

EWOLUCJE I REWOLUCJE W WYBRANYCH GATUNKACH DZIENNIKARSKICH PO 1989 ROKU (REPORTAŻ I ARTYKUŁ WIRALOWY)

Od dawna wiadomo, że przemiany społeczno-polityczne wyznaczają artystom i dziennikarzom drogę rozwoju.¹ Z jednej strony brak wolności słowa prowadził i prowadzi do eksperymentów trudno zrozumiałych dla zwykłych odbiorców (stosowanie podtekstów, wieloznaczność wypowiedzi, hermetyczność przekazu), z drugiej natomiast zbytnia wolność rozleniwia i nie zmusza do stosowania wyszukanych form przekazu. Mówienie o rzeczywistości jest sztuką. O rzeczywistości mówią artyści, pisarze, ale także dziennikarze, którzy pokazują ją słowem (prasowi), dźwiękiem (radiowi) i obrazem (telewizyjni).

W minionych trzech dekadach, pod wpływem rozwoju technik elektronicznych i zmiany świadomości odbiorców mediów dzięki wolności słowa, doszło do ewolucji w rozwoju reportażu. W gatunkach dziennikarskich nastąpiła także swego rodzaju rewolucja. Pojawił się bowiem nowy gatunek – artykuł wiralowy, który nieoczekiwanie zrobił szybką i wielką karierę.

REPORTAŻ

W latach 1945–1989 w Polsce Ludowej ówczesna władza narzucała twórcom kultury, a więc i dziennikarzom, wzory mówienia o rzeczywistości. Nie wolno im było dzielić się spostrzeżeniami wprost, tak jak je przeżywali, pokazywać zła systemu autorytarnego, przedstawiać prawdy. Stosowali kamuflaż.² Najbardziej widoczny zakamuflowany przekaz można było dostrzec w reportażu. Kamuflaż polegał na tym, że dziennikarze, reporterzy korzystali z chwytów znanych literaturze³ (obrazowanie, gry słowne, prawdopodobieństwo). Tak pisali m.in. Melchior

¹ Por. Burkot 1984, Kleiner 1990, Matuszewski 1992, Święch 1997, Markiewicz 1999, Wolny 1991.

² Por. Bereś 2004, 11–12 oraz Wolny-Zmorzyński 2004, 72.

³ Tamże.

Wańkowicz, Stefan Kozicki, Joanna Siedlecka, Barbara N. Łopieńska, Jerzy Lovell, Romuald Karaś, Ryszard Kapuściński. Stworzyli poetykę reportażu, czerpiąc najlepsze wzory z literatury polskiej i obcej (m.in. Henryk Sienkiewicz, Fiodor Dostojewski, Ernest Hemingway). Ich reportaże czyta się, nawet po siedemdziesięciu latach od chwili publikacji, z nie mniejszym zainteresowaniem, niż czytali je współcześni, którzy ciekawi byli danego zdarzenia. Reportaż pisany zastępował dzisiejszą wszechobecną telewizję. Reporter musiał więc odtworzyć zdarzenia, wywołać obrazy, przywołać bohaterów. Reporterzy, chcąc nie chcąc, korzystali z chwytów literackich, by jak najwierniej i obrazowo opowiedzieć o zdarzeniach.

Po 1989 roku reporterzy, odchodząc od przyzwyczajień mijającej, autorytarnej epoki, zaczęli dokonywać zmian w poetyce gatunku. Zmiany te dotyczą następujących sfer:

- tematu podejmowanego przez reporterów;
- formy (budowy, kształtu);
- języka;
- postaw reportera;
- nośników.

Zmiany w sferze tematu zależą od sytuacji politycznej, społecznej, gospodarczej, obyczajowej. Dziś łatwiej jest pisać o homoseksualistach, transwestytach, wszelkich upodobaniach seksualnych, czytamy o tym np. w reportażu z Hiszpanii Aleksandry Lipczyk *Ludzie z placu słońca* [2017].

Ponad 25 lat temu, gdy Mariusz Szczygieł napisał oficjalnie i bez zahamowań o onanizmie w reportażu *Onanizm polski* (wydanym w 1996 r. w książce *Niedziela, która zdarzyła się w środę*) – spotkało się to z krytyką i potępieniem obyczajowym. Ponad trzydzieści lat temu nie można było podejmować i ujawniać tematów dotyczących działań milicji obywatelskiej i służby bezpieczeństwa. Obecnie, dokładnie: pięć lat temu, napisała o tym Anna Kłys w obszernym, mającym książkową formę reportażu *Brudne serca. Jak zafalszowaliśmy historię chłopców z lasu i ubeków*. Napisała prawdę, która pokazała jej rodzonego ojca jako „prześladowcę chłopców z lasu”. Natomiast Magdalena Grzebałkowska w książce *1945. Wojna i pokój* [2015] zawarła opowieść o wypędzeniach Niemców i wypędzeniach Polaków ze Śląska, Mazur i Pomorza, a Krzysztof Ziemięć w reportażu *Wysiedleni. Akcja „Wisła” 1947* [2017] – o wysiedleniach ludności ukraińskiej z południowo-wschodniej Polski w 1947 roku na tereny zachodnie.

