

Zofia Władyka-Łuczak, Karolina Dobrosz***

Kompozycja oparta na bliskości przestrzennej i podobieństwie jako narzędzie perswazji wizualnej

Podstawowe pytania i założenia badawcze

Prezentowany rozdział to próba przedstawienia mechanizmów perswazji stosowanych w komunikacji reklamowej wyłącznie przy pomocy środków wizualnych: tj. punktów i linii, których rozmieszczenie na płaszczyźnie w określony zasadami kompozycji sposób podporządkowane jest nadrzędnemu celowi przekazu: uczynieniu widzialnym figury produktu i figury użytkownika produktu. W toku jakościowych analiz wizualnych reklamy perfum *One Million* – Paco Rabanne wykazano, iż kompozycja pojedynczych kadrów filmowych rządzi się dwiema zasadami: grupowania według bliskości i grupowania według podobieństwa, dzięki zastosowaniu których zarządzanie procesami widzenia odbiorcy koncentruje się wokół dwóch głównych bohaterów spotu: flakonu perfum i ich użytkownika. Za podstawową jednostkę analityczną przyjęto pojedynczy kadr filmowy, zakładając, że nieruchomy, dwuwymiarowy obraz w największym stopniu umożliwia realizację (i obrazowanie) reguł kompozycyjnych (przez nas rozumianych w kategorii mechanizmów perswazyjnego oddziaływania), odpowiedzialnych za kreowanie nowych rzeczywistości poprzez wizualność: dynamiki funkcjonalnego rozmieszczenia punktów i linii na płaszczyźnie. Za punkt wyjścia przyjęto koncepcję rosyjskiego konstruktysty Wasyla Kandyńskiego, zgodnie z którą analizę kompozycji przekazu wizualnego należy rozpatrywać w odniesieniu do dwóch aspektów przekazu: 1) odizolowania umieszczonych w przestrzeni obrazu figur i kształtów oraz 2) wskazania ich wzajemnego oddziaływania na

321

* <https://orcid.org/0000-0001-9644-4682>, Uniwersytet Łódzki.

** <https://orcid.org/0000-0002-9911-0650>, Uniwersytet Łódzki.

siebie. W interpretowaniu funkcji zobrazowanych figur odniesiono się do założeń tzw. psychologii postaci (*Gestalt*) i kluczowych dla niej pojęć: figury oraz tła. W myśl założeń teorii *Gestalt* spostrzeżenia, tj. obrazy całości (kompozycja), są wtórnym rezultatem procesów percepcji powstającym w wyniku sumowania wrażeń (zmysłowych odpowiedzi na pojawiający się na płaszczyźnie punkt i przyłożoną do niego siłę, tj. linię). To, jak rozłożone są na płaszczyźnie wizualnie silne percepcyjnie punkty i linie, decyduje o podziale obrazu na figurę (to, co dominuje, jest postrzegane przede wszystkim) i tło (to, co jest podporządkowane dominującym elementom obrazu). Podział pola percepcyjnego na figurę i tło dokonuje się z zachowaniem następujących zasad: figura posiada kształt, zaś tło rozprzestrzenia się poza figurą w sposób ciągły; figura jest wysunięta ku przodowi i ma charakter rzeczy, podczas gdy tło to często nieukształtowany materiał; figura jest lepiej zapamiętywana i nadaje sens całości obrazu.

W jaki sposób obrazowane są relacje figury do tła w analizowanym materiale? Jak budowane są figury? Jak komunikowane jest, co jest figurą, a co tłem i jak powyższe przekłada się na realizację nadrzędnej, perswazyjnej funkcji analizowanego komunikatu?

Ewolucyjne znaczenie widzenia jako procesu opierającego się na regułach

Człowiek zawsze funkcjonuje w otoczeniu, porusza się i działa w środowisku. Podstawowa jest zatem, z perspektywy ograniczeń ludzkiej działalności, umiejętność oddzielenia rzeczy czy zjawisk istotnych od tych nieistotnych w danej sytuacji, w danej jednostce czasu. Widzenie opiera się więc w znacznej mierze na rozpoznaniu i ocenie tego, co jest wokół rozpoznającego. Wartościowanie staje się niezbędnym elementem interpretowania zmysłowych doznań. Wartościowanie może być rozumiane jako umieszczanie elementów po dwóch stronach: bodźców istotnych (sygnałów) i nieistotnych (szumu informacyjnego). Sygnały grupowane są w znaczące figury, ważne dla właściwej oceny środowiska, oraz te mniej ważne, funkcją zbliżone do bezznaczeniowego tła. Podział ten nie jest jednak z góry nadany czy raz na zawsze ustalony. Ten sam obiekt raz jest figurą znaczącą, a innym razem wtapia się w tło. Samochód jadący po chodniku budzi niepokój, jest wyraźnie zarysowaną pierwszoplanową figurą. Jadący w szeregu, po wyznaczonym torze, stanowi element innej figury – tła miasta. Odpoczywamy w domu, w miejscu dobrze rozeznaczonym, w miejscu, w którym figury od dawna

są określone. Męczymy się w środowisku obcym, w którym bezustannie taksujemy środowisko, tworząc nieznane nam wcześniej układy figur znaczeniowych. Większość z nas lubi porządek, ceni pionowy i poziomy układ rzeczy, np. na biurku lub w szafie. Wkradające się w te miejsca skosy i wypukłości nazywamy bałaganem. Proces wyodrębniania figury z tła nigdy nie jest przypadkowy; spośród otaczających prowokatorów – bodźców wywołujących wrażenia pierwszeństwo mają te, które dają się pogrupować według reguł eksploracji danych sensorycznych. Metoda ich uporządkowania wyznacza typ ukształtowanej znaczącej figury. To, co *Gestalt* nazywa figurą, w pracach Stanisława Ignacego Witkiewicza określane jest mianem formy sylwetowej.

Każda część pola widzenia ma swoją formę sylwetową, która stanowi granicę oddzielającą ją od innych form, więcej ciemnych lub jasnych, albo inaczej niż ona zabarwionych. Forma ta może być mniej lub więcej wyraźna, prosta lub zawiła (Witkiewicz 1974: 164).

