



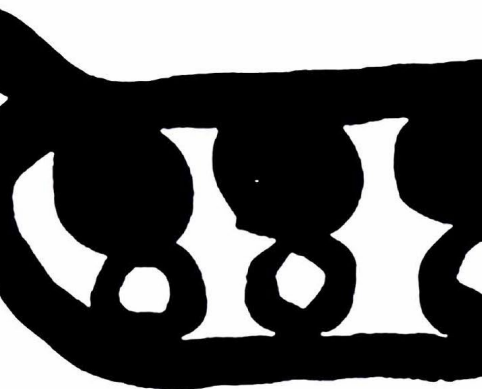
DOROTA FOLGA-JANUSZEWSKA

NEUROPLAKAT ODRĘCZNY



Coraz częściej współczesne rozważania o sztuce zaczynają się od mózgu. W tym obszarze naszego istnienia pozostają skryte nieuporządkowane jeszcze tożsamości, poszukiwane od tylu wieków na różne sposoby przez filozofów, artystów, medyków i pisarzy, od Arystotelesa po Freuda, od Junga po Boehma, Zekiego i Oniansa.¹ Po ponad dwóch dekadach badań nad neuropercepcją okazuje się, że sztuka nie jest jakąś oboczną sferą działalności specyficznych umysłów, lecz samą istotą ewolucji, w której wszyscy uczestniczymy, każdy jednak z trochę

