

## Środowisko słowa a środowisko obrazu w mediach. Aspekt pedagogiczny

Mówiąc o formującej współczesnego człowieka przestrzeni mediów, a w szczególności o miejscu i roli książki w epoce dominacji elektronicznych środków przekazu, nie można pominąć wyraźnie zarysowującej się wzajemnej konfrontacji sfer obrazu i słowa.

Nim jednak przejdziemy do omówienia tego tematu, zauważmy, że nośnikiem wszelkiej treści przekazywanej za pośrednictwem mediów jest **elementarne tworzywo** przejawiające się generalnie w postaci słowa, obrazu i dźwięku. **Słowo** obecne jest niemal we wszystkich środkach przekazu, zarówno tradycyjnych, jak i elektronicznych. Również obecność **obrazu** zarysowuje się bardzo wyraźnie. Obraz może być statyczny (np. fotografia) albo dynamiczny (np. film). Jeszcze jednym składnikiem komunikowania masowego, o rosnącym dziś znaczeniu, okazuje się **dźwięk**. Wykorzystywany jest on w różnorodnej postaci: od najprostszych szmerów aż po mistrzowskie wykonanie muzyki symfonicznej. Może stanowić ścieżkę dźwiękową w filmie albo nagranie autonomiczne, np. na płycie kompaktowej czy taśmie magnetofonowej<sup>1</sup>.

Poszczególne elementarne składniki występują w zakresie odpowiadającym konkretnym formom komunikowania masowego. Pozostają one względem siebie w korelacji o różnym nasileniu – np. w telewizji będzie się ona przejawiała ścisłą zależnością wszystkich trzech elementów. Układ tego rodzaju wpływa wzmacniająco na percepcję emitowanych treści. Uwzględnienie

---

<sup>1</sup> Zob. A. Lępa, *Pedagogika mass mediów*, Łódź 1999, s. 40-42.

elementarnego tworzywa w naszych rozważaniach jest podyktowane nie tylko chęcią *stricte* akademickiej analizy, ale i potrzebą wychowania, co stanie się bardziej jasne w dalszej części mojego wywodu.

Na marginesie opisu współczesnych tendencji w świecie mediów, warto wspomnieć o kinach 4D, wykorzystujących – oprócz trójwymiaru<sup>2</sup> – także **ruch**, ale również o kolejnym – już wprowadzonym gdzieś do użytku – elementarnym składniku mediów, jakim jest **zapach**. Otóż na początku 2006 roku media poinformowały o ofercie przygotowanej kinomanom przez berlińskie kino „Prime Cinema 5D”. Od 20 stycznia pokazywane są tam 25-minutowe, trójwymiarowe filmy, połączone z doznaniem ruchowymi i zapachowymi. Scenom szybkiej jazdy towarzyszy wiatr, wiejący każdemu z widzów w twarz. Podczas epizodu, w trakcie którego biały niedźwiedź wskakuje na małą krę lodową, fotel widza kołysze się. Uwzględniono ponadto adekwatnie do akcji filmowej efekty zapachowe<sup>3</sup>.

Również w Japonii został wprowadzony w życie eksperyment, który moglibyśmy określić mianem „wonnej wizji”. Kinowym projekcjom towarzyszą – zsynchronizowane z akcją filmu – zapachy. W obecnie dostępnej wersji jest ich siedem. Przykładowo scenie miłosnej towarzyszy kwiatowy aromat. Radość jest skojarzona z mieszanką pomarańczy i grapefruitów, a złość – z ziołowym aromatem z nutą zapachową eukaliptusa i drzewa herbacianego. Zapachy są emitowane z urządzeń znajdujących się pod siedzeniami. Ich źródłem są aromatyczne olejki. Komputerowy zapis wonnych sekwencji filmów jest przesyłany do kin za pośrednictwem internetu<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Trójwymiar jawi się generalnie jako odmiana elementarnego tworzywa mediów, jakim jest obraz. Jednak warto rozważyć, czy bardziej trafne nie byłoby potraktowanie trójwymiaru jako odrębnego składnika środków przekazu, który moglibyśmy określić mianem przestrzeni.

<sup>3</sup> *Pięciowymiarowe doznania w kinie*, <http://tvp.pl/132,286579,1.view> (3 stycznia 2006).

<sup>4</sup> *Zapachowe filmy w Japonii*, <http://film.onet.pl/0,0,1306517,wiadomosci.html>

Bez względu jednak na zaprezentowane powyżej nowinki, we współczesnych mediach dominującą pozycję mają wciąż tradycyjne składniki: dźwięk, obraz i słowo. Nas najbardziej interesują dwa ostatnie, jako że to zwłaszcza między nimi dochodzi dziś do wzajemnej „próby sił”.