W latach osiemdziesiątych XX wieku o działaniach Armii Krajowej pisano sporadycznie, do popularnych reporterów należał natomiast np. Cezary Chlebowski, przedstawiający historię i działania Armii Ludowej i Batalionów Chłopskich. Po 1989 roku reporterzy podejmują otwarcie wszelkie tematy historyczne, odsłaniają problemy trudne i niewygodne, niekiedy za swój obowiązek uznając informowanie o tym, co inni chcą

ukryć. Mogą wreszcie rozliczać przedstawicieli władzy z wszelkiego rodzaju nadużyć i uprawiać także z powodzeniem dziennikarstwo śledcze (m.in. Jerzy Jachowicz, Anna Marszałek, Witold Gadomski, Marek Bala-wajder, Tomasz Patora, Wojciech Sumliński).

Jeśli chodzi o zmiany w sferze formy – zbliżają reportaż do *feature*. Ta nazwa wypowiedzi prasowej jest znana w USA od lat przedwojennych, a od lat sześćdziesiątych XX wieku – na zachodzie Europy. *Feature* oznacza relację, która prócz podstawowych faktów o rzeczywistości realnej zawiera szereg ubocznych tworzących niejako tło informacyjne wydarzeń. Autor wychwytuje z garści faktów najistotniejszy aspekt sprawy i na nim się skupia. *Feature* wprowadzie – podobnie jak reportaż – zajmuje się wycinkiem rzeczywistości, takim, który wskazuje nie na cały obraz życia ludzkiego, ale na jego istotny dla odbiorcy fragment. *Feature* odmiennie niż reportaż (w reportażu kompozycja jest luźniejsza; jest możliwość stosowania inwersji), ujmuje fakty zgodnie z chronologicznym ich przebiegiem. Autor *feature* opisuje zdarzenia, ale w sposób zdawkowy, wybiórczy. Ogranicza się do uwag, określających zachowanie postaci. Typologia *feature* pozwala dziennikarzowi prześlizgiwać się po zdarzeniach, pobieżnie orientując czytelnika w tematyce zagadnienia. To, czego nie powie sam reporter, zastąpione jest najczęściej fotografiami bohaterów oraz miejsc, gdzie zdarzenia się odbywały.⁴ Czytelnik nie wyczuwa obecności autora *feature*. Jego subiektywne nastawienie do opisywanych wypadków przejawia się w sposobie prezentacji, a nie określeniach komentujących.⁵

Nieistotne w tym wypadku jest ukazanie wszystkich faktów, ale wyselekcjonowanie tych najważniejszych, pokazanie problemu nawet poprzez niedopowiedzenie niektórych szczegółów, by odbiorca miał możliwość ostrzejszej percepcji prezentowanego zjawiska.⁶

Jeśli porównać *feature* z reportażem – *feature* to szkic (jak chce tego definicja słownika oksfordzkiego),⁷ a więc forma prostsza, niewymagająca od autora wywoływania nastroju, charakterystyki bohaterów i środowiska. Przywiązuje on bowiem wagę do pokazania głównych zarysów zagadnienia.⁸

Normy estetyczne oraz cechy strukturalne reportażu i *feature* z jednej strony łączy bardzo wiele, z drugiej zauważa się różnice. Oba gatunki traktują o danym, konkretnym wydarzeniu zawierającym w sobie element nowości i autentyczności. Wyeksponowanie pojedynczego wydarzenia i wyeliminowanie wątków ubocznych sprzyja zwartej konstrukcji *feature*. W reportażu nadmiar elementów plastycznych, zarysowujących

⁴ Wolny-Zmorzyński 2003, 71.

⁵ Tamże.

⁶ Tamże.

⁷ *Oxford Dictionary* 1964, 442.

⁸ Wolny-Zmorzyński 2003, 70.

tło zdarzeń i charakteryzujących bohaterów, jest koniecznością,⁹ w *feature* – nie.

W reportażu sztuka odtwarzania rzeczywistości zmusza reportera do stosowania reguł bliskich literaturze. W *feature* obrazy są chronologicznie uporządkowane, prezentowane zgodnie z przebiegiem akcji. Brak w nim plastycznych opisów, ubarwiających wypowiedź reportera. *Feature* to nie uproszczenie gatunku, ale surowe trzymanie się przez reportera rzeczywistości bez wywoływania atmosfery i nastroju prezentowanych zdarzeń.¹⁰ *Feature* to po prostu odpowiedź na zapotrzebowanie chwili – szybki przekaz; orientowanie odbiorcy w tym, co się gdzieś niedaleko niego wydarzyło.

Feature jest wygodne dla redakcji: nie zajmuje dużo miejsca w gazecie, nie zabiera redaktorowi czasu na przygotowanie materiału, bo wystarczy sygnalizować problem. Tekst jest oszczędny, ma być efektywnie napisany.

