

Maria Wojtak

O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich

Postscriptum Polonistyczne nr 2(14), 39-56

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

MARIA WOJTAK
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej
Lublin

O internetowych wersjach zapowiedzi dziennikarskich

Zapowiedzi (zwane w środowisku dziennikarskim *zajawkami*) należą do osobliwych gatunków przekazu medialnego, ponieważ mają podwójne odniesienie – do rzeczywistości (lakonicznie na ogół i wstępnie prezentowanej) i do innych tekstów (komunikatów), w różnorodny sposób anonsowanych. Określałam ten gatunek w monografii zwięźle jako *informację o informacji i reklamę informacji* (Wojtak 2004, 101). Polimorfizm gatunku wiązać należy zatem z typem mediów, ze wspomnianą referencjalnością oraz intertekstualnością. Jeśli ograniczymy pole widzenia do zapowiedzi prasowych, to intertekstualność przyjdzie nam postrzegać jako cechę realizowaną zarówno immanentnie (implicytnie), a więc czytelnikowi zadaną (w formie aluzji, parafraz i innych analogicznych zjawisk, czyli odniesień do świata tekstów lub pojedynczego tekstu), jak i eksplicytnie, w postaci specjalnego składnika, jakim jest *odsyłacz* (Wojtak 2008, 28–31, 68–81). Osobliwością zapowiedzi jest ponadto dynamika przeobrażeń związana z funkcją reklamową tego gatunku.

W obrębie prasy tradycyjnej da się wzmiankowane bogactwo sprowadzić do dwóch klas – zapowiedzi autonomicznych (redagowanych według specjalnych reguł) i zapowiedzi nieautonomicznych (powstających w rezultacie transformacji podstawowych gatunków prasowych). Zabiegi transformacyjne polegają na: 1) uzupełnieniu konkretnego gatunku (czy raczej realizującego konwencje gatunkowe tekstu) o odsyłacz; 2) redukcji struktury wypowiedzi bazowej i uzupełnieniu o odsyłacz. Już kombinacja wspomnianych zabiegów daje możliwość uzyskiwania sporego bogactwa form. Dlatego wyróżniam zapowiedzi sygnałne, w formie wzmianki, spokrewnione z notatką czy wiadomością, oraz (to raczej sporadycznie) nawiązujące do konwencji gatun-

ków publicystycznych (dla przykładu komentarza) (Wojtak 2004, 103 i n.; 2008, 70–71).

Zapowiedzi autonomiczne tworzą bogaty świat schematów gatunkowych i jeszcze bogatszy świat tekstów. Anonsują wszelkie dodatki do gazet, a nawet stanowią formę zachęty do kontaktów z mediami nieprasowymi. Są polikodowe, gdyż segment werbalny jest w nich z reguły stowarzyszony z komponentem ikonicznym. Mogą to być zróżnicowane co do formy zapowiedzi z okładki kolorowych magazynów lub serie komunikatów bardzo blisko spokrewnionych z reklamą prasową (w bogaceniu zasobu takich komunikatów specjalizowała się swego czasu „Gazeta Wyborcza”, anonsując swe dodatki w rodzaju „Dużego Formatu”, magazynu „Gazeta Praca” czy „Wysokich Obcasów”)¹. Polimorficzność zapowiedzi jest zaiste ogromna, ale zmienna w czasie, gdyż redakcje gazet zostały zmuszone (jeszcze w dobie przedinternetowej) do zabiegania o czytelników.

W zapowiedziach internetowych sytuacja się komplikuje, gdyż charakterystyczna dla zapowiedzi dziennikarskiej w jej wersji prasowej intertekstualność przekształca się w hipertekstualność. Dokładniej rzecz ujmując, w hipertekstualność przeobraża się intertekstualność eksplicytna, implicytna zaś może pozostawać w niezmienionej formie. Z zapowiedzi internetowej ze względów technicznych znika odsyłacz zastąpiony przez link.

Autor jedyne, jak dotąd, obszerniejszego opracowania dotyczącego wersji zapowiedzi dziennikarskiej typowej dla internetowych portali traktuje zapowiedź jako „(...) sieciowy układ trójwymiarowo połączonych linkami węzłów, za którego kanoniczną postać należy uznać strukturę składającą się kolejno z trzech poziomów: a) pierwszego węzła hipertekstowego, stanowiącego główną jednostkę strukturalną, sygnał informacji zawierający się w oknie przeglądarki internetowej (...); b) linka (...); c) drugiego węzła hipertekstowego, zwykle zatopionego w tytule anonsowanego tekstu, »sytuującego« uwagę czytelnika na podstronie, na której umieszczony został zapo-

¹ Polimorficzność zapowiedzi jest ogromna i trudna do wyczerpującego opisanie. Własne konwencje stosuje prasa lokalna i regionalna, dla siebie właściwe poetyki anonsowania wypracowuje prasa hobbystyczna, prasa kobieca czy młodzieżowa. W określonym czasie tworzy się moda na określony styl zapowiadania, szerzona zwykle przez dominujące na rynku prasowym tytuły. Taką rolę odgrywała z pewnością „Gazeta Wyborcza”, w której sposób zapowiadania konkretnego wydania dziennika zależał od dnia tygodnia. Specjalne konwencje wypracowano też w odniesieniu do zapowiedzi dodatków. Walka o czytelnika była stymulatorem tych eksperymentatorskich poczynań. Część przejawów wzmiankowanego polimorfizmu udało mi się scharakteryzować w kilku artykułach – zob. dla przykładu: Wojtak 2002, 35–51; 2003, 50–66; 2005, 37–47; 2006a, 61–77.

wiadany tekst (...)” (Skowron 2008, 204). Odwołując się do materiału egzemplifikacyjnego z wybranych serwisów informacyjnych (Onet, Wirtualna Polska), badacz stwierdza, że zapowiedzi z pierwszego węzła hipertekstowego „mają formę jednozdaniowych komunikatów sygnalizujących określone informacje” (Skowron 2008, 205). Materiał zgromadzony ze stron startowych internetowych wersji gazet (na przykład Gazeta.pl oraz Wyborcza.pl) pozwala mi tę obserwację zmodyfikować.

