

TOMASZ BIERKOWSKI

Złożone relacje nadawca–odbiorca oraz tekst–obraz w publikacjach traktujących o dziele sztuki

Coraz częściej publikacja traktująca o dziele sztuki, projekcie artystycznym lub samym artyście staje się książką naukową. Klasyczna definicja katalogu lub albumu towarzyszącego wystawie ulega modyfikacji: pełni on jednocześnie funkcję monografii lub zbioru tekstów krytycznych. Wydaje się, że skala tego zjawiska jest nieporównywalna z latami ubiegłymi i że proces ten nosi znamiona stałej zmiany. Oczywiście, równolegle do tego nowego nurtu wciąż funkcjonują typowe katalogi wystawowe, niemniej jednak bardzo interesująca jest różnorodność w konstruowaniu narracji o artyście/dziele sztuki. Instytucje kultury będące wydawcami przykładają coraz większą wagę do doboru autorów tekstów, redakcji, jakości tłumaczeń, poprawności przypisów, biogramów, katalogów prac czy indeksów — i wreszcie do wyboru projektanta¹, a także formy edytorskiej². Bogata i zróżnicowana zawartość determinuje strukturę wizualną publikacji i wpływa na jej projekt graficzny. Co również godne uwagi, obszerna analiza i wielokontekstowe omówienie problemu czasem stanowi wręcz warstwę dominującą katalogu³, wykraczając poza funkcję komentarza do zbioru reprodukcji. Teksty zamieszczane w obecnie publikowanych katalogach dotyczą wielu

¹ Coraz częściej projekty realizowane dla polskich instytucji kultury mają doskonałą jakość; ich autorami stają się świetni projektanci, którzy wręcz zabiegają o tego typu zlecenia. Sytuacja ta zaczyna przypominać realia zachodnie, na przykład na wystawie *Najpiękniejsze książki Szwajcarii 2008–2009* większość prezentowanych i wyróżnionych w ten sposób publikacji była zrealizowana dla instytucji kultury.

² O dynamice zmian w Polsce może świadczyć rosnąca liczba zgłoszeń na konkurs *Najpiękniejsze Książki Roku*, organizowany przez Polskie Towarzystwo Wydawców Książek, oraz zaskakująco duże zainteresowanie i uczestnictwo w pierwszej edycji Konkursu Albumów i Katalogów o Sztuce, zorganizowanego przez Fundację na rzecz Sztuki „Reminiscencie”, a także festiwal Sztuka i Dokumentacje w Łodzi.

³ Przykładem są polskie katalogi na Biennale Sztuki w Wenecji 2008 i 2010 czy katalog *Pomnikoterapia* poświęcony projekcji Krzysztofa Wodiczki w Warszawie w 2007 roku, wszystkie wydane przez Zachętę Narodową Galerię Sztuki.

aspektów (na przykład kontekstów społecznych, kulturalnych, politycznych, historycznych) związanych z dziełem lub projektem artystycznym, a ich autorami bywają naukowcy bądź specjaliści z różnych dziedzin, niekoniecznie związanych ze sztukami wizualnymi. Łączy się z tym występowanie dodatkowej warstwy ikonograficznej w postaci towarzyszących tekstom ilustracji.

W takim przypadku poza merytorycznymi następują także zmiany w proporcjach tekstu i reprodukcji — względem najczęściej stosowanych w tak zwanych wydawnictwach albumowych — oraz objętości (pozycje stają się obszerniejsze). Zmieniają się ponadto format i cechy fizyczne: publikacje poświęcone dziełom sztuki lub projektom artystycznym tracą albumowy — nie tylko w sensie merytorycznym, ale i wizualnym — charakter, stają się poręczniejsze, zbliżone do formatu książkowego, bardziej przyjazne użytkownikowi. Okazuje się, że funkcjonalność tych publikacji — w tym „komfort przyswajania tekstu”⁴ — nierzadko wzrasta proporcjonalnie do ograniczeń wynikających z dużej ilości informacji czy stopnia komplikacji struktury intelektualnej zawartości. Jakże wspaniały paradoks! Współczesna publikacja poświęcona dziełom sztuki — równoległe z korzystnymi zmianami natury projektowej czy edytorskiej ułatwiającymi zrozumienie złożonych informacji — równie często poszerza swoje dotychczasowe funkcje merytoryczne poprzez łączenie w sobie cech albumu, katalogu, książki naukowej, a czasem książki autorskiej lub artystycznej (w dobrym tego słowa znaczeniu). Ze względu na wagę przedsięwzięcia, jakim jest obecnie tworzenie publikacji poświęconych dziełu sztuki lub artyście, dotychczasowe, powszechnie używane pojęcie „katalog” uległo redefinicji, a przynajmniej znacznie poszerzyło swoje pierwotne znaczenie. Z tego powodu w naturalny sposób pojawia się pytanie o rolę projektowania graficznego — jako narzędzia komunikacji tworzącego język opisu problemu poruszanego przez redaktorów i autorów tekstów. W tym szczególnym rodzaju komunikacji wizualnej warto się też zastanowić nad zadaniami, jakie stoją przed projektantem i redaktorem naukowym (którym może być na przykład kurator wystawy), w kontekście relacji zachodzących między nadawcą a odbiorcą w procesie nadawania, odbioru i zrozumienia informacji.

