



Prawda a wiarygodność fotografii – epistemologiczne i etyczne aspekty rozumienia obrazów

Truth and Credibility of Photography –
Epistemological and Ethical Aspects of the Understanding of Images

Abstract: The article is devoted to the analysis of the problem of truth and credibility in the context of communication with photographic images in the public space. The ubiquity of the new media allows for the claim that all aspects of internet communication should be treated as a public message. According to the author of the article, the issue of truth in the epistemological sense (when it comes to the rules of perception), and truth and credibility in the ethical sense (when it comes to the attitude and assessment of photography), constitute an important element of reflection on contemporary visual communication. The article is written from a philosophical perspective, the author prefers the hermeneutic method. In the analytical part, the author refers primarily to philosopher Hans-Georg Gadamer and the visual culture theorist William J. T. Mitchell.

Keywords: truth, credibility, photography, world image, William J. T. Mitchell, Hans-Georg Gadamer

Obraz ma dzisiaj status pośredni między tym, co Thomas Kuhn nazwał “paradygmatem”, a “anomalią” i pojawia się jako główny temat dyskusji w naukach humanistycznych, w taki sposób w jaki robił to język: to znaczy, jako rodzaj modelu bądź figury dla innych rzeczy (w tym samego procesu figuracji) i jako nierozwiązany problem, być może, jako przedmiot własnej “nauki”¹.

William J. T. Mitchell, *Picture Theory*

Wprowadzenie

Cyfrowe oprogramowanie do obróbki zdjęć pozwala na nieograniczoną ingerencję w treść przekazu fotograficznego i sposoby jego przedstawiania. Posługiwanie się techniką Photoshopa sprawia, że ludzkie oko nie wychwytuje już zmiany obrazu

1. William J. T. Mitchell, *Picture Theory*, przeł. Kaja Gadomska (Chicago: Chicago University Press, 1994), 13.

w stosunku do tego, jak wyglądało zdjęcie przed przetworzeniem². Odbiorcy uznają, że fotografie nie pokazują prawdy. Wydaje się, że manipulacja przekazem związana ze stosowaniem technik fotograficznych jest nieusuwalnym elementem kultury wizualnej. Niektóre przekłamania fotograficzne oburzają odbiorców, inne pozostają niedostrzeżone. W medialnej przestrzeni publicznej “mówi się” obrazami, “spiera się” obrazami, tworzy się doraźnie wspólnoty i krótkotrwałe sojusze wokół fotograficznego przekazu, używa się zapisów fotograficznych, aby określić podmiotową tożsamość³. Niektóre z obrazów mają znaczenie symboliczne, inne ukazują rzeczy wprost. Fotografie są rodzajem rebusu dla intelektu, pobudzają emocje zgodnie z intencjami nadawców: mają rośmieszać, szokować, wprawić w stan zdumienia lub wywołać reakcje oburzenia. Praca fotografa nie polega na zwykłym “robieniu” zdjęć, ale na wyszukiwaniu dla fotografii odpowiedniej kompozycji, chwili, szczegółu, który odpowiednio wyeksponowany przyciągnie uwagę, wpłynie na postawę odbiorców, pobudzi ich do działania⁴.

Malarz wpisywał znacznie w dzieło w trakcie procesu tworzenia. Technologia fotografii analogowej nie umożliwiały podobnej ekspresji, interpretowano obrazy dopiero po ich wykonaniu. Fotografia cyfrowa zwiększa element kreacji w procesie powstawania obrazów. Przed publikacją zdjęcie jest przetwarzane, można nadać mu nowe znaczenie. Jednak w odróżnieniu od klasycznych dzieł malarskich cyfrowe obrazy fotograficzne nie stanowią trwałego elementu pamięci zbiorowej. Wiralują w zasobach sieci internetowych i na portalach społecznościowych, mogą być przypomniane w nowym kontekście, dyskredytując bohaterów, gdy oni już zapomnieli o okolicznościach towarzyszących powstaniu zdjęć. Co ciekawe, obrazy ukazujące ciemną, smutną stronę życia – tragiczne wypadki, przemoc, skutki zamachów terrorystycznych – wydają się bardziej wiarygodne, niż te, które pokazują jasną stronę ludzkiego życia.

Fotografia jest bardziej tematem analiz medioznawczych niż przedmiotem badań filozoficznych. Wyjątek stanowią koncepcje czeskiego filozofa Viléma Flussera i amerykańskiej filozofki Susan Sontag⁵. Fotografie analizują komuniko-

2. Zob. Piotr Zawojski, “Między ikonolatrią a dewaluacją obrazów technicznych”, w: *Elektroniczne obrazoswiaty. Między sztuką a technologią* (Kielce: Wydawnictwo Szumacher, 2000), 9–31.

3. Zob. Grażyna Osika, *Tożsamość osobowa w epoce cyfrowych technologii komunikacyjnych* (Kraków: Universitas, 2016), 156–157.

4. Sylwia Konopačka, “Wirtuozeria iluzji, czy wierne oddawanie walorów rzeczywistości – problematyka prawdy na przykładzie konkursu World Press Photo”, *Kultura – Media – Teologia* nr 5/2011, 46–59.

5. Te koncepcje spotkały się też z recepcją w polskim piśmiennictwie. Por. Jan P. Hudzik, *Wykłady z filozofii mediów. Podstawy nauk o komunikowaniu* (Warszawa: PWN, 2017); Przemysław Wiatr, *W cieniu posthistorii. Wprowadzenie do filozofii Viléma Flussera* (Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK, 2018); Piotr Zawojski, *Elektroniczne obrazoswiaty. Między sztuką a technologią* (Kielce: Wydawnictwo Szumacher, 2000); Piotr Zawojski, *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki*

lodzy, kulturoznawcy, filmoznawcy, estetycy, historycy sztuki. Jednak stosowanie takich kategorii jak “obraz świata”, “prawda”, “fałsz”, “etyka” otwiera możliwość omawiania fenomenu fotografii i nastawienia fotografujących na podstawie analiz epistemologicznych i etycznych. Umożliwiają one wprowadzenie interesującej perspektywy do badań nad fotografią. Badacze kultury wizualnej używają określenia “logika obrazów”, pojawia się ono między innymi w koncepcjach Gottfrieda Boehma i Williama J. T. Mitchella⁶. Logikę obrazów można rozumieć jako element teorii komunikacji skupiony na analizie reguł postrzegania i rozumienia komunikatów wizualnych przez nadawców i odbiorców, a także jako analizę taktyk wizualnych oraz związanego z nimi perswazyjnego i manipulacyjnego wymiaru komunikacji przy użyciu obrazów⁷.

