

POLSKI UNIWERSYTET NA OBCZYŹNIE
W LONDYNIE

ZESZYTY NAUKOWE

SERIA TRZECIA, NR 8, 2020

GRAŻYNA CZUBIŃSKA

POLSKI UNIWERSYTET NA OBCZYŹNIE, LONDYN

TRZECI RAPORT Z PRZEBIEGU PROJEKTU
NAUKOWO-BADAWCZEGO TICASS
REALIZOWANEGO W RAMACH PROGRAMU
HORIZON 2020 UNII EUROPEJSKIEJ
– 2019/2020

Polski Uniwersytet na Obczyźnie w Londynie (PUNO, Polish University Abroad in London) jest jednym z partnerów w projekcie naukowo-badawczym Unii Europejskiej pod nazwą TICASS – Technologies of Imaging in Communication, Art and Social Sciences. Projekt przebiega w ramach unijnego programu Horizon 2020, który dotyczy transgranicznego rozwoju badań i innowacji, nie tylko w zjednoczonej Europie. Cel projektu TICASS to analiza procesu postrzegania i wykorzystywania przez ludzi z różnych stron świata znaków wizualnych w przestrzeni miejskiej.

Zadaniem uczestników projektu TICASS jest m.in. zidentyfikowanie wspólnych cech funkcjonalności znaków wizualnych w różnych kulturach. W tym celu odbywa się swoista wędrówka z północy na południe świata, wzdłuż ścieżki łączącej miasta, z których wywodzą się partnerskie uczelnie projektu: od Szczecina w Polsce, przez brytyjski Londyn, czeskie Uście nad Łabą i włoską Maccratę, po Kilifi w Kenii. Badacze przemierzają Ziemię wzdłuż osi – od góry na dół,



1. Logo TICASS

opracowując materiał mogący przyczynić się do dalszej integracji społeczeństwa naszej planety w obrębie komunikacji wizualnej.

Pierwszy etap prac w ramach projektu został opisany przez autorkę w 2018 roku, a drugi - w ubiegłorocznym wydaniu „Zeszytów Naukowych PUNO”, zawierając działania, które odbyły się w Polsce i Kenii.

Trzecia część projektu odbyła się na terenie kilku miast w Wielkiej Brytanii, a gospodarzem wydarzeń był Polski Uniwersytet na Obczyźnie w Londynie. Działania badawcze obejmowały robienie zdjęć w różnych miejscach publicznych w samym Londynie, Manchesterze i Yorku, zapisywanie ich w Visual Document Analysis Cards, zgodnie z kryteriami Harolda D. Lasswella: nadawca – kanał odbiorcy treści – efekt. Nasi badacze skupili się na pojazdach lokalnego transportu publicznego, w tym na autobusach, przystankach, przestrzeniach publicznych, dworcach i lotniskach. Drugi etap badań polegał na tworzeniu artykułów analizy Lestera, zawierających perspektywę etyczną, historyczną, kulturową i osobistą.

1. WYSTAWA TICASS RAPPROCHEMENT

Podczas oddelegowania w Londynie Polski Uniwersytet na Obczyźnie zaaranżował specjalną galerię, prezentując zdjęcia TICASS. Wystawa o tradycyjnej nazwie RAPPROCHEMENT została pokazana w dniach 11–25 maja 2019 roku

TRZECI RAPORT Z PRZEBIEGU PROJEKTU TICASS



2. Otwarcie wystawy RAPPROCHEMENT w POSK-u w Londynie; fot. Roman Mazur



3. Wystawa RAPPROCHEMENT w POSK-u w Londynie; fot. Roman Mazur

w galerii Polskiego Ośrodka Społeczno-Kulturowego (POSK) w Londynie. Kuratorem tej wystawy TICASS jest Adéla Machová z Czech.

PUNO zaprosiło widzów z różnych grup pod względem wieku i wykształcenia. W kwietniu i maju 2019 roku odbyły się trzy kategorie dyskusji w grupach fokusowych. Poziomy te obejmowały uczniów szkół podstawowych w wieku 10–12 lat, studentów uniwersytetu i osoby starsze.

Dzieci z miejscowych szkół opowiadały po obejrzeniu zdjęć, które z nich się im podobają i dlaczego. Badacze obecni podczas tego ćwiczenia zadawali dzieciom nieustrukturyzowane pytania, mające na celu poznanie opinii, poglądów i interpretacji prezentowanych fotografii. Dzieci chętnie dokonywały wyjątkowych interpretacji zdjęć, odnosząc je do kultury miejsca, w którym zostały zrobione, historii ludzi i wreszcie, jakie przesłanie niosą w miejscach publicznych.

Na przykład w przypadku znaków na przejściach ulicznych dzieci dostrzegły różnicę pomiędzy znakami w dużych miastach i mniejszych, używających również sygnalizacji świetlnej i instrukcji dla pieszych, aby patrzyli w lewo i prawo. Wyrazili również, że na całym świecie istnieje wiele ulic, które mają takie sa-



4. Dzieci na wystawie RAPPROCHEMENT; fot. Roman Mazur

mo oznakowanie przejść dla pieszych. Celem tego rodzaju komunikacji ulicznej jest unikanie wypadków drogowych. Pojawiły się komentarze, że w dużych, kosmopolitycznych miastach, takich jak Londyn, używanie tylko jednego języka, takiego jak angielski, uniemożliwia równą komunikację z tymi, którzy go nie rozumieją. Zaproponowano, że zarówno słowa, jak i znaki na ulicy powinny być stosowane do komunikacji w języku innym niż angielski dla lokalnych i międzynarodowych pieszych użytkowników dróg.

Dzieci oglądając zdjęcia budynków użyteczności publicznej, takich jak muzea i uniwersytety, miały czasami trudności z określeniem, do czego budynki te wykorzystywano, ponieważ nie było bezpośrednich oznak. Podczas wywiadów podano odpowiedzi: niektórzy postrzegali budynki jako katedry, inni jako supermarkety, a nawet meczety, w zależności od projektów architektonicznych. Niektóre dzieci lepiej rozumiały historyczne projekty architektoniczne, prawdopodobnie dzięki informacjom ze szkoły lub dostarczanym przez rodziców i przyjaciół. Niektóre budynki były stare i mogły przypominać ludziom o przeszłości. W epoce globalizacji młodzi ludzie, tacy jak uczestnicy dyskusji grupo-

wej, mogą nauczyć się wielu rzeczy, ponieważ świat stał się mniejszą „wioską” niż w ubiegłym wieku.

Dzieci były w stanie zidentyfikować kraje, z których pochodzą zdjęcia budynków, szczególnie te w dużych, wielokulturowych miastach. Pojawiło się przekonanie, że żadna kultura nie była bardziej wyjątkowa ani lepsza od innych, a wszystkie kultury mają swoją wyjątkowość i zasługują na szacunek i uznanie. Mieszkając w tak rozwiniętym świecie i wielokulturowym mieście jak Londyn, mogły zobaczyć, że w innych krajach są także godne podziwu tradycje z przeszłości; przykładem okazało się zdjęcie przedstawiające sytuację ludzi ciągnących załadowany drewniany wózek.

Młodzi uczestnicy podali także interpretacje fotografii parków i placów. Według niektórych dzieci, te zdjęcia zostały wykonane w unikatowy sposób, który połączył błękitne niebo i zieloną przyrodę, tworząc w ten sposób doskonale zharmonizowane środowisko, w którym ludzie mogą przebywać i mieć czas na relaks, poczuć świeże powietrze, pobyc z naturą, podziwiać drzewa i kwiaty. Sfotografowane historyczne rzeźby i zabytki przekazują nie tylko przesłanie miłości do natury, ale także wartości dbania o przyrodę i środowisko.

Grupie studentów uniwersyteckich wyjaśniono, że badanie dotyczy języków wizualnych, prowadzone porównawczo w czterech krajach europejskich i jednym kraju pozaeuropejskim. Kraje te to Anglia, Polska, Czechy, Włochy i Kenia. W badaniu obserwowany jest głównie obrazowy kontekst miejski, dzięki czemu można zaprojektować różne działania edukacyjne (wystawy, warsztaty, konferencje). Wystawa nazwana „Zbliżeniem przestrzeni publicznej” („Rapprochement”), należy do wielu działań związanych z projektem.