Bardzo pomocne może się okazać porównanie dwóch wybranych definicji projektowania graficznego i odniesienie ich głównych założeń do omawianej problematyki. Według profesora Jorga Frascary — wybitnego projektanta, krytyka i wykładowcy — projektowanie graficzne to „organizowanie komunikacji wizualnej w społeczeństwie”⁵. Twierdzi on również, że celem projektowania gra-

⁴ Określenie „komfort przyswajania tekstu” pochodzi z tłumaczenia angielskiego terminu *readability*, inaczej: „miara tego, na ile dany tekst dostarcza łatwej i przyjemnej lektury” — J. Felici, *Kompletny przewodnik po typografii. Zasady doskonałego składania tekstu*, przeł. M. Kotwicki, P. Biłda, Gdańsk 2006, s. 332, 342. Terminu *readability* nie należy mylić z *legibility*, który oznacza „czytelność, łatwość i dokładność percepcji form znaków oraz wyrazów z nich zbudowanych”, „rozpoznawalność” — *ibidem*.

⁵ Por. J. Frascara, *Graphic design: fine art or social science?*, [w:] *The Idea of Design*, red. V. Margolin, R. Buchanan, Cambridge, Massachusetts 1998, s. 46 (o ile nie oznaczono inaczej, wszystkie tłumaczenia T.B.).

ficznego nie jest jedynie odebranie komunikatu, lecz także zaspokojenie potrzeb odbiorców, a są nimi modyfikacje postaw i zdolności, z kolei jakość projektu graficznego „wyraża się w zmianach, jakie zachodzą u odbiorcy na skutek kontaktu z komunikatem”⁶. Do zadań Frascara zalicza także „redukcję złożonego procesu, jakim jest czytanie i zrozumienie”⁷. Według definicji przyjętej przez międzynarodową radę projektantów grafiki użytkowej ICOGRADA⁸ projektowanie graficzne to „działanie intelektualne, techniczne i twórcze, skupiające się nie tylko na tworzeniu obrazów, ale również na analizie, organizacji oraz metodach prezentacji wizualnej, służących rozwiązywaniu problemów w komunikowaniu”⁹. Krótko, ale za to dobitnie teoretycy designu definiują także odpowiedzialność projektanta, równocześnie odnosząc się do jego zadań: „projektant przede wszystkim jest odpowiedzialny wobec potrzeby, problemu i odbiorców”¹⁰. Jakże ważne są to stwierdzenia, które jasno i wyraźnie wyznaczają zadania redaktora naukowego i projektanta publikacji, zwłaszcza gdy treść stanowi zróżnicowany pod wieloma względami materiał tekstowy i ikonograficzny obecny w tworzeniu publikacji traktujących o dziele sztuki. Określają one cel (rozwiązywanie problemów w komunikowaniu czy też przekazywanie prawdy dzięki adekwatnej narracji wizualnej), metodę (czynność intelektualna, techniczna i artystyczna), wskazują na adresata (odbiorcę) oraz miejsce i rolę (kontekst społeczny).

