



**You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Reportaż i artykuł wiralowy - dziś!

Author: Kazimierz Wolny-Zmorzyński

Citation style: Wolny-Zmorzyński Kazimierz. (2020). Reportaż i artykuł wiralowy - dziś!. W: A. Cieślikowa, P. Płaneta (red.), "Od modernizacji do mediosfery : meandry transformacji w komunikowaniu : prace ofiarowane dr. hab. Ryszardowi Filasowi" (S. 365-380). Kraków : Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2020



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Kazimierz Wolny-Zmorzyński

REPORTAŻ I ARTYKUŁ WIRALOWY – DZIŚ!

O d dawna wiadomo, że przemiany społeczno-polityczne wyznaczają artystom i dziennikarzom drogę rozwoju (por. Burkot 1984; Kleiner 1990; Markiewicz 1999; Matuszewski 1992; Święch 1997; Wolny 1991). 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 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 roku w Polsce Ludowej władza komunistyczna narzuciła 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 (por. Bereś 2000, s. 11–20; Wolny-Zmorzyński 2004, s. 72). Najbardziej widoczny zakamuflowany przekaz można było dostrzec

w reportażu. Kamuflaż polegał na tym, że dziennikarze, reporterzy korzystali z chwytów znanych literaturze (Bereś 2000, s. 11–20; Wolny-Zmorzyński 2004, s. 72) (obrazowanie, gry słowne, prawdopodobieństwo). Tak pisali m.in. Melchior Wańkowicz, Stefan Kozicki, Joanna Siedlecka, Barbara N. Łopieńska, Jerzy Lovell, Romuald Karaś, Ryszard Kapuściński. Stworzyli poetykę reportażu, stosując 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, jak 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 – zachłyśnięci powiewem wolności – zaczęli odchodzić od przyzwyczajęń mijającej epoki (autorytarnej) i 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, o czym czytamy m.in. w reportażu z Hiszpanii Aleksandry Lipczak (2017) pt. *Ludzie z placu słońca*.

Jeszcze 20 lat temu, gdy Mariusz Szczygieł (1996) napisał oficjalnie i bez zahamowań o onanizmie (*Onanizm polski – w: Niedziela, która zdarzyła się w środę*) mało go nie zlinczowano. Natomiast ponad trzydzieści lat temu nie można było podejmować i ujawniać tematów dotyczących działań milicji obywatelskiej i służb bezpieczeństwa, o czym (obecnie – sześć lat temu) napisała Anna Kłys (2014) w swym reportażu *Brudne serca. Jak zafalszowaliśmy historię chłopców z lasu i ubeków*. Napisała prawdę, która pokazała jej rodzzonego ojca jako „prześladowcę chłopców z lasu”. Natomiast Magdalena Grzebałkowska w *1945 Wojna i pokój* (2015) napisała reportaż o wypędzeniach Niemców i wypędzeniach Polaków ze Śląska, Mazur,

Pomorza, a Krzysztof Ziemię (2017) reportaż pt. *Wysiedleni. Akcja „Wisła” 1947* o wysiedleniach ludności ukraińskiej z południowo-wschodniej Polski na tereny zachodnie w 1947 roku.

W latach osiemdziesiątych XX wieku modny był reporter Cezary Chlebowski i jego reportaże o Armii Ludowej, Batalionach Chłopskich, Gwardii Ludowej, o których zapominać nie wolno. Były te reportaże potrzebne i teraz także są potrzebne dla pokazania pełnego obrazu minionej rzeczywistości. Natomiast o działaniach Armii Krajowej pisało się sporadycznie. Od 1989 roku reporterzy mogą otwarcie mówić o przeszłości, odsłaniać tematy trudne i niewygodne, mają nawet obowiązek informować o tym, co inni chcą ukryć, mogą wreszcie rozliczać z wszelkiego rodzaju nadużyć przedstawicieli władzy i uprawiać także z powodzeniem dziennikarstwo śledcze (m.in. Jerzy Jachowicz, Anna Marszałek, Witold Gadomski, Marek Balawajder, Tomasz Patora, Wojciech Sumliński).