11



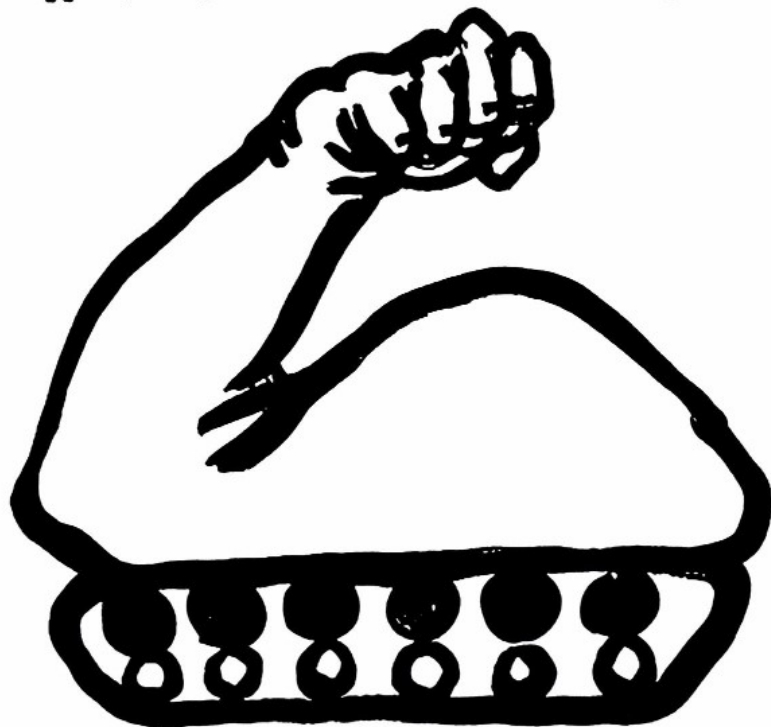
OLE d o m N

1 Liczba publikacji na temat neuroestetyki i jej korzeni powiększa się obecnie w szybkim tempie. Wydanie przez Johna Oniansa *Neurohistorii sztuki* (J. Onians, *Neuroarthistory: From Aristotle and Pliny to Baxandall and Zeki*; Yale University Press, Yale 2008) było rezultatem toczącej się od końca lat 60. XX wieku dyskusji nad procesami percepcji sztuki jako należącymi do najważniejszych czynników cywilizacyjnych. Dyskusję zapoczątkowali m.in. Rudolf Arnheim i Ernst H. Gombrich, równolegle rozwijane były badania nad funkcjonowaniem mózgu, fizjologią i psychologią percepcji. Onians w swojej książce zebrał fragmenty z tekstów Arystotelesa, Pliniusza Starszego, Apoloniusza z Tianty, Al-Haythama i z okresu renesansowej przemiany widzenia (Albertiego, Leonarda) aż po pisma o zmianie roli sztuki w XVIII wieku (Kant, Winckelmann), ukazując jak stopniowo w XIX i XX wieku sami artyści zauważali u siebie ciekawy proces zwrotnej stymulacji obrazem, co z kolei prowadziło do narodzin neuropsychologii percepcji (Gombrich, Baxandall, Zeki). *Neurohistoria sztuki* Oniansa pobudziła też zainteresowanie pismami powszechnie znanymi (Freuda, Junga), ale zaczęto je odczytywać w kluczu wcześniej rzadko używanym, poświęcając wiele uwagi kształtowaniu się pamięci obrazu, obrazom wyobrażonym i wyobraźni artystów – jako źródła przemian w sztuce.



GRAFIGY

N o c M u z e ó w



PIOTR PIETRZAK

OSIEDLE J. M. KÓW FIŃSKICH 7/30

KONTRATAKUJA

inną prędkością i intensywnością.² Badania te, nie ma co ukrywać, są jeszcze w powijakach, czyli w bardzo wczesnym stadium rozwoju intelektualnego i technicznego. Nawet jednak na tym etapie ujawniają ciekawe relacje między „potrzebą obrazu” a sposobem życia i twórczości, jaki wybieramy lub do którego jesteśmy zmuszeni. Trudno przytoczyć w krótkim tekście najważniejsze tezy badań nad widzeniem, a tym bardziej nad teorią wyobraźni (zapoczątkowaną przez Stephena Kosslyna³). Można jednak z niemałą dozą prawdopodobieństwa postawić tezę, że żyjemy w ciekawym momencie, w czasach, kiedy zdano sobie sprawę, że światy wyobrażone są lepiej pamiętane od otaczającej rzeczywistości i że tę rzeczywistość, jeśli w ogóle postrzegamy, to stosując dwie różne prędkości: szybkie percypowanie obrazu (nie zawsze od razu uświadomione) oraz zdecydowanie wolniejsze rozumienie kontekstu, do którego potrzebna jest współpraca wszystkich zmysłów oraz język, w którym określone wrażenia otrzymują swoje „wyrażenia”.

W uproszczeniu można powiedzieć, że istnieje wiele zjawisk, które postrzegamy „szybko” i od razu lokujemy w pamięci, nie nadając im jednoznacznego rozpoznania. Co wynika z tego szybkiego widzenia? Ciekawa akumulacja „wizji” zmagazynowanych w „nieopisanej” pamięci, które potem wyciągane są i używane do tworzenia, snienia, do tzw. procesów intuicyjnych, a szczególnie skutecznie wykorzystywane są przez artystów do budowy obrazów silnie „działających”. Zanim więc zapamiętamy coś świadomie, nadając temu nazwę i porządkując semantycznie, nasz mózg przechowa doznania i obrazy, które staną się załącznikiem skojarzeń, owych *déjà vu* – znanych nieznanym światów.

I tu wykonamy przeskok, by wylądować w świecie plakatu. Plakat jako dziedzina obrazowych strzałów zaczęła mnie kiedyś interesować właśnie dlatego, że była czymś w rodzaju testu percepcyjnego. Doskonały plakat to obraz szybkiego kodowania, inaczej mówiąc – to obraz, który zapamiętujemy i „odczytujemy” zanim odbierzemy z niego cały emitowany przekaz.⁴

2 Por. m.in.: V.S. Ramachandran, *Neuronauka o podstawach człowieczeństwa. O czym mówi mózg?*, tłum. A. i M. Binderowie, E. Józefowicz, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012.

3 Por.: P. Francuz, *Teoria wyobraźni Stephena Kosslyna. Próba interpretacji* [w:] *Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią*, pod red. P. Francuza, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007, s. 149–189.

