

Amelia Urbańska

ORCID: 0009-0005-4708-4293

Wrocław-Warszawa

AMALGAMATY KOGNITYWNE W PLAKATACH¹

ABSTRAKT

Współczesna semiotyka wyrosła na gruncie strukturalnym, ma zatem lingwistyczne korzenie. Badając teksty multimodalne, coraz bardziej skłania się ku podejściu kognitywnemu, dającemu szansę dalszego jej rozwoju. Semiotycy poszukują instrumentarium do badań interdyscyplinarnych, które umożliwiłyby integrację humanistyki. W semiotyce zachodzi potrzeba porzucenia postaw werbocentrycznych oraz odnalezienia tzw. „poetyki bez granic”, odpowiedniej do opisu i zgłębiania sensu wszelkich kodów, nie tylko językowych.

**Słowa
kluczowe:**
integracja
pojęciowa,
plakat, semio-
tyka, polska
szkoła plakatu,
metafora

Plakat, będący tematem niniejszego artykułu, to artystyczny tekst multimodalny, nadbudowany głównie na kodzie wizualnym. Sztuka plakatu wykorzystuje bogaty ikoniczny potencjał znaków w procesach izolacji, konfiguracji, deformacji oraz akompaniamentu werbalnego. Twórcy posługują się tu najczęściej symbolem i metaforą, które można rozumieć w duchu tradycyjnej semiologii lub w sposób bardziej nowoczesny. Do tej drugiej opcji należy zwłaszcza teoria metafory pojęciowej Lakoffa i Johnsa wraz z jej rozwinięciem, tj. teorią integracji pojęciowej (amalgamatów) Fauconniera i Turnera, która stanowi podstawowe narzędzie przedstawianych w artykule analiz.

Analizy dotyczą wybranych prac Mieczysława Górowskiego, przedstawiciela polskiej szkoły plakatu. Jego twórczość obfituje w przedstawienia izolowanych części ciała, zestawianych w zaskakujących układach i kontekstach. Wybrane dzieła artysty omówione są jako realizacje kreatywnych mechanizmów poznawczych, tj. metafory, a w szczególności integracji pojęciowej.

¹ Tekst został wygłoszony jako referat na konferencji Cognitive Poetics and Rhetoric (Łódź, 2010 r.), w krótszej formie i pod innym tytułem („Bolesny gest przyjaźni. O metaforze wizualnej w plakacie”). Został gruntownie przeredagowany i rozbudowany. Dziękuję anonimowym Recenzentom za cenne uwagi dotyczące wcześniejszej wersji.

Pokazano, jak przestrzenie wyjściowe współpracują w tworzeniu przestrzeni stapienia znaczeń. Kiedy wybrane elementy znaczeniowe przenoszone są do amalgamatu, powstaje nowy twór, z immanentnymi relacjami, emocjami i intencjonalnością, nieobecny w przestrzeniach wyjściowych. Omówiono również problem gestów w relacji do ludzkiego wymiaru doświadczenia – to właśnie osiągnięcie tego wymiaru jest najważniejszym celem stapienia pojęć.

Zastosowanie teorii amalgamatów kognitywnych pokazuje jej przydatność w badaniu tekstów wizualnych. Wydaje się, że właśnie narzędzia językoznawstwa kognitywnego są poszukiwaną „poetyką bez granic”.

Otrzymano: 01.08.2023. Zrecenzowano: 19.10.2023. Przyjęto: 21.11.2023. Opublikowano: 31.12.2023.

1. ZAGADNIENIA TEORETYCZNE

1.1. WPROWADZENIE

Maksimum znaczenia, minimum środków – tak brzmi programowe założenie plakacistów (zob. Kwaśniewski & Kunce 2009: 48). Grafika użytkowa, ta paradoksalna sztuka na zamówienie, sztuka ulicy, poezja parkanów², obficie czerpie z myślenia przenośnego. Kiedy w Polsce ze względu na żelazną kurtynę nie były dostępne plakaty zachodnie, ukazujące bohaterów i sceny filmowe na fotografiach, kreowano plakaty artystyczne oparte na rysunku i malarstwie. Polska szkoła plakatu, bo o niej mowa, opierała się na skrócie znaczeniowym, zagadce intelektualnej, wyeksponowaniu detalu, dowcipie, dzięki czemu zmuszała do refleksji. Metaforyczność jest istotą tej sztuki: okazuje się zarówno potrzebna, jak i bardzo płodna. Przywołane wyżej hasło oddaje naturę symbolu, metafory i amalgamatu (integracji pojęciowej). Integracja pojęciowa, która uczestniczy w tworzeniu i odbiorze plakatu, obejmuje całość ludzkiego myślenia, sprowadzając skomplikowane nieraz zagadnienia do prostszych w odbiorze obrazów. Ogólnym tłem podejmowanych tu rozważań jest przekonanie o wartości badań interdyscyplinarnych prowadzonych za pomocą narzędzi językoznawstwa kognitywnego³. Taka perspektywa wyłania się również ze stanu badań współczesnej semiotyki⁴.

2 Autorem wyrażenia „poezja parkanów” jest prawdopodobnie Szymon Bojko (1965: 4).

3 Podejmowano już wiele udanych prób zastosowania lingwistyki kognitywnej w analizie sztuki lub na pograniczach języka i obrazu. Należą do nich prace Wojciecha Balucha (1995, 2005), Amelii Kiełbawskiej (2007), Agnieszki Libury (2007, 2012, 2019), Magdaleny Grabowskiej (2013), Elżbiety Górskiej (2014, 2017, 2018), Elwiry Bolek (2016, 2018, 2020), Justyny Winiarskiej (2016), Michała Szawerny (2018), Jolanty Maćkiewicz (2019) i innych. O podobnych zagadnieniach traktuje tom *Ikoniczność znaku. Słowo – przedmiot – obraz – gest* pod red. Elżbiety Tabakowskiej (2006), która w innym tekście opisuje także związki językoznawstwa kognitywnego i teorii sztuki (Tabakowska 2019).

4 Równoległe do powstania pierwszej wersji niniejszego artykułu multimodalność weszła w obszar zainteresowań Agnieszki Libury, która także – w kontekście literatury zagranicznej

Celem niniejszego tekstu jest zatem weryfikacja użyteczności kognitywnej teorii amalgamatów w analizie dzieł multimodalnych. Amalgamaty będą tu ukazane jako propozycja badawcza dla tradycji semiotycznej, stanowiąca jej szczególną kontynuację (nie konkurencję), oraz jako adekwatna odpowiedź na istniejące zapotrzebowanie poznawcze.

1.2. POETYKA BEZ GRANIC

„Werbocentryzmem nazywam postawę preferującą język werbalny i zakładającą jego nadrzędną rolę wśród kodów, które współtworzą międzyludzką komunikację” – pisała na przełomie XX i XXI wieku Seweryna Wysłouch, badaczka sztuk wizualnych (2001: 53). W rozdziale pod znamienym tytułem „Werbocentryzm – uzurpacje i ograniczenia” autorka opisuje początki semiologii, która powstała na gruncie lingwistyki i która miała się stać metanauką. Nie powiodło się jednak wyprowadzenie metakodu semiotycznego z kodu językowego, semiotycy konsekwentnie zachowywali bowiem językoznawcze kategorie badawcze, przykładając je do niejęzykowych systemów znaczeniowych. Podejmowano takie próby m.in. w filmoznawstwie (Jurij Łotman, Christian Metz), lecz na dłuższą metę kończyły się one fiaskiem. Stosowanie strukturalistycznych narzędzi opisu i technik analitycznych zakładało podobieństwo wszelkich systemów i tworzonych w nich sztuk, natrafiano natomiast na odmienną regułę budowy komunikatów werbalnych i wizualnych. Stało się jasne, że istnieje więcej niż jeden znakowy system prymarny – oprócz kodu werbalnego jest nim kod wizualny (Wysłouch 2001: 22), który opiera się na odmiennym repertuarze znaków i rządzi się odmiennymi regułami. Kategorii uniwersalnych szukano także w motywach i tematach (Mieczysław Porębski) czy w fabule (Gotthold Lessing) – w fabule odnajdujemy raczej różnice niż podobieństwa, tematy mogą być z kolei jednostkowe. Wysłouch podsumowuje, iż lingwistyka paradygmatu strukturalnego nie jest i nie może być metakodem. Semiotyka nie zintegrowała humanistyki i wciąż poszukuje uniwersalnego instrumentarium badawczego, określonego jako „poetyka bez granic”⁵.

– pokazuje, że aplikacja narzędzi kognitywnych wynika m.in. z rozwoju semiotyki: „Zwrot w stronę komunikacji multimodalnej wyszedł z kręgu semiotyki” (Libura 2019: 61). W tej ostatniej o komunikacji wizualnej mówi się już od lat 60. ubiegłego wieku. Libura przytacza również wątpliwości Charlesa Forceville’a dotyczące werbocentryzmu (Forceville 2006: 381, za: Libura 2019: 62), korespondujące z rozważaniami Seweryny Wysłouch (1994, 2001) (zob. sekcja 1.2).

5 Wysłouch kończy rozdział o werbocentryzmie stwierdzeniem, że rezygnacja z językoznawczego (strukturalistycznego) modelu oznaczałaby „poetykę bez granic” – poszukiwanie jej stało się celem niektórych badaczy. Tytuł *Poetyka bez granic* Włodzimierz Bolecki i Wojciech Tomasiak (1995) nadali książce będącej plonem XXV Konferencji Teoretycznoliterackiej (Wenecja, 1994 r.). Użyto tego sformułowania, nie chcąc narzucać uczestnikom zagadnień do dyskusji poza samym przedmiotem konferencji – czyli „poetyką” (dziękuję za tę informację prof. Boleckiemu). Wysłouch skonkretyzowała to wyrażenie w kontekście semiotycznych poszukiwań badawczych i uczyniła poetykę bez granic przedmiotem dążeń poznawczych.