Podstawowa funkcja jest w obu przypadkach taka sama: ujednoznaczenie przekazu poprzez zgrupowanie obiektów w znaczącą masę, która to masa odbierana jest jako wizualna jedność połączonych ze sobą z jakiegoś powodu obiektów. Z punktu widzenia teorii wizualności sztuki, osiągnięcia psychologii *Gestalt*, opisywane jako reguła bliskości przestrzennej (elementy sąsiadujące w polu widzenia postrzegane są łącznie, jako jedna figura) i reguła grupowania ze względu na podobieństwo (obiekty podobne pod względem wielkości, kształtu czy barwy postrzegane są łącznie jako jedna figura), są podstawowymi zasadami zarządzania procesami odbioru obrazu poprzez układy kompozycyjne. Co więcej, w zamyśle autorki niniejszego tekstu układy kompozycyjne tak zbudowane, na podstawie reguły podobieństwa i bliskości, są układami funkcjonalnymi, tj. pełnią określoną, podporządkowaną komunikacji funkcję (w analizowanym materiale – funkcję perswazyjną).

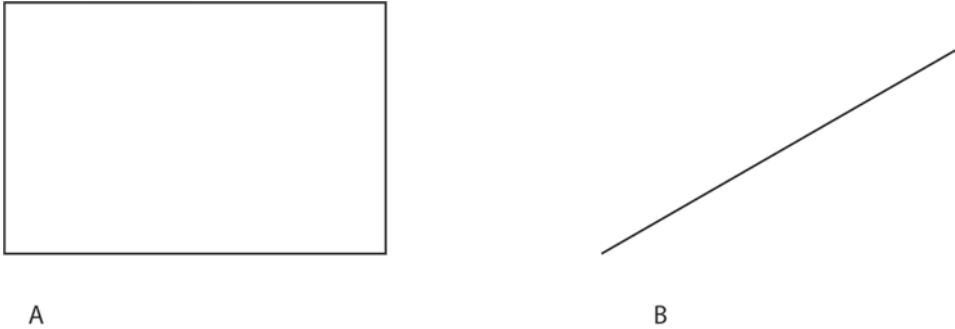
323

Kompozycja obrazu oparta na regule bliskości przestrzennej a procesy widzenia

Definicja kompozycji dzieła sztuki według Wasyła Kandyńskiego brzmi:

Kompozycja jest wewnątrznie celowym podporządkowaniem poszczególnych elementów oraz budowy (konstrukcji) konkretnym celom malarskim (Kandyński 1986: 4).

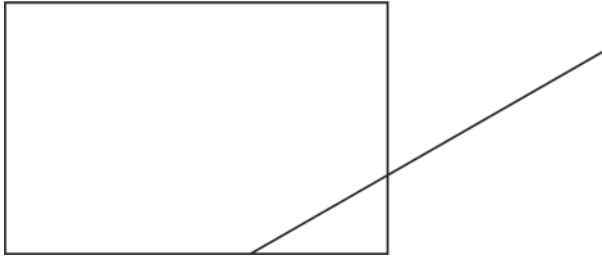
Z podanej definicji wynika, że podstawowym warunkiem kreacji kompozycji komunikatu wizualnego jest dopełnienie reguły *bliskości przestrzennej*. Przedstawione na ryc. 1 elementy (A – prostokąt, B – ukośna kreska) w żaden sposób nie są ze sobą powiązane.



Ryc. 1. Reguła bliskości przestrzennej. Przykład elementów oddalonych od siebie

Źródło: opracowanie własne

Obiekty zbyt oddalone od siebie – są odrębnymi elementami ułożonymi na płaszczyźnie kartki. Nie spełniają kryterium warunku *bliskości przestrzennej*.



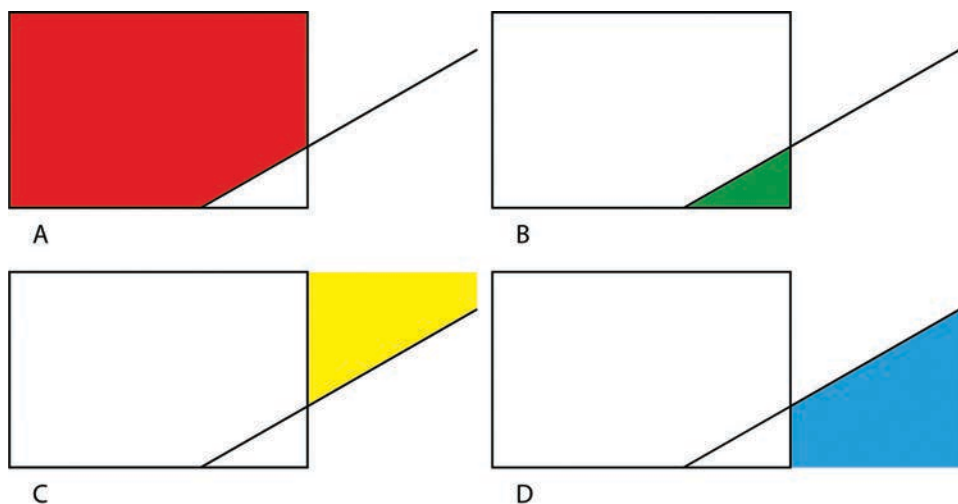
Ryc. 2. Reguła bliskości przestrzennej. Przykład połączonych elementów

Źródło: opracowanie własne

Te same obiekty, nałożone na siebie, całkowicie zmieniają występujące pomiędzy nimi relacje przestrzenne. Wizualnie łączą się ze sobą nawzajem oraz z przestrzenią je otaczającą. Z jednej strony tracą na samodzielności, z drugiej – tworzą nowe układy płaszczyzn.

Dwie spośród nich: płaszczyzna oznaczona kolorem czerwonym (3A) oraz oznaczona kolorem zielonym (3B) dzielą pierwotny prostokąt (1A)

na dwie części: na wielokąt oraz trójkąt. Pomimo tak wyraźnej ingerencji linii w płaszczyznę prostokąta, nie stracił on na swej spójności. Reguła *bliskości przestrzennej* w dalszym ciągu spełnia swoje zadanie: wiąże obydwie obiekty w integralną całość. Kolejne dwie: oznaczona kolorem żółtym (C) oraz niebieskim (D) tworzą płaszczyzny wychodzące poza pierwotny prostokąt (1A).