### ► Rola obrazu

Jeśli chodzi o przekazywanie pewnych kategorii informacji, obraz **góruje nad pozostałymi elementami mediów**. Przenosi widza w odległe zakątki ziemi, do historycznych miast i zabytków, umożliwia dostęp do bogatego świata nauki, kultury i sztuki. Obrazy przesyłane na odległość pozwalają na oglądanie miejsc, których nigdzie indziej nie zobaczymy lub osób, których być może nigdy więcej nie spotkamy.

„Obraz niesie ze sobą niekiedy bardzo wartościową treść, której nie da się zastąpić słowem – tłumaczył bp Jan Chrapek. – Jak nie da się wielkich dzieł literatury przerobić (bez uszczerbku dla ich treści) na komiks lub film, tak samo niemożliwe jest wierne oddanie w formie tekstu pewnych informacji wizualnych. Dzięki telewizji i internetowi wiemy, jak wygląda słynna opera w Sydney, pamiętamy twarz Matki Teresy z Kalkuty, poznajemy niezwykle klimat Hawany. Gdybyśmy o tym wszystkim przeczytali w książce, to owszem – rozwinęlibyśmy skrzydła wyobraźni, przeżylibyśmy to znacznie głębiej i bardziej wartościowo – ale nie zdobylibyśmy konkretnej wiedzy na temat wyglądu osób, rzeczy, zwierząt, architektury, krajobrazu itd. Nawet najbardziej elokwentny opis nie oddałby wszystkich ich wizualnych walorów. A taka wiedza też jest istotna, tworzy bowiem część naszej kultury”<sup>5</sup>.

---

(14 kwietnia 2006). Technologia służąca do emitowania zapachów w japońskich kinach była dotychczas stosowana w urządzeniach domowych. Są one wykorzystywane do aromaterapii. Komputerowo dobierane mieszanki zapachów mogą pomagać w zaśnięciu lub pobudzać do pracy.

<sup>5</sup> J. Chrapek, *Świat, zbawienie i... telewizja* (rozm. B. Czajkowska i D. Maciejewska), Katowice 2001, s. 129.

Wspomniane atrybuty obrazu dotyczą nie tylko mediów elektronicznych, ale i tradycyjnych środków przekazu, zwłaszcza prasy – kolorowej, drukowanej na dobrym papierze i wabiącej pomysłowymi okładkami. Jej wysoka jakość to efekt prawdziwej rewolucji, która dokonała się ostatnimi laty w sposobie komponowania szaty graficznej. Jeszcze w latach 80. kolorowa była co najwyżej strona tytułowa, a wewnątrz numeru raziło „szaroburymi” ilustracjami. Zmiany dokonały się dzięki nowoczesnym technikom poligraficznym i możliwości drukowania w lepiej wyposażonych drukarniach. Dziś ilustracje są na ogół wysokiej jakości, co zachęca do oglądania i czytania<sup>6</sup>.

### ► Dominacja ikonosfery

Bez względu na walory obrazu nie da się zaprzeczyć, że od czasów starożytnych aż do współczesności przeważała komunikacja oparta na słowie pisanym i mówionym. Obecnie obserwujemy w przestrzeni medialnej proces gwałtownego przejścia od języka werbalnego do ikonicznego, bazującego nie na słowie, lecz na obrazie<sup>7</sup>. W szeregu mediów mamy do czynienia ze swoją **hegemonią obrazu**, co pociąga za sobą „kurczenie się” obszaru słowa w przestrzeni życiowej jednostki<sup>8</sup>. Dostrzegamy to wyraźnie na przykładzie ikonosfery domu, gdzie spośród mediów dominuje telewizja. Tuż za nią plasuje się pecet z zestawem atrakcyjnych gier komputerowych. Kiedyś obok „szklanego ekranu” spotkać można było jeszcze magnetowid, dziś wyparty przez odtwarzacz DVD czy też – w bardziej kosztownej wersji – przez zestaw kina domowego.

Zjawisko dominacji ikonosfery usiłuje się niekiedy tłumaczyć faktem, że społeczeństwo jako takie, a zwłaszcza młody czy-

<sup>6</sup> Zob. J. Kumiega, *Czasopisma dla dzieci i młodzieży w latach 1990-1996*, „Guliwer” 1997, nr 2, s. 48-49.

<sup>7</sup> Zob. M. Dziewiecki, *Kultura ikoniczna*, „Wychowawca” 2006, nr 2, s. 13.