Autor artykułu skupia się na problematyce prawdy i wiarygodności fotografii w perspektywie epistemologii i etyki komunikacji. Opowiada się za koncepcją prawdy w ujęciu hermeneutycznym, głównie w nawiązaniu do filozofii Hansa-Georga Gadamera. Koncepcja ta pozwala na odczytanie “obrazu świata” przez różne teksty kultury, także przez “mowę” obrazów fotograficznych będących manifestacją egzystencji i działalności człowieka⁸. Wątek “obrazu świata” i “świata w obrazach” to dwie odsłony tego zagadnienia. Gadamerowską hermeneutykę rozumienia tekstów kultury należy poszerzyć o koncepcję czytania obrazów opartą na myśli amerykańskiego badacza wizualności Williama J. T. Mitchella. Dla tego ostatniego widzenie obrazów jest wizualną konstrukcją zależną od aspektów społecznych i kulturowych. W tym sensie interpretacja obrazów jest specyficzną grą polegającą na tropieniu zależności między wizualnością, aparatem fotograficznym, opowieściami na temat kontekstów ich powstania oraz sposobami przedstawiania postaci. Mitchell postulował, aby “czytanie” obrazów łączyć z etyką, epistemologią widzenia i bycia widzianym⁹. Przyjmuję nastawienie hermeneutyczne, ale nie podziela charakterystycznego dla Mitchella nachylenia biocybernetycznego.

i technologii (Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2018); Agnieszka Ogonowska, “Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki”, w: *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. Emanuel Kulczycki, Michał Wendland (Poznań: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii, 2012), 53–68.

6. Gottfried Boehm, William J. T. Mitchell, “Zwrot obrazowy a zwrot ikoniczny: dwa listy”, tłum. Kaja Gadowska, w: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. Małgorzata Boguni-Borowska, Piotr Sztompka (Kraków: Znak, 2012), 94–117.

7. Zob. Krzysztof Szymanek, *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny* (Warszawa: PWN, 2004), 228–234.

8. Zob. William J. T. Mitchell, *Czego chcą obrazy? Pragnienia przedstawień, życie i miłości obrazów*, przeł. Łukasz Zaremba (Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2015), 65–68.

9. Zob. William J. T. Michell, *Picture Theory* (Chicago: Chicago University Press, 1994), 16; por. William J. T. Michell, “Showing Seeing: A Critique of Visual Culture”, w: *Art History, Aesthetics*,

Artykuł rozpoczyna się od odróżnienia prawdy i wiarygodności. Prawda odnosi się do sądów i zdań, w innym sensie mówimy o niej, że jest jedną z kluczowych wartości etycznych, stanowi punkt odniesienia dla ludzkich sposobów wartościowania i oceniania. Natomiast wiarygodność dotyczy zaufania odbiorców do informacyjnej zawartości przekazu medialnego. Traktuje fotografie jak teksty kultury, których rozumienie wiąże się z interpretacją, uznaje, że nie należy rezygnować z wartości prawdy, szczególnie, gdy chodzi o argumentację etyczną i wpisane w nią poszukiwanie prawdy pozostającej w relacji do ontycznego dobra. W ujęciu hermeneutycznym prawda jest czymś, co się odsłania w żmudnym procesie interpretacji. Podmiot może nie być świadomy wpływu przesądów (przesądów) własnego rozumienia świata, dlatego należy zwracać uwagę na konieczność ich wydobywania i nazywania. Hermeneutyczna metodologia "czytania" obrazów wymaga uwzględnienia aspektów – kognitywnych, psychologicznych i etycznych – związanych z obrazem świata, na którym opieramy się w procesie interpretacji. W zakończeniu znajduje się wypunktowanie najważniejszych postulatów dotyczących etycznego wykorzystania obrazów w komunikacji medialnej.

Prawda a wiarygodność

Należy odróżnić prawdziwość od wiarygodności obrazu. W logice klasycznej prawda w aspekcie epistemologicznym to zgodność intelektu z rzeczywistością (za Tomaszem z Akwinu – *veritas est adaequatio rei et intellectus*). Argumenty starożytnych i nowożytnych sceptyków dotyczące rozumienia prawdy-jako zgodności myśli z rzeczywistością doprowadziły do powstania nieklasycznych definicji prawdy, wśród których wybiły się dwie koncepcje: (1) pragmatyczna – prawdziwość dotyczy idei, która dobrze kieruje ludzkim postępowaniem, (2) koherencyjna – prawdziwość dotyczy pojęć, wtedy i tylko wtedy, gdy są one elementem koherentnego systemu sądów¹⁰. Dwudziestowieczna interpretacja klasycznej koncepcji prawdy, czyli korespondencyjna teoria prawdy w wersji semantycznej dokonana przez Alfreda Tarskiego, wskazuje, że prawdziwość to cecha sądu polegają na wykazaniu zgodności zdania ze stanem faktycznym, związanym ze zbiorem faktów¹¹. Przeciwnością prawdy jest fałsz. Prawdziwość w tym sensie zależy od tego,

Visual Studies, red. Micheal Ann Holly, Keith Moxey (New Haven–London: Sterling and Francine Clark Art Institute, Yale University Press, 2002), 231–250

10. Zob. Adam Grobler, "Prawda, jej namiastki i paradoksy z tym związane", w: *Przewodnik po epistemologii*, red. Renata Ziemińska (Kraków: Wydawnictwo WAM, 2013), 19–52.

11. Za Janem Woleńskim autor artykułu zamiennie używa terminów "prawda" i "prawdziwość" oraz "fałsz" i "fałszywość". Por. Jan Woleński, "Historia pojęcia prawdy", w: *Przewodnik po epistemologii*, red. Renata Ziemińska (Kraków: Wydawnictwo WAM, 2013), 84–85.

w jakiej dziedzinie się poruszamy i jakie zachodzą w niej relacje, wyrażone przez zbiory faktów odnoszących się do określonych sytuacji.

