

Anna Kapuścińska

Gdy tekst staje się obrazem : funkcja wizualna tekstu na przykładzie wybranych tekstów medialnych

Prace Językoznawcze 14, 111-118

2012

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Anna Kapuścińska
Bydgoszcz

Gdy tekst staje się obrazem. Funkcja wizualna tekstu na przykładzie wybranych tekstów medialnych

**When a text turns into an image. The visual function of the text on the basis
of sample media texts.**

The article addresses the visual function of the text based on the discussion of sample media texts. Its aim is to illustrate the gradual blurring of the boundary between the text and the image in the contemporary media.

Słowa kluczowe: tekstologia, lingwistyka mediów, tekst, obraz, funkcja wizualna
Key words: text linguistics, media linguistics, text, image, visual function

Wynalezienie pisma Elżbieta Laskowska uważa za początek drugiego z czterech etapów historii komunikowania się ludzi¹. Jak stwierdza, „Nowością drugiego etapu [...] jest możliwość utrwalenia przekazu językowego i przesyłania go na odległość” (Laskowska 2010, s. 261). Od tej pory teksty pisane nieustannie towarzyszą człowiekowi, choć uległy one ewolucji – jak to zostało określone w tytule monografii Christiana Vandendorpe’a (2008) – *Od papirusu do hipertekstu*.

Naturalną konsekwencją tych przemian jest fakt, iż pojęcie tekstu jest nieustannie redefiniowane. W niemieckim *Metzler Lexikon Sprache* wobec mnogości definicji wprowadzono dystynkcję na węższe i szersze definicje tekstu, które „różnią się tym, że ich autorzy włączają do nich lub wyłączają z nich inne systemy semiotyczne, które obok języka jako systemu znaków wchodzi w strukturę tekstu, np. gestykulacja i mimika albo symbole, wzory i ryciny” (Glück 2000, s. 728; cyt. za: Klemm 2000, s. 22).

¹ Za pierwszy etap tej historii autorka uważa czasy, gdy człowiek porozumiewał się za pomocą języka mówionego, zaś dwa późniejsze etapy wiążą się, jej zdaniem, kolejno z wynalezieniem radia i telewizji oraz z powstaniem Internetu (por. Laskowska 2010, s. 261–262).

Dla potrzeb tego artykułu zostało przyjęte węższe rozumienie tekstu, ograniczające się do znaków systemu językowego. Dodatkowo omawianie funkcji wizualnej z oczywistych przyczyn wymaga zawężenia zakresu tego pojęcia do formy pisemnej.

Głównym celem artykułu jest analiza funkcjonalna jednostek tekstualnych pod względem strukturalnym. Do najpopularniejszych klasyfikacji funkcji tekstu należy koncepcja Klausa Brinkera. Wyróżnia on pięć różnych funkcji tekstu: informacyjną, apelatywną, obligacyjną, kontaktową oraz deklaratywną (Brinker 2009, s. 50; por. także Brinker 2010, s. 98). Należy podkreślić, iż niezbędnym warunkiem pełnienia przez tekst każdej z tych funkcji, jak również funkcji wymienianych w większości innych klasyfikacji, jest możliwość zaistnienia aktu komunikacyjnego. Tekst pełni funkcję np. informacyjną wyłącznie wtedy, gdy celem nadawcy jest przekazanie za jego pomocą informacji oraz gdy odbiorca ma możliwość odbioru tej informacji.

Prowadzi to do spostrzeżenia, iż funkcji tekstu należy dopatrywać się głównie z perspektywy nadawcy, ponieważ to on jest autorem (lub pośrednikiem) określonej jednostki tekstualnej. Odrębną kwestią pozostaje fakt, iż funkcja tekstu z perspektywy odbiorcy zależy od wielu czynników, począwszy od tego, czy odbiorca zdecyduje się na jego odbiór. Na perspektywę odbiorcy składają się liczne elementy pozatekstowe i w związku z tym wydaje się ona zbyt subiektywna, aby od niej uzależniać funkcje tekstu. Należałoby bowiem założyć, że dany tekst może mieć dla każdego odbiorcy inną funkcję, a ponadto może on mieć funkcję lub jej nie mieć w zależności np. od tego, czy jest napisany w znanym dla odbiorcy języku. O ile z perspektywy odbiorcy można mówić o funkcji rzeczywistej, jaką tekst ma dla danego odbiorcy, funkcję tekstu z perspektywy nadawcy można określić jako potencjalną, a więc taką, jaką nadawca zakłada. Analiza funkcjonalna podjęta w tym artykule będzie dotyczyła funkcji potencjalnych.