Jednocześnie współczesne językoznawstwo od dłuższego czasu nie jest autonomiczne, co stwarza ponowną szansę integracji humanistyki. Przynosi ono przydatne narzędzia badania i opisu operacji myślowych, możliwych do zastosowania wobec systemu językowego czy wizualnego. Wciąż jeszcze „wercocentryzm wyznacza poetyce granice, które należałoby przekroczyć” (Wysłouch 2001: 54) i można wątpić, „czy poetyka ma coś do zaproponowania badaniom interdyscyplinarnym” (s. 60). Pozytywną odpowiedź podsuwa właśnie kognitywna perspektywa badawcza, w której za bazę języka uważa się procesy poznawcze. Ich wyrazem jest język naturalny, a także sztuka wizualna, taka jak plakat, film czy malarstwo. Koresponduje to z perspektywą semiotyczną: „w budowaniu humanistyki zintegrowanej (...) szansę mają kategorie ogólne, oznaczające *typy relacji* i *typy operacji*” (Wysłouch 2001: 60). Czyż relacje i operacje kognitywne nie są owymi poszukiwanymi narzędziami, pozwalającymi na spójne badanie różnych form wyrażania myśli, w tym form wizualnych i multimodalnych? Językoznawstwo i poetyka kognitywna (por. m.in. Stockwell 2006 [2002], Kwiatkowska 2011) potwierdzałyby powyższe przypuszczenia, podobnie jak retoryka, która „zawiera podstawy, a często i gotowe rozstrzygnięcia systematyczne w dziedzinie tekstów niewerbalnych, czyli – inaczej mówiąc – jest semiologią wykraczającą poza semiotyki językowe, a co najmniej dotyczącą ponadjęzykowych układów znaczeniowych” (Ziomek 1994: 144)⁶. Podsumowując: lingwistyka kognitywna wyszła naprzeciw zapotrzebowaniu semiotyki. Jak twierdzi Elwira Bolek, do badania tekstów wielokodowych można wykorzystywać odpowiednio dopasowane i „zrekontekstualizowane” koncepcje lingwistyczne (Bolek 2018: 166).

1.3. INTEGRACJA POJĘCIOWA. AMALGAMATY W KONTEKŚCIE SYMBOLU I METAFORY

Jakie konkretnie mogą być wspólne, interdyscyplinarne narzędzia zarówno w badaniach języka i literatury, jak i teatru, malarstwa, dizajnu czy plakatu? Za zjawiska powtarzalne w poetyce uznano *tropy*, czyli mechanizmy i rezultaty operacji myślowych. Do tropów, dogłębnie opisanych przez teoretyków literatury i kultury, należą metafora i symbol. Na polu językoznawstwa kognitywnego pojawiła się dodatkowo nowsza propozycja, tj. amalgamat pojęciowy, a obecnie tę kategorię badawczą można uznać za dobrze ugruntowaną (zob. Libura 2010; Fauconnier & Turner 2019 [2002]).

W sztukach wizualnych mamy do czynienia z metaforą, gdy zostaje osłabiona funkcja oznaczająca (zob. Wysłouch 1994: 76). Symbol można defi-

⁶ Wysłouch z kolei tak komentuje uwagę Ziomek: „Nic więc dziwnego, że pojęcia i terminy retoryczne były stosowane z powodzeniem w analizie komunikatów wizualnych (...) w pracach Rolanda Barthesa, Umberta Eco czy w analizach filmu (Christian Metz)” (Wysłouch 2001: 62).

niować jako ukonstytuowaną metaforę. Amalgamat implikuje z kolei, że nie tyle przedstawiono pewną rzecz w terminach innej, ile w wyniku stapiania znaczeń stworzono nową strukturę, z właściwymi jej relacjami wewnętrznymi. Teoria integracji pojęciowej wydaje się adekwatnym narzędziem poetyki bez granic, ponieważ amalgamacja to „proces zachodzący na poziomie pojęciowym, a zatem werbalną lub obrazową formę amalgamatu można traktować jako zewnętrzny przejaw tego procesu” (Winiarska 2016: 44).

Rozumienie symbolu, metafory oraz amalgamatu przedstawia się w niniejszym artykule następująco. Metafora, za Lakoffem i Johnsonem (1988 [1980]), to myślenie o jednej rzeczy w kategoriach innej, zwykle: o zjawisku abstrakcyjnym w kategoriach konkretnego, np. MIŁOŚĆ TO OGIEŃ. Symbol, w przyjętym powszechnie rozumieniu Charlesa S. Peirce’a, to znak ogólny, powiązany ze swym przedmiotem relacją umowności⁷. Dla przykładu biała flaga jest symbolem kapitulacji. Amalgamat z kolei to nowo powstała struktura pojęciowa, stanowiąca wynik integracji pojęciowej wybranych elementów z dwóch (lub więcej) przestrzeni wyjściowych, tj. mentalnych pakietów znaczeniowych (Fauconnier & Turner 2019 [2002]).

Związki między metaforą a amalgamatem są przedmiotem wielu dociekań badawczych (zob. m.in. Kosiński 2007; Libura 2005, 2010: 85-95), w których traktuje się je jako koncepcje konkurencyjne lub komplementarne. W pierwszym ujęciu amalgamat rozumie się jako przeciwieństwo metafory, a jego zwolennicy podkreślają, że metafora – w przeciwieństwie do integracji pojęciowej – nie generuje nowej przestrzeni mentalnej. Różnicę tę uważa się za istotną i definiującą. Podejście komplementarne mówi natomiast, że integracja pojęciowa to jedynie przedłużenie procesu metaforyzacji, w wyniku którego powstaje wprawdzie nowa przestrzeń znaczeniowa, lecz tę ostatnią można wywieść z dwóch przestrzeni wyjściowych (w kognitywnej teorii metafory nazywanych domeną źródłową i domeną docelową), bo na nich się zasadza. Trudno się nie zgodzić, że stapianie pojęć prymarnie opiera się na myśleniu przenośnym. Nowa struktura pojęciowa, w wyniku procesu stapiania, rzeczywiście jednak powstaje i rozwija własne relacje, wnioskowanie oraz budzi nieobecne w przestrzeniach wyjściowych emocje. Należałoby ją więc uznać za zjawisko odrębne od metafory, choć z nią spokrewnione. Łączenie procesu metaforyzacji i integracji pojęć jest częste:

7 Definicję symbolu w ujęciu Peirce’a podają za: Hoopes (1991: 30). Większość definicji symbolu pozostaje w zgodzie z tym, co napisał o nim Peirce (Pelc 1982: 159). Nie zgadzał się z Peirce’em Ferdinand de Saussure, mówiąc, że symbol nie jest znakiem umownym, bo między symbolem a rzeczą symbolizowaną występuje namiastka związku naturalnego (za: Pelc 1982: 172). Również Charles Morris dowodził, że w każdym typie znaku występuje jakiś poziom ikoniczności, i że jest to cecha stopniowalna (Pelc 1982: 145-147). Spory definicyjne nie przeszkodziły wszakże rozwojowi semiotyki – przeciwnie, zdaje się, że go napędzały.

Lakoff i Johnson w uaktualnionej wersji *Metafor w naszym życiu* (2003) mówią o amalgamacie metaforycznym w przypadku, gdy do integracji pojęciowej dochodzi na bazie metafory.

Fauconnier i Turner (2019 [2002]) pokazują z kolei, iż „efektem integracji jest powstanie nowego znaczenia niedostępnego w żadnej przestrzeni wyjściowej” (za: Libura 2007: 18). W tak utworzonej strukturze pojęciowej zachodzą procesy kompozycji, uzupełniania i rozwoju (s. 23-25), w efekcie czego w amalgamacie pojawiają się nowe emocje i intencjonalność. Oba poziomy, emocjonalny i wolitywny (czyli przypisywanie intencjonalności), odgrywają rolę w grafice użytkowej, ponieważ służą jej celowi, jakim jest perswazja⁸.

1.4. SZTUKA PLAKATU

Plakat ma wywołać w odbiorcy zamierzone uczucia, myśli i działania. W osiągnięciu tego celu pomaga mechanizm tworzenia amalgamatów (podobnie jak posługiwanie się metaforą i symbolem). Koncepcja integracji pojęciowej ma zresztą swoje początki m.in. w pracach teoretyków twórczości (Mithen 1998), postulujących istnienie ogólnej zdolności poznawczej, którą nazwali kognitywną płynnością (*cognitive fluidity*) i która miałaby polegać na łączeniu w całość elementów pochodzących z różnych dziedzin pojęciowych (za: Fauconnier & Turner 2019 [2002]: 43, 60; Libura 2007: 12).

Tworzenie i odbiór plakatu łączy myślenie potoczne z artystycznym, obraz ze słowem, a w obrazie – różne znaki wizualne. Jako przedmiot doraźny plakat pełni funkcję użytkową, a jego najważniejszą cechą jest skuteczność. Aby dobrze odegrać tę rolę, musi być celny i przenikliwy, powinien wynikać z bystrych spostrzeżeń, tożsamy z przesunięciami konotacji. Sięgając do prac Janusza Lalewicza na temat symbolu w plakacie współczesnym, Wysłouch stwierdza, że to właśnie plakat „najpełniej wykorzystuje wszelkie możliwości znaków ikonicznych” (1994: 80). Plakat artystyczny – bo do takich należą grafiki analizowane w niniejszym artykule – ponad funkcję perswazyjną wynosi funkcję skłaniania do refleksji: odchodzi od użyteczności w stronę niczym nieskrępowanej wypowiedzi autorskiej (Lenica 1978: 2), co jest cechą charakterystyczną polskiej szkoły plakatu. Znajdowanie coraz to nowych szczegółów i skojarzeń w formie graficznej, połączone z tematem dzieła, prowadzi do pogłębionej percepcji, a przez to do interpretacji i rozumienia zjawisk czy tekstów, które plakat komentuje.

W sztuce plakatu zachodzą cztery podstawowe procesy (uważane za sposoby przemiany znaku ikonicznego w symbol):

1. wyizolowanie przedmiotu (lub detalu),
2. szczególna konfiguracja znaków ikonicznych,

8 Istotną rolę czynnika emocjonalnego w teorii integracji pojęciowej podkreśla Libura (2010).

3. deformacja znaku ikonicznego,
 4. komunikat językowy, który uchyla referencje i zmienia konotację znaku.
- (Wysłouch 1994: 81)

Działanie tych mechanizmów pokażę w analizie. Przede wszystkim posłużę się jednak kategorią amalgamatu, której wartość ekspresyjna idzie w parze z perswazyjnością i świadomą kreacją artystyczną. Dotychczas pojawiły się przykłady zastosowania teorii amalgamatów do analizy m.in. plakatu społecznego (Winiarska 2016) oraz plakatu filmowego (Bolek 2016). Pozostała część plakatosfery czeka na zainteresowanie badaczy.