O prawdzie można mówić także w znaczeniu ontologicznym i aksjologiczno-etycznym. Wtedy nie wskazujemy na różne prawdy, ale na różne spojrzenia na prawdę. Różnorodność i odmiennność rozumienia danego zagadnienia jest intelektualną wartością i nie oznacza uznania prawdy za wartość względną. Prawda ontologiczna wyraża zależność bytu od intelektu. W filozofii średniowiecznej prawdę traktowano jako jedno z transcendentaliów (byt, jedno, coś, prawda, dobro, piękno), które opisują uniwersalne, ponadkategorialne własności bytu. Prawda, dobro i piękno, jako transcendentalia o szczególnym znaczeniu aksjologicznym i etycznym, wyznaczają właściwe proporcje dla używania rzeczy i budowania relacji społecznych przez człowieka. Te wątki jednak wykraczają zakres problemowy tego artykułu.

W kontekście sporów o epistemologiczne rozumienie prawdy należy przywołać kwestię nośników prawdy. Wtedy mamy do czynienia z dwoma ujęciami tego zagadnienia – nominalnym i propozycjonalnym. To pierwsze wskazuje, że prawdziwość dotyczy idei – jak rozumiał tę kwestię pragmatysta William James – lub pojęcia, jak rozumieeli to dziewiętnastowieczni zwolennicy filozofii Hegla. W tych ujęciach nazwy wyrażają pojęcia lub pojęcia oznaczają znaczenia nazw. W drugim przypadku, czyli propozycjonalnym, przymiotnik prawdziwy odnosi się do tworów wyrażonych przez zdania. W tej sytuacji prawdziwość może nawiązywać do: sądu (Kazimierz Twardowski), stwierdzenia – *statement*, *assertion* (John L. Austin), myśli (Gottlob Frege, Kazimierz Ajdukiewicz), przekonania (Bertrand Russell) oraz aktu (Franz Brentano, Tadeusz Kotarbiński)¹².

Prawdziwość można odnieść także do percepcji przedmiotów z naszego otoczenia i oznacza to, że spostrzeżenie osoby jest prawdziwe, gdy podstawowa interpretacja świata, jaką ona przyjmuje, jest zgodna z tym, co w ogóle jest reprezentowalne¹³. Ten ostatni sposób rozumienia prawdziwości poznania ma zastosowanie do rozumienia obrazów fotograficznych. Z perspektywy “logiki obrazu” należy rozważyć, co to znaczy, że obraz może być analizowany jako nośnik prawdziwości i wiarygodności. W tym kontekście też problem orzekania o prawdziwości zdań należy poszerzyć o kwestię prawdziwości odczytywania obrazów i pogłębionego rozumienia ich sensu.

W ujęciu aksjologiczno-etycznym prawda to wartość o doniosłym znaczeniu, punkt odniesienia dla ludzkich wyborów i ocen moralnych. Na podstawie tej wartości formułujemy postulat negatywny – nie należy oszukiwać, lub pozy-

12. Por. Jan Woleński, *Epistemologia. Poznanie, prawda, wiedza, realizm* (Warszawa: PWN, 2005), 144–145.

13. Por. Bruce M. Bennett, Donald D. Hoffmann, Chetan Prakash, *Observer Mechanics. A Formal Theory of Perception* (New York: Academic Press, 1989), 194–196.

tywny – należy mówić prawdę. Sformułowania “nie kłam” i “mów prawdę” (pisz “prawdę” w odniesieniu do słowa), pokazuj “prawdę” w odniesieniu do obrazu) nie są tożsame. Zasadniczo różnica dotyczy intencji nadawcy. Nie chodzi o ukazanie prawdy w jej kompletności i dosłowności, ale raczej o odpowiedzialną interpretację prawdy, która nie wywołuje dodatkowych emocjonalnych reakcji odbiorców – strachu, konsternacji, wściekłości. Chodzi o jasne ukazanie problemu, szacunek dla wrażliwości odbiorców oraz określenie kontekstu dla informowania o samym zdarzeniu, czy jest to informacja ważna, czy raczej służy zaspokojeniu ciekawości odbiorców, złaknionych informacji na temat nieszczęść i tragedii ludzkich. Nie należy też odbierać informacjom ich ważności. Tworzenie przekazu, w którym uwaga odbiorcy zostaje zogniskowana na rzeczy błahe, może umniejszać ważność informacji istotnych¹⁴. Tego typu działanie ze strony nadawców należy traktować jako fałszowanie informacji.

Można w tym momencie postawić dodatkowy problem moralnej oceny informowania odbiorców przez zastosowanie półprawd lub zatajania części prawdziwych informacji w celu ochrony “wyższego dobra”, na przykład ochrony tajemnicy danych na temat osoby, wobec której toczy się dochodzenie prokuratorskie lub w celu “ochrony” opinii publicznej przed eskalacją strachu. Dotyczy to między innymi sposobów informowania o rozprzestrzenianiu się wirusa choroby zakaźnej, skutkach awarii reaktora w elektrowni jądrowej bądź osobach zamieszanych w działalność terrorystyczną. Wtedy należy rozważyć, z jednej strony – czy istnieją uzasadnione powody przekazywania jedynie części prawdy na temat dramatycznych zdarzeń, czy raczej należy pokazać całą prawdę w jej dramatyzmie po to, aby odbiorcy przekazu mogli się lepiej przygotować na zagrożenie¹⁵.