Na szczęście z techniki *feature* nie wszyscy reporterzy korzystają. To forma dla mało ambitnych i chcących konkurować szybkością przekazu informacji z mediami elektronicznymi (radiem, telewizją, Internetem). *Feature* wyraźnie stosowany w pismach, którym bardziej zależy na sensacji, może być uznany za reportaż i tak będzie pewno określany przez dziennikarzy, ale wyraźnie należy podkreślić, że różni się od reportażu, w którym najważniejszy jest człowiek i pokazanie jego problemu (w Polsce – reportaż literacki,¹¹ we Francji reportaż wielki¹²).

Mimo rozwoju mediów elektronicznych, przy szczególnym zainteresowaniu odbiorców telewizją, wbrew pozorom reportaż pisany ma się dobrze. Jest także przedmiotem badań medioznawczych, językoznawczych, literaturoznawczych, a także samych dziennikarzy.¹³

Obecnie, po 1989 roku, dziennikarze, szukając najprostszyc form mówienia o rzeczywistości, często zobligowani są przez pracodawców do kierowania się względami ekonomicznymi, a nie artystycznymi (oszczędność miejsca).

Na początku lat 90. XX w. obawiano się, że nadchodzi zmierzch reportażu. Jednak Małgorzata Szejnert, kierownik działu reportażu w „Gazecie Wyborczej”, stworzyła w tym czasie szkołę reportażu. Wyszło z niej wielu reporterów dziś znanych i uznanych, m.in. Mariusz Szczygieł, Wojciech Tochman, Wojciech Jagielski, Beata Pawlak, Jacek Hugo-Bader, Lidia Ostałowska.

⁹ Tamże, s. 68–71.

¹⁰ Tamże.

¹¹ Por. Wolny-Zmorzyński 2004, 7–26.

¹² Raboy 1995, 180 i 183.

¹³ Por. Wolny-Zmorzyński 2004, Furman, Kaliszewski, Wolny-Zmorzyński 2000, Rejter 2000, Wojtak 2004, Piechota 2002, Sztachelska 1997, Szydłowska 2001, Owsiany 1996.

Małgorzata Szejnert podpowiadała młodym adeptom sztuki reportażu, by opierali się na tradycyjnych wzorach, by zwracali uwagę na budowę tekstu, zarówno na treść, jak również konstrukcję zewnętrzną i wewnętrzną, a także by wychodzili naprzeciw oczekiwaniom współczesnego odbiorcy:

- tytuł ma przyciągać uwagę czytelnika, ma być intrygujący, jak w *feature* (np. *Cygan to ja* – Lidii Ostałowskiej; *Niedziela, która zdarzyła się w środę* – Mariusza Szczygła; *Czekam pod adresem Berlin czy Jakbyś kamień jadła* Wojciecha Tochmana);
- tekst (korpus) należy dzielić na wyraźnie zaznaczone części, osobno zatytułowane (śródtytuły), co ułatwia czytanie i porządkuje wiedzę odbiorcy o prezentowanych wydarzeniach tak jak w *feature*;
- tekst ma zestawiać fakty, opisywać bohaterów i środowisko plastycznie, by odbiorcy mogli sobie wyobrazić postacie i dane miejsca (obrazowanie, ale z naciskiem na rysy szczególne bohaterów i miejsc, czyli znów podobnie jak w *feature*);
- tekst ma oddawać klimat zdarzeń poprzez wciąganie odbiorców w śledzenie zdarzeń z punktu widzenia bohatera – iluzja uczestnictwa¹⁴ (chwyty literackie: patrzę na świat oczami postaci).

To reportażowe wzory zaczerpnięte z Melchiora Wańkowicza, unowocześnione i z powodzeniem zastosowane jeszcze wcześniej przed 1989 rokiem m.in. przez Krzysztofa Kąkolewskiego, Ryszarda Kapuścińskiego, Romualda Karasia, Jerzego Lovella, Dorotę Terakowską, Barbarę N. Łopieńską.

Najbardziej dziś popularny i znany – zmarły w 2007 roku – Ryszard Kapuściński (z ostatniego okresu można wymienić choćby *Heban 2002* i *Podróże z Herodotem 2004*) – odbiega od szczegółowości na rzecz opisu problemu w taki sposób, by odbiorca miał wrażenie, że przeżywa go wspólnie z bohaterami (gra między nadawcą a czytelnikiem).

Samo prezentowanie faktów na zasadzie: oto one, proszę patrzeć, tak wyglądają – odmiennie niż w *feature* – nie porywa odbiorcy. Fakty zaspakajają jego ciekawość, ale nie pozwalają mu się zżyć z nimi. Sztuką jest więc pisanie reportażu w taki sposób, by zaprezentować problem widziany oczami bohaterów, obrazowo przedstawiać postaci i środowisko, z którego się wywodzą. W takiej konwencji poetyckiej napisane są reportaże autorstwa R. Kapuścińskiego, podobnie piszą: M. Szczygieł, W. Jagielski, pisały L. Ostałowska, B. Pawlak. Świat obserwowany oczami bohaterów staje się nam bliski, a zaprezentowane postaci znajome, ponieważ patrzymy na nie tak jak one same na siebie. I to jest sztuka reportażu.