<sup>8</sup> Zob. P. T. Nowakowski, *Modele człowieka propagowane w czasopiśmiech młodzieżowych. Analiza antropologiczno-etyczna*, Tychy 2004, s. 217.

telnik, odchodzi od kultury czytelnictwa i przechodzi do kultury „ogładactwa”, dlatego należy wyjść tej tendencji naprzeciw. Choć gdy się temu uważnie przyjrzeć, należy raczej wysunąć tezę, że wydzielając słowu coraz mniej miejsca, same media (wśród tradycyjnych zwłaszcza czasopisma) pogłębiają wspomniany proces. Używając nomenklatury wprowadzonej przez bpa Adama Lepę, możemy powiedzieć o dostrzegalnym procesie porzucania **logosfery** (gr. *lógos* = słowo + *sphaíra* = środowisko), czyli środowiska słowa<sup>9</sup>, na rzecz **ikonosfery** (gr. *eikón* = obraz), która oznacza środowisko obrazu. Jakie niesie to konsekwencje?

Zjawisko to pociąga za sobą **negatywne skutki** w obrębie kultury ducha. W pierwszym rzędzie zauważmy, że percepcja obrazów (fotografii, rysunków, komiksów itp.) nie wymaga wielkiego wysiłku umysłowego, istnieje więc niebezpieczeństwo, że ich odbiorca nasiąknie ideami łatwości, wygody, przyjemności oraz wolności od trudu. Pokrewne następstwo nagminnej konsumpcji obrazów, to stan ubiernienia, którego wyrazem jest zawsze jakaś postać rozleniwienia intelektualnego, a koniec końców – ucieczka przed wysiłkiem umysłowym. Poza tym obcowanie z nadmiarem obrazów może prowadzić m.in. do chaosu w dziedzinie informacji, pojęć, a nawet standardów moralnych. Idzie to w parze z brakiem umiejętnego selekcionowania wielkiej ilości treści obecnych w przestrzeni medialnej<sup>10</sup>.

### ► Korzyści płynące z czytania

Sam fakt pojawienia się „cywilizacji obrazu” nie budziłby niepokoju, gdyby nie towarzyszyło temu niepokojące zjawisko deprecjacji środowiska słowa. Kiedyś sięgano po książkę dla przyjemności, dziś niejeden odsuwa ją na bok. Do czytania trzeba się zmuszać, nie wspominając o lekturze szkolnej, która dla mło-

<sup>9</sup> Chodzi o specyficzne znaczenie tego terminu nadane przez bpa A. Lepę (dz. cyt., s. 185).

<sup>10</sup> Zob. tamże, s. 191-199.

dzieży bywa nierzadko przykrym obowiązkiem. Inaczej jest np. z telewizją – operuje ona dynamicznym i kolorowym obrazem, przez co jest niezwykle atrakcyjna, zwłaszcza gdy nagromadzone w ciągu dnia zmęczenie zniechęca do umysłowej aktywności. Gdy wracamy do domu po całym dniu ciężkiej pracy, zamiast wziąć do ręki książkę, włączamy telewizor. Tak jest łatwiej. Stąd w kontekście usilnego parcia ikonosfery na nasze życie tak ważne wydaje się wyartykułowanie korzyści płynących z czytania<sup>11</sup>.

1. **Czytanie uczy myślenia.** Podstawowy kanon komunikacji międzyludzkiej oparty jest na słowie, gdyż to właśnie ono poprzez odwołanie się do świadomości stanowi podstawę naszego myślenia. Dzięki słowu możemy w równym stopniu wyrazić zjawiska świata materialnego, jaki i niematerialnego, wydarzenia zewnętrzne, jak i przeżycia wewnętrzne. Złożoność uczuć i myśli docierających do naszej świadomości za pomocą słów nie znajduje odpowiednika w prostych symbolach wizualnych. Nawet gorący orędownik mediów Marshall McLuhan przyznaje, że „źródłem cywilizacji nie są elektroniczne środki przekazu, tylko język, a następnie alfabet fonetyczny. To umożliwiło człowiekowi myślenie, tworzenie narzędzi i przekazywanie kultury przez pokolenia”<sup>12</sup>.