Studenci zostali następnie zaangażowani w proces przeglądania zdjęć na wystawie w galerii. Ich reakcje na to, co zdjęcia przekazały opinii publicznej, były imponujące. Jeden z nich skomentował:

Gdy patrzymy na te zdjęcia w ogólności, uderza mnie to, co jest kluczowe dla społeczeństwa. Na przykład, po pierwsze, bezpieczeństwo, po drugie, można zobaczyć piękno, a po trzecie to natura, idea natury, a potem mamy historię, pamięć.

Poczawszy od budynków publicznych i przejść podziemnych, studenci nie mieli problemu ze zidentyfikowaniem kraju pochodzenia, w którym wykonano zdjęcia. Było dla nich jasne, że każdy kraj ma swoją historię architektoniczną, dzięki której można rozpoznać jego tożsamość. Niektóre wizerunki budynków były nieczytelne dla widza – na przykład poczta w Kenii, która dla niektórych



5. Studenci w czasie pracy grupy fokusowej; fot. Roman Mazur

wyglądała jak stacja benzynowa, a dla innych jak bank. Z ogólnego punktu widzenia dyskusja grupowa studentów na temat budynków publicznych, parku, placów, znaków na przejściach ulicznych i przejść podziemnych wskazywała jednoznacznie przesłanie – że były przeznaczone do określonych usług publicznych.

Uczestnicy grupy fokusowych podkreślali, że trwający projekt jest nie tylko porównawczym studium obrazowej komunikacji wizualnej różnych krajów, ale także promuje relacje międzykulturowe, współistnienie i harmonię z naturą. Zdjęcia inspirują eksplorację, szacunek dla innych kultur i wzbudzają ciekawość do dalszych badań.

Grupa starszych widzów energicznie dyskutowała o zdjęciu budynku poczty w Kenii. Wynikało to z pojawienia się symbolu ptaka i jego interpretacji z brytyjskiej historii kolonialnej. Omówiono obecność i użycie skrzynek na listy i stwierdzono, że ta funkcja zmienia się bardzo szybko ze względu na korzystanie z internetu i prywatnych dostaw komercyjnych, takich jak Amazon, których usługi i produkty są na wyciągnięcie ręki. Inne zdjęcia budynków użyteczności publicznej obejmowały lotniska. Pokazuje to współczesne zaufanie osób po-



6. Seniorzy w czasie grupy fokusowej wystawy RAPPROCHEMENT; fot. Roman Mazur

dróżujących do różnych miejsc. Podkreślano, że zdjęcia były w stanie przekazać różnorodność ludzkiej historii i kultury, a także zamiłowanie do przyrody i wartość społeczeństwa wielokulturowego.

Poza tym ciekawe okazało się zdjęcie, które wcześniej przyciągnęło wzrok dzieci ze szkoły podstawowej. Przedstawiało pomnik, afrykańską damę i chmury. Ten sam obraz przyciąga również osoby starsze ze względu na połączenie natury i ludzkości. Jego przekaz został odebrany jako ludzkie szczęście oraz miłość do natury i historii.

Prezentowano także różne poglądy na temat starych tradycji, które nadal są praktykowane w innych częściach świata. Obraz, który miał symbole półksiężyca, gwiazdy, węża, port i kilka słów, był interpretowany jako oznaczający miłość do tradycji. Po wyjaśnieniu, że była to reklama dla osób mających problemy osobiste, takie jak choroby, brak zatrudnienia lub rozterki sercowe, odbyła się długa dyskusja na temat tego obrazu. Wyjaśniono, że podobne reklamy były powszechnie spotykane w gazetach i ulotkach zawierających informacje o jodze. Mają podobną formę komunikacji: wszystko to jest postrzegane jako po-

wszechna tradycja na całym świecie, ponieważ wiele osób ma problemy osobiste i rodzinne, które można rozwiązać dzięki takim technikom relaksacyjnym.

Zakończenie dyskusji w grupie fokusowej było interesujące, ponieważ członkowie wspólnie docenili fakt, że Unia Europejska (UE) finansując projekt, który zgromadził uniwersytety różnych krajów, mogli przedstawić zdjęcia, pokazując je na wystawie, umożliwiając ludziom wyrazić swoje poglądy. Osoby starsze szczególnie chciały zaakcentować, że to badanie pośrednio zbliżyło kulturę i społeczności, pozwalając wzajemnie się doceniać i uczyć. Było to okazją do dialogu wielokulturowego, który, jak sądzili, musi być traktowany jako globalny priorytet, aby zachęcić do współistnienia.

2. MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA NAUKOWA TICASS „SPACES OF TRANSFERS AND VISUAL MANAGEMENT OF HUMAN MOBILITY”

Tradycyjnie w ramach projektu TICASS zorganizowano międzynarodową konferencję naukową, która odbyła się 11 maja 2019 roku w Londynie pod nazwą „Spaces of Transfers and Visual Management of Human Mobility”.

Sposoby interakcji ludzi z otoczeniem i ze sobą zmieniły się w wyniku zmian w komunikacji, mobilności oraz sposobów dostępu do informacji. Nasza mobilność – czy to pieszo, samochodem, czy transportem publicznym – jest prowadzona wizualnie przez określone oznakowanie, GPS, mapy papierowe i Google, planowanie trasy, aplikacje dla transportu publicznego i tak dalej. Technologia, w tym smartfony, tablety i laptopy, pozwala nam nawigować w nieznanym miejscu. Jednocześnie urządzenia te mogą zniechęcać do werbalnej komunikacji z innymi ludźmi, ponieważ do wymaganych informacji można łatwo uzyskać dostęp bez interakcji człowieka.

Istnieją różnice w sposobie, w jaki różne grupy ludzi rozumieją znaki i inne formy komunikacji wizualnej. Ludzie, różniący się kulturą, wiekiem, klasą, sprawnością, często rozumieją formę, organizację i kolor komunikacji wizualnej na różne sposoby. Wyzwaniem dla komunikacji wizualnej i zarządzania mobilnością jest zrozumienie tych różnic i znalezienie sposobów na skuteczne przekazywanie informacji związanych z mobilnością. Obecny poziom mobilności i migracji sprawia, że to pilne zadanie.

Celem tej konferencji była próba odpowiedzi na pytania:

- w jaki sposób na mobilność wpływa komunikacja wizualna dostępna za pośrednictwem technologii (smartfony, tablety itp.);



7. Otwarcie konferencji; fot. Roman Mazur

- w jaki sposób różne grupy odbiorców rozumieją różne rodzaje komunikacji wizualnej w miastach;
- jakie zmiany dokonały się w zachowaniu ludzi w wyniku komunikacji wizualnej w określonych przestrzeniach (lotniska, dworce itp.).

Program konferencji zawierał wystąpienia naukowe badaczy TICASS oraz z kilku innych ośrodków uniwersyteckich w Europie.

Prof. Flavia Stara, University of Macerata, Włochy: „**The speed of Technologies to Re-approach the Slowness of Interpretation**”. W swoim wystąpieniu stwierdzała, że żyjemy w szybkim świecie, w którym czas się kurczy: jesteśmy stale podłączeni do sieci na okoliczność każdej potrzeby, bardzo stymulowani obrazami, w szale wizualnym i poznawczym o cechach wręcz patologicznych. Jesteśmy w ciągłym ruchu, hiperspołeczni i super połączeni, ale coraz mniej do siebie zbliżeni. Technologia i globalizacja stworzyły paradoks samotności, spowodowany nadmiarem bodźców, które wywołują szaloną aktywność mózgu, przepełnioną i nasyconą przez połączenia sieciowe i wsparcie technologiczne. To samotność mózgu, który poruszając się po symbolach i kodach róż-

TRZECI RAPORT Z PRZEBIEGU PROJEKTU TICASS



8. Plakaty TICASS; fot. Roman Mazur

nych urządzeń, nie wychwytuje fizjologicznych bodźców otoczenia ani nie łączy się z ludzkimi emocjami.

