

MAŁGORZATA SŁAWEK-CZOCHRA

SZTUKA JAKO MEDIUM KOMUNIKACYJNE W PRZESTRZENI SPOŁECZNEJ

WPROWADZENIE

Ernst Gombrich w pierwszych słowach wstępu do *O sztuce* stwierdza, że „Nie ma w istocie czegoś takiego jak sztuka. Są tylko artyści. [...] Słowo to może oznaczać zupełnie różne rzeczy w różnych czasach i miejscach...”¹. Na przestrzeni dziejów zakres i znaczenie pojęcia ulegały istotnym przemianom, zależnym od kontekstu kulturowego, społecznego i teoretycznego. W XX wieku, wraz z gwałtownym poszerzeniem pola praktyk artystycznych, trudność ta uległa dalszemu spotęgowaniu, ujawniając ograniczenia definicji opartych na pojedynczych kryteriach, takich jak naśladownictwo rzeczywistości, ekspresja czy wytwarzanie piękna. Jak pisze Władysław Tatarkiewicz:

[...] można, oczywiście, określać sztukę jak kto chce. Można powiedzieć, „Sztuka jest konstruowaniem czystych form”, tak zrobił S.I. Witkiewicz. Albo: „Sztuka jest odzwierciedlaniem rzeczywistości”, tak czyniło i czyni wielu. Albo: „Sztuka jest ekspresją”, tak ją określał Croce. Wszystko są to określenia szczególnego rodzaju: nie odtwarzają pojęcia, jakim się ogół posługuje, lecz ustanawiają inne, jakie dany autor chce przyjąć².

Tatarkiewicz proponuje rozpatrywanie dzieł sztuki z punktu widzenia czterech ich właściwości: intencji, działania na ludzi, stosunku do rzeczywistości i wartości, jakie zawierają w sobie. Twierdzi, że „[...] sztuka jest odtwarzaniem

Dr MAŁGORZATA SŁAWEK-CZOCHRA – Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II; adres do korespondencji: Al. Raławickie 14 20-950 Lublin; e-mail: malgorzata.slawek-czochra@kul.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4732-1341>.

¹ Ernst GOMBRICH, *O Sztuce* (Warszawa: Arkady, 1997), 15.

² Władysław TATARKIEWICZ, *Dzieje sześciu pojęć*, (Warszawa: PWN, 1988), 48.

Artykuły w czasopiśmie dostępne są na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Bez utworów zależnych 4.0 Międzynarodowe (CC BY-NC-ND 4.0)

rzeczy bądź konstruowaniem form, bądź wyrażaniem przeżyć – jeśli wytwór tego odtwarzania, konstruowania, wyrażania jest zdolny zachwycać bądź wzruszać, bądź wstrząsać³. Definicja ta, choć nie wyczerpuje całej złożoności zjawisk artystycznych, pozwala uchwycić ich kluczowy wymiar intencjonalny, relacyjny i sensotwórczy. W tym ujęciu sztuka jawi się jako jedno z najstarszych mediów komunikacyjnych.

Pomimo tej fundamentalnej roli w życiu społecznym, komunikacja realizowana poprzez praktyki artystyczne przez długi czas pozostawała na marginesie refleksji o komunikacji społecznej i mediach. W klasycznych i współczesnych teoriach i koncepcjach komunikacji sztuka bywała najczęściej redukowana do roli obiektu estetycznego⁴ lub analizowana pośrednio, jako element kultury wizualnej⁵, narracji medialnych czy dyskursów interpretacyjnych⁶, rzadko natomiast traktowana była jako autonomiczne medium komunikacyjne, generujące własne kody i mechanizmy sensotwórcze⁷.

Tymczasem praktyki artystyczne, zarówno historyczne, jak i współczesne, spełniają podstawowe warunki komunikowania społecznego: mają charakter intencjonalny, wykorzystują określone systemy znaków, zakładają istnienie relacji nadawczo-odbiorczej oraz funkcjonują w konkretnych kontekstach społecznych i kulturowych⁸. Dotyczy to zwłaszcza sztuki obecnej w przestrzeni publicznej i medialnej, takiej jak sztuka ulicy (*street art*) czy performans (*performance*), które nie tylko przekazują znaczenia, lecz także inicjują interakcje, konflikty interpretacyjne oraz procesy negocjowania sensów.

W niniejszym artykule przyjmuję hipotezę, że sztuka, rozumiana jako praktyka artystyczna posługująca się własnymi kodami semiotycznymi, funkcjonuje jako autonomiczne medium komunikacji społecznej, a nie jedynie jako

³ TATARKIEWICZ, *Dzieje sześciu pojęć*, 52.

⁴ Theodor ADORNO, *Sztuka i sztuki. Wybór esejów* (Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1990); Roman INGARDEN, *O dziele literackim, Przeżycie, dzieło, wartość* (Kraków: Towarzystwo Literackie, 1966).

⁵ Mieczysław PORĘBSKI, *Ikonosfera* (Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1972); Piotr Francuz, red., *Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią* (Warszawa: Scholar, 2007).

⁶ Tomasz GOBAN-KLAS, *Media i komunikowanie masowe*, wyd. 2 (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009); Bogusława DOBEK-OSTROWSKA, *Podstawy komunikowania społecznego* (Wrocław: Wydawnictwo Astrum, 2007); Anna ZEIDLER-JANISZEWSKA, *Sztuka, mit, hermeneutyka* (Warszawa: PWN, 1988); Ryszard NYCZ, *Kulturowa teoria literatury* (Kraków: Universitas, 2006).

⁷ Witold KAWECKI, „Komunikacja przez sztukę i komunikacja w sztuce”, *Kultura – Media – Teologia* 60 (2024): 19–33; Małgorzata STĘPNIK, red., *Komunikowanie artystyczne* (Lublin: WSPA, 2011).

⁸ DOBEK-OSTROWSKA, *Podstawy komunikowania społecznego*, 7–13; Małgorzata RZESZUTKO-IWAN, „W stronę dialogu – o modelach, wymiarach i strategiach komunikacyjnych”, *Poznańskie Spotkania Językoznawcze Poznań Linguistic Forum* 32 (2016): 31–42.

obiekt estetycznej kontemplacji lub przedmiot wtórnych dyskursów interpretacyjnych. Takie ujęcie pozwala analizować sztukę nie w opozycji do komunikacji społecznej, lecz jako jeden z jej szczególnych, historycznie ugruntowanych i kulturowo uniwersalnych obszarów.

Celem artykułu jest uporządkowanie pojęć oraz wskazanie podstaw teoretycznych podejścia, w którym sztuka ujmowana jest jako medium komunikacji społecznej. Tekst proponuje spójną ramę interpretacyjną umożliwiającą analizę praktyk artystycznych jako form komunikowania sensów, emocji i wartości w przestrzeni społecznej. W tym kontekście wprowadzone zostanie rozróżnienie pomiędzy komunikowaniem przez sztukę a komunikowaniem o sztuce, pozwalające uchwycić specyfikę procesów mediatyzacji przekazów artystycznych oraz ich funkcjonowanie w obiegu medialnym i instytucjonalnym.

W kolejnych częściach artykułu omówione zostaną wybrane klasyczne i współczesne koncepcje ujmujące sztukę jako formę komunikacji, ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy systemowej, w której sztuka funkcjonuje jako autonomiczny subsystem komunikacyjny operujący własnymi kodami znaczeń.

1. SZTUKA A OGRANICZENIA KLASYCZNYCH UJĘĆ I MODELI KOMUNIKACJI

Komunikacja jest jednym z fundamentalnych procesów społecznych. Wyraz komunikacja pochodzi z łacińskiego *communicatio* oznaczającego „łączność, rozmowa, wymiana”⁹. Zdefiniowanie komunikowania w sposób jednoznaczny okazuje się problematyczne, gdyż w literaturze przedmiotu występuje wiele rozbieżnych ujęć tego procesu, uzależnionych od przyjętych założeń teoretycznych i perspektywy badawczej. Różnorodność ta wynika z interdyscyplinarnego charakteru komunikowania, które obejmuje zarówno procesy interpersonalne, społeczne, polityczne, jak i kulturowe¹⁰. Różnorodność tych ujęć nie oznacza jednak równoważności wszystkich perspektyw.

W XX-wiecznej refleksji nad komunikowaniem wyraźnie dominowały określone modele teoretyczne, które w znacznym stopniu ukształtowały sposób myślenia o komunikacji społecznej.

