

Kacper Krzeczewski

Uniwersytet Łódzki

ZNACZENIE LOGOWIZUALNOŚCI DLA ODBIORCY. LOGOWIZUALNOŚĆ W TRANSMISJACH WYDARZEŃ SPORTOWYCH

Wstęp

Oglądając telewizję, odbiorca skupia się zazwyczaj bezpośrednio na programie, którym jest zainteresowany. Nie ma znaczenia, czy jest to polityczna debata, serwis informacyjny, film czy też zawody sportowe – dla widza kluczowe jest meritum, czyli akcja prezentowana na ekranie. Aby zapewnić komfort oglądania, musi ona zostać wzbogacona o kilka dodatkowych czynników, takich jak m.in.: dźwięk, odpowiednie oświetlenie, w niektórych przypadkach tłumacz języka migowego, różnorodne kadrowanie kamery i efekty specjalne, a także napisy czy ikony. Te dwa ostatnie należą do zbioru logowizualności, której poświęcony jest ten artykuł.

Szczególnie istotną rolę logowizualność pełni w transmisjach wydarzeń sportowych. Każda z dyscyplin opiera się na współzawodnictwie i rywalizacji, które dostarczają odbiorcom emocji, bez względu na to, czy śledzi zawody skoków narciarskich, piłki nożnej, żużla czy jakiegokolwiek inne. Chęć zaprezentowania dotychczasowych rezultatów czy osiągnięć przed konkursem lub meczem oraz podsumowanie wyników po zmaganiach, a także niezwykle dynamiczna zmienność sytuacji w czasie rywalizacji wymusza na realizatorach konieczność wyświetlenia ich na ekranie. Dzięki temu transmisja staje się atrakcyjniejsza i bardziej zrozumiała dla widza.

Zdecydowałem się omówić znaczenie logowizualności właśnie w transmisjach wydarzeń sportowych z kilku względów. Po pierwsze, choć literatura naukowa odnosząca się do problematyki logowizualności jest wciąż bardzo uboga, to jednak Iwona Loewe (2016: 210–223) opracowała przykłady jej występowania w programach informacyjnych i publicystycznych, nie ma więc sensu powielać jej badań. Po drugie, znaczenie logowizualności dla odbiorców transmisji

sportowych jest bardzo duże, czego sam niejednokrotnie doświadczyłem, słuchając choćby relacji radiowych na żywo, w ramach których, rzecz jasna, logowizualność nie występuje. Percepcja jest wtedy zdecydowanie trudniejsza i jak podkreśla Władysław Lubaś (1981: 8–9): „[...] język radia i telewizji wymaga odrębnego traktowania jako charakterystyczny system znaków, których funkcja powinna być opisana specjalnymi metodami wypracowanymi w wyniku szczegółowych badań analitycznych”. Po trzecie wreszcie, zjawisko to jest niezwykle istotne z perspektywy osób głuchych i niedosłyszących. Według raportu zespołu współpracującego z Rzecznikiem Praw Obywatelskich w Polsce żyje około 100 tysięcy osób niesłyszących (Świdziński 2014: 8–12), brakuje natomiast danych odnośnie do ludzi niedosłyszących. Takie statystyki prowadzi choćby Wielka Brytania, gdzie liczbę osób głuchych i niedosłyszących określa się w sumie na około 9 milionów obywateli (Wiśniewska 2020: 63–68). Jak słusznie zauważyła Katarzyna Sitkowska (2013: 16): „Komunikowanie masowe jest jednym z rodzajów komunikacji medialnej (zapośredniczonej). Charakteryzuje się powszechną dostępnością do szerokiego grona anonimowych odbiorców”, a więc również do osób głuchych i niedosłyszących. Dzięki logowizualności są one w stanie oglądać transmisje wydarzeń sportowych z pełną świadomością tego, co się w nich dzieje. Dostarczane im są wszelkie niezbędne informacje, co pozwala na ograniczenie wykluczenia społecznego tej grupy ludzi.

Celem artykułu jest określenie funkcji, jakie pełni logowizualność w transmisjach wydarzeń sportowych, rozważenie jej znaczenia dla odbiorców, a także odpowiedź na pytanie – dlaczego jest ona niezbędnym elementem tych transmisji. Przed przystąpieniem do badań przygotowałem następujące hipotezy badawcze:

- każde transmitowane zawody sportowe z takich dyscyplin jak: skoki narciarskie, piłka nożna i żużel zawierają logowizualność;
- logowizualność ułatwia percepcję transmisji wydarzeń sportowych;
- logowizualność jest pomocna w niwelowaniu nierówności społecznych osób głuchych i niedosłyszących;
- logowizualność pełni określone funkcje w transmisji wydarzeń sportowych.

W badaniach zastosuję metodę studium przypadku, która umożliwi ukazanie przykładów wykorzystania logowizualności w transmisji różnych dyscyplin sportowych. Ponadto użyję innych metod badawczych właściwych dla medioznawstwa i nauk społecznych (Babbie 2019: 25–545), takich jak: analiza treści, metody porównawcze, krytyka piśmiennictwa (Pisarek 1983: 5–155), oraz źródeł internetowych. Posłużę się również metodologią badań opracowaną w publikacji *Badania nad językiem telewizji polskiej. Ilościowy opis słownictwa* pod red. Zofii Kurzowej (1991: 9–116). Dokonam też przeglądu literatury, aby wykazać, że wielu autorów poruszało dotychczas tematy związane pośrednio z logowizualnością, jednak wyłącznie Iwona Loewe skoncentrowała się bezpośrednio na niej.

Materiałem badawczym będą transmisje dyscyplin sportowych z lat 2018–2021. Dobór materiału jest losowy – z każdej omawianej dyscypliny (skoki narciarskie, piłka nożna, żużel) wybrałem po kilka przykładów z danej rundy rozgrywek. W każdej kolejce wykorzystanie logowizualności na ekranie powtarza się, zmieniają się jedynie prezentowane dane, dlatego nie ma znaczenia, które zawody sezonu zostaną omówione.