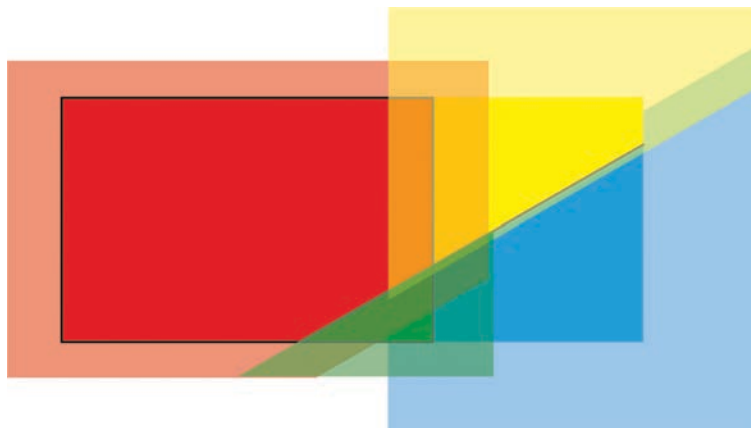


Ryc. 3. Reguła bliskości przestrzennej. Wyodrębnienie płaszczyzn

Źródło: opracowanie własne

Dochodzi do zjawiska koherencji (łączenia się w jedną figurę wielu) widzianych figur. W tym miejscu warto zaznaczyć, że dwie spośród figur (C, D) nie są zamknięte, nie są obrysowane linią konturu. Jednoznaczność odczytu kształtu opisywanych figur łączy się z kolejną regułą – regułą grupowania obiektów według podobieństwa, o której będzie mowa za chwilę. W chwili obecnej istotne jest zjawisko łączenia poszczególnych obiektów w jednolitą *formę sylwetową*. W ostateczności mamy tu do czynienia z następującymi figurami w pisanych w prostokąt: trzema wielokątami (A, C, D) oraz trójkątem (B).

Na ryc. 4 umieszczono przykładową grafikę symulującą obszar wzajemnego oddziaływania na siebie płaszczyzn, na które przedstawione elementy podzieliły nakładające się na siebie obiekty oraz ich części.



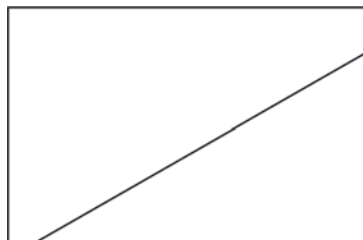
Ryc. 4. Symulacja obszarów wzajemnego oddziaływania na siebie płaszczyzn

Źródło: opracowanie własne

Zdaniem zwolenników teorii analiz formalnych przekazu wizualnego każda figura, każdy zestaw połączonych figur tworzących *formę sylwetową* posiada pierwotny i wtórny układ *sił i napięć* decydujących o ostatecznym układzie tychże. Kandyński twierdzi, iż każdy element obrazu, w tym płaszczyzna (przestrzeń), na której został osadzony, podlega prawom fizyki. W opracowaniu pt. *Punkt i linia a płaszczyzna* przedstawił metodologię badania struktury formalnej zawartych w dziele sztuki podstawowych składowych obrazu, punktu i linii. Istota materialności elementów tkwi właśnie w potencjale wytwarzania dynamiki *sił i napięć* oraz budowania relacji pomiędzy nimi. Każdy element z osobna posiada swą własną pierwotną energię, która po połączeniu z inną pierwotną energią innego elementu tworzy sumę *sił i napięć*, którą z kolei należy określić jako wtórną. Wtórny układ *sił i napięć* może działać w dwóch kierunkach: na zewnątrz i wewnątrz siebie.

W przypadku omawianej reguły grupowania elementów według bliskości konieczne jest spełnienie warunków nierozzerwalności i pełnej współzależności *sił* wtórnych w zachodzącym akcie ich działania. Przedstawione na ryc. 4 kolorystyczne schematy przestrzeni pierwotnych *sił* poszczególnych elementów wskazują na obszar ich działania. Za pomocą nasyconych barw przedstawiono kształt elementu wyjściowego, natomiast za pomocą barw rozjaśnionych – obszar powiększającej się przestrzeni ich oddziaływania. Barwami mieszanymi wskazano przestrzeń działań wtórnych – wspólnych dla przestrzeni pierwotnych poszczególnych elementów. Jak zostało to pokazane na ryc. 2, powiększenie przestrzeni oddziaływania jednego z elementów powoduje powiększenie powierzchni kolejnych elementów i konsekwentnie ich wspólnych powierzchni

wtórnych. Multiplikacja schematów nie wprowadza zmian kierunków przebiegu i układu sił, a jedynie zmniejsza ich natężenie i moc. Im elementy znajdują się dalej od centrum grafiki, tym są słabsze, wykorzystując energię aż do wyczerpania. Jednokierunkowość uderzeń sił utrzymuje zestawiony układ obiektów w grupie *reguł bliskości*, pomimo otwartego charakteru kompozycji. Wykazana prawidłowość to dowód na to, że omawiana reguła – reguła *bliskości przestrzennej* – jest nadrzędna. Występuje zarówno w przypadku kompozycji dośrodkowej, w której siły kierowane są do wewnątrz, jak i w przypadku kompozycji odśrodkowej, w której siły kierowane są na zewnątrz układu obiektów. Analizowana kompozycja jest typu odśrodkowego. Pełna reguła *bliskości przestrzennej* osiągnięta zostaje po kolejnym przesunięciu linii w lewą stronę w taki sposób, by jej długość pokrywała się z powierzchnią prostokąta.



Ryc. 5. Przykład reguły bliskości przestrzennej

Źródło: opracowanie własne

327

Kompozycja obrazu oparta na regule podobieństwa a procesy widzenia

Najprostszym przykładem grupowania obiektów według *podobieństwa* jest podany na ryc. 6 zestaw jednakowych trzech kwadratów.



Ryc. 6. Reguła podobieństwa. Przykład elementów spełniających warunki podobieństwa na podstawie: kształtu, skali, optyki oddalenia oraz barwy

Źródło: opracowanie własne

Zestawione ze sobą obiekty spełniają wszystkie warunki wymagane w regule *podobieństwa*. Są one jednakowej wielkości, jednakowego kształtu oraz tej samej barwy o stałym pigmentcie i walorze. Taka sama jest również odległość pomiędzy nimi.

Wykluczenie jednego czynnika z reguły *podobieństwa* często wyklucza kolejne reguły. Przykładowo, na ryc. 7 w miejsce kwadratu wstawiono wielokąt (kwadrat o ściętym prawym górnym rogu, prostą linią aż do prawego dolnego rogu).



Ryc. 7. Reguła podobieństwa. Przykład elementu wykluczonego z reguły podobieństwa na podstawie: kształtu oraz optyki oddalenia

Źródło: opracowanie własne

Ingerencja w kształt środkowego kwadratu zniwelowała przestrzenną równowagę pomiędzy obiektami. Zjawisko to dobrze widoczne jest na kolejnej ryc. 8, na której kolorem jasnoszarym pokazano wielkość i kształt przerw pomiędzy obiektami.