⁹ Adriana FRĄCZEK, „Komunikacja interpersonalna”, *Studia Gdańskie. Wizje i rzeczywistość* 9 (2012): 118.

¹⁰ Monika GRZELKA i Agnieszka KULA, „O ważnym problemie badań nad mediami: definiowanie”, w: *Problemy i metody badań nad mediami*, red. Iwona Hoffman i Danuta Kępa-Figura (Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2019), 29–30.

Model transmisyjny Shannon-Weavera, skoncentrowany na efektywności przekazu informacji, traktował komunikację jako proces przesyłania sygnałów od nadawcy do odbiorcy, przy czym wszelkie zakłócenia uznawano za niepożądane¹¹. Model ten, mimo swojej dużej popularności i wpływu na rozwój późniejszych teorii komunikacji, był wielokrotnie krytykowany z perspektywy filozoficznej i humanistycznej za pomijanie intencjonalnego, znaczeniowego oraz społeczno-kulturowego wymiaru komunikowania¹². Jak zauważają Armand i Michèle Mattelartowie, „Shannona interesowała logika procesu. Jego teoria w żadnym wypadku nie bierze pod uwagę znaczenia sygnałów, innymi słowy tego, jak są one rozumiane przez odbiorcę lub jakie są intencje ich przekazywania”¹³. Ujęcie to było łatwe do przeniesienia na grunt rozważań nad komunikowaniem w ramach mediów masowych, jednak pociągało za sobą istotne konsekwencje w przypadku prób zastosowania tego modelu do analizy przekazu artystycznego, w którym wieloznaczność, otwartość interpretacyjna i semantyczna nadmiarowość nie stanowią zakłócenia „szumu” procesu komunikacyjnego, lecz jego konstytutywną cechę. Paradoksalnie jednak właśnie te redukcjonistyczne założenia modelu transmisyjnego sprawiają, że we współczesnych analizach komunikacji zapośredniczonej algorytmicznie, w tym w badaniach nad systemami sztucznej inteligencji, model ten ponownie zyskuje na znaczeniu jako narzędzie opisu procesów operujących na poziomie sygnałów, danych i probabilistycznych sekwencji, abstrahujących od intencjonalności i sensu w rozumieniu humanistycznym.

Podobnie model funkcjonalny Lasswell’a, choć uwzględniający kontekst społeczny komunikowania, koncentrował się przede wszystkim na komunikacji masowej i funkcjach perswazyjnych mediów¹⁴. Sztuka, o ile w ogóle była przedmiotem zainteresowania, pojawiała się jako jeden z wielu elementów propagandy, nie zaś jako autonomiczna forma komunikacji¹⁵.

¹¹ Claude E. SHANNON i Warren WEAVER, *The Mathematical Theory of Communication* (Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949); SHANNON, „A Mathematical Theory of Communication”, *Bell System Technical Journal* 27, nr 3 (1948): 379.

¹² Michał WENDLAND, „Komunikowanie a wymiana informacji – pytanie o zakres pojęcia komunikacji”, *Homo Communicativus* 3 (2011): 19–21.

¹³ Armand MATTELART i Michèle MATTELART, *Teorie komunikacji: krótkie wprowadzenie* (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001), 54.

¹⁴ Harold D. LASSWELL, „The Structure and Function of Communication in Society”, w: *The Communication of Ideas*, red. Lyman Bryson (New York: Harper and Row, 1948), 37–51.

¹⁵ Harold Lasswell w swojej fundamentalnej pracy, *Propaganda Technique in the World War* (New York: Kegan Paul, Trench, Trubner and Co., 1927), analizował film jako jedno z kluczowych narzędzi propagandy wojennej.

W tym kontekście warto zauważyć, że klasyczne ujęcia mediów komunikacyjnych, dominujące do połowy XX wieku, koncentrowały się przede wszystkim na ich funkcji dokumentowania i odkrywania prawdy, podczas gdy komunikacyjna rola sztuki, operująca afektem, symbolem i wrażliwością estetyczną lokowała się poza tym paradygmatem, dotykając przede wszystkim piękna i duchowej sfery bytu ludzkiego.

Nawet koncepcje, które znacząco poszerzają klasyczne, instrumentalne rozumienie komunikacji, nie w pełni obejmują specyfikę praktyk artystycznych. Dotyczy to również teorii działania komunikacyjnego Jürgena Habermasa, w której komunikacja jest ujmowana jako działanie zorientowane na porozumienie, oparte na racjonalnej argumentacji i dążeniu do intersubiektywnego konsensu¹⁶. Definicja ta, choć cieszy się dużą nośnością, programowo wyklucza formy komunikacji, które nie dążą do konsensu ani do uzasadnienia stanowisk w dyskursie, a więc również komunikację artystyczną. Komunikacja przez sztukę nie jest zorientowana na osiągnięcie porozumienia w sensie normatywnym, lecz na inicjowanie procesów refleksji i działania, których konsekwencją mogą być realne zmiany w świecie społecznym. Jej siła polega na zdolności problematyzowania tego, co zastane, i proponowania alternatywnych porządków znaczeń, wartości i relacji. W tym sensie sztuka działa nie poprzez uzgadnianie stanowisk, lecz poprzez rekonfigurację ram, w których rzeczywistość społeczna jest postrzegana i organizowana.

Również klasyczna pragmatyka językowa wykluczała wypowiedzi artystyczne z obszaru „poważnej” komunikacji, traktując je jako użycia języka o charakterze pasożytniczym wobec jego normalnych funkcji komunikacyjnych. Jak pisał John L. Austin, wypowiedzi artystyczne obecne m.in. w teatrze, poezji czy monologu są „w szczególny sposób puste lub nieważne” i „nieużywane serio”, lecz jedynie pasożytniczo wobec właściwego użycia języka¹⁷. W konsekwencji przyjęcia wąskiego, językowo i instrumentalnie zorientowanego modelu komunikowania poza głównym polem zainteresowania teorii komunikacji znalazły się formy aktywności symbolicznej, w tym praktyki artystyczne, które nie podporządkowywały się kryterium jednoznacznej referencji ani użyteczności instrumentalnej. Do tej kategorii zaliczano m.in. wypowiedzi estetyczne, artystyczne i ludyczne, uznając je za marginalne

¹⁶ Jürgen HABERMAS, *Theorie des kommunikativen Handelns*, t. 1–2 (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981).

¹⁷ John L. AUSTIN, *How to Do Things with Words* (Cambridge: Cambridge University Press, 1962), 21–22.

wobec „właściwej” komunikacji językowej¹⁸. Sztuka była w tym kontekście postrzegana raczej jako ekspresja indywidualna lub obiekt kontemplacji estetycznej niż jako praktyka komunikacyjna realizująca się w relacjach społecznych. A przecież dzieło sztuki, podobnie jak akt mowy, nie tylko „mówi coś” (poziom lokucyjny), lecz także „czyni coś” (poziom ilokucyjny) tzn. manifestuje, protestuje, celebryje, prowokuje i wywołuje określone skutki w odbiorcy i społeczeństwie (poziom perlokucyjny).

Jednocześnie należy zauważyć, że nawet w obrębie klasycznej refleksji nad komunikowaniem funkcjonowały definicje, które choć nie odnosiły się wprost do sztuki, to potencjalnie obejmowały praktyki artystyczne, nie ograniczając komunikacji wyłącznie do języka werbalnego ani do jednoznacznego przekazu referencjalnego. W wielu ujęciach komunikowanie definiowane było szeroko jako proces transmisji nie tylko informacji, lecz także idei i emocji¹⁹. Klasycznym przykładem takiego podejścia jest definicja Bernarda Berelsona i Gary’ego A. Steinera, zgodnie z którą komunikowanie to „transmisja informacji, idei, emocji, umiejętności itd. za pośrednictwem symboli, tj. słów, obrazów, figur, grafów itd. To właśnie akt lub proces transmitowania jest zazwyczaj nazywany komunikowaniem”²⁰. Tak rozumiana komunikacja obejmuje również przekazy wizualne i symboliczne, a więc formy charakterystyczne dla praktyk artystycznych.