Zapowiedź należy do gatunków anonsujących, a istotą anonsowania jest lokalizacja zapowiadanego komunikatu (chodzi o wnętrze gazety bądź magazynu czy też inne medium), informacja o jego charakterze (typie przekazu medialnego lub gatunku wypowiedzi), wstępna informacja o prezentowanej rzeczywistości (zdarzeniu lub fakcie), zachęta do lektury. Procesy anonsowania są rozpisane (zwłaszcza w magazynach) na kilka kroków i realizują się w kilku gatunkach wypowiedzi: zapowiedziach z okładki (są to zapowiedzi autonomiczne), spisie treści oraz wypowiedziach z nim stowarzyszonych, a także w *editorialu*, czyli komentarzu redakcyjnym (Wojtak 2008, 68). W internetowych wersjach gazet nie obserwuje się wprawdzie takiego bogactwa, lecz w wyspecjalizowanych wypowiedziach dostrzec można echa konwencji różnych gatunków anonsujących.

Zapowiedź jest gatunkiem polifunkcyjnym, ma złożony potencjał illokucyjny, chyba można ryzykować stwierdzenie, że zakładane cele komunikacyjne tworzą układ subsydiarny, że się wzajemnie uzupełniają. W internecie owa polifunkcyjność jest szczególnie wyrazista.

Poszczególne funkcje zarówno w zapowiedzi prasowej, jak i jej internetowej wersji mogą zyskiwać wykładniki eksplicytne i wyspecjalizowane lub mieć charakter implicytny. W Gazeta.pl funkcję lokalizacyjną pełnią: a) miejsce na sformatowanej stronie startowej, która jest mozaiką tekstów, b) wyróżnione graficznie formuły w rodzaju: *NOWE*, *TYLKO U NAS*, c) tytuły działów: *Wiadomości*, *Sport.pl*, *Biznes*, *Wiadomości lokalne*, *Życie i styl*, *Technologie*, *Kultura* itd., d) nazwy portali: *Plotek.pl*, *Wyborcza*, *GAZETA.TV* itd.

Niektóre z wymienionych środków są zlokalizowane wewnątrz mozaiki wypowiedzi i powtórzone w specjalnym pasku tuż pod winiętą. W ten sposób czytelnik może sam decydować o tym, jaki łańcuch hipertekstowy uruchomi w trakcie lektury.

Wyborcza.pl z kolei dysponuje analogicznymi środkami bardziej izomorficznymi z wydaniem papierowym. Oprócz paska pod winiętą funkcjonują w roli odsyłaczy eksplicytnych nazwy bliskie mianom działów dziennika papierowego: *WYDARZENIA*, *KRAJ*, *ŚWIAT*, *KOMENTARZE I OPINIE*, *KULTURA*, *NAUKA*, *GOSPODARKA*, *SPORT* itd.

W obu portalach działa zasada analogii, gdyż sformatowany układ jest powielany z niewielkimi modyfikacjami, oraz zasada troski o tożsamość, czyli odróżniania się od innych. O polimorficzności analizowanych wersji zapowiedzi decyduje ponadto reguła repetycji wewnątrz portalu lub w odesłaniach między portalami, a także zasada oryginalności powiązanych ze sobą komunikatów.

Pisząc w ten sposób, modyfikuję obserwacje Leszka Olszańskiego (2006, 160–169) odnoszące się do strony startowej gazety internetowej. Mogę jednak potwierdzić zasadę względnej trwałości układu graficznego analizowanych stron. *Layout* jest ważny dla odbiorcy, nastawiony na jego wygodę, czytelny i przejrzysty. Obowiązuje przy tym różnie realizowana w konkretnych portalach zasada blokowego łamania kolumn. Stanowi ona istotny wyznacznik kształtu interesujących nas tu zapowiedzi internetowych.

Aby pokazać stałość i zmienność oraz dyferencjalną funkcję strony startowej, odwołajmy się do dwóch następujących przykładów (ryc. 1 i 2).

Znacząca część zapowiedzi, czego na powyższych rycinach nie widać, ma kształt sygnału, rzadko jednak przybiera syntaktyczną formę równoważnika zdania. Przeważają zdania proste (asercje) lub wypowiedzi urozmaicone pod względem syntaktycznym, dla przykładu dialogowe lub quasi-dialogowe o określonym potencjale illokucyjnym (na przykład w funkcji zachęty nie tylko do lektury, lecz do jakiegoś innego działania).

Oto przykłady zapowiedzi mających elektryzować czytelnika ze względu na swą nowość lub ekskluzywność):

- PILNE Co zrobił Hamilton?! Sensacyjne kwalifikacje w F1 (Gazeta.pl, 5.07.2014)
- NOWE Brazylia już nie jest głównym faworytem do MŚ (jw.)
- TYLKO U NAS 1/16 finału już dziś! Wybierz Miss Trybun (jw.)