4 Nawiązuję do tego zagadnienia wielokrotnie w książce: D. Folga-Januszewska, *Oto sztuka polskiego plakatu*, BOSZ, Olszanica 2018.

Zarazem plakat jest obrazem, który ma drugie drzwi umożliwiające przejście do osobistego, indywidualnego świata wyobraźni. Tzw. doskonały plakat, choć „szybko zobaczony”, nie opuści nas na długo, będzie z nami jak alarmowy sygnał pamięci, łączący stare z nowym i widziane z niewidzianym.

Kompozycja i konstrukcja „plakatu doskonałego” jest rodzajem skutecznego programu włamania się do mózgu odbiorcy i pozostawienia tam śladu, w którym tekst (litery, znaki pisma) jest kształtem problemu, czyli podporą obrazu, a obrazy są rodzajem ładunku rozrywającego konwencje wizualności i budzącego nas z percepcyjnego letargu. Oczywiście, te zjawiska obecne są w sztukach wszelkiego rodzaju. Dlatego swego czasu, szukając „początków” plakatu, pisałam o pompejańskich graffiti oraz nawoływaniach średniowiecznych herodów, bo to właśnie w formach tych komunikatów kryły się przekazy wygrywające konkurencję z innymi typami informacji.⁵

Można by dzisiaj napisać historię szybkich i skutecznych obrazów tworzonych od starożytności do współczesności. Wbrew pozorom wcale nie było ich tak wiele, ale jeśli się pojawiały, prowokowały reakcje i dostarczały doznań dzisiaj przez biochemików określanych wydzieleniem „enzymów przyjemności” (np. endorfin, dopaminy). Owa przyjemność nie zawsze była przyjemna, czasem doznanie było tak mocne, że ból stawał się przyjemnością.⁶

14

Semir Zeki⁷ i Vilayanur Subramanian Ramachandran⁸ nazwali tego typu obrazy arcydziełami sztuki, bytami, które aktywują tak wiele obszarów mózgu i na tak długo, że tworzą się nowe połączenia neuronalne, a z nimi – pamięć i nowa świadomość. W ten sposób narodziła się neuroestetyka, neuromuzeologia,⁹ neurodydaktyka, neuromarketing i inne neurodziedziny.

A jaki jest związek formy plakatu z tym procesem? Plakaty, czyli obrazy korzystające z tzw. szybkiej percepcji, okazały się tym doświadczalnym polem, na którym działania artystyczne posłużyły do stworzenia nowej teorii widzenia, pamięci i wyobraźni. Plakatowe doświadczenia wykorzystywane są dzisiaj wszędzie – w animacji, filmach, malarstwie, formach performatywnych, w projektowaniu przestrzeni architektonicznej i form przemysłowych. Bez względu na to, czy stosowane są formy znaczące (przedmioty, postaci), czy relacje nieprzedmiotowe

→ MACIEJ JANUSZEWSKI,
CZŁOWIEK O BARDZO
CZUŁYCH KOLCACH,
2021

5 Ibidem, s. 7–8.

6 Por.: M. Hohol, *Wyjaśnić umysł*, Copernicus Center Press, Kraków 2013; A.D. Milner, M.A. Goodale, *Mózg wzrokowy w działaniu*, tłum. G. Króliczak, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

7 S. Zeki, *Blaski i cienie pracy mózgu. O miłości, sztuce i pogoni za szczęściem*, tłum. A. i M. Binderowie, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2012; tenże, *Inner Vision. An Exploration of Art and the Brain*, Oxford University Press, Oxford-New York 1999.

8 V.S. Ramachandran, *Neuronauka o podstawach człowieczeństwa...*, op.cit.

9 D. Folga-Januszewska, *Might the Museology be a part of Neurosciences?*, „Museologica Brunensia” [Uniwersytet Mazaryka, Brno, Czechy], vol. 5, no 1, 2016, s. 5–14.

