

Wioletta Kochmańska

Uniwersytet Rzeszowski

**RELACJA SŁOWO–OBRAZ W KREOWANIU POSTACI
W DYSKURSIE MEDIALNYM
(SZKIC NA MATERIALE ARTYKUŁÓW Z KRĘGU
TEMATYKI SPORTOWEJ W E-PRASIE)****I. Kierunek badań – stanowiska i strategie badawcze**

Złożona rzeczywistość¹ człowieka XXI w. zanurzona jest w mediach, które, prócz ról tradycyjnych wiązanych z przekazem informacji, są dla odbiorcy źródłem rozrywki i bodźcem wyzwalającym pokłady emocji. W czasach gwałtownej rewolucji multimedialnej kulturotwórcza funkcja środków masowego komunikowania², zwłaszcza opartych na telewidzeniu świata, objawia się uformowaniem nowego typu odbiorcy zwanego *homo videns*, dla którego prymarne znaczenie ma to, co widzialne – więc obraz, a słowo staje się jedynie podporządkowanym mu uzupełnieniem [Sartori 2007: 13]. Tak sprecyzowany odbiorca w poszukiwaniu informacji chętnie sięga do mediów audiowizualnych, wśród których niezwykłą pragmatyczną popularnością nacechowany jest Internet. To ważna z przyczyn, dla których prasa drukowana, odznaczająca się najdłuższym stażem w historii przekazu informacji, migruje, duplikując swe istnienie jako e-medium, bądź przyjmuje formę tekstu w przekazie elektronicznym jako jedyny sposób istnienia w medialnej rzeczywistości. Wydawcy, redakcje i dziennikarze, odpowiadając za przekaz publicznie ważnych treści zarówno ogólnoinformacyjnych, jak i dotyczących wybranego spektrum tematycznego, podporządkowują proces komunikowania ich odbiorcy

¹ O dwóch typach rzeczywistości jako przestrzeni życia człowieka przekonuje w publikacjach Michael Fleischer. Pierwszy typ tworzy świat realny zwymiarowany przestrzenno-fizycznie, drugi jako wytwór rzeczywistości manifestuje się w postaci znakowej [Fleischer 1994: 9].

² Mam tu na uwadze szerokie rozumienie terminu, które wśród elementów jego uszczegółowienia pozwala wymienić tradycyjnie prasę, radio, telewizję, Internet, ale także książki, komunikatory społeczne, telefonię komórkową i reklamę.

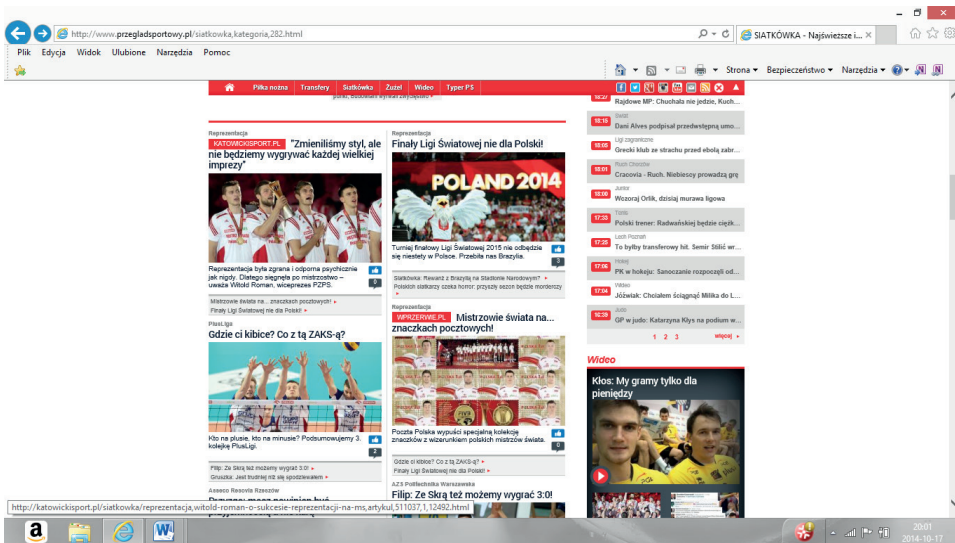
czynnikowi ekonomicznemu, a „dążenie do zysku przez właścicieli środków masowego przekazu dominuje bez reszty nad treścią i formą upowszechniania” [Chmielewski 2001: 31]. Często dwa sposoby istnienia tytułu prasowego (drukowany i na stronach WWW), mimo różnic w formie i możliwościach przekazu, ulegają mentalnemu utożsamieniu. Potwierdzenie tej tezy odnaleźć można w tekście Tomasza Wróblewskiego zamieszczonym na łamach „Gazety Wyborczej”, w którym autor twierdzi, że „prasa drukowana stale dostarcza innym pożywkę. [...] Internet i telewizja na ogół przeżuwa to, co zostało opublikowane na stronach internetowych tradycyjnych tytułów prasowych” [Piątkowska-Stepaniak 2010: 19]. E-wydania gazet, które, jak sądzi się powszechnie, będą w przyszłości jedyną formą istnienia prasy, są więc popularne nie tylko wśród przeciętnych, poszukujących informacji czytelników, ale też wśród innych, konkurencyjnych redakcji. W dziennikach, których wydawcy korzystają z elektronicznej formy kontaktu z czytelnikiem, są publikacje prasowe ogólnokrajowe, ale też regionalne. Przykładem pierwszego typu wydań jest „Przegląd Sportowy”. „To dziennik o tematyce sportowej, założony w Krakowie w 1921 roku. Jest najstarszą gazetą codzienną wydawaną w Polsce oraz jedną z najstarszych gazet o tematyce sportowej na świecie” [<http://www.egazety.pl/axel-springer/e-wydanie-przeglad-sportowy.html>, dostęp: 17.10.2014]. Z regionem bliskim autorce związane są natomiast „Nowiny. Gazeta codzienna”, dziennik o ponad sześćdziesięcioletniej tradycji, w którym prócz wiadomości lokalnych pomieszczone zostają informacje ze sportu, gospodarki i kultury. Od 2006 r. przy wydawnictwie uruchomiono nowoczesny serwis internetowy www.nowiny24.pl, za którego pośrednictwem dziennikarze i fotoreporterzy pisma przez całą dobę dzielą się z czytelnikami informacjami z regionu [[http://pl.wikipedia.org/wiki/Nowiny_\(dziennik_rzeszowski\)](http://pl.wikipedia.org/wiki/Nowiny_(dziennik_rzeszowski)), dostęp: 17.10.2014]³. Przywołane publikacje mają więc pewne wspólne elementy: są pismami o bogatej tradycji, wydawanymi codziennie, posiadającymi wykrystalizowany typ odbiorcy skupiony wokół konkretnych, poddanych selekcji wyspecjalizowanych treści. O bliskości pism stanowi także podejmowana w obu problematyka sportowa. Artykuły o takiej tematyce w e-wydaniach wspomnianych dzienników będą stanowić korpus materiałowy niniejszej pracy.