W zmianie formy przoduje obecnie Mariusz Szczygieł. Stosuje on z powodzeniem reportaże niewielkich rozmiarów w formie miniatury lub

¹⁴ Na podstawie badań reportażu w „Gazecie Wyborczej” oraz rozmów z reporterami, wychowankami Małgorzaty Szejnert.

przypowieści, np. w zbiorze reportaży pt. *Gottland* [2006], lub zamieszcza tekst w tekście – jak w reportażu *Projekt: prawda* [2016], w który włączył całą – bez skrótów – powieść Stanisława Stanucha *Portret pamięci z 1959 roku*, by pokazać, jak reporter, „polując” na cudzą prawdę i opierając się na niej, może się dowiedzieć czegoś więcej także o sobie samym.

Nie straciła nic na aktualności, a może jeszcze bardziej stała się popularna, forma prezentowania rzeczywistości z punktu widzenia bohaterów, czyli dopuszczania ich bezpośrednio do głosu, bez pośrednictwa reportera (polifoniczność wypowiedzi) dzięki literackiej Nagrodzie Nobla przyznanej za reportaż *Świetłanie Aleksiejewicz*.¹⁵ Znakomicie sprawdzają się, stosując tę polifoniczną formę reportażu, reporterzy tacy jak m.in. Marek Miller (np. reportaż o bazarze Różyckiego w Warszawie [2017]), Katarzyna Boni i Wojciech Tochman (*W mieście Ramta z tomu Kontener* [2014]). Forma ta stosowana była z powodzeniem przez Jacka Stworę w latach 70. ubiegłego wieku (m.in. *Co jest za tym murem?* [1977]) oraz przez Ryszarda Kapuścińskiego w *Cesarzu* [1976].

Na marginesie należy zaznaczyć, że podobnie wysoki poziom publikacji zachowały reportaże radiowe i telewizyjne. W natłoku faktów i zdarzeń dziennikarze popełniają błąd terminologiczny, określając newsy, wzbogacone o efekty dźwiękowe, reportażami. Podobnie jest w telewizji. Reportaże telewizyjne¹⁶ i radiowe, choć kierują się odmienną poetyką niż reportaże pisane przed 1989 rokiem, różnią się wyłącznie tempem przekazu (dramaturgia) i krótszym czasem emisji, a prestiżowa nagroda „Prix Italia” dla najlepszego reportażu radiowego, wręczona we wrześniu 2004 roku Annie Sekudowicz i Annie Dudzińskiej z Polskiego Radia Katowice za reportaż *Cena pracy o bezrobociu na Śląsku*, świadczy niezbitnie o wysokim poziomie polskiego reportażu radiowego.¹⁷

Reportażu telewizyjnego i jego poetyki przekazu, z zaznaczeniem, że bohater i jego problemy są najważniejsze, a nie zdawkowo prezentowane, bronią reporterzy telewizyjni, m.in. Ewa Borzęcka, Andrzej Fidyk, Krystian Przysiecki czy Irena i Jerzy Morawscy, Tomasz Patora. Pozwalają wierzyć widzom, że nie liczy się tylko sensacja w przekazie medialnym, ale także szary człowiek i jego sytuacja.

Ogromna zmiana nastąpiła w **sferze języka**. Dominuje skrótowość, szybkość przekazu. To nie jest język wańkowiczowski, wzorowany na Sienkiewiczu. Nie ma już miejsca na długą frazę, rozbudowane opisy. Cechuje go dziś zwięzłość, trafianie od razu w sedno, nazywanie rzeczy po imieniu, wprost. Jako przykład można przywołać reportaże Marcina Kołodziejczyka z tomu *Bardzo martwy sezon. Reportaże naoczne* [2016], które charakteryzuje dość obrazowa fraza, ale zdania są krótkie, szybko

¹⁵ Świetłana Aleksiejewicz stosuje formę polifoniczności.

¹⁶ Guzek 1999, 187–197.

¹⁷ W 1972 roku Jacek Stwora nagrodzony „Prix Italia” za reportaż *Pasja, czyli Misterium Męki Pańskiej w Kalwarii Zebrzydowskiej widziane*.

trafiają do świadomości odbiorcy, który potrafi się skupić na nich i na wynikającym z nich przekazie.

Zmiana nastąpiła także w **postawie reportera**. Charakteryzuje go bezpośredniość, brak skrepowania w mówieniu o trudnych sprawach, co wiąże się obecnie ze zmianą obyczajów – pokazywaniu i nazywaniu wszystkiego wprost, wyciąganiu od bohatera najintymniejszych szczegółów z życia prywatnego: np. reportaże Mariusza Szczygła *Projekt: prawda* czy Bartosza Jastrzębskiego i Jędrzeja Morawieckiego *Jutro spadną gromy* [2015].