Definicje, które tu przytoczono, pochodzą z różnych lat, a ich autorami są projektanci specjalizujący się w różnych dziedzinach projektowania, dlatego też warto podkreślić, że odnoszą się do każdej gałęzi projektowania graficznego, niezależnie od rodzaju, treści tworzonego komunikatu czy stopnia skomplikowania jego problemu projektowego. Elementami wspólnymi, kwestiami, które się w zacytowanych definicjach powtarzają, są: funkcja, osoba odbiorcy, a także właściwy opis procesu komunikacji, czego niestety najczęściej brakuje przy omawianiu problematyki tworzenia publikacji poświęconych dziełom sztuki. Pracując nad publikacją — w najlepszym wypadku — rozmawia się o tym, czym ma ona być, jakie treści ma przekazywać, w jaki sposób wskazać na to, co najbardziej znaczące w dziele danego artysty, jednak w dyskursie tym najczęściej brakuje odbiorcy. I nie chodzi tu bynajmniej o jakiegokolwiek czysto formalne, niepragmatyczne gesty w jego kierunku, lecz o sprawy zasadnicze związane z procesem komunikacji. Jeśli pominąć odbiorcę i jego specyfikę, wszelkie decyzje projektowe, ale także redakcyjne, związane z narracją stają się nieprecyzyjne, przypadkowe, a w ostateczności mogą się okazać kompletnie nietrafione. „Odbiorca jest aktyw-

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*.

⁸ Międzynarodowa Rada Stowarzyszeń Grafików Projektantów (The International Council of Graphic Design Associations), założona w roku 1963.

⁹ Komunikacja jest podstawową zasadą projektowania graficznego. Projektowanie graficzne zajmuje się wypracowywaniem skutecznych sposobów budowania znaczenia i przekazywania informacji odbiorcy. Jest komunikującym wizualnie mostem między przekazem a odbiorcą, por. <http://www.icograda.org/feature/current/articles1706.htm> (dostęp: 20 grudnia 2011).

¹⁰ Por. S. Heller, *Citizen Designer*, New York 2003, s. 10.

nym uczestnikiem procesu komunikacyjnego”¹¹ i to jego możliwości percepcyjne, wiedza, doświadczenie winny determinować środki przekazu użyte w skierowanych do niego komunikatach. Chyba zbyt często zapomina się, że odbiorca jest w stanie przyjąć i przyswoić wyłącznie te informacje, które można odnieść do istniejących struktur. Powinni o tym pamiętać nie tylko projektanci, lecz również kuratorzy projektów artystycznych, autorzy publikacji oraz współpracujący z nimi redaktorzy. Jeśli projektant jest pośrednikiem między nadawcą a odbiorcą, to powinna go obowiązywać asymetria w relacjach nadawca–odbiorca, wyraźne postawienie akcentu na tego ostatniego.

Projektanci oraz kuratorzy i redaktorzy naukowci — być może ze względu na nieoczywisty, wręcz nienarzucający się pragmatyzm treści dotyczących tematyki artystycznej — często nie traktują projektowania publikacji poświęconych sztuce jako pełnoprawnej dziedziny projektowania graficznego, która kieruje się takimi samymi zasadami zarówno w procesie percepcji i zrozumienia informacji, jak i pełnionych funkcji społecznych. Pełnoprawnej w tym znaczeniu, że skoro od jakości projektu publikacji poświęconej dziełu artystycznemu nie zależy bezpieczeństwo czy życie użytkownika (jak jest na przykład w wypadku instrukcji zażywania lekarstw czy obsługi urządzenia), można pokusić się o inne kryteria oceny, przykładać inną miarę jakości czy definiować inne cele i zadania. Nic bardziej mylnego.

Mając na uwadze właściwe przeprowadzenie komunikacji między nadawcą (artysta, kurator) a odbiorcą, poza wpisaniem na stałe w proces projektowy analizy możliwości percepcyjnych tego ostatniego warto byłoby poznać punkty widzenia nadawców (kuratorów, artystów, krytyków sztuki), a także pośredników komunikatu (projektantów). Pojawiające się pytania: jak tworzyć funkcjonalne przekazy wizualne, w jaki sposób dobierać odpowiedni język wizualny, najlepiej komunikujący ideę dzieła, oraz jak konstruować komunikaty stosowne do danego dzieła sztuki, ale przede wszystkim komunikujące jego ideę odbiorcy, wydają się jak najbardziej zasadne. Przeanalizowanie tych kwestii i podjęcie dyskusji przez przedstawicieli dyscyplin zainteresowanych i bezpośrednio zaangażowanych w tworzenie publikacji poświęconych sztukom wizualnym miałyby głęboki sens w szeroko pojętym kontekście społecznym (profesjonalizacja zawodów: projektanta, kuratora, krytyka, wydawcy, podnoszenie jakości kultury wizualnej, popularyzacja wiedzy, edukacja itp.). Tym bardziej że nie istnieją, a jeśli już, to nie są powszechnie znane projektantom i autorom publikacji artystycznych, wymierne kryteria oceny ich skuteczności. Paradoksalnie, dużo łatwiej ocenić funkcjonalność tak trudnych, ale wymiernych dziedzin projektowych, jak na przykład projektowanie krojów pisma czy projektowanie systemów informacji wizualnej — w porównaniu z publikacją traktującą o dziele sztuki, o bogatej zawartości, a czasem pisaną trudnym dla zwykłego odbiorcy czy wręcz hermetycznym ję-