Przegląd literatury

Dokonując przeglądu literatury, warto zacząć od lat 80. XX wieku. Z tego okresu pochodzi publikacja zbiorowa pt. *Problemy badawcze języka radia i telewizji* (Lubaś 1981: 7–71). Ta wydana w 1981 roku monografia wieloautorska odnosi się do lat 60. i 70. i obrazuje, że telewizja była wówczas zupełnie innym, mniej rozwiniętym medium, niż obecnie. Świadczyć o tym może fakt, że Władysław Miodunka nie dostrzegał możliwości badania elementów ikonograficznych z elementami językowymi (Warchała 1981: 34–35). Współcześnie takie badania są oczywiście prowadzone, czego przykładem są chociażby publikacje Katarzyny Sitkowskiej i Iwony Loewe czy ten artykuł. Do współdziałania słowa z obrazem odniosła się Renarda Lebda (1981: 40–42), która określiła je mianem „struktury słowno-obrazowej”. W tym przypadku chodziło jednak o relację prezentera wiadomości i wygłaszanych przez niego słów, a nie o logowizualność. Godne uwagi są trzy typy programów przedstawione przez Michela Tardy’ego (1975: 112–123), w ramach których informacje słowne łączą się z ikonograficznymi: 1. Programy transmitowane ze studia (elementy językowe są w tym przypadku podstawą przekazu, a elementy ikonograficzne odgrywają rolę drugorzędną); 2. Reportaże i transmisje sportowe (język i ikonografia współlistnieją i składają się na całościową informację); 3. Filmy telewizyjne (elementy językowe są podporządkowane ikonografii). Diagnoza autora dotycząca drugiego typu okazała się niezwykle trafna i jest wciąż aktualna, mimo upływu niemal półwiecza.

W latach 80. powstały również inne publikacje dotyczące języka w mediach, m.in.: *Retoryka dziennikarska* (Walery Pisarek, 1988¹), *Językowe wyznaczniki oficjalności aktu mowy w audycjach radiowych i telewizyjnych* (Antonina Grybosio-wa, 1980) czy *Z zagadnień języka telewizji* (Aldona Furgalska, Renarda Lebda,

¹ Pierwsze wydanie ukazało się już w 1970 roku, jednak w następnych latach było uzupełniane i poprawiane, a w 1988 roku wznowione. Miały na to wpływ rozwój telewizji w Polsce, a także zainteresowania badawcze autora.

Krystyna Urban, 1982). Lata 90. nie obfitowały w warcie odnotowania pozycje, natomiast w XXI wieku ukazały się publikacje takich autorów jak: Grzegorz Ptaszek, Marcin Poprawa czy Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz. Druga dekada lat dwutysięcznych przyniosła już zdecydowanie więcej prac odnoszących się do języka telewizji (np. Barbara Sobczak, Krzysztof Grzegorzewski, Katarzyna Sitkowska). Jak zauważyła Sitkowska (2013: 22–23), badań poruszających kwestię języka w radiu i telewizji jest jednak niewiele. Jest to temat niepopularny w polskiej literaturze naukowej, wiele miejsc pozostaje niewypełnionych. Jednym z nich jest właśnie logowizualność.

Warto wspomnieć o Wojciechu Burszcie (2001: 133–145), który traktował pismo jako dominujący środek przekazu w internecie, ale też opisał zjawisko wtórności języka: „[...] wszystko, co w sferze językowej wykracza poza komunikację typu face-to-face, jest wtórne” (Burszta 2001: 133). Alicja Kisielewska (2001: 147–158) omówiła natomiast rolę „gadających głów” w telewizji: „W życiu codziennym »gadające głowy« są zjawiskiem powszechnym, tworzą bowiem szczególną sytuację antropologiczną o charakterze komunikacyjnym, jaką jest rozmowa dwóch (lub więcej) osób” (Kisielewska 2001: 147). Ich wypowiedzi pojawiają się najczęściej w programach publicystycznych, a związek z logowizualnością polega na tym, że najważniejsze opinie „gadających głów” są przedstawiane na ekranie właśnie z jej pomocą. Autorka dostrzegła jeszcze jeden ważny aspekt. „W coraz większym stopniu warunkiem porozumienia językowego staje się skuteczność komunikacji, której podstawą jest zatrzymanie uwagi widza” (Kisielewska 2001: 158). Na skuteczność komunikacji ma wpływ również logowizualność, która absorbuje uwagę. Udowodnili to już Agnieszka Trojanowska-Bis i Piotr Francuz (2007: 67–86), którzy na grupie lubelskich licealistów sprawdzili percepcję tickerów rozumianych jako teksty zapisane w kolorowym prostokącie u dołu ekranu.

Monika Skarżyńska (2009: 459–472) zajęła się natomiast słowem pisanym w reportażach telewizyjnych na przykładzie magazynu *Sprawa dla reportera*. Wy różniła trzy rodzaje tekstu:

- w obrazach zewnętrznych (transcendentny);
- pisany współlistniejący na ekranie ze sfilmowanym obrazem;
- pisany zawarty w nagrany obrazie (immanentny).

Badania dotyczyły jednak słowa pisanego, a logowizualność, szczególnie w transmisjach zawodów sportowych, nie ogranicza się wyłącznie do tego, co napisane, ale łączy tekst z ikonografią. Jak słusznie zauważył Marek Hendrykowski (2005: 280): „[...] elektroniczne techniki pisanie na ekranie nie tylko wydobyły plastyczne walory napisu jako obiektu telewizyjnego, ale także pozwoliły odkryć szczególnego rodzaju telegeniczność tego elementu jako wydarzenia ekranowego, zdolnego wnieść do przekazu własną dramaturgię”. Autor dokonał również

podziału relacji obrazowo-słownej w telewizji. Po wprowadzeniu pewnych modyfikacji wykorzystam go w swoich badaniach. Annie Lang (2000: 46–70) stworzyła model ograniczonych możliwości przetwarzania informacji pochodzących z wiadomości telewizyjnych (ang. *limiter capacity model of mediated message processing*). Odnosząc go do logowizualności, trzeba zaznaczyć, że większość odbiorców nie przetwarza wszystkich ikonografii, gdyż każdą osobę interesuje coś innego, np. jedną składkę zespołów, a drugą przedmeczowa tabela czy dotychczasowe wyniki. Czasami, np. w skokach narciarskich, kilka informacji (długość skoku, oceny sędziowskie i wskaźnik rekompensaty za wiatr) wyświetla się jednocześnie i jedynie przez kilka sekund. Widz musi wtedy podjąć decyzję, na których się skupi.