Ryc. 8. Reguła podobieństwa. Wyodrębnienie powierzchni pomiędzy elementami (optyki oddalenia)

Źródło: opracowanie własne

W literaturze przedmiotu kompozycji wizualnej¹ zjawisko to określa się jako naruszenie ciężaru optycznego światła pomiędzy obiektami. Przywrócenie równowagi polega na optycznym wyrównaniu światła pomiędzy nimi. W omawianym przykładzie dla osiągnięcia wspomnianego celu przybliżono ostatni, prawy obiekt do środkowego (ryc. 9).

¹ Zjawisko to wyjaśnia Jost Hochuli w książce pt. *Detal w typografii* (Hochuli 2009).



Ryc. 9. Reguła podobieństwa. Wyrównanie optycznego ciężaru powierzchni pomiędzy obiektami (wyrównanie optyki oddalenia)

Źródło: opracowanie własne

Uzyskano w ten sposób równowagę pomiędzy przestrzenią występującą pomiędzy kolejnymi obiektami o zróżnicowanym kształcie. Przywrócono regułę grupowania podobieństwa *bliskości przestrzennej*. Dla wizualnego zobrazowania opisanego zjawiska przygotowano ryc. 10.



Ryc. 10. Reguła podobieństwa. Wyodrębnienie powierzchni pomiędzy elementami (optyki oddalenia)

Źródło: opracowanie własne

Naruszenie reguły *podobieństwa wielkości* dla obiektów wprowadza bardzo dużo zmian w odniesieniu do relacji przestrzennych pomiędzy obiektami. Jak zostało już zasygnalizowane, w komunikatach wizualnych istotny jest kształt nie tylko narysowanych obiektów, ale i kształt rysującej się pomiędzy nimi przestrzeni. Na potrzeby niniejszego opracowania wprowadzone zostaną dwa pojęcia: *masy rysującej* oraz *masy światła*. *Masa rysująca* wyznacza kształt figury, dla której sformułowano materialne właściwości (np. obrys czy kolorystyczne wypełnienie). *Masa światła* to przestrzeń pomiędzy obiektami (*masą rysującą*). W komunikatach wizualnych pełni ona często rolę tła. Warto zwrócić uwagę na to, że posiada ona takie same właściwości, jak *masa rysująca* i podlega tym samym, co ona regułom. Należy tu wyjaśnić kolejne, znane twórcom komunikatów wizualnych zjawisko nanoszenia tzw. miejsc (*punktów*) *sposprzeżeniowych*, wyznaczających kolejność postrzeganych elementów².

² Zagadnienie to zostało szczegółowo omówione w publikacji pt. *Język komunikatów wizualnych w praktyce* w rozdziale *Strategia punktu* (Dobrosz, Władyka-Łuczak 2022: 68–73).

Miejsca te odwołują się do wyobraźni widza. Pomimo że nie są realnie narysowane, w komunikatach wizualnych tworzą kolejną warstwę figur. Figury te podlegają tym samym prawom, co figury posiadające swą *masę rysującą*. Z tej perspektywy tło rozumiane jest znacznie szerzej niż w teorii *Gestalt*: nie służy jedynie wyodrębnieniu figury, ale jest przestrzenią, w której rozgrywa się równoległa gra równoważnych figur. Powyższe tłumaczy zdolność ludzkiego umysłu, by domknąć niedookreślone, tzw. niedorysowane obiekty. To zaś leży u podstaw kontekstowości procesu spostrzegania: to, co jest widziane następczo, warunkowane jest widzeniem tego, co było uprzednio³. O obiektach niedorysowanych mowa była w przykładach na ryc. 2–4.

Nie wszystkie elementy wchodzące w skład przekazu wizualnego, w tym i punkty, uruchamiają proces uświadomionego widzenia. Znakomita część biologicznego zapisu trafia na grunt interpretatora podświadomego, interpretatora, który, ulegając woli artysty, posłusznie śledzi wzrokiem po obrazie, zgodnie z narzuconym kierunkiem postrzegania. Najczęściej rolę przewodnika na tej strukturalnej mapie pełni punkt spostrzeżeniowy. Punkty spostrzeżeniowe to miejsca, w które kierujemy w pierwszej kolejności wzrok. To miejsca, które w jakiś szczególny sposób zostały przez artystę wyróżnione, wyodrębnione akcentami wizualnymi (Dobrosz, Władysław-Luczak 2022: 69).

330

W podanym na ryc. 11 przykładzie znacznie zmniejszono wielkość środkowego elementu. Na pierwszy rzut oka zachowana została reguła *podobieństwa kształtu*. Spostrzeżenie nie jest jednak słuszne. Wraz ze zmianą wielkości obiektu doszło do rysowania do kompozycji nowych kształtów *mas światła*. Uaktywnione zostają mechanizmy wpływu kontekstu na spostrzeganie. Przy tak wyraźnym pomniejszeniu środkowego obiektu do głosu dochodzą samotworzące/samorysujące się figury tła.

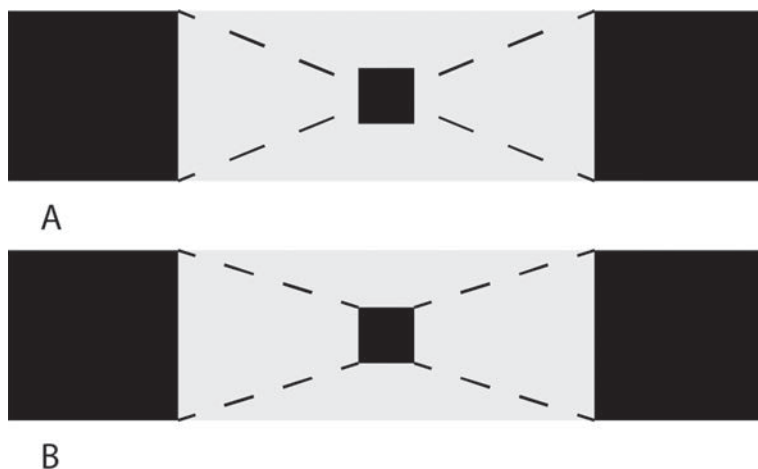


Ryc. 11. Reguła podobieństwa. Przykład elementu wykluczonego z reguły podobieństwa na podstawie odmiennej skali obiektów

Źródło: opracowanie własne

³ O kontekstowości spostrzegania można przeczytać w książce A. Mączyńskiej-Frydryszek (1991: 62).

