

Jolanta Marcolla

**Badanie aktywności struktury wizualnej przekazu telewizyjnego  
dla potrzeb reklamy i propagandy**

praca magisterska zrealizowana w pracowni Działań i Struktur Wizualnych prof. Leszka Kaćmy,  
Katedra Wiedzy Wizualnej, Państwowa Wyższa Szkoła Sztuk Plastycznych, Wrocław 1974

Spis treści

1. Uwagi i wnioski z praktyki w studio TV
2. Telewizja jako narzędzie mechanicznej reprodukcji
3. Analiza struktury wizualnej przekazu TV

## 1. Uwagi i wnioski z praktyki w studio TV

Podczas jednomiesięcznej praktyki w studio TV Wrocław miałam możliwość uczestnictwa (na zasadzie obserwatora) w realizacji szeregu widowisk telewizyjnych, jak również okazję do rozmów i wymiany poglądów z pracownikami poszczególnych działów TV.

Najważniejszymi (dla potrzeb struktury wizualnej przekazu) działami są scenografia, operatorsko-filmowy, montażowy, studio i realizacyjny (konsolista reżyserska).

Obserwacje i rozmowy tam przeprowadzone nasunęły mi kilka uwag:

### a) odnośnie scenografii

- operowanie elementami scenografii jest metodą bezpośrednio przeniesioną z teatru.
- scenografia udaje to, czym nie jest w rzeczywistości.
- operuje się jedynie tzw. zastawkami a struktura scenografii jest wyłącznie relacją zastawek i rekwizytów (zwykle zabytkowych).
- nie ma żadnych racjonalnie opracowanych danych dotyczących zmiany koloru na walor, robi się to „na czucie” i korzystając z nabytego doświadczenia. Nie bierze się pod uwagę scenografii czarno-białej, nie podlegającej walorowym zmianom w procesie reprodukcji.
- w minimalnym stopniu wykorzystywana jest fotografia a preferuje się manualne, ornamentalne zdobnictwo. Nie dostrzega się możliwości wykorzystania rzeczywistości już zreprodukowanej w ponownym procesie reprodukcji (reprodukcja reprodukcji).
- nie wykorzystuje się możliwości, jakie daje zmniejszanie rzeczywistości w obrazie telewizyjnym (a jeśli już, to tylko jako „zamaskowanie” niedoskonałości wykonania elementów scenografii).
- panuje ogólne przekonanie, że „im bogatsza scenografia, tym atrakcyjniejszy obraz”.

### b) dział operatorsko-filmowy

- schemat operowania kamerą – niezależny od filmowanych zdarzeń: ujęcia statyczne, obrót kamery wokół osi (tzw. panoramowanie ze statywu).

### c) montaż filmów

- polegający wyłącznie na oczyszczaniu materiału ze „złych” ujęć.
- stół montażowy daje kolosalne możliwości manipulacji zreprodukowaną

rzeczywistością (przestawianie, eliminacja, redukcja materiału filmowego) – nie wykorzystywane zupełnie oprócz oczyszczania z „brudów i szumów”.

#### d) studio

- kamera telewizyjna jest w zasadzie traktowana jako statyczne narzędzie biernej reprodukcji... a „kamerzystom płaci się za utrzymanie ostrego obrazu”.
- organizacja atrakcyjności wizualnej obrazu jest oparta nierzadko na potężnych konstrukcjach montowanych w studio.

#### e) konsolista

- realizator (reżyser obrazu) nie uczestniczy od początku w powstaniu materiału – w rezultacie część wizualna jest zawsze robiona wg wypracowanego raz na zawsze schematu.
- programy publicystyczne i im podobne realizowane są przeważnie bez troski o ich kształt wizualny (elementami obrazu są jedynie: twarz mówiącego, plansze graficzne i w najlepszym wypadku – wstawki filmowe).
- w minimalnym stopniu wykorzystywane są efekty elektroniczne, które mogłyby zastąpić owe budowle wnoszone w studio.

Powyższe uwagi nie są oczywiście zarzutem, który można by było skierować personalnie do poszczególnych pracowników TV. Problem sięga chyba głębiej. W moim przekonaniu jest to wynik wadliwej struktury organizacyjnej produkcji telewizyjnej.