Wraz z pojawieniem się nowych technologii komunikacyjnych skonfigurowano przyspieszony czas: 1. przyspieszenie techniczne (innowacje w transporcie, komunikacji, produkcji); 2. przyspieszenie zmian społecznych (instytucje, rodzina, praca); 3. przyspieszenie rytmu życia relacyjnego (interakcje wzrokowe). W tym przyspieszonym czasie kontakty międzyludzkie są liczniejsze i łatwiejsze do nawiązania, ale także bardziej kruche i efemeryczne, ponieważ są powierzone językom, które oferują natychmiastowe rozwiązania. Dialog został zubożony i strywializowany. Jeśli mobilność – fizyczna i metaforyczna – jest postacią współczesności, musi to być również ścieżka poszukiwania przeciwwskazania, która zbliża się do zrozumienia w wolniejszym tempie. Wyzwanie polega na wykorzystaniu tego uzależnienia od technologii jako czasoprzestrzeni w celu edukacji wiedzy i krytycznej refleksji nad różnymi formami ekspresji i oświadczeń kulturowych, które są powiązane ze współczesną strukturą społeczną, w celu ponownej kalibracji komunikacji cyfrowej i wizualnej oraz skoncentrowania się bardziej w kierunku interakcji międzyludzkich.

Prof. Giuseppe Capriotti, University of Macerata, Włochy swoje wystąpienie „Visual communication between art history and visual studies. The power of images with messages before and after Paul Martin Lester” poświęcił komunikacji wizualnej między historią sztuki a studiami wizualnymi. Esej dotyczył sześciu perspektyw analizy obrazu wprowadzonych przez Paula Martina Lestera w komunikacji wizualnej. Obrazy z wiadomościami, poprzez włączenie takiej teoretycznej i praktycznej propozycji do dyskusji na temat obrazów, która została opracowana przez historię sztuki od początku XIX wieku i wciąż stanowi sedno debaty w obecnych badaniach wizualnych. Esej sugeruje syntetyczną rewizję dyskusji na temat interpretacji obrazów oraz ich komunikatywnej i przekonującej mocy, mającej na celu zapewnienie teoretycznych ram praktycznej pracy projektu TICASS. Wykorzystując sześć perspektyw Lestera, projekt ma na celu odczytanie przypadków komunikacji wizualnej w kontekście wielokulturowym. Analiza koncentruje się na opiniach niektórych historyków sztuki, takich jak Aby Warburg, Erwin Panofsky, Michael Baxandall, a także innych uczonych, jak Horst Bredekamp, William J. Thomas Mitchell i David Freedberg, którzy – zaczynając od historii sztuki – mieli do czynienia z problemem związanym z mocą obrazów w przekazywaniu wiadomości.

Prof. Rossita Delugi, University of Macerata, Włochy: „Interdigital Humans: the dynamism of visual codes and widespread relational fragilities”

zaprezentowała w swoim wystąpieniu dynamikę kodów wizualnych i ich wpływ na powszechne kruche relacje międzyludzkie. Rosnące możliwości i potrzeba przemieszczania się na dużych przestrzeniach geograficznych przeplatają się z subiektywnym odczuciem odległości. Technologie hybrydują przestrzenie i czasy: czasy przyspieszają, a przestrzenie są zmniejszane ze względu na wydajność mobilności ludzi. Sposoby dostępu do informacji modyfikują strategie komunikacyjne, przenosząc priorytety funkcji informacyjnej z udostępniania społeczności na indywidualne zrozumienie w społeczności. Ci, którzy mają dostęp do informacji, są częścią grupy, natomiast ci, którzy nie korzystają z mediów, stanowią marginalizowaną grupę zewnętrzną.

Czy można wyobrazić sobie hybrydyzację funkcji informacyjnej i relacyjnej wiadomości poprzez komunikację mającą na celu dzielenie się wieloma znaczeniami? Aby odpowiedzieć na to pytanie, musimy postawić kwestię o cele mobilności: szybkość lub powolność, z jaką przechodzimy przez przestrzenie, determinuje nasze podejście do odkrywania siebie, innych i miejsc. Poruszając się, uwięzieni przez urządzenia, za których pomocą odczytujemy rzeczywistość, unosimy się między niewidzialnymi śladami komunikacji, pozostawiając miejsce dla technologicznej przejrzystości i ignorując ludzkie zagubienie. Odkrycie nieznanych miejsc otwiera przed czasem wyzwanie zbudowania osobistej rzeczywistości dzięki wciągającemu doświadczeniu. Następnie możemy rozpocząć dialog między niezależnością, zależnością a współzależnością kanałów komunikacji i kanałów relacyjnych. Dynamizm ikon i interakcji międzyludzkich umieszcza się w kontekstach życia, śledząc wiele ścieżek: od projektowania wiadomości czytelnych dla wszystkich po promocję różnych interpretacji.

Pośrednictwo obrazów, języków i znaczeń stawia człowieka w pozycji docelowego odbiorcy i/lub aktora-rozmówcy. W zależności od pozycjonowania możliwe jest otwieranie scenariuszy urzeczywistnienia rzeczywistości oraz uczestnictwa w kulturze, społeczeństwie i edukacji, między skodyfikowanymi informacjami a niejednorodnością doświadczeń, w ciągłym wyzwaniu między czasami intensywnie przeżywanymi a miejscami, w których mieszkamy i się odwiedzamy.

Prof. Elżbieta Perzycka z Uniwersytetu Szczecińskiego: „*The educational potential of visual messages in public urban spaces*”, zwróciła uwagę na potencjał edukacyjny przekazów wizualnych w publicznych przestrzeniach miejskich. Użytkownicy miejskich przestrzeni publicznych stale szukają coraz lepszych sposobów komunikowania się ze sobą. Wiadomości w swojej różnorodności i wielości, ze względu na wartość informacyjną, nabierają różnych zna-

czeń. Wielość jest związana z faktem, że odbiorca musi wybierać wiadomości od małych do znaczących. W różnorodności odbiorca znajduje wiadomości, które może odczytać, i te, których nie rozumie. Dlatego doświadcza przeciążenia informacji, szumu informacji i/lub niedoskonałości informacji. Autorka wystąpienia postanowiła sprawdzić, jaki potencjał informacyjny zawarty w komunikatach wizualnych odczuwa ktoś odwiedzający miasto. Prezentacja obejmowała wybrane komunikaty wizualne i dyskusję na temat ich potencjału edukacyjnego na przykładzie miast w Europie i Kenii, które zostały przeanalizowane w ramach projektu TICASS.

Prof. Maria Czerepaniak, Uniwersytet Szczeciński, „The communication potential of the nature in the city”, pokazała, jaki potencjał komunikacyjny kryje się w miejskiej przyrodzie. Natura jest nieodłącznym elementem naszego życia codziennego. Łączy się w dialektycznym związku z kulturą. Nasz świat życia to przestrzeń i czas koegzystencji ludzi i ich produktów z jednej strony oraz zwierząt i roślin, a także zjawisk i procesów natury z drugiej. Natura wypełnia każdą przestrzeń społeczną, czyniąc ją swoistą dla danej kultury. Komunikuje system wartości, świadomość ekologiczną, szacunek dla sprawiedliwości społecznej i prawa człowieka do życia w bezpiecznym, zdrowym i czystym środowisku. Dlatego ważnym ludzkim priorytetem jest umiejętność dostrzeżenia i zrozumienia znaków komunikacji, które natura wysyła poprzez swój potencjał komunikacyjny, taki jak kolory, dźwięki, zapachy itp. Przedstawione zostały pokrótce wybrane sygnały natury, których znajomość jest warunkiem zrównoważonego rozwoju, demokracji i dobrobytu.

Dr Aleksandra Łukaszewicz Alcaraz z Akademii Sztuki w Szczecinie: „Ethics and Visual Management in Post-Polis”, zwróciła uwagę na etykę i zarządzanie wizualne w post-polis.