Zmiany fizjologiczne zachodzące w zależności od układu mas światła do mas rysujących ukazuje ryc. 12. Ponieważ istotą widzenia jest sakkadowość widzenia, a więc jego skokowość (nielinearność) od punktu fiksacji do punktu fiksacji, widziane jest nie tylko to, stanowi masy rysujące, lecz także to, co pozostaje w masie światła. Choć fizycznie nie istnieje, jest dostrzegane, dorysowywane w wyobraźni.



Ryc. 12. Reguła podobieństwa. Podział płaszczyzn pomiędzy obiektami

Źródło: opracowanie własne

W omawianym przykładzie, tak jak to jest pokazane w przykładach A i B na ryc. 12, ruchy sakkadowe oczu wymuszają podział tła na cztery podstawowe części. W zależności od tego, czy wzrok zakreśli linie łączące wierzchołki skrajnych kwadratów (A), czy też wierzchołki wszystkich kwadratów (B), tworzone są nowe figury, dla których można przypisać reguły *podobieństwa*. W tym przypadku są to figury trójkątne. W sztukach plastycznych zjawisko to wykorzystywane jest w technice obrazowania przestrzeni perspektywy, tzw. perspektywy zbieżnej. Wymieniony typ perspektywy jest ilustracyjnym przykładem zachowania reguł *podobieństwa kształtu mas rysujących oraz mas światła*.

Zachwianie reguły podobieństwa wielkości następuje również w wyniku powiększenia wybranego obiektu. Na ryc. 13 podano przykład zmiany proporcji środkowego obiektu – kwadratu.



Ryc. 13. Reguła podobieństwa. Przykład elementu wykluczonego z reguły podobieństwa na podstawie odmiennej skali obiektów

Źródło: opracowanie własne

Jak jest to wyraźnie zauważalne, zmianie uległ nie tylko stosunek wielkości mas rysujących względem siebie, ale i mas światła. Kolejny przykład na ryc. 14, najbardziej skrajny spośród zaprezentowanych, zmienia wszystkie relacje. Likwidacja mas światła wprowadza nową wartość wizualną – dochodzi do połączenia wszystkich trzech wcześniej odrębnych obiektów. Zachwiane zostają wszystkie opisywane reguły: *bliskości przestrzennej* oraz *podobieństwa kształtu i wielkości*.



Ryc. 14. Reguła podobieństwa. Przykład elementu wykluczonego z reguły podobieństwa na podstawie odmiennej skali obiektów. Połączenie obiektów

Źródło: opracowanie własne

Podane reguły opracowane w ramach psychologii *Gestalt*, są od siebie ściśle zależne. Redukcja właściwości jednej z nich bardzo często wpływa na zmianę właściwości drugiej.

Reguła grupowania na podstawie podobieństwa koloru jest bardzo dobrze rozeznana w sztukach plastycznych. Omówienie złożoności zagadnień związanych z tą problematyką znacznie przewyższa cel niniejszego opracowania. W tym miejscu słowami mistrza, wybitnego znawcy koloru, przedstawiciela szkoły Bauhausu – Johanna Ittena, wykazany zostanie związek pomiędzy barwą a kształtem i wielkością obiektu.

Barwa może otrzymać wartość dopiero dzięki swojemu stosunkowi do barwy achromatycznej, jak czerń, biel, szarość, lub dzięki stosunkowi do innej lub kilku innych barw chromatycznych. Postrzeganie danej barwy jest – w przeciwieństwie do jej fizyczno-chemicznej rzeczywistości – jej rzeczywistością psychofizyczną (Itten 2020: 19).

W zaprezentowanym na ryc. 14 przykładzie wykorzystano jedynie dwie barwy achromatyczne – czerń dla *masy rysującej* i biel dla *masy światła*. Jest to powód, dla którego kształty pierwotnie trzech elementów zełączone zostały w odbierany w psychofizycznej rzeczywistości jeden element.

Ową psychofizyczną rzeczywistość barwy nazywam oddziaływaniem barwy. Rzeczywistość barwy i oddziaływanie barwy są identyczne w sytuacji harmonijnych współbrzmień tonów. We wszystkich innych przypadkach rzeczywistość barwy uzyskuje symultanicznie nowy, zmieniony efekt (Itten 2020: 19).

W dalszej części swego tekstu Itten wyjaśnia wpływ barwy na zmianę odbioru kształtów i barw obiektów. Dowodzi, że:

[...] biały kwadrat na czarnym tle wydaje się większy niż tej samej wielkości czarny kwadrat na białym tle. [...] Jasnoszary kwadrat na białym tle wydaje się ciemny, ale taki sam jasnoszary kwadrat na czarnym tle sprawia wrażenie jasnego (Itten 2020: 19).

Itten w kolejnych partiach tekstu podaje dużo więcej przykładów. Zainteresowany czytelnik może sięgnąć do cytowanej tu książki pt. *Sztuka barwy*.

Podstawą do rozważań nad wpływem barw jest rozeznanie zjawiska znaczeń kontrastów barwnych. Itten wymienia ich siedem:

1. *Kontrast tonalny* (czystość barwy – zawartość głównej składowej danej barwy).
2. *Kontrast jasności* (zestaw barw jasnych *versus* barw ciemnych).
3. *Kontrast temperatury* (psychofizyczny odbiór temperatury barw w odniesieniu do fizycznego odczuwania temperatury przestrzeni i ciała).

4. *Kontrast dopełniający* (barwy dopełniające to barwy, które po zmieszaniu ze sobą dają barwę szarą, np. pomarańczowa i niebieska).

5. *Kontrast równoczesny* (to zjawisko samoistnego wywołania koloru dopełniającego: *Symultanicznie wytwarzana barwa dopełniająca powstaje jako doznanie barwy w oku widza i nie istnieje w rzeczywistości. Nie można jej sfotografować*).

6. *Kontrast ilościowy* (służy wzmocnieniu działania kontrastu równoczesnego, poprzez zwiększenie lub zmniejszenie obiektów barwnych).

7. *Kontrast nasycenia* (stopnia czystości barw) (Itten 2020: 34–63).

Wymienione przez Ittena kontrasty można by bezpośrednio odnieść do reguł podobieństwa obiektów pod względem barw. Interpretowane mogą być albo z perspektywy podobieństwa kolorystycznego, albo – kontrastów. Kontrasty barwne w komunikacji wizualnej służą wyodrębnieniu wybranego obiektu spośród pozostałych, występujących obok niego.