Materiał, zarówno wizualny jak i dźwiękowy, będący treścią przekazu telewizyjnego jest traktowany tak samo jak produkt na taśmie montażowej w fabryce. „Program” wędruje z działu do działu na zasadzie zleceń i praktycznie nikt nie jest odpowiedzialny za jego całościowy kształt wizualny, a rozpatrywanego przez nas problemu chyba nawet nikt sobie nie uświadamia, dbając wyłącznie o „temat”.

Dlatego też pragnąc unowocześnić strukturę przekazu telewizyjnego (w relacji do potrzeb, jakie niesie rzeczywistość), należałoby zrewidować strukturę organizacyjną produkcji TV.

Nie jest to jednak przedmiot tej pracy.

## 2. Telewizja jako narzędzie mechanicznej reprodukcji

Ciągłe dążenie człowieka do odwzorowania rzeczywistości znalazło w XX w. sojusznika niemal doskonałego – są nim mechaniczne środki reprodukcji. Wśród nich najbardziej chyba skutecznym jest telewizja.

Z chwilą wynalazku fotografii, w świadomości społecznej ugruntowało się przekonanie o obiektywnym procesie utrwalania obrazów. Dotychczasowe metody (manualne, a więc subiektywne) mogły budzić wątpliwości co do swej autentyczności – poza tym „malarstwo jest obrazem koncepcji artystycznej”, natomiast obiektywności szkła (soczewek) nikt nie kwestionował. Oczywiście zdajemy sobie sprawę z subiektywności i tego środka reprodukcji (wystarczy przykład ze zmianą obiektywu w aparacie fotograficznym). Jednakże w świadomości społecznej jest to najbardziej obiektywny sposób odwzorowania struktury wizualnej.

Spróbujmy odpowiedzieć na pytanie: jakie czynniki powodują ten stan rzeczy?

Przykład z portretem lub pejzażem – tak bardzo popularnymi tematami na przestrzeni epok w sztuce, będzie pomocny w analizie. Dzieło sztuki malarskiej, zrobione nawet w najbardziej realistycznej konwencji, jest z rzeczywistością powiązane jedynie podobieństwem lub nastojem; można powiedzieć, że jest przypomnieniem rzeczywistości. W tej sytuacji odbiorca ma świadomość istnienia realności poza dziełem, którą to dzieło usiłuje przedstawić, czyli w odbiorze kieruje uwagę do przedmiotu przedstawienia.

Jak już było powiedziane, powodem powstania obrazu była koncepcja artystyczna – zatem rzeczywistość farb na płótnie nie ma nic wspólnego z rzeczywistością przedstawienia. Natomiast w mechanicznej reprodukcji mamy do czynienia z podobnymi bodźcami, jak przy kontakcie z rzeczywistością. W dziele malarskim bodźce wizualne stwarzał artysta i przyczyna ich była koncepcja (uwarunkowana jakąś konwencją) – w mechanicznej reprodukcji realność sama dostarcza bodźców składających się na jej odbicie. Wspomniany wyżej przykład z portretem jest na to najlepszym dowodem. Patrząc na fotografię konkretnej osoby, widzimy jednocześnie ją i jej wizerunek. Utożsamienie dochodzi do tego stopnia, że stwierdzamy, iż widzimy na zdjęciu tę osobę. W przypadku malarstwa natomiast wiemy, że obraz przedstawia daną osobę, automatycznie doszukując się prawidłowości lub doskonałości podobieństwa.

Wynalazek filmu umożliwił dalsze rozszerzenie obszaru możliwości reprodukcyjnych, gdyż mógł odwzorować rzeczywistość w czasie. Fakt ten pogłębił jeszcze przekonanie o realnej obecności podstawy i tworzywa reprodukcji, którym jest rzeczywistość. Telewizja zaś wniosła ze sobą następną ważną cechę, mianowicie jedność czasową przedstawiania z rzeczywistością.

Wystarczy powołać się na przykład ogromnej popularności transmisji sportowych, podczas oglądania których nikt nie ma wątpliwości co do ich realności i jednoczesności czasowej.

Telewizja ponadto dokonała rzeczy dotychczas niemożliwej, mianowicie przenosi obrazy realności do dowolnego miejsca w tym samym czasie – czyli jakby pokonała przestrzeń.