2. ANALIZA

Za materiał badawczy, który ma zademonstrować interdyscyplinarną użyteczność narzędzi kognitywnych, posłużą plakaty Mieczysława Górowskiego. Kognitywną, jak też kognitywistyczną wartość jego twórczości – reprezentatywnej zresztą dla sztuki plakatu w ogóle – zauważyła Agata Hołobut, co zaowocowało ciekawą rozmową badaczki z artystą (Górowski & Hołobut 2009).

Jednym z ulubionych tematów artystycznych Mieczysława Górowskiego jest teatr – plakaty teatralne stanowią jedną trzecią z ponad czterystu dzieł Górowskiego. Twórca w interesujący sposób reaguje na zadania semantyczne, tj. tematy plakatów zamawianych przez zleceniodawców. Pracując, konstruuje łamigłówkę dla odbiorcy, przy czym jego dzieła wyróżnia specyficzny styl. Powstają one tradycyjnie, manualnie – typowy dla polskiej szkoły plakatu sposób tworzenia nie zmienił się u Górowskiego nawet po teoretycznym wygaśnięciu tego kierunku⁹. Dorobek artysty charakteryzują następujące cechy formalne: skromna paleta barw (kolory ziemi: żółć, ceglasta czerwień, umbra, czerń i biel), trójwymiar i wynikający z niego realizm, oszczędność środków wyrazu, powtarzający się motyw części ciała. Efektem zastosowania wymienionych środków jest prostota, oryginalność, wieloznaczność i refleksyjność. Czasami Górowski traktuje powierzchnię papieru jak kurtynę, zza której wyglądają postaci. Twierdzi, że postaci te są „aktorami”, i że uprawia „teatrzyk plakatowy: przekazanie pewnej myśli za pomocą wiarygodnie przedstawionego człowieka” (Górowski & Hołobut 2009: 10). Grafik mówi, że „plakat jest kurtyną teatralną” (s. 21), uważa własną twórczość za swego rodzaju teatr. Komentował graficznie spektakle teatralne i operowe, koncerty muzyczne, filmy, zjawiska społeczne, wystawy i wydarzenia historyczne. Z wrodzoną wrażliwością i wyczuleniem na człowieka

9 Za schyłek polskiej szkoły plakatu uznaje się zazwyczaj lata 70. XX w. (zob. Dydo 2008: 37; Libura & Kielbawska 2014: 340). Jej cechy w pewnym zakresie przetrwały jednak dłużej, a nawet do współczesności, by przywołać choćby plakaty filmowe Joanny Górskiej i Jerzego Skakuna.

oraz naturę realizował rozmaite projekty, przez wiele lat wierny raz przyjętemu stylowi: ascetycznemu i sugestywnemu.

Część analityczna niniejszego artykułu traktuje o dwóch plakatach, a w każdym z nich Górowski wykorzystuje znane gesty. Twórczo przedstawione znaki ikoniczne podlegają wymienionym wcześniej (sekcja 1.4) procesom przemiany w symbole, szczególnie procesowi wyizolowania detalu, konfiguracji i zmianie konotacji przez wprowadzenie komunikatu językowego. Za formalną integracją znaków kryje się także integracja pojęciowa. Dzięki niej można poprzez plakaty wyrazić istotne znaczenia, zasugerować intencje uczestników obrazów, a w odbiorcy wzbudzić pożądane uczucia i ukierunkować jego myśli.

2.1. „BOLESNY GEST PRZYJAŹNI” – STAPIANIE POJĘĆ W SIATCE DWUZAKRESOWEJ

Twórczość Górowskiego obfituje w motywy części ciała – roi się tam od oczu, uszu, ust, nosów, twarzy, palców, głów, rąk i nóg. Metonimiczne użycie ręki jako symbolu osoby, obecne nie tylko w malarstwie czy grafice, ale też w reklamie i literaturze, występuje powszechnie. Twarz także od zawsze gości w sztuce i innych systemach semiotycznych, będąc reprezentacją całego człowieka: nie tylko jego ciała, ale i ducha (Antoni Kępiński nazwał twarz „legitymacją człowieka”, 1977: 10). Posługując się częściami ciała jako metonimiami i metaforami ludzi, Górowski rozciąga znaczenie cielesności ponad wymiar fizyczny i podnosi do wymiaru uniwersalnego. W tej cielesności chodzi zatem o całego człowieka, nie tylko o jego wygląd. Podejście artysty przypomina myślenie Marka Johnsona (1987), według którego abstrakcyjne domeny pojęciowe opierają się na tym, co człowiekowi najbliższe, tj. na jego doświadczeniu cielesnym – Johnson nazwał swą koncepcję „umysłem ucieleśnionym”¹⁰. Koresponduje ona z „wymiarem bliskim ludzkiemu doświadczeniu”, uzyskiwanym w tworzeniu amalgamatów pojęciowych (por. Fauconnier & Turner 2019 [2002]: 483-487).

10 Wiele przykładów styku myślenia językoznawców kognitywnych oraz artystów-grafików, na przykładzie dwugłosu Ronalda Langackera i Władysława Strzemińskiego, podaje Elżbieta Tabakowska (2019), opisując pojęcia kognitywne związane z gramatyką i obrazowaniem oraz pokazując ich odbicie w teorii sztuki. Obserwacje tego rodzaju towarzyszą także autorce niniejszego tekstu, zainteresowanej związkami językoznawstwa kognitywnego i sztuk wizualnych (zob. m.in. Kielbawska 2007).

Rycina 1.
Mieczysław
Górowski,
América!
América..., 1991
(w: Górowski &
Hołobut 2009:
41)



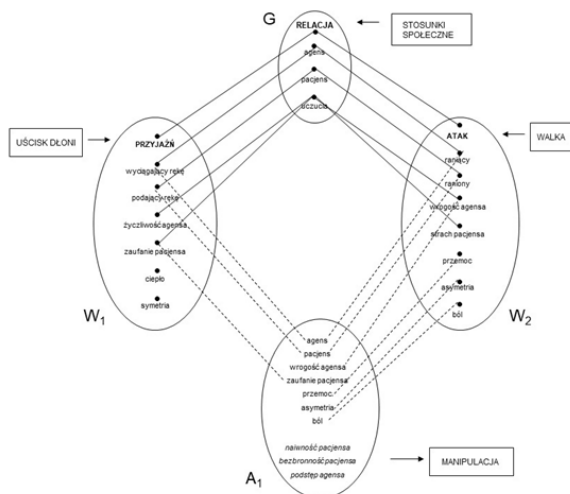
„Bolesnym gestem przyjaźni” określiłam plakat na Rycinie 1., zaliczany do politycznych, a powstały z okazji pięćsetnej rocznicy odkrycia Ameryki. Choć posłużenie się parafrazą słowną jest poręczne, powtórzę tutaj zastrzeżenie Elwiry Bolek, że „słowny opis plakatów (...) jest jedynie przybliżeniem wrażenia, jakie konkretny multimodalny przekaz może wyrzeć na odbiorcy” (2020: 218). Plakat zawiera podwójną integrację pojęciową: tworzenie amalgamatu na poziomie ikonycznym oraz ikoniczno-tematycznym (za temat uważa się tutaj temat konkursu: „Pięćset lat po odkryciu Ameryki”).

Najpierw przyjrzymy się plakatowi *América! América...* bez napisu – analizując pierwszą warstwę znaczeniową, której wynik stanie się jedną z przestrzeni wyjściowych do utworzenia kolejnego amalgamatu. Celowo pomijam na początku szczegółowe referencje historyczne, by skoncentrować się na ogólnym komunikacie wizualnym. Obraz przedstawia uścisk dwóch rąk. Jedna jest nieco ciemniejsza, druga – jaśniejsza. Właściciel drugiej ręki tak mocno zaciska dłoń partnera, że przebija mu paznokciem kciuka skórę i rani do krwi.

Bazą plakatu jest konwencjonalny gest. Adam Kendon (2004) i kontynuatorzy jego myśli uścisk dłoni zaliczają do emblematów, inaczej zwanych gestami włoskimi, autonomicznymi czy kulturowymi¹¹. Mogą one występować samodzielnie lub w towarzystwie mowy. Gest kulturowy podania ręki ma szeroki zasięg, stąd można go uznać za zrozumiałą dla widza i uczestników rzeczywistości przedstawianej – jest to wyraz powitania i spotkania, a więc symbol dobrego nastawienia, przyjaźni. Efektem uścisku dłoni na obrazie jest jednak głębokie skaleczenie – ta brutalna, choć niewielka, rana wprowadza kognitywną ramę ataku i krzywdy oraz przemocy i cierpienia. Ekspresja komunikatu wizualnego wzmacnia się dzięki kulturowym źródłom gestu, który pierwotnie oznaczał, że wyciągający rękę nie ma w niej broni (zob. m.in. Sikorski 2005: 127; Morris 1994). Metaforycznie: ten, kto

11 Po raz pierwszy typologia gestów zawierająca emblematy pojawia się u Ekmana & Friesena (1969). Więcej o emblematkach – zob. m.in. Knapp & Hall (2000), Szczepaniak (2017).

wyciąga w kierunku drugiego człowieka otwartą dłoń, nie ma nic do ukrycia, a jego intencje są uczciwe. Od wieków podawano prawą rękę, ponieważ nią też posługiwano się do trzymania narzędzi i broni. Podanie tej dominującej (u większości ludzi) ręki jest synonimem otwartości i szacunku. Geneza owego pokojowego gestu kontrastuje zatem z wymową plakatu.



Rycina 2.
Integracja
pojęciowa
w plakacie
América!
América!... - bez
uwzględnienia
napisu

Dwuzakresowa siatka integracji pojęciowej może wyglądać, jak na Rycinie 2.¹²

W1 i W2 to przestrzenie mentalne, czyli pakiety znaczeniowe wykorzystane w tworzeniu obrazu i jego znaczenia. Na górze znajduje się przestrzeń generyczna G, którą można wyodrębnić, przenosząc się na wyższy poziom ogólności: dla przyjaźni z W1 i ataku z W2 wspólna jest relacja. W prostokątnych ramach znajdują się ramy kognitywne, czyli scenariusze kulturowe, dające szerszy kontekst semantyczny. Dłonie jako metonimie ludzi są jednocześnie metaforami pewnych postaw społecznych (przyjaźności i wrogości).