Perswazyjna funkcja kompozycji opartej na bliskości i podobieństwie na przykładzie reklamy *One Million*⁴

334

Przedmiotem zaprezentowanej tutaj analizy jest obrazowanie figury PRODUKTU oraz figury UŻYTKOWNIKA PRODUKTU w spocie reklamowym *One Million* – Paco Rabanne⁵. Przedstawiony w trwającym trzydzieści sekund spocie produkt to perfumy o głębokim i intensywnym zapachu pikantnego drewna dla mężczyzn, silnych i wyrafinowanych, pewnych siebie, wiodących prym w grze uwodzenia i władzy⁶. Bohater reklamy – widz – ma być o tym przekonany: przed chwilą królował w czołówce filmów obok Jamesa Bonda. Jest taki sam, jak on – doskonały. Reklama wyraźnie nawiązuje do środków wizualnych stosowanych w czołówkach serii filmów z agentem 007. Akcja reklamy dzieje się na tle aglomeracji miejskiej. Punktem kulminacyjnym nawiązującym do czołówki jest ujęcie aktora na tle białego koła (ryc. 15). Figura aktora ma być utożsamiana z flakonem. Większość ujęć jest w kolorystyce monochromatycznej. Wyjątkiem są zdjęcia flakonu perfum, najważniejszego akcentu graficznego w reklamie.

⁴ Reklama *One Million* – Paco Rabanne dostępna jest w serwisie internetowym YouTube.

⁵ *One Million* – Paco Rabanne, <https://youtu.be/WTSavHCnf9g> (dostęp: 29.11.2022).

⁶ <https://www.pacorabanne.com/en> lub <https://www.beautybox.com.br/perfume-masculino-1-million-paco-rabanne-eau-de-toilette-200ml> (dostęp: 29.11.2022).



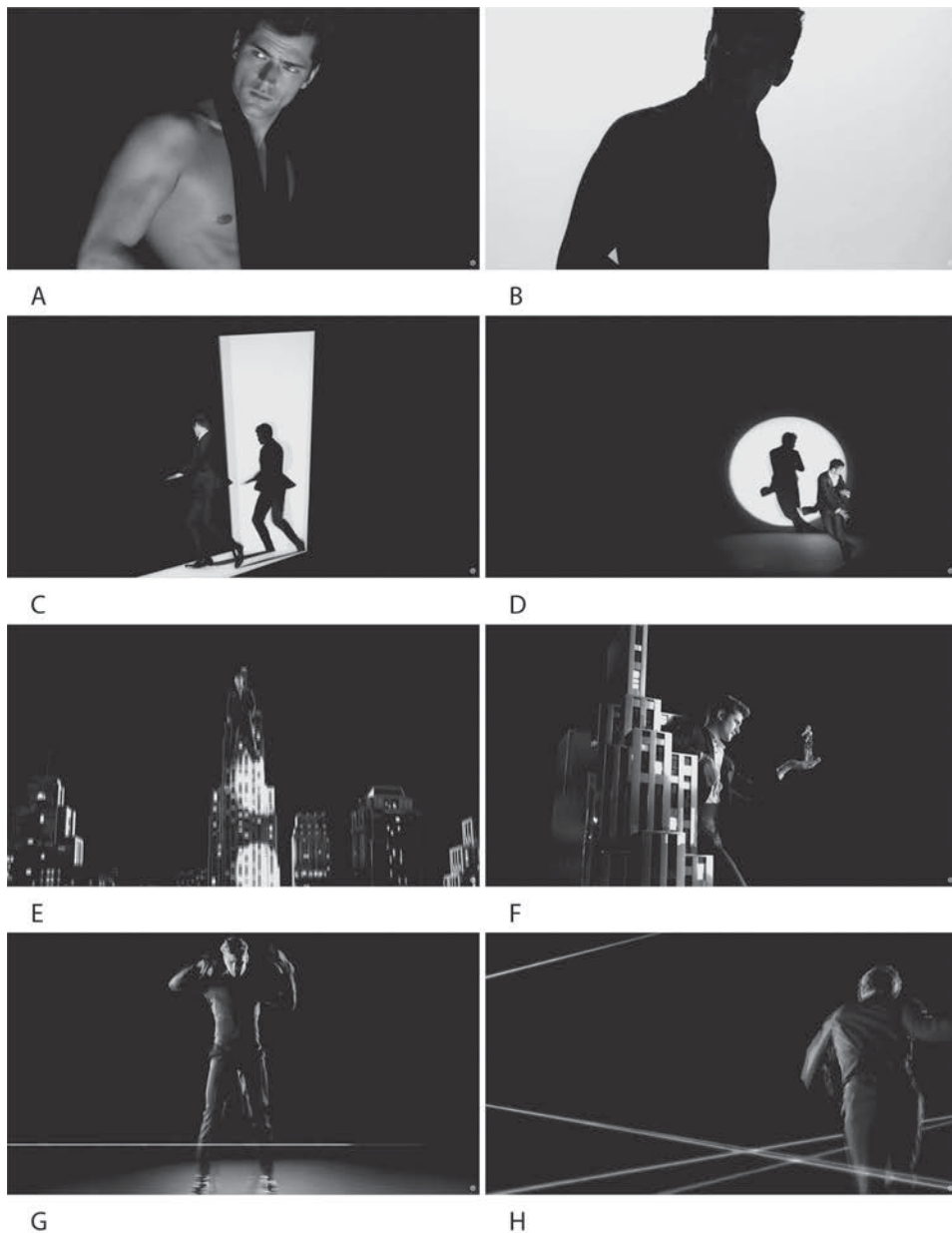
Ryc. 15. Kadr z reklamy: *One Million* – Paco Rabanne

Źródło: <https://youtu.be/WTSavHCnf9g> (dostęp: 29.11.2022)

Reguły grupowania elementów względem *bliskości przestrzennej* w komunikatach wizualnych pełnią dwie funkcje. Są one skrajne wobec siebie. Z jednej strony odpowiadają za scalenie obiektów, z drugiej – za ich rozproszenie. W zależności od potrzeb stosowane są wymiennie lub synchronicznie. W podanym przykładzie na ryc. 15 zastosowano obydwie wymienione funkcje. Kompozycja kadru podzielona jest na dwie podstawowe płaszczyzny grup elementów: postaci zamkniętej w graficznym kole oraz tła sumującego rozproszone elementy.

W prezentowanej reklamie utrzymana jest szczególna dbałość o wyodrębnianie i zespolenie obiektów w taki sposób, by tworzyły jednoznacznie czytelne grupy. Z podanych na ryc. 16 reprezentatywnych klatek filmu rozpoznawalne są dwie lub trzy grupy figur. Spójnym elementem dla wszystkich jest jednolite tło, utrzymane w stałych proporcjach w stosunku do pozostałych elementów sceny filmowej. Jest to celowy zabieg. Widz w trakcie trwania filmu przyzwyczajany jest do proporcji i kształtu reklamowanego produktu – flakonu perfum męskich.