Inne definicje przesuwają akcent z transmisji na rozumienie i współdziałanie sensu, ujmując komunikowanie jako proces prowadzący do osiągnięcia wspólnego znaczenia²¹. Martin P. Andersen określał komunikowanie jako „proces, dzięki któremu rozumiemy innych i w którym z kolei sami staramy się być zrozumiani”²². W takim ujęciu komunikacja nie polega na prostym przekazie treści, lecz na uruchamianiu procesów interpretacyjnych, które mogą być inicjowane również przez doświadczenie estetyczne i kontakt z dziełem sztuki.

Ważnym krokiem w kierunku poszerzenia klasycznego, transmisyjnego rozumienia komunikacji była propozycja Jamesa Careya, który zaproponował rozróżnienie pomiędzy technicznym a rytualnym modelem komunikowania.

¹⁸ AUSTIN, *How to Do Things*, 21–22.

¹⁹ Alfred Jules AYER, „What is Communication?”, w: *Studies in Communication*, red. Alfred J. Ayer i in. (London: Secker & Warburg, 1955), 13.

²⁰ Bernard BERELSON i Gary A. STEINER, *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings* (New York: Harcourt, Brace & World, 1964), 254.

²¹ Mortimer J. ADLER, „Challenges of Philosophies in Communication”, *Journal of Communication – Special Supplement to Summer Issue* (1963): 449–457.

²² Martin P. ANDERSEN, „What Is Communication”, *Journal of Communication* 9 (1959): 1–5.

W ujęciu rytualnym komunikacja nie polega na przekazywaniu informacji z jednego punktu do drugiego, lecz na podtrzymywaniu wspólnoty poprzez współdzielone praktyki symboliczne. Jak pisał Carey, celem komunikowania jest w tym przypadku „podtrzymywanie ideałów wspólnoty, które dostarczają symbolicznego porządku rzeczy i stanowią znak trwającego procesu społecznego”²³. Tak rozumiana komunikacja ma charakter kulturowy, symboliczny i performatywny, a jej istotą nie jest jednoznaczność przekazu, lecz uczestnictwo w znaczeniach. Z klasycznych ujęć to właśnie ten model jest najbardziej przydatny w próbach zaanektowania do analizy sztuki jako medium komunikacji społecznej. Carey mówi jednak o praktykach komunikacyjnych w mediach, a sztuka w tym ujęciu jest nośnikiem wspólnoty, a nie systemem komunikacji.

Uzupełnieniem transmisyjnych i rytualnych ujęć komunikowania są modele rozgłosu oraz recepcji, omawiane w literaturze przedmiotu m.in. przez Tomasza Goban-Klasę²⁴. Choć modele te w ograniczonym zakresie mogą być stosowane do analizy praktyk artystycznych, prowadzą one do redukcji komunikowania przez sztukę: model rozgłosu akcentuje przede wszystkim przyjemność odbioru, natomiast model recepcji powraca do logiki transmisyjnej i ujmując proces komunikowania w kategoriach psychologicznych, pomijając jego społeczny charakter.

2. KLASYCZNE TYPOLOGIE I PODZIAŁY KOMUNIKOWANIA A MARGINALIZACJA PRAKTYK ARTYSTYCZNYCH

Komunikowanie przez sztukę nie wpisuje się też jasno w klasyczne rozróżnienie na komunikację werbalną i niewerbalną, które od początku porządkowało refleksję nad komunikowaniem²⁵. Nie jest ono komunikacją werbalną, ponieważ nie opiera się całościowo na języku naturalnym, ani na względnie ustabilizowanych konwencjach semantycznych, nawet jeśli podobnie jak język zakłada wieloznaczność. Jednocześnie w rozróżnieniu grup sygnałów niewerbalnych Bogusławy Dobek-Ostrowskiej brak obrazów, które byłyby analogiczną formą dla formy pisemnej komunikacji werbalnej, chociaż wypełniają

²³ James CAREY, „A Cultural Approach to Communication”, w: *Communication as Culture: Essays on Media and Society* (Boston: Unwin Hyman, 1989), 18–19.

²⁴ GOBAN-KLAS, *Media i komunikowanie masowe*, 68–71.

²⁵ DOBEK-OSTROWSKA, *Podstawy komunikowania społecznego*, 25–30.

większość przypisanych jej funkcji²⁶. W konsekwencji w ramach klasycznych typografii komunikowania praktyki artystyczne pozostawały poza polem analizy, funkcjonując nie jako forma komunikacji autonomicznej, a co najwyżej jako ekspresja lub obiekt estetycznej percepcji. Podział na komunikację werbalną i niewerbalną jest konsekwencją tego samego językocentrycznego i instrumentalnego paradygmatu, który leży u podstaw klasycznych modeli komunikowania.

Próbując przezwyciężyć to dychotomiczne i redukcyjne ujęcie komunikacji Witold Kawecki proponuje kulturowe ujęcie komunikacji artystycznej, w którym sztuka traktowana jest jako istotny element komunikacji kulturowej, realizującej się przede wszystkim w ramach systemu wizualnego. Wskazując na istnienie dwóch prymarnych systemów komunikacyjnych – werbalnego i wizualnego – autor podkreśla znaczenie obrazów, symboli i form przestrzennych w procesach komunikowania sensów kulturowych²⁷. Ujęcie to pozwala dostrzec komunikacyjny potencjał sztuki oraz jej rolę w kształtowaniu współczesnej kultury wizualnej, nie prowadzi jednak do wyodrębnienia komunikowania przez sztukę jako autonomicznej praktyki komunikacyjnej o własnych mechanizmach sensotwórczych.

W tym kontekście istotnym punktem odniesienia dla rozważań nad komunikacyjnym wymiarem sztuki jest koncepcja Marshalla McLuhana, który traktował sztukę jako szczególną formę języka oraz technologię percepcji, umożliwiającą diagnozowanie i krytyczną interpretację rzeczywistości kształtowanej przez media. Jak pisał, w odbiorze sztuki „pozorna treść jest usypiającym nas wypaczeniem niezbędnym do tego, aby forma strukturalna przebiła się przez bariery świadomej uwagi”²⁸. Oznacza to, że istotą komunikacyjnego działania sztuki u McLuhana nie jest przekazywana treść, lecz forma oddziaływania medium, które reorganizuje percepcję i wrażliwość odbiorcy. W tym sensie sztuka funkcjonuje jako środek komunikacji doświadczenia i jednocześnie jako system alarmowy, narzędzie poznawcze, zdolne do ujawniania i neutralizowania wpływu innych mediów²⁹. Choć McLuhan nie formułował systematycznej teorii

²⁶ Dobek-Ostrowska rozumie komunikację niewerbalną jako zespół sygnałów towarzyszących interakcji interpersonalnej, takich jak gest, mimika, ton głosu czy dystans przestrzenny, które pełnią funkcję uzupełniającą wobec komunikacji werbalnej. DOBEK-OSTROWSKA, *Podstawy komunikowania społecznego*, 25–30.

²⁷ KAWECKI, „Komunikacja”, 29.

²⁸ Marshall McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka* (Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 2004), 196–197.

²⁹ Kalina KUKIELKO-ROGOZIŃSKA, *Między nauką a sztuką. Teoria i praktyka artystyczna w ujęciu Marshalla McLuhana* (Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2014), 124–157.

komunikowania przez sztukę, jego ujęcie jednoznacznie sytuowało praktyki artystyczne w obszarze społecznie istotnych procesów komunikacyjnych. Perspektywa ta trafnie akcentuje rolę formy w organizowaniu doświadczenia percepcyjnego, nie obejmuje ona jednak w pełni komunikacyjnej intencjonalności praktyk artystycznych, w których forma działa jako narzędzie ukierunkowujące odbiorcę na sensotwórczą pracę z treścią.

Uwzględniając dorobek nauki o komunikowaniu, Bogusława Dobek-Ostrowska stwierdza, że komunikacja w zależności od przyjętego podejścia może być rozpatrywana jako akt wymiany informacji, jako proces tworzenia znaczeń, a także jako zjawisko będące podstawą kształtowania i wsparcia relacji społecznych oraz mechanizmów władzy i wpływu³⁰. Proponuje też uniwersalną definicję:

[...] komunikowanie jest procesem porozumiewania się jednostek, grup lub instytucji. Jego celem jest wymiana myśli, dzielenie się wiedzą, informacjami i ideami. Proces ten odbywa się na różnych poziomach, przy użyciu zróżnicowanych środków i wywołuje określone skutki³¹.