Dwie osoby – agens i pacjens – to w przestrzeniach wyjściowych odpowiednio pary: przyjaciół (jeden wyciąga rękę, drugi w odpowiedzi podaje swoją) oraz walczących (jeden atakuje i rani, drugi jest raniony). W amalgamacie zachodzi stąpienie wyciągającego rękę i raniącego, a także odpowiadającego na gest i ranionego. Sprzymierzeniec inicjujący spotkanie staje się agresorem, a ufnym przyjacielem – zaatakowanym wrogiem. Niewinny właściciel ciemniejszej ręki zostaje oszukany przez drugiego człowieka: krzywda jest

12 Wybór słów określających pojęcia, tu: pakiety pojęciowe, ich elementy oraz ramy kognitywne, należy do badacza, który stara się o precyzję. Z natury i konieczności posługuje się językiem werbalnym, w rzeczywistości badając *lingua mentalis*. Oznacza to, że istnieje pewna synonimia pojęciowa i możliwość dokonania innego wyboru, a takie czy inne etykiety werbalne są tylko symbolem treści konceptualnej. Stąd *przemoc* można zastąpić bliskoznaczną *agresją*, *strach* – *lękiem*, *walkę* – *sporem*, *atak* – *nadużyciem* itd. W niniejszym tekście sięgnięto po słowa, które zdaniem autorki najtrafniej oddają treść i zakres poszczególnych pojęć.

niespodziewana, namacalna i dojmująca. Posiadacz jaśniejszej skóry posługuje się podstępem – pozornie wchodzi w rolę przyjaciela, używając konwencjonalnej formy powitania i szacunku, by następnie drugiego zabolalo jeszcze mocniej. Na otwarty atak da się przygotować lub przynajmniej odpowiedzieć, a na tego rodzaju agresję można jedynie zareagować grymasem bólu, szeroko otwartymi oczami czy napływem łez (że posłużę się znakami – symptomami cierpienia, zaskoczenia, strachu i smutku). Obłudę agresora i krzywdę zranionego podkreślono przez kompresję relacji ANALOGII do JEDNOSTKOWOŚCI. Przyjaciel–agresor, ufny–ofiara – w amalgamacie to dwie, a nie cztery osoby (jak to jest łącznie w przestrzeniach wyjściowych). Jak zauważa Justyna Winiarska, stworzenie prostej historii z bezpośrednią przyczynowością stanowi wręcz istotę integracji pojęciowej (2016: 46-47) i umożliwia osiągnięcie bliskiego człowiekowi wymiaru doświadczenia – piszą o tym szerzej Fauconnier & Turner (2019 [2002]: 483-487)¹³. Na poszukiwanie wymiaru bliskiego doświadczeniu wskazują również sami plakacisci, m.in. Tadeusz Jodłowski, który mówi: „powraca się do jakiejś rozsądnej skali, powiedzmy, człowieka. Powróciłem więc do skali plakatu” (za: Stopczyk 1964: 31). O zaangażowaniu w pełni ludzkim i emocjonalnym mówił też członek jury jednego z biennale plakatu Klaus Wittkugel (1959: 6), i ta ludzka, indywidualna skala doświadczenia wydaje się odnosić zarówno do perspektywy twórcy, jak i odbiorcy plakatu. Osiąganie wymiaru doświadczenia ludzkiego jest jednym z fundamentów powiązania teorii plakatu z teorią integracji pojęciowej.

W plakacie *América! América...* znaczenie ma także funkcja emotywna. Dwóm postaciom towarzyszą adekwatne emocje: pozytywne (życzliwość i zaufanie) między przyjaciółmi, a negatywne (wrogość i strach) między wrogami. Przyjaźń jest swego rodzaju sojuszem, implikuje fizyczne i metaforyczne ciepło. Sugeruje symetryczną relację, którą doskonale obrazuje uścisk dłoni¹⁴. Atak zawiera za to element asymetrii i związane z nią przemoc i ból. Ponieważ do nowej przestrzeni mentalnej przeniesiono zaufanie pacjensa i wrogość agensa, odbiorca nie ma wątpliwości, że jeden z nich celowo wyrządza drugiemu krzywdę. Plakacista odwołał się w ten sposób

13 Ściśle rzecz biorąc, osiągnięcie wymiaru ludzkiego doświadczenia jest głównym celem tworzenia amalgamatów, a wprowadzenie prostej historii – jednym z jego ważnych celów cząstkowych (por. Libura 2005: 242; 2010: 116).

14 Na dodatkowe rozważania zasługuje zagadnienie symetrii między osobami podającymi sobie ręce w geście powitania. Idealną wizję symetrii realizowałby jednoczesny gest wyciągnięcia ręki przez każdą z nich. Zazwyczaj jednak ktoś ten gest inicjuje; przyjmuje się, że właśnie ten człowiek jest ważniejszy, dominujący (por. zasada polskiego *savoir vivre* mówiąca o tym, że starszy pierwszy podaje rękę młodszemu, szef – podwładnemu, kobieta – mężczyźnie itd., czyli inicjatywa należy do osoby konwencjonalnie ważniejszej). Kto pierwszy wyciągnął rękę w omawianym plakacie? Stwarza to pole do dociekań, wydaje się jednak, że w tym przypadku kwestia inicjatywy nie ma większego wpływu na rozwiązywanie zagadki wizualnej.

do kognitywnej ramy przemocy, implikującej ufność i bezbronność pacjensa, a podstęp agensa, przywołujący również ramę pojęciową manipulacji¹⁵.

Trzy ostatnie elementy amalgamatu (ufność, bezbronność i podstęp) są *novum* wobec struktur przestrzeni wyjściowych. Wynikają one z wewnętrznych relacji w amalgamacie. Podkreślając dominację agensa, przeniesiono do amalgamatu skutki jego działania, takie jak przemoc i ból. Ufność, bezbronność i podstęp – powstałe w nowej strukturze – są z kolei transferowane do przestrzeni wyjściowej W1: w tym kontekście zaufanie zamienia się w bezbronność i tym samym nabiera cech naiwności. Odczucia szczególnie intensyfikują się jako integralna część struktury amalgamatu A1, który jako przestrzeń wyjściowa W3 buduje kolejny poziom stapienia pojęć¹⁶. Ponadto przemoc i ból – z W2, przez A1 – już nie tylko wracają do przestrzeni, z której pochodzą (W2), lecz również trafiają do przestrzeni przyjaźni i zaufania W1. Jak twierdzą Fauconnier i Turner, wszystkie relacje między pojęciami są stale aktywne, żywe i dynamiczne. Tak do sielskiej przestrzeni W1 wkraczają przemoc, ból i cierpienie – tym brutalniej, że pierwotnie ich tam nie było.

Na skutek stapienia się przyjaźni i ataku powstał twór paradoksalny, który nazwano tu oksymoronicznie „bolesną przyjaźnią”. Górowski wyznaje, że chodzi mu o zniewolenie (2009: 16), a zatem o rodzaj przemocy. Być może równie dobrym wyrażeniem byłaby *manipulacja*, które zdaje się trafnie i precyzyjnie określać wynik występującego tu stapienia.

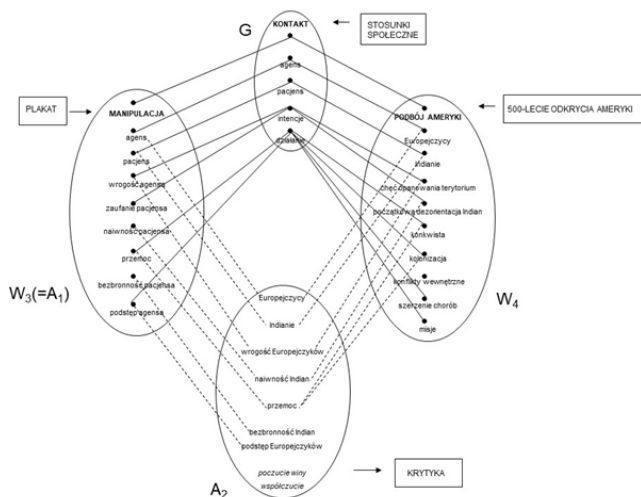
Połączmy teraz otrzymany amalgamat z tematem plakatu, którym jest 500-lecie odkrycia Ameryki (Rycina 3.). Plakat z podpisem *América! América...* jest komunikatem multimodalnym, w którym autorski twórczy symbol – gest oznaczający podstęp – zestawiono z doniosłym wydarzeniem historycznym¹⁷.

15 Celowe uwypuklenie wybranych aspektów danej ramy pojęciowej, zwłaszcza aksjologicznych, można interpretować jako maskowanie: w analizowanym obrazie agens jest ukazany jako wilk w owczej skórze, który przybrał maskę ochronną w złej intencji (Biela-Wołośniciej 2013).

16 Integracja pojęciowa często jest wielokrotna, por. Fauconnier & Turner (2019 [2002]: 417 nn).

17 Interesujące wydaje się również użycie takich, a nie innych, znaków interpunkcyjnych, oraz zapis „é”, tak jak w języku hiszpańskim, a nie angielskim. Pierwotny zachwyty, wyrażony wykrzyknikiem, symbol triumfalnego odkrycia kontynentu, natychmiast tonowany jest przez następujący dalej melancholijno-refleksyjny wielokropek. Taką interpretację sugeruje sam autor (choć istnieją i inne, por. Bolek 2023). Hiszpańskiego „é” użyto zapewne nie tylko dlatego, że konkurs organizowano na biennale plakatowym w Meksyku, ale również dlatego, że taki zapis zbliża odbiorcę do kontekstu końca XV wieku i odkrycia Ameryki przez mieszkańców Europy Południowej.