Tekst, którego prymarną funkcją potencjalną jest funkcja wizualna to tekst, który paradoksalnie nie jest przeznaczony do czytania. Aby zilustrować to zjawisko, warto odnieść się do pracy Marka Hansena i Bena Rubina *Listening Post*, wystawionej w londyńskim Science Museum. Jak zauważa Konrad Chmielewski, praca ta

w sugestywny sposób pokazuje w jaki sposób internauci prowadząc rozmowy w pokojach czatowych i posługując się jedynie tekstem tworzą sferę wizualną za pośredniczonej komunikacji przez Internet, która jest wykorzystana we wspomnianej pracy. Na małych podłużnych ciekłokrystalicznych ekranach ukazują się pojedyncze słowa, fragmenty zdań lub całe zdania. Pobierane są one z Internetu (chaty, grupy dyskusyjne etc.). Słowa pojawiają się w krótkich interwałach czasowych i są czytane od razu, jak tylko się pojawiają, przez syntetyzator głosu (Chmielewski 2009, s. 309–310).

Zdaniem Chmielewskiego uwidacznia to fakt, iż tekst może być wykorzystywany do tworzenia obrazów i filmów (por. Chmielewski 2009, s. 310).

Mimo iż wspomniana praca jest tylko obiektem artystycznym, również współczesne media dostarczają licznych przykładów jednostek, które pod względem strukturalnym można określić jako tekst (ponieważ są zbudowane ze znaków systemu językowego), a których potencjalna funkcja tekstowa jest wątpliwa². Są to jednostki, których odbiór jest na różne sposoby celowo utrudniany lub zakłócany przez nadawcę.

Jednym z przykładów takich jednostek są okładki czasopism dla kobiet.



Nietrudno zauważyć, iż okładki takie, jak ta na powyższym przykładzie (<http://www.burdamedia.pl/gazeta1.php?g=dr>) pełnią funkcję przede wszystkim reklamową. Marek Cieszkowski wprost określa podobną okładkę jako „tekst

² Dla ostatecznego rozstrzygnięcia posiadania lub nieposiadania przez te jednostki funkcji tekstualnej należałoby zmierzyć ich zrozumiałość. Jedną z metod takiego pomiaru jest metoda, o której wspomina Tomasz Goban-Klas. Jej podstawę stanowią “badania zapamiętywania przekazów, na przykład prowadzone w dniu po nadaniu audycji lub publikacji prasowej. Ustala się wówczas odsetek osób, które na tyle zwróciły uwagę na przekaz, że zapamiętały jego zasadnicze elementy” (Goban-Klas 2009, s. 191).

reklamowy”, składający się z kilku mikrotekstów (por. Cieszkowski 2009, s. 313). O ile cała okładka (którą można traktować jako tekst kultury) wyraźnie pełni funkcję apelatywną, funkcja mikrotekstów nie jest taka oczywista.

Ponieważ mikroteksty, z których każdy odnosi się do któregoś artykułu zawartego w danym numerze są zwykle zróżnicowane pod względem typu, wielkości i koloru czcionki, „łączność między (nimi) jest przzerwana, zmontowane teksty-obrazy rozbijają ogład na następujące po sobie sekwencje” (Cieszkowski 2009, s. 313). Taki układ okładki można uznać za przykład mozaikowości prasy. Jak twierdzi Marshall McLuhan, „gazeta, od początków swego istnienia, dążyła nie ku formie książkowej, a ku formie mozaikowej i angażującej odbiorcę” (McLuhan 2004, s. 278). Jego zdaniem do wytworzenia tej mozaikowej formy przyczyniło się wynalezienie m.in. telefonu, radia i telewizji, które rozpowszechniły sposób podawania informacji w postaci zbioru „niespójnych i niepowiązanych ze sobą elementów” (McLuhan 2004, s. 281). Jak zauważa Mike Sandbothe³: „Cechą [...] nieliniowego sposobu nieskrępowanej recepcji znaków są formy postrzegania, które znamy z recepcji obrazów” (Sandbothe 2001, s. 219). Jego zdaniem przy postrzeganiu obrazu nie nakłania odbiorcy do podążania za „liniowym ciągiem schematów konstrukcji myślowej”, jak przy lekturze książki. Wręcz przeciwnie, elementy obrazu pozwalają na wiele sposobów nieliniowego odbioru i konstrukcji obrazu jako całości (por. Sandbothe 2001, s. 219).