Mimo tego potencjału definicyjnego praktyki artystyczne wciąż jeszcze nie zostały włączone do głównego nurtu teorii komunikowania, ani do systematycznych modeli i typologii tego procesu.

Jak słusznie zauważa Aleksander Kiklewicz, brak obecności sztuki w klasycznych i współczesnych opracowaniach poświęconych komunikacji społecznej³² nie jest konsekwencją jej marginalnego znaczenia kulturowego, lecz efektem przyjętych założeń teoretycznych³³. Autor wskazuje, że wykluczenie to ma charakter paradygmatyczny: komunikację utożsamiono z racjonalnym działaniem językowym, pomijając formy przekazu, które operują innymi kodami semiotycznymi i realizują odmienne funkcje sensotwórcze. Odchodząc od czysto instrumentalnego rozumienia komunikowania, autor akcentuje takie jego elementy, jak intencjonalność nadawcy, obecność informacji rozumianej szerzej niż przekaz faktów oraz interakcyjny charakter procesu komunikacyj-

³⁰ DOBEK-OSTROWSKA, *Podstawy komunikowania społecznego*, 7–10.

³¹ DOBEK-OSTROWSKA, *Podstawy komunikowania społecznego*, 13.

³² GOBAN-KLAS, *Media i komunikowanie masowe*; Marian FILIPIAK, *Homo communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania* (Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2003); DOBEK-OSTROWSKA, *Podstawy komunikowania społecznego*; Christian BAYLON i Xavier MIGNOT, *Komunikacja* (Kraków: Flair, 2008).

³³ Aleksander KIKLEWICZ, „Sztuka a komunikacja: o pragmatycznych aspektach komunikacji artystycznej”, *Przegląd Rusycystyczny* 3, nr 183 (2023): 9.

nego³⁴. W tym ujęciu informacją może być również doświadczenie estetyczne, model sensu czy stan emocjonalny, o ile są one intencjonalnie oferowane odbiorcy i rozpoznawane jako komunikat. Przyjęcie takiego rozszerzonego rozumienia komunikacji pozwala traktować praktyki artystyczne nie jako przypadek graniczny komunikowania, lecz jako pełnoprawną, choć specyficzną, formę społeczną.

Ujęcie sztuki jako autonomicznego medium komunikacji społecznej znajduje dodatkowe uzasadnienie w teorii kultury rozwijanej przez Jerzego Kmitę i przedstawicieli poznańskiej szkoły metodologicznej, w której kultura ujmowana jest jako system społecznie obowiązujących znaczeń, norm i reguł interpretacyjnych, podtrzymywanych i modyfikowanych w toku praktyk komunikacyjnych³⁵. Z tej perspektywy sens nie jest własnością obiektów ani prostą emanacją intencji nadawcy, lecz rezultatem społecznie ustabilizowanych sposobów rozumienia, które mogą być poddawane negocjacji i rewizji³⁶. Takie ujęcie pozwala traktować praktyki artystyczne nie jako marginalny obszar ekspresji, lecz jako szczególną formę działań symbolicznych uczestniczących w konstruowaniu i testowaniu porządków znaczeń funkcjonujących w przestrzeni społecznej. W tym sensie sztuka wpisuje się w logikę społeczeństwa otwartego w rozumieniu Karla Poppera, ujmowanego nie jako stan konsensu, lecz jako proces krytycznego problematyzowania obowiązujących schematów interpretacyjnych w obiegu publicznym³⁷.

Na tle zaprezentowanych ujęć zasadne staje się odwołanie do prób syntetycznego określenia warunków, jakie musi spełniać proces, aby mógł zostać uznany za komunikowanie społeczne. Taką propozycję formułuje Małgorzata Rzeszutko-Iwan, wskazując na zespół cech konstytutywnych komunikacji, do których należą: intencjonalność połączona ze świadomością przekazania komunikatu, celowość działania, nastawienie na drugą stronę, interakcyjność rozumiana jako obecność sprzężenia zwrotnego, dialogowość, wspólnota kontekstu (obejmująca m.in. wiedzę o świecie, kulturę, wartości i świadomość) oraz skuteczność rozumiana jako wywołanie określonego efektu komunika-

³⁴ KIKLEWICZ, „Sztuka a komunikacja”, 9.

³⁵ Jerzy KMITA, *Późny wnuk filozofii. Wprowadzenie do kulturoznawstwa* (Poznań: Wydawnictwo Naukowe, 2007), 57; Jerzy KMITA, *O kulturze symbolicznej* (Warszawa: Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury, 1982), 63–77.

³⁶ Jerzy KMITA, *Z metodologicznych problemów interpretacji humanistycznej* (Warszawa: PWN 1971), 30.

³⁷ Karl R. POPPER, *Spółeczeństwo otwarte i jego wrogowie*, wyd. 2, t. 1: *Urok Platona* (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1993); t. 2: *Wysoka fala prorocत्व: Hegel, Marks i następstwa*.

cyjnego³⁸. Zestaw ten nie definiuje komunikowania poprzez wskazanie jednego dominującego mechanizmu, lecz ujmuje je jako złożony proces relacyjny, sensotwórczy i społecznie osadzony.

Idąc tym tropem, w swoich rozważaniach komunikację rozumiem jako proces społeczny oparty na intencjonalnym wytwarzaniu i oferowaniu znaczeń, realizujący się w relacji pomiędzy nadawcą a odbiorcą w określonym kontekście kulturowym. Komunikowanie nie ogranicza się przy tym do przekazu informacji o charakterze referencjalnym ani do działań podporządkowanych instrumentalnej skuteczności. Jego istotą jest uruchamianie procesów sensotwórczych, które mogą przyjmować różne formy semiotyczne, w tym formy werbalne i wizualne. Przyjęcie takiego rozumienia komunikacji pozwala uwzględnić praktyki artystyczne jako pełnoprawny obszar komunikowania społecznego. W przeciwieństwie do ujęć redukujących sztukę do ekspresji indywidualnej lub obiektu estetycznej kontemplacji, zakładam, że sztuka funkcjonuje jako medium komunikacji, posługujące się właściwymi sobie kodami i konwencjami, a jednocześnie osadzone w relacjach społecznych, instytucjonalnych i medialnych.

3. KOMUNIKOWANIE PRZEZ SZTUKĘ W PERSPEKTYWIE SYSTEMOWEJ

W perspektywie długiego trwania kulturowego funkcja sztuki jako formy komunikacji społecznej poprzedza zarówno rozwój pisma, jak i wyodrębnienie nowoczesnych mediów. Odwołując się do hipotezy mózgu społecznego Robina Dunbara, można wskazać, że praktyki symboliczne i artystyczne pełniły pierwotnie rolę narzędzi synchronizacji emocjonalnej, podtrzymywania więzi oraz koordynacji działań w coraz liczniejszych grupach społecznych³⁹. Z tej perspektywy sztuka nie jest dodatkiem do komunikacji społecznej, lecz jedną z jej najwcześniejszych i najbardziej uniwersalnych form, operujących afektem i symbolem jeszcze przed stabilizacją języka werbalnego.

Ujęcie komunikowania przez sztukę przyjęte w niniejszym artykule zostało osadzone w perspektywie konstruktywistyczno-systemowej, inspirowanej teorią systemów społecznych Niklasa Luhmanna, jednak interpretowanej w sposób

³⁸ RZESZUTKO-IWAN, „W stronę dialogu”, *passim*.

³⁹ Robin. I. M. DUNBAR, „The Social Brain Hypothesis”, *Evolutionary Anthropology* 6, nr 5 (1998): 178–190.

relacyjny i semantyczny⁴⁰. Punkt wyjścia jest założenie, że system społeczny różnicuje się na względnie autonomiczne subsystemy komunikacyjne, takie jak: nauka, polityka, gospodarka czy właśnie sztuka, które generują komunikację przy użyciu odmiennych kodów oraz własnych zasad nadawania sensu. Każdy subsystem wytwarza specyficzne kody społeczne, zarówno werbalne, jak i wizualne, a znaczenie poszczególnych elementów semiotycznych nie ma charakteru uniwersalnego, lecz jest zależne od kontekstu systemowego, w którym zostają użyte. Oznacza to, że te same treści mogą być interpretowane odmiennie w różnych porządkach komunikacyjnych, przy czym interpretacje te nie pozostają wobec siebie w relacji hierarchicznej. Równorzędność sensów jest jedną z kluczowych cech komunikacji artystycznej i odróżnia ją od modeli komunikacji opartych na normatywnym kryterium poprawności odczytania. Taka perspektywa pozwala analizować praktyki artystyczne nie jako nośniki jednego znaczenia, lecz jako przestrzenie negocjowania sensów w różnych porządkach komunikacyjnych.