Rycina 3.
Plakat América!
América... –
schemat integracji
pojęciowej



Na pierwszy plan wysuwają się tutaj emocje z pierwotnego amalgamatu (A1). Dzięki zachowaniu ich w strukturze A1 (=W3) i przeniesieniu w całości do struktury A2 podkreślono naiwność, ufność i bezbronność Indian oraz złe intencje najeźdźców. W odbiorcy wywołuje to współczucie oraz poczucie winy – emocje te przynależą już do nowego amalgamatu, w którym zestawiono niewinne cierpienie ufnego przyjaciela z historią Nowego Świata. Wskazane odczucia rodzą się w osobie patrzącej na plakat i znającej dzieje Ameryki – są one dość powszechne. Przestrzeń wyjściowa fałszywej przyjaźni (W3) zawiera konotacje społeczno-emocjonalne, natomiast przestrzeń historyczna (W4) – wolitywno-polityczne. Dzięki zabiegowi artystycznemu uczucia osób podających sobie ręce w tym przedziwnym geście zostają przeniesione do nowo powstałej przestrzeni (A2). Odbiorca plakatu powstałe uczucia przenosi wtórnie do historii amerykańskiej: Europejczykom przypisuje wrogość i podstępność, a Indianom – naiwność i ufność. Jak zauważa Justyna Winiarska, zgodnie z perswazyjnym charakterem tego plakatu następuje uproszczenie i ujednolicenie wartościowania wewnątrz kreowanych przestrzeni (2016: 44). Według tej autorki „wyłaniające się w zintegrowanej przestrzeni wnioski mogą być następnie transferowane do jednej z przestrzeni wyjściowych” (Winiarska 2016: 51) – tak właśnie dzieje się z aksjologicznym aspektem amalgamatu w plakacie Górowskiego.

Pojedyncze wydarzenie w życiu jednostki – gest podania dłoni – służy jako metafora procesów historycznych. W ten sposób zanika ogólnikowy charakter politycznego punktu widzenia. Wstrząsająca krzywda jednego Indianina uzmysławia, że jego ból wielokrotnia się miliony razy. Nastąpiła tu zatem kompresja czasu, miejsca i przyczynowości: cierpienie Indian to w rzeczywistości wieloaspektowy i długotrwały proces. Z kolei znak ikoniczny, jakim jest zmodyfikowany gest podania ręki, zamienił się w symbol

podboju. Mają tu miejsce wszystkie cztery procesy przemiany znaku ikoniznego w symbol, przytoczone przez Wysłouch (zob. sekcja 1.4). Omawiany obraz można by także określić jako *symbol metaforyczny*, którym to terminem posługuje się m.in. Mieczysław Wallis (1977; za: Pelc 1982: 168).

Intencja manipulacji narzuca odczytywanie dziejów Indian w kategoriach doznanej krzywdy. Ich ból i cierpienie przedstawiono jako zadane celowo (bo podstęp zakłada złe intencje). Pierwotni mieszkańcy Ameryki ginęli masowo na skutek przyniesionych z Europy chorób, zabierano im ziemie, umieszczano w rezerwach. Indian konsekwentnie wypierano z najlepszych ziem, które przeznaczano dla osadników pochodzenia europejskiego, i umieszczano w rezerwach, zakładanych na jałowych ziemiach z dala od skupisk ludzkich. Przenoszenie powstałych w amalgamacie wnioskowania i emocji do przestrzeni wyjściowych jest częstym chwytym dydaktycznym i perswazyjnym – w tym wypadku nastąpił transfer relacji INTENCJONALNOŚCI z W₃ do W₄. Odbiorca plakatu może czuć żal, winę, wstyd, współczucie i przez ich pryzmat postrzega historię Ameryki, wtórnie wzmacniając jej interpretację jako współodpowiedzialność białego człowieka za zło, które się dokonało na tym kontynencie.

Amalgamat A₂ – krytyczne spojrzenie twórcy – staje się sposobem interpretacji W₄, czyli odkrycia Ameryki, jako niesprawiedliwego podboju i podstępного ataku. Składniki pojęcia manipulacja aktywnie oddziałują na postrzeganie dziejów zachodniego kontynentu. Zgodnie z naturą amalgamatu pozwala on reinterpretować przestrzeń wyjściową. Podsuwając określone odczucia, powstałe na bazie konfiguracji ikoniznej, skłania do wyżej wymienionych konkluzji i przyjęcia określonego punktu widzenia. Kluczową rolę odgrywają tu selekcja elementów struktur wyjściowych i wywołane w odbiorcy emocje.

Przekonujemy się zatem, iż sztuka plakatu jest potężnym narzędziem oddziaływania – przez dobór środków i asocjacji może ona wybiórczo kształtować postrzeganie wydarzeń politycznych i społecznych. Autor omawianego wyżej plakatu zajął wobec wydarzenia historycznego jednoznaczne stanowisko. W tak uproszczonym podejściu i obrazie nie ma miejsca na niuanse, jak choćby na nawiązanie do wcześniejszych zbrodni na podzielonym konfliktami kontynencie, kanibalizmu i okrucieństwa rdzennych Amerykanów z jednej – a dobrych intencji i konstruktywnych działań Europejczyków (misje, rozwój cywilizacji, ukrócenie walk międzyplemiennych, edukacja) z drugiej strony. Choć zdania historyków w ocenie roku 1492 i późniejszych wydarzeń różnią się, przeważają oceny krytyczne. Część badaczy mówi wręcz o holocauście Indian: zginęło ich ponad 50 milionów. Z jednej strony historia potwierdza więc, że przyjaźń z białym człowiekiem okazała się dla Indian nie tylko bolesna, ale wręcz zabójcza; dlatego, w myśl tej interpretacji, przywoity człowiek powinien wstydzić się za swych europejskich

przodków, a nie być z nich dumny. Poczucie winy wobec Indian należy do kanonu postaw zachodniego inteligenta, zgodnych z zasadami poprawności politycznej. Z drugiej strony tego rodzaju podejście pociąga za sobą szereg uproszczeń poznawczych, redukuje rdzennych mieszkańców Ameryki do niewinnych i pozbawionych sprawczości ofiar zgodnie z mitem „dobrego dzikusa”, zupełnie pomijając czynniki destrukcyjne w obrębie ich własnej kultury i cywilizacji, takie jak brutalne, krwawe ofiary z ludzi u Majów i Azteków, walki bratobójcze, wymyślne tortury, okrucieństwo itp.

W rozmowie z Agatą Hołobut Mieczysław Górowski opowiada o swoich pobytach w Kanadzie. Obserwując tam piękne majestatyczne krajobrazy, odczuwał wielki ból i niepokolenie: „ja nie jestem w stanie zapomnieć” (Górowski & Hołobut 2009: 15). Prywatne doświadczenia twórcy współgrają zatem z jego z dziełem, wzbogacają ich interpretację i korespondują z nią. Jak twierdzi artysta, mógł pouczać i moralizować bardziej bezpośrednio, ale wolał posłużyć się aluzją, przenośnią i skłonić do głębszej refleksji. Przeprowadzona wyżej analiza pokazuje, że odbiorca plakatu nie ma wszakże zbyt wiele wolności interpretacyjnej, przynajmniej w zakresie jednoznacznie negatywnego wartościowania słynnej rocznicy. W tym sensie plakat ma silną wymowę perswazyjną, by nie powiedzieć – dydaktyczną. Zazębianie się intencji twórcy oraz introspektywnej analizy pojęć w niniejszym artykule świadczy o tym, że Górowski skutecznie wyraził w plakacie to, co zamierzał, a także o tym, że językoznawstwo kognitywne dostarcza adekwatnych środków do analizy dzieła multimodalnego.

2.2. „PARADOKS ZGODY” – PODWÓJNA SIATKA DWUZAKRESOWA

W plakat�ch kulturalnych (teatralnych, operowych i filmowych) oprócz funkcji perswazyjnej nie mniej znaczącą rolę odgrywa funkcja artystyczna. Jak podaje teoretyk sztuki Krzysztof T. Toeplitz (1961: 18), głównym sensem plakatu jest wyłuskanie i pokazanie sedna dzieła teatralnego lub filmowego¹⁸.

Szczególnie często w plakacie teatralnym występują gesty rąk, zwłaszcza jako wyeksponowanie i twórcze przetworzenie gestu aktorskiego: „Polskość polskiego plakatu objawiała się w jego braku dosłowności – niezależnie, czy w formach malarskich, czy graficznych – a także w użyciu gestów. To gest w nim rządzi!” (Boczar 2001: 19). Twórczość Górowskiego z pewnością

18 Autonomiczną funkcję plakatu artystycznego szczególnie wyraźnie widać we współczesnym polskim plakacie filmowym, tj. po roku 1989. O ile bowiem plakat teatralny nadal w jakimś stopniu pełni dziś funkcję perswazyjną (zapraszając na spektakl), o tyle artystyczny plakat filmowy to współcześnie wyłącznie „sztuka dla sztuki”. Zwykle, komercyjne plakaty filmowe, które można zobaczyć na ulicach i w kinach od lat 90., nie mają już nic wspólnego z polską szkołą plakatu. Są kolażami tytułu filmu, zdjęć twarzy lub sylwetek aktorów i ich wydrukowanych nazwisk, oraz innych niezbędnych informacji. Upadek artystycznego plakatu filmowego stwierdza się w środowisku artystów-grafików z wyraźnym niezadowolaniem, a nawet pogardą, por. wypowiedzi Cezarego Niedziółki i Ryszarda Kai (w: Bolek 2015: 258-259).

można uznać za królestwo gestu, który stanowi znakomity skrót plastyczny, efekt redukcji formy. Grafikę użytkową, a sztukę plakatu w szczególności, nie bez powodu określa się niekiedy jako sztukę eliminacji (Bojko 1964: 22; Zielecki 1985: 3).

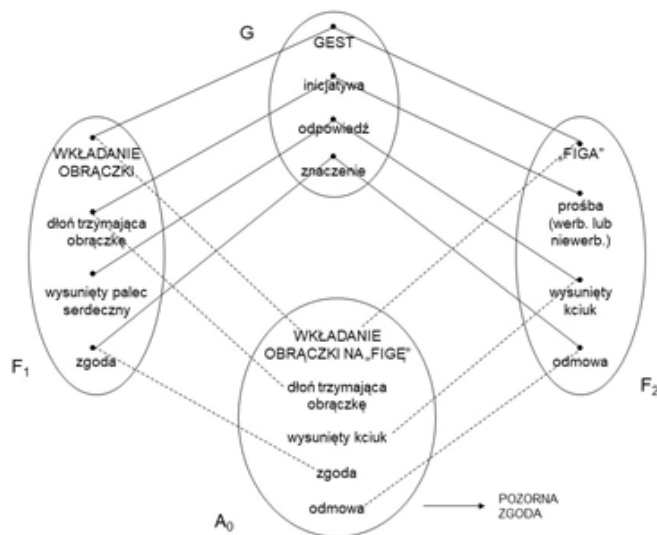
Prezentowany na Rycinie 4. plakat teatralny powstał pod koniec lat 80. XX w., gdy w Teatrze Tarnowskim wystawiano *Ożenek* Mikołaja Gogola (reż. Zbigniew Mak, premiera 16 grudnia 1987 r.). Górowski posłużył się kognitywną ramą spotkania jako zdarzenia kompresującego relacje międzyludzkie. Tym razem plakacista zintegrował przestrzeń mentalną scenariusza ślubu – moment wkładania obrączki na palec współmałżonka *in spe* – z bardzo potocznym gestem oznaczającym odmowę: synonimem wyrażenia „figa z makiem!”. Można tu zaobserwować charakterystyczne dla polskiej szkoły plakatu „uchwycenie w jednorazowym znaku formalnym złożoności przedstawianej treści” (Kwiatkowska 1957: 13) oraz przyjęcie perspektywy doświadczenia bliskiego człowiekowi, osiąganego w operacji integracji pojęciowej.