W perspektywie hermeneutycznej można przedstawione wyżej sytuacje analizować, odwołując do: (1) nośnika prawdy – fotografii, (2) etosu dziennikarza-fotoreportera oraz (3) etosu redaktora prowadzącego zamieszczające zdjęcie w gazecie lub czasopiśmie. W przypadku mediów tradycyjnych (prasa, radio, telewizja) to ostatecznie redaktor odpowiada za to, co zostanie opublikowane. W przypadku fotografii zamieszczanych na platformach internetowych fotograf jest jednocześnie osobą, która zdjęcie upublicznia. Wtedy rolę *gatekeepera* spełnia administrator strony; może on zablokować taki dostęp, na przykład, gdy zdjęcie propaguje nietolerancję rasową, nadmiernie epatuje seksem bądź namawia do stosowania przemocy. Każda fotografia umieszczona w sieci ma charakter publiczny i może być rozpatrywana z punktu widzenia etyki komunikacji medialnej. Odn-

14. Clifford G. Christians, “Social Dialogue and Media Ethics”, *Ethical Perspective* vol. 7, no. 2/3, 2000, 182–191.

15. Por. Pedro Mayer, *Prawda i rzeczywistość w fotografii*, przeł. Jacek Mikołajczyk (Gliwice: Helion, 2006), 150–161.

simy się wtedy do podstawowych wartości ważnych dla świata mediów: wolności słowa (obecnie słowa i obrazu) oraz ekonomicznej i instytucjonalnej niezależności mediów. Właściciel instytucji medialnej – biznesowy lub polityczny – często uznaje, że ma prawo do decydowania o merytorycznej zawartości przekazu przez dobór obrazów zdjęciowych i odpowiedniego komentarza. To ostatecznie powoduje, że obniża się wiarygodność mediów tradycyjnych, a w konsekwencji odbiorca poszukuje innego, najczęściej internetowego sposobu pozyskiwania informacji.

Wiarygodność/niewiarygodność to cecha przypisywana osobie (człowiek godny/niegodny zaufania), grupie społecznej (wiarygodne/niewiarygodne ugrupowanie polityczne) lub wytworom człowieka (wiarygodna/niewiarygodna informacja). W tym kontekście można mówić o fotografiach prawdziwych i niewiarygodnych, albo wiarygodnych, ale ukazujących nieprawdziwy obraz sytuacji¹⁶. Przykładem napięcia między prawdą a wiarygodnością może być fotografia martwego chłopca znalezionego na plaży w Grecji, który zginął podczas nielegalnej przeprawy. Ciało chłopca znaleziono w innym miejscu, między skałami, a pracownicy służb ratunkowych (może inspirowani przez fotografa) przenieśli go na plażę i tam wykonano zdjęcie. Następnie zdjęcie to trafiło do przestrzeni publicznej i wtedy uznano je za wiarygodny przekaz ukazujący sytuację uchodźców z Syrii, uciekających przed skutkami wojny i głodu w swojej ojczyźnie. Pod wpływem tego zdjęcia i presji opinii publicznej, która na nie zareagowała, niektóre państwa Europy Zachodniej, między innymi Niemcy i Szwecja, zdecydowały się na zaproszenie uchodźców do siebie.

Można to zdjęcie zinterpretować jako: (1) Fotograficzny obraz tragicznego losu dziecka zaplątanego w konflikty ludzi dorosłych. Dramatyzm wojny lub nieszczęścia pokazany przez pryzmat ofiar dzieci jest dla medialnego odbiorcy bardziej wzruszający od podobnego losu osób dorosłych. (2) Element propagandy politycznej, której celem jest destabilizacja sytuacji politycznej i gospodarczej w Europie bądź przygotowanie do drenażu dobrze wykształconych pracowników z Bliskiego Wschodu i zatrudnienia ich w Europie. (3) Manipulację reporterską w celu zdobycia atrakcyjnego zdjęcia, które trafi na okładkę poczytnego czasopisma i wzbudzi emocjonalną reakcję odbiorców, co przełoży się ostatecznie na lepszą rozpoznawalność tytułu prasowego i większe zyski. W celu znalezienia wykładni interpretacyjnej należy uwzględnić wiele czynników, które pozwalają na adekwatne “odczytanie” zdjęcia.

Zdaniem André Rouillégo, jednego ze współczesnych badaczy kultury wizualnej, czynności mechaniczne związane z fotografią mogą być wyznacznikami prawdy

16. Zob. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej* (Kraków: Wydawnictwo UJ, 2010), 71–77.

wyłącznie wtedy, gdy udział człowieka w tworzeniu obrazu jest jak najmniejszy¹⁷. To kryterium jest jednak nieadekwatne. Obecnie fotograf w dużym stopniu może wpływać na fotografię, można ją retuszować, poprawiać, remiksować, usuwać lub dodawać nowe elementy, poprawiać jakość obrazu, wpływać na estetykę przekazu. Niektóre zabiegi techniczne sprawiają, że mamy wrażenie prawdziwości i wiarygodności przedstawianych sytuacji, chociaż fotografia użyta do ich przedstawienia została poddana technicznej obróbce. Niektóre z tzw. oszustw fotograficznych wynikają z przyczyn kognitywnych – mózg odbiorcy jest w stanie zinterpretować płaskie zdjęcie jako trójwymiarowe. Inne “zafalszowania” wynikają z powodów technicznych, jesteśmy w stanie wyodrębnić wybraną scenę z szerszego tła i nadać jej nowe znaczenie, na przykład wyróżniony fragment może być intrygujący, chociaż jego tło było nieciekawe; możemy też powiększyć ten fragment, w ten sposób nadając mu nowe znaczenie. W konsekwencji fotografia będzie inaczej odczytywana przez odbiorców.

W perspektywie kognitywnej uznaje się, że widzenie to aktywność oka i aktywność mózgu, ujęta w dwóch perspektywach – “widzenie dla percepcji” i “widzenie dla działania”¹⁸. Oba aspekty widzenia odgrywają ważną rolę we współczesnej komunikacji wizualnej – chodzi o to, aby skupić wzrokowo-mózgową uwagę odbiorcy i wywołać określoną reakcję – ruch oka, impuls mózgowy, który następnie dociera do ręki i powoduje określone działanie. Zatem jeżeli jakąś fotografię uznajemy za prawdziwą i wiarygodną, to znaczy, że zgadza się ona z obrazem świata, w jakim zanurzony jest odbiorca przekazu.