Nie można wykluczyć, iż funkcją rzeczywistą mikrotekstów występujących na wspomnianych już okładkach czasopism w przypadku niektórych odbiorców będzie funkcja informacyjna, gdyż np. będą oni poszukiwali artykułu na konkretny temat i od jego obecności będzie zależała ich decyzja o zakupie czasopisma. Nie ulega jednak wątpliwości, iż prymarną funkcją potencjalną mikrotekstów nie jest żadna z funkcji tekstowych, np. wymienianych przez Brinkera. Są one w pierwszej kolejności elementami graficznymi, które mają współtworzyć okładkę zwykle wraz z centralnie umieszczoną fotografią postaci. Gdyby zamiarem nadawcy było nadanie im np. funkcji informacyjnej lub apelatywnej, zapewne zadbałyby on o większą czytelność napisów, chociażby poprzez ujednolicenie typów i kolorów czcionek, jak również zapewnienie jednolitego tła. Sposób umieszczania mikrotekstów, jaki ma miejsce na tego typu okładkach, znacznie zakłóca odbiór ich treści.

Jednak, jak zauważa Paul Virilio, „Problem obiektywizacji obrazu występuje [...] już nie tyle w stosunku do jakiegoś nośnika – powierzchni papieru lub celulozoidu, to znaczy w stosunku do materialnej przestrzeni odniesienia, ale raczej w stosunku do czasu, do tego czasu ekspozycji, który pozwala widzieć, albo który już nie pozwala zobaczyć” (Virilio 2001, s. 41–42). Do kategorii jednostek

³ Spostrzeżenia Sandbothe’a dotyczą wprawdzie hipertekstów, jednak można odnieść je również do omawianych w artykule okładek czasopism, które są innym przykładem jednostek nieliniowych.

o wątpliwej tekstualności funkcjonalnej, w przypadku których czas (albo precyzyjniej prędkość) ekspozycji obrazów odgrywa istotną rolę, należą m.in. napisy wyświetlane często na paskach tekstowych w telewizyjnych programach informacyjnych. (<http://www.youtube.com/watch?v=n604XW4hjEc>).



Ich treść stanowi skrót najważniejszych wydarzeń, o których jest mowa w całym programie. Również tutaj nie można wykluczyć, że dla pewnej grupy odbiorców teksty te pełnią funkcję tekstową (informacyjną). Mogą one być przydatne np. dla odbiorcy, który dopiero zaczął oglądać dany program informacyjny i dzięki nim może się szybko zorientować, o czym była mowa wcześniej. Jednak w przypadku odbiorcy, który oglądał program od początku, funkcja informacyjna nie występuje, ponieważ treść tych tekstów nie zawiera żadnej nowej informacji. Niezależnie od perspektywy odbiorcy, nadawca zapewne zdaje sobie sprawę, iż współwystępowanie pasków tekstowych z przekazem ustnym, a niekiedy również relacją video, w nieunikniony sposób zmusza odbiorcę do dokonania selekcji ze względu na ograniczoną podzielność uwagi. Ponieważ dźwięk i obraz jest zwykle uznawany za bardziej atrakcyjny środek przekazu, należy się spodziewać, iż większość odbiorców oglądających program w całości skupi swoją uwagę właśnie na tym przekazie, jednocześnie przynajmniej częściowo ignorując przekaz tekstowy.

Pojawia się w tym miejscu pytanie o celowość wyświetlania pasków tekstowych. Wątpliwe jest, aby ich występowanie było podyktowane wyłącznie chęcią spełnienia oczekiwań odbiorców, którzy nie oglądali programu od początku, zwłaszcza że również im nadawca utrudnia czytanie treści tekstów na paskach. Czynnikiem zakłócającym odbiór jest w tym wypadku prędkość, z jaką te teksty są wyświetlane. Virilio mówi w tym kontekście o „krachu widzialności, na którym skorzystał mogłaby jedynie ekonomiczna i polityczna *dezinformacja*, do czego dochodzi, gdy *analogowość* przekazuje swe uprawnienia *cyfrowości*, a niedawna

‘kompresja danych’ umożliwi przyspieszenie, czyli redukcję naszego stosunku do rzeczywistości” (Virilio 2006, s. 106).