Rycina 4.
Mieczysław Górowski, *Ożenek*,
1988 (w: Górowski & Hołobut
2009: 45)

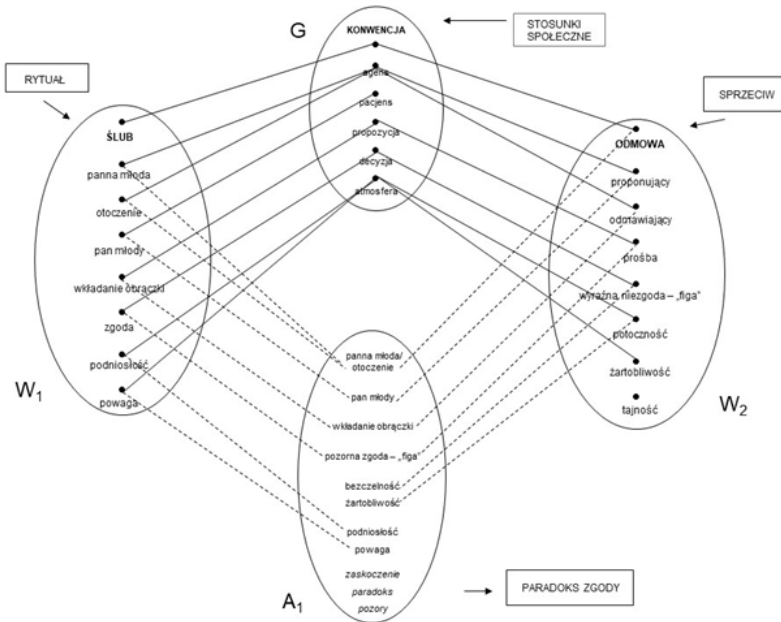
Schemat prostej siatki dwuzakresowej, przedstawiony na Rycinie 5., ilustruje konfigurację dwóch gestów – efekt błyskotliwego ich skojarzenia i stopienia. Wspólny mianownik, czyli przestrzeń generyczną, tworzą gest, inicjatywa i odpowiedź oraz wyabstrahowane znaczenie. O ile jednak do nakładania obrączki potrzeba trzymającej ją ręki oraz palca, na który się tę obrączkę wsunie, o tyle w przypadku gestu figi nie istnieje żaden konkretny gest inicjatywy (propozycji, prośby): może ona przybierać różną formę, co zaznaczono w przestrzeni F2. Gest figi jest znany tylko jako odpowiedź (czy szerzej: reakcja), nie ma skonwencjonalizowanego gestu ani słowa, które by ją poprzedzały.

Rycina 5.
Integracja
– formalne
zestawienie
gestów w nowej
konfiguracji



Spośród zasad konstytutywnych stapiania pojęć na pierwszy plan wysuwa się kompozycja, bazująca na analogii palca serdecznego i kciuka. Według koncepcji semiotycznej byłaby to szczególna konfiguracja znaków ikonicznych (zob. sekcja 1.4). Dłoń z palcem serdecznym i dłoń z wysuniętym kciukiem, występujące w relacji ANALOGII, skompresowano do relacji JEDNOSTKOWOŚCI. Przyjęta konfiguracja sugeruje tożsamość palca serdecznego, na który wkłada się obrączkę, i łobuzerskiego kciuka podszywającego się pod element rytuału. Kompresji ulega także relacja INTENCJONALNOŚCI, z relacji zewnętrznej do wewnętrznej. Wynikiem stapiania mentalnego staje się pozorna zgoda – specyficzna odmowa, łącząca znaczenie obu gestów. Plakat ten jest sztandarowym przykładem typowej dla autora przewrotności (Górowski 2005: 22, 27, 45).

Rycina 5. to wycinek większego schematu integracji pojęciowej, przedstawionego na Rycinie 6. Analiza tekstu wizualnego odbywa się najpierw bez uwzględnienia podpisu, czyli bez kontekstu dramatu i inscenizacji.



Rycina 6.
Schemat pojęciowy plakatu do Ożenku – obraz bez podpisu

W nakładaniu obrączki skompresowano dłuższy scenariusz społeczny, zawierający element propozycji i odpowiedzi. Komunikat niewerbalny jest obrazem ślubu jako wyniku wcześniejszych dążeń i intencji, pojęcia zaczerpniętego z ramy kogntywnej rytuału, i wyraża pewien skrót myślowy. Zachodzi tu kompresja czasu, jedna z najczęstszych kompresji w procesie amalgamacji.

Dłonie (podobnie jak w plakacie *América*) to metonimie ludzi, a ponadto metafory konkretnych społecznych postaw i zachowań. Ręka z obrączką to ręka panny młodej, lecz może być również metaforą społeczeństwa. Nawet jeśli pozostać przy interpretacji, że ręka po lewej stronie należy na pewno do panny młodej (jako podającej obrączkę przed ołtarzem) – nadal pozostanie ona metaforą presji społecznej. Wystawiony kciuk oznacza, że rytuału można nie wypełnić, a raczej, że można go wypełnić w zaskakujący, paradoksalny, pozorny sposób.

W Polsce i Rosji „figa” oznacza nieuprzejmą odmowę, ale są miejsca (m.in. Turcja, Grecja, kraje Dalekiego Wschodu), gdzie znieważa rozmówcę, gdyż kojarzona jest z wyglądem genitaliów. W pierwszym ze wskazanych kręgów kulturowych gest ten jest potoczny (i nieco już przestarzały), ale nie wulgarny i niekoniecznie oburzający. Dawniej często używały go dzieci, miewa też charakter żartobliwy wraz z towarzyszącymi mu słowami „figa z makiem”. W przestrzeni A_1 potoczność „figi” przeradza się w bezczelność, ponieważ zostaje zderzona z patetyczną wymową ceremonii ślubnej. Jako reakcja na wkładanie obrączki „figa” jest nie tylko niegrzeczna, ale też właśnie bezczelna i chamska. Reakcją odbiorcy plakatu – w przeciwieństwie

do hipotetycznego odbiorcy takiego gestu – nie jest jednak oburzenie, ale rodzący się z zaskoczenia śmiech, gdyż jednym z podstawowych mechanizmów humoru jest właśnie niespójność¹⁹. Sprzeczność atmosfery powagi i potoczności skutkuje komizmem, wywołując odpowiednią reakcję widza. Znaną właściwością paradoksu jest wzmocnienie wartości emocjonalnej komunikatu, a tym samym jego wartości znaczeniowej.

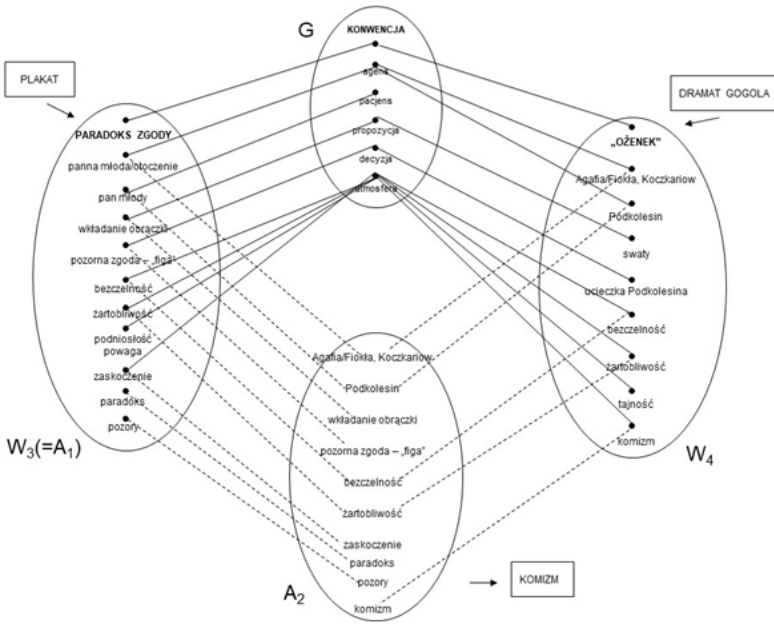
Plakat z rękami państwa młodych miesza więc dwie konwencje: poważnej uroczystości i niepoważnej odmowy. Co ciekawe, gest figi wykonuje się często pod nieobecność czy za plecami adresata – stąd „tajność” w przestrzeni mentalnej W2. Na omawianej grafice jest wprost przeciwnie: wystawiony między palcami kciuk ostentacyjnie celuje w obrączkę. Chociaż tajności gestu figi nie przeniesiono do amalgamatu, połączenia między elementami struktur są stale aktywne. Zdolności poznawcze odbiorcy pozwalają tym samym na nieświadome odwołania do implikowanej tajności, a to jeszcze bardziej wzmacnia kontrast między gestami dwóch rąk. Paradoks, zaskoczenie oraz gra pozorów są nowymi elementami w powstałej strukturze A1. Przez zderzenie dwóch różnych konwencji i zmieszanie zgody oraz buntu, patosu i potoczności plakacista uzyskał efekt komiczny. Podkreślił zarazem pozory tkwiące w obyczajach społecznych.

Dodatkowe znaczenia wnosi kontekst dziewiętnastowiecznej komedii Gogola. Fabuła opowiada o losie kawalera, Iwana Kuźmicza Podkolesina. Swaci Fiokła Iwanowna i Koczkariow – reprezentanci otoczenia – dokładają starań, by doprowadzić mężczyznę na ślubny kobierzec, zachęcając go, manipulując, kłamiąc, aranżując sprzyjające okoliczności. Ich nacisk i metody perswazji są wyraziste, a nawet przerysowane: w *Ożenku* występuje scena, w której Koczkariow odpowiada buntującemu się Podkolesinowi: „Nie wtrącaj się”. Widz i czytelnik nie mają wątpliwości, że presja ślubu nie odpowiada bohaterowi, jednak dziewiętnastowiecznym społeczeństwem rosyjskim rządzą tradycja i system, istotniejsze niż wolna wola jednostki. Swaty i wymuszone zaloty kończą się tym, że Podkolesin tuż przed ślubem ratuje się ucieczką, wyskakując z domu przez okno.