Teksty prasowe zgodnie z tradycją dziennikarską realizują się w postaci gatunków informacyjnych i publicystycznych [Bauer, Chudziński, red. 2004: 143–149]. Pierwszym z nich konstytutywnie przypisywano obiektywizm i bezstronność, a także programowo realizowaną wierność faktom, rzetelność przekazu i jego aktualność, jasność i precyzję wysłowienia. Pozwalało to na zawarcie z odbiorcą „paktu faktograficznego”, na mocy którego kształtował niezbędną dla siebie wiedzę o rzeczywistości [Wojtak 2004: 29–38]. Gatunki publicystyczne realizowały zsubiektywizowany przekaz o rzeczywistości, którego istotą jest „tendencyjne

³ Mając na uwadze ogólną wymowę przekazanych w tym fragmencie informacji, autorka tekstu wyjątkowo korzysta z nienaukowego źródła wiedzy.

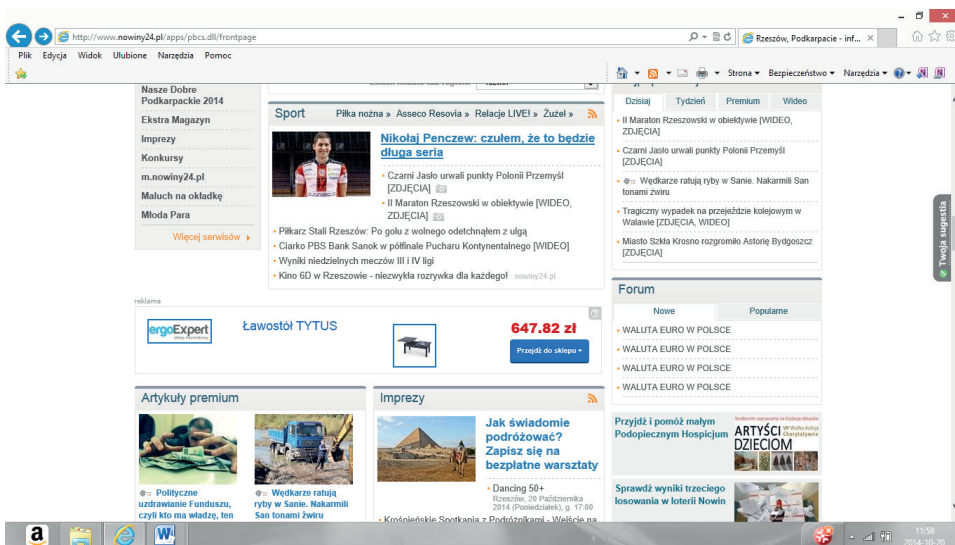
naświetlanie faktów z punktu widzenia określonej orientacji społeczno-politycznej, w celu pozyskania dla niej opinii publicznej” [Filipeczak 2010: 287]. Charakteryzująca współczesne media swoboda wyboru technologii skłania do weryfikacji tezy o homogeniczności gatunków. Przekazy informacyjne, jak podkreśla Paweł Nowak, „tylko balansują na granicy pomiędzy gatunkami informacyjnymi i gatunkami publicystycznymi, tworzą nowy rodzaj wypowiedzi, w którym nadawcy próbują połączyć przeciwstawne zjawiska i pojęcia: obiektywizację z subiektywizmem, aktualność z komentarzem i oceną, nieprzewidywalność treści z nieprzewidywalnością formy” [Nowak 2006: 253].

Kształt gatunkowy, a w zasadzie jego programowe rozmycie⁴, wymusza na odbiorcy przyjęcie aktywnej postawy i bycia równouprawnioną stroną w procesie komunikacji, której finalnym efektem jest przede wszystkim odebranie nadanego komunikatu, czemu towarzyszy zdobycie informacji. W analizowanej sytuacji komunikacyjnej warunkiem koniecznym jest otwarcie umieszczonej na wybranym portalu informacyjnym odpowiedniej prowadzącej do tekstu zakładki, którą tworzy tytuł tekstu, zdjęcie (tak w obu e-dziennikach) i umieszczony poniżej fotografii lead (tylko w e-wydaniu „Przeglądu Sportowego”), por.:



Il. 1, źródło: przegladSPORTOWY.pl

⁴ Pisząc o metamorfozie gatunków prasowych, Maria Wojtak uznaje, iż „strukturalny pojemnik większości gatunków pozostaje niemal nietknięty, można go jednak wypełnić nie tylko zróżnicowaną i sensacyjną treścią, jak w tabloidzie, lecz tak wykreować świat przedstawiony, by czytelnik zyskał określone kwantum informacji, czerpiąc z lektury satysfakcję poznawczą i przyjemność” [Wojtak 2009: 372].