Od reportera odbiorca oczekuje obecnie nie tylko pokazania i ujawnienia problemów, ale wydobywania prawdy z prezentowanych historii, dotarcia do przyczyn tragedii. Reporter stał się dzisiaj dla odbiorcy autorytetem, któremu się wierzy, stąd taka popularność gatunku (serie reportaży w wydawnictwach m.in. „Czarne”, „Wielka Litera”, „Znak”, „Dowody na Istnienie”), zastępuje dziadków, ojca, matkę, którzy byli kiedyś autorytetami, mówili, co widzieli, co przeżyli, gdzie byli. Reporterzy wypełnili tę pustkę, stali się głosem prawdy, nigdy fałszu czy samolubstwa ani kłamstwa, pomagają także realizować pasje, podpowiadając na przykładach z życia wziętych, jak dochodzić do celu.

Dzięki **nośnikom (Internetowi)** nastąpiła zmiana nie tylko w rozpowszechnianiu reportażu, ale jego tworzeniu. Internet zmienił formę reportażu pisanego na interaktywny – czytany na smartfonach. Tekst połączony ze zdjęciami i materiałami wideo, które uruchamiają się automatycznie w miarę przesuwania się stron, zastosował Jacek Hugo-Bader [19 XII 2013] w reportażu *Boskie światło* o tragedii na Broad Peak. Technika tego reportażu wzorowana jest na reportażach przygotowywanych przez zespoły „New York Timesa” i „Guardiana” (najbardziej znany tego typu reportaż to *SNOWFALL* z „New York Timesa”¹⁸).

Mimo zmiany nośników reporterowi przyświeca ta sama idea co wcześniej: pokazać to, czego nie widział ten, kto się chce o danej sprawie dowiedzieć.

Reportaż i reporterzy, korzystając obecnie z udogodnień technik medialnych, mogą tylko rozwijać i udoskonalać formę przekazu. Reportaż był i jest gatunkiem potrzebnym, pozwala bowiem odbiorcy zrozumieć problemy innych, a dzięki temu i jego własne. Reportaż wzbogaca wiedzę o świecie, pokazuje ludzi i ich reakcje na różne, często trudne sytuacje, uczy, jak panować nad emocjami, jak przewycięzać przeciwności losu, jak żyć. Reportaże są lustrem, w którym odbijają się sprawy odbiorców, ale widzą się oni jakby oczami innych, dlatego łatwiej im zastanowić się nad czymś, z czym może nie potrafią się uporać w danej chwili. Nabranie dystansu do problemu pozwala zatrzymać się nad sobą i odpowiedzieć

¹⁸ Michał Prysłowski, *Boskie światło – pierwszy w Polsce reportaż interaktywny*, www.plio.pl

na pytanie, co jest ważne. Reportaż był, jest i będzie świadectwem epoki, dokumentem dla następnych pokoleń.

Poetyka reportażu pisanego, w świetle rozwoju mediów i technik medialnych, świadczy niezbitnie na jego korzyść, będzie on bowiem coraz bardziej spełniał, w dobie zalewu informacji, funkcję uzupełniającą do wiadomości prasowych i relacji, szerzej traktując problem i prezentowane zjawiska oraz bohaterów.¹⁹

ARTYKUŁ WIRALOWY

Próżno szukać terminu *artykuł wiralowy* w podręcznikach do gatunków dziennikarskich czy słownikach terminologii medialnej. Pojęcie to funkcjonuje wśród dziennikarzy pracujących dla portali internetowych. Oznacza ono – w najprostszej ujęciu – tekst napisany w taki sposób, by nie tylko zainteresował odbiorcę, ale – w pełnym tego słowa znaczeniu – dotkliwie wrył się w jego psychikę, wpłynął na niego, poruszył nim nawet do tego stopnia, by nie dawał spokoju i wymuszał dalsze dzielenie się zdobytą wiedzą na dany temat z innymi odbiorcami, rozprzestrzeniał się jak wirus (z ang. *viral*) i zataczał coraz szersze kręgi wśród czytelników. To typowy gatunek dziennikarstwa internetowego, w szybkim tempie, niemal w czasie rzeczywistym, trafia pod wskazany adres, potem przesyłany jest dalej i dalej, w nieskończoność, do momentu, aż zainteresowanie nim w sieci wygaśnie.

Termin ten trafił do dziennikarstwa internetowego za sprawą marketingu wiralowego zwanego reklamą wiralową, polegającą na swoistych planowych działaniach, wywołujących sytuacje, w których odbiorcy sami między sobą zaczynają rozpowszechniać wiadomości na temat usług, produktów czy firm.²⁰ Podobnie ma się dzieć z tematem, który poruszany jest w artykule wiralowym.

Artykuł wiralowy to termin pojemny. Może się w nim mieścić kilka gatunków dziennikarskich, pojęcie to bowiem używane jest zamiennie na określanie gatunków informacyjnych, m.in.: relacji, sprawozdania, reportażu, i publicystycznych, m.in.: artykułu publicystycznego, felietonu, komentarza, recenzji, czy wreszcie pogranicznych – szczególnie wywiadu. Trudno jest dlatego wyznaczyć jego cechy dystyngtywne, jeśli chodzi o kompozycję (to zależy od konkretnego gatunku).

Artykuł wiralowy jest materiałem, tekstem, który ma „zarażać” odbiorców wyłącznie tematem. To właśnie interesująco przedstawiona treść jakiegoś zdarzenia, problemu, historii jest podstawowym wyznacznikiem tego gatunku.