Zastosowana kolorystyka odróżniająca perfumy, flakon perfum, od innych elementów reklamy jest kluczowa dla kolorystycznej kompozycji filmu. Złoty kolor na tle szarości spełnia regułę grupowania obiektów na podstawie *kontrastu temperatury barw*.



Ryc. 16. Kadry z reklamy: *One Million* – Paco Rabanne

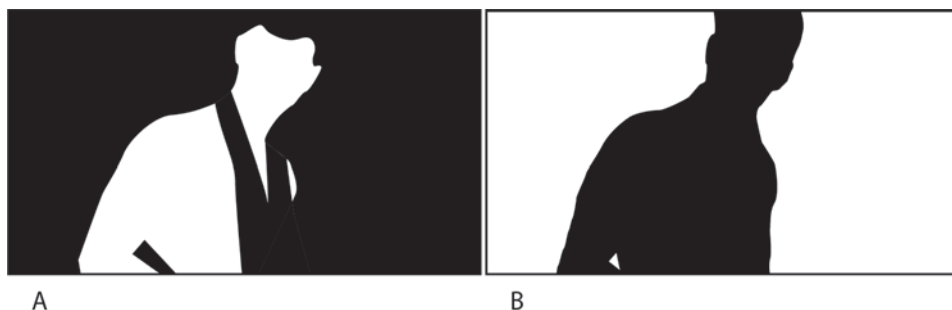
Źródło: jak do ryc. 15

Poszczególne figury scenografii i postaci ujętych w formy graficzne (ryc. 16C, D), poprzez jednolitość użytych środków wyrazu automatycznie podporządkowują się prawom omawianej reguły. Szczególnie ważne

są przykłady C oraz D, przedstawiające postać aktora. Figura scharakteryzowana jest za pomocą płaskich plam, bez uwzględnienia szczegółów anatomicznych. Wyodrębnione zostały jedynie kształt głowy i dłoni. Istotne jest też utrzymanie jednakowej odległości pomiędzy postacią a jej cieniem poprzez odpowiednio skomponowane kadry, w których występują. Jest to ważny wizualny zabieg, zgodny z zasadami utrzymania rygorów porządku wizualnego.

Większość scen wpisanych jest w otwarty, oparty na skośnych liniach kompozycyjny układ. Postać z przykładu A i B dzieli kadr po skośnie na trzy części. Linia światła wydobywającego się przez drzwi (C) to również linia ukośna. Połączenie linią postaci z cieniem również utworzy ukos (D). Następne kadry, oznaczone kolejno jako E, F, G oraz H, wpisują się w figurę trójkąta. Kompozycja wpisana w trójkąt, charakterystyczna dla sztuki klasycznej, odpowiada za scalenie w jedną figurę umieszczonych elementów.

Zastosowane układy kompozycyjne odwołują się do kolejnej reguły *Gestalt* – reguły grupowania na podstawie podobieństwa. Pierwsze dwa kadry z ryc. 16 przedstawiają tego samego mężczyznę z uwydatnioną klatką piersiową. Ich kompozycyjny schemat został zaprezentowany na ryc. 17A i B. Na obydwu wyraźnie zaznaczony został rytm pionowego układu pasowego opartego na kontraście *jasności* barw. Naprzemiennosc występowania czerni i bieli nie tylko w samej grafice, ale i w kolejno pojawiających się klatkach służy wyodrębnieniu kształtu przedstawionego obiektu. Opisana technika zastosowanych środków wizualnych przewija się przez kolejne sceny reklamy. Nie jest to przypadkowy zabieg – jak już zwrócono na to uwagę – twórcy filmu bezustannie uczą widza kształtu flakonu perfum.



Ryc. 17. Schemat kompozycyjny przykładowych klatek z filmu reklamy *One Million* – Paco Rabanne. Opracowanie własne na podstawie filmu reklamy

Źródło: jak do ryc. 15

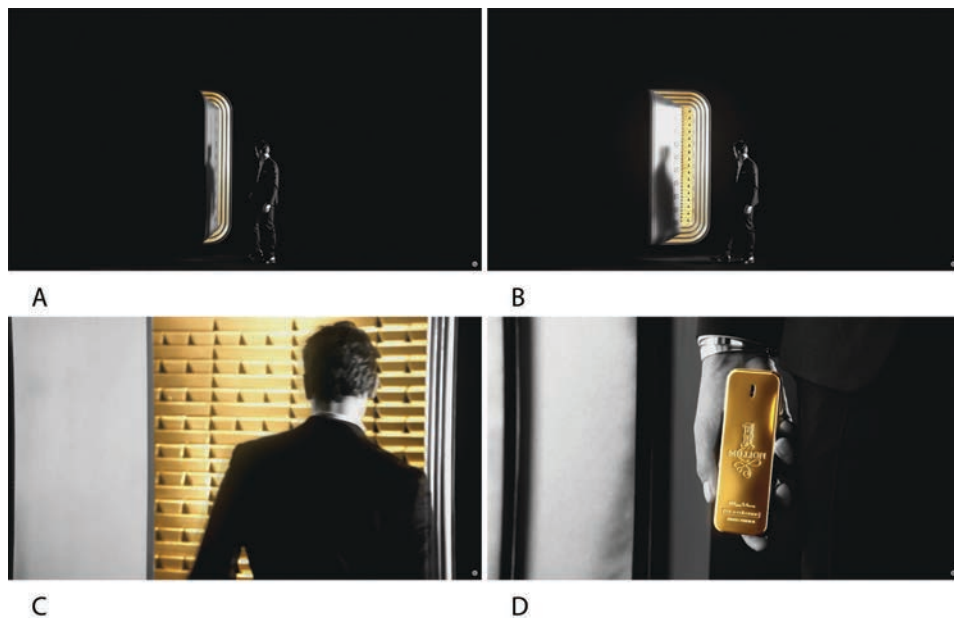
Porównanie kolejnych uchwyconych stopklatek dowodzi słuszności tego spostrzeżenia. Układ obiektów na ryc. 16C nawiązuje do ogólnej formy kształtów z poprzednio omówionych przykładów oraz z kolejnych pokazanych na ryc. 16C oraz D.

Analiza klatek przedstawionych na ryc. 16C i D ujawnia jeszcze jeden istotny szczegół. Ukazane na nich budynki skonstruowane są z prostokątnych modułów. Kształt poszczególnego modułu oraz jego skala, podobnie jak trzymana na dłoni mężczyzny postać kobiety, odwołują się do kształtu wspomnianego już flakonu.