¹¹ J. Frascara, *op. cit.*, s. 47.

zykiem. Kwestie formy werbalizowania, przystępności języka autorów tekstów, funkcjonującego w połączeniu z językiem wizualnym (dołączonym materiałem ilustracyjnym oraz finalnym obrazem całości publikacji) tworzącym narrację, nie powinny umknąć uwagi redaktorów i projektantów.

Ze względu na specyfikę omawianej dziedziny projektowania projektant — wraz z autorem opracowania — powinien w sposób szczególny czuć się współodpowiedzialny za odbiór i zrozumienie dzieła artystycznego; to on bowiem buduje jego obraz w świadomości odbiorcy. Wydaje się, że stwierdzenie „wystawie towarzyszy katalog” powoli traci rację bytu. Publikacja w pewnym momencie staje się jedynym śladem, dowodem istnienia dzieła/projektu artystycznego, jego trwałą wizualną reprezentacją. W omawianym przypadku nie bez znaczenia pozostaje także fakt swoistej adaptacji medialnej, mającej miejsce przy dokonywaniu translacji, interpretacji pierwotnego dzieła: na przykład poprzez ukazanie dzieła/projektu artystycznego na innym nośniku, w innej skali, kolorystyce itp., również w innym kontekście i warunkach odbioru. Opisana sytuacja przejścia przez katalogi funkcji krytycznej¹², poprzez zwiększenie ilości tekstów oraz materiałów ikonograficznych, wzbogaca dzieło, pogłębia jego odbiór, podaje intelektualne narzędzia, determinując jego percepcję. Interesujące jest też to, że dodatkowe obrazy — w postaci zawartych w publikacji ilustracji towarzyszących tekstom krytycznym — są niedostępne dla tego odbiorcy odwiedzającego wystawę, który nie ma w ręku publikacji. Z kolei ktoś, kto nie ma bezpośredniej styczności z dziełem, czerpie wiedzę i buduje o nim swoje wyobrażenie jedynie na podstawie publikacji (tekstów i obrazów w niej zawartych). Powstają zatem dwie różne i nieporównywalne ścieżki narracji, a także dwie drogi recepcji dzieła. Odbiór jest różny, w zależności od tego, czy źródłem informacji dla odbiorcy jest bezpośredni kontakt z dziełem, czy tylko lektura publikacji — zarówno projektant, jak i nadawca (redaktor, kurator) muszą być tego świadomi. Jeśli uwzględnimy to, że większość projektów artystycznych ma charakter czasowy (wystawa, interwencja w przestrzeni, projekcja, happening itp.), może się okazać, iż publikacje — poprzez właściwe relacje zastosowanych środków typograficznych, rozbudowaną treść oraz wejście do szerokiego obiegu społecznego — stają się reprezentacją dzieł sztuki, o których traktują.

Można wyróżnić następujące rodzaje relacji zachodzących między projektem graficznym a dziełem sztuki (projektem artystycznym):

— autorski charakter projektowanej publikacji (przykład typografii ekspresywnej): projekt staje się niejako autonomicznym dziełem, którego walory tworzą niezależną wartość, wspierając przekaz pierwotny;

¹² Piotr Matosek, historyk sztuki i prezes Fundacji na rzecz Sztuki „Reminiscencje”, organizator Konkursu Albumów i Katalogów o Sztuce, zwraca uwagę na nową funkcję „katalogu sztuki” — funkcję krytyczną. Wiąże się to ze zdecydowanie większą liczbą tekstów o tym charakterze, a także konstrukcją prowadzonej w katalogu narracji, *Radiowy przewodnik po najlepszych i najpiękniejszych katalogach i albumach o sztuce. Rozmowa z Piotrem Matoskiem*, audycja „Kultura na tydzień”, radio TOK FM, 7 lutego 2011.

