

VÝUKA INTERNETOVÉ ŽURNALISTIKY

Radek Mezuláník

Anotace

Od akademického roku 2011/2012 je na Fakultě biomedicínského inženýrství ČVUT realizován předmět Teorie a praxe žurnalistické tvorby, ve kterém si studenti mají osvojit znalosti novinářské práce v tisku, rozhlasu, televizi, elektronických médiích a orientovat se v profesních problémech, včetně problémů etických a v základních žurnalistických tématech. Součástí předmětu jsou základy teorie masové komunikace, typy médií a jejich specifika, základy žurnalistické tvorby a především internet jako prostředek masové komunikace a s ním související on-line žurnalistika.

Klíčová slova:

Žurnalistika, on-line žurnalistika, média, žánry, etika, masová komunikace, sociální komunikace, internet, tisk, rozhlas, televize, elektronická média

Nový nástroj žurnalistů – internet

Rozvoj nových technologií v oblasti PC a telekomunikací ovlivňuje žurnalistiku, zvláště v průmyslově vyspělých zemích, již dávno, resp. od konce 80. let minulého století. Nejprve žurnalisté začali používat textové editory, ostatně jako mnozí z nás, později měli přístup k archivům a databankám. Internet byl v té době doménou akademické obce a novináři jej využívali jen jako zdroj specifických informací.

90. léta s uživatelsky přátelskými aplikacemi a rozšířením Word Wide Webu vše změnila. Internet a jeho technologie byli zpřístupněni počítačovým amatérům, kyberprostor se rozšířil o nové informační zdroje v podobě webových stránek, žurnalisté tak získali nepostradatelný nástroj ke své práci. Orientaci v rozšiřujícím se informačním potenciálu volně přístupných webových stránek usnadnily katalogové a fulltextové vyhledávače. Novinář získává možnost přímé komunikace se svým zdrojem, se svou redakcí, se svým publikem. Těmto novým metodám říkají v některých zemích „počítačem asistovaná žurnalistika“ (CAR, Computer-Assisted Reporting).

Fenomén on-line žurnalistiky je tedy umožněn publikačním potenciálem internetu. Žurnalistika se stává nezávislou na vydavatelských, tiskárnách, distribučních firmách, broadcastrech a jejich organizačních strukturách.

Je internetová žurnalistika samostatnou disciplínou?

Jednotný názor neexistuje, navíc se dnes vše komplikuje množstvím weblogů a aktivitou amatérských publicistů. Původně byl tvůrcem obsahu mediálních sdělení výhradně novinář. Dnes se profesionál stává pouze jedním z mnoha tvůrců médií (media content producers). Internetové prostředí je zcela odlišné od médií tisku, rozhlasu a televize.

K vlastnostem internetové žurnalistiky patří:

- hypertextualita
- multimedialita
- interaktivita

Je pak již na jednotlivých autorech, jak tyto vlastnosti využijí v zájmu sdělnosti a zajímavosti publikovaných produktů.

Nové technologické možnosti internetu mění i pohled na novinářskou profesi. Původně byl dobrým novinářem ten, kdo dokázal získat co největší množství zajímavostí, ale především informací se zpravodajskou hodnotou, nejen kvalitních, ale i dobře prodejných. Dnes se na nás valí nekonečné množství informací a zpráv z mnoha různých zdrojů a distribučních kanálů. Obrovský nárůst množství televizních a rozhlasových programů, freepaperů, tiskových zpráv, přeplněných poštovních schránek, včetně elektronických, vyvolává novou situaci: není již problém informace získat, ale orientovat se v nich, selektovat je, rozeznávat jejich hodnotu, zpracovávat je a správně v dané chvíli, prostoru a čase je využívat. V tom dnes spočívá role profesionálního žurnalisty.

Co má umět internetový žurnalista

Mediální gramotnost je dnes nezbytnou kompetencí nejen pro novináře, ale také pro konzumenty médií. Původně vyžadovaná počítačová gramotnost musí být doplněna o znalosti z prostředí digitalizovaného komunikačního prostředí. A znalosti internetu, webové komunikace, práce vyhledávačů, on-line databází, e-mailové komunikace a diskusních skupin je třeba doplnit o základy teorie sociální a mediální komunikace, informace o typech médií a jejich zvláštnostech, základy žurnalistické tvorby s jejími etickými pravidly a zásadami.

Multimedialita on-line žurnalistiky vyžaduje multimedialně vzdělaného zdatného novináře, schopného nejen psát, ale také pracovat s digitální fotografií, jako součástí jeho výstupů, ovládajícího technologii natáčení a střihu zvukových záznamů nebo videoreportáží. To na čem dříve pracoval tým specialistů, je dnes soustředěno do jednoho PC s příslušným softwarem.