II. 2, źródło: nowiny24.pl

Procesualne, dyskursywne pojęcie realizowanego w e-wymiarze aktu komunikacji wpływa na sposób ukształtowania komunikatu, w tym na obecność w nim elementów językowych i obrazowych. Lingwiści nie są zgodni, co do sposobu opisu takich komunikatów. Jedni przypisują status bycia tekstem jedynie elementom językowym w strukturze tekstowo-obrazowej, inni za tekst przyjmują pozostające w równowadze elementy języka i obrazu [Makowska 2013: 170–171], wskazując jednocześnie na trzy możliwe *wykladniki relacji obraz–słowo* w hipertekście. Dwa pierwsze, mianowicie układ: podporządkowany (ilustracyjny), komplementarny (zintegrowany) wprost nawiązują do przedstawionych stanowisk badawczych, trzeci obrazuje skrajną sytuację, w której kluczowy jest dominujący nad słowem obraz. Przekaz werbalny wówczas albo ma znaczenie marginalne, albo zostaje całkowicie pominięty [Bobyryk 2001: 62].

Analizy materiałowe zawarte w niniejszej pracy prowadzone będą zgodnie z perspektywą badawczą, w której tekst komunikatu będzie kształtowany przez elementy wyrażone w języku. Słowny przekaz, tworzący wyraźnie zarysowaną ramę dla werbalno-ikonicznego tekstu, jest wpisany w strukturę tekstowo-obrazową. Odbiór komunikatu jako całości musi więc uwzględniać wszelkie związki, w jakie wchodzi słowo z przekazem ikonicznym⁵. Przyjęty punkt widzenia komunikatu jako globalnej, wielopoziomowej całości przeciwstawia się poglądom Jerzego Bobyryka, który multimedialność wiąże z koncentracją uwagi

⁵ Podobnie w pracy, której celem badawczym było ujawnienie zależności między płaszczyzną tekstu i obrazu na przykładzie demotyatorów [Makowska 2013: 169–184].

na obrazie, czego czytelnym przykładem czyni badacz magazyny ilustrowane [Bobryk 2001: 63]. Nie znaczy to, że odbiorca nie skupia uwagi na obrazie – ten zapewne jest podstawą mentalnego odbioru, zwłaszcza w początkowej fazie (poziom wejścia do zakładki komunikatu), gdzie w trakcie zmysłowej percepcji dominuje nad słowem grą koloru, rozmiarem, zmiennością kształtów itp. i jako zróżnicowany, staje się rzeczywiście bardziej atrakcyjny. Z punktu widzenia przekazu kształtowanego przez nadawcę pełni w nim funkcje przede wszystkim marketingowo-perswazyjne, nie zaś opiniotwórcze. To rodzaj zajawki⁶ dla treści zorganizowanych w hipertekstowym przekazie. W tej fazie obcowania z komunikatem relacja obraz–słowo może pozornie cechować się dominacją ikony, która komplementarnie łączy się ze słowem. Trzeba jednak pamiętać, że to tylko składowa dla globalnej informacji od nadawcy, zorganizowana w schematyczny, czytelny sposób. Warstwę przekazu obrazowego buduje w analizowanych tekstach jedynie statyczny obraz, który w skonwencjonalizowanym architektonicznie kształcie przekazu wypełnia przestrzeń między tytułem a leadem z ulokowaniem centralnym równym szerokości szpalty, lub lewostronnym poprzedzającym szpaltę tekstu). Ilustrują to przykłady:



II. 3, źródło: przegladSPORTOWY.pl

⁶ O zapowiedzi/zajawce można m.in. przeczytać w publikacjach Marii Wojtak [Wojtak 2004: 101–119] czy autorki niniejszego tekstu [Kochmańska 2009: 433–438].

The screenshot shows a news article on the website nowiny24.pl. The main headline is "Po Developresie można się spodziewać wszystkiego". The article text discusses a tennis match between Gabriela Polanska and SkyRes Rzeszów. There are several advertisements on the page, including one for "Wybory samorządowe 2014" and another for "Bank Zachodni WBK". The page also features social media sharing options and a sidebar with related content.

II. 4, źródło: nowiny24.pl

Wszelkie inne elementy kodu obrazowego (przykładowo reklamy tak statyczne, jak i animowane oraz takie same w formie nawiązania intertekstualne czy odsyłacze do portali społecznościowych), których obecność w architektonicznej strukturze przekazu uzasadnia multimedialność przekazu, zostaną potraktowane jako szum informacyjny i w analizach pominięte.

II. Analizy materiałowe jako ilustracja przyjętych hipotez

Dyskursywny ujęcie prasy jako utrwalonego w kulturze sposobu komunikowania osadza go w sytuacji komunikacyjnej, której wyznaczenie umożliwiają elementy towarzyszące wypowiedziom: typ nadawcy, typ odbiorcy, typ kontaktu, tworzywo, okoliczności fizyczne [Laskowska 2010: 72–73]. W analizowanych przykładach instytucjonalny nadawca komunikatu w mediach bywa fakultatywnie reprezentowany przez pozostającego w nierównorzędnej roli z odbiorcą, wyrażonego na poziomie tekstu nadawcą rzeczywistego (wskazuje nań przede wszystkim nazwa osobowa, niekiedy uzupełniona fotografią). Tak pojmowany nadawca globalny ponosi pełną odpowiedzialność za przekaz kierowany za pomocą przekazywacza do wpisanego w komunikat zbiorowego odbiorcy-uczestnika mediów, którego w rzeczywistości reprezentuje czytelnik tekstów o tematyce sportowej. Na złożoność tworzywa zwrócono już uwagę w tekście, warto dodać, że w skali makro mamy do czynienia z wypowiedziami pisanyymi, w których hipertemat – sport rozpadła się na szereg skonkretyzowanych i często różnych semantycznie hipotematów cząstkowych.