Dla ilustracji formalnego zróżnicowania zapowiedzi sygnałnych odwołajmy się do następujących przykładów:

- Kurek kolejnym siatkarzem wykluczonym z kadry (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Wraca sprawa pobicia na plaży marynarzy z Meksyku (Gazeta.pl, 7.07.2014)
- Dylan dał świetny koncert, ale publiczność lekko zawiedziona (jw.)
- Reforma śmieciowa wkracza do kolejnych dzielnic stolicy (jw.)
- Cocomo wciąż z alkoholem. Miasto czeka na ruch prokuratury (jw.)

Gazeta.pl Szukaj w Gazecie.pl

Wiadomości Sport Biznes Technologie Kultura Kobieta Dziecko Zdrowie Podróże Plotek Video Więcej

Gazeta Praca Domporta Wyborcza.pl TOK FM Otwórz słuchawkę Program TV VOD Horoskopy Wyniki Lotto Alert24

Nowe tropy w aferze podsłuchowej. Taśm jest więcej, niż ma prokuratura. I nie były do publikacji

POGODA WARSZAWA zmień miasto

Kmieć 18°C 25°C 23°C 16°C

SLUCHAJ RADA - WYBIERZ LE TNE HITY

PAUL JAM LESZEK MOJŻYŃSKI JACZEŁA M. JACKSON

GAZETA.TV

Falko: Prof. Chazan zachował się obrzydliwie i wcześniej się później będzie sędził

Nowe Wojewódzki i Figurski uniewinnieni. Zart o Murzynach nie znieważył rzecznika GIJD

Nowe Olejnik: Pan może zdecydować o swoich dzieciach, jeśli zostaną zgwałcone

Prof. Chazan: Nie odejść, odwołam się od decyzji NFZ. Kara nałożona na szpital to okup za...

TYLKO U NAS Rozwiąż nasz copletkowy quiz wiedzy. 8/10 będzie dobrym wynikiem [SPRAWDŹ SIĘ]

Quiz wiedzy

Terminarz Drużyny Strzelcy Gwiazdy Wygrał Mundial

Nowe Atletico Madryt straci Diego Simone? Chcą go dwie wielkie reprezentacje

Wielki kłopot Niemiec dzień przed 1/4 finału. Siedmiu piłkarzy chorych na grype

Nowe Co robi Robin Van Persie w wolnym czasie? Gra w tenisa plażowego. I to świetnie!

W ukraińskim froncie ludzie kupują sprzęt. Bo wojska nie stać

Taśmy "kelnerów" uczyniły cuda. Cel: dorżnąć tę watahę

W miłym biurze nie zazdrościmy tym, co na plaży: plach, zarazki...

NIE PRZEGAP

Ryc. 1. Gazeta.pl, 04.07.2014

gazeta WYBORCZA.PL

Wybory Raporty Projekty Prasa

Wybory

WYBORCZA.PL WYBORCZA.PL

Wybory Raporty Projekty Prasa

Wybory

Nowe tropy w aferze podsłuchowej. Czy Marek Falenta jest szalencem? Kim jest tajemniczy "Wróżka Zębuszka"? Pięć intrygujących hipotez

Falenta miał przysiąc, że w sprawie podsłuchowej nie będzie "topić". Za niego przed sądem, utraci on prawo do aborcji i pensję. Jak wykażać jego "samobójczy" podstępowanie?

Taśmy "kelnerów" uczyniły cuda. Cel: dorżnąć watahę [MONIKA OLEJNIK]

KARA DLA SZPITALA ZA ODMOWĘ ABORCZĄ

Artukowicz: Prof. Chazan nie może łamać prawa. Szpital to nie miejsce kultu religijnego. 70 tys. zł kary

"FO SZPITALA ŚWIĘTEJ RODZINY. MA MISJE"

Prof. Chazan: Już kiedyś człowiek dostał pieniądze za wydanie na śmierć człowieka. Nazywał się Judasz

Ryc. 2. Wyborcza.pl, 04.07.2014

Za kolejne przejawy polimorficzności zapowiedzi należy uznać ich zróżnicowanie formalne związane ze sposobem prezentacji na stronie i uzupełnianiem o składnik ikoniczny. Gazeta.pl dzieli stronę na proporcjonalne pola prostokątne o większych lub mniejszych rozmiarach, nadając jednej z zapowiedzi (wiadomo, że często modyfikowanej w zależności od charakteru informacji) kształt nawiązujący do zapowiedzi czołówkowej z drukowanego wydania (zob. Olszański 2006, 160). Tego typu gazetowa zapowiedź powielala strukturę wiadomości (zwykle z redukcją części korpusu lub całego korpusu) i była uzupełniana o odsyłacz. Echo tych konwencji można zobaczyć w zapowiedzi pod winiętą. Składa się ona zwykle z trzech części: a) napisanej wyróżniającą się czcionką wstępnej informacji (dalekie echo streszczającego nadtytułu), b) zdjęcia, c) wydrukowanego na apli zwięzłego tekstu, który przypomina lid i głębiej wprowadza w problematykę anonowanego tekstu. Oto przykłady realizacji:

Lata 30. XX wieku: Polak objeżdża rowerem Afrykę. Udostępniono 150 zdjęć z legendarnej wyprawy



Ryc. 3. Gazeta.pl, 03.07.2014

Piekło na Okęciu. Kierownik grozi: "Pomył się, a wylecisz!". Kierowniczką sklepu karała za szeptanie



Ryc. 4. Gazeta.pl, 05.07.2014

Drugą formą prezentacji zapowiedzi jest takie graficzne ich rozmieszczenie, by przypominały wzmianki stowarzyszone ze spisem treści w kolorowych magazynach. Są to zwykle wypowiedzi umieszczane w trójkowych kolekcjach. Każdy taki komunikat składa się z wypowiedzi podzielonej na kilka wersów i zdjęcia.