Przykładem tej zależności może być zdjęcie wykonane przez Kevina Cartera, pod tytułem *Struggling Girl*, przedstawiające małą, wychudzoną dziewczynkę, do której zbliża się sęp. Fotografia ta przyniosła autorowi nagrodę Pulitzera w 1993 roku i sławę. Później jednak zarzucono fotoreporterowi bezdusność; oceniano, że zamiast pomóc małemu dziecku, skupił się zrobieniu “ciekawego” zdjęcia. Kontekst był inny, sytuacja miała miejsce blisko miejsca wydania posiłków, matka dziewczynki pobiegła odebrać pomoc żywnościową i na chwilę zostawiła ją samą. Kiedy fotograf robił zdjęcie, przyleciał sęp i usiadł w pewnej odległości za dzieckiem. Na zdjęciu wydaje się, że sęp siedzi blisko dziewczynki, co nadaje zdjęciu dodatkowego dramatyzmu. “Czytamy” ten fotograficzny obraz przez widok porzuconego, skazanego na śmierć dziecka i domyślamy się obecności pozbawionego empatii fotografa. Z jednej strony nagrodzona fotografia, jak i sam Kevin Carter, stała się przedmiotem krytyki, a z drugiej zdjęcie jest zapisem

17. Zob. André Rouillé, *Między dokumentem a sztuką współczesną*, przeł. Oskar Hedemann (Kraków: Universitas, 2007), 63–64.

18. Por. Grzegorz Króliczak, Szymon Biduła, “Widzenie”, w: *Przewodnik po kognitywistyce*, red. Józef Bremer (Kraków: Wydawnictwo WAM, 2016), 367–390.

dramatu konfliktów etnicznych i religijnych w Afryce, które wywołało reakcję współczucia ze strony mieszkańców bogatej Północy. W konsekwencji fotografia ta pomogła w zbieraniu pieniędzy na pomoc dla mieszkańców Sudanu południowego¹⁹. Z analizy tego przykładu wynika, że oglądanie to także interpretacja; tutaj założenia (przedsądy, przesady) wpływają na odczytanie fotografii. Analizy dotyczące hermeneutyki obrazu fotograficznego należy powiązać z koncepcją obrazu świata i związanych z nim reguł widzenia.

Prawda i interpretacja obrazu świata

Vilém Flusser zaproponował następującą definicję fotografii:

[J]est to obraz wytworzony i dystrybuowany przez aparaty zgodne z programem, którego pozorną funkcją jest informowanie. Każde z podstawowych pojęć [obraz, aparat, program, informacja – M.W.] zawiera dalsze pojęcia. Obraz obejmuje magię, aparat obejmuje automatyzm i grę, program obejmuje przypadek i konieczność, zaś informacja obejmuje symbol i nieprawdopodobieństwo. Prowadzi to do rozszerzonej definicji fotografii: jest to obraz magicznego stanu rzeczy automatycznie wytworzony i dystrybuowany przez programowane aparaty w trakcie gry, opierającej się na przypadku oraz konieczności, którego symbole powodują nieprawdopodobne zachowania odbiorców²⁰.

Zaproponowana definicja sugeruje, że fotografowanie jest złożonym procesem, w którym istotną rolę odgrywa podmiot fotografujący, aparat – jego techniczna konstrukcja i możliwości – oraz obiekty i osoby fotografowane w określonych sytuacjach, a także to, jaką rzecz, osobę, zdarzenie fotograf uznaje za godną sfotografowania, co przyciąga jego uwagę.

Aparat fotograficzny to w pewnym sensie aparat sprawowania władzy nad społeczną imaginacją, tworzenia i rozumienia obrazu świata. Szczególnie dotyczy to tych miejsc i sytuacji, w których nie byliśmy. Według Flussera obrazy to powierzchnie, które wywołują reakcję zmysłu wzroku, a aparaty to urządzenia techniczne służące do ich rejestrowania. Fotograf jest w pewnym sensie funkcjonariuszem aparatu fotograficznego, jego działanie podlega dyrektywom wykonywania zdjęć²¹. Wola właściciela aparatu jest wtórna wobec cyfrowych aspektów procesu fotografowania, a także społecznych reżimów postrzegania, czyli tego, co potencjalny odbiorca

19. Greg Marinovich, João Silva, *Bractwo Bang Bang*, przeł. Wojciech Jagielski (Kraków: Wydawnictwo Sine Qua Non, 2012), 145–148.

20. Vilém Flusser, *Ku filozofii fotografii*, przeł. Jacek Maniecki (Katowice: Akademia Sztuk Pięknych, 2004), 66.

21. Zob. Vilém Flusser, *The Surprising Phenomenon of Human Communication* ([bmw] Metaflux Publishing, 2016), 45–47.

obrazu może uznać za godne zainteresowania. Społeczeństwo komunikacyjne wytwarza określoną przestrzeń symboliczną, która uwiarygadnia określone obrazy wizualne, nadaje im znacznie. Niektóre z obrazów wydają się bardziej prawdopodobne niż inne, niektórym bardziej wierzymy, a wobec innych jesteśmy nieufni, niejako mimo tego, że pokazują prawdę²². Niekiedy prawda i wiarygodność do siebie nie przystają.

Pomysł opisanego zbioru poglądów, stanowiącego kontekst dla ludzkiego rozumienia świata, z którego w równym stopniu czerpią teorie, jak i społeczne reguły oglądania pochodzi od Martina Heideggera i jego koncepcji światooobrazu²³. We współczesnym światooobrazie decydującą rolę odgrywa technika, szczególnie fotografia i film. Możemy zapisywać i przekazywać obrazy fotograficzne na niespotykaną wcześniej skalę. W tym kontekście William J. T. Mitchell pisał:

Podwójna świadomość obrazów jest głęboką i trwałą cechą ludzkich reakcji na reprezentacje. [...] Jednocześnie chciałbym sugerować, że postawy wobec obrazów są niezienne albo, że nie istnieją w tej kwestii istotne różnice pomiędzy kulturami, pomiędzy epokami historii i epokami rozwoju²⁴.

Dotyczą one sztuki, odczytywania ikon religijnych, ikon współczesnej polityki i kultury, stereotypów rasowych, a współcześnie ze względu na potrzebę wizualizowania odkryć naukowych dotyczą także nauki. Mamy tutaj na uwadze nie tyle samą naukę, ile społeczne uznanie dla teorii naukowych. Sponsorzy zazwyczaj wspierają te programy badań naukowych, które są „głośne” medialnie. Wiedza, będąca efektem pracy naukowców, potrzebuje wiarygodnych wizualizacji.