W tekście publikacji pragnę zawrzeć odpowiedź, w jaki sposób kreowany jest obraz postaci-uczestnika medialnego przekazu. Ważnym aspektem badania będzie odkrycie mechanizmu, jaki wyznacza metodę przekazu o osobie (jako hipotemat tekstu), która wywołana jest jako podmiot przedmiotowej relacji o wycinku rzeczywistości. Składa się nań przekaz słowny – więc wszystkie elementy językowej prezentacji i obraz – ten stanowi ikoniczne uzupełnienie językowego komunikatu. Na podstawie obserwacji można stwierdzić, iż obie płaszczyzny osadzone są w kulturze, podlegają więc stereotypowemu przedstawieniu. Przejawy zjawiska można odnaleźć tak w języku (jak i co mówi się o postaci), jak i w obrazach (jakie zdjęcia postaci wybrano). Efektem ostatecznym jest przekaz, w którym dany odbiorcy obraz postaci/ bohatera tekstu nie jest obiektywny, lecz tendencyjny (podporządkowany ściśle hipertematowi tekstu oraz woli nadawcy). Odbiorca odczytuje komunikat subiektywnie, często jako prawdziwy. Obraz taki powstaje dzięki interferencji treści odkrywanych w przekazie werbalno-ikonicznym wyznaczonym przez tytuł, obraz i lead i zawartych w słowie właściwego tekstu komunikatu (artykuł).

Bibliografię podmiotową tworzą teksty e-prasy nienakierowane wprost na podmiot przekazu jako konkretnie wskazaną osobę, ale podmiot kultury. Dotyczy to w sposób suwerenny obu płaszczyzn przekazu. Ważny i kluczowy dla metodologii badania jest moment konfrontacji odbiorcy z przekazem, więc myśli i skojarzenia odbiorcy wywołane obrazem związanym z komunikatem. Ów moment wyznaczany jest przez pole ekranu nośnika i ściśle związany z architekturą ramy tekstu. Upraszczając, można przyjąć, że pierwotnymi elementami odbioru są: tytuł tekstu, zdjęcie oraz lead (niekiedy uzupełniony o fragment zasadniczej treści komunikatu, przykładowo:

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.przegladSPORTOWY.pl/siatkownka/plusliga/plusliga-sebastian-swidwski-o-zaks-ie-kedzierzyn-kozle,artyku,511218,1,908.html>. The page layout includes a top navigation bar with categories like 'Piłka nożna', 'Transfery', 'Siatkownka', 'Zurki', 'Wideo', and 'Taper FS'. Below this is a secondary navigation bar with 'Siatkownka', 'PlusLiga', 'Open Liga', 'Reprezentacja', 'MŚ siatkarzy 2014', 'Liga Światowa 2014', 'World Grand Prix 2014', 'Liga zagraniczne', 'Europejski', and 'Siatkownka plzeowa'. The main content area features a large article titled 'Trener ZAKS-y Sebastian Świdwski: Usunę się sam' with a sub-headline 'Tagi: PlusLiga, Sebastian Swidwski, ZAKSA Kedzierzyn-Kozle, siatkarze'. The article includes a photo of the coach and a short text snippet: 'Siatkarze ZAKS-y Kedzierzyn-Kozle przegrali trzy mecze z rzędu. Czy przełamia się w starciu z mistrzami Polski? Spokojnie na szczycie w Botchachowie w niedzielę o 14:45. Transmisja w Polakcie Sport.' To the right of the article is a sidebar with a sports calendar for '1. PUZ CRACOVIA' and social media links for Facebook, Twitter, and YouTube. At the bottom of the page, there is a 'PLAY' advertisement for 'ZAMÓW DARMOWY STARTER' and a 'Relacja na żywo' section for 'Piłka nożna - Liga Mistrzów'.

II. 5, źródło: przegladSPORTOWY.pl



Il. 6, źródło: nowiny24.pl

W tej właśnie przestrzeni czytelnik po raz pierwszy odkrywa relacje, jakie łączą obraz i słowo w przekazie. Percepcja tak zorganizowanego przekazu nie jest łatwa i wymaga swoistej sprawności od odbiorcy polegającej na zinterferowaniu treści odebranych jako nieliniaryny tekst obrazowy i linearnie uporządkowany przekaz werbalny. Przyjrzyjmy się kilku konkretnym realizacjom.



Il. 7, źródło: przegladSPORTOWY.PL

http://www.przegladsportowy.pl/igrzyska-olimpijskie/soczi-2014/justyna-kowalczyk-po-biegu-na-10-km-na-igrzyskach-w-soczi,artykul,421628,1,1047.html

Złota Justyna Kowalczyk: To jeszcze nie koniec!

Tagi: Akcesjonarzy Włoszy, Justyna Kowalczyk, Soczi 2014, 10kg biathlon, igrzyska olimpijskie Soczi 2014

Sukces osiągnięty na 10 kilometrach klasykiem uskrzydlił Justynę Kowalczyk. Mistrzynie olimpijska zapowiada, że mimo pięknej koiści to jeszcze nie koniec emocji z jej udziałem w tych igrzyskach.

KAMIL WOLNICKI: Gdybyśmy nosili czapki, po takim biegu trzeba było je przed panią zdejmować!