Elwira Bolek (2015), omawiając zagadnienie interpretacji plakatu artystycznego, w tym teatralno-operowego, sugeruje takie działanie na tekstach, w którym przestrzeniami wyjściowymi amalgamatu są odpowiednio plakat oraz tekst utworu dramatycznego²⁰. Tak też ostatecznie wygląda schemat na Rycinie 7.

19 O komizmie plakatów teatralnych (i innych), w tym omawianego wyżej, zob. Libura & Kielbawska (2014). Praca ta nie zawiera odniesień do teorii integracji pojęciowej, podkreśla za to humorystyczne aspekty plakatów.

20 W innym miejscu Bolek podaje, iż „plakat traktować należy jako artystyczną i intelektualną interpretację innego tekstu” (2018: 166), co nie stoi w sprzeczności z powyższą propozycją, choć bardziej przypomina optykę metafory pojęciowej.



Rycina 7. Ożenek – schemat pojęciowy plakatu z uwzględnieniem podpisu

Doń trzymająca obrączkę podczas ślubu należy do przyszłej żony. Jeśli traktować ją jako metaforę osoby inicjującej ożenek i nakłaniającej do niego – symbolizowałaby otoczenie. Na plakacie ręka z obrączką zdaje się integrować pojęcia panny młodej i swatów, a szerzej – otoczenia społecznego (relacja JEDNOSTKOWOŚCI). W dramacie Gogoła ogół społeczeństwa i tradycję symbolizują swaci Koczkariow i Fiołka Iwanowna. To oni dbają o to, by kawaler „spełnił przykazanie” i aby wypełnił się odwieczny rytuał ślubu. W tym rozumieniu obraz może sugerować, że niekoniecznie chodzi o ślub między dwojgiem małżonków, ale ślub jako sojusz społeczny między skazanym na swój los narzeczonym a systemem, który oczekuje od niego wypełnienia rytuału. Plakat odzwierciedla treść tekstu literackiego: pan młody niby akceptuje odwieczny społeczny zwyczaj i pozornie dąży do ślubu; siła oczekiwań społecznych niejako wymusza na nim reakcję. Ku zaskoczeniu otoczenia zgoda nieszczęśnika okazuje się jednak zwodnicza: to zaskakujący afront.

Wartość gry pozorów, paradoksu i zaskoczenia zostaje w całości przeniesiona do kolejnej struktury stapiania (A₂). Zaskoczenie jest odczuciem samych bohaterów utworu literackiego – choć raczej nie widza, spodziewającego się podobnego zakończenia po niezdecydowanym Podkolesinie (i po Gogolu). Komizm jako element pakietu pojęciowego komedii *Ożenek* jest bezpośrednio przeniesiony do amalgamatu²¹. Ogólna wymowa A₂ po-

21 Jak twierdzi Józef Mroszczak (*15 lat polskiego plakatu 1961*: 12), plakat ma wydźwięk humorystyczny, ponieważ w przypadku ilustracji innych wytworów kultury „nastrój [plakatu] jest narzucony przez temat”.

twierdza charakter komiczny obu dzieł. Odczucie bezczelności i niemilego zaskoczenia, obecne w tekście wizualnym, są odczytywane w kontekście komedii Gogolowskiej, a zatem z uśmiechem, łagodnością i pobłażliwością wobec nieustatkowanego kawalera. Odbiorca może nawet być po jego stronie, współczuć mu czy kibicować, a także z satysfakcją śmiać się z finalnego zwrotu akcji. Literacki *Ożenek* oraz większość jego inscenizacji ma przecież lekką formę, bawi – choć, jak to u Gogola bywa, zawiera też drugie dno, ironię, wywołuje refleksję i odczucie goryczy²². W Polsce najbardziej znaną realizacją *Ożenku* jest adaptacja Teatru Telewizji z 1976 roku z doskonałą rolą główną Wiesława Michnikowskiego – realistyczna, osadzona w realiach epoki oraz w pełni wykorzystująca potencjał komiczny utworu literackiego. Adaptacja ta mogła oddziaływać na inne odczytania dramatu, być może również na odbiór spektaklu w Teatrze Tarnowskim, komentowanego przez omawiany plakat. Komiczną wymowę *Ożenku* wzmacnia przeniesienie potoczności i żartobliwości z przestrzeni wyjściowej W3, dzięki czemu takiego charakteru nabiera zachowanie Podkolesina. Skądinąd dramatyczna, katastrofalna w odczuciu otoczenia ucieczka pana młodego okazuje się zabawna i przewrotnie potwierdza paniczne odczucia nieszczęśnika. Tym samym z domeny *Ożenku* Gogola do struktury amalgamatu trafiają nieuchronność i wątpliwości. Resztę scenariusza społecznego, jak swaty i zaloty, pominięto, dzięki czemu efekt paradoksu i humoru jest jeszcze silniejszy.

3. PODSUMOWANIE

Przedstawione analizy plakatów, w których wykorzystano teorię integracji pojęciowej, pokazują zasadność użycia narzędzi lingwistyki kognitywnej na polu sztuk wizualnych, w szerszym kontekście semiotyki. Plakatosfera służy za przykład przestrzeni aplikacyjnej tych narzędzi. Amalgamat – oprócz symbolu, metafory i innych tropów – wydaje się współtworzyć instrumentarium uniwersalne, przydatne do analizy ponad- i pozajęzykowej, w tym multimodalnej.

Można śmiało przyjąć, że to właśnie narzędzia lingwistyki kognitywnej są poszukiwaną przez współczesną semiotykę „poetyką bez granic”, a przynajmniej mogą być jej częścią. Semiotyka nie musi ogłaszać swego końca, lecz może się otworzyć na kognitywną propozycję badawczą, a koncepcja

22 Typowe dla komedii Gogola drugie dno, refleksje egzystencjalne i polityczno-społeczne pokazała Agata Duda-Grac w autorskiej inscenizacji *Rewizora*, zatytułowanej *Według Bobczyńskiego*, wystawionej we Wrocławskim Teatrze Współczesnym (premiera 14 stycznia 2012 r.). Nie ma tam ani jednego momentu śmiechu, nie padają nawet słynne słowa „Z czego się śmiejecie? Z samych siebie się śmiejecie!”, gdyż, jak mówi sama reżyserka, w jej przedstawieniu „nikt z nikogo się nie śmieje” (zob. wywiad https://www.youtube.com/watch?v=IB_8_Tme2yw, dostęp 18 sierpnia 2023 r.). *Ożenek* Duda-Grac wystawiała w podobnej tonacji, jako *Według Agafii*, w Teatrze im. Stefana Jaracza w Łodzi (premiera 12 grudnia 2009 r.).

integracji pojęciowej to tylko jedna z perspektyw, w jakich można rozpatrywać teksty wizualne. Stwarza to ponowną szansę postulowanej przez semiotyków integracji humanistyki. Wydaje się, że językoznawstwo kognitywne i tym razem odpowiada na zapotrzebowanie badawcze innych dziedzin, doskonale wpisując się w nurt badań interdyscyplinarnych.

BIBLIOGRAFIA

- 15 lat polskiego plakatu, 1961: *Projekt 5-6, 10-14*.
- Baluch, Wojciech 1995: Perspektywy wykorzystania semantyki kognitywnej w badaniach teatrologicznych. Na przykładzie metafory teatralnej. *Dialog 9*, 134-143.
- Baluch, Wojciech 2005: *Scena teatru – scena mentalna. Proces interpretacji w ujęciu kognitywnym*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Biela-Wołośńcej, Aleksandra 2013. *Death is the essence of all evil – but not equally everywhere: Polish-English study on valuing and masking*. *Intercultural Pragmatics 10* (2), 235-264.
- Boczar, Danuta 2001: Widziane z Ameryki. W: *Plakaty. Współczesne plakaty polskie*. Olszanica: Bosz, 11-19.
- Bojko, Szymon 1964: Plakat z perspektywy XX-lecia. *Projekt 6, 12-22*.
- Bojko, Szymon 1965: Grafika WAG-u i zagadnienia komunikacji wizualnej. *Projekt 5-6, 13-14*.
- Bolecki, Włodzimierz, Wojciech Tomasik (red.) 1995: *Poetyka bez granic*. Warszawa: Instytut Badań Literackich PAN.
- Bolek, Elwira 2015: *Interpretacja plakatu artystycznego jako działanie na tekstach*. W: Stanisława Niebrzegowska-Bartmińska, Marta Nowosad-Bakalarczyk, Tomasz Piekot (red.) 2015: *Działania na tekście. Przekład – redagowanie – ilustrowanie*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 257-267.
- Bolek, Elwira 2016: Metodologia amalgamatów kognitywnych w interpretacji plakatów artystycznych. W: Bogusław Skowronek, Ewa Horyń, Agnieszka Walecka-Rynduch (red.) 2016: *Język a media. Zjawiska językowe we współczesnych mediach*. Kraków: Collegium Columbinum, 223-234.
- Bolek, Elwira 2018: *Język i obraz w plakacie teatralnym – analizy multimodalne*. W: Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura (red.) 2018: *Współczesne media – media multimodalne, t. 1: Zagadnienia ogólne i teoretyczne. Multimodalność mediów drukowanych*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 165-175.
- Bolek, Elwira 2020: *Metafory w plakatach teatralnych Jerzego Czerniawskiego*. *Postscriptum Polonistyczne 2* (26), 217-226.
- Bolek, Elwira 2023: Wizualno-słowna gra z odbiorcą. O perswazyjności plakatu słów kilka. *Forum Lingwistyczne 11* (2).