— typografia transparentna (w odniesieniu do makrotypografii!): język graficzny ściśle uzależniony, wynikający z treści, struktury, charakteru — inaczej projektuje się na przykład publikację poświęconą twórczości Jana Matejki, a inaczej Katarzyny Kozyry. Wbrew pozorom jest to zdecydowanie trudniejsze zadanie.

Przechodząc do kwestii bardziej szczegółowych, obecnych na poziomie samego tekstu i towarzyszącego mu materiału ikonograficznego, trzeba pamiętać o niezwykle istotnych relacjach:

w badaniach relacji obrazu i słowa ważne jest określenie ich hierarchii. Można rozważyć trzy kategorie stosunku obrazu do tekstu dzieła. Pierwsza odnosi się do kategorii „obraz powyżej tekstu”, kiedy materiał ilustracyjny przedstawia to, czego tekst nie może wyrazić. Obrazy zatraciłyby swoją precyzję w świadomości i wyobraźni czytelników, gdyby tekst był ich pozbawiony. „Obraz w płaszczyźnie tekstu” opisuje sytuację, w której materiał ilustracyjny przedstawia to, o czym mowa w tekście, a obrazy dotyczą przedmiotów znanych z osobistego doświadczenia. Ostatnia kategoria — „obraz poniżej tekstu” — odnosi się do przypadku, kiedy obraz wnosi własne wartości, rozszerza walory znaczeniowe i ekspresywne istotne dla książki, ale pozostawia tekstowi rolę dominującą¹³.

Biorąc pod uwagę złożoność tych relacji, przed projektantem — będącym ostatnim ogniwem w procesie tworzenia publikacji, a także pośrednikiem łączącym nadawcę z odbiorcą — stają przeszkody. Są to między innymi:

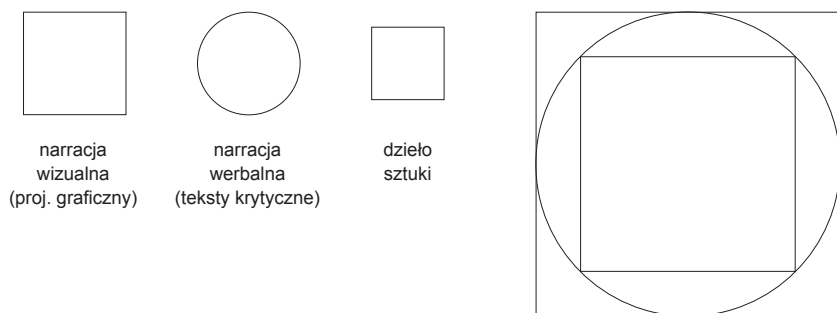
- ryzyko niewłaściwej transpozycji na język wizualny;
- konieczność dostosowania się do utartej struktury typowego katalogu wystawy;
- ograniczenia (niemożliwość kadrowania, zmiany koloru itp.);
- nierzadka hermetyczność języka (teksty); autorzy tekstów często nie ułatwiają odbiorcy zrozumienia;
- istnienie stereotypów odbioru sztuki współczesnej, nieufność odbiorców — czasem uzasadniona;
- brak zdefiniowania odbiorcy komunikatu.

W przypadku projektowania publikacji poświęconych artyście, dziełu lub projektowi artystycznemu mamy do czynienia ze złożonym procesem, wręcz fenomenem komunikacyjnym. Praca nad powstaniem publikacji w dużym skrócie wygląda następująco: kurator (lub redaktor merytoryczny/naukowy) dokonuje wyboru dzieł wizualnych, które będą reprezentatywne dla poruszanego przez niego problemu czy też zgodne z przyjętą ideą przekazu. Równolegle powstają teksty pośrednio¹⁴ lub bezpośrednio odnoszące się do problemu wskazanego

¹³ B. Kotarska-Lewandowska, *Komunikat graficzny w uczeniu się*, tekst wystąpienia na XIII Konferencji Diagnostyki Edukacyjnej. *Uczenie się i egzamin w oczach uczniów*, Łomża, 5–7 października 2007.