Świat rozwinięty staje się coraz bardziej technologiczny i trudno nawet wyobrazić sobie ten trend. Dyskusja dotyczy tego, jaki rodzaj technologii powinniśmy opracować: zrównoważony i przyjazny dla środowiska lub destrukcyjny. Oczywiście pytanie to dotyczy wykorzystania technologii przez ludzi i ich kwalifikacji moralnych, a nie wartości moralnej samej technologii. Codzienne korzystanie z technologii przez większość osób nie jest ani zbyt zrównoważone, ani tak nasilone. Raczej ułatwia funkcjonowanie w codziennych sytuacjach, a jego kwalifikacja moralna nie jest tak oczywista jak w innych, radykalnych przypadkach.

Technologia w życiu codziennym większości populacji w krajach rozwiniętych jest wszechobecna i bardzo wyraźna w przypadku zarządzania mobilno-

ścią. Mobilnością osób i grup zarządza się za pomocą komunikacji wizualnej i technologii *on-line*. Wszystkie rodzaje aplikacji internetowych pomagających ludziom poruszać się i podróżować odpowiadają na nowe praktyki (i wpływają na nie wzajemnie). Pozwalają dokładnie zaplanować podróż, transfer lub podróż zgodnie z wytycznymi w smartfonie, nie skupiając się ani na otoczeniu, ani na ludziach w pobliżu. Tego rodzaju mobilność w mieście nie jest tak łatwa do realizacji w historycznych miastach, które koncentrują zainteresowanie ze względu na ich silny wizualny i symboliczny wpływ (choć nie jest to niemożliwe), podczas gdy jest to naturalne w takich miastach jak Nowy Jork, który został nazwany przez Ewę Rewers *post-polis* – postmodernistyczne miasto, które straciło blask w transferze¹. Filrt Waltera Benjamina pochodzi z przejść do miasta, które jest siecią do transferu, ale nie społeczną i materialną siecią relacji. Punkty transferu to nie miejsca zdefiniowane przez Marc Auge, a między nimi możemy znaleźć lotniska, stacje i inne. W takich nie-miejskach coraz bardziej powszechnych we współczesnym świecie jest wymagana stosunkowo uniwersalna komunikacja wizualna.

Dr Justyna Gorzkowicz z Polskiego Uniwersytetu na Obczyźnie w Londynie: „Airports as an example of non-places” w swojej prezentacji nakreśliła koncepcję „nie-miejsc”, biorąc za przykład sposób, w jaki trasy komunikacyjne są organizowane i wizualizowane na lotniskach. Kategoria nie-miejsc została wyróżniona i nazwana przez Marka Auge w latach 90. XX wieku. Studiując czasy, w których francuski antropolog zauważył dużą zmianę, zdefiniował nasz wiek jako Supernowoczesność. Zdaniem Auge, omawiając dziś zjawiska kulturowe zgodnie ze zmianami zachodzącymi we współczesnym świecie, powinniśmy zwrócić szczególną uwagę na koczowniczy charakter niektórych pojęć. Niektóre znane terminy zostały przeniesione ze sfery relacji międzyludzkich na sferę przestrzeni publicznej. W ten sposób zmienił się obraz, a tym samym rozumienie świata.

Dobrym przykładem podobnej ponownej oceny znaczeń jest współczesne rozumienie kategorii „miejsca”. W badaniach przeprowadzonych w XX wieku, szczególnie w pracach francuskiego socjologa Marcela Maussa i tradycji etnologii z tego okresu, możemy znaleźć opis kategorii „miejsca” jako czegoś stabilnego. „Miejsce” do tej pory było rozumiane w kulturze jako strefa zaufania, tożsamości i bezpieczeństwa. Dla większości ludzi przestrzeń i miejsce prawie

¹ Por. *Przestrzeń, filozofia i architektura. Osiem rozmów o poznawaniu, produkowaniu i konsumowaniu przestrzeni*, red. E. Rewers, Poznań, 1999.

zawsze były zbieżne i zlokalizowane „gdzieś”. W Supernowoczesności „miejsce” traci moc stałego i bezpiecznego schronienia. Przestaje należeć wyłącznie do określonego czasu i terytorium. Zrozumienie pojęcia „przestrzeni” stało się płynne. Obecnie jest wiele miejsc przeznaczonych wyłącznie do obrotu ludźmi, produktami i towarami. Służą jedynie do przemieszczania się, wykonując funkcje tranzytowe. To takie miejsca, jak: dworce, przejścia podziemne, lotniska, skrzyżowania, autostrady, parkingi, centra handlowe, ale także tymczasowe obozy dla uchodźców. Marc Auge nazywa takie miejsca *nie-miejscami*².

Dr Adéla Machová z Uniwersytetu Jana Evangelisty Purkyně w Uściu nad Łabą z Republiki Czech: „*Actual Visual Art Creation in Public Transport*” w swoim eseju skoncentrowała się na pokazaniu prawdziwych dzieł sztuki, które są prezentowane w transporcie publicznym (autobusy, pociągi, tramwaj) i okolicach, jak platformy i stacje. Autorka ukazała zmianę środowiska i aktualny stan transportu na wybranych przykładach projektów sztuki wizualnej z ostatnich trzech dekad (przełom XX i XXI wieku) – głównie to performance, happening lub instalacja *site-specific*. Zakłada się, że realizacja dzieła sztuki w transporcie publicznym wpływa na zachowanie ludzi, a oni swoją obecnością wpływają na dzieło sztuki i stają się jego częścią. Pojawia się zainteresowanie, w jaki sposób kontekst transportu publicznego motywuje i kształtuje treść dzieł sztuki. Ponadto, ile działań artystycznych wpłynęło na środowisko transportu i jak zmienia się estetyka środków transportu. Wreszcie, co ważne, zostanie odzwierciedlony wpływ dzieła na widza-pasażera. Esej dotyczy jednej konkretnej formy komunikacji wizualnej w transporcie publicznym – grafiki wykonanej między pasażerami i dla nich.

Joanna Ciechanowska z Polskiego Uniwersytetu na Obczyźnie w Londynie: „*Emotions of Images and Public Faces in Public Spaces*” koncentrowała się na postrzeganiu jednego, znanego obrazu zastosowanego w logo zamówionym przez British Telecom oraz na sposobie, w jaki wpływa na nasze zmysły wizualne w celu komunikowania różnych pomysłów i komunikatów. Druga część prezentacji zawierała małe rysunki twarzy, wykonane telefonem komórkowym podczas podróży metrem w Londynie, które ze względu na swoją prostotę stają się znakami wizualnymi.

Dr Steven Muoki z Pwani University w Kenii poświęcił swoje wystąpienie obrazom i przesłaniom religijnym w miejscach publicznych swojego kra-

² M. Auge, *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, przeł. R. Chymkowski, Warszawa, 2019.

ju. Region wybrzeża Kenii jest skupiskiem wielu światowych religii, w większości chrześcijańskiego kraju, z powodu historycznej ekspozycji na podróżników i osadników z całego świata. Wystąpienie zostało oparte na analizie około 100 zdjęć, uporządkowanych w formie 20 kart Laswella, wykonanych przez grupę naukowców w 2018 roku w przestrzeni publicznej wybranych miast północnego wybrzeża Kenii, a mianowicie Mombasy, Mtwapa, Kilifi, Watamu i Malindi.

Autor bada przesłania religijne przekazywane w publicznych przestrzeniach miejskich. Argumentuje, że religijne obrazy i wiadomości są podawane w prawie wszystkich aspektach stylu życia ludzi, w tym w reklamach usług pogrzebowych, tradycyjnych uzdrowicieli, miejsc parkingowych, lokalnych sprzedaży *mira* (narkotyków), szkół i usług transportowych, takich jak *tuk tuk* (trójkołowe pojazdy), *matatu* (minibusy) i *boda boda* (motocykle). Podczas gdy lokalne ustawodawstwo dotyczące religii zmieniło się z biegiem czasu (od czasu arabskiej okupacji, do rządów brytyjskich, a następnie do niepodległego państwa w 1964 roku), religie imigranckie i ewangelizujące, szczególnie islam i chrześcijaństwo, znacznie zyskały w porównaniu z brakiem ewangelizacji religie takie, jak hinduska i rdzenna religia afrykańska.