- Dydo, Krzysztof 2008: Polski plakat 21. wieku. W: Krzysztof Dydo, Agnieszka Dydo *Polski plakat 21. wieku*. Kraków: Galeria Plakatu, 35-51.
- Ekman, Paul, Wallace Friesen 1969: The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage and coding. *Semiotica* 1, 49-98.
- Fauconnier, Gilles, Mark Turner 2019 [2002]: *Jak myślimy. Mieszanki pojęciowe i ukryta złożoność umysłu*. Tłum. Izabela Michalska. Warszawa: Biblioteka Kwartalnika Kronos. [*The Way We Think. Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books].
- Forceville, Charles 2006: Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitivist framework. *Agendas for research*. W: Gitte Kristiansen, Michel Achard, René Dirven, Francisco J. Ruiz de Mendoza Ibáñez (red.) 2006: *Cognitive Linguistics. Current Applications and Future Perspectives*. Berlin-New York: De Gruyter Mouton, 379-402.
- Górowski, Mieczysław 2005: *Mieczysław Górowski – Plakaty 1968-2003*. Oprac. Zdzisław Schubert. Kraków: Rzecz Piękna.
- Górowski, Mieczysław, Agata Hołobut 2009: *Drzwi do plakatu. Mieczysław Górowski rozmawia z Agatą Hołobut*. Kraków: TAIWPN Universitas. Pdf.
- Górska, Elżbieta 2014: Why are multimodal metaphors interesting? The perspective of verbo-visual and verbo-musical modalities. W: Marek Kuźniak, Agnieszka Libura, Michał Szawerna (red.) 2014: *From Conceptual Metaphor Theory to Cognitive Ethnolinguistics. Patterns of Imagery in Language*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 17-36.
- Górska, Elżbieta 2017: The PATH schema in verbo-pictorial aphorisms on life. W: Przemysław Łozowski, Adam Głaz (red.) 2017: *Route 66: From Deep Structures to Surface Meanings. A Festschrift for Henryk Kardela on his 66th Birthday*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 219-235.
- Górska, Elżbieta 2018: From music to language and back. *LaMiCuS* 2, 82-100.
- Grabowska, Magdalena 2013: *Metafora pojęciowa i amalgamat w reklamie prasowej*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Hoopes, James (red.) 1991: *Peirce on Signs. Writings on Semiotic by Charles Sanders Peirce*. Chapel Hill and London: The University of North Carolina Press.
- Johnson, Mark 1987: *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kendon, Adam 2004: *Gesture: Visible Action as Utterance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kępiński, Antoni 1977: Twarz i ręka. *Teksty* 2, 9-34.
- Kiełbawska, Amelia 2007: Kognitywna teoria metafory w analizie spektaklu pantomimy. Próba zastosowania narzędzi semantyki kognitywnej w nauce o teatrze. W: Karol Smużniak (red.) 2007: *Filologia Polska 3. Między słowem a obrazem*. Zielona Góra: Wydawnictwo Uniwersytetu Zielonogórskiego, 317-331.

- Knapp, Mark L., Judith Hall 2000 [1972]: *Komunikacja niewerbalna w interakcjach międzyludzkich*. Tłum. Anna Śliwa, Leszek Śliwa. Wrocław: Astrum. [Nonverbal Communication in Human Interaction. Holt, Rinehart and Winston].
- Kosiński, Marcin 2007: Teoria metafory pojęciowej a teoria amalgamatów. Rozważania na marginesie analizy *Głosu w sprawie pornografii* Wisławy Szymborskiej. W: Agnieszka Libura (red.) 2007: *Amalgamaty kognitywne w sztuce*. Kraków: TAIWPN Universitas, 95-111.
- Kwaśniewski, Wojciech, Piotr Kunc 2009: 4. *Festiwal Plakatu Reklamowego 23.04-24.05.2009 Kraków*. Materiały festiwalowe.
- Kwiatkowska, Alina (red.) 2011: *Texts and Minds: Papers in Cognitive Poetics and Rhetoric*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Kwiatkowska, Barbara 1957: O sztuce Henryka Tomaszewskiego. *Projekt 2*, 23-29.
- Lakoff, George, Mark Johnson 1988 [1980]: *Metafory w naszym życiu*. Tłum. T.P. Krzeszowski. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy. [Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press].
- Lakoff, George, Mark Johnson 2003: *Metaphors We Live By*. Revised edition. Chicago: University of Chicago Press.
- Lenica, Jan 1978: Papierowa wieża Babel. *Projekt 2*, 2-11.
- Libura, Agnieszka 2005: Kognitywna operacja stapiania (*blending*). W: Dorota Michułka, Kordian Bakuła (red.) 2005: *Metodyka a nauka o literaturze i nauka o języku*. Wrocław: Wrocławskie Towarzystwo Naukowe, 237-243.
- Libura, Agnieszka (red.) 2007: *Amalgamaty kognitywne w sztuce*. Kraków: TAIWPN Universitas.
- Libura, Agnieszka 2010: *Teoria przestrzeni mentalnych i integracji pojęciowej. Struktura modelu i jego funkcjonalność*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Libura, Agnieszka 2012: Teoria metafory pojęciowej wobec badań nad komunikacją multimodalną. W: Monika Cichmińska, Iza Matusiak-Kempa (red.) 2012: *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji*, t. 4 *Metafory i amalgamaty pojęciowe*. Olsztyn: Instytut Filologii Polskiej UWM, Wydział Humanistyczny, 117-129.
- Libura, Agnieszka, Amelia Kielbawska 2014: Humor w plakatach. W: Władysław Chłopicki, Dorota Brzozowska (red.) 2014: *Humor polski*. Kraków: Tertium, 337-378.
- Libura, Agnieszka 2019: Metafora multimodalna. Interakcje słowa i obrazu. W: Justyna Winiarska, Aneta Załazińska (red.) 2019: *Widzieć – rozumieć – komunikować*. Kraków: Księgarnia Akademicka, 57-82.
- Maćkiewicz, Jolanta 2019: Metonimia w przekazach ikonicznych. W: Justyna Winiarska, Aneta Załazińska (red.) 2019: *Widzieć – rozumieć – komunikować*. Kraków: Księgarnia Akademicka, 45-56.

- Mithen, Steven 1998: A creative explosion? Theory of mind, language, and the disembodied mind of the Upper Paleolithic. W: Steven Mithen (red.) 1998: *Creativity in Human Evolution and Prehistory*. London-New York: Routledge, 165-191.
- Morris, Desmond 1994: *Bodytalk: The Meaning of Human Gestures*. New York: Crown Trade Paperbacks.
- Pelc, Jerzy 1982: *Wstęp do semiotyki*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Sikorski, Władysław 2005: *Gesty zamiast słów. Psychologia i trening komunikacji niewerbalnej*. Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.
- Stockwell, Peter 2006 [2002]: *Poetyka kognitywna*. Tłum. Anna Skucińska. Kraków: TAIWPN Universitas. [*Cognitive Poetics. An Introduction*. London-New York: Routledge.]
- Stopczyk, Stanisław K. 1964: Plakaty Tadeusza Jodłowskiego. *Projekt 2*, 31.
- Szawerna, Michał 2018: Visual metaphorization of events as objects in comics. *LaMiCuS 2*, 150-188.
- Szczepaniak, Agnieszka 2017: *Gesty emblematyczne w międzykulturowej komunikacji niewerbalnej. Polsko-grecko-brytyjskie studium porównawcze i gestownik*. Kalisz-Wrocław: Wydawnictwo Kaliskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk.
- Tabakowska, Elżbieta (red.) 2006: *Ikoniczność znaku. Słowo – przedmiot – obraz – gest*. Kraków: TAIWPN Universitas.
- Tabakowska, Elżbieta 2019: Zobaczyć, namalować, powiedzieć. Widzenie świata, przedstawianie świata i mówienie o świecie. W: Justyna Winiarska, Aneta Załazińska (red.) 2019: *Widzieć – rozumieć – komunikować*. Kraków: Księgarnia Akademicka, 29-44.
- Toeplitz, Krzysztof T. 1961: Polska szkoła plakatu. *Projekt 3*, 14-21.
- Wallis, Mieczysław 1977: Uwagi o symbolach. W: *Studia semiotyczne*, t.7, wstęp: Jerzy Pelc. Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk: Ossolineum, 91-99.
- Winiarska, Justyna 2016: Plakat jako przykład multimodalnego amalgamatu. *LingVaria XI*, 2(22), 43-55.
- Wittkugel, Klaus 1959: Plakat Roku Chopinowskiego [z wypowiedzi jury]. *Projekt 2*, 1-7.
- Wysłouch, Seweryna 1994: *Literatura a sztuki wizualne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wysłouch, Seweryna 2001: *Literatura i semiotyka*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zielecki, Jan 1985: Henryk Tomaszewski. *Projekt 4*, 2-13.
- Ziomek, Jerzy 1994: O współczesności retoryki. W: Jerzy Ziomek 1994: *Prace ostatnie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 131-153.

COGNITIVE BLENDS IN POSTERS

ABSTRACT

Contemporary semiotics has its roots in structural linguistics. In dealing with multimodal communication, however, it tends to follow the cognitivist approach, which offers perspectives for its development. Semioticians try to find the right instruments for interdisciplinary analyses, with a view to integrating all of humanities. Verbocentrism has given way to “thought-centrism”, and the so-called “poetics without borders” is being sought, which would allow us to inquire into and describe all kinds of codes, not only language.

This article is concerned with the poster, an artistic multimodal text based mainly on the visual code. The poster makes use of a rich iconic potential of signs in the processes of isolation, configuration, and deformation, accompanied also by verbal signs. Poster artists usually use symbols and metaphors, which can be understood in the traditional semiological manner or within the frameworks of more recent models. The latter include Lakoff and Johnson's Conceptual Metaphor Theory and its extension: Fauconnier and Turner's theory of conceptual integration (or blending). It is the conceptual integration/blending approach that has been adopted as the basic analytical tool in this article.

The analysis concerns two selected posters by Mieczysław Górowski, a representative of the Polish Poster School. Górowski's style is rich in representations of isolated body parts, juxtaposed with one another in surprising contexts and configurations. His posters can be viewed as manifestations of creative cognitive processes: metaphor but above all conceptual integration. It is shown here how input spaces contribute to the process of blending: when aspects of meaning are carried over to the blend, a new-quality space emerges, with its own relationships, emotions and intentionality that do not originate in the inputs. Attention is also paid to the representation of gestures relative to the human scale: to reach the human scale in meaning is the key aim of conceptual blending.

The application of the theory of conceptual integration presented here illustrates its usefulness in analysing visuals. It appears that the descriptive constructs of cognitive linguistics may be the “poetics without borders” that semioticians have been looking for.

Key words: conceptual blending, poster, semiotics, Polish Poster School, metaphor