Trudno nie dostrzec analogii pomiędzy tym zjawiskiem a fenomenem bomby informacyjnej, któremu wiele uwagi poświęca w swoich rozważaniach Paul Virilio. Jego zdaniem „dla współczesnych mediów prędkość staje się wielkością podobną do informacji – przekazywane treści są wtórne wobec prędkości, z jaką mogą być przekazywane” (Virilio 1978, s. 22; cyt. za: Cieszkowski 2009, s. 311). W innym zaś miejscu stwierdza, nawiązując do znanej formuły Marshalla McLuhana, iż „Przekazem nie jest *przekaznik*, lecz wyłącznie jego *prędkość*”, ponieważ „graniczna prędkość fal będących nośnikiem przekazów i obrazów jest samą informacją, bez względu na swą treść” (Virilio 2006, s. 132). W rezultacie pasek tekstowy staje się jedynie elementem graficznym, pozwalającym lepiej zagospodarować przestrzeń na ekranie.

Podobną rolę odgrywa prędkość w przypadku napisów wyświetlanych po filmach (<http://www.youtube.com/watch?v=oOcjmMTFH0k>).



W napisach tych wymieniane są przede wszystkim osoby uczestniczące w produkcji danego filmu. Ze względu na znaczną prędkość wyświetlania ich odbiór jest nawet bardziej utrudniony niż w przypadku napisów na pasku tekstowym. W odróżnieniu od nich, tekst widoczny w tym samym momencie zajmuje nie jedną linijkę, ale często większość powierzchni ekranu. Ponadto dochodzi do rozproszenia uwagi odbiorcy przez okoliczności, w których tekst ten jest wyświetlany. Jest to moment po zakończeniu filmu, gdy uwaga odbiorcy zwykle nie jest już tak skoncentrowana na odbiorze. Jeszcze jednym czynnikiem zakłócającym odbiór jest niski poziom atrakcyjności informacji zawartych w tekście dla przeciętnego odbiorcy. Jest zauważa Virilio, „NIC SIĘ NIE WYDARZA,

WSZYSTKO SIĘ DZIEJE. Elektroniczna optyka staje się ‘wyszukiwarką’ zglobalizowanych dziś przewidywań” (Virilio 2006, s. 32).

Nie ulega wątpliwości, iż nadawca nie dąży do nadania tekstowi potencjalnej funkcji informacyjnej. Widać to szczególnie w przypadku filmów obcojęzycznych tłumaczonych na język polski, w których napisy końcowe zwykle pozostają w języku oryginału. Sprawia to, iż odbiorca wprawdzie ma możliwość przeczytać nazwiska poszczególnych osób, jednak może mieć problem ze zrozumieniem, jakie funkcje pełniły one przy produkcji. Niewątpliwie stanowi to dodatkowy czynnik zakłócający odbiór. Zastanawiając się nad funkcją napisów końcowych, można uznać, iż (oprócz funkcji prawnej związanej z przestrzeganiem praw autorskich osób zaangażowanych w produkcję) służą one do graficznego oznaczenia końca filmu. Zgodnie z kinematograficzną konwencją ich pojawienie się na ekranie następuje niemal zawsze bezpośrednio po emisji filmu.

Omówione kategorie to tylko przykłady dość powszechnych w mediach jednostek tekstowych pod względem strukturalnym, ale o wątpliwej tekstualności funkcjonalnej. Wraz z rozwojem mediów, tekst stał się atrakcyjnym elementem wizualnym na równi z obrazem. Doświadczając na co dzień mnogości przekazów, odbiorca jest w stanie zaakceptować sytuację, gdy widzi tekst, którego nie jest w stanie przeczytać, a nawet świadomie zrezygnować z czytania tekstu, jeśli posiadana wiedza o świecie pozwala mu sądzić, że jest to tekst o niskiej informacyjności lub atrakcyjności.

Oprócz tradycyjnych funkcji tekstowych, teksty mogą pełnić również funkcję wizualną. Dzięki bogactwu typów, wielkości i kolorów czcionek mogą one pełnić funkcję ozdobną. Niezależnie od kroju czcionki, teksty bywają wykorzystywane do lepszego zagospodarowania powierzchni ekranu lub – zgodnie z obowiązującą konwencją – do sygnalizowania np. końca filmu, mimo iż obrazy zapewne równie dobrze sprawdziłyby się w tej roli. Powszechne rozmywanie się granicy pomiędzy tekstem i obrazem jest widoczne nie tylko w licznych przypadkach przejmowania przez obraz funkcji tekstu, ale również – co zostało wykazane w tym artykule – w sytuacjach, gdy tekst pełni funkcje zarezerwowane dotąd dla obrazów.