Wpływ na zagospodarowanie przestrzeni jest widoczny na plakatach, takich jak „zarezerwowane miejsca parkingowe TYLKO dla wyznawców islamu”, pomimo koleżalnego wysiłku religii w celu promowania harmonii i pokojowego współistnienia. Decyzje rządowe czy takie jak zniesienie reklam *mganga* (tradycyjnych uzdrowicieli) na drogach publicznych w 2017 roku tworzą hierarchię religii preferowanych przez państwo w przeciwieństwie do szybko rosnącego apetytu na rdzenną religię Afryki w regionie. Ogólnie rzecz biorąc, przestrzeń publiczna jest kwestionowana religijnie przez sprzeczne interesy między odwiedzającym turystą, miejscowym wyznawcą a agencją rządową.

Zdeněk Svejkský z czeskiego Uniwersytetu Jana Evangelisty Purkyně w Uściu nad Łabą: „Public Space in the Web Space” podzielił wystąpienie na dwie części. W pierwszej części skupił się na pojęciu „przestrzeń internetowa”, według „balkonizmu” holenderskiego artysty conceptualnego Constanta Dullaarta, który rozumie pojęcie przestrzeni internetowej jako połączenie przestrzeni publicznej i prywatnej³. W drugiej części skoncentrował się na metodach reprezentacji przestrzeni publicznej w przestrzeni internetowej. Przykładem był serwis internetowy Google Maps oraz projekty tworzone przez artystów w tej aplikacji internetowej.

³ C. Dullaart, *Manifest „balkonizmu”*, „Punkt 14”, Poznań, 2014, s. 16–49.

Dr Tsawe-Munga wa Chidongo z Pwani University w Kenii: „An analysis of Advertisements of African healers in Coastal Kenya town streets and along major roads” dokonał analizy reklam afrykańskich uzdrowicieli na ulicach miast i głównych dróg Kenii. Religia afrykańska jest powszechnie znana z odgrywania kluczowej roli w rozwiązywaniu ważnych problemów zdrowia i dobrostanu jednostek i społeczeństwa. Przed wprowadzeniem telefonów komórkowych w Kenii tradycyjni uzdrowiciele znani byli głównie ze swoich słynnych uzdrawiających mocy lub wróżbiarstwa. W tym badaniu autor analizuje skuteczność reklam tradycyjnych uzdrowicieli (*waganga wa kienyeji*), które są umieszczone wzdłuż głównych dróg i ulic dużych miast w przybrzeżnej Kenii. Treść ogłoszeń nie ogranicza się do chorób, ale wspomina o holistycznym uzdrawianiu; zatrudnienie *kazi*, miłość *mapenzi*, promocja *cheo*, dobrobyt w *biashara* biznesu i sprawy sądowe *kesi*, *impotency nguvu za kiume*.

Zdjęcia reklam zostały wykonane wzdłuż drogi Mombasa Malindi w różnych obszarach: Nyali, Shanzu, Mtwapa, Kikambala i Kilifi w latach 2018–2019. W badaniu wykorzystano wywiady i dyskusje w grupach fokusowych w celu ustalenia skuteczności reklam dla członków społeczeństwa, a także dla uzdrowicieli. W następstwie istotnych problemów zdrowotnych w przybrzeżnej Kenii, które często wydają się nie mieć rozwiązań w nowoczesnych formach leczenia, reklamy tradycyjnych uzdrowicieli wzdłuż ulic miast i głównych dróg mogą zapewnić łatwą komunikację uzdrowicielom przez użytkowników usług.

Prof. dr Grażyna Czubińska z Polskiego Uniwersytetu na Obczyźnie w Londynie: „Image of a man in advertising on the streets of London” poświęciła swoje wystąpienie wizerunkowi mężczyzny w reklamie na ulicach Londynu. Reklama rozprzestrzenia się na prawie każdym etapie codziennego życia w Londynie. Reklamy wizualne można spotkać głównie na londyńskich stacjach metra lub przystankach autobusowych, ale prywatne firmy używają różnego rodzaju mediów, aby dotrzeć do jak największej liczby potencjalnych klientów. Jakie jest jego ogólne znaczenie? Nie można zaprzeczyć, że reklama ma ogromny wpływ na nasze życie, w tym na przekonania i system wartości, w które wierzymy. Dzieje się tak, chociaż nie zawsze zdajemy sobie z tego sprawę. Wszyscy twórcy reklam starają się dotrzeć do osób, które nie są świadome tego, że zostały przekonane, aby coś nabyć.

Ale nie tylko reklama wpływa na nasze życie. My również na nią wpływamy. Brytyjskie reklamy zostały dostosowane do naszego życia – pokazują kulturę, a często rzeczywistość naszych marzeń. Dlatego, jeśli przyjrzymy się im uważnie i ukazanym przez nie postaciom ludzkim, możemy dowiedzieć się wiele

TRZECI RAPORT Z PRZEBIEGU PROJEKTU TICASS



9. Prof. Rossita Delugi z Włoch i dr Tsawe-Munga wa Chidongo z Kenii w czasie konferencji; fot. Roman Mazur

o współczesnym człowieku, jego życiu, aspiracjach i potrzebach. Zakres zmian społecznych zachodzących w Europie i współczesnym świecie jest bardzo szeroki. Nasza wiedza i podejście do zagadnień związanych z seksem, stereotypami, rolami płciowymi i dyskryminacją uległy znaczącym zmianom w ciągu ostatnich lat. Dynamika tych zmian przyniosła nam nie tylko nowe rozwiązania, ale także nowe, szeroko omawiane dziś problemy. Jednym z nich jest zjawisko seksizmu i stereotypowego postrzegania norm płciowych. Mogłoby się wydawać, że stereotypy dotyczące norm płciowych, które zauważamy w reklamach, dotyczą tylko kobiet – gdy oglądamy je ograniczone wyłącznie do ról kobiecych (w tym roli obiektów seksualnych dla mężczyzn). Okazuje się jednak, że stereotypy dotyczą także mężczyzn. Istnieje kilka ról, w które są wrzucane przez reklamy w Wielkiej Brytanii.

Jarosław Solecki, także reprezentujący PUNO w Londynie: „Living in the Future. Augmented Reality as an Element of Everyday Life”, w swoim wystąpieniu przedstawił wizję życia w przyszłości oraz rzeczywistości rozszerzonej jako elementu codziennego życia. Autor wyjaśnił zebrany, czym jest „rzeczywistość rozszerzona” (AR), a w szczególności zaprezentował możliwości jej zastosowania w aplikacjach służących do wyszukiwania informacji, zwłaszcza w kontekście witryn tranzytowych, takich jak np. lotniska. Przedstawił uniwersalny potencjał AR w przekazywaniu informacji, który jest łatwy do odcodowania dla każdego, niezależnie od różnic językowych lub kulturowych. Również przykłady już działających rozwiązań, które wskazują, choć obecnie jedynie w ogólnym zarysie, możliwość korzystania z aplikacji AR, które mogą w niedalekiej przyszłości mieć znaczący wpływ na sposób spędzania czasu na lotnisku.

We współczesnym świecie przemieszczanie się z miejsca na miejsce wymaga pośpiechu nieznanego wcześniej człowiekowi. Zwykle mamy za mało czasu, aby doświadczyć tego, co nas otacza. Wjeżdżając na lotnisko, otrzymujemy wizję możliwej kolejki do odprawy, długą drogę do bramy z wszelkiego rodzaju niepokojącymi rzeczami, zanim tam dotrzemy, może potrzebujemy czegoś ze sklepu wolnocłowego. Wiemy, że kilka minut spóźnienia spowoduje, że służby lotniska zabronią nam lotu, więc będziemy musieli ponownie kupić bilet i rozpocząć całą trasę tranzytową od początku. Nie chcemy brać udziału w tego typu doświadczeniach. Lotnisko jest miejscem tranzytowym, musimy poruszać się po ustalonej trasie od wejścia do głównej hali do wejścia na pokład samolotu. Lotnisko to tylko część naszej podróży, więc wszystko powinno przebiegać płynnie, zgodnie z naszym planem. Wszelkie interakcje ze środowiskiem należy ograniczyć do minimum, ponieważ nie chcemy być odrywani od wyznaczonego celu.