To prawda, że język obrazów ma wiele zalet, które należy docenić i wykorzystać. Posiada jednak poważną wadę: nie wszystko da się w ten sposób przedstawić. Poza tym „widzieć” nie oznacza „pojąć”. „Zobaczyłem w telewizji” nie znaczy „zrozumiałem”. Gdyby wystarczyło widzieć, aby zrozumieć, byłibyśmy wszyscy chodzącymi geniuszami. Osoby, które zerwały z cywilizacją słowa, rzadko mają swoje zdanie, idą za tłumem, samodzielne myślenie ich męczy. Tak więc ucieczka z „galaktyki Gutenberga”, jak

<sup>11</sup> Tutaj prezentujemy tylko zasadnicze myśli. Więcej na ten temat można znaleźć w: P. T. Nowakowski, *Fast food dla mózgu, czyli telewizja i okolice*, Tychy 2002, s. 72-76.

<sup>12</sup> M. McLuhan, *Biorą mnie za kogoś innego niż naprawdę jestem* (rozmawiał W. Osiatyński), „Kultura” 1975, nr 17 [619].

określił to McLuhan, ma o wiele dalej idące konsekwencje niżby się to początkowo wydawało.

**2. Czytanie pobudza wyobraźnię.** Telewizja myśli za nas. Nie musimy nic sobie wyobrażać i do niczego dochodzić drogą refleksji, bo wszystko mamy podane jak na dłoni: scenerię, mimikę, ton głosu. Tymczasem czytając tekst, sami dokonujemy aktów twórczych wyobraźnią: obsadzamy role, obmyślamy tło i kierujemy akcją. Mamy dużo swobody. Każdy szczegół wygląda dokładnie tak, jak chcemy. A więc percepcja słów otwiera szersze pole do opisu niż oglądanie telewizji. Szklany ekran jest w stanie zawładnąć wyobraźnią, lecz jej nie pobudza. Natomiast dobra książka porusza i ożywia umysł.

**3. Czytanie rozwija umiejętność wysławiania się.** Czytanie co prawda wymaga zdolności językowych, lecz jednocześnie je rozwija, ponieważ jest nierozłącznie związane z mówieniem i pisanem. Każdy nauczyciel potwierdzi, że osiągnięcia w nauce są ściśle związane z zasobem słów. Od niego zależy, ile uczeń rozumie, gdy czyta oraz jak przelewa swe myśli na papier.

Nie zaskakuje więc fakt, że dzieci natłogowo oglądające telewizję mają na ogół gorzej wykształconą umiejętność czytania (bo mniej czasu poświęcają na pracę z tekstem), kłopoty z ortografią (bieżący kontakt z trudnymi ortograficznie słowami pomaga w przyswojeniu ich pisowni), na lekcjach się nudzą i nie potrafią się skoncentrować (oczekują od nauczyciela stylu nauczania zbliżonego do znanych im z telewizji zaawansowanych technicznie efektów specjalnych). W konsekwencji uzyskują gorsze wyniki w nauce niż ich rówieśnicy poświęcający telewizji niewiele czasu.

**4. Czytanie wyrabia cierpliwość.** W ciągu zaledwie godziny przez ekran telewizyjny może się przewinąć ponad tysiąc obrazów, nie pozostawiając widzowi zbyt wiele czasu na przemyślenie tego, co ogląda. Obrazy umykają błyskawicznie, sekwen-

cje następują jedna po drugiej, wywołując różne emocje. W ten sposób widz uczy się skupiania uwagi na krótką chwilę, a jego myśl staje się bardziej impulsywna niż refleksyjna. Nic więc dziwnego, że niektóre badania prowadzone wśród dzieci i dorosłych wskazują na związek między nadmiernym oglądaniem telewizji a pochopnym podejmowaniem decyzji i niecierpliwością.

Inaczej jest z czytaniem, w trakcie którego przetwarzanie informacji zachodzi w świadomości, a więc przebiega wolniej. Odwracając kartki, wchodzimy stopniowo w mechanizm narracji. Treść zdań, akapitów i stron odsłania się po kolei, zgodnie z logiką. Słowo tłumaczy, krytykuje i udowadnia. Musimy przemyśleć, zinterpretować i ocenić zawartość strony. A gdy myśl jest zbyt skomplikowana, cofamy się i czytamy jeszcze raz. Tempo zależy od nas. Można powiedzieć, że czytanie to złożony proces dekodowania, który wymaga cierpliwości i jednocześnie ją rozwija. Z kolei oglądanie telewizji jest tak banalnym zajęciem, że jeszcze u nikogo nie stwierdzono niezdolności oglądania telewizji.

### ► **Wzmacniać wpływ słowa**

W powyższym zestawieniu znajdujemy wyraźne potwierdzenie tezy, że zagadnienie miejsca i roli słowa w przestrzeni medialnej jawi się jako problem natury pedagogicznej, a jednym ze środków, który skutecznie chroni człowieka przed niekorzystnym zjawiskiem dominacji obrazu, kosztem marginalizacji słowa, jest celowe i konsekwentne **wzmacnianie wpływu logosfery**.