Relację między widzeniem a obrazem świata zawartym w ludzkim umyśle można opisać, odwołując się do klasyka filozofii nowożytnej George’a Berkeleya. Stworzył on pojęcie „obrazu” jako czegoś, co wynika z przedstawiania sobie przez człowieka idei przedmiotu w umyśle. W wersji uproszczonej sprowadza się to do zasady „istnieć, znaczy być postrzeganym”. W słabszej wersji interpretacji tego wyrażania można uznać, że widzenie jest odczytywaniem sensu, czyli „widzeniem” rzeczy w odniesieniu do innych rzeczy i idei tych rzeczy w umyśle²⁵. Odkrycie Berkeleya polegające na połączeniu postrzegania z obrazem świata

22. Zob. Vilém Flusser, *Kultura pisma. Z filozofii słowa i obrazu*, przeł. Przemysław Wiatr (Warszawa: Wydawnictwo Aletheia, 2018), 251–264.

23. Por. Martin Heidegger, „Czas światooobrazu”, w: *Budować, myśleć, mieszkać. Eseje wybrane*, red. Krzysztof Michalski, przeł. Krzysztof Wolicki (Warszawa: Czytelnik, 1977), 128–130.

24. Mitchell, *Czego chcą obrazy...*, 46.

25. Zob. George Berkeley, „An Essay towards A New Theory of Vision. Theory of Vision Vindicated and Explained”, 147, w: *The Works of George Berkeley, Bishop of Cloyne*, ed. A. A. Luce and T. E. Jessop (London–Edinburgh–Paris–Melbourne–Toronto–New York, 1948–1957), 129–130.

w umyśle (zbiór idei) stało się przedmiotem pogłębionych analiz kognitywnych oraz teoretyków kultury wizualnej. Postrzeganie przedmiotów zależy od tego, w jakim sensie rzeczy mają dla nas znaczenie, stanowią przedmiot zainteresowania, dlaczego są dla odbiorcy ciekawe, intrygujące, przerażające lub zabawne. To, co wywołuje zainteresowanie, jest lepiej dostrzegane i trwalej zapamiętywane. Obiekty istniejące dla nas to te, które postrzegamy, wydobywamy je z chaosu informacji. Prawidłowości dotyczące reguł postrzegania są wykorzystywane przez twórców reklam, kampanii społecznych, politycznych, ale także edukatorów, tworzących nowe sposoby przyswajania skomplikowanych treści²⁶.

“Obraz świata”, w jaki jesteśmy mentalnie zanurzeni, jest dla nas na tyle oczywisty, że nie dostrzegamy jego historycznego charakteru oraz interpretacyjnych ograniczeń. Obraz rzeczywistości jest w pewnym sensie jej reprezentacją; składają się na nią wiedza, kultura danego czasu, przekonania uświadomione bądź nieuświadomione, aktywności i teorie naukowe, strategie dotyczące codziennych czynności, na przykład praktyki religijne, oraz utrwalone zachowania społeczne. Aspekty stanowiące obraz świata nie są logicznie ze sobą powiązane, ale stanowią zbiór założeń dotyczących obrazu świata. Gadamer tego typu elementy zawarte w obrazie świata określił jako *przedsądy*, bądź *przesądy*. Nie powinniśmy im biernie ulegać, należy jednak uświadamiać sobie ich wpływ na nasze indywidualne i społeczne rozumienie świata.

W nastawieniu hermeneutycznym mamy czynienia ze szczególnym rozumieniem prawdy powiązanej z komunikacją. W jednym ze swoich esejów Hans-Georg Gadamer pisał:

To, co nazywamy prawdą, otwartość, nieskrytość rzeczy, ma swoją własną czasowość i swoją dziejowość. W trakcie wszystkich zabiegów o prawdę spostrzegamy ze zdumieniem, że nie możemy powiedzieć [pokazać – M.W.] prawdy, nie zwracając się do kogoś i nie odpowiadając komuś, a przeto bez wspólnoty uzyskanego porozumienia. Ale najbardziej zdumiewające w istocie języka i rozmowy jest to, że kiedyś z kimś o czymś rozmawiam, nie jestem wcale związany z tym, co sądzę, że nikt z nas nie obejmuje swoim sądem całej prawdy, ale że niejako cała prawda obejmuje nas obu, w tym, co każdy z osobna sądzi. Hermeneutyka na miarę naszej dziejowej egzystencji miałaby za zadanie rozwinąć te związki sensu języka i rozmowy, które rozgrywają się ponad nami²⁷.

Metoda hermeneutyczna dotyczy procesu rozumienia, na który składają się historyczność i dziejowość ludzkiego bycia w świecie, współbycie z innymi

26. Keith Moxley, “Studia wizualne a zwrot ikoniczny”, przeł. Marcin Korzewski, w: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. Małgorzata Boguni-Borowska, Piotr Sztompka (Kraków: Znak, 2012), 139–156.

27. Hans-Georg Gadamer, *Rozum, słowo, dzieje. Szkice wybrane*, red. Krzysztof Michalski, przeł. Małgorzata Łukasiewicz, Krzysztof Michalski (Warszawa: PIW, 2000), 51.

– relacje społeczne oraz indywidualne doświadczenia nadawcy i odbiorcy informacji. Prawda jest tutaj odkrywana w kontekście komunikowania między osobami. Przedmiotem wymiany mogą być słowa, ale także obrazy wyposażone w symboliczny sens, którego treści wychodzą poza to, co przedstawiają. Ta komunikacja może być zapośredniczona przez urządzenia techniczne, a współcześnie fotografia stanowi określony wymiar tej komunikacji. Istotą hermeneutyki jest ukazanie obrazu językowego jako obrazu świata. Gadamer przyrównuje to do “gry z językiem lub atakującymi nas treściami doświadczenia świata lub treściami przekazu, które nas zagadują, coś proponują i wycofują się, aby ponownie sprowokować do zadania kolejnego pytania”²⁸. W ujęciu autora artykułu nastawienie hermeneutyczne polega na podjęciu gry z obrazami fotograficznymi, które zmuszają nas do myślenia na temat naszej sytuacji egzystencjalnej i kondycji świata z naszego otoczenia. Język obrazów obejmuje manifestacje znaczenia symbolicznego słów i zdarzeń. Okrywanie tego znaczenia wymaga twórczego wysiłku interpretatora.