Ryc. 5. Gazeta.pl, 03.07.2014



Ryc. 6. Gazeta.pl, 05.07.2014

Zakresy podobieństw i różnic między anonsovaniem internetowym a zapowiedziami z gazet tradycyjnych są zaiste bogate. Była mowa o tym, że odsyłacz w zasadzie nie funkcjonuje w zapowiedzi będącej sieciowym układem hipertekstowym. A jednak w niektórych zapowiedziach pojawiają się komponenty analogiczne. Odsyłacze gazetowe informowały przede wszystkim o miejscu druku anonowanego tekstu. Zawierać też jednak mogły dane na temat gatunku wypowiedzi, jej tytułu, autora itp. Analogii do odsyłaczy tego typu można się dopatrywać w wyróżnionych majuskułą składnikach następujących zapowiedzi:

- Czy potrzebna jest etyka w szkole? Mam wątpliwości [FELIETON] (Gazeta.pl, 5.07.2014)
- Sprawdź, którym piłkarzem MŚ jesteś! Rozwiąż specjalny [PSYCHOTEST] (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Zagrali po raz pierwszy w Polsce. I to jak! [RELACJA] (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Co Korwin-Mikke wie o nauce? W PE mówił bzdury, ośmieszył się też u Olejnik [WYJAŚNIAMY] (Gazeta.pl, 3.07.2014) (zob. ryc. 5)

- Jak wysokie podatki płacą największe spółki w Polsce? Ranking [ZOBACZ] (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- TYLKO U NAS | Rozwiąż nasz copiatkowy quiz wiedzy. 8/10 będzie dobrym wynikiem [SPRAWDŹ SIE] (Gazeta.pl, 3.07.2014)

Wyborcza.pl jest, jak wspominałam, bliższa papierowemu wydaniu. Niemal we wszystkich typach zapowiedzi łączy jednak komponenty ikoniczne z werbalnymi. Do konwencji zapowiedzi autonomicznej nawiązuje w anonsach dodatków. Łatwo to pokazać na przykładzie anonsu „Dużego Formatu”. Taka zapowiedź składa się z reprodukcji okładki i intrygującego tekstu, zachęcającego do lektury dodatku. Oto przykład z wydania 3.07.2014:



Ryc. 7. Wyborcza.pl, 03.07.2014

W tym przypadku mamy do czynienia z interesującym chwytem perswazyjnym. Reprodukacja okładki pozwala przytaczać zapowiedź z okładki, in-

trygującą przez powiązanie z materiałem ikonicznym oraz z powodu sposobu ukształtowania werbalnej części komunikatu. Intrzygujący jest tytuł (z aluzją frazeologiczną) i intrzygujący jest korpus w formie pytania o przyczynę negatywnego przyjęcia Jana Klaty w roli dyrektora Teatru Starego w Krakowie. Internet pozwala tę praktykę redakcyjną wpisać we własne konwencje przez cytowanie brutalnych komentarzy internautów.

Kolejny wariant zapowiedzi tworzą teksty przypominające zapowiedzi stwarzające ze spisem treści. Komponentowi ikonicznemu towarzyszy w nich dwudzielna wypowiedź, w której jeden fragment przypomina streszczający nadtytuł, a drugi korpus wzmianki. Oto kilka przykładów z działu *KRAJ*:

KRAJ



5 mln miejsc pracy do wzięcia i brak chętnych. Polska za 15 lat

Problem z pracownikami już jest. Co czwarta firma nie może znaleźć wykwalifikowanych pracowników. Na specjalistów może czekać nawet 500 tys. miejsc pracy.

[KOMENTARZ] Nie ma polowania na biznes

Ta ekipa traktuje przedsiębiorców jak każde inne lobby. Pretensje można mieć do konkretnych ministrów i także do premiera za ospałość w pisaniu projektów ustaw, brak przemyślanych rozwiązań i nieudolne zarządzanie – pisał DOMINIKA WIELOWEYSKA.

NOWE 8.5 tys. zł. za podpisanie umowy. Bankierzy-oszuści wpadli w Warszawie



Bankierzy wzięli pieniądze od klienta, któremu bank chciał złożyć mieszkanie. Powiedzieli mu, że to warunek podpisania umowy z

Romki z dziećmi wyrzucone z cukielni. "Nie miały kart klienta"



Właściciel cukielni w Andrychowie tłumaczy, że to nie rasizm. Po prostu nie można u niego jeść lodów bez karty klienta.

NOWE [SONDAŻ] Dutkiewicz i Schetyna w drugiej turze wyborów prezydenckich we Wrocławiu. Tajne badanie PO



Platforma zleciła badanie w czerwcu, pytała wrocławian o preferencje wyborcze. Sondaż z udziałem Grzegorza Schetny miał nie

Miliony Polaków mogą mieć niższe emerytury. Bo dokumenty... zginęły!



Blisko 3 milionom Polaków brakuje składek na kontach emerytalnych. A to oznacza, że ich emerytury będą niższe nawet o ponad 1 tys. zł.

Zapisują się na kilka wizyt, idą na jedną. Kolejkowe cwanactwo w przychodniach



NFZ wypowiada wojnę tym, którzy zapisują się do kilku specjalistów, idą tam gdzie wizyta jest najżybszej, a reszty nie odwodują.

Seksstowskię spoty Wrocławia. "Nie podpisałam stosownej zgody"



- Nie wiedziałam, jak zostanie wykorzystany mój wizerunek - opowiada jedna z pokazanych w spocie dziewczyn.

