedek, Kristóf Nyíri, Peter Lang,
Frankfurt am Main 2015.

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0). The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

AGNIESZKA KAMPKA

SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO W WARSZAWIE

agnieszka_kampka@sggw.pl

***Beyond Words. Picture, Parables, Paradoxes,*
red. András Benedek, Kristóf Nyíri, Peter Lang,
Frankfurt am Main 2015.**

Beyond Words. Picture, Parables, Paradoxes to piąty tom z serii *Visual Learning*, powiązanej z cyklem konferencji organizowanych przez Budapest Visual Learning Lab.

Zasadniczym celem tomu jest próba odpowiedzi na pytanie, jak radzimy sobie dzisiaj z nowymi sposobami wykorzystywania obrazów w życiu codziennym, edukacji czy polityce. Na jakie pytania musimy sobie odpowiedzieć jako badacze, zastanawiając się nad rolą aspektów wizualnych w ludzkim poznaniu. Jak i gdzie możemy zastosować tę wiedzę. I wreszcie – czy dotychczasowe koncepcje teoretyczne mogą być w tym pomocne.

23 rozdziały tomu podzielone zostały na pięć tematycznych grup. *Obraz, metafora, symbol* – to pierwsza część książki, w której zgromadzone zostały następujące teksty: Phillip Stoellger, *Living Images and Images We Live By. What Does It Mean to Become A Living Image*; Zoltan Kövecses, *Metaphor and Parable*; Mohsen Bakhtiar, *Metaphorical Eternity in Action. The Nonlinguistic Realization of Death Metaphors in Iranian Culture*; Karolina Golinowska, *The Art of Memory Politics: Visual Learning – Visual Resisting*. Wszystkie te rozdziały odwołują się w różnym stopniu do metafor konceptualnych, pokazując, że są one powiązane nie tylko ze słowem, ale także z obrazem. Phillip Stoellger, zastanawiając się nad poznawczym potencjałem wizualności w życiu człowieka, stwierdza, że żyjemy z obrazami, w obrazach, dla obrazów i przez obrazy. Wskazuje też na konieczność wzięcia odpowiedzialności za wykorzystanie obrazów w życiu społecznym. Wizualna kompetencja implikuje wizualną odpowiedzialność – pisze autor. Zoltan Kövecses porównuje metafory i przypowieści, wskazując ich podobieństwa i różnice. Mohsen Bakhtiar na przykładzie Iranu przedstawia uwarunkowania kulturowe metafor związanych ze śmiercią. Karolina Golinowska omawia rolę wizualnych symboli w budowaniu pamięci historycznej, wskazując na selektywność znaków, które są wykorzystywane zarówno przez polityków, jak i artystów.

Druga część zbioru, *Text and Image*, gromadzi teksty, które dotyczą przede wszystkim znaczenia aspektów wizualnych w ludzkim poznaniu, postrzeganiu rzeczywistości i tworzeniu mentalnych reprezentacji tej rzeczywistości. Tobias Schöttler (*The Iconic Surplus in Visual Arguments: Where Limitations and Potential Coincide*) podejmuje wątek możliwości i ograniczeń argumentacji za pomocą obrazu, zwraca uwagę nie tylko na wątpliwości, jakie budzi samo istnienie argumentów wizualnych, ale także na to, że nie są one uniwersalnym narzędziem, są skuteczne jedynie w określonych kontekstach. Lieven Vandelanotte („*More Than One Way at Once*”. *Simultaneous Viewpoints in Text and Image*), omawiając powieść Ali Smith *How to Be Both*, pokazuje, jak różni się odbiór zdarzeń, gdy staramy się je opisać i gdy staramy się je pokazać. Punkt widzenia jest zawsze multimodalny, a uświadomienie tego odbiorcom jest jednym z zadań, jakie stawiają przed sobą współcześni artyści. W swoim tekście *Pictures, Experiential Learning and Phenomenology* Matthew Crippen dzieli się doświadczeniem w wykorzystaniu ćwiczeń wizualnych w dydaktyce akademickiej. Do tego zagadnienia, ale w kontekście wykorzystania narzędzi internetowych wracają György Molnár i Zoltán Szűts (*Visual Learning – Picture and Memory in Virtual Worlds*) w dalszej części tomu. Wątek wizualnego aspektu ludzkiego umysłu kontynuuje natomiast Zsuzsanna Kondor w rozdziale zatytułowanym *Do We Have a Visual Mind?*. Z kolei Jelena Issajeva (*Mental Imagery as a Sign System*) odwołuje się do semiotyki, aby wyjaśnić, jak skomplikowanym systemem znaków są wyobrażenia mentalne. Z narzędzi semiotycznych korzystają też Irma Puškarević i Uroš Nedeljković, (*The Semiotics of Images: Photographic Conventions in Advertising*), analizując sposoby wykorzystania zdjęć w reklamach. András G. Benedek zaś (*Augmenting Conceptualization by Visual Knowledge Organization*) omawia rolę wizualności w badaniach nad sztuczną inteligencją.