Hermeneutyka obrazów wiąże się z rozwojem kompetencji interpretacyjnych, do sztuki interpretowania słów dodajemy umiejętność interpretowania obrazów. Chodzi szczególnie o wrażliwość na bodźce zmysłowe – zmysł obrazu (*image sense*) i specyficzna inteligencja ikoniczna umożliwiającą badanie wielu warstw znaczeń kryjących się w fotografii. Słowo jest wtedy rozumiane, jako “patrzenie przez”, staje się czymś przezroczystym, jego zadanie polega na tym, aby pomóc i przyspieszyć “wejście” w strukturę przekazu informacyjnego²⁹. W zależności między słowem i obrazem, ten ostatni jest czymś, co prowokuje do rozumienia (“czytania”). Na hermeneutykę obrazu fotograficznego składają się następujące elementy: taktyki wizualne (reguły przedstawiania i odbioru informacji), modele dyskursu przy użyciu obrazów w przestrzeni publicznej, racjonalność i emocjonalność przekazu, figuratywność postaci oraz cyfrowe sposoby rejestrowania i przetwarzania obrazów. Zdaniem Mitchella w hermeneutyce obrazów chodzi o krytyczne zestawienie modelu “obrazu” z modelem “wypowiedzi”, które w istocie stanowią odmiany równoprawnych aspektów komunikowania. “Widzenie” rozumiejące jest konstruktem kulturowym, niepodarowanym nam w sposób naturalny, ale jest czymś wyuczonym, co stale się rozwija. W tym kontekście prawda jest czymś, co się nam odsłania w procesie dokładania kolejnych elementów do wcześniejszego obrazu³⁰.

28. Zob. Hans-Georg Gadamer, *Prawda i metoda. Zarys hermeneutyki filozoficznej*, przeł. Bogdan Baran (Kraków: Wydawnictwo Inter esse, 1993), 441.

29. Zob. Mitchell, *Czego chcą obrazy...*, 111–112.

30. Mitchell przyznawał się do inspiracji teorią hermeneutyczną Gadamera, ale tej kwestii nie rozwijał. Por. Boehm, Mitchell, *Zwrot obrazowy a zwrot ikoniczny: dwa listy...*, 101–103.

W podobnym sensie pisała o samej już fotografii Susan Sontag. Twierdziła, że rzeczywistość widzimy, rozumiemy, ale także oceniamy przez “okulary fotografii”. Do większości miejsc przez nas oglądanych nie docieramy, wyrabiamy sobie pogląd na ich temat na podstawie fotografii lub filmu. Na fotografii lub filmie zdarzenia wydają się mieć bardziej dramatyczny przebieg niż w rzeczywistości. Zgodnie z nastawieniem hermeneutycznym Sontag uznaje, że przy pomocy fotografii zapisujemy nasze doświadczenia oraz zyskujemy dostęp do doświadczeń innych ludzi, dzięki nim odnajdujemy wspólnotę doświadczeń³¹. Przez świat obrazów możemy powtórnie przeżywać zdarzenia, przywoływać je z naszej pamięci. Gdy zmienia się nasze pojęcie rzeczywistości, zmienia się też rozumienie obrazów i odwrotnie – zmieniają się też obrazy, które służą nam do opisanie rzeczywistości. Trwałość fotografii, szczególnie fotografii cyfrowej, stanowi uzupełnienie dla nietrwałości ludzkiej pamięci. Oczywiście są takie zdarzenia, że chcielibyśmy, aby się zachowały, i takie, o których chętnie byśmy zapomnieli.

Etyczna konkluzja

Należy uznać, że fotografia wpływa na nasz obraz świata. Z jednej strony ze względu na uniwersalność i przystępność przekazu komunikacyjnego obrazy ułatwiają przyswajanie skomplikowanych treści – to niewątpliwie coś pozytywnego. Z drugiej strony “zastępowanie” słów obrazami może prowadzić do banalizacji treści przekazu, eliminacji z procesu komunikacji tych aspektów informacji, których nie da się wyrazić obrazem, bądź uprościć do piktorialnego skrótu.

W odniesieniu do wcześniejszych analiz dotyczących prawdziwości i wiarygodności obrazu fotograficznego można sformułować kilka wskazań ujętych w duchu etyki odpowiedzialności, jakich powinniśmy przestrzegać w komunikacji przy użyciu słów i obrazów:

(1) Zachować krytycyzm w odbiorze wszelkich informacji, w tym szczególnie fotografii, ze względu często stosowane praktyki manipulacyjne stosowane w komunikacji wizualnej.

(2) Zadbaj o rozumienie; należy wiedzieć, że każde zdjęcie umieszczone w przestrzeni medialnej jest związane z jego interpretacją niezależną od intencji nadawcy.

(3) Dystansować się do emocjonalnego charakteru przekazu; zadbaj o to, aby fotografia była zaopatrzona w odpowiedni komentarz słowny, bez niego może ona wywołać niepożądaną przez nadawcę reakcję u odbiorcy.

31. Zob. Susan Sontag, *O fotografii*, przeł. Sławomir Magała (Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2017), 26–28.

(4) Starać się poznać kontekst historyczny, społeczny, polityczny wykonanego zdjęcia, a w przypadku umieszczenia zdjęcia w przestrzeni publicznej przekazać odbiorcom informację na temat tego kontekstu.

(5) Mieć świadomość wpływu medialnych wzorów osobowych (komentatorów, celebrytów) na ocenę wiarygodności przekazu medialnego; celebrytizm obniża wiarygodność przekazu.

(6) Nie wykorzystywać wizerunku osób publicznych bez ich zgody, nie przetwarzać tych wizerunków w celach rozrywkowych.

(7) Nie traktować tragedii, nieszczęść ludzkich jak widowisk, których pokazywanie ma celu przyciągnięcie uwagi, zwiększenia atrakcyjności obrazów ("klikalności") w przypadku nowych mediów.

(8) Być odpowiedzialnym za słowo i obraz, dbać o prawo dostępu do prawdziwych informacji, a jednocześnie szanować wrażliwość moralną, estetyczną, religijną odbiorców tych informacji.