Na zakończenie tego przeglądu warto odnieść się do multimodalności, którą należy rozumieć jako „[...] wyzyskanie w komunikacie przynajmniej dwóch różnych systemów semiotycznych” (Maćkiewicz 2017: 34). Albo prościej – jako wielokodowy przekaz informacji (Kawka 2016: 294). Jest to zjawisko występujące w mediach, pokrewne i mające kilka elementów wspólnych z logowizualnością. Po pierwsze, jak słusznie zauważa Jolanta Maćkiewicz, znaki językowe nie zawsze są najważniejszym kodem sensotwórczym, co podkreślają zarówno badania dotyczące multimodalności, jak i logowizualności. Oba zjawiska eksponują ponadto znaczenie funkcji fatycznej, polegającej na nawiązywaniu i utrzymywaniu relacji z odbiorcami. Autorka stwierdza, że jednym z celów badań dotyczących multimodalności jest zaprezentowanie, w jaki sposób systemy semiotyczne składające się na komunikat współtworzą jego ogólny sens – to również łączy multimodalność i logowizualność (2017: 37). Istnieje też kilka wyraźnych różnic między tymi pojęciami. Najważniejsza z nich odnosi się do rodzaju mediów, w których występują oba zjawiska. Multimodalność, w przeciwieństwie do logowizualności, nie ogranicza się do telewizji – jej przejawy można odnaleźć w każdym ze środków masowego przekazu. Drugim aspektem, który należy w tym miejscu wskazać, jest wszechobecność multimodalności, na co zwraca uwagę Jacek Dąbała (2017: 710):

Multimodalność rozumiana medioznawczo jest tworzeniem lub percypowaniem w przekazie, w komunikowaniu, wszystkich możliwości na raz; między innymi ontologicznych, logicznych, językowych i aksjologicznych, ale nie tylko, bo także korzystaniem ze wszystkich innych znaków widzialnych, słyszalnych, mówionych, pisanych, malowanych, rzeźbionych i granych.

Co najmniej dwa systemy semiotyczne występują w niemalże każdej sytuacji komunikacyjnej (zwłaszcza w telewizji), nie jest to regułą w przypadku logowizualności (są materiały, w których to zjawisko jest ograniczone, a nawet nieobecne,

np. programy przyrodnicze). Nie wszystkie funkcje multimodalności w mediach pokrywają się z tymi, które pełni w telewizji logowizualność. W przypadku tego pierwszego zjawiska Maćkiewicz (2017: 40) wskazuje na funkcje: fatyczną, informacyjną, perswazyjną i ludyczną (czyli zapewniającą rozrywkę), Iwona Loewe wymienia natomiast następujące funkcje logowizualności: identyfikacyjną, deskryptywną, terapeutyczną, impresywną, dokumentacyjną, spójnościową, fatyczną, ekspresywną i telegeniczną (Loewe 2016: 221–222).

Sama logowizualność jest w dużej mierze multimodalna, ponieważ słowo pisane w telewizji z reguły składa się z kilku systemów semiotycznych. A czy może ona występować bez multimodalności? Wydaje się, że w niektórych przypadkach istnieje takie prawdopodobieństwo. Mam tu na myśli przede wszystkim prezentowanie tabel z wynikami, w których tekst może być jedynym systemem semiotycznym. Jednak wyświetlane w telewizji tabele są nie tylko omawiane przez komentatorów, ale zazwyczaj również wzbogacone o ikonografiki (np. herby klubów sportowych), co generuje kilka systemów semiotycznych, a więc multimodalność. (Ten temat wymaga przeprowadzenia kompleksowych analiz i jest materiałem na odrębny artykuł).

Całokształt daje pogląd, w jaki sposób na przestrzeni czterech dekad ewoluowały badania medioznawcze koncentrujące się na telewizji. Jak słusznie zauważyła Sitkowska (2013: 16–17), dynamiczne zmiany języka w mediach masowych oraz szerokoaspektowość jego wykorzystania w środkach masowego przekazu są przyczyną nieustannych badań nad językiem właśnie.

Logowizualność w programach telewizyjnych

Język mediów to kombinacja wielu kodów, a „[...] na komunikaty w mediach składają się obok języka inne elementy dźwiękowe i/lub wizualne, które mogą w istotny sposób wpływać na znaczenie wypowiedzi słownej” (Sitkowska 2013: 17). Połączeniem elementów językowych i wizualnych jest logowizualność, którą należy rozumieć jako słowo pisane w dyskursie telewizyjnym lub prościej – jako napisy i infografiki, w literaturze nazywane przekazami ikoniczno-werbalnymi, wzbogacające programy telewizyjne (Loewe 2016: 210–215). Jej zasadniczym celem jest ułatwienie widzowi odbioru. Jak zauważyła Monika Skarżyńska (2009: 459–472), nie można mówić o rywalizacji obrazu i słowa na ekranie – te dwa pojęcia występują razem, współtworząc program telewizyjny. Dzięki logowizualności możliwe jest dopełnienie przekazu audiowizualnego, na który składają się dźwięk, obraz i elementy graficzne, a także pisane występujące z obrazem. Do

gatunku programu telewizyjnego, który należy rozumieć jako „[...] jednostkę stanowiącą odrębną, zamkniętą całość pod względem treści, formy i przeznaczenia” (Pisarek 2006: 163) zaliczyć należy również internetowe streamy kanałów telewizyjnych.

Iwona Loewe (2016: 210–223) wyróżniła dwa rodzaje pisaności – pierwotną i wtórną. Pierwsza z nich jest wykorzystywana jako język czytany, przede wszystkim w serwisach informacyjnych. Nie pojawia się więc na ekranie w postaci tekstu, w przeciwieństwie do pisaności wtórnej, która jest przedmiotem zainteresowania w tym artykule. Pisaność wtórna najczęściej występuje w dwóch relacjach: pismo – mowa lub pismo – obraz. W pierwszym przypadku na ekranie w formie pisanej wyświetla się to, o czym w danym momencie mówi prezenter lub komentator. Jest to szczególnie pomocne w przypadku programów publicystycznych, kiedy dany temat jest kontynuowany przez kilka/kilkanaście minut. Dzięki temu widz zaczynający oglądanie w trakcie programu od razu wie, co jest przedmiotem dyskusji. Kiedy natomiast w telewizji wypowiada się jakaś osoba i w formie pisanej zostanie wyświetlone jej nazwisko, zachodzi relacja pismo – obraz (zdjęcie 1); odbiorca dowiadyuje się, kto w danym momencie zabiera głos. Dzięki temu, z jednej strony autor wypowiedzi nie jest anonimowy, a z drugiej widz może zanotować sobie jego dane i sprawdzić w wyszukiwarce internetowej, jeżeli wygłaszane tezy go zainteresują. Połączeniem tych obu relacji może być sytuacja, w której na ekranie ukazuje się nazwisko zdobywcy gola w meczu lub zawodnika przygotowującego się do oddania skoku – wtedy napisy odzwierciedlają to, o czym w danym momencie mówi komentator (relacja pismo – mowa), zarazem przedstawiają jakiegoś zawodnika (relacja pismo – obraz).