Kolejna część tomu dotyczy obrazów w przestrzeni wirtualnej. Ágnes Veszelszki (*Emoticons vs. Reaction-Gifs. Non-Verbal Communication on the Internet from the Aspects of Visuality, Verblity and Time*) analizuje przykłady wizualnych elementów w komunikacji internetowej, stawiając tezę, że emotikony i gify pełnią funkcję analogiczną do przekazów niewerbalnych w komunikacji offline. Andrea Balogh i Zsolt Szántó (*The Changing Appearance of Text and Images on Online Interfaces*) przedstawiają wyniki swoich wstępnych badań dotyczących różnic w interakcjach między użytkownikami mediów społecznościowych o odmiennych profilach: Twittera, który był głównie medium tekstowym oraz 4chan – serwisu opartego na komunikacji za pośrednictwem obrazu.

Część tomu poświęconą retoryce wizualnej otwiera tekst Petry Aczél, *Ingenious Rhetoric: The Visual Secret of Rhetoricity*, w którym przedstawiona została koncepcja, że retoryka nie tylko jest wizualna, ale także wizjonerska. Aczél dowodzi,

że choć w historii retoryki problemy wizualności nie były zbyt często podejmowane, to potencjał obrazu był jednak zawsze wykorzystywany, o czym świadczą retoryczne koncepcje fantazji i enargei oraz takie narzędzia retoryczne jak ekfrazza czy acumen. Skuteczna perswazja możliwa jest bowiem często dzięki temu, że uda się pobudzić zmysł wzroku odbiorców i odwołać się do ich wyobraźni. Eszter Deli (*Media Argumentation: A Novel Approach to Television Rhetoric and the Power of the News*) przedstawia koncepcję analizy newsów opartą na ujęciu dramaturgicznym Kennetha Burke'a. Gabriella Németh (*Paradoxical Representation of Tropes in Visual Rhetoric*) prezentuje zaś wyniki badań nad memami, zastanawiając się jednocześnie nad „wizualnym alfabetyzmem”, czyli kompetencjami, których rozwijanie jest niezbędne, by móc funkcjonować we współczesnym środowisku komunikacyjnym. Studium *Visual Rhetoric Used in Mapping Natural Language Arguments*, którego autorem jest Gábor Forgács, odnosi się natomiast do narzędzi wizualizacyjnych, jakimi posługują się badacze języka i argumentacji. Wykresy, schematy, mapy argumentów to zdaniem autora wizualne środki nie tylko obrazujące argumenty, ale mające także znaczenie perswazyjne.

Ostatnia część monografii gromadzi teksty prezentujące podejście filozoficzne. Paul Boghossian (*Seemings: Sensory and Intellectual*) analizuje ścieżki poznania – między doświadczeniem zmysłowym, intuicją i rozumem. Estetyka Kanta jest tematem dwóch kolejnych rozdziałów: *Cognitive Function of Beauty and Ugliness in Light of Kant's Theory of Aesthetic Ideas* (Mojca Kúplen) oraz *Kant's Phenomenology of Aesthetic Experience* (Andrija Šoć). Tom zamykają zaś studia inspirowane koncepcjami Wittgensteina: *The Thread and the Chain. „Family Resemblances” and the Possibility of Non-Essentialist Conceptual Structure* (Monika Jovanović) oraz *Wittgenstein and Common-Sense Philosophy* (Kristóf Nyíri).

Choć, jak wynika z powyższego omówienia, problematyka bezpośrednio związana z retoryką pojawia się zaledwie w kilku tekstach tomu, jednak cała monografia jest interesującą pozycją dla badaczy retoryki, zwłaszcza osób zainteresowanych jej wizualnym aspektem. Gdy zastanawiamy się bowiem nad wartością perswazyjną obrazu, analizujemy różne formy nakłaniania poprzez to, co widać, nie możemy pominąć takich pytań jak chociażby: czy poznajemy rzeczywistość poprzez patrzenie? Na jakie jej elementy zwracamy uwagę? Skąd wiemy, co widzimy? Jak wzrok może pomóc nam coś zrozumieć, czegoś się nauczyć, coś wytłumaczyć? Tom *Beyond Words. Picture, Parables, Paradoxes* podsuwa cenne odpowiedzi. Niewątpliwie jest to także książka potwierdzająca wartość i potrzebę interdyscyplinarnych badań nad komunikacją wizualną.