Lot samolotem jest dla wielu z nas wystarczająco stresujący, a to jeszcze nie koniec naszej podróży. Potrzebujemy idealnego planu optymalizującego drogę, skracającego ją i nie tracącego orientacji, ponieważ może to kosztować nas cenne minuty. Dobrze byłoby wiedzieć, jak jest daleko, zanim będziemy mogli wejść na pokład samolotu, i jak długo to potrwa. Są to oczekiwania, z których mogą wynikać aplikacje AR używane na lotniskach. Jednak ich całkowity potencjał można zrealizować dopiero w przyszłości.

Dr Agnieszka Szajner z Polskiego Uniwersytetu na Obczyźnie i dr Lidia Marek z Uniwersytetu Szczecińskiego zaprezentowały „Turystyczne spojrzenie» jako wrażenia wizualne – afrykańskie wrażenia europejskich badaczy” („The tourist gaze» as a visual experience – African impressions of European researchers”). Inspiracją do podjęcia takiego tematu była lektura książki Johna Urry’ego *The Tourist Gaze* oraz doświadczenia związane z nauką i badaniami, które są częścią projektu TICASS w Kenii. Zgodnie z tezą Urry’ego, doświadczenie turystyczne jest zasadniczo doświadczeniem wizualnym, które promuje zwrotność turysty, a także refleksję miejsca, którego się uczy⁴. Jest tworzony i autoryzowany przez różne dyskursy dotyczące życia społecznego. Doświadczenie turystyczne rozumiane przez Johna Urry’ego wymaga samotności, prywatności i osobistego, nieco duchowego związku z przedmiotem poznania.

W zaprezentowanych badaniach i opiniach turystycznych autorki wystąpienia skoncentrowały się na problemie samotności mieszkańców i turystów w Kenii. Ich poszukiwania różnych twarzy, wizerunki samotności wśród mieszkańców i turystów w Kenii nie miały wszystkich cech ściśle naukowych badań. Były jedynie etiudą badawczą, ponieważ okazały się dość fragmentaryczne, a rzeczywiste rozpoznanie przedmiotu tej diagnozy wymaga dalszych badań i analiz. W badaniach wykorzystali elementy etnografii wizualnej oraz elementy technik narracyjnych (fokus i wywiady indywidualne). Przyczyniły się do powstania etiudy w badaniach kobiet i naukowców z Europy oraz indywidualnej osoby. Wizja samotności w Kenii, przedstawiona w mowie, jest zatem wyrazem szczególnego zainteresowania poznawczego popartego codziennymi doświadczeniami w kontakcie z miejscem i ludźmi, którzy je tworzą.

Konferencję zamknęło **wystąpienie Radosława Nagaya z Akademii Sztuki w Szczecinie, który zaprezentował „Projektowanie systemów komunikacji wizualnej dla współczesnych społeczeństw” („Designing visual communication systems for modern societies”).** Nowoczesne społeczeństwa składają

⁴ J. Urry, *Socjologia mobilności*, przeł. J. Stawiński, Warszawa, 2009.

się z osób o różnych potrzebach w zakresie komunikacji wizualnej. Migracje, starzenie się społeczeństw i rosnąca liczba osób niepełnosprawnych fizycznie i umysłowo stanowią nowe wyzwanie dla specjalistów odpowiedzialnych za projektowanie systemów komunikacji wizualnej. Jednocześnie systemy multimedialne, inteligentne i mobilne technologie umożliwiają dostarczanie spersonalizowanych informacji każdemu, w dowolnym czasie i po niższych kosztach niż wcześniej. Badania miały na celu analizę potrzeb i porównanie ich z dostępnymi rozwiązaniami w celu zwiększenia wydajności komunikacji, szczególnie w przestrzeni publicznej. Uwzględniono następujące czynniki: wiek, płeć, umiejętność czytania i pisanie, warunki psychiczne i fizyczne, pochodzenie kulturowe i nieprzystosowanie społeczne. W podsumowaniu autor wskazał, że należy wprowadzić nową systematykę pracy projektowania.

3. MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA DLA MŁODYCH BADACZY „GLOBAL COMMUNITY – EDUCATION, CULTURE, SOCIETY”

Wartością dodaną realizacji programu TICASS w Londynie stała się Międzynarodowa Konferencja dla Młodych Badaczy pt. „Global community – education, culture, society” („Globalna społeczność – edukacja, kultura, społeczeństwo”), organizowana przez Polski Uniwersytet na Obczyźnie i Instytut Pedagogiki Uniwersytetu Szczecińskiego.

Jej tematem stała się działalność człowieka w wielu obszarach życia społecznego. Często można ją definiować poprzez konflikty powstałe między tym, co należy do grupy, a tym, co prywatne, w odniesieniu do jednostki. Z jednej strony współistniejemy i wpływamy na nas wzajemne relacje, które akceptujemy jako coś niezbędnego. Z drugiej strony tworzymy wewnętrzną „ścianę”, na którą silny wpływ ma kontekst społeczny, nawet jeśli może to oznaczać jakieś wyobcowanie. Dychotomiczny sposób życia społecznego zdobywamy poprzez procesy uczenia się. Ale przekazujemy to także innym poprzez interakcje społeczne, co zwiększa zainteresowanie poszukiwaniem wartości życia. Nauki społeczne bezpośrednio stawiają pytania o zjawisko, procesy, strukturę i porządek, siłę, zmiany i transformację relacji między ludźmi. Te nauki szukają odpowiedzi na pytanie: „Dlaczego tak się dzieje?”, „Co możemy z tym zrobić?”.

Ogląd naukowy i badania dotyczące rzeczywistości mają sens tylko wtedy, gdy służą ludziom. W ten sposób wszystkie intencje i wyniki badań powinny być stale oceniane. Jedną z najlepszych okazji są – między innymi – konferencje

i seminaria naukowe. Umożliwiają rozwój dyskursu naukowego i praktycznego poprzez opisy, analizy, „interpretacje i wdrażanie efektów poznawczych.

Program tej konferencji zawierał wystąpienia:

- **Maria Czerepaniak-Walczak**, University of Szczecin, Poland – „Creation of The Comprehend Communication Through the Action Research in an Open Social Space in The City”;
- **Viviana Maria Huțuleac, Delia Balaban, Babeș Bolyai**, University, Cluj-Napoca, Romania – „The Mobile Communication Role For The Education of Romanian Migrants’ Children”;
- **Mariusz Baranowski**, Adam Mickiewicz University in Poznan, Poland – „Unfulfilled Promises of New Technologies: Social Development Without Welfare And a Commoditised Sharing Economy”;
- **Hanna Kaszewska**, Academy of Art in Szczecin, Poland – „MENTALILLNESSFEELSLIKE The Role of Image and Social Media in Discourse on Mental Illness”;
- **Elżbieta Perzycka**, University of Szczecin, Poland – „Types of Lonely Creativity in the Public Space of Kenya’s Visual Communication”;
- **Lidia Marek**, University of Szczecin, Poland & **Agnieszka Szajner**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „Cosmopolitanism – an illusion, a stylistic figure or a social imaginarium? (educational perspective)”;
- **Monika Zytke**, Pomeranian University in Słupsk, Poland – „Why do we need music? The extraordinary power of sounds”;
- **Piotr Surmaczynski**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „Polish Political System and Political Parties in the Prospect of the European transitions”;
- **Tomasz Dziwiński**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „New Emigration, Continuation of the Tradition or a New Beginning”;
- **Anna Watoła**, University of Silesia, Poland – „The Teacher’s Image from the Perspective of a Polish and Kenyan Pupil and Parent”;
- **Joanna Rachwał**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „Biculturalism of People of Polish Born in Great Britain in the Years 1945–1980”;
- **Aleksander Cywiński**, University of Szczecin, Poland – „A Poetic Approach to Social Representations of Justice”;
- **Urszula Walczak**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „The Process of Acculturation of Polish Women from Multicultural Unions in Great Britain”;