Jeśli chodzi o zmiany w sferze formy – zbliżają reportaż do *feature*. To nazwa wypowiedzi prasowej 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 szczególnie uboczne, tworzące niejako tło informacyjne wydarzeń. Autor wychwytuje z garści faktów najistotniejszy aspekt sprawy i na nim się skupia. *Feature* wprawdzie – podobnie jak reportaż – zajmuje się wycinkiem rzeczywistości, ale takim, który wskazuje nie na cały obraz życia ludzkiego, ale na jego istotny dla odbiorcy fragment. *Feature*, odmiennie niż reportaż (w reportażu kompozycja jest bardziej luźna; 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 przeslizgiwać się po zdarzeniach, pobieżnie orientując czytelnika w tematyce zagadnienia. To, czego nie powie sam reporter, zastąpione jest najczęściej fotografiami bohaterów oraz miejsc, gdzie zdarzenia miały miejsce (Wolny-Zmorzyński 2003, s. 71). Czytelnik nie wyczuwa obecności autora *feature*. Jego subiektywne nastawienie do opisywanych wypadków przejawia się w sposobie prezentacji, a nie określeniach komentujących (Wolny-Zmorzyński 2003, s. 71).

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 (Wolny-Zmorzyński 2003, s. 71).

Jeśli porównać *feature* z reportażem – *feature* to szkic (jak chce tego definicja słownika oksfordzkiego) (*The Concise Oxford Dictionary...* 1964, s. 442), a więc forma prostsza, niewymagająca od autora wywoływania nastroju, charakterystyki bohaterów i środowiska. Przywiązuje on bowiem wagę do pokazania głównych zarysów zagadnienia (Wolny-Zmorzyński 2003, s. 70).

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 tło zdarzeń i charakteryzujących bohaterów, jest koniecznością (Wolny-Zmorzyński 2003, s. 68–71), 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 (Wolny-Zmorzyński 2003, s. 68–71). *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 zasygnalizować problem. Tekst jest oszczędny w słowa, ma być efektownie napisany. Na szczęście z techniki *feature* nie wszyscy reporterzy korzystają. To forma dla mało ambitnych i chcących konkurować z szybkością przekazu informacji w mediach elektronicznych (w radio, telewizji, internecie). *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 (Wolny-Zmorzyński 2004, s. 7–26), we Francji reportaż wielki (Raboy 1995, s. 180, 183).

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 (por. Wolny 1996; Furman, Kaliszewski, Wolny-Zmorzyński 2000; Rejter 2000; Wojtak 2004; Owsiany 1996; Sztachelska 1997; Szydłowska 2001; Piechota 2002).

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

Z początkiem lat 1990. 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.

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

- tytuł ma przyciągać uwagę czytelnika, ma być intrygujący, jak w *feature* (np. *Cygan to ja* – Ostałowskiej; *Niedziela, która zdarzyła się w środę* – Szczygła; *Czekam pod adresem Berlin czy Jak bym kamień jadła* Tochmana);
- tekst (korpus) należy dzielić na wyraźnie zaznaczone części, osobno zatytułowane (śródtytuły), co ułatwia czytanie i porządkuje wiedzę odbiorcy o prezentowanych wydarzeniach, jak w *feature*;
- 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*);

- oddawać klimat zdarzeń poprzez wciąganie odbiorców do ich śledzenia z punktu widzenia bohatera – iluzja uczestnictwa¹ (chwyt literackie: patrzę na świat oczami postaci).