Obecność logowizualności w programach informacyjno-publicystycznych nie ogranicza się wyłącznie do relacji pismo – mowa i pismo – obraz. Przy pomocy słowa pisanego można wyświetlać na ekranie także m.in.: informacje z kraju i ze świata, treści SMS-ów czy wpisów z Facebooka publikowane przez widzów (zdjęcie 2, obserwujemy to również choćby w *Szkle kontaktowym*). W filmach i serialach funkcja logowizualności sprowadza się do wyświetlania w formie napisów kwestii, które wypowiadają bohaterowie. Dzięki nim odbiorcy głusi lub niedosłyszący oraz ci, którzy nie znają danego języka obcego, mogą komfortowo oglądać wybraną produkcję.

To najważniejsze przejawy logowizualności wykorzystywane w telewizji na co dzień w sytuacjach komunikacyjnych. Iwona Loewe wyróżniła aż dziewięć typów pisaności. Wiele z nich nieznacznie się od siebie różni (np. autorka podzieliła na trzy typy tickery obejmujące temat dyskusji, cytaty wypowiadających się osób oraz zawierające treści SMS-ów widzów), przedmiotem tego artykułu nie jest jednak ich analiza.



Zdjęcie 1. Relacja pismo – mowa w programie publicystycznym oraz relacja pismo – obraz w *Teleexpressie*. W TV Trwam w formie pisanej wyświetlono temat toczonej dyskusji, a pod nim informacje z kraju i świata oraz godzinę. W *Teleexpressie* w formie pisanej wyświetlono nazwisko osoby prezentowanej na ekranie

Źródło: zrzuty ekranu z internetowych transmisji programów telewizyjnych TV Trwam i TVP1



Zdjęcie 2. Na ekranie wyświetlono wpisy publikowane na Facebooku przez widzów programu

Źródło: zrzut ekranu z internetowej transmisji programu telewizyjnego TVP2

Logowizualność w transmisjach wydarzeń sportowych

W przypadku serwisów informacyjnych i programów informacyjno-publicystycznych logowizualność pełni zazwyczaj jedynie rolę uzupełniającą, w filmach i serialach jest niezbędna w przypadku produkcji zagranicznej, kiedy lektor nie czyta dialogów, a odbiorca nie zna danego języka; albo kiedy widz nie słyszy lub jest niedosłyszający. W transmisjach zawodów sportowych logowizualność odgrywa jednak szczególnie istotną rolę. Pisaność wtórna bardzo często łączy się tu z elementami graficznymi, tworząc ikoniczno-werbalny przekaz, bez którego percepcja zawodów sportowych byłaby utrudniona (np. piłka nożna, koszykówka, siatkówka czy żużel) lub, w przypadku sportów zimowych, wręcz niemożliwa (np. skoki narciarskie, kombinacja norweska, biegi narciarskie czy biathlon). Logowizualność tworzy więc w tej sytuacji pożądany kształt przekazu.

Warto pogrupować przejawy logowizualności występujące w transmisjach zawodów sportowych. W przypadku programów publicystycznych i serwisów informacyjnych ogólne pojęcie przekazu ikoniczno-werbalnego jest wystarczające, jednak przy transmisjach zawodów sportowych niedostateczne. Odniosę się do

podziału relacji obrazowo-słownej zaproponowanego przez Marka Hendrykowskiego (2005: 276). Wyróżnia on:

- prymat obrazu (słowo pojawia się wcześniej, jednak dubluje wartość znaczeniową obrazu);
- nadrzędność obrazu (mowa występuje jako tło dla obrazu, jednak żaden z tych elementów nie jest samowystarczalny);
- równorzędność obrazu i słowa (oba elementy są ważne);
- nadrzędność słowa (obraz występuje jako tło dla mowy, jednak żaden z tych elementów nie jest samowystarczalny);
- prymat słowa (przewaga słowa nad pojawiającym się po nim obrazem).

W przypadku przekazów ikoniczno-werbalnych proponuję ograniczyć podział Hendrykowskiego do trzech wyznaczników i nieco go przekształcić – adaptując relacje nadrzędności obrazu oraz nadrzędności słowa, a także dodając relację niezależności słowa i obrazu.

Relację nadrzędności obrazu cechuje to, że komentatorzy podporządkowują swoje słowa przekazowi ikoniczno-werbalnemu – najpierw pojawiają się więc na ekranie elementy graficzne połączone z pisanością wtórną, z nimi związany jest też komentarz utrzymujący więź z odbiorcami (Pisarek 2000: 9–18). Taką sytuację można zaobserwować w przypadku sportów zimowych czy w piłce nożnej w trakcie przedmeczowej prezentacji składów lub statystyk pomeczowych. Przekazy ikoniczno-werbalne z zawodów, np. skoków narciarskich, są bardzo rozbudowane i pełnią rolę nadrzędną – zazwyczaj są wyprzedzeniem słów komentatora, który bazuje na prezentowanych informacjach. Za przykład niech posłuży tu wyświetlenie noty ogólnej zawodnika czy końcowej klasyfikacji konkursu (zdjęcie 3). Podobnie jest przy prezentacji składów zespołów przed spotkaniem i statystyk pomeczowych (zdjęcie 4), a także podczas omawiania sytuacji w tabeli zawodów żużlowych (zdjęcie 5). Przykładów można by wyliczyć więcej i znaleźć inne w różnych dyscyplinach. Komentarz pojawia się więc z opóźnieniem w odniesieniu do przekazu ikoniczno-werbalnego i pełni w stosunku do niego podrzędną, uzupełniającą rolę. Komentator podsumowuje to, co odbiorca widzi na ekranie, w tym przypadku dźwięk jest jedynie dodatkiem.

The image is a screenshot from a live broadcast on Eurosport 1 HD. The top half shows a ski jumper, Simon Ammann, in mid-air. He is wearing a blue and red suit with the number 54. The background shows a snowy landscape with a large stadium light and a crowd of spectators. The bottom half of the image displays a results table for the Viessmann FIS Ski Jumping World Cup in Lillehammer, Norway. The table lists the top 11 jumpers, their countries, jump distances, and scores. A large blue arrow points from the text 'Logowizualność...' towards the results table.