Istotnym elementem komunikowania przez sztukę, ujmowanego z perspektywy systemowej, jest proces nabywania kompetencji kodowych zarówno po stronie nadawców, jak i odbiorców. Kody wykorzystywane w komunikacji artystycznej nie mają charakteru naturalnego ani uniwersalnego, lecz są społecznie konstruowane i wymagają uczenia się w toku kontaktu z praktykami artystycznymi oraz ich obiegiem medialnym. W konsekwencji komunikacja przez sztukę zakłada możliwość odczytań niepełnych, alternatywnych lub niezgodnych z intencją nadawcy⁴¹. Z perspektywy systemowej takie rozbieżności interpretacyjne nie zakłócają jednak komunikacji, lecz są jednym z mechanizmów jej dynamizacji. Błędne lub kontrowersyjne odczytania uruchamiają procesy negocjowania sensów, prowadząc do ich publicznego artykułowania i włączania sztuki w szersze debaty społeczne i medialne⁴². W tym miejscu ujawnia się również różnica między komunikowaniem przez sztukę a komunikowaniem o sztuce. O ile pierwsze realizuje się w obrębie autonomicznego subsystemu sztuki i opiera się na jego własnych kodach sensotwórczych,

⁴⁰ Niklas LUHMANN, *Systemy społeczne: zarys ogólnej teorii* (Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos, 2007).

⁴¹ Por. koncepcję kodowania i dekodowania przekazów kulturowych zaproponowaną przez Stuarta Halla, wskazującą na strukturalną możliwość odczytań negocjowanych i opozycyjnych wobec intencji nadawcy. Stuart HALL, „Kodowanie i dekodowanie”, *Przekazy i Opinie* 1–2 (1987): 60–63.

⁴² W artykule opisuję sytuację braku kodów do odczytu graffiti o tematyce religijnej w środowisku wierzących. Zob. Małgorzata SŁAWEK-CZOCHRA, „Tożsamość religijna w sztuce ulicy”, w: *Tożsamość religijna w nowoczesności*, red. Leon Dyczewski i Krzysztof Jurek (Lublin: Wydawnictwo KUL, 2015), 83–94.

o tyle drugie stanowi efekt wtórny procesów interpretacyjnych, w których sensory wytwarzane w komunikacji artystycznej zostają podjęte, przekształcone i negocjowane w innych porządkach komunikacyjnych, takich jak media, instytucje kultury czy dyskurs publiczny. Z perspektywy systemowej komunikowanie o sztuce nie zastępuje komunikowania przez sztukę ani nie unieważnia jego autonomii, lecz funkcjonuje jako forma sprzężenia pomiędzy subsystemem sztuki a innymi obszarami komunikacji społecznej. Spory interpretacyjne ujawniają granice obowiązujących kodów i inicjują ich redefinicję, potwierdzając funkcjonowanie sztuki jako autonomicznego systemu komunikacyjnego.

W tym sensie komunikowanie przez sztukę pełni w systemie społecznym funkcję refleksyjną, umożliwiając problematyzowanie dominujących schematów znaczeń i otwieranie alternatywnych sposobów rozumienia rzeczywistości, a tym samym sprzyja jego adaptacji do zmieniających się warunków kulturowych i medialnych.

Przyjęcie perspektywy systemowej oznacza konieczność postrzegania komunikacji nie jako zbioru izolowanych aktów przekazu, lecz jako procesu zachodzącego w ramach złożonych układów relacji społecznych. W tym sensie „patrzenie systemowe”, o którym pisze Ervin Laszlo, polega na ujmowaniu zjawisk komunikacyjnych w kontekście ich powiązań, współzależności oraz funkcji pełnionych w szerszym porządku społecznym, a nie na analizie pojedynczych komunikatów oderwanych od warunków ich powstawania i odbioru⁴³. Takie ujęcie pozwala traktować komunikowanie przez sztukę jako proces sensotwórczy osadzony w dynamice relacji społecznych, kulturowych i medialnych, a nie jako autonomiczny akt ekspresji pozbawiony kontekstu.

W tym kontekście pomocna okazuje się koncepcja sztuki jako „oferty medialnej”, zaproponowana przez Siegfrieda J. Schmidta⁴⁴. Zgodnie z tym ujęciem dzieła sztuki mogą być rozumiane jako medialne propozycje sensu, tworzone przez aktantów przy użyciu różnorodnych materiałów semiotycznych, takich jak obrazy, znaki językowe czy symbole i kierowane do odbiorców z oczekiwaniem ich rozumienia⁴⁵. Skuteczność takiej oferty nie polega na jednoznaczności przekazu, lecz na jej osadzeniu w społecznie rozpoznawalnych

⁴³ Ervin LASZLO, *Systemowy obraz świata* (Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1978), 401.

⁴⁴ Siegfried J. SCHMIDT, „Kultura a kontyngencja: nauki obserwatora”, *2K – Kultura i Komunikacja* 1 (2004): 2–5.

⁴⁵ Siegfried J. SCHMIDT, „Konstruktivism jako teoria mediów”, w: *Konstruktivism w badaniach literackich. Antologia*, red. Erazm Kuźma, Andrzej Skrendo i Jerzy Madejski (Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, 2006), 317.

konwencjach oraz na zdolności do uruchamiania interpretacji w określonym kontekście kulturowym.

Znaczenie kontekstu w komunikacji artystycznej zostaje dodatkowo wzmocnione przez koncepcję sztuki kontekstualnej Jana Świdzińskiego⁴⁶, która ujmując dzieło jako nierozzerwalnie związane z czasem, miejscem, sytuacją społeczną oraz relacją między nadawcą a odbiorcą. Także w tym ujęciu sztuka funkcjonuje jako medium komunikujące, a sens nie jest jej immanentną właściwością, lecz rezultatem interakcji zachodzących w określonych warunkach społecznych. Zarówno ujęcie sztuki jako oferty medialnej, jak i koncepcja sztuki kontekstualnej wskazują, że sens komunikacji artystycznej nie jest immanentną właściwością dzieła, lecz rezultatem relacji między kodami, kontekstem i praktykami odbioru.

Przedmiotem moich badań jest zatem sztuka rozumiana jako forma komunikacji społecznej, realizowana za pomocą właściwych jej kodów i środków wyrazu, zdolna do przenoszenia znaczeń pomiędzy artystą a jego widownią. Takie ujęcie sytuacji w obrębie nauk o komunikacji społecznej i mediach, traktując sztukę nie jako marginalny przypadek komunikacji, lecz jako jedno z jej historycznie najstarszych i kulturowo najbardziej uniwersalnych mediów.

Sztuka, wyprzedzając rozwój pisma, mediów masowych i technologii cyfrowych, nieprzerwanie oferuje przestrzeń ekspresji dla treści społecznie istotnych, zwłaszcza tam, gdzie komunikacja medialna ulega standaryzacji lub podporządkowaniu logice rynku i konsumpcji. Jej otwarta forma sprzyja refleksji, dialogowi i indywidualnemu poszukiwaniu sensu, dlatego bywa wykorzystywana przez grupy marginalizowane w dominującym dyskursie medialnym.

4. KOMUNIKOWANIE PRZESZTUKĘ A KOMUNIKOWANIE O SZTUCE W WARUNKACH MEDIATYZACJI

Rozróżnienie pomiędzy komunikowaniem przez sztukę a komunikowaniem o sztuce nabiera znaczenia przede wszystkim w warunkach zaawansowanej mediatyzacji kultury. O ile w klasycznym ujęciu sztuka funkcjonowała przede wszystkim jako praktyka komunikacyjna realizowana w relacji między twórcą a odbiorcą, o tyle współcześnie coraz częściej towarzyszy jej rozbudowany, wielopoziomowy obieg narracji medialnych, krytycznych i instytucjonalnych,

⁴⁶ Jan ŚWIDZIŃSKI, *Sztuka i jej kontekst* (Piotrków Trybunalski–Radom: Ośrodek Działań Artystycznych, Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej „Elektrownia”, 2009), 46.

które nie tylko interpretują dzieła, lecz aktywnie uczestniczą w wytwarzaniu ich społecznych sensów.