14.02.2014 13:28
Autor: KAMIL WOLNICKI

1. PZU GRACOWIA
Przebiegniesz z nami!

0 6 1 8 3 1 2 5
Dni Głosy Głosy Minuty Sekundy

Dołącz do nas

3 frekwencje
46 30,00 zł

2 frekwencje
34 30,00 zł

1 frekwencja
34 30,00 zł

3 frekwencje
34 30,00 zł

Il. 8, źródło: nowiny24.pl

http://www.przegladsportowy.pl/sporty-zimowe/narciarstwo-alpejskie/aksel-lund-svindal-kontugowany,artykul,511677,1,982.html

Aksel Lund Svindal może stracić cały sezon

Tagi: Aksel Lund Svindal, kontuzja, narciarstwo alpejskie

Dwukrotny triumfator klasyfikacji generalnej alpejskiego Pucharu Świata Aksel Lund Svindal może opuścić cały rozpoczynający się 29 października sezon.

19-10-2011 18:23
Autor: PAP

Norweg nabawił się poważnej kontuzji łożyska grając w piłkę nożną. Svindal doznał urazu w sobotę, osem dni przed pierwszym zawodem alpejskiego PS w australickim Sölden. Zebrał łożysko podczas towarzyskiego meczu w Innsbrucku. "To naprawdę bardzo poważna kontuzja w bardzo złym

PLAY na Karcie
NIELIMITOWANE ROZMOWY W PLAY

Relacje na żywo
Piłka nożna - Liga Holenderska
Orlen Wisła pokonała mistrzów Szwecji. Komplekt

Il. 9, źródło: przegladsportowy.pl



Il. 10, źródło: przegladsportowy.pl

Wspólnym elementem wszystkich zacytowanych przekazów jest wskazanie na postać. W przekazie językowym jest to człon tytułu tekstu realizowany jako pełna nazwa osobowa (il. 8 – Justyna Kowalczyk, il. 9 – Axel Lund Svindal), jej część (il. 7 – Schops⁷) bądź wyrażony peryfrazą ekwiwalent takiej nazwy (il. 10 – Bułgar z Resovii). W płaszczyźnie ikonicznej w każdym z przykładów pojawia się fotografia, na której widoczna jest wskazana w tytule osoba. Wywołanie postaci można zatem traktować jako jeden z wykładników spójności dla opisywanego typu tekstów. W cytowanych powyżej przykładach podporządkowany słowu **obraz pełni funkcję ilustracyjną** i **dany jest odbiorcy wprost**. Biorąc pod uwagę specyfikę sytuacji komunikacyjnej (nadawcę i odbiorcę, którzy mają wspólną wiedzę na temat interesujących dyscyplin sportu lub/i fakt, że media chętnie sięgają po zdjęcia osób powszechnie znanych – podmiotów kultury), zakłada się, że ikony nie występują w funkcji poznawczej, czego czytelnym potwierdzeniem jest brak koncentracji na szczegółach twarzy w płaszczyźnie obrazu⁸. Ich celem jest wywołanie u odbiorcy skojarzeń związanych z ogólną wiedzą na temat danej dyscypliny sportu. Obrazy konkretnych osób zaczynają więc funkcjonować jako ilustracja pewnych oczekiwanych i zarazem przewidywanych w danej kulturze cech, stając się znakami kultury. Te wykazują silną stereotypizację – podmiot związany z określoną dyscypliną sportu przedstawiany jest w kontekście kluczowych dlań atrybutów ulokowanych tak w osobie (budowa ciała, specyficzne pozy),

⁷ W zapisie nazwiska w miejscu użytej w tekście samogłoski o powinno być ö.

⁸ O funkcji w komunikacji medialnej pisała m.in. Katarzyna Kolman [Kolman 2012: 181–187].

jak i jej otoczeniu (sceneria, sprzęt sportowy właściwy dla uprawianej dyscypliny itp.). Wykorzystywanie w przekazach tych samych ilustracji może powodować kliszowatość w warstwie ikonicznej komunikatu, przykładowo:

The screenshot shows a web browser window displaying an article on the website 'przehladsportowy.pl'. The article title is 'Holmes przeciw kolegom: Będę tajną bronią Resovii'. The main image shows a male volleyball player in a red and black jersey, Russell Holmes, in action. The article text includes a quote from Karolina Korbecka: 'Nie tak dawno sławności o sile Jastrzębskiego Węglu. Teraz Russell Holmes zagra przeciwko swoim kumpłom.' The page also features social media sharing options, a 'Dołącz do nas' section with various icons, and a sidebar with a '1. PZU CRACOVIA' logo and a 'Z długim można się męczyć, ULTIMO' advertisement.

II. 11, źródło: przehladsportowy.pl

The screenshot shows a web browser window displaying an article on the website 'przehladsportowy.pl'. The article title is 'Holmes: Niko Penczew wygrał nam tie-breaka'. The main image is the same as in the previous screenshot, showing Russell Holmes in action. The article text includes a quote from Karolina Korbecka: 'Wicemistrzowie Polski Asseco Resovia po niezwykle emocjonującym meczu pokonali Jastrzębski Węgiel 3-2. Losy tego pojedynku rozstrzygnięty się w tie-breaku, który miał niecodzienny przebieg.' The page also features social media sharing options, a 'Dołącz do nas' section, and a sidebar with a '1. PZU CRACOVIA' logo and advertisements for 'Narty Wochy - Livigno' and 'Pałac Margot w Karpaczu'.

II. 12, źródło: przehladsportowy.pl

The screenshot shows a web browser window displaying an article on the website www.przegladsportowy.pl. The article title is "Dacewicz: naszej dobrej gry w tabeli nie widać". The author is Rafał Anioła. The article features a photograph of Damian Dacewicz celebrating with his teammates. The text discusses the team's performance in the PlusLiga league and mentions a recent match against Asseco Resovia. The browser's address bar shows the URL: <http://www.przegladsportowy.pl/damian-dacewicz-trener-banimesu-bedzin-o-pojedyнку-z-wicemistrzem-polski/artkuł,511041,1,12761.html>. The page includes social media sharing options and a sidebar with advertisements for real estate.