Flakon zostaje zaprezentowany w reklamie dwukrotnie w 10 sekundzie jej trwania oraz na samym końcu. Pierwszy raz pojawia się w grupie scen z akcentami złotej barwy. Tuż za złotymi liniami podziału (16G, H) obrazu, przed scenami tła miasta (16E, F). Złote linie są symbolem rozchodzącej się nuty zapachowej perfum. Wizualnie służą wyodrębnieniu dwóch grup obiektów: grupy postaci i grup podziału kompozycyjnego.

Na ryc. 18 pokazano kolejno: A, B, C – złote drzwi prowadzące widza do miasta, w którym bohater przeżywa niespotykane w życiu codziennym przygody. Co ważne, w ręku trzyma flakon reklamowanych perfum (D).

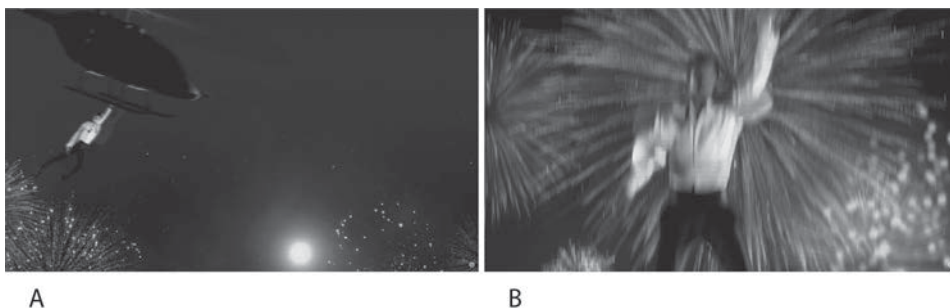
338



Ryc. 18. Kadry z reklamy: *One Million* – Paco Rabanne

Źródło: jak do ryc. 15

W magicznym mieście jest postacią o nadprzyrodzonych siłach, na moment przyjmuje fizyczne cechy głównego bohatera z filmu *King Kong* (ryc. 16F). Po chwili niczym legendarny agent 007 skacze z helikoptera. Wokół postaci rozbłyskują zimne ognie (ryc. 19A i B).



Ryc. 19. Kadry z reklamy: *One Million* – Paco Rabanne

Źródło: jak do ryc. 15

Autorzy reklamy zobrazowali efekt rozprzestrzeniania się perfum wokół bohatera, wyraźnie oddzielając od siebie dwie grupy obiektów. Postać stanowi zwartą grupę, złożoną z ciemnej i jasnej płaszczyzny. Fajerwerki to rytmicznie rozproszone kreski i plamki zorganizowane w jedną grupę przestrzenną. Ostatnie sceny to prezentacja złotej sztabki reklamowanych perfum (ryc. 20). Sztabki, której kolor i kształt konsekwentnie – dzięki stosowaniu reguł grupowania na podstawie *bliskości przestrzennej* oraz *podobieństwa* kształtu i barw – zostały przedstawione podczas filmowej reklamy.

339



Ryc. 20. Kadr z reklamy: *One Million* – Paco Rabanne

Źródło: jak do ryc. 15

Przeprowadzone analizy pozwoliły zaobserwować wielopoziomową perswazyjną funkcję kompozycji opartej na regule podobieństwa i bliskości przestrzennej, zastosowaną w analizowanej reklamie. Scalanie i rozpraszanie obiektów (sztabki złota, błyski świateł) ma służyć wskazaniu nadrzędnych, wyznaczających tor percepcji, elementów obrazu (ryc. 15 i 19). Stosowanie reguły podobieństwa (ryc. 16–18) konsekwentnie podporządkowane jest komunikowaniu kształtu flakonu. Podobnie jak kontrastowanie monochromatycznego tła i jedyne go złotego elementu obrazu: flakonu, a także kolorystyka bohatera ukazywanego na tle sceny czy miasta. I na ostatnim poziomie – już nie widzenia, lecz mentalnej interpretacji tego, co widziane w kontekście – jest to komunikowane poprzez nawiązania do wyraźnie rozpoznawalnych scen z filmów z Jamesem Bondem, King Kongiem, Johnem Travoltą czy Zorro (co mogłoby być przedmiotem odrębnych filmoznawczych analiz).

Literatura

Źródła

Reklama *One Million* – Paco Rabanne, <https://youtu.be/WTSavHCnf9g>; <https://www.pacorabanne.com/en>; <https://www.beautybox.com.br/perfume-masculino-1-million-pacorabanne-eau-de-toilette-200ml> (dostęp: 29.11.2022).

Opracowania

- Arnheim R. (2004), *Sztuka i percepcja wzrokowa. Psychologia twórczego oka*, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
- Cialdini R. (2007), *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Dobrosz K., Władyka-Łuczak Z. (2022), *Język komunikatów wizualnych w praktyce*, Wydawnictwo AT, Kraków.
- Doliński D. (2011), *Techniki wpływu społecznego*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa.
- Francuz P. (2021), *Imagia. W kierunku neurokognitywnej teorii obrazu*, Wydawnictwo KUL, Lublin.
- Frutiger A. (2010), *Człowiek i jego znaki*, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków.
- Henderson G., Braun M. (2016), *Propaganda and Rhetoric in Democracy. History, Theory, Analysis*, Southern Illinois University Press, Carbondale.
- Hochuli J. (2009), *Detal w typografii*, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków.
- Itten J. (2020), *Sztuka barwy, subiektywne przeżywanie i obiektywne rozumienie jako drogi prowadzące do sztuki = Kunst der Farbe*, wydanie studyjne, Wydawnictwo d2d.pl, Kraków.
- Kandyński W. (1986), *Punkt i linia a płaszczyzna. Przyczynek do analizy elementów malarskich*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.

- Laskin A. (2019), *Defining propaganda: A psychoanalytic perspective*, "Communication and the Public", vol. 4 (4), <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2057047319896488>
- Mączyńska-Frydryszek A. (1991), *Psychofizjologia widzenia*, Państwowa Wyższa Szkoła Sztuk Plastycznych, Poznań.
- Młodkowski J. (1998), *Aktywność wizualna człowieka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Rose G. (2015), *Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Strzeмиński W. (2016), *Teoria widzenia*, Muzeum Sztuki w Łodzi, Łódź.
- Witkiewicz S.I. (1974), *Nowe formy w malarstwie. Szkice estetyczne. Teatr*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.