W niniejszym artykule mediatyzacja rozumiana jest jako zapośredniczenie oparte na mediach, zarówno tradycyjnych, jak i cyfrowych, pomiędzy różnymi sferami życia publicznego i prywatnego oraz jako proces przenoszenia doświadczeń i praktyk kulturowych między światem społecznym a środowiskiem medialnym. Przyjęcie takiego ujęcia wynika z założenia, że sztuka funkcjonuje jako autonomiczne medium komunikacyjne, natomiast mediatyzacja dotyczy warunków jej obiegu, interpretacji i społecznego oddziaływania, a nie konstytuowania sensów praktyk artystycznych jako takich⁴⁷.

Komunikowanie przez sztukę odnosi się do praktyk artystycznych rozumianych jako intencjonalne działania sensotwórcze, realizowane za pomocą właściwych danej dziedzinie środków wyrazu. Sens nie jest tu przekazywany wprost, lecz projektowany poprzez formę, symbolikę, strukturę dzieła oraz relację z kontekstem społecznym i kulturowym. Odbiorca uczestniczy w tym procesie jako współtwórca znaczeń, uruchamiając własne kompetencje interpretacyjne, emocjonalne i kulturowe. Komunikowanie przez sztukę ma zatem charakter relacyjny, otwarty i procesualny, a jego skuteczność nie polega na jednoznaczności przekazu, lecz na zdolności inicjowania refleksji, emocjonalnego rezonansu oraz negocjowania sensów. Zaznaczyć należy, że choć komunikowanie przez sztukę ma charakter otwarty interpretacyjnie, to jednak nie dowolny. Granice interpretacji wyznaczone są przez zastosowane środki wyrazu, kontekst społeczny i kulturowy, a także przez kompetencje odbiorcy. Otwarta struktura znaczeń nie znosi komunikacyjności przekazu, lecz stanowi jedną z jego konstytutywnych cech, odróżniającą je od przekazów opartych na jednoznacznej referencji.

Komunikowanie o sztuce jest natomiast wtórnym, choć nie mniej istotnym poziomem komunikacji społecznej. Obejmuje ono dyskursy medialne, naukowe, krytyczne i instytucjonalne, w których dzieła sztuki stają się przedmiotem opisu, interpretacji, oceny i klasyfikacji. W tym wymiarze komunikacja realizuje się głównie za pomocą języka werbalnego oraz konwencji charakterystycznych dla określonych pól dyskursywnych. W warunkach współczesnej kultury medialnej komunikacja o sztuce nie ogranicza się jednak do neutralnego komentowania praktyk artystycznych. Media, instytucje kultury i platformy

⁴⁷ Friedrich KROTZ, „The Meta-Process of ‘Mediatization’ as a Conceptual Frame”, *Global Media and Communication* 3 (2007): 256–260; Stig HJARVARD, „The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change”, *Nordicom Review* 29, nr 2 (2008): 105–134.

cyfrowe coraz częściej współuczestniczą w konstruowaniu ram odbioru dzieł, intensyfikując określone emocje, selektywnie eksponując wybrane wątki oraz wpisując sztukę w szersze narracje ideologiczne, polityczne lub rynkowe. Coraz częściej mamy też do czynienia ze świadomym projektowaniem przekazów artystycznych, tak by wpisywały się w logikę mediów, które stają się współtwórcą komunikatu artystycznego, warunkując jego skalę oddziaływania i społeczną skuteczność, np. performansy Piotra Pawleńskiego. Dodatkowo w przestrzeni cyfrowej rozróżnienie to nabiera nowego wymiaru. Platformy mediów społecznościowych, takie jak Instagram czy TikTok, stały się nie tylko kanałami dystrybucji obrazów dzieł sztuki, lecz także przestrzeniami, w których powstają nowe formy praktyk artystycznych (*net art*, *post-internet art*).

W rezultacie granica między komunikowaniem przez sztukę a komunikowaniem o sztuce ulega częściowemu zatarciu. Przekaz artystyczny funkcjonuje jednocześnie jako autonomiczna praktyka komunikacyjna oraz jako element złożonego ekosystemu medialnego, w którym jego sensy są przekształcane, wzmacniane lub redukowane. Proces ten nie znosi komunikacyjności sztuki, lecz zmienia warunki jej społecznego oddziaływania. Sens dzieła coraz rzadziej zatrzymuje się na poziomie bezpośredniego doświadczenia estetycznego; podlega on dalszej cyrkulacji, reinterpretacji i afektywnemu ramowaniu w przestrzeni publicznej.

Z perspektywy przyjętej w niniejszym artykule mediatyzacja sztuki nie powinna być jednak interpretowana wyłącznie jako zagrożenie dla autonomii komunikacji artystycznej. Stanowi ona raczej nowy kontekst jej funkcjonowania, w którym komunikowanie przez sztukę i komunikowanie o sztuce tworzą relację dynamicznego napięcia. Z jednej strony media mogą wzmacniać zasięg oddziaływania przekazów artystycznych i umożliwiać ich transnarodowy obieg, z drugiej narzucać uproszczone schematy interpretacyjne lub podporządkowywać sensy logice widowiskowości i emocjonalnej intensyfikacji.

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera kwestia intencjonalności komunikacyjnej. O ile w komunikowaniu przez sztukę intencjonalność odnosi się do projektowania sytuacji sensotwórczej i relacji z odbiorcą, o tyle w komunikacji o sztuce intencjonalność przenosi się na poziom ramowania przekazu, selekcji znaczeń i ich hierarchizacji. Oba poziomy komunikacji pozostają ze sobą sprzężone, lecz nie tożsame. Ich rozróżnienie pozwala uchwycić, w jaki sposób sztuka funkcjonuje jednocześnie jako praktyka twórcza i jako przedmiot społecznego obiegu znaczeń. Praktyki artystyczne, zwłaszcza te o charakterze interwencyjnym, mogą inicjować stan komunikacyjnej liminalności w sensie opisanym przez Victora Turnera, zawieszając

oczywistość norm, eskalując konflikt symboliczny i uruchamiając procesy reinterpretacji, w które włączają się media, instytucje i odbiorcy⁴⁸.

Analiza relacji między komunikowaniem przez sztukę a komunikowaniem o sztuce ujawnia, że współczesna komunikacja artystyczna nie może być rozpatrywana w izolacji od mediów, technologii i instytucjonalnych warunków obiegu kultury. Jednocześnie pokazuje, że to właśnie sztuka dzięki swojej otwartej strukturze, afektywnemu potencjałowi i zakorzenieniu w doświadczeniu społecznym jest wyjątkowo wrażliwa na przemiany współczesnego systemu komunikacyjnego. W tym sensie komunikowanie przez sztukę nie jest reliktem przedmedialnej kultury, lecz jednym z kluczowych obszarów, w których ujawniają się napięcia, granice i możliwości współczesnej komunikacji społecznej.

5. IMPLIKACJE METODOLOGICZNE UJĘCIA SZTUKI JAKO MEDIUM KOMUNIKACYJNEGO

Przyjęcie perspektywy ujmującej sztukę jako autonomiczne medium komunikacji społecznej pociąga za sobą określone konsekwencje metodologiczne. Analiza praktyk artystycznych wymaga narzędzi pozwalających uchwycić komunikowanie nie jako jednorazowy przekaz treści, lecz jako proces sensotwórczy realizujący się w czasie, w relacji pomiędzy twórcą, dziełem i odbiorcą oraz w określonych warunkach społecznych, kulturowych i medialnych. Oznacza to konieczność łączenia metod jakościowych i ilościowych oraz uwzględnienia zarówno wewnętrznej logiki systemu sztuki, jak i jego relacji z innymi obszarami komunikacji społecznej.