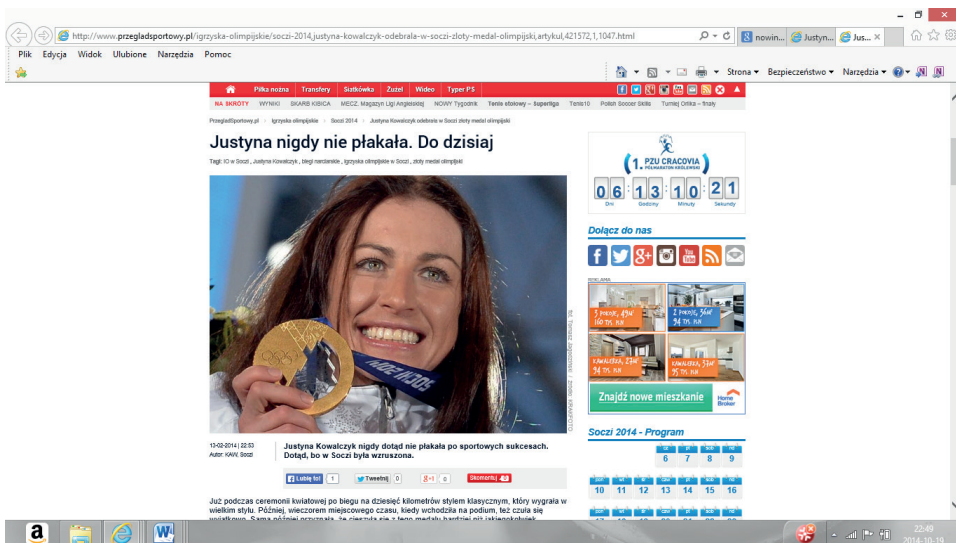
il. 13, źródło: [przegladsportowy.pl](http://www.przegladsportowy.pl)

The screenshot shows a web browser window displaying an article on the website www.wpzrewie.pl. The article title is "Najgroźniejsze koszulki w PlusLidze". The author is Rafał Anioła. The article features a photograph of Damian Dacewicz celebrating with his teammates. The text discusses the team's performance in the PlusLiga league and mentions a recent match against Asseco Resovia. The browser's address bar shows the URL: <http://www.wpzrewie.pl/banimes-bedzin-zamierza-w-sobote-zdobyc-pierwsze-punkty-w-pluslidze/artkuł,511130,1,12361.html>. The page includes social media sharing options and a sidebar with advertisements for real estate.

il. 14, źródło: [przegladsportowy.pl](http://www.przegladsportowy.pl)

Przyczyny powielania danego obrazu w różnych komunikatach medialnych (il. 11 i 12, il. 13 i 14) są złożone. Niekiedy można odnaleźć je wprost w treści przekazu (Russel Holmes to podmiot obrazu i tekstu – il. 11, 12). W innych sytuacjach wykorzystane do tekstu zdjęcia mają na celu przywołanie ilustracji cech ogólnych

(przykładowo obraz drużyny siatkarskiej Banimex Będzin – il. 13, 14) i ich wybór nie jest wprost motywowany tekstem artykułu. W każdym przypadku powtarzanie tych samych zdjęć w różnych publikacjach należy wiązać z czynnikiem ekonomicznym, któremu nadawca medialny podporządkowuje przekaz. Stereotypowość obrazu wybranej do tekstu ilustracji może w szczegółowych realizacjach być źródłem dysonansu poznawczego u świadomego odbiorcy. Przekaz ikoniczny pełni wtedy funkcję ilustrująco-aktywizującą. Dzieje się tak wówczas, gdy obraz nie dotyczy wybranego podmiotu wprost, ale wskazuje nań metonimicznie albo płaszczyzny sensów znakowa i werbalna są w jakimś aspekcie przeciwstawne. Pierwszą sytuację ilustruje zamieszczona powyżej il. 13, w której wywołanemu w tytule podmiotowi (Damian Dacewicz) odpowiada w wizualnym kodzie obraz zawodników siatkarskich (członkowie trenowanego przezeń zespołu). Dobrą ilustracją istoty przeciwstawności na poziomie kodu werbalnego i ikonicznego (ale nie na poziomie sensów) jest przykład tekstu z e-Nowin, w którym podmiotem jest Justyna Kowalczyk (il. 15). Tytuł umieszczony w inicjalnej części komunikatu i poprzedzający ilustrację uzupełniającą całość brzmi: *Justyna nigdy nie płakała. Do dzisiaj*, który można zinterpretować jako komunikat: ‘dzisiaj Justyna płacze’. Poniżej widnieje zdjęcie sportsmenki, na którym ze szczerym uśmiechem prezentuje zdobyty na Igrzyskach Olimpijskich w Soczi złoty medal w biegu na 10 km stylem klasycznym, co odebrane zostanie wprost: ‘Justyna Kowalczyk się śmieje/cieszy’.



Il. 15, źródło: nowiny24.pl

Czasami bywa tak, że konstruowany przez nadawcę medialnego komunikat zawiera treści nieaktualne w rzeczywistości, które mogą utrudniać odczytanie tekstu

The screenshot shows a news article on the website Przegląd Sportowy.pl. The main headline is "Dramat Grzegorza Boćki. Poważnie chory siatkarz dostaje wyrazy wsparcia [aktualizacja]". The article is dated 02-19-2014 at 07:19. The text states that volleyball player Grzegorz Boćka has announced he is withdrawing from the sport due to a serious illness, leukemia. It mentions that he is currently in chemotherapy and that his family is supporting him. The article also includes social media sharing options and a sidebar with various advertisements and sports-related content.