¹⁴ Chodzi tu o sytuację, kiedy są dobierane (zamawiane lub przedrukowywane), a następnie wkładane w interesujący redaktora kontekst opracowania dotyczącego innych, szerszych aspektów, nierzadko z innych dziedzin. Przykładem może być tekst *Nie wiem, jak to powiedzieć* Anny Lipowskiej-Teutsch traktujący o sytuacji kobiet w Polsce, zamieszczony w katalogu Krzysztofa Wodiczki *Pomnikoterapia* (Zachęta, Warszawa 2005), czy *Żaloba „na czarno”. O renegocjowa-*

przez redaktora lub artystę (nierzadko komentowane dodatkowymi ilustracjami). Kolejny krok to prace redakcyjne, tłumaczenia, korekty autorskie, korelacje, wykonanie reprodukcji, stworzenie opisów, biogramów itp. Później projektant, aby dobrze wykonać swoją pracę, ma za zadanie poznać zawartość, treść materiału, a następnie przeanalizować je pod kątem celów, jakie finalny komunikat ma osiągnąć¹⁵. Wtedy dopiero powstaje koncepcja projektu, która jest dyskutowana i zatwierdzana przez redaktora merytorycznego bądź kuratora, i przystępuje się do wykonania prototypu. I tu właśnie tkwi wspomniany fenomen: prace artysty (artystów), stanowiące dla redaktorów i projektanta pierwotny przekaz wizualny (dzieło artystyczne), są „prezentowane”, werbalizowane poprzez towarzyszące teksty krytyczne, budujące w ten sposób kontekst odbioru i nasuwające określone konotacje; następnie całość (wraz z reprodukcjami, zdjęciami archiwalnymi) jest przekładana na narrację wizualną, określony kod w postaci projektu publikacji. Ten skomplikowany proces przedstawia poniższy schemat.



Schemat

Źródło: opracowanie własne.

Ryzyko popełnienia błędu w interpretacji, w budowie właściwej jakości informacji o dziele artystycznym jest podwójne: po raz pierwszy występuje w opisie dzieła artystycznego, a więc w warstwie intelektualnej komentarza stworzonego przez redaktora naukowego; drugi raz — w pracy projektanta przekładającego całość informacji na język wizualny. Ponieważ jest to ostatni etap, ostatni element całego procesu, to efekty pracy autora projektu będą najbardziej

niu tożsamości przez sztukę Joanny Tokarskiej-Bakir w publikacji *Architektura intymna, architektura porzucona*, poświęconej wystawie zorganizowanej przez Centrum Sztuki Współczesnej Kronika w Bytomiu w 2007 roku.

¹⁵ Istnieją trzy zasadnicze pytania, na które projektant musi odpowiedzieć, zanim przystąpi do pracy (niezależnie od tego, na jakim polu projektowania graficznego operuje i jak skomplikowany jest temat): Co ma być przekazem? Co jest do zakomunikowania? Kto ma być odbiorcą? Ponieważ w opisywanym przypadku wiadomo już, że przekazem ma być publikacja, z kolei nie do końca wiadomo — o czym wspomniano wcześniej — kto ma być odbiorcą, pozostaje bardzo ważna kwestia: Co jest do przekazania? Jest to na tyle istotne, że warto poświęcić czas na dyskusję na ten temat z kuratorem.

odczuwalne zarówno przez odbiorcę, jak i przez nadawcę. Z tego powodu właśnie na projektanta — jako pośrednika między nadawcą a odbiorcą — spada ogromna odpowiedzialność za ostateczną skuteczność i efektywność przekazu.

Profesor Mieczysław Porębski w swojej książce *Sztuka a informacja*¹⁶ — odnosząc się do relacji między informacją a obrazem, choć bez bezpośrednich referencji do projektowania graficznego w omawianym kontekście — wskazuje na problem z nieco innej strony:

Określić, co to jest i n f o r m a c j a, nie jest, jak wiadomo, łatwo. Znacznie już łatwiej powiedzieć, czym nie jest. Nie są jeszcze informacjami płynące ku nam poprzez naszą ikonosferę sygnały, nie są utrzymujące się w niej ślady. Są zaledwie g o t o w o ś c i ą i n f o r m a c y j n ą fizycznego świata, który nas otacza, albo raczej tego, co się w tym świecie już dla nas dokonało, co jest już w nim naszą własną historią. Historię trzeba jednak umieć sobie opowiedzieć, objaśnić, wytłumaczyć, przekształcić w coś, co informacji będzie nam w stanie dostarczyć. To zaś znaczy — uformować ją w obrazy. Obraz zaś staje się obrazem wtedy dopiero, kiedy jest o d b i e r a n y. Odbierany, to znaczy włączony w pewien założony z góry prezentujący go system, sklasyfikowany w jego obrębie jako przeciwstawna innym obrazom całość, powiązany kodowo z podobnie założonym systemem prezentowanym i z jego przeciwobrazami¹⁷.