¹⁹ Por. Haller 1997, 67.

²⁰ Por. Rosiński 2012.

Jak zatem opowiedzieć historię, jak przyciągnąć uwagę czytelnika do problemu, jak wpłynąć na to, by zaprezentowane fakty wryły się w psychikę odbiorcy, by ten z przejęciem nie tylko opowiedział komuś drugiemu o tym, czego się dowiedział z artykułu, ale przede wszystkim polecił go innym w lawinie przeróżnych informacji, płynących z portali internetowych, zalewie wiadomości z kraju i ze świata, o których potencjalny czytelnik chciałby się od razu wszystkiego dowiedzieć, nagle, po wejściu na daną stronę internetową? Co wybrać z ogromu materiałów, czym się zainteresować, co pominąć, a czego nie zlekceważyć? Co zatem może zdecydować o tym, że tekst zawładnie odbiorcą?

Pierwsza cecha to tytuł. Ma być jak magnes, przyciągać uwagę. To wizytówka całości tekstu, zapowiedź czegoś interesującego, zwrócenie uwagi na istotny problem. To też pierwszy kontakt czytelnika z materiałem, który już musi go „zainfekować”.

Już w badaniach literaturoznawczych zwracano uwagę na to, że czytelnik kieruje się najczęściej tytułem, podejmując lekturę²¹ tekstu. Jego stosunek do treści powinien się wiązać z intencjami autora, któremu zależy na uwypukleniu problemu, podkreśleniu istotnych zjawisk, które to właśnie tytuł wysuwa na plan pierwszy. Tytuł artykułu wiralowego ma od razu działać na psychikę i uczucia odbiorcy, pobudzać ciekawość jak później cały tekst, np. 8 października 2019 roku w Onecie.pl mogliśmy znaleźć następujące tytuły:

*Nauczycielowi dał w twarz, rzucił ławkami;
Biedroń ratował 2-latkę z płonącego auta;
Pierwszy zarzut w sprawie molestowania żołnierki w Żandarmerii Wojskowej.*

To nie krój czcionki tytułu artykułu wiralowego czy jej wielkość „krzyczą”, ale intrygująca zbitka słów, imiona i nazwiska celebrytów, o których czytelnik chce się czegoś dowiedzieć, cytat z wypowiedzi znanego polityka, który nawiązuje do drażliwej przeszłości, tytuły w formie pytania, wzmagające dociekliwość, przyciągają uwagę internauty, wyzwalają w nim emocje: ciekawość, radość, wścickość, przerażenie, irytację, oburzenie, gniew,²² ponieważ tytuł jest środkiem emotywnego nastawienia odbiorcy do tekstu.

Do napisania artykułu wiralowego – jak i każdego innego – potrzebna jest dobra znajomość tematyki, odczytanie, rozmowy z ludźmi, zbliżenie się do nich, umiejętność plastycznego odtwarzania zdarzeń. Samo zbieranie materiału związane jest w większości sytuacji z przyjemnościami, poznawaniem interesujących przysłów, czasem wszakże także z niebezpiecznymi zdarzeniami, w których znajdzie się dziennikarz. Opowiedzenie o tym samo w sobie może elektryzować zarówno nadawcę, jak i odbiorcę,

²¹ Por. Markiewicz 1977, 21.

²² Por. Berger, Milkman 2011, 2–4.

choć nie zawsze może wszystkich „zarazić”. Przecież zdarza się i tak, że są osoby odporne na tego typu działania, czym dziennikarz – w tym wypadku – raczej się nie zniechęca.

Dziennikarza redagującego artykuły wiralowe charakteryzuje spostrzegawczość, zmysł obserwacyjny, znajomość psychologii, celny dowcip, dzięki czemu wpływa na uczucia odbiorców. W kompozycji najważniejsze są dwa pierwsze akapity artykułu wiralowego. To ich treść chwyta czytelnika „za gardło”, a następnie trzyma w napięciu do końca tekstu. Autorzy osiągają sukces, gdy stosują krótkie zdania, używają języka potocznego, plastycznego, wywołującego w świadomości odbiorcy obrazy, które umie on sobie wyobrazić.

Autorzy artykułów wiralowych unikają przymiotników takich jak np. *fenomenalny, majestatyczny, szokujący, wyśmienity, obrzydliwy*. To wynika z treści i opisanych sytuacji, że coś jest fenomenalne, wspaniałe, wyśmienite, odrażające. Autorzy pokazują (!) zdarzenia, sprawiają iluzję rzeczywistości, by odbiorca miał wrażenie, że uczestniczy w przedstawianych historiach. Najważniejsze jest w nim owo pokazanie (!), a więc obrazowe ujęcie tematu, omówienie faktów, zastanawianie się nad nimi wspólnie z czytelnikiem. Aktualna jest w tym wypadku rada Melchiora Wańkowicza, który ucząc córkę Martę pisaną, zalecał:

– Przecież nie idziesz na referenta Urzędu Pocztowego, żebyś miała wszystko po kolei opisywać. Cóż to lekcja, aby zbyć, czy pisanie? Natęż się panna: nie masz prawa pisać, nim nie wywołasz obrazu. Masz opisywać, a nie referować.²³

Najważniejsze w artykule wiralowym jest plastyczne zaprezentowanie problemu, które ma się wylaniać z opowieści dziennikarza, będącego gospodarzem, oprowadzającym odbiorców po tematach, które sam wcześniej dobrze poznał, dysponuje faktami i tak je dawkuje, by wzmagać zaciekawienie odbiorcy. Efekt taki osiąga się dzięki stosowaniu wartkiej opowieści, ilustrowanej celnymi przykładami z życia bohaterów, które mają być w taki sposób zaprezentowane, by czytelnik umiał się do nich sam ustosunkować.