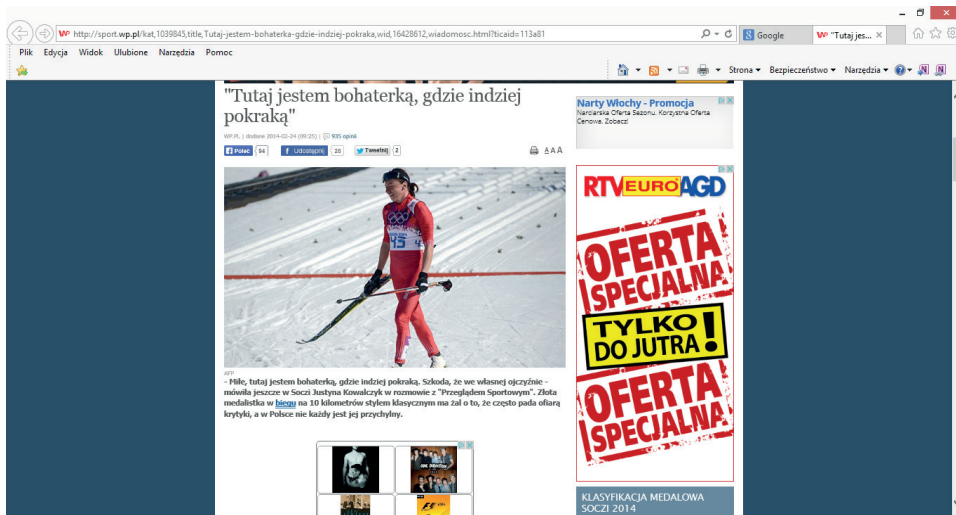
Il. 17, źródło: przehladsportowy.pl

The screenshot shows a news article on the website Przegląd Sportowy.pl. The main headline is "Trener panczenistek o problemach zdrowotnych kadry". The article is dated 02-19-2014 at 07:19. The text discusses the health concerns of the national women's handball team, mentioning that the coach is worried about the players' well-being and that they are being treated by doctors. The article also includes social media sharing options and a sidebar with various advertisements and sports-related content.

Il. 18, źródło: przehladsportowy.pl

Zdarza się często, że obrazy „podążają” za stereotypowymi, życzeniowo-wyobrażeniowymi oczekiwaniami odbiorcy. Relacja obrazu i słowa przenika się wówczas harmonijnie, a w odbiorze budowany jest spójny i jednorodny komunikat. Przykłady takiej strategii nadawczej także można odnaleźć w tekstach poświęconych tematyce sportu. Oto dwa z nich: pierwszy z e-stron „Przełądu Sportowego”, drugi to przykład zaczerpnięty wyjątkowo z portalu internetowego Wirtualna

Polska [http://sport.wp.pl/kat,1039845,title,Tutaj-jestem-bohaterka-gdzie-indziej-pokraka,wid,16428612,wiadomosc.html, dostęp 18.10.2014].



II. 19, źródło: wp.pl

Ilustracja 18 nawiązuje do tekstu pod tytułem *Trener panczenistek o problemach zdrowotnych kadry*, który ulokowany jest w prepozycji względem obrazu. Jego przekaz nad wyraz spójnie oddaje sens zawarty w słowach. Są i panczenistki w strojach narodowych, i mężczyzna odpowiadający wyobrażeniom trenera łyżwiarstwa, ale przede wszystkim obecne w przekazie słowo *problem* w ikonicznym kodzie zostaje odzwierciedlone stereotypowo utrwalonym gestem jednej z zawodniczek (sportsmenka trzyma się wymownie za głowę). Uzus potwierdza ten gest, bowiem w tradycji wychowawczej małe dzieci często uczą się, by takim kodem kinetycznym reagowały na prośbę *pokaż, ile masz problemów!* Podobnie jest w tekście, do którego nawiązuje ilustracja 19. Tym razem będący składnikiem tytułu wyraz *pokraka* trafnie określa postawę, jaką przyjęła bohaterka zdjęcia, Justyna Kowalczyk. Omówione przykłady świadczą o przemyślanej i starannie realizowanej strategii przekazu.

III. O wielopoziomowości relacji obraz–słowo

Wszystkie powyżej zanalizowane sytuacje ilustrują sposób, w jaki odbiorca mediów wstępnie wizualizuje wizerunek postaci ulokowanej w e-tekście. Profilowanie obrazu wycinka rzeczywistości przebiega bowiem na trzech poziomach. **Pierwszy**, omówiony powyżej, to **wynik interferencji kodu werbalnego i obrazowego odczytanych w pierwotnym kontakcie z relacją zawartą w e-tekście.**

Drugi – zasadniczy etap rekonstrukcji obrazu postaci – **to odkrywanie go poprzez obcowanie ze słowem komunikatu**. Wydaje się, że dla proponowanych w bibliografii podmiotu tekstów tradycyjna metoda rekonstrukcji obrazu świata dzięki analizie jakościowo-ilościowej danych językowych będzie najlepszym wyborem metodologicznym. Warto w tym miejscu przypomnieć, że owa tradycyjna metoda doczekała się modyfikacji dzięki koncepcjom wypracowanym w lingwistyce i analizie dyskursu [Piekot 2007: 69–85]. Istotą nowego podejścia jest to, że „odtworzenie medialnego obrazu świata może polegać na ilościowej analizie globalnych tematów przekazów tworzących korpus. To podstawowe założenie pozwala znacznie uprościć procedurę rekonstrukcji OŚ (nie trzeba analizować całych tekstów), a przy tym wyklucza działania spekulatywno-interpretacyjne” [Piekot 2007: 69].