Przekonanie odbiorcy o tożsamości zreprodukowanej rzeczywistości, o jej realnej obecności w procesie reprodukcji, składa się na tzw. poczucie autentyzmu. Reprodukacja, odtwarzając rzeczywistość i nie pozbawiając jej naturalnych praw, oprócz tego, że styka nas z tym, co już znamy, jest źródłem jeszcze jednego doświadczenia w obcowaniu z realnością. Odbiorca obcuje często poprzez przekaz telewizyjny ze światem o wiele bogatszym niż mógłby sam przeżyć lub wyobrazić sobie, nie tracąc tego, co nazwalibyśmy poczuciem autentyzmu.

Istnieje jednak niebezpieczeństwo, że jeżeli w reprodukcji coś nie będzie się zgadzało z doświadczeniem odbiorców, to natychmiast zniknie poczucie autentyzmu. Eliminacja autentyzmu w momencie wykrycia na ekranie TV elementów fałszu, może spowodować w najlepszym wypadku zjawisko umowności, która to w niektórych wypadkach traktowana jest jako konwencja. Ale w momencie kulturowego przyswojenia tej konwencji znika ona z pola widzenia odbiorców, często tak skutecznie, że przekonani są o jej braku. Tak np. kodem kulturowym stał się zabieg montażu w filmie. Pomimo takich zbiegów nie ztraca się, a przeciwnie – w miarę ich utrwalenia (czyli przechodzenia w konwencję) wzmacnia się przekonanie odbiorcy o tożsamości zreprodukowanej rzeczywistości z mechaniczną reprodukcją, jaką jest przekaz telewizyjny, który traktuje się tak samo jak rzeczywistość. Różnice sprowadzają się do redukcji ilości bodźców zmysłowych (TV operuje tylko bodźcami wizualnymi i dźwiękowymi), zniekształcenia naturalnych relacji czasoprzestrzennych właściwych rzeczywistości i przekształcenia (np. świata barwnego w czarno-biały).

Te właśnie różnice stanowią o strukturze i specyfice przekazu telewizyjnego, są tymi czynnikami, które sterują jego związkami i powodują przekształcenia w zależności od zamierzonych celów („wzbogacania” lub „korygowania” reprodukowanej rzeczywistości).

### 3. Analiza struktury wizualnej przekazu TV

Wiadomo, że w zależności od tego, w jakim stopniu jest dynamiczna rzeczywistość, nasza chęć poznania jej powoduje odpowiednio dynamiczną postawę. Zwiększenie się naszej aktywności jest wprost proporcjonalne do dynamiki rzeczywistości. Przekaz tv natomiast, jak wiele innych elementów, tworzy właśnie tę rzeczywistość. Istnieją więc wszelkie dane, aby telewizja przez umiejętne zwiększanie dynamiki swojej struktury stała się jednym z podstawowych źródeł wiedzy i poznawania świata (co się już do pewnego stopnia stało).

Wobec ogromnego rozwoju, jaki przeżywa tv (liczba telewizorów na świecie odpowiada już prawie nakładowi dziennemu gazet) oraz ze względu na znaczenie emitowanych informacji nie należy bagatelizować zaniedbania, jakie obserwujemy w procesie opracowania przekazu.

Żaden inny środek przekazu nie może skuteczniej od telewizji oddziaływać w sensie dodatnim lub ujemnym na najszersze warstwy społeczne. Dlatego też ważną rzeczą jest wyodrębnienie i przeanalizowanie tych związków, które stanowią o strukturze przekazu i które umożliwią sterowanie nim.

Jak już mówiliśmy, jednym z czynników mających wpływ na strukturę wizualną przekazu tv jest redukcja bodźców. Wynika ona z niemożliwości i bezcelowości odwzorowywania rzeczywistości w czasie 1 : 1.

Redukcja powoduje „zagęszczenie” czasu, co w praktyce sprowadza się do stosowania różnych (w sensie przestrzennym) oglądów rzeczywistości. W sytuacji filmu dokonuje się tego zabiegu drogą montażu. Przekaz tv natomiast zmusza do stosowania innych operacji, jako że czas reprodukcji praktycznie równa się czasowi rzeczywistości (nie dotyczy to oczywiście powtórek z magnetowidu).

Omawiane „zagęszczenie” czasu uzyskuje się poprzez równoczesne zastosowanie kilku punktów obserwacji (myślę o kamerach), które dają możliwość dowolnego przenoszenia oglądu akcji w „sterowanym” przez realizatora czasie. Nie dość na tym, gdyż tzw. montaż elektroniczny daje na ekranie tv jednocześnie kilka widoków jednego wydarzenia.

