

"Skandal", "szok", "groza". Dlaczego serwisy atakują nas takimi tytułami?



KAMIL SIKORA dawno temu



"Szok", "skandal" i "groza" atakują nas z nagłówków • Fot. Shutterstock

Nawet poważne serwisy coraz częściej atakują czytelników ostrymi sformułowaniami w tytułach. Chcą tym przyciągnąć czytelników wiedząc, że szukają oni emocji. Jednak stosowanie mocnych tytułów nie zawsze się opłaca. Niektórym tytułom nie przystoi pisać o "skandalach" i "szokach". Czytelnicy oczekują od nich poważnych i wyważonych treści. O tym dlaczego wydawcy stosują krzykliwe tytuły rozmawiamy z Kamilą Tuszyńską z Zakładu Mediów i Retoryki Uniwersytetu Warszawskiego.

Zwraca pani uwagę na słowa "skandal", "szok", "groza" czy wpadka" przeglądając strony internetowe?

To zależy od tego na jakich stronach one występują. Na stronach typu Pudelek, Deser, Plotek te słowa muszą występować, żeby poruszyć znużonego użytkownika, którzy leniwie przesuwa palcem po ekranie telefonu czy tabletu. Te słowa są nacechowane emocjonalnie. Określenia tego typu bardzo lubią też tabloidy, z którymi są one nierozdzielnie skojarzone.

Zobacz też: [Nikt nie opublikował zdjęć ofiar katastrofy smoleńskiej, ale i tak wszystkie media o nich mówią](#)

Mocne tytuły pojawiły się też tydzień temu, gdy pojawiły się informacje o wycieku zdjęć ofiar katastrofy smoleńskiej. Wtedy o "szokujących zdjęciach" pisały nawet poważne serwisy, także naTemat. Wtedy to było uzasadnione, bo nawet statystyki wyszukiwarki Google pokazywały, że wzrosła liczba wyszukiwań słów "szokujące" czy makabryczne". Jednak gdy takie tytuły pojawiają się w serwisach informacyjnych bez mocnego uzasadnienia, to autorzy zbierają gromy i są krytykowani przez czytelników. Bo dobry tytuł powinien bronić się sam, bez konieczności "szokowania" i "skandalizowania".

Jakie wyrażenia są najczęściej używane przez autorów tytułów, by przyciągnąć czytelników?

To wszystkie przymiotniki w stopniu najwyższym. "Najdłuższy korek", "największy przekręt" i tym podobne. A to zawsze subiektywna ocena i zaprzeczenie dziennikarskiej etyki, bo przecież każdy z nas może podać pięć przykładów dłuższych korków. Ludzi coś takiego denerwuje.

Kiedy pojawiły się takie tytuły? To wynalazek gazet czy już internetu?

Szokujące tytuły mają w mediach długą tradycję. Pojawiały się już w XIX-wiecznej polskiej prasie. Mój ulubiony tytuł z tamtego okresu to "Szokujący wypadek", który opisywał potrącenie staruszki przez powóz konny. Takie rzeczy przyciągały ludzi, szczególnie że wtedy panowało bardzo znużenie politykę.

Zobacz też: [Mama Madzi w bikini na koniu. Internauci w szoku. Hiena Roku dla "Super Expressu"? \[Waszym zdaniem\]](#)

Ostre nagłówki stały się bardzo popularne przed II wojną światową w Stanach Zjednoczonych. Wtedy zaczęto pisać w gazetach o skandalach obyczajowych. Pruderyjne społeczeństwo musiało być ostrzeżone przed takimi treściami, więc w tytułach pojawiały się słowa "skandal" czy "szok".

Na plotkarskich serwisach niemal każdy tytuł atakuje nas takimi określeniami. Uodparniamy się na to?

Tak. Bo z reguły tytuł nie dorasta do treści, więc spotyka nas rozczarowanie. Dlatego też widząc kolejny mocny tytuł omijamy go, spodziewając się, że gdy klikniemy w środku będzie opis o tym, że jakaś aktorka złamała obcas lub miała zbyt głęboki dekolt. Tymczasem takie słowa powinny opisywać wydarzenia, które rzeczywiście na dłużej zapadają w naszej pamięci i poruszają dużą społeczność.

ZOBACZ TAKŻE:



Czy Polacy zapomną o Mickiewiczu albo Dostojewskim? Trzeba ocalić dobre książki!



Etykieta – obowiązkowa pozycja w kanonie lektur codziennych



Beata Sadowska: „20 lat temu byłem zakochanym szczeniakiem”



Korzystasz w pracy z Office 365? Dzięki tym trikom twoje życie stanie się prostsze!