VISSMANN FIS SKI JUMPING WORLD CUP
Lillehammer NOR
Large Hill Individual

	RESULT	QUALIFICATION	METERS	POINTS	
1	Kamil	STOCH	POL	139.5	153.3
2	Dawid	KUBACKI	POL	131.5	136.4
3	Robert	JOHANSSON	NOR	131.0	136.3
4	Andreas	STJERNEN	NOR	131.5	135.7
5	Peter	PREVC	SLO	132.0	133.9
6	Stefan	KRAFT	AUT	127.5	132.5
7	Yukiya	SATO	JPN	133.0	131.8
8	Vladimir	ZOGRAFSKI	BUL	130.5	131.6
9	Gregor	SCHLIERENZAUER	AUT	130.5	131.0
10	Daniel Andre	TANDE	NOR	125.5	130.6
11	Karl	GEIGER	GER	128.0	129.7

RAW AIR

FIS App

Zdjęcie 3. Przykłady relacji nadrzędności obrazu w skokach narciarskich

Źródło: zrzut ekranu z internetowej transmisji programu telewizyjnego Eurosport 1



Zdjęcie 4. Przykłady relacji nadrzędności obrazu w piłce nożnej

Źródło: zrzut ekranu z internetowej transmisji programu telewizyjnego nSport+

PRESENTED BY
MONSTER ENERGY

REVLINE TORUN FIM SPEEDWAY GRAND PRIX OF POLAND

STANDINGS AFTER HEAT 10

CANAL+ HD
UL. SYBOWSKA 10

			Raced	Pts
1		Niels-Hristian IVERSEN	3	7
2		Bartosz ZMARZLIK	3	7
3		Leon MADSEN	2	6
4		Emil SAYFUTDINOV	2	6
5		Artem LAGUTA	3	6
6		Martin VACULIK	3	6
7		Jason DOYLE	2	5
8		Fredrik LINDGREN	3	5

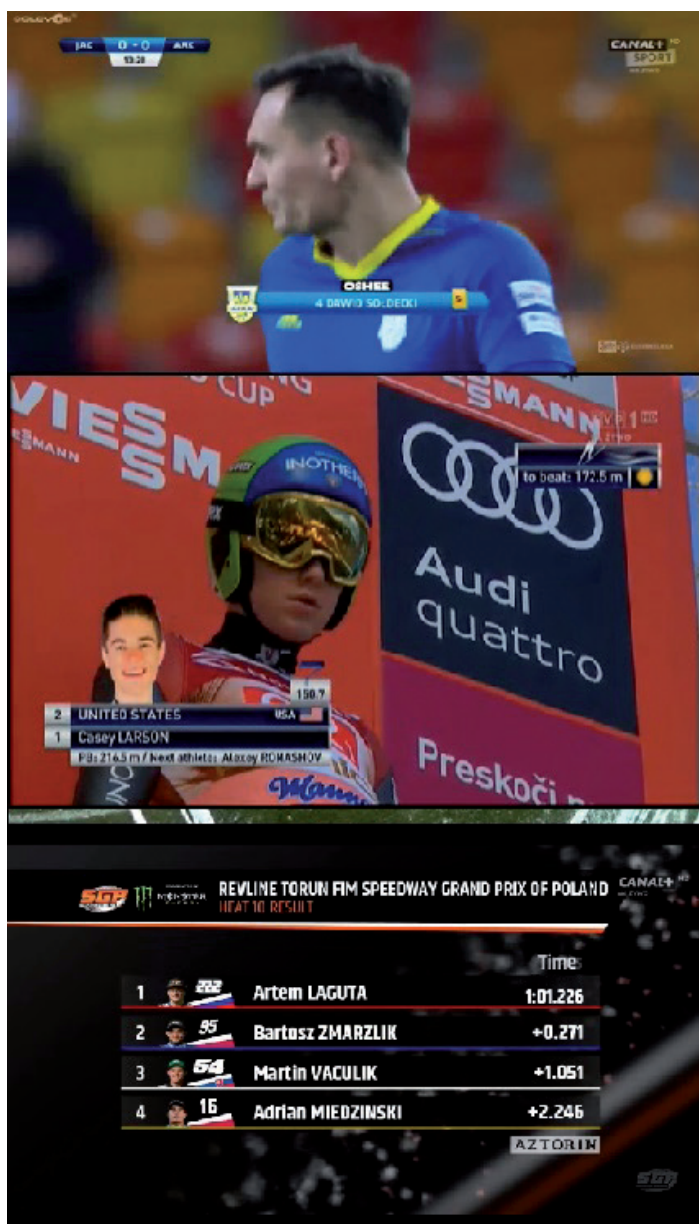
			Raced	Pts
9		Maciej JANOWSKI	2	3
10		Antonio LINDBACK	3	2
11		Adrian NIEDZINSKI	3	2
12		Janusz WOŁODZIEJ	3	2
13		Tai WOFFINDEN	2	1
14		Robert LAMBERT	2	1
15		Matej ZAGAR	2	1
16		Patryk DUDEK	2	0

REVIEWS
by

Zdjęcie 5. Przykład relacji nadrzędności obrazu w żużlu

Źródło: zrzut ekranu z internetowej transmisji programu telewizyjnego Canal+

Relacja nadrzędności słowa jest opozycyjna wobec relacji nadrzędności obrazu. Słowa komentatora pojawiają się jako pierwsze i odgrywają ważniejszą rolę od przekazu ikoniczno-werbalnego. Jako przykłady takich sytuacji można wymienić: informację o ukaraniu piłkarza żółtą kartką, prezentowanie skoczka narciarskiego siadającego na belce startowej lub wyświetlanie wyników wyścigu w żużlu (zdjęcie 6). W pierwszym przypadku, poza komentarzem dziennikarza, odbiorca może zaobserwować zachowanie sędziego, który pokazuje zawodnikowi popełniającemu przewinienie żółtą kartkę, a więc przekaz ikoniczno-werbalny pojawia się tu na samym końcu, gdyż pełni wyłącznie podrzędną rolę potwierdzającą. W czasie zawodów żużlowych komentatorzy podsumowują wyścig bezpośrednio po jego zakończeniu, informując widzów o miejscach zajętych przez poszczególnych zawodników, a dopiero później pojawia się przekaz ikoniczno-werbalny potwierdzający ich słowa. W trakcie konkursu skoków narciarskich sytuacja jest bardziej skomplikowana, zdarza się, że komentatorzy zapowiadają zawodnika już po wyświetleniu na ekranie przekazu ikoniczno-werbalnego. Z reguły jednak zapowiedź następuje wcześniej, stąd przyporządkowanie tej sytuacji właśnie do relacji nadrzędności słowa.