W przekazie tv redukcja czasowa jest zatem zagęszczeniem bodźców w celu maksymalnego przybliżenia się do ilości bodźców odbieranych w warunkach naturalnych. Interesować nas będą tutaj sposoby tej redukcji, gdyż jak zostało powiedziane, mają one bezpośredni wpływ na strukturę wizualną przekazu tv.

Stosowane metody redukcji dają się wyodrębnić w:

1. relacjach kamera – rzeczywistość

(rozmieszczanie przestrzenne kamer, manipulacje kamerą, rodzaje obiektywów)

2. relacjach poszczególnych widoków (z kamer) wobec siebie  
(montaż czasowy, montaż elektroniczny, dynamika montażu)

ad 1.

Stwierdzić można z całą pewnością, że zwiększanie ilości punktów obserwacyjnych „jednej” rzeczywistości przyczynia się do pełniejszej percepcji. Dużo pełniejszej od tej, która jest nam dana dzięki osobistej obserwacji. Również zmienność przestrzenna narzędzia reprodukcji (kamery) w stosunku do rzeczywistości w trakcie samego reprodukowania powinna spowodować zwiększenie ilości bodźców wizualnych. Oczywiście w tym momencie należy sobie uświadomić celowość tych operacji w stosunku do charakteru reprodukowanych zdarzeń, jak również różne jakościowo konsekwencje poszczególnych zabiegów.

Nasza telewizja natomiast w wyjątkowo skrupulatny sposób omija wszystkie istotne operacje, ograniczając się do najazdów i odjazdów transfokatorem oraz panoramowanie statyczną kamerą. Są to akurat najmniej istotne zabiegi dla możliwości regulacji ilości bodźców wizualnych. Ruch transfokatora bowiem powoduje, że wszystkie punkty, zarówno na bliższym jak i na dalszym planie, poruszają się z jednakową prędkością. Panoramowanie zaś, będąc ruchem równoległym, nie daje również jakiegokolwiek orientacji przestrzennej w głąb obrazu – zmienia się tylko wycinek oglądanej rzeczywistości w płaszczyźnie obrazu.

Dla rozpatrywanych przez nas celów perswazji są to obserwacje w najlepszym razie obojętne (jeśli nie szkodliwe), gdyż nie wnoszą do zagadnienia żadnych nowych wartości. Nie zwiększają dynamiki obrazu, usiłują podrabiać obraz rzeczywistości, jaki oglądamy w sposób naturalny, tyle że jednocześnie zmniejszają ilość bodźców, nie dając nic w zamian. Można pokusić się o stwierdzenie, że programowo „zubażają” rzeczywistość.

ad 2.

Drugą grupą istotnych dla zwiększenia aktywności przekazu są zabiegi przeprowadzone na zreprodukowanym materiale.

Poprzednio dowodziłam konieczności „zagęszczania” czasu poprzez zwiększenie ilości bodźców wizualnych, których rzeczywistość dostarcza 100%, a których tylko część może być zreprodukowana.

Możliwość sterowania czasem rzeczywistości reprodukcyjnej zwiększa szansę uzyskania nowej jakości w procesie odbioru. Jest nią powstanie nowej struktury reprodukcji, różnej od struktury rzeczywistości, która była podstawą reprodukowania. Celowe i świadome użycie tego zabiegu (stosowane w szczególności w reklamie) może spowodować skonstruowanie nowej reprodukcji rzeczywistości, którą to odbiorca traktuje jako tożsamą z realnością. Temu procesowi

sprzyja już wykształcone przekonanie o autentyczności i wierności mechanicznej reprodukcji. Nowa „rzeczywistość telewizyjna” powstaje dzięki świadomej pracy z kamerą, jak również, a może przede wszystkim przez odpowiednie operowanie materiałem reprodukcyjnym.

Wiadomo, że o ile w reprodukcji statycznej, jaką jest fotografia, jednostką strukturalną jest kadr (aktywność takiego obrazu można rozpatrywać niejako w płaszczyźnie), o tyle jednostką w filmie jest zespół takich obrazów w czasie – zwany sekwencją.