Autorzy artykułów wiralowych przywołują często bezpośrednio krótkie wypowiedzi opisywanych osób w formie cytatów lub dialogu z innymi bohaterami, co w pewnym sensie także zbliża te postaci do odbiorców. Przeciwnie stawiają także kontrowersyjne wypowiedzi dwóch, trzech bohaterów, co wzmaga również zainteresowanie i naświetla problem z kilku punktów widzenia. Dziennikarz tym samym zwolniony jest tu z charakterystyki postaci. Przywołuje jedynie dane bohatera (inicjały, imię i nazwisko, wiek), który mówi „od siebie”, sam charakteryzuje zdarzenie w sposób nawet emocjonalny, ocenia innych. Autor – w pewnym sensie – jest zwolniony w takim wypadku z obowiązku zachowania poprawności

²³ Wańkowicz 1983, 122.

językowej, bowiem prezentuje „żywą” wypowiedź bohatera, która nigdy nie jest wolna od potknięć stylistycznych.

W artykułach wiralowych dziennikarz jest z jednej strony prokuratorem, poszukującym przyczyn danego postępowania bohatera i analizującym je, z drugiej – także jego adwokatem. W końcowych akapitach tekstu natomiast zachowuje się jak sędzia, który zajmie określone stanowisko.

Artykuły wiralowe cieszą się obecnie ogromnym powodzeniem wśród odbiorców nie tylko portali internetowych, ale i gazet codziennych oraz czasopism. Ich forma raczej jest prosta, treść trafia od razu do wyobraźni czytelnika. W pierwszym akapicie dziennikarz chronologicznie przywołuje pobieżnie fakty po to, aby w następnych analizować zaprezentowaną wcześniej historię, pokazuje dokumenty, którymi dysponuje, omawia je zdawkowo, by zastanowić się razem z czytelnikiem, jakie są przyczyny powstania problemu, z którym bohaterowie nie umieją sobie poradzić. Nie chodzi tu o głębokie dociekania, ale o naświetlenie zjawiska z różnych stron i jego analizę. Obecnie czytelnicy w nadmiarze faktów i spraw dziejących się wokół nich mogą czuć się zagubieni (tzw. szum informacyjny z powodu sporej ilości newsów), więc takie wyjaśnianie faktów i przyczyn postępowania prezentowanych bohaterów spotyka się z dużym zainteresowaniem.

W artykułach wiralowych autor bierze na siebie odpowiedzialność za opinie, które wydaje. Musi więc tę analizę zjawiska przeprowadzić dokładnie i tak argumentować swój punkt widzenia, by był zgodny z jego przekonaniem i sumieniem.

Artykuły wiralowe ilustrowane są często bogatym materiałem fotograficznym. Tematy fotografii i osoby prezentowane na nich muszą być rozpoznawalne – jak chce Robin Good, autor poradnika dla fotoedytorów – błyskawicznie. Odbiorca nie może zastanawiać się, co na nich widać, ale ma wiedzieć od razu, co widzi i dlaczego widzi prezentowany obraz.²⁴

Fotografie oddają nastroj i wzmagają dramatyzm opisywanych wydarzeń, wpływają dodatkowo na wyobraźnię odbiorcy i pomagają mu „zrosnąć się” z prezentowanym materiałem, przenikają do jego psychiki, wyzwalają uczucie podziwu lub odrazy do kogoś lub czegoś, z kim i z czym się zapoznaje w tekście głównym. Każda fotografia połączona z tekstem artykułu sugeruje także jego interpretację, pomaga wyobrazić sobie miejsca, na których dane historie się rozgrywają, przybliżają bohaterów, którzy stają się od razu rozpoznawalni, a tym samym bliżsi odbiorcy.

W fotografiach, będących ilustracją artykułów wiralowych, chodzi wyłącznie o realizm i pokazanie prawdy zastanej sytuacji bez retuszu, zarejestrowanej bez aranżacji. Potwierdzają one prawdziwość przywoływanych historii i zdarzeń. Dzięki fotografiom odbiorca widzi opisywany świat.

²⁴ Por. Good 2007.