Niestety, dla badania wycinka rzeczywistości zastosowanie tej sprawnej i precyzyjnej procedury nie jest możliwe. Trudno w ograniczonym czasie i wymogami redakcyjnymi tekście zawrzeć rzetelną ilustrację przykładową tego etapu odkrywania obrazu każdego z bohaterów w cytowanych tekstach korpusu materiału. Dlatego, stosując pewnego rodzaju uproszczenie i uogólnienie, odwołam się do własnych badań, których pokłosiem jest praca „*Dopóki walczysz – jesteś zwycięzcą*” – obraz medialny Justyny Kowalczyk⁹ (publikacja w druku). Podstawą do wnioskania były językowe analizy treści niemal 100 publikacji prasowych poświęconych Justynie Kowalczyk, dzięki którym ujawniony został mechanizm obrazowania postaci, które dało się ująć w obrębie kilku profili. Były to: *gwiazda, człowiek, Polka, władca, wojownik, heros*. Globalizując wnioski i sens przeprowadzonego badania, ten etap jest rozstrzygający dla rekonstrukcji obrazów postaci w przekazie e-mediów. Celowo użyto formy liczby mnogiej, bo trudno mówić o jednym globalnym obrazie. Każdy z uczestników komunikatu medialnego reprezentujący postawę aktywnego odbiorcy wytwarza w umyśle własny wizerunek osoby, którą zawiera przekaz. Tak powstałe kreacje postaci od pierwszej poprzez każdą następną odtworzoną u kolejnych osób pozostających w relacji z hipertekstem nie są rozłączne. O elementach stycznych w nich stanowi kulturowy stereotyp, znakowość kodu ikonycznego i języka (elementy konwencji) oraz fakt, że **w trzecim, ostatnim etapie kształtowania kreacji postaci odbiorca, interferując dostępne w fazie pierwszej** (wywołanie postaci w e-przekazie) **i drugiej** (właściwe elementy wiedzy o postaci) informację, **kształtuje ostateczny, globalny i złożony wizerunek osoby** wywołanej w komunikacie medialnym.

Bibliografia

- Bauer Z., 2004, *Gatunki dziennikarskie* [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków, s. 143–149.
Bobyryk J., 2001, *Spadkobiercy Teuta. Ludzie i media*, Warszawa.

⁹ Do prowadzonych badań wykorzystano jedynie słowne komunikaty nadawcy medialnego.

- Chmielewski A., 2001, *Media – etyka – polityka. Przyczynek do politycznej archeologii mediów*, [w:] *Nowe media. Nowe w mediach*, red. I. Borkowski, A. Woźny, Wrocław, s. 25–33.
- Filipczak A., 2010, *O informacji i perswazji w dyskursie prasowym* [w:] *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry. I monografia z cyklu Sytuacje – komunikacja – konteksty*, red. G. Sawicka, Bydgoszcz, s. 287–295.
- Fleischer M., 1994, *Problemy i hipotezy systemowej teorii kultury. Podstawy empirycznych badań tekstów i kultury*, Wrocław.
- Kochmańska W., 2009, *Wykładniki modalności epistemicznej w zapowiedziach programów telewizyjnych (Program Pierwszy Telewizji Polskiej)* [w:] *Współczesne media. Status. Aksjologia. Funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 433–438.
- Kolman K., 2012, *Sacrum telewizyjnej twarzy* [w:] *Współczesne media. Kryzys w mediach*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 181–187.
- Laskowska E., 2010, *Niektóre składniki sytuacji komunikacyjnej* [w:] *Sytuacja komunikacyjna i jej parametry. I monografia z cyklu Sytuacje – komunikacja – konteksty*, red. G. Sawicka, Bydgoszcz, s. 70–76.
- Makowska M., 2013, *Jakim językiem mówią tekst i obraz? O relacji tekst–obraz na przykładzie demotyatorów*, „Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs”, nr 6, s. 169–184.
- Nocoń J., 2006, *Wpływ nowych mediów na architekturę tekstu dydaktycznego* [w:] *Teksty kultury 2. Oblicza komunikacji XXI wieku*, red. J. Mazur, M. Rzeszutko-Iwan, Lublin, s. 279–299.
- Nowak P., 2006, *Informowanie w przestrzeni komunikacji medialnej* [w:] *Nowe zjawiska w języku, teście i komunikacji*, red. A. Naruszewicz-Duchlińska, M. Rutkowski, Olsztyn, s. 250–257.
- Piątkowska-Stepaniak W., 2010, *Prasa kruszy demokrację. Dokąd wiodą nas media* [w:] *Współczesne media. Wolne media?*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 7–19.
- Piekot T., 2007, *Obraz świata w polskich wiadomościach dziennikarskich – propozycja metody rekonstrukcji* [w:] *Kreowanie światów w języku mediów*, red. P. Nowak, R. Tokarski, Lublin, s. 69–85.
- Sartori G., 2007, *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*, Wrocław.
- Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin.
- Wojtak M., 2009, *Metamorfozy gatunków prasowych* [w:] *Współczesne media. Status. Aksjologia. Funkcjonowanie*, t. 1, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 362–372.

THE WORD-IMAGE RELATIONSHIP IN CHARACTER CREATING IN THE MEDIA DISCOURSE (SKETCH BASED ON THE ARTICLES MATERIAL FROM THE SPORT THEME IN THE E-PRESS)

Summary

The relation of image and words as a mechanism for creating an image of a person who is the subject of this object relation set in sport broadcasts available in editions of e-press was shown in this paper. It was pointed out that the text profiling of the subject image is a complex mental process that uses both elements of iconic vetting and hidden in the words of knowledge about this vetting.