Wszystkie elementy środowiska słowa można podzielić na dwie podstawowe grupy: dynamiczne i statyczne. Pierwsze z nich wiążą się ściśle z aktywnością jednostki w logosferze. Dynamicznym składnikiem jest każdy człowiek, który pisze określony tekst bądź czyta go sobie lub innym. Jest nim również odbiór słowa dokonywany przez jednostkę z wykorzystaniem któregoś z mediów – może to być np. czynność słuchania radia czy jakiegokolwiek nagrania tudzież recepcja telewizji i filmu w warstwie fonicz-



nej. Z kolei statyczne komponenty logosfery same w sobie – jak wskazuje ich nazwa – nie odznaczają się aktywnością. Pełnią funkcję służebną w stosunku do ich dynamicznych odpowiedników. Do statycznych składników logosfery należy zaliczyć takie, jak np. biblioteka domowa, płytoteka czy taśmoteka itp. Istotną częścią logosfery człowieka jest również cisza. Ułatwia ona percepcję słowa i jego zrozumienie. Lecz nade wszystko stanowi ona jeden z elementów współtworzących myśl i jej formę słowną<sup>13</sup>.

Położenie nacisku na myślenie i jego nierozzerwalny korelat, jakim jest słowo, prowadzi do odkrycia różnorodnych powiązań, uzależnień i wzajemnych relacji. „Jednostka dostrzega wtedy łatwiej także różne sprzeczności i sformułowania absurdalne. Staje się też zdolna do wydawania ocen. Sprawia to, że przychodzi jej stosunkowo łatwo porządkowanie informacji, a nawet jej klasyfikowanie” – tłumaczy bp Lepa<sup>14</sup>. Wzmocnienie pozycji słowa w przestrzeni medialnej musi być wynikiem jego **stałej i konsekwentnej promocji**. Słowo musi zawsze przeważać (również z punktu widzenia czasu) nad każdym innym typem przekazu. Należy tu jednak uczynić jedno zastrzeżenie: logosfera nie może być postrzegana jako przeciwieństwo ikonosfery. Należy raczej mówić o ich wzajemnej komplementarności. Praktycznie więc w tym samym środowisku życiowym jednostki funkcjonowałyby jedno i drugie składniki, prowadząc wspólnie do wszechstronnego rozwoju jej osobowości<sup>15</sup>.

### ► Bibliografia

- >> Chrapek J., *Świat, zbawienie i... telewizja* (rozm. B. Czajkowska i D. Maciejewska), Księgarnia św. Jacka, Katowice 2001.

<sup>13</sup> A. Lepa, dz. cyt., s. 186.

<sup>14</sup> Tamże, s. 192.

<sup>15</sup> Zob. tamże, s. 191.

- >> Dziewiecki M., *Kultura ikoniczna*, „Wychowawca” 2006, nr 2, s. 13.
- >> Kumiega J., *Czasopisma dla dzieci i młodzieży w latach 1990-1996*, „Guliwer” 1997, nr 2, s. 47-50.
- >> Lepa A., *Pedagogika mass mediów*, Archidiecezjalne Wydawnictwo Łódzkie, Łódź 1999.
- >> McLuhan M., *Biorą mnie za kogoś innego niż naprawdę jestem* (rozmawiał W. Osiatyński), „Kultura” 1975, nr 17 [619].
- >> Nowakowski P. T., *Fast food dla mózgu, czyli telewizja i okolice*, Maternus Media, Tychy 2002.
- >> Nowakowski P. T., *Modele człowieka propagowane w czasopismach młodzieżowych. Analiza antropologiczno-etyczna*, Maternus Media, Tychy 2004.
- >> *Pięciowymiarowe doznania w kinie*, <http://tvp.pl/132,286579,1.view> (3 stycznia 2006).
- >> *Zapachowe filmy w Japonii*, <http://film.onet.pl/0,0,1306517,wiadomosci.html> (14 kwietnia 2006).

► **Piotr T. Nowakowski** jest doktorem nauk humanistycznych w zakresie pedagogiki, wykładowcą Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego – Wydział Zamiejscowy Nauk o Społeczeństwie w Stalowej Woli, a także Górnośląskiej Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Mysłowicach; obszary zainteresowań naukowych: filozofia wychowania ze szczególnym uwzględnieniem aretologii, pedagogika mass mediów, pedagogika resocjalizacyjna, profilaktyka społeczna; autor haseł do *Powszechnej encyklopedii filozofii* oraz artykułów i książek o charakterze naukowym i popularnonaukowym.