

Joanna Mikosz

INTERNET W PRACY DZIENNIKARZA PRASOWEGO

Teraz łączność elektroniczna pozwala natychmiast upowszechniać każde zjawisko. Siłą rzeczy nabiera ono szerokiego wymiaru

Ryszard Kapuściński

Internet jest podstawowym źródłem informacji w pracy dziennikarza. To najbardziej elastyczne ze znanych mediów, ogromna encyklopedia wiedzy zawierająca niemożliwe do całkowitego ogarnięcia pokłady informacji. To medium elektroniczne, które może z powodzeniem zastąpić dziś radio, telewizję, telefon, prasę codzienną i książkę. Sieć daje też możliwość realizacji operacji bankowych, pocztowych, a także dokonywanie zakupów w tzw. e-sklepach.

Kontakt z Internetem otwiera dziennikarzowi całkiem nowe możliwości. Po pierwsze, pomaga w dotarciu do wiadomości, o których niegdyś można było jedynie pomarzyć. Po drugie, pozwala zaoszczędzić czas potrzebny na poszukiwanie informacji w tradycyjny sposób. Dzięki możliwościom, jakie stwarza komputer oraz Internet, zmienił się charakter i wygląd gazety. Wysoka jakość publikowanych zdjęć, których źródłem pozyskiwania jest również Sieć, sprawiła, że pisma stały się bardziej atrakcyjne wizualnie dla swoich czytelników. Niebagatelne znaczenie miał także rozwój systemu informacyjnego i rozbudowa (za pośrednictwem poczty e-mailowej) kontaktów krajowych i zagranicznych z redakcjami innych gazet, agencjami i serwisami prasowym oraz ze specjalistami z różnych dziedzin wiedzy.

WWW – World Wide Web, czyli Ogólnoświatowa Pajęczyna, jest po prostu najpopularniejszym narzędziem służącym do wyszukiwania informacji¹. To system połączonych ze sobą dokumentów, które zawierają tekst i zdjęcia. Bo tak naprawdę artykuły z elektronicznego pisma zamieszczanego w Sieci

¹ T. Bienias, *Komputer w pracy redakcji i dziennikarza*, [w:] *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2000, s. 314.

niczym nie różnią się od tych z tradycyjnych wydań gazetowych. Mają one podobną konstrukcję, czyli wstęp, rozwinięcie i zakończenie oraz elektryzujący nagłówek, który ma na celu przyciągnąć uwagę czytelnika. Obecnie dla zwiększenia atrakcyjności artykułów coraz częściej wzbogaca się je dodatkowo o dźwięk, krótkie filmy czy animacje: „E-gazeta jest po prostu nowym narzędziem marketingowym wydawców prasy, wiążących z tą formą przekazu nadzieje na zwiększenie poziomu czytelnictwa”².

W Internecie można znaleźć praktycznie odpowiedź na każde pytanie. To prawdziwa kopalnia wiedzy, w której dostępne są informacje ekonomiczne, prawne, rządowe, społeczne i naukowe. Oprócz tego analizy, wyniki badań, dane o firmach i wiele innych. Sieć jest również bazą danych o najaktualniejszych wydarzeniach, z których dziennikarz może czerpać wiadomości podczas pisania artykułów. Ponadto medium to pozwala zapoznać się z szerszymi informacjami na określony temat niż publikowane w innych gazetach (wymogi objętościowe tekstów) czy podawane w radiu lub telewizji. Internet uwalnia też nadawców od ograniczeń czasowych, jakie narzuca ramówka i umożliwia przeprowadzanie natychmiastowych, obszernych transmisji z ważnych wydarzeń.