Wyodrębnienie z sekwencji poszczególnych obrazów jest praktycznie niemożliwe i niecelowe, jako że bez znaczenia dla naszych rozważań. Interesuje nas wzajemny stosunek poszczególnych sekwencji jako relacja stanowiąca o strukturze przekazu tv (wyodrębnienie sekwencji może być dowolne – zależne od przyjętych reguł).

Sterowanie dynamiką zmian, długością sekwencji, rodzajem jej przestrzennej zawartości może dostarczyć takiej ilości bodźców, która przekroczy próg ilości potrzebnej do identyfikacji rzeczywistości, wskutek czego powstanie obraz-reprodukcja, różna od tejże rzeczywistości, która była przedmiotem reprodukowania.

Przykładem na to może być transmisja z manifestacji politycznej przeprowadzona przez telewizję amerykańską, po obejrzeniu której została przeprowadzona ankieta dwóch grup ludzi – oglądającej „na żywo” ową manifestację, jak również grupy śledzącej ją przez TV.

Po porównaniu wyników stwierdzono krańcowo różne oceny. Widzowie naoczni ocenili ją jako zgrupowanie nielicznej, w miarę spokojnej grupy ludzi, natomiast telewidzowie odebrali ją jako niezwykle burzliwe, o dramatycznym przebiegu.

Efekt ten tv uzyskała przez umiejętne sterowanie strukturą wizualną – zagęszczenie szczegółów, kilka punktów obserwacyjnych, stopniowe narastanie informacji wizualnej itd.

Z tego już nawet można wysnuć wniosek, że do tak rozumianej aktywności przekazu tv nieprzydatne są szeroko stosowane przez naszą telewizję zabiegi w rodzaju szczególnych scenografii (konstruowanych na zasadzie „postaw się, a zastaw się”), bogate stroje i dekoracje, uduchowienia estetyczne itp. Wszystkie te elementy składające się w sumie na obraz reprodukcji działają na siebie neutralizująco.

Całe to widowisko o strukturze już u źródeł – równomiernej, zostaje biernie zreprodukowane. I pomimo pewnych „sztuczek” reżysersko-operatorskich, jak np. przenikanie, daje w efekcie ciąg znaków izomorficznych. Jest to szczególnie szkodliwe w reklamie, gdyż jedynym wartościującym czynnikiem powinna być skuteczność. Struktura wizualna przekazu odgrywa tutaj dużą rolę. Niestety, znane mi badania nad skutecznością przekazu tv ograniczają się do rozpatrywania treści przekazu i ich uwarunkowań społecznych.

Jest to cały szereg zabiegów natury socjologicznej i psychologicznej, które stały się obiegowym kryterium w produkcji przekazu reklamowego. Jest np. pewne, że reklama musi się



posługiwać kodem możliwie najbardziej rozpowszechnionym, wykorzystywać efekt zindywidualizowania informacji (jakby zwracała się tylko do jednego odbiorcy); respektować musi ów szczególny układ konwencji i aktualnych nastrojów społecznych, politycznych, kulturowych i obyczajowych.

Musi umieć oceniać właściwą proporcję w powtarzaniu informacji, tj. nie przekroczyć „progu nasycenia”; brać pod uwagę okoliczności odbioru różniące się od percepcji kina czy fotografii; umiejętnie wykorzystywać możliwość działania na podświadomość; spowodować przekonanie odbiorcy o jedynej (właśnie proponowanej) możliwości zaspokojenia istniejących potrzeb, ew. spowodowanie dopiero tej potrzeby.

Jak widać, wszystkie te postulaty apelują do skutków i zawartości treściowej przekazu, niewiele jednak uwagi poświęcają strukturze wizualnej przekazu, zdolnej praktycznie samodzielnie osiągać wskazane skutki.

W rozpatrywaniu determinantów struktury wizualnej przekazu telewizyjnego starałam się określić te elementy, które decydują o związkach wizualnych mających bezpośredni wpływ na stopień autentyczności reprodukcji. One te, a nie komponenty estetyczne mają wpływ na strukturę wizualną przekazu, a co za tym idzie, decyduje o jego aktywności.

Cały szereg zabiegów środkiem reprodukcji, a nie bierna rejestracja może spowodować zwiększenie pojemności struktury wizualnej.

Granica natomiast takich zabiegów jest jedynie groźba utraty wiarygodności przedstawianych faktów.