10. Uczestnicy seminarium w czasie konferencji młodych badaczy; fot. Roman Mazur

- **Katarzyna Karita**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „Social Exclusion – a Theoretical Approach”;
- **Leszek Kulaszewicz**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „Gratitude – Science and Practice”;
- **Jarek Janio**, Santa Anna University, USA – „Digital Technologies in Creating Academic Education”;
- **Parveen Akhter Pandit**, Central University of Kashmir, India – „India Society, Education & Culture – a Concern”;
- **Rajendrasinh B. Jadeja**, Marwadi University, India – „Outcome Based Education in India at Marwadi University”;
- **Nitul Dutta**, Marwadi University, India – „Flipped Class Room at Marwadi University”;
- **Grażyna Erenc-Grygoruk**, West Pomeranian Business School, Poland – „Shaping the Child’s Identity in the Conditions of a Multicultural Iconosphere”;
- **Oleksandr Kundytsky**, Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine – „Necessity of Reforming of Higher Education System of Ukraine in the European Integration Conditions”;

- **Svetlana Konyushenko**, The Immanuel Kant Baltic Federal University, Russia – „STEAM: The Space For Innovation”;
- **Aldona Wojtecka**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „Economic Violence – as a Wide Range of Economic Abuses”;
- **Ilona Mościcka**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „History of the Establishment and Functioning of Polish Saturday Schools in Great Britain”;
- **Adriana Górka**, Polish University Abroad in London, United Kingdom – „Threat of loneliness in contemporary society”.

Konferencja ta stała się platformą do interdyscyplinarnej dyskusji na temat rozpoznawania i rozumienia ludzkich działań w dynamicznie rozwijającym się świecie nauki, edukacji i kultury.

Program TICASS to nie tylko badania, konferencje, ale też warsztaty i seminaria. W maju 2019 roku odbyły się warsztaty dotyczące kontekstu kulturowego dla młodych badaczy. Seminarium dla młodych naukowców skupiało się na możliwościach stosowania multimedialnej prezentacji koncepcji doktoratu oraz strategiach pisania pracy doktorskiej, szczególnie – planowania skutecznego sposobu gromadzenia i analizy danych empirycznych.

4. TICASS WE WŁOSZECH. MIĘDZYNARODOWA KONFERENCJA NAUKOWA „EDUCATION, VISUAL LANGUAGES AND INTERCULTURAL STRATEGIES”

Kolejne działania projektu TICASS przeprowadzono jesienią we Włoszech. W dniach 24–25 listopada 2019 roku na Uniwersytecie w Maceracie odbyła się konferencja pod hasłem: „Education, visual languages and intercultural strategies” („Edukacja, języki wizualne i strategie międzykulturowe”).

Program Konferencji w Maceracie:

Panel 1 – Images, learning processes and social communication

Chair: Stephen Muoki (PWANI)

- **Dagmar Myšáková** (UJEP) – „Art Exhibition as an Environment for Communication and Lifelong Learning”
- **Adéla Machová** (UJEP) – „Participation as a Part of a Curatorial Work”
- **Isabella Crespi, Marta Scocco e Martina Crescenti** (UNIMC) – „Visual Sociology, Research and Educational Opportunity: Theory and Practice”
- **Tomáš Pavlíček, Romana Pavlíčková** (UJEP) – „The Problematics of Value Legacy of the 1960’s Architecture in the Society on the Example of a Model Town Most and its Application to Pedagogical Process of Art Education”

Panel 2 – Tangible and Intangible Cultural Heritage

Chair: Rosita Deluigi (UNIMC)

- **Flavia Stara** (UNIMC) – „Re-Building the Image: Cultural Heritage between Globalization and Post-Colonialism”
- **Giuseppe Capriotti** (UNIMC) – „Comparing Perceptions: Kenyan and Western Approach to Coastal Kenyan Ruins”
- **Ibrahim Busolo** (PWANI) – „The Swahili Heritage: Origins, Developments and Influences on the East African Coast”
- **Aleksandra Łukaszewicz Alcaraz** (AASZ) – „Transformation of Cultural Practices in the Kenyan Coast”
- **Tsawe Chidongo** (PWANI) – „Modern Social Innovation in the Cultural Heritage of the Midzi-Chenda Community of Coastal Kenya”

Panel 3 – Multigenerational reading of Urban Space

Chair: Agnieszka Szajner (PUNO)

- **Aleksander Cywiński** (US) – „Youthful City Reading Strategy”
- **Maria Czerepaniak-Walczak** (US) – „*Communicationis imago*: Validity Claims of Visual Communicates in the Public Urban Space”
- **Lidia Marek** (US) – „What and how we learn from the city? Pedagogue’s reflections about the culture of education in urban public space”
- **Elżbieta Perzycka** (US) – „Visual city messages in the opinions of pedagogy students”

Panel 4 – Museums, landscapes and participative strategies

Chair: Adéla Machová (UJEP)

- **Giuliana Pascucci** (Civic Museum Macerata) – „Museums and Social Participation. The Experience of the Civic Museum of Palazzo Buonaccorsi”
- **Michele Gentili** (McZee) – „Imaginopolis. A Community-based Project for the City that doesn’t fall”
- **Lenka Sýkorová** (UJEP) – „Drawing as a non-verbal communication tool”
- **Giuseppe Capriotti & Rosita Deluigi** (UNIMC) – „Symbolic Details and Contexts. Visual Strategies of Education in the Participating Experience of Urban TICASS in Italy and Kenya”

▪

Panel 5 – Art, interreligious dialogue and inclusion

Chair: Flavia Stara (UNIMC)

- **Stephen Muoki** (PWANI) – „‘Images of Christianity’ in Africa and Europe: a comparative dialogue on the future of Christianity”



11. Uczestnicy konferencji w Maceracie we Włoszech; fot. Elżbieta Perzycka

- **Stefano Polenta & Raffaele Tumino** (UNIMC) – „How to think of transculturality today through cinema”
- **Gabriella Aleandri & Virginia Caliciotti** (UNI ROMA3) – „Graphic-plastic Art Therapy as a Pedagogical Strategy for Intercultural Inclusion”

Poster Session

- **Alessandra Fermani, Ramona Bongelli, Giorgio Cingolani, Morena Muzi, Iliaria Riccioni** (UNIMC) – „»Homeward Bound«: a film produced by the Hotel House adolescents during a cinema labs. Intercultural strategies and artistic production to promote inclusion and interaction”
- **Jarosław Solecki** (PUNO) – „What Anthropology of Lingua-Branding is?”
- **Petra Valentova** (VŠUP) – „Imprints through the Time and Space”

Panel 6 – Storytelling, visual literacy and creative productions

Chair: Aleksandra Łukaszewicz Alcaraz (AASZ)

- **Dorota Hrycak-Krzyżanowska** (PUNO) – „Visual Language in Storytelling as a Language Teaching Method”
- **Laura Fedeli** (UNIMC) – „Creative Visual Re-writing Processes: Students’ and Teachers’ Perspectives on Group Work Impact and Educational Effectiveness”
- **Leslie Nancy Hernández Nova** (EUI) – „Oral and Visual Methodologies as an Education Strategy. Towards the Construction of a European Education

under the Inspiration of *de facto solidarity* in the Construction of a Europe for the New Generations”

- **Michael Maua** (PWANI) – „Leveraging on Competency Based Curriculum in Utilization of Visual Literacy in University Libraries in Kenya”

Panel 7 – Media languages and social awareness

Chair: Ibrahim Busolo (PWANI)