PODSUMOWANIE

Tak jak przed 1989 rokiem teksty dziennikarskie były raczej kierowane do wykształconego odbiorcy, który umiał zrozumieć wiele podtekstów, niedomówień i aluzji, tak obecnie autorzy reportaży i artykułów wiralowych mówią wprost o rzeczywistości i świecie, który ich otacza, stosują najprostsze rozwiązania i środki stylistyczne, by jak najszybciej trafić do wyobraźni odbiorcy, a tym samym do jak najszerszego grona czytelników. Sprzyja temu także rozwój technik medialnych (Internetu, fotografii), co dodatkowo pozwala wywoływać u odbiorcy wrażenie, że prezentowane problemy dotyczą także jego samego i potrafi się on w nich odnaleźć. Uproszczenie formy, prostota języka, wskazywanie na sensacyjne tematy wynikają z potrzeby zdobycia rynku. Ekonomia obecnie dyktuje warunki formalne. Czy ta ewolucja daje początek rewolucji? Trudno powiedzieć.

Bibliografia

- W. Bereś, 2000, *Czwarta władza. Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*, Warszawa.
- J. Berger, K.L. Milkman, 2011, *What Makes Online Content Viral?*, „Journal of Marketing Research”, www.jonahberger.com/wp-content/uploads/2013/02/ViralityB.pdf
- S. Burkot, 1984, *Proza powojenna 1945–1980. Analizy i interpretacje*, Warszawa.
- W. Furman, A. Kaliszewski, K. Wolny-Zmorzyński, 2000, *Gatunki dziennikarskie. Specyfika ich tworzenia i redagowania*, Rzeszów.
- R. Good, 2007, *How To Select Appropriate Images For Publication*, www.masternewmedia.org/independent_publishing.htm
- M. Guzek, 1999, *Nowe formy reportażu (dokumentu) w telewizji* [w:] W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński (red.), *Poetyka i pragmatyka gatunków dziennikarskich*, Rzeszów, s. 187–197.
- M. Haller, 1997, *Die Reportage. Ein Handbuch fuer Journalisten*, Konstanz.
- J. Kleiner, 1990, *Zarys dziejów literatury polskiej od początków do 1918 roku*, Wrocław-Warszawa-Kraków.
- H. Markiewicz, 1997, *Tytuły u Żeromskiego* [w:] H. Markiewicz (red.), *W kręgu Żeromskiego*, Warszawa.
- H. Markiewicz, 1999, *Pozytywizm*, Warszawa.
- R. Matuszewski, 1992, *Literatura polska 1939–1991*, Warszawa 1992.
- Oxford Dictionary: The Concise Oxford Dictionary of Current English*, 1964, Oxford.
- E. Owsiany, 1996, *Uleczyć życie, szkic o reportażu* [w:] A. Niczyperowicz (red.), *Abecadło dziennikarza*, Poznań, s. 19–36.
- M. Piechota, 2002, *Jaka Ameryka?*, Lublin.
- M. Prysłopski, 2014, *Boskie światło – pierwszy w Polsce reportaż interaktywny*, www.plio.pl

- M. Raboy, A. Roy, 1995, *Les medias quebécois. Presse, radio, television, cablodistribution*, Montreal–Paris–Casablanca.
- A. Rejter, 2000, *Kształtowanie się gatunku reportażu podróźniczego w perspektywie stylistycznej i pragmatycznej*, Katowice.
- W. Rosiński, 2012, *Reklama w e-biznesie bez tajemnic*, „Gazeta Małych i Średnich Przedsiębiorstw” nr 1(117) z 9.01.2012 roku.
- J. Sztachelska, 1997, *Reporteryje i reportaże. Dokumentarna tradycja polskiej prozy II połowy XIX wieku i początku XX wieku*, Białystok.
- J. Szydłowska, 2001, *Warmia i Mazury w reportażu polskim 1945–1980*, Białystok.
- J. Świech, 1997, *Literatura polska w latach II wojny światowej*, Warszawa.
- M. Wańkiewicz, 1983, *Ziele na kraterze*, Warszawa.
- M. Wojtak, 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin.
- K. Wolny, 1991, *O poetyce współczesnego reportażu polskiego 1945–1985*, Rzeszów.
- K. Wolny-Zmorzyński, 2003, *Reportaż a feature – próba charakterystyki porównawczej*, „Zeszyty Prasoznawcze” nr 1–2, Kraków.
- K. Wolny-Zmorzyński, 2004, *Reportaż – jak go napisać?*, Warszawa.

***Evolutions and revolutions in selected journalistic genres after 1989
(a reportage and a viral article)***

Summary

Over the past three decades, under the influence of the development of electronic techniques and changes in the awareness of media recipients arising from the freedom of speech, reportage has evolved and a new genre, i.e. a viral article, has occurred. After 1989, reporters, relishing the hint of freedom, began to depart from the habits of the passing (authoritarian) epoch and make changes to the poetics of the genre. These changes concern the following spheres: the topic taken up by reporters; the form (structure, shape); the language; the reporter's attitudes; the media. Before 1989, journalistic texts had been addressed to the educated reader who was able to understand many overtones, understatements, and hints, and currently, authors of reportages and viral articles talk about the reality and the world surrounding them in a straightforward manner, apply the simplest stylistic solutions and devices in order to find the shortest way to the recipient's imagination, and thus to the largest possible group of readers.

Keywords: journalistic – freedom – reportage – viral article – new genre.

Trans. Monika Czarnecka