To reportażowe wzory zaczerpnięte z Melchiora Wańkowicza, bardziej 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 (*Heban* 2002, *Podróże z Herodotem* 2004) – odbiega od szczególności 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. Zaspokaja jego ciekawość, ale nie pozwala mu się z nimi żyć. Sztuką jest więc pisanie reportaży w taki sposób, by zaprezentować problem oczami bohaterów, obrazowo prezentować postaci i środowisko, z którego się wywodzą. W takiej konwencji poetyckiej napisane są reportaże autorstwa Kapuścińskiego, podobnie piszą: Szczygieł, Jagielski, pisały Ostasłowska, Pawlak. Świat obserwowany oczami bohaterów staje się nam bliski a zaprezentowane postaci znajome, ponieważ patrzymy na nich tak, jak oni sami na siebie. I to jest sztuka reportażu.

W zmianie formy przoduje obecnie Mariusz Szczygieł. Stosuje z powodzeniem reportaże niewielkich rozmiarów w formie miniatury lub przypowieści, np. w zbiorze reportaży pt. *Gotland* (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 bazując 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

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

za reportaż Swietłanie Aleksiejewicz². Znakomicie sprawdzają się, stosując tę polifoniczną formę reportażu, reporterzy, m.in. Marek Miller i jego reportaż o bazarze Różyckiego w Warszawie, Katarzyna Boni i Wojciech Tochman (2014) *W mieście Ramta* z tomu *Kontener*. Forma ta stosowana była z powodzeniem przez Jacka Stworę w latach siedemdziesiątych u bieżącego 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 telewizyjne (Guzek 1999, s. 187–197) i radiowe, choć kierują się odmienną poetyką niż reportaże pisane, w porównaniu z poetyką sprzed roku 1989, 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 niezbicie o wysokim poziomie polskiego reportażu radiowego³.

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 telewidzom, że nie liczy się tylko sensacja w przekazie medialnym, ale szary człowiek i jego sytuacja.

Ogromna zmiana nastąpiła w s f e r z e j ę z y k a . Dominuje skrótość, szybkość przekazu. To nie 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, mięsista fraza, ale zdania są krótkie,

2 Swietłana Aleksiejewicz stosuje formę polifoniczności.

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

szybko 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 skrępowania 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 wydobycia 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 pasję, podpowiadając na przykładach z życia wziętych, jak dochodzić do celu.

Dzięki nośnikom (internetowi) nastąpiła zmiana nie tylko w rozpowszechnianiu reportażu, ale i w 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. Jego technika jest wzorowana na reportażach przygotowywanych przez zespoły „New York Timesa” i „Guardiana” (najbardziej znany tego typu reportaż to „SNOWFALL” z „New York Timesa”) (Pryśłowski 2014).

Mimo zmiany nośników – reporterowi przyświeca ciągle ta sama idea: 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, bowiem pozwala 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 się zastanowić nad czymś, z czym może nie potrafią się uporać w danej chwili. Nabranie dystansu do problemu pozwala zatrzymać się nad sobą i odpowiedzieć 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 niezbiecnie na jego korzyść, bowiem będzie on coraz bardziej spełniał, w dobie zalewu informacji, funkcję uzupełniającą do wiadomości prasowych i relacji, szerzej traktując problem i prezentowane zjawiska oraz bohaterów (por. Haller 1997, s. 67).

ARTYKUŁ WIRALOWY

Próżno szukać terminu artykuł wiralowy w podręcznikach opisujących gatunki dziennikarskie czy słownikach terminologii medialnej. Pojęcie to funkcjonuje wśród dziennikarzy pracujących dla portali internetowych. Oznacza ono – w najprostszym 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 mu spokoju i wymuszał dalsze dzielenie się zdobytą wiedzą na dany temat z innymi odbiorcami, rozprzestrzeniał się jak wirus (z ang. *viral*) i obejmował jak najszerze kręgi czytelników. To typowy gatunek dziennikarstwa internetowego, bowiem 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 (Rosiński 2012). 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, bowiem pojęcie to używane jest zamiennie na określanie gatunków informacyjnych, m.in.: relacji, sprawozdania, reportażu, jak i publicystycznych, m.in.: artykułu publicystycznego, felietonu, komentarza, recenzji, czy wreszcie pogranicznych – szczególnie wywiadu. Trudno jest dlatego wyznaczyć jego cechy dystynktywne, 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.