W niniejszym ujęciu komunikowanie przez sztukę może być analizowane na trzech komplementarnych poziomach: poziomie intencjonalności nadawczej, obejmującym cele komunikacyjne twórcy, projektowanie sytuacji sensotwórczej oraz dobór środków wyrazu; poziomie struktury komunikatu artystycznego, odnoszącym się do formalnych, estetycznych i symbolicznych właściwości dzieła, rozumianych jako elementy kodów komunikacyjnych właściwych subsystemowi sztuki; oraz poziomie recepcji, obejmującym praktyki interpretacyjne, kompetencje kulturowe odbiorców oraz sposoby negocjowania sensów w obiegu społecznym i medialnym. Analiza ta może wykorzystywać

⁴⁸ Victor TURNER, *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play* (New York: PAJ Publications, 1982); TURNER, *Proces rytualny. Struktura i anty-struktura*, tłum. Ewa Dżurak (Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 2010).

metody jakościowe, takie jak analiza formalno-estetyczna, semiotyczna i kontekstualna, a także badania recepcji, w tym analizę dyskursów interpretacyjnych i obserwację praktyk odbiorczych. Uzupełnieniem tych podejść może być analiza metafor, rozumianych nie jako środki stylistyczne, lecz jako mechanizmy sensotwórcze i ramujące, za pomocą których doświadczenie artystyczne jest konceptualizowane i komunikowane w praktykach interpretacyjnych oraz dyskursach medialnych. Metody te nie zmierzają do ustalenia jednego, uprzywilejowanego znaczenia dzieła, ale do rekonstrukcji mechanizmów sensotwórczych i relacyjnych, za pomocą których sztuka funkcjonuje jako medium komunikacji.

Jednocześnie przyjęta perspektywa nie wyklucza stosowania metod ilościowych, w szczególności analizy zawartości, zwłaszcza w badaniach prowadzonych w długiej perspektywie czasowej. W tym ujęciu analiza ilościowa nie służy redukcji dzieł do mierzalnych elementów ani rekonstrukcji obiektywnych znaczeń, lecz umożliwia identyfikację wzorców komunikacyjnych, np. częstotliwości występowania określonych motywów, kodów wizualnych, strategii formalnych czy estetyk oraz obserwację dynamiki ich zmian w czasie. Badania diachroniczne pozwalają tym samym analizować procesy stabilizacji, transformacji i zaniku określonych sposobów komunikowania sensów w obrębie systemu sztuki oraz ich relacje z szerszymi przemianami społecznymi i kulturowymi.

Analiza komunikowania przez sztukę wymaga ponadto uwzględnienia procesów mediatyzacji, rozumianych jako trwałe i strukturalne powiązanie praktyk artystycznych z logiką funkcjonowania mediów. Mediatyzacja wpływa na sposoby wytwarzania, dystrybucji i recepcji dzieł, a także na mechanizmy ich widzialności, hierarchizacji i interpretacji. Z metodologicznego punktu widzenia oznacza to konieczność analizy medialnych kontekstów obiegu sztuki, obejmującej zarówno jakościowe badania ram interpretacyjnych i narracji medialnych, jak i ilościowe analizy widoczności określonych praktyk artystycznych, tematów i estetyk w długim trwaniu.

Uzupełnieniem opisanej wyżej perspektywy jest uwzględnienie komunikowania o sztuce, które choć formalnie realizuje się w obrębie komunikacji masowej i wykorzystuje jej gatunki oraz kanały, nie może być z nią w pełni utożsamiane w sensie funkcjonalnym. Komunikowanie o sztuce uczestniczy bowiem w społecznej produkcji, stabilizacji i negocjowaniu sensów sztuki, umożliwiając sprzężenie między systemem mediów a systemem sztuki. Metodologicznie oznacza to zasadność badania nie tylko samych dzieł, lecz

również dyskursów krytycznych, medialnych narracji, form prezentacji oraz ilościowych wzorców obecności sztuki w przestrzeni medialnej.

ZAKOŃCZENIE

Przyjęcie perspektywy komunikowania przez sztukę pozwala spojrzeć na praktyki artystyczne nie jako na marginalny lub wyjątkowy przypadek komunikacji społecznej, lecz jako obszar, w którym jej podstawowe mechanizmy ujawniają się w sposób nadzwyczaj wyrazisty. Analiza sztuki jako medium komunikacyjnego odsłania znaczenie intencjonalności, relacyjności, sensotwórczości oraz zakorzenienia przekazu w kontekście społecznym, kulturowym i medialnym. W tym sensie sztuka nie tyle poszerza pole badań nad komunikacją, ile umożliwia krytyczne przeformułowanie samych założeń, na których to pole zostało zbudowane.

Zaproponowane w artykule rozróżnienie między komunikowaniem przez sztukę a komunikowaniem o sztuce pozwala uchwycić złożoność współczesnych obiegów znaczeń artystycznych. Pokazuje ono, że sens dzieła nie powstaje wyłącznie w akcie twórczym ani w indywidualnym doświadczeniu odbiorcy, lecz kształtuje się w dynamicznej interakcji pomiędzy praktyką artystyczną, mediami, instytucjami oraz dyskursami interpretacyjnymi. Mediatyzacja sztuki nie znosi jej komunikacyjnej autonomii, lecz wprowadza dodatkowy poziom negocjowania znaczeń, w którym komunikacja artystyczna podlega intensyfikacji, przekształceniom i społecznemu ramowaniu.

Istotnym wnioskiem płynącym z przyjętej perspektywy jest uznanie, że różnorodność dziedzin i form sztuki nie osłabia komunikacyjnej spójności analizowanego zjawiska, lecz pokazuje, że niezależnie od tego, czy mamy do czynienia ze sztuką uliczną, filmem, praktykami wizualnymi funkcjonującymi w środowisku cyfrowym czy obrazami generowanymi algorytmicznie, komunikacja artystyczna realizuje analogiczne logiki: projektowanie bodźców sensotwórczych, uruchamianie emocji, negocjowanie wartości oraz angażowanie kompetencji odbiorczych. Różnice między dziedzinami sztuki dotyczą przede wszystkim używanych kodów, skali oddziaływania i stopnia mediatyzacji, nie zaś samej zasady komunikacyjnej.

Ujęcie sztuki jako autonomicznego pola komunikacji społecznej pozwala również lepiej zrozumieć jej rolę w momentach napięć i kryzysów społecznych. Sztuka ujawnia się wówczas jako wrażliwy rejestr przemian aksjologicznych, emocjonalnych i tożsamościowych, a zarazem jako przestrzeń,

w której możliwe staje się testowanie alternatywnych narracji i modeli sensu. Jej komunikacyjna skuteczność nie polega na dostarczaniu jednoznacznych odpowiedzi, lecz na zdolności problematyzowania rzeczywistości społecznej i inicjowania refleksji wykraczającej poza logikę instrumentalnej informacji.

Zaproponowana w artykule rama interpretacyjna nie rości sobie pretensji do wyczerpania problematyki komunikacji artystycznej. Jej celem jest raczej uporządkowanie pojęć oraz wskazanie kierunku dalszych badań, w których sztuka traktowana będzie jako pełnoprawny, a zarazem specyficzny obszar komunikacji społecznej, analizowany z wykorzystaniem zróżnicowanych strategii metodologicznych, obejmujących zarówno jakościowe badania sensotwórczych praktyk artystycznych i dyskursów interpretacyjnych, jak i ilościowe, diachroniczne analizy wzorców komunikacyjnych funkcjonujących w obiegu medialnym.

BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Theodor W. *Sztuka i sztuki. Wybór esejów*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1990.
- ANDERSEN, Martin P. „What Is Communication?”. *Journal of Communication* 9 (1959): 1–5.
- AUSTIN, John L. *How to Do Things with Words*. Cambridge: Cambridge University Press, 1962.
- AYER, Alfred Jules. „What Is Communication?”. W: *Studies in Communication*, red. A. J. Ayer i in., 13–24. London: Secker & Warburg, 1955.
- BAYLON, Christian i Xavier MIGNOT. *Komunikacja*. Kraków: Flair, 2008.
- BERELSON, Bernard i Gary A. STEINER. *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*. New York: Harcourt, Brace & World, 1964.
- CAREY, James. „A Cultural Approach to Communication”. W: *Communication as Culture: Essays on Media and Society*, 18–40. Boston: Unwin Hyman, 1989.
- DOBEK-OSTROWSKA, Bogusława. *Podstawy komunikowania społecznego*. Wrocław: Astrum, 2007.
- DUNBAR, Robin. I. M. „The Social Brain Hypothesis”. *Evolutionary Anthropology* 6, nr 5 (1998): 178–190.
- FILIPIAK, Marian. *Homo communicans. Wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2003.
- FRANCUZ, Piotr, red. *Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar, 2007.
- FRĄCZEK, Adriana. „Komunikacja interpersonalna”. *Studia Gdańskie. Wizje i rzeczywistość* 9 (2012): 118–131.
- GOBAN-KLAS, Tomasz. *Media i komunikowanie masowe*. Wyd. 2. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2009.