- **Grażyna Czubińska** (PUNO) – „Image of a Woman in Advertising on the Streets of London”
- **Stephen Muoki** (PWANI) & **Agnieszka Szajner** (PUNO) – „The power of visual communications in London Underground”
- **Tsawe Chidongo** (PWANI) – „Can visual language and cultural strategies be hopeful means in the campaign against teenage pregnancy in Kilifi County of Kenya?”
- **Florence Myuweta** (PWANI) – „Use of Visual Images by Traditional Healers as a Marketing Strategy in Africa; a Case of Coastal Kenya”
- **Justyna Gorzkowicz** (PUNO) – „Anthropology of Lingua-Branding in Action. Case Study”

Round Table „Educational Recommendations for Implementation of Integral Theory of Visual Education”

Polski Uniwersytet na Obczyźnie reprezentowało czworo akademików. **Prof. dr Grażyna Czubińska**, skupiając się na przedstawieniu wizerunków kobiet w reklamie na ulicach Londynu, pokazała, że reklama rozprzestrzenia się na prawie każdym etapie naszego codziennego życia w stolicy Anglii. W rzeczywistości reklamy wizualne można spotkać głównie na londyńskich stacjach metra lub przystankach autobusowych, ale prywatne firmy używają różnego rodzaju mediów, aby dotrzeć do jak największej liczby potencjalnych klientów. Jakie jest jej ogólne znaczenie? Nie można zaprzeczyć, że reklama ma ogromny wpływ na nasze życie, w tym na przekonania i system wartości, w które wierzymy. Dzieje się tak, chociaż nie zawsze zdajemy sobie z tego sprawę. Ale nie tylko reklama wpływa na nasze życie. Wywieramy również na to wpływ. Brytyjskie reklamy zostały dostosowane do naszego życia – pokazują naszą kulturę, a często rzeczywistość naszych marzeń. Dlatego jeśli przyjrzymy się im uważnie i odsłoniętym przez nie postaciom ludzkim, możemy się wiele dowiedzieć o współczesnym człowieku, jego życiu, aspiracjach i potrzebach.

TRZECI RAPORT Z PRZEBIEGU PROJEKTU TICASS



12. Uczestnicy siódmego panelu konferencji w Maceracie we Włoszech: dr A. Szajner, dr S. Muoki, prof. dr G. Czubińska, dr J. Gorzkowicz, F. Myuwetr, T. Chidongo, dr I. Busolo; fot. Elżbieta Perzycka

Zakres zmian społecznych zachodzących w Europie i we współczesnym świecie jest bardzo szeroki. Nasza wiedza i podejście do zagadnień związanych ze stereotypami, rolami płciowymi i dyskryminacją uległy znaczącym zmianom w ciągu ostatnich lat. Dynamika tych zmian przyniosła nam nie tylko nowe rozwiązania, ale także nowe, szeroko omawiane dziś problemy. Wizerunek kobiety w reklamie został najczęściej ograniczony do staromodnych ról kobiecych (w tym roli obiektów seksualnych dla mężczyzn), ale zaczyna ewoluować w kierunku obrazów współczesnych aspirujących kobiet.

Przedłużeniem powyższych rozważań stało się pokazanie „Mocy komunikacji wizualnej w londyńskim metrze” przez **dr Agnieszkę Szajner** z PUNO i prof. Stephena Muokiego z Kenii. Wspieranie działań społecznych za pomocą przekazu wizualnego w miejscach publicznych jest bardzo powszechnym narzędziem stosowanym przez instytucje rządowe, pozarządowe i firmy. Jedno z miejsc, w których tego typu działania są szeroko stosowane, to londyńskie metro. Siła przekazu jest ogromna, czego twórcy tych działań są bardzo świadomi-

mi. Londyn to najpopularniejsze miejsce turystyczne na świecie, każdego roku przyciągając około 30 milionów turystów z innych krajów, dzięki czemu wiadomoś ma szansę otrzymać miliony ludzi. Ludzie przyjeżdżają tutaj z każdego zakątka globu, aby podziwiać wiele imponujących zabytków Londynu, by poznać bogatą, tętniącą życiem kulturę miasta. Większość z tych osób korzysta z transportu publicznego, w tym metra. London Underground to osobliwe centrum, odzwierciedlenie potrzeb społecznych, kłopotliwe debaty publiczne, trendy, wspieranie wydarzeń kulturalnych, swoiste odzwierciedlenie ducha miasta inspirującego ludzi z całego świata.

Dorota Hrycak-Krzyżanowska zaprezentowała możliwość zastosowania „Języka wizualnego w opowiadaniu jako metody nauczania języka”. Była to analiza, w jaki sposób język wizualny wykorzystywany w opowiadaniu historii wpływa na wzrost kompetencji komunikacyjnych w nauczaniu języka, zarówno pierwszego, jak i drugiego. Komunikacja o świecie za pomocą rysunków była podstawowym sposobem kodowania istotnych informacji.

Wykorzystywanie opowiadań do celów edukacyjnych jest skuteczną strategią, szczególnie do nauczania języków. Większość studentów lubi słuchać opowieści. Historie mają moc, która może wprowadzić studentów w świat wyobraźni, narysować kolorowy obraz z wieloma interesującymi postaciami. Opowiadanie historii jest jedną z najbardziej przydatnych metod skutecznego przyciągania uczniów do procesu uczenia się. Włączenie języka wizualnego w proces opowiadania historii zwiększa zainteresowanie, inspiruje i stymuluje uczniów. Pomaga im zdobyć wiedzę, rozwija umiejętności czytania i wyobraźnię. Wykorzystanie języka wizualnego w opowiadaniu historii jako metody nauczania jest skuteczną strategią w nauce języków.

Dr Justyna Gorzkowicz zaprezentowała swój projekt badawczo-rozwojowy, zrealizowany w Laboratorium Lingua Brandingowym, które działa w Zakładzie Współczesnej Kultury Literackiej i Artystycznej jako jednostka Instytutu Kultury Europejskiej w PUNO. Projekt łączy badania nad sposobami budowania marki i tworzenia indywidualnego języka wizualnego z narzędziem badawczym stosowanym w antropologii kulturowej. Przedstawia sposób, w jaki rozumiemy antropologię lingua branding w naszym laboratorium. W dużej mierze jest oparty na współpracy z dwoma dużymi instytutami w Polsce, które zajmują się filologią polską. Projekt to początek kompleksowych badań geopolonistyki. Skupia instytucje zajmujące się polonistyką na całym świecie w jednym miejscu – a strona internetowa z wbudowaną mapą pokazuje lokalizację danej jednostki oraz obszar jej badań i działalność dydaktyczną. Prezentuje materiały audiowi-

TRZECI RAPORT Z PRZEBIEGU PROJEKTU TICASS



12. Jarosław Solecki w sesji plakatowej konferencji; fot. Grażyna Czubińska

zualne, służące do wyrażania obrazów poszczególnych marek oraz różnic w rozumieniu danego tematu, nawet w ramach tej samej kultury. Tło analiz stanowi większa sieć polonistyk, które są rozsiane po całym świecie – można je znaleźć na Ukrainie, Litwie, w Europie Zachodniej, Stanach Zjednoczonych Ameryki, Chinach czy Korei. Ważnym miejscem wśród tych instytucji naukowych i dydaktycznych jest także Polski Uniwersytet na Obczyźnie w Londynie.

Prezentacja plakatu Jarosława Soleckiego była ściśle związana z wystąpieniem dr Justyny Gorzkowicz. Autor skoncentrował się na wyjaśnieniu podstawowych problemów, takich jak:

1. czym jest lingua branding;
2. jak rozumiemy antropologię lingua branding w laboratorium;
3. jakich narzędzi zwykle używa się do eksploracji nowej przestrzeni medialnej;
4. jakiego rodzaju narzędzia i metody badawcze zostały zastosowane podczas projektu Geo-Polish Studies.

Ostatni etap realizacji projektu TICASS miał się odbyć wiosną 2020 roku w Uściu nad Łabą w Czechach. Z powodu epidemii koronawirusa został przełożony na miesiące jesienne 2020 roku.