Ryc. 8. Wyborcza.pl, 03.07.2014

Nagłówki mają charakter streszczający, zgodnie z zasadami redakcyjnymi gazet internetowych. Ich zadaniem jest „maksymalnie obiektywne i wyczerpujące wprowadzenie czytelnika w tematykę tekstu” (Olszański 2006, 108). Na tym jednak nie koniec. Czytelnika trzeba przecież zatrzymać i skłonić do lektury anonsowanego tekstu. Nasylenie informacją traktuje się jako najważniejszy wyróżnik tego typu nagłówków (Olszański 2006, 111). Co to oznacza w praktyce? Zdaniem Olszańskiego (2006, 113) tytuły internetowe są wypełnione słowami kluczowymi, które mają nie tylko tematyzować in-

formację, ale też wpływać na emocje czytelnika (zob. też Kita 2014, 13–22). Jednym z często stosowanych chwytów uwiarygodniających przekaz jest cytowanie konkretnych wypowiedzi. Praktykę tę potwierdzają niektóre z wypowiedzi z ryc. 8. Rzadziej stosowanym sposobem zatrzymania uwagi czytelnika jest formalne przekształcenie tytułu, tak charakterystyczne dla prasy papierowej i opisywane jako gra tytułu z czytelnikiem (Wojtak 2004, *passim*, 2008, 18–22). Liczba takich przekształceń i ich różnorodność w porównaniu z prasą papierową może być oceniana jako niewielka. Korpusy prezentowanych powyżej zapowiedzi mają z reguły wartość rematyczną, a więc służą uzupełnieniu i rozwinięciu informacji podanej w nagłówku. Zakres uzupełnień jest jednak ograniczony. Zapowiedzi mają bowiem zarazem poinformować o fakcie lub zdarzeniu i rozbudzić ciekawość czytelnika w procesie sterowania lekturą.

Kolejną grupę zapowiedzi z Wyborcza.pl tworzą anonse tekstów publicystycznych sygnowane tytułem: *KOMENTARZE I OPINIE*. Same anonse są zredagowane na zasadzie analogii. Mają budowę trójskładnikową. Segment pierwszy pełni rolę tytułu, drugi jest korpusem (urwanym cytatem z anonsowanego tekstu), a trzeci to informacja o autorze. Oto przykłady z dnia 3.07.2014:

Putin i jego koledzy

Niemiecki minister spraw zagranicznych Frank-Walter Steinmeier nie krył rozczarowania poniedziałkową decyzją Petra Poroszenki o wznowieniu...

Mirosław Czech

Coś musi się zmienić

W Polsce nie ma za dużo liberalizmu, jest go za mało: zwłaszcza liberalizmu odwagi, ideologii o propaństwowym wymiarze. Ów liberalizm wymaga, by...

Piotr Kosienki Wojciech Przybylski

Analogiczną formę zyskują zapowiedzi listów czytelników i nekrologów. Są zredagowane tak, aby jedynie sygnalizować istnienie w innym miejscu sieci pełnego tekstu. Warto się nad nimi zatrzymać, ponieważ stanowią *novum* w stosunku do wydania papierowego. Ze względu na rozmiary artykułu nie analizuję szczegółowo tych wypowiedzi.

LISTY CZYTELNIKÓW

“ Nie boję się piekła ani innych straszedeł. A drzę [LIST]

Od kilku tygodni z rosnącym niepokojem obserwuję mój kraj, Polskę. Kiedy wróciłam tu parę lat temu po kilkuletniej (z przerwami) nieobecności, zachwycałam się każdym małym sukcesem. Jechałam krapową...

“ Proszę nie skreślać nas, starszych, z listy wielbicieli Kaczmarskiego [LIST]

Mam prawie 74 lata i nadal słucham piosenek Jacka Kaczmarskiego, znam je prawie wszystkie na pamięć i w niezawodny sposób osiągną swój cel.

Kontakt z redakcją

Chcesz podzielić się z nami swoją opinią, historią, myślą? Coś Cię poruszyło, coś drażni, denerwuje? Nie zgadzasz się z tym co opublikowaliśmy? Napisz! Chcemy tworzyć "Gazetę" razem z Wami.

Napisz na e-mail: listy@wyborcza.pl

Więcej listów od czytelników

Ryc. 9. Wyborcza.pl, 03.07.2014



Ryc. 10. Wyborza.pl, 03.07.2014

Kształt podstawowych zapowiedzi sprowadzić można do dwóch schematów konstrukcyjnych, obejmujących połączenie komponentu ikonicznego z wkomponowanym wąż tytułem z dodatkiem fragmentu wytłuszczonego, który może być interpretowany jako ekwiwalent podtytułu, oraz lakonicznego korpusu.

Ponieważ, jak pokazują to ryciny 2 i 11, analizowane obecnie warianty zapowiedzi to teksty umieszczane pod winiętą, można je interpretować jako wypowiedzi spokrewnione z czołówkową wersją zapowiedzi z gazety papierowej. Zakresy pokrewieństwa są ograniczone. Struktura wiadomości ulega radykalnej redukcji i obejmuje układy trójskładnikowe: tytuł, lid i fragment korpusu, lub dwuskładnikowe: tytuł uzupełniony o lid. Drukowane na czerwonej apli tytuły mają charakter streszczający (informacyjny), rzadziej pojawia się w nich cytat lub (jak w zapowiedzi felietonu) nazwa gatunkowa. Sprawdzają się też obserwacje Olszańskiego (2006, 132) dotyczące lidów, gdyż w cytowanych przykładach funkcjonują lidy streszczające lud udratyzowane. Zaintrygowaniu czytelnika i podnoszeniu dramaturgii przekazu sprzyjać może zestawianie lidów zderzających różne punkty widzenia i przedstawiających sytuację konfliktową (zob. ryc. 2 i zapowiedzi z cytowanymi słowami ministra Arłukowicza i prof. Chazana).