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, które potencjalny użytkownik chciałby od razu poznać, 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?

Tytuł. Jest bardzo ważny! Ma być jak magnes, ma 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”.

Od dawna wiadomo, że czytelnicy przy wyborze lektury najczęściej kierują się tytułem (por. Markiewicz 1977, s. 21) tekstu. Od tytułu wiele zależy. Ma on ogromne znaczenie i wymowę. Jego stosunek do treści ma 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, rzucał 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 „krzyżką”, 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 ciekawość, podnoszą ciśnienie internauty, wyzwalają w nim emocje: ciekawość, radość, wściekłość, przerażenie, irytację, oburzenie, gniew (por. Berger, Milkman 2011, s. 2–4), bowiem tytuł jest środkiem emotywnego nastawienia odbiorcy do tekstu.

Do napisania artykułu wiralowego – jak i każdego innego – potrzebna jest znajomość danej tematyki, odczytanie, rozmowy z ludźmi, zbliżenie się do nich, umiejętność plastycznego odtwarzania zdarzeń. Samo zbieranie materiału związane jest w większości przypadków z przyjemnościami, doznawaniem interesujących przygód, a nawet bardzo niebezpiecznymi sytuacjami, w których znajdzie się dziennikarz. Opowiedzenie o tym samo w sobie może elektryzować nadawcę, jak i odbiorcę – choć nie zawsze może wszystkich „zarazić”. Przecież zdarza się i tak, że są osoby odporne na „wirusy” i nie poddają się chorobie, 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. Jeśli chodzi o kompozycję najważniejsze są dwa pierwsze akapity artykułu wiralowego. To ich treść chwyta czytelnika „za gardło”, a następne trzyma w napięciu do końca tekstu. Autorzy osiągają sukces, gdy stosują krótkie zdania, używają języka potocznego, plastycznego, wywołującego w świadomości odbiorcy obrazy, które potrafi on sobie wyobrazić.

Autorzy artykułów wiralowych unikają takich przymiotników, jak np. *fenomenalny*, *majestatyczny*, *szokujący*, *wyśmienity*, *obrzydlivi*. To, że coś jest „fenomenalne”, „wspaniałe”, „wyśmienite”, „odrażające”, wynika z treści i opisanych sytuacji. Autorzy pokazują (!) zdarzenia, sprawiają iluzję rzeczywistości, by odbiorca miał wrażenie, że uczestniczy w przedstawianych historiach. Najważniejsze jest 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 pisanie, zalecał:

„Przecież nie idziesz na referenta Urzędu Pocztowego, żebyś miała wszystko po kolei opisywać. Cóż to lekcja, aby zbyć, czy pisanie? Natężyć się panna: nie masz prawa pisać, nim nie wywołasz obrazu. Masz opisywać, a nie referować (Wańkiewicz 1983, s. 122).

Najważniejsze w artykule wiralowym jest plastyczne zaprezentowanie problemu, które ma się wyłaniać z opowieści dziennikarza, będącego gospodarzem oprowadzającym odbiorców po tematach, które sam wcześniej dobrze poznał, dysponuje faktami i tak je dawkuje, by wzmacniać 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. Przeciwstawiają także kontrowersyjne wypowiedzi dwóch, trzech bohaterów, co wzmacnia również zainteresowanie i naświetla problem z kilku punktów widzenia. Dziennikarz tym samym zwolniony jest 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 – zwolniony jest w takim przypadku od poprawności językowej, bowiem prezentuje „żywą” wypowiedź bohatera, która nigdy nie jest wolna od potknięć stylistycznych.