Zdjęcie 6. Przykład relacji nadrzędności słowa w piłce nożnej, skokach narciarskich i żużlu

Źródło: zrzut ekranu z internetowych transmisji programów telewizyjnych Canal+ oraz TVP1

Relację niezależności słowa i obrazu cechuje to, że słowo i obraz nie są ze sobą powiązane. Komentatorzy nie zwracają więc uwagi na przekazy ikoniczno-werbalne, które pojawiają się na ekranie. Mogą one np. sygnalizować widzowi wynik spotkania, numer i okrążenie wyścigu albo być elementem reklamy lub autoreklamy (zdjęcie 7). Oczywiście kiedy któraś z drużyn zdobywa gola, komentatorzy informują o tym odbiorcę, jednak swoje wypowiedzi opierają na wydarzeniach dziejących się na boisku, a nie na przekazie ikoniczno-werbalnym umieszczonym w górnym, zazwyczaj lewym, rogu ekranu. Podobnie przedstawia się kwestia czasu pozostałego do końca meczu. Przekaz ikoniczno-werbalny informujący o czasie spotkania jest wyświetlany obok rezultatu, i choć komentatorzy czasem informują widza, która jest minuta, to jednak nie robią tego co kilkanaście sekund, a przekaz ikoniczno-werbalny jest widoczny nieustannie (z wyłączeniem przerw na powtórki). Relacja niezależności słowa i obrazu jest szczególnie powszechna w piłce nożnej. W żużlu i skokach narciarskich występuje rzadziej. W przypadku tej pierwszej dyscypliny jest związana przede wszystkim z informacją o kolorach kasków zawodników i numerze wyścigu w trakcie jego trwania. W skokach narciarskich natomiast trudno doszukać się relacji niezależności słowa i obrazu. Okoliczności występowania poszczególnych relacji są zatem zależne od dyscypliny sportu.

Niektóre przekazy ikoniczno-werbalne trudno jednoznacznie zaklasyfikować, ponieważ sytuują się na pograniczu dwóch relacji i wiele zależy tu od zachowania komentatorów, którzy pełnią rolę gospodarzy programu i mają kluczowy wpływ na przebieg komunikacji telewizyjnej (Sitkowska 2013: 193–195). Kiedy w trakcie meczu na ekranie pojawi się np. statystyka odnosząca się do wykonanych rzutów różnych lub oddanych strzałów na bramkę przeciwnika (zdjęcie 8), to dziennikarze mogą odnieść się do niej (relacja nadrzędności obrazu) lub ją przemilczeć (wówczas należałoby taki przekaz zaklasyfikować do relacji niezależności słowa i obrazu).

Oczywiście to tylko wybrane przykłady, na których omówiłem trzy relacje występujące w ramach przekazów ikoniczno-werbalnych w transmisjach dyscyplin sportowych. Sama logowizualność jest wykorzystywana również m.in. do określania prędkości najazdowej skoczków narciarskich, liczby widzów na stadionie, posiadania piłki czy przedstawiania sędziów. Jest ona obecna zarówno przed zawodami, w ich trakcie, jak i po zakończeniu zawodów. Choć brak informacji dotyczących posiadania piłki czy liczby rzutów różnych w trakcie meczu piłki nożnej lub brak wiadomości dotyczących prędkości najazdowych skoczków narciarskich nie wpłynie negatywnie na odbiór przekazu, to brak informacji o minucie i wyniku meczu lub notach ogólnych może wywołać dyskomfort, szczególnie wśród osób, które dołączyły do oglądania zawodów w trakcie ich trwania.



Zdjęcie 7. Przykłady relacji niezależności słowa i obrazu

Źródło: zrzut ekranu z internetowych transmisji programów telewizyjnych TVP1 oraz Canal+



Zdjęcie 8. Przykłady przekazów ikoniczno-werbalnych na pograniczu dwóch relacji

Źródło: zrzut ekranu z internetowych transmisji programów telewizyjnych Canal+ oraz Eleven Sports

Całokształt tych zabiegów Iwona Loewe (2016: 216) nazwała mnemotechniką, która polega na powtarzaniu tego samego za pomocą kilku kodów semiotycznych. Jednym z nich jest dźwięk, czyli komentarz dziennikarski towarzyszący współzawodnictwu, drugim – ruchomy obraz, czyli transmisja zawodów sportowych, trzecim elementy graficzne, a czwartym pisaność wtórna. W przypadku transmisji zawodów sportowych trzeci kod jest właściwie nierozłączny z czwartym – tworzą one przekaz ikoniczno-werbalny.

Logowizualność w transmisjach wydarzeń sportowych – funkcje i znaczenie dla odbiorcy

Loewe wyróżniła następujące funkcje logowizualności w programach telewizyjnych: identyfikacyjną (uściślenie czegoś poprzez napis, np. identyfikacja mówcy), deskryptywną (pojawienie się synonimii intersemiotycznych), terapeutyczną (wykorzystanie napisów w celu zwiększenia dostępności telewizji dla ludzi wykluczonych), impresywną (powtarzanie tego samego w postaci mówionej i pisanej jednocześnie), dokumentacyjną (zapisanie ekranu czytany tekst), spójnościową (prezentowanie w tickerach fragmentów wypowiedzi uczestników programów), fatyczną (podtrzymanie kontaktu z widzem), ekspresywną (pozwalającą na zorientowanie się w istocie i tematyce programu – dzięki spojrzeniu na ekran z napisami) i telegeniczną (podnoszenie atrakcyjności danego programu) (Loewe 2016: 221–222).