Warto jeszcze zwrócić uwagę na sposoby intrygowania czytelnika, mocno ograniczone w stosunku do wydań papierowych i podlegające procesom multiplikacji. Jeden z najważniejszych sposobów można określić jako komunikowanie niepełne, zagadkowe, aluzyjne. W planie wyrażania oznacza to: a) wprowadzanie konstrukcji składniowych przerwanych, np.: *Poparło go... 250 tys. osób*; b) operowanie pytaniami wewnątrz korpusu zapowiedzi lub na końcu, np.: *Czy emeryci wykupią taką receptę?; W AIDS też nie wierzy?*; c) wprowadzenie cytatu; d) oparcie struktury wypowiedzi na antytezie.



Ryc. 11. Wyborcza.pl, 02.07.2014

Jest jeszcze jedno zjawisko, którego nie można pominąć w charakterystyce zapowiedzi internetowych. Analizujemy tu dwa portale internetowe powiązane w zróżnicowany sposób z wydaniem papierowym „Gazety Wyborczej”. Tak ujmowana intertekstualność jest wzbogacona w portalu Gazeta.pl o linki odsyłające do Wyborczej.pl, umieszczone w tym samym miejscu stabilnego szkieletu internetowej strony medialnej, by użyć określenia Olszańskiego (2006, 160). Rycina 12 obrazuje jedną z takich sekwencji anonsujących wybrane materiały. Same zapowiedzi nie wyróżniają się spośród już w tym artykule opisanych. Ciekawych obserwacji dostarcza natomiast porównanie wzbogaconego w ten sposób łańcucha hipertekstowego.

W portalu Wyborcza.pl (ryc. 13) odnajdujemy znamienne nawiązania do zapowiedzi z portalu Gazeta.pl. Zapowiedzi są bowiem przekształcone tak, aby odpowiadały zwyczajom nowego portalu. Zbiór przekształceń wiąże się z zakresami pokrewieństwa między wariantami zapowiedzi wyróżniającymi poszczególne portale.

wyborcza



Agencja Gazeta

**Polska singielka na wakacjach.
"Uwodzę je trzy dni przed wyjazdem.
Mam kilka dziewczyn tygodniowo"**

NOWOTWORY ZŁOŚLIWE W POLSCE W 2013 R.
MOCZNIKOWY
SŁABIEJĄCA
WYTRZYMAŁOŚĆ



Rak w Polsce. Coraz częściej umierają młode kobiety



Korwin wyprowadzi ludzi na ulicę. "Już przebierają nogami"

Ryc. 12. Gazeta.pl, 03.07.2014

gazeta
WYBORCZA.PL

WYBORCZA.BIZ | MUNDIAL.2014 | Miasta | Ale Historia | Duży Format | Piątek Ekstra | Święteczny | Wysokie Obcasy | Tytuło Złotówkę

f | t | i | x | Wszystkie



POLSKA SINGIELKA NA WAKACJACH

"Zaczynam je uwodzić trzy dni przed wyjazdem. W ten sposób mogę mieć kilka dziewczyn tygodniowo"

Ona: Kasia, 31 lat, singielka. Ładna buzia, szczupłe ciało. On: Angel, Hiszpan, 30 lat. Gdy mówi o dziewczynach, głos mu męźnieje



LUDZKA GODNOŚĆ? RYNEK JEST WART MILIONY DOLARÓW

Gospoście "towarem" w centrach handlowych. Oglądasz, przebierasz. A one tylko nisko się kłaniają

Informacja sklepowa kieruje do działu "Gospościa" i "Tania pomoc domowa". Na pięciu piętrach dziesiątki kobiet czekają w boksach



DOSZŁO DO "LICZNEJ NIESAMODZIELNOŚCI"

Unieważniono maturę 26 uczniom z Ostrowca. Pisało 32. Pograżyły ich identyczne strzałki



MOBBING NA OKIECIE

Ekskluzywne sklepy na największym polskim lotnisku. Puder skrywa oczy opuchnięte od łez



ALARMUJĄCE STATYSTYKI

Rak w Polsce: Dlaczego na nowotwory coraz częściej umierają młode kobiety

Ryc. 13. Wyborcza.pl, 03.07.2014

Zapowiedź informująca o raku jest w Wyborczej.pl uzupełniona o umieszczony na apli tytuł: *Alarmujące statystyki*. To ze względu na zapowiadaną problematykę w zupełności wystarczy, by przykuć uwagę odbiorcy. Zapowiedź dotycząca singielek jest uzupełniona o informacyjny tytuł i fragment korpusu, który trzeba uznać za intrygujący.

Zapowiedzi z portalu Wyborcza.pl są w znaczącym stopniu spokrewnione z zapowiedziami z papierowej „Gazety Wyborczej”. Stosuje się w nich reguły redakcyjne typowe dla zapowiedzi nieautonomicznych. Ze względu na możliwości, jakie stwarza internet, obserwować w nich można kontaminację wspomnianych prawidłowości i zasad typowych dla prasy kolorowej, która preferuje zapowiedzi autonomiczne z obowiązkowym komponentem ikonicznym.