Jakým způsobem takové novináře vzdělávat

Pomiňme nyní, že i role pedagoga v oblasti sociální a mediální komunikace a žurnalistiky by se měla změnit.

Nejde tedy o to, aby student uměl programovat a tvořit internetové stránky, ale předpokládá se uživatelská znalost redakčních systémů a publikačního softwaru. Již z toho vyplývají limity pro školy, které chtějí studentům tyto možnosti nabídnout, v podobě disponibilního hardwaru a softwaru. Učit se jak má žurnalistický produkt vypadat, bez možnosti vyzkoušení formy a způsobu publikování, nemá význam.

Tvořit mediální produkty v hypertextovém formátu nelze bez patřičného vybavení. Kromě problémů s vybavením je třeba zmínit nedostatek zkušených

odborníků a také ekonomických prostředků pro ně v podmínkách ČR. Na rozdíl od některých evropských univerzit, kde například Katedra žurnalistiky University of Central Lancashire disponovala téměř 300 000 EUR na zřízení speciální Katedry on-line žurnalistiky.

Konkrétní projekt na FBMI ČVUT

Cílem studia je aby se studenti naučili a osvojili si, v rámci přednášek a cvičení, znalosti novinářské práce v tisku, rozhlase, televizi, elektronických médiích a orientovat se v profesních problémech, včetně problémů etických a v základních žurnalistických tématech.

Přednášky jsou rozvrženy do následujících témat:

1. Proces komunikace, informace a její podoby v médiích, informační společnost, prostředky masové komunikace, masová média jako instituce
2. Veřejný zájem uplatňovaný v médiích, Média a společnost – dominantní a alternativní paradigma, základní pojmy sociologie médií, Mediální struktury, instituce a organizace
3. Typy médií, typy vlastnictví médií, mediální publikum, Mediální obsah, žánry a formáty, zpravodajství, vizuální jazyk komunikace
4. Účinky působení médií, moc médií, kampaně, typy manipulativních technik.
5. Tištěná média, Rozhlas, Televize, Internet, historie, současnost
6. Trendy– interaktivita, blogy, Specifika komunikace v jednotlivých typech médií – přednosti a slabiny printů, auditivní, audiovizuální a interaktivní mediální komunikace, Tiskové a zpravodajské agentury
7. Základy žurnalistické tvorby, Agenturní žurnalistika, agenturní zpravodajství jako zdroj novinářských informací, produkty a služby agentury, archivní fondy a dokumentační databáze
8. Zpravodajské a publicistické žánry, Zpravodajství a publicistika v různých typech tištěných médií a různých rubrikách, rozdíly mezi publicistikou psanou pro deník a časopis, odlišnost v pojetí kreativního psaní, zpráva a komentář
9. Práce se zdroji informací, ochrana zdroje, Objektivita, vyváženost, profesionalita a etika, etické kodexy, mediální legislativa
10. Internet jako prostředek masové komunikace: Nová média a změny žurnalistických standardů, Práce s informací na webu – vyhledávače, odkazy, hypertext
11. Média a zpětná vazba, interaktivita, on-line komunikace, chat, Tvorba webové stránky, rubriky, role grafiky, role domény
12. Změny ve struktuře agenturních produktů a služeb ovlivněné digitalizací a internetizací,
13. Současná struktura internetových médií – portály, servery, deníky, magazíny, webové verze printů a jejich specifika

Cvičení pak obsahují práci s informací na webu – vyhledávače, odkazy, hypertext, seznámení s editorem Adobe Photoshop CS, úpravy obrazu (retušování, úpravy barev, kreativní úpravy), možnosti editace fotografického

obrazu, ukládání souborů, práce s portály, servery, deníky, magazíny, tvorbu webové stránky, zpracování vlastního projektu pro použití v periodickém tisku, reklamě či obrazové prezentaci atd.

Závěrem

Podle Marka Briggse, amerického novináře, teoretika a propagátora on-line žurnalistiky, můžeme dnes mluvit o žurnalistice 2.0, která nabízí další výhody jak pro tvůrce tak pro další účastníky komunikace. Nejde již jen o tvorbu a obsah zpráv se zapojením dalších uživatelů, ale žurnalistika 2.0 zaměřuje pozornost na koncového uživatele, kterému umožňuje ne být pouze pasivním příjemcem, ale aktivním spolutvůrcem. To vede k osobnímu rozvoji, aktivitě a správnému využívání technologií, které nám současný svět nabízí.

Kontakt:

Radek Mezuláník

email: mezulanik.radek@ujak.cz