- GRZELKA, Monika i Agnieszka KULA. „O ważnym problemie badań nad mediami: definiowanie”. W: *Problemy i metody badań nad mediami*, red. Iwona Hoffman i Danuta Kępa-Figura, 29–30. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2019.
- HABERMAS, Jürgen. *Theorie des kommunikativen Handelns*. T. 1–2. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981.
- HALL, Stuart. „Kodowanie i dekodowanie”. *Przekazy i Opinie* 1–2 (1987): 58–72.
- HJARVARD, Stig. „The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change”. *Nordicom Review* 29, nr 2 (2008): 105–134.
- INGARDEN, Roman. *O dziele literackim. Przeżycie – dzieło – wartość*. Kraków: Towarzystwo Literackie, 1966.
- KAWECKI, Witold. „Komunikacja przez sztukę i komunikacja w sztuce”. *Kultura – Media – Teologia* 60 (2024): 19–33.
- KIKLEWICZ, Aleksander. „Sztuka a komunikacja: o pragmatycznych aspektach komunikacji artystycznej”. *Przegląd Rusycystyczny* 3, nr 183 (2023): 9–30.
- KMITA, Jerzy. *O kulturze symbolicznej*. Warszawa: Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury, 1982.
- KMITA, Jerzy. *Późny wnuk filozofii. Wprowadzenie do kulturoznawstwa*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe, 2007.
- KMITA, Jerzy. *Z metodologicznych problemów interpretacji humanistycznej*. Warszawa: PWN, 1971.
- KROTZ, Friedrich. „The Meta-Process of ‘Mediatization’ as a Conceptual Frame”. *Global Media and Communication* 3 (2007): 256–260.
- KUKIEŁKO-ROGOZIŃSKA, Kalina. *Między nauką a sztuką. Teoria i praktyka artystyczna w ujęciu Marshalla McLuhana*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2014.
- LASSWELL, Harold D. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Kegan Paul, Trench, Trubner and Co., 1927.
- LASSWELL, Harold D. „The Structure and Function of Communication in Society”. W: *The Communication of Ideas*, red. Lyman Bryson, 37–51. New York: Harper and Row, 1948.
- LASZLO, Ervin. *Systemowy obraz świata*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1978.
- LUHMANN, Niklas. *Systemy społeczne: zarys ogólnej teorii*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos, 2007.
- MATTELART, Armand i Michèle MATTELART. *Teorie komunikacji: krótkie wprowadzenie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001.
- MCLUHAN, Marshall. *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 2004.
- NYCZ, Ryszard. *Kulturowa teoria literatury*. Kraków: Universitas, 2006.
- POPPER, Karl R. *Spółczesność otwarta i jego wrogowie*. Wyd. 2. T. 1: *Urok Platona*. Tłum. Halina Krahelska, oprac. Adam Chmielewski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1993.
- POPPER, Karl R. *Spółczesność otwarta i jego wrogowie*. Wyd. 2. T. 2: *Wysoka fala prorocztw: Hegel, Marks i następstwa*. Tłum. Halina Krahelska, oprac. Adam Chmielewski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1993.
- PORĘBSKI, Mieczysław. *Ikonosfera*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 1972.
- RZESZUTKO-IWAN, Małgorzata. „W stronę dialogu – o modelach, wymiarach i strategiach komunikacyjnych”. *Poznańskie Spotkania Językoznawcze / Poznań Linguistic Forum* 32 (2016): 31–42.

- SCHMIDT, Siegfried J. „Konstruktywizm jako teoria mediów”. W: *Konstruktywizm w badaniach literackich. Antologia*, red. Erazm Kuźma, Andrzej Skrendo i Jerzy Madejski, 305–325. Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, 2006.
- SCHMIDT, Siegfried J. „Kultura a kontyngencja: nauki obserwatora”. *2K – Kultura i Komunikacja* 1 (2004): 2–5.
- SHANNON, Claude E. „A Mathematical Theory of Communication”. *Bell System Technical Journal* 27, nr 3 (1948): 379–423.
- SHANNON, Claude E. i Warren WEAVER. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1949.
- SŁAWEK-CZOCHRA, Małgorzata. „Tożsamość religijna w sztuce ulicy”. W: *Tożsamość religijna w nowoczesności*, red. Leon Dyczewski i Krzysztof Jurek, 83–94. Lublin: Wydawnictwo KUL, 2015.
- STĘPNIK, Małgorzata, red. *Komunikowanie artystyczne*. Lublin: WSPA, 2011.
- ŚWIDZIŃSKI, Jan. *Sztuka i jej kontekst*. Piotrków Trybunalski–Radom: Ośrodek Działań Artystycznych; Mazowieckie Centrum Sztuki Współczesnej „Elektrownia”, 2009.
- TATARKIEWICZ, Władysław. *Dzieje sześciu pojęć*. Wyd. 4. Warszawa: PWN, 1988.
- TURNER, Victor. *From Ritual to Theatre: The Human Seriousness of Play*. New York: PAJ Publications, 1982.
- TURNER, Victor. *Proces rytualny. Struktura i anty-struktura*. Tłum. Ewa Dżurak. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy, 2010.
- WENDLAND, Michał. „Komunikowanie a wymiana informacji – pytanie o zakres pojęcia komunikacji”. *Homo Communicativus* 3 (2011): 19–33.
- ZEIDLER-JANISZEWSKA, Anna. *Sztuka, mit, hermeneutyka*. Warszawa: PWN, 1988.

SZTUKA JAKO MEDIUM KOMUNIKACYJNE W PRZESTRZENI SPOŁECZNEJ

STRESZCZENIE

Artykuł podejmuje problematykę sztuki jako autonomicznego medium komunikacji społecznej. Pomimo fundamentalnej roli praktyk artystycznych w życiu społecznym, komunikacja realizowana poprzez sztukę przez większość XX wieku i początek XXI wieku pozostawała na marginesie refleksji o komunikacji społecznej i mediach. Klasyczne teorie komunikacji najczęściej redukowały sztukę do roli obiektu estetycznego lub analizowały ją pośrednio, jako element kultury wizualnej czy dyskursów interpretacyjnych. Celem artykułu jest uporządkowanie pojęć oraz wskazanie podstaw teoretycznych podejścia, w którym sztuka ujmowana jest jako medium komunikacji społecznej. Tekst proponuje spójną ramę interpretacyjną, osadzoną w teorii systemów społecznych Niklasa Luhmanna oraz konstruktywistycznej teorii mediów Siegfrieda J. Schmidta, umożliwiającą analizę praktyk artystycznych jako form komunikowania sensów, emocji i wartości w przestrzeni społecznej. Kluczowym elementem proponowanego podejścia jest rozróżnienie między komunikowaniem przez sztukę a komunikowaniem o sztuce, pozwalające uchwycić specyfikę procesów mediatyzacji przekazów artystycznych. Artykuł stanowi punkt odniesienia dla dalszych badań empirycznych nad funkcjonowaniem sztuki jako medium komunikacji w różnych kontekstach społecznych.

Słowa kluczowe: komunikacja artystyczna; teoria systemów; sztuka w przestrzeni publicznej; komunikowanie społeczne; praktyki artystyczne; mediatyzacja sztuki

ART AS A MEDIUM OF COMMUNICATION IN THE SOCIAL SPHERE

SUMMARY

The article addresses the issue of art as an autonomous medium of social communication. Despite the fundamental role of artistic practices in social life, communication enacted through art remained on the margins of reflection within communication and media studies throughout most of the twentieth century and into the early twenty-first century. Classical communication theories most often reduced art to the status of an aesthetic object or approached it only indirectly, as an element of visual culture or interpretive discourses. The aim of the article is to systematize the key concepts and to identify the theoretical foundations of an approach in which art is understood as a medium of social communication. The text proposes a coherent interpretive framework grounded in Niklas Luhmann's theory of social systems and Siegfried J. Schmidt's constructivist media theory, enabling the analysis of artistic practices as forms of communicating meanings, emotions, and values in the social sphere. A key element of the proposed approach is the distinction between communication through art and communication about art, which makes it possible to capture the specificity of the mediatization of artistic messages. The article serves as a point of reference for further empirical research on the functioning of art as a medium of communication in diverse social contexts.

Keywords: artistic communication; systems theory; art in public space; social communication; artistic practices; mediatization of art.