W portalu Gazeta.pl dostrzec można inną praktykę redakcyjną. Po pierwsze – obserwujemy pokazaną w tym artykule większą polimorficzność gatunku. Po drugie – anonsowanie typowe dla tego portalu uwypukla funkcję reklamową zapowiedzi, w sposób sugestywny oddziałując na czytelnika. Ikoniczna warstwa przekazu nie pełni tu roli dominującej. Przeciwnie – dba się o stosowny kształt komponentów werbalnych. Tendencja podstawowa polega na naśladowaniu typowego zwłaszcza dla tabloidów oraz prasy kolorowej (młodzieżowej i kobiecej) interakcyjnego stylu komunikowania (Wojtak 2006b, 115–128). Włączone w ten proces zapowiedzi aktywizują czytelnika wieloaspektowo. Są zredagowane jako wypowiedzi zaadresowane do jakiegoś „ty” oraz apelatywne. Mają, innymi słowy, dialogowe nastawienie. Stosunkowo trwale – przypomnę tu własne ustalenia (Wojtak 2006b, 116–118) – są podstawowe wykładniki tak ujmowanej dialogowości. Znajdujemy wśród nich: 1) znaki graficzne (zwłaszcza wielokropek); 2) formy gramatyczne: zaimki osobowe i dzierżawcze oraz stosowne formy czasowników funkcjonujące jako wskaźniki relacji nadawczo-odbiorczych, klimat interakcji budować mogą deminutywa, a jej spontaniczność imitują wybrane konstrukcje składniowe i sposoby wiązania segmentów wypowiedzi, 3) struktury tekstowe, a zwłaszcza pełne wymiany dialogowe, w tym naśladowujące zwrotny charakter komunikacji, a więc z fingowanymi replikami czytelnika, oraz wymiany zredukowane (pytania lub repliki oceniające), a ponadto takie kształtowanie wypowiedzi dziennikarskiej, by załazło się w niej miejsce na węzeł dialogowy.

Oto dla przykładu kilka zapowiedzi zawierających fingowaną wymianę dialogową:

- Samolot w porządku. Błąd pilota? Raczej nie. Prawdopodobna awaria (Gazeta.pl, 7.07.2014)
- Wnieśli sprzęt szpiegowski do Sejmu. Ochrona? Nic nie zauważyła. Prowokacja TVP (Gazeta.pl, 3.07.2014)

- Bezrobocie w Polsce mniejsze niż w UE. Niemożliwe? A jednak (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Pytaniem, które ma budzić ciekawość czytelnika, mogą się (co już pokazywałam) kończyć wybrane zapowiedzi:
- Lana Del Rey, królowa retro. Jak to w końcu jest: lubicie ją czy nie? (Gazeta.pl, 5.07.2014)

Wypowiedzi wystylizowane na przekaz spontaniczny odnajdujemy w następujących przykładach:

- Łosie ocalone! Nie będzie odstrzału... Przynajmniej na razie (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Zobacz najładniejszy kompakt na rynku. Może być twój... (jw.)

Uwagę czytelnika przyciąga niezawodnie komunikat niepewny, zagadkowy, tajemniczy. W portalu Gazeta.pl odnajdujemy bez większego trudu w taki sposób zredagowane zapowiedzi w formie sygnału. Oto kilka wybranych przykładów:

- NOWE „Science”: Polscy astronomowie odkryli zimną „Ziemię”. Ale daleko stąd... (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Jak wysokie podatki płacą największe spółki w Polsce? Ranking [ZOBACZ] (jw.)
- Facebook wpływał na nasze emocje, manipulując postami? Teraz się tłumaczy. Jak? (jw.)
- Najgorsze fryzury w historii mistrzostw świata. Czasem lepiej się nie zakładać... (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Znamy finalistki Wimbledonu! Jest debiutantka (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Zanim umrę chcę... Tablica życzeń zapelniała się w 15 minut (jw.)
- Nowe „Mam nadzieję, że ludzie udostępniają to dla żartu...” (jw.)
- Była sprawa rozwodowa, a teraz? Gdy ich dzieci się bawiły, oni... (jw.)
- NOWE Uber wchodzi do Polski. Tańszy niż taksówka, ale... (Gazeta.pl, 5.07.2014)
- Szary fotoradar zdjęcia już nam nie robi. Trzeba uważać na... (jw.)

Styl interakcyjny oznacza też budowanie wspólnoty z czytelnikiem, wspólnoty przeżyć, odczuć i postaw. Oto przykłady:

- Rodzina publikuje list Braunek, który napisała tuż przed śmiercią. Piękny gest aktorki (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- NA ŻYWO LŚ. Arcyważny mecz dla Polaków. Niestety, na razie nie idzie po naszej myśli (Gazeta.pl, 3.07.2014)

Dział *Styl Życia* jest zredagowany jako forma poradnictwa, więc apelatywność eksponuje w sposób szczególny. Analogiczne praktyki redakcyjne dobrze zna każdy odbiorca prasy kolorowej. Oto przykłady:

- Idealne zdjęcie z wakacji? Dzieli cię tylko pięć kroków (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Co by tu jeszcze zgrillować? Kilka dobrych pomysłów (jw.)
- Ekologiczne i wydajne. Musisz je mieć w swoim domu! (jw.)
- 10 przykazań higieny intymnej – naprawdę wiesz wszystko? (jw.)
- Co może zmienić kolor w mieszkaniu? Porady i proste triki (Gazeta.pl, 5.07.2014)
- Gdy upał, użyj rózu w kremie zamiast pudru, wyglądaj świeżo (jw.)
- Zwijane kalosze. Już nie pada? To schowaj je do kieszeni (jw.)
- Termos, koc, ser w słoiku. Pyszne przepisy idealne na piknik (jw.)