W artykułach wiralowych dziennikarz jest z – jednej strony – prokuratorem, poszukującym i analizującym przyczyny danego postępowania bohatera, ale 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 pobieżnie przywołuje fakty – chronologicznie, po to, aby w następnych analizować zaprezentowaną wcześniej historię, pokazuje dokumenty, jakimi dysponuje, omawia je zdawkowo, by zastanowić się razem z czytelnikiem, jakie są przyczyny powstania problemu, z którym bohaterowie może nie umieją sobie poradzić. Nie chodzi tu o głębokie wynurzenia, ale o naświetlanie zjawiska z różnych stron i jego

analizę. Obecnie czytelnicy w natłoku faktów i spraw dziejących się wokół nich mogą się czuć 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 analizę zjawiska przeprowadzić dokładnie i tak argumentować swój punkt widzenia, by był zgodny z jego przekonaniami 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 się zastanawiać, co na nich widać, ale ma wiedzieć od razu, co widzi, i dlaczego widzi prezentowany obraz⁴.

Fotografie oddają nastrój i wzmagają dramatyzm opisywanych wydarzeń, wpływają dodatkowo na wyobraźnię odbiorcy i pomagają mu się zrosnąć 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, w 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.

PODSUMOWANIE

Podczas gdy przed 1989 rokiem teksty dziennikarskie były kierowane raczej do wykształconego odbiorcy, który umiał zrozumieć wiele podtekstów, niedomówień i aluzji, tak obecnie – autorzy reportaży, jak i artykułów

4 Por. R. Good, *How To Select Appropriate Images For Publication*, http://www.masternewmedia.org/independent_publishing.htm (dostęp: 15.07.2020).

wiralowych mówią wprost o rzeczywistości i świecie, który ich otacza, stosując najprostsze rozwiązania i środki stylistyczne, by jak najszybciej i najskuteczniej trafić do wyobraźni odbiorcy, a tym samym do jak najszerzego 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 dyktuje obecnie warunki formalne. Czy ta ewolucja daje początek rewolucji? Trudno powiedzieć. Czas pokaże.

BIBLIOGRAFIA

- Bereś W. (2000), *Czwarta władza. Najważniejsze wydarzenia medialne III RP*. Warszawa: Prószyński i S-ka.
- Berger J., Milkman K.L. (2012), *What Makes Online Content Viral?* *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205, www.jonahberger.com/wp-content/uploads/2013/02/ViralityB.pdf (dostęp: 15.07.2020).
- Burkot S. (1984), *Proza powojenna 1945–1980. Analizy i interpretacje*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Concise Oxford Dictionary of Current English, The* (1964). Oxford: Oxford University Press.
- Furman W., Kaliszewski A., Wolny-Zmorzyński K. (2000), *Gatunki dziennikarskie. Specyfika ich tworzenia i redagowania*. Rzeszów: Wyższa Szkoła Zarządzania.
- Guzek M. (1999), *Nowe formy reportażu (dokumentu) w telewizji*. [w]: W. Furman, K. Wolny-Zmorzyński (red.), *Poetyka i pragmatyka gatunków dziennikarskich (187–197)*. Rzeszów: Studium Dziennikarstwa Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Rzeszowie.
- Haller M. (1997), *Die Reportage. Ein Handbuch fuer Journalisten*. Konstanz: UVK.