Przytoczony fragment większej analizy świetnie ukazuje złożoność omawianych w niniejszym artykule problemów, o których zarówno projektant, jak i autor publikacji muszą zawsze pamiętać i się z nimi uporać; co równie istotne, profesor Porębski wskazuje na wzajemne przenikanie się i ścisły związek relacji nadawca–odbiorca i obraz–tekst.

Na koniec rozważań w dużym skrócie przybliżających problematykę złożonych relacji obecnych w publikacjach traktujących o artyście czy dziele sztuki warto przytoczyć słowa profesora Krzysztofa Lenka: „Sztuka to oderwanie funkcji od zapisu wizualnego”¹⁸. Można je z powodzeniem traktować jako rodzaj *memento* zarówno dla redaktorów/kuratorów, jak i projektantów; jednocześnie są one ważną wskazówką w kwestii odpowiedniego podejścia do omawianej dziedziny projektowania i tworzenia publikacji naukowych. W końcu, przytoczone stwierdzenie mówi także jasno o niebezpieczeństwie, kiedy to narracja o zagadnieniach artystycznych może się sama stać dziełem mieszczącym się w kategorii sztuki, a niekoniecznie funkcjonalnego przekazu.

Poprzez głębszą analizę problemu złożonych relacji w publikacjach naukowych oraz ewentualne badania można by wypracować racjonalne kryteria oceny oraz — przede wszystkim — doboru środków i metod koniecznych do budowania właściwego odbioru dzieła za pośrednictwem projektu graficznego. Wzrosła by w ten sposób kultura wizualna, w tym także pojmowanie sztuki i projektowania, oraz wypracowano by właściwe relacji między nimi; można by w ten sposób

¹⁶ M. Porębski, *Sztuka a informacja*, Warszawa 1986.

¹⁷ *Ibidem*, s. 251.

¹⁸ Wypowiedź podczas wykładu na warsztatach prowadzonych przez Krzysztofa Lenka w Akademii Sztuk Pięknych w Katowicach w styczniu 2010.

zburzyć wiele stereotypów, zadać kłam dyletantom i ignorantom, a tworzone publikacje osiągnęłyby właściwy poziom profesjonalizmu, lokując się w obszarze projektowania odpowiedzialnego.

Celem tego artykułu było zwrócenie uwagi na te kwestie, chyba niesłusznie marginalizowane. Interdyscyplinarne badania problemu i wiążąca się z tym profesjonalizacja nadawcy (redaktora) i pośrednika (projektanta) przekazu mogłyby mieć ogromne znaczenie w kontekście społecznym, na przykład dzięki podnoszeniu poziomu kultury wizualnej, jakości edukacji czy choćby zmniejszeniu dystansu między odbiorcą a dziełem sztuki.

The complex author–reader and text–image relations in publications dealing with works of art

Summary

The author analyses the specific nature of publications dealing with a work (or works) of art, substantive changes that determine their creation — editing and designing — as well as the complex mutual relations that occur in the very construction of the narrative, including its reading and understanding.

The commonly used term “catalogue” has been redefined. The contents of art/exhibition catalogues are becoming increasingly rich and are scholarly well prepared; an extensive analysis and a multi-context discussion of the problem in question sometimes even constitute the dominant part of the catalogue, going beyond the function of a commentary to a collection of reproductions. The type of publications discussed here has for some time been the only evidence of the existence of an artistic work/project, its lasting visual representation. Of significance is also the fact of a kind of media adaptation occurring when the original work is translated, interpreted: e.g. through presenting the artistic work/project in a different medium, different scale, colour scheme etc., also in a different context and conditions of reception. There is a need for publications devoted to art to be treated seriously, on an equal footing with other design disciplines, despite the seemingly niche-like nature of such publications.

The author of the article stresses the complex communication process as well as problems related to the creation of publications dealing with works of art by editors and designers, which are too often unjustly marginalised. What is needed is interdisciplinary research into these problems. The results of such research could lead to professionalisation of actions of both the sender (editor, publisher) and the intermediary (designer) of the message, and play an important role in the social context.