Źródła przykładów

<<http://www.burdamedia.pl/gazeta1.php?g=dr>> dostęp: 28.01.2012.

<<http://www.youtube.com/watch?v=n604XW4hjEc>> dostęp: 28.01.2012.

<<http://www.youtube.com/watch?v=oOcjmMTFH0k>> dostęp: 28.01.2012.

Literatura

Brinker K. (2009): *Analiza funkcjonalna tekstu*. [W:] *Lingwistyka tekstu w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*. Red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała. Wrocław, s. 49–68.

Brinker K. (2010): *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*. Berlin.

- Chmielewski K. (2009): *Tekst w sieci obrazów. Internet jako medium zapośredniczonej komunikacji wizualnej*. [W:] *Komunikowanie (sie) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*. Red. M. Filipiak, G. Ptaszek. Warszawa, s. 298–313.
- Cieszkowski M. (2009): *O zasadzie urzeczywistniania w języku współczesnych mediów*. [W:] *Język, biznes, media*. Red. A. Rypel, D. Jastrzębska-Golonka, G. Sawicka. Bydgoszcz, s. 309–320.
- Glück H. (2000): *Metzler Lexikon Sprache*. Stuttgart–Weimar.
- Goban-Klas T. (2009): *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*. Warszawa.
- Klemm M. (2009): *Punkt wyjścia: Czy każdy ma mieć swoje pojęcie tekstu? Różne definicje tekstu i ich porównanie*. [W:] *Lingwistyka tekstu w Niemczech. Pojęcia, problemy, perspektywy*. Red. Z. Bilut-Homplewicz, W. Czachur, M. Smykała. Wrocław, s. 13–26.
- Laskowska E. (2010): *Internet – wyznaczniki nowej kultury?* [W:] *Język, tekst, kultura*. Red. H. Bartwicka. Bydgoszcz, s. 261–269.
- McLuhan M. (2004): *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*. Warszawa, s. 278–281.
- Sandbothe M. (2001): *Transwersalne światy medialne. Filozoficzne rozważania o Internecie*. [W:] *Widzieć, myśleć, być. Technologie mediów*. Red. A. Gwóźdź. Kraków, s. 215–222.
- Vandendorpe Ch. (2008): *Od papirusu do hipertekstu. Esej o przemianach tekstu i lektury*. Warszawa.
- Virilio P. (1978): *Fahren, fahren, fahren...*. Berlin.
- Virilio P. (2006): *Bomba informacyjna*. Warszawa, s. 32–106, 132.

Summary

Nowadays one can observe the gradual blurring of the earlier hardly encroachable boundary between the text and the image. Besides the apparent phenomenon of adopting the text function by the image, there is also the phenomenon of adopting the image function (i. e. the visual function) by the text. Thanks to the development of the media, the texts have acquired some features that earlier were reserved only for the images. It is justified to state that sometimes the text loses its distinctiveness among other graphical elements to such an extent that it turns into one of them and having a different form (as it consists of the signs of the language system) but an similar function. The subject of this article is the visual function of the text. It has been characterised on the basis of analysis of sample text units in the media.

Zusammenfassung

Heutzutage wird die bisher nahezu unantastbare Grenze zwischen dem Text und dem Bild allmählich flüssig. Außer dem allgemein wahrnehmbaren Phänomen der Übernahme der Textfunktion von dem Bild, kann man auch von der Übernahme der Bildfunktion, d. h. der visuellen Funktion, von dem Text sprechen. Die Medienentwicklung hat die Texte mitgebracht, die hauptsächlich zur visuellen Rezeption bestimmt sind, die früher ausschließlich für Bildkommunikate vorbehalten war. Man kann die Behauptung wagen, dass der Text manchmal im Hintergrund anderer graphischen Elemente seine Eigentümlichkeit insoweit verliert, dass er zu einem von ihnen wird. So ist er zwar unterschiedlich hinsichtlich der Form (weil er aus Zeichen des Sprachsystems besteht), aber analog in der funktionellen Hinsicht. Das Thema des vorliegenden Beitrags ist die visuelle Textfunktion. Sie wird in Anlehnung an die Analyse ausgewählter medialen Texteinheiten charakterisiert.