MACIEJ
JANUSZEWSKI



CIŁOWIEK
BARDZO
CZUŁYCH
KOLCACH

GALERIA SZUKI
WSPÓŁCZESNEJ
ORANŻERIA
PAŁAC W JABŁONNIE
DOM ZJAZDÓW I KONFERENCJI PAN.
ul. Modlińska 105, 05-110 Jabłonna k/Warszawy
WERNISAŻ 21 marca 2021 godz. 15.00
Wystawa czynna do 23 maja 2021

januszeowski



w obrazie (linie, plamy, kolory, faktury), twórcy potrafią tak skonfigurować ich sąsiedztwa i oddziaływania, że powstają nowe sensory i nowe przekazy.¹⁰ Ta innowacyjność znaczeń, pochodząca z oddziaływania na naszą uwagę, przyczynia się z kolei do rozwoju tej drugiej – wolniejszej, refleksyjnej formy obrazu, równie potrzebnej, lecz mającej już nieco innych odbiorców i inną dynamikę oddziaływania.

Ze względu na to, że mieszkamy w Warszawie, prowadzenie studiów nad zmieniającym się plakatem jest zdecydowanie łatwiejsze. Od ponad pół wieku organizowane jest tu Międzynarodowe Biennale Plakatu, czyli przegląd metod projektowania „szybkiej percepcji”. Nic nowego – można powiedzieć. Jan Kacper Wdowiszewski już w 1898 roku uważał, że choć panuje przekonanie o powstaniu i rozwoju „nowej sztuki plakatu”,¹¹ w istocie jest to raczej przeniesienie skutecznej wizualnie twórczości do formy popularnego druku umieszczanego w przestrzeni publicznej. Wdowiszewski w końcu XIX wieku podkreślał, że praktykowany w Japonii rodzaj „barwnej dekoracji płaszczyznowej” można z powodzeniem przenieść do tego obszaru twórczości, by za pomocą kilku silnych plam barwnych (...) osiągnąć znakomite wrażenie.¹² Čwierć wieku później metodę tę będą już wykładać profesorowie nowej sztuki w Bauhausie.¹³ Po połowie XX wieku obserwacje Wdowiszewskiego staną się podstawą zmian, jakie wprowadzi tzw. polska szkoła plakatu cechująca się podwójnym systemem projektowego myślenia: najpierw mocny, ale metaforyczny znak, potem... niekończące się asocjacje. Jak w muzyce jazzowej.

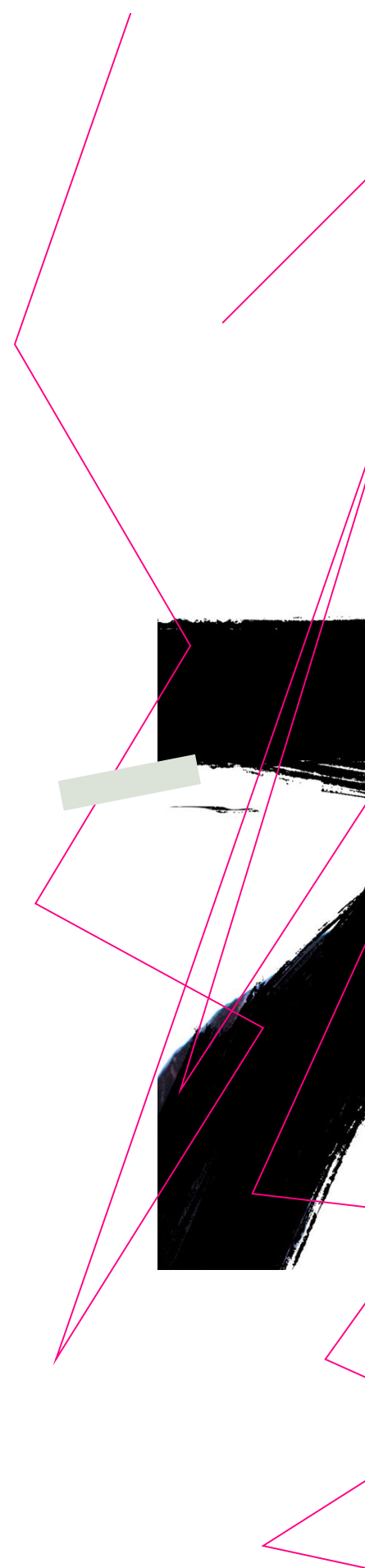
Warszawska Akademia Sztuk Pięknych, organizator obecnego biennale, jest miejscem studiów już czwartego pokolenia „swingujących” i asocjujących plakacistów. Na przełomie XX i XXI wieku zdawało się, że plakat zanika, przeżywa kryzys, rozplywa się w internetowej mgłę, że zostanie zastąpiony nowymi formami komunikacji. Tymczasem z morza cyfrowych druków zaczęły ponownie wystawać wierzchołki lodowych gór plakatu. Wypłynęła „nowa fontografia” wpleciona w rysunek, plakat opanował rysunek „postcyfrowy”, złudnie odręczne formy wzmacniające sens plakatowych przekazów. Okazuje się, że trwające już od kilku stuleci szukanie obrazu dwóch prędkości nadal się rozwija, trochę na przekór przewidywaniom końca plakatu, a w zgodzie z nieprzemijającą metodą nauki na błędach. Metodą, z której też chętnie dzisiaj korzysta sztuczna inteligencja – wszystko mamy dopiero przed sobą. A do dawnego grona mistrzów dołącza kolejne młode pokolenie walczące