Ustosunkowując się do funkcji zaproponowanych przez autorkę dla programów informacyjno-publicystycznych, należy zauważyć, że większość z nich występuje również w transmisjach wydarzeń sportowych. Są to funkcje:

- a) identyfikacyjna – może zostać zrealizowana poprzez podpisanie sportowca prezentowanego na ekranie;
- b) deskryptywna – synonimie intersemiotyczne pojawiają się choćby w wyświetleniach tych samych przekazów ikonoczno-werbalnych, zawierających jednak inne dane w przypadku poszczególnych drużyn czy sportowców;
- c) terapeutyczna – jest realizowana nie poprzez samo wykorzystanie napisów i wyświetlanie tego, co mówi komentator, a przez ukazanie danych potrzebnych do właściwego odbioru widowiska, np.: wyniki, czas, statystyki itp.;
- d) impresywna – słowo pisane często powtarza to, o czym mówi komentator;
- e) spójnościowa – określiłbym ją raczej mianem funkcji uzupełniającej, gdyż logowizualność w transmisjach wydarzeń sportowych nie spaja przekazu w całość, a jedynie go uzupełnia;
- f) fatyczna – jest realizowana poprzez podtrzymanie kontaktu z widzem, np. za pomocą wyświetlania statystyk w przerwie czy po zakończonym meczu, a także w czasie konkursu skoków podczas obrad jury;
- g) telegeniczna – telegeniczność rozumiana jako przekaz ikonoczno-werbalny, korzystnie lub efektownie wyglądający na ekranie telewizyjnym jest oczywista, zarówno w programach informacyjno-publicystycznych, jak i w transmisjach wydarzeń sportowych.

W transmisjach wydarzeń sportowych nie pojawia się natomiast funkcja dokumentacyjna, ponieważ na ekranie nie jest zapisywany czytany tekst. Pewnych problemów dostarcza funkcja ekspresywna – jej występowanie jest zależne od

dyscypliny sportu. W swojej klasyfikacji Iwona Loewe nie wyróżniła funkcji informacyjnej, która w przypadku transmisji wydarzeń sportowych jest najważniejsza i ma prymarne znaczenie dla widza. Ułatwia śledzenie rywalizacji sportowej, a w przypadku osób głuchych i niedosłyszających umożliwia jej zrozumienie, pełniąc ponadto funkcję narracyjną, zastępując komentatora, prezentując wszelkie istotne dane w postaci przekazów ikoniczno-werbalnych, które nie wymagają zaangażowania słuchu.

Odpowiadając na pytanie o znaczenie logowizualności dla odbiorców transmisji wydarzeń sportowych, należy stwierdzić, że pełni ona ważną rolę. Pozwala widzom na zdobycie lub uzupełnienie informacji (w zależności od dyscypliny sportu i okoliczności) pomocnych, a niekiedy niezbędnych, w percepcji zawodów. W połączeniu z komentarzem dziennikarza pozwala na komfortowe śledzenie rywalizacji, ogranicza też wykluczenie osób głuchych i niedosłyszających. Logowizualność z jednej strony umożliwia pełnowartościowy odbiór zawodów, a z drugiej uatrakcylnia widowisko. Z tych powodów jest niezbędnym elementem w transmisjach wydarzeń sportowych.

Podstawową funkcją logowizualności w transmisjach wydarzeń sportowych jest funkcja informacyjna. Występuje ona w ramach każdej dyscypliny i, jak sama nazwa wskazuje, ma na celu dostarczenie widzowi wiadomości niezbędnych do pełnowartościowego odbioru zawodów, takich jak m.in. personalia zawodników czy osiągnięte wyniki. W ramach transmisji wydarzeń sportowych realizowane są również funkcje wymienione w podpunktach a) – g). Choć sposoby ich wykorzystania bywają różne, co omawiałem na przykładach ikoniczno-werbalnych, to jednak transmisje zawodów piłki nożnej, żużla i skoków narciarskich realizują te funkcje. Regułą nie jest za to występowanie funkcji ekspresywnej. W przypadku piłki nożnej wystarczy spojrzeć na ekran i odbiorca odnajduje najważniejszą informację, czyli wynik meczu, natomiast specyfika rywalizacji w skokach narciarskich jest inna. Wydaje się, że w tej sytuacji decyduje to, czy sport jest indywidualny, czy zespołowy. W przypadku tego pierwszego rodzaju trudniej jest zaprezentować rezultaty poszczególnych zawodników (których jest wielu), w przeciwieństwie do rywalizacji drużynowej, zwłaszcza gdy współzawodniczą ze sobą tylko dwie drużyny. Potwierdzeniem tego mogą być konkursy żużlowe. W ramach meczów ligowych wyniki są stale wyświetlane na ekranie, natomiast w przypadku indywidualnych mistrzostw świata rezultaty są prezentowane tylko po zakończonych wyścigach (zdjęcie 5 i 9).

Warto odnieść się do omówionych w artykule relacji ikoniczno-werbalnych. Częstotliwość występowania poszczególnych jest zależna od dyscypliny – w skokach narciarskich dominuje nadrzędność obrazu, w żużlu relacje nadrzędności

obrazu i słów równoważą się, natomiast w piłce nożnej w trakcie spotkań przeważa nadrzędność słowa, a przed meczami i po nich – nadrzędność obrazu. Relację niezależności słowa i obrazu można zaobserwować w zawodach piłkarskich, rzadziej żużlowych, a w konkursach skoków narciarskich właściwie się ona nie pojawia.

Na zakończenie należy odnotować, że logowizualność występuje w transmisjach telewizyjnych zawodów sportowych niemalże każdej dyscypliny (zdjęcie 10). Badania wykazały, że funkcje logowizualności (szczególnie funkcja ekspresywna) mogą być różne w zależności od rodzaju sportu.



Zdjęcie 9. Przykłady prezentacji wyników w czasie wyścigów żużlowych. U góry zawody drużynowe, poniżej indywidualne

Źródło: zrzut ekranu z internetowych transmisji programów telewizyjnych nSport+ oraz Canal+



Zdjęcie 10. Przykłady występowania logowizualności w innych dyscyplinach sportowych (piłka ręczna, hokej, koszykówka, rzut młotem)

Źródło: zrzut ekranu z internetowych transmisji programów telewizyjnych TVP Sport oraz TVP2

Podsumowanie

Z przeprowadzonej analizy wynika, że każde transmitowane w telewizji zawody sportowe takich dyscyplin jak: skoki narciarskie, piłka nożna i żużel zawierają w sobie logowizualność. Jak wykazały badania, hipotezę badawczą można rozszerzyć również o takie dyscypliny jak m.in.: piłka ręczna, hokej, koszykówka czy nawet rzut młotem, co pokazuje, że słowo pisane jest nierozdzielalną częścią transmisji większości dyscyplin sportowych. Jego głównym celem jest dostarczanie widzowi wiadomości odnośnie do wyników osiągniętych w zawodach przez poszczególnych zawodników czy drużyny – pełni więc funkcję informacyjną. W omawianych transmisjach logowizualność realizuje też funkcje: identyfikacyjną, deskryptywną, terapeutyczną, impresywną, spójnościową/uzupełniającą, fatyczną i telegeniczną, a w wybranych dyscyplinach również ekspresywną – dzięki tym aspektom ułatwia widzom percepcję wydarzeń sportowych. Jest również pomocna w niwelowaniu nierówności społecznych osób głuchych

i niedosłyszających. Wszystkie omówione kwestie dowodzą, że logowizualność jest nierozłącznym i niezbędnym elementem transmisji wydarzeń sportowych, bez którego widzowie mieliby trudności z ich oglądaniem. A w przypadku skoków narciarskich śledzenie rywalizacji bez wyświetlania słowa pisanego na ekranie byłoby pozbawione sensu, gdyż odbiorca nie wiedziałby np. ile punktów otrzymują zawodnicy, a także jakie osiągają odległości i miejsca.