- Kleiner J. (1990), *Zarys dziejów literatury polskiej od początków do 1918 roku*. Wrocław–Warszawa–Kraków: Ossolineum.
- Markiewicz H. (1977), *Tytuły u Żeromskiego*, [w:] tenże, *W kręgu Żeromskiego. Rozprawy i szkice historycznoliterackie* (21–26). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Markiewicz H. (1999), *Pozytywizm*. Warszawa: PWN.
- Matuszewski R. (1992), *Literatura polska 1939–1991*. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Owsiany E. (1996), *Uleczyć życie, szkic o reportażu*, [w:] A. Nicyperowicz (red.), *Abecadło dziennikarza* (19–36). Poznań: Wydawnictwo Kontekst.
- Piechota M. (2002), *Jaka Ameryka?* Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Prysłowski M. (2014), *Boskie światło – pierwszy w Polsce reportaż interaktywny*. <https://www.plio.pl/article/boskie-swiatlo-pierwszy-w-polsce-reportaz-snowfall-53.html> (dostęp: 15.07.2020).
- Raboy M. avec la collaboration de A. Roy (1995), *Les medias quebecois. Presse, radio, television, cablodistribution*. Montreal–Paris–Casablanca: Geatan Morin.
- Rejter A. (2000), *Kształtowanie się gatunku reportażu podróżniczego w perspektywie stylistycznej i pragmatycznej*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Rosiński W. (2012), *Reklama w e-biznesie bez tajemnic*. Gazeta Małych i Średnich Przedsiębiorstw, nr 1 (117) z 9 stycznia.
- Sztachelska J. (1997), *Reporteryje i reportaże. Dokumentarna tradycja polskiej prozy II połowy XIX wieku i początku XX wieku*. Białystok: Wydawnictwo Filii Uniwersytetu Warszawskiego.
- Szydłowska J. (2001), *Warmia i Mazury w reportażu polskim 1945–1980*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Świąch J. (1997), *Literatura polska w latach II wojny światowej*. Warszawa: PWN.
- Wojtak M. (2004), *Gatunki prasowe*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Wolny K. (1991), *O poetyce współczesnego reportażu polskiego 1945–1985*. Rzeszów: Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Rzeszowie.

- Wolny-Zmorzyński K. (1996), *Reportaż – jak go napisać* Rzeszów: Wydawnictwo Oświatowe Fosze.
- Wolny-Zmorzyński K. (2003), *Reportaż a feature – próba charakterystyki porównawczej*. Zeszyty Prasoznawcze, 1–2, 68–76.
- Wolny-Zmorzyński K. (2004), *Reportaż – jak go napisać?* Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.

PRZYWOŁYWANE REPORTAŻE

- Boni K., Tochman W. (2014), *Kontener*. Warszawa: Wydawnictwo Agora.
- Grzebałkowska M. (2015), *1945. Wojna i pokój*. Warszawa: Wydawnictwo AGORA.
- Jastrzębski B., Morawiecki J. (2015), *Jutro spadną gromy*. Białystok: Fundacja Sąsiedzi.
- Kapuściński R. (1976), *Cesarz*. Warszawa: Czytelnik.
- Kapuściński R. (2002), *Heban*. Warszawa: Czytelnik.
- Kapuściński R. (2004), *Podróże z Herodotem*. Warszawa: Czytelnik.
- Kłys A. (2014), *Brudne serca. Jak zafalszowaliśmy historię chłopców z lasu i ubeków*. Warszawa: Wydawnictwo Wielka Litera.
- Kołodziejczyk M. (2016), *Bardzo martwy sezon. Reportaże naoczne*. Warszawa: Wydawnictwo Wielka Litera.
- Miller M. (2018), *Co dzień świeży pieniądz czyli dzieje bazaru Różyckiego. T. 1 Za cara, za sanacji i za Niemca*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury i Fundacja Laboratorium Reportażu.
- Lipczak A. (1917), *Ludzie z placu słońca*. Warszawa: Wydawnictwo Dowody na Istnienie.
- Stwora J. (1977), *Co jest za tym murem?* Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Szczygieł M. (1996), *Niedziela, która zdarzyła się w środę*. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.
- Szczygieł M. (2006), *Gotland*. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.
- Szczygieł M. (2016), *Projekt: prawda*. Warszawa: Wydawnictwo Dowody na Istnienie.
- Wańkiewicz M. (1983), *Ziele na kraterze*. Wydanie XII, Warszawa: Pax.
- Ziemiec K. (2017), *Wysiedleni. Akcja „Wisła” 1947*. Warszawa: Zys i Sk-a.