10 M. Stankiewicz, J. Wojnarowski, *Model i metafora. Komunikacja wizualna w humanistyce*, korporacja ha!art, Kraków 2019.

11 J.K. Wdowiszewski, *Sztuka w plakatach. Cele, powstanie, technika i artystyczne zasady nowoczesnego plakatu*, Kraków 1898, s. 1.

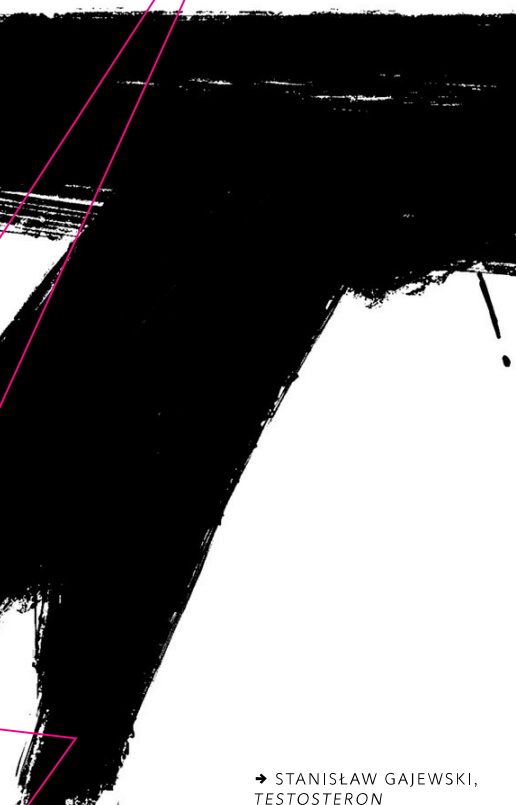
12 Ibidem, s. 1–2.

13 J. Itten, *Design and Form: The Basic Course at the Bauhaus and Later*, London 1975, wg wyd. niemieckiego: *Gestaltungs-und Formlehre*, Ravensburg 1963.



o „(po)wolny rysunek”, ekspresję szybkiego widzenia i prawo do nieskrępowanych skojarzeń. To najmłodsze pokolenie plakacistów wykorzystuje szczególnie konsekwentnie (jak widać) zasadę dwóch prędkości widzenia – szybki, działający na podświadomość wizualny komunikat (ale niemający już statusu znaku), który prowadzi dalej, do osobistych, indywidualnych wyobrażeń. Każdy po pewnym czasie zobaczy w tych „młodych” plakatach to, co wydobędzie z własnej pamięci.

Wystarczy popatrzeć! ✖



→ STANISŁAW GAJEWSKI,
TESTOSTERON