Jeśli buduje się wspólnotę z czytelnikami w stylu popularnych kobiecych magazynów, nie można się odżegnywać od potocznego, a więc bliskiego odbiorcom, sposobu wysłowienia:

- Gwiazdy Open'era: „Jaja ze wszystkiego? Wcale nie!” (Gazeta.pl, 3.07.2014)
- Siwec z super drogą torebką. Ale Herbuś ją przebiła. I to jak! (jw.)
- Dobrze, że głupota nie boli. Oni musieliby strasznie cierpieć (jw.)
- Oblapiał dziewczynkę w windzie. Policja ujawnia jego zdjęcie (Gazeta.pl, 5.07.2014)
- 10 powodów, dla których feministki nie znajdują faceta (jw.)
- Bób, fasolka, maliny: Pyszne przepisy na kulinarne hity lata (jw.)
- Tylko siedzą i się gapią: Co facetów tak kręci w wędkowaniu? (jw.)

Interakcyjność komunikowania oznacza także jego wielogłosowość. Cytały wiążą się zarówno z wymogami internetowego przekazu, jak i z chęcią urozmaicenia stylu. Internetowe wersje zapowiedzi pokazują w ten sposób kolejne zakresy pokrewieństwa z prasą papierową, w której operowanie tzw. głosami dopuszczonymi jest obecnie regułą. Oto przykłady:

- NOWE Kolega z drużyny: „Chciałbym być Messim chociaż przez 5 min”. Sam Messi by chciał... (Gazeta.pl, 5.07.2014)
- Prezes Sony nie chciał dźwigać odtwarzacza. „Zróbcie mi taki przenośny...” (jw.)
- Jacek Hugo-Bader przeprosza i zapewnia, że nie popełnił plagiatu. „To zła karma” (jw.)
- Profesor: „Dzisiejsi studenci mają wrodzony wstręt do książek” (jw.)
- Maffashion: „Nie jestem głupią blogerką! Mam wyższe wykształcenie, sama na siebie zarabiam” (jw.)
- Nocna zmiana okręgów w Warszawie. Kalisz: „Nie godzi się” (Gazeta.pl, 5.07.2014)

– Megan Fox: „Mężczyźni czolgają się przede mną na kolanach” (jw.)

Artykuł pokazuje szkicowo wyznaczniki gatunkowe zapowiedzi uwarunkowane specyfiką komunikacji internetowej (zwłaszcza hipertekstualność), eksponuje niedostrzeżone w literaturze przedmiotu zakresy pokrewieństwa z konwencjami typowymi dla prasy papierowej – chodzi o konwencje gatunkowe (zwłaszcza intertekstualność) oraz dyskursywne (interakcyjny styl komunikacji). Zawiera też charakterystykę wariantywności gatunku w jego wersji internetowej, realizowanej w ramach dwóch powiązanych hipertekstowo portali. Przedstawia ponadto skalę paradoksów gatunku, który z jednej strony jest zdeterminowany matrycowym ukształtowaniem stron internetowych (różnym w różnych portalach), z drugiej zaś podlega dynamicznym zmianom, by zarówno holdować przyzwyczajeniom czytelników, jak i je nieustannie burzyć.

Literatura

- Grzenia J., 2006, *Komunikacja językowa w Internecie*, Warszawa.
- Kita M., *Słowa magnesy. O (nie)przewidywalnym efekcie skupiania uwagi odbiorcy na słowie w dyskursie publicznym (medialnym)*, w: Jachimowska K., Kudra B., Szkudlarek-Śmicchowicz E., red., *Słowo we współczesnych dyskursach*, Łódź.
- Olszański L., 2006, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa.
- Skowron J., 2008, *Hipertekstualny wzorzec zapowiedzi dziennikarskiej w newsmedialnym otoczeniu Internetu*, w: „Prace Językoznawcze”, z. X.
- Wojtak M., 2002, *Przejawy mody w sposobie kształtowania informacyjnych gatunków prasowych*, w: Wojtczuk K., red., *Moda jako problem lingwistyczny*, Siedlce.
- Wojtak M., 2003, *Gatunkowa wielokształtność tekstów z „Dziennika Wschodniego”*, w: Borkowski I., Woźny A., red., *Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń*, Wrocław.
- Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin.
- Wojtak M., 2005, *Konfiguracja gatunkowa charakterystyczna dla pierwszej strony gazety*, w: Borkowski I., Woźny A., red., *Nowe media – nowe w mediach 1. W kulturze pierwszych stron*, Wrocław.
- Wojtak M., 2006a, *Gatunki mowy charakterystyczne dla prasy motoryzacyjnej*, w: „Prace Językoznawcze”, z. 8.
- Wojtak M., 2006b, *Interakcyjny styl komunikowania w prasie kobiecej*, w: Mazur J., Rzeszutko-Iwan M., red., *Teksty kultury. Oblicza komunikacji XXI wieku*, t. 1, Lublin.
- Wojtak M., 2008, *Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych*, Lublin.

Netografia

- www.gazeta.pl, [dostęp 16.07.2014].
www.wyborcza.pl, [dostęp 16.07.2014].

On Internet versions of journalists' announcements

The article presents the main genealogical determinants of announcements – such determinants result from the specific character of Internet communication (especially hypertextuality). The author of the article exposes common elements characteristic of both Internet announcements and traditional press announcements. She especially emphasizes genealogical (intertextuality) and discursive (interactive style of communication) conventions. The article also presents different variants of this genre found existing on the Internet. It also discusses the paradoxes of the genre, which are determined by a matrix-like character of websites, but at the same time it changes dynamically in order to both follow the readers' expectations and continually transgress them.

Keywords: press, Internet, journalistic genre, preview