(9) Profesjonalni nadawcy powinni dbać o prawdziwość i wiarygodność przekazywanych informacji, w tym obrazów fotograficznych, niezależnie od presji czasu, instytucji medialnych i ciągłego poszukiwania atrakcyjnego materiału wizualnego.

(10) Profesjonalizm nadawcy wymaga także adekwatnego powiązania obrazu ze słowem, błędy w tym zestawieniu wpływają na ukształtowanie fałszywego obrazu świata odbiorców przekazu.

Bibliografia

- Berkeley, George. "An Essay towards a New Theory of Vision. Theory of Vision Vindicated and Explained", 147. W: *The Works of George Berkeley, Bishop of Cloyne*, red. A. A. Luce and T. E. Jessop. London–Edinburgh–Paris–Melbourne–Toronto–New York, 1948–1957.
- Bennett, Bruce M., Donald D. Hoffmann, Chetan Prakash. *Observer Mechanics. A Formal Theory of Perception*. New York: Academic Press, 1989.
- Boehm, Gottfried, William J. T. Mitchell. "Zwrot obrazowy a zwrot ikoniczny: dwa listy", przeł. Kaja Gadowska. W: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. Małgorzata Boguni-Borowska, Piotr Sztompka, 94–117. Kraków: Znak, 2012.
- Christians, Clifford G. "Social Dialogue and Media Ethics". *Ethical Perspective*, vol. 7, no. 2/3, 2000, 182–191.
- Flausser, Vilém. *Ku filozofii fotografii*, przeł. Jacek Maniecki. Katowice: Akademia Sztuk Pięknych, 2004.
- Flausser, Vilém. *Kultura pisma. Z filozofii słowa i obrazu*, przeł. Przemysław Wiatr. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia, 2018.
- Flausser, Vilém. *The Suprising Phenomenon of Human Communication*. [bmw] Metaflux Publishing, 2016.
- Gadamer, Hans-Georg. *Prawda i metoda. Zarys hermeneutyki filozoficznej*, przeł. Bogdan Baran. Kraków: Wydawnictwo Inter esse, 1993.
- Gadamer, Hans-Georg. *Rozum, słowo, dzieje. Szkice wybrane*, red. Krzysztof Michalski, przeł. Małgorzata Łukasiewicz, Krzysztof Michalski. Warszawa: PIW, 2000.
- Grobler, Adam. "Prawda, jej namiastki i paradoksy z tym związane". W: *Przewodnik po epistemologii*, red. Renata Ziemińska, 19–52. Kraków: Wydawnictwo WAM, 2013.
- Heidegger, Martin. "Czas światoobrazu". W: *Budować, myśleć, mieszkać. Eseje wybrane*, red. Krzysztof Michalski, przeł. Krzysztof Wolicki. Warszawa: Czytelnik, 1977.
- Hudzik, Jan P. *Wykłady z filozofii mediów. Podstawy nauk o komunikowaniu*. Warszawa: PWN, 2017.
- Konopacka, Sylwia. "Wirtuozeria iluzji, czy wierne oddawanie walorów rzeczywistości – problematyka prawdy na przykładzie konkursu World Press Photo". *Kultura – Media – Teologia* nr 5/2011, 46–59.
- Króliczak, Grzegorz, Szymon Biduła. "Widzenie", w: *Przewodnik po kognitywistyce*, red. Józef Bremer, 367–390. Kraków: Wydawnictwo WAM, 2016.
- Marinovich, Greg, João Silva. *Bractwo Bang Bang*, przeł. Wojciech Jagielski. Kraków: Wydawnictwo Sine Qua Non, 2012.
- Mayer, Pedro. *Prawda i rzeczywistość w fotografii*, przeł. Jacek Mikołajczyk. Gliwice: Helion, 2006.
- Moxley, Keith. "Studia wizualne a zwrot ikoniczny", przeł. Marcin Korzewski. W: *Fotospołeczeństwo. Antologia tekstów z socjologii wizualnej*, red. Małgorzata Boguni-Borowska, Piotr Sztompka, 139–156. Kraków: Znak, 2012.

- Mitchell, William J. T. *Picture Theory*. Chicago: Chicago University Press, 1994.
- Mitchell, William J. T. "Showing Seeing: A Critique of Visual Culture". W: *Art History, Aesthetics, Visual Studies*, red. Micheal Ann Holly, Keith Moxey, 231–250. New Haven–London: Sterling and Francine Clark Art Institute, Yale University Press, 2002.
- Mitchell, William J. T. *Czego chcą obrazy? Pragnienia przedstawień, życie i miłości obrazów*, przeł. Łukasz Zaremba. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, 2015.
- Ogonowska, Agnieszka. "Kultura, komunikacja i kompetencja wizualna w kontekście wybranych zagadnień współczesnej humanistyki". W: *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. Emanuel Kulczycki, Michał Wendland, 53–68. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Filozofii, 2012.
- Osika, Grażyna. *Tożsamość osobowa w epoce cyfrowych technologii komunikacyjnych*. Kraków: Universitas, 2016.
- Rouillé, Andre. *Między dokumentem a sztuką współczesną*, przeł. Oskar Hedemenn. Kraków: Universitas, 2007.
- Sontag, Susan. *O fotografii*, przeł. Sławomir Magala. Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2017.
- Szymanek, Krzysztof. *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny*. Warszawa: PWN, 2004.
- Wiatr, Przemysław. *W cieniu posthistorii. Wprowadzenie do filozofii Viléma Flusera*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK, 2018.
- Woleński, Jan. *Epistemologia. Poznanie, prawda, wiedza, realizm*. Warszawa: PWN, 2005.
- Woleński, Jan. "Historia pojęcia prawdy". W: *Przewodnik po epistemologii*, red. Renata Ziemińska, 53–86. Kraków: Wydawnictwo WAM, 2013.
- Wolny-Zmorzyński, Kazimierz. *Jaka informacja? Rzecz o percepcji fotografii dziennikarskiej*. Kraków: Wydawnictwo UJ, 2010.
- Zawojski, Piotr. *Elektroniczne obrazoswiaty. Między sztuką a technologią*. Kielce: Wydawnictwo Szumacher, 2000.
- Zawojski, Piotr. *Cyberkultura. Syntopia sztuki, nauki i technologii*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2018.