W oparciu o badania Marka Hendrykowskiego udało się wyróżnić trzy typy relacji obrazowo-słownej: nadrzędność obrazu, nadrzędność słowa oraz niezależność słowa i obrazu. Najwięcej różnego rodzaju przekazów ikoniczno-werbalnych występuje w piłce nożnej, w której powszechne są wszystkie trzy typy relacji. W zawodach żużlowych nadrzędność obrazu równoważy się z nadrzędnością słowa, natomiast w konkursach skoków narciarskich dominuje relacja nadrzędności obrazu.

Alicja Kisielewska (2001: 158) uważa, że „[...] w coraz większym stopniu warunkiem porozumienia językowego staje się skuteczność komunikacji, której podstawą jest zatrzymanie uwagi widza”. Jednym z elementów umożliwiających zatrzymanie uwagi widza jest właśnie logowizualność. O ważności słowa pisanego w transmisjach wydarzeń sportowych świadczy fakt, że nadawcy telewizyjni wciąż udoskonalają przekazy ikoniczno-werbalne, zarówno w kwestii szaty graficznej, jak i zawartości merytorycznej.

Bibliografia

- Babbie Earl (2019), *Badania społeczne w praktyce*, Warszawa.
- Burszta Wojciech (2001), *Język hiperrzeczywistości – hiperrzeczywistość języka*, [w:] Sław Krzemień-Ojak, Bogusław Nowowiejski (red.), *Przyszłość języka*, Białystok, s. 133–145.
- Dąbała Jacek (2017), *Multimodalność mediów w czasach audiowizualności a błędy w komunikowaniu*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 232, s. 710.
- Hendrykowski Marek (2005), *Słowo w telewizji*, [w:] Maryla Hopfinger (red.), *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku. Antologia*, Warszawa, s. 274–280.
- Kawka Maciej (2016), *Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, nr 226, s. 294.
- Kisielewska Alicja (2001), *Język telewizyjny – kanon nowej komunikacji?*, [w:] Sław Krzemień-Ojak, Bogusław Nowowiejski (red.), *Przyszłość języka*, Białystok, s. 147–159.

- Kurzowa Zofia (1991), *Badania nad językiem telewizji polskiej. Ilościowy opis słownictwa*, Kraków.
- Lang Annie (2000), *The Limited Capacity Model of Mediated Message Processing*, „Journal of Communication”, nr 50, s. 46–70.
- Lebda Renarda (1981), *Współdziałanie kodu werbalnego i wizualnego w telewizji (problemy badawcze)*, [w:] Władysław Lubaś (red.), *Problemy badawcze języka radia i telewizji*, Katowice, s. 40–42.
- Loewe Iwona (2016), *Logowizualność, czyli słowo pisane w dyskursie telewizyjnym*, [w:] Bożena Witosz, Katarzyna Sujkowska-Sobisz, Ewa Ficek (red.), *Dyskurs i jego odmiany*, Katowice, s. 210–223.
- Lubaś Władysław (1981), *Wstęp*, [w:] Władysław Lubaś (red.), *Problemy badawcze języka radia i telewizji*, Katowice, s. 8–9.
- Maćkiewicz Jolanta (2017), *Badanie mediów multimodalnych – multimodalne badanie mediów*, „Studia Medioznawcze” nr 69, s. 34–40.
- Pisarek Walery (1983), *Analiza zawartości prasy*, Kraków.
- Pisarek Walery (1988), *Retoryka dziennikarska*, Kraków.
- Pisarek Walery (2000), *Język w mediach, media w języku*, [w:] Jerzy Bralczyk, Katarzyna Mosiolek-Kłosińska (red.), *Język w mediach masowych*, Warszawa, s. 9–18.
- Pisarek Walery (2006), *Słownik terminologii medialnej*, Kraków.
- Sitkowska Katarzyna (2013), *Słowo w komunikacji telewizyjnej. Strategie nadawczo-odbiorcze*, Łódź.
- Skarżyńska Monika (2009), *Słowo pisane a/i słowo mówione. Ikoniczność reportażu telewizyjnego*, [w:] Iwona Hofman Danuta Kępa-Figura (red.) (2009), *Współczesne media. Status – aksjologia – funkcjonowanie*, Lublin, s. 459–472.
- Świdziński Marek (2014), *Wprowadzenie*, [w:] Marek Świdziński (red.), *Sytuacja osób głuchych w Polsce. Raport zespołu ds. g/Głuchych przy Rzeczniku Praw Obywatelskich. Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich*, Warszawa, s. 8–12.
- Tardy Michel (1975), *Procès linguistiques et procès iconographiques dans les messages télévisuels*, „Langue française”, nr 28, s. 112–123.
- Trojanowska-Bis Agnieszka, Francuz Piotr (2007), *Rozumienie przekazu audiowizualnego zawierającego „tekst taśmowy” (TV-ticker) przez osoby zależne i niezależne od pola*, [w:] Piotr Francuz (red.), *Psychologiczne aspekty komunikacji audiowizualnej*, Lublin, s. 67–86.
- Warchala Jacek (1981), *Próba typologii języka telewizji*, [w:] Władysław Lubaś (red.), *Problemy badawcze języka radia i telewizji*, Katowice, s. 34–35.
- Wiśniewska Dominika (2020), *Zdrowie psychiczne g/Głuchych Polaków a organizacja pomocy psychiatryczno-psychologicznej*, [w:] Barbara Imiołczyk (red.), *Osoby głuche w Polsce 2020. Wyzwania i rekomendacje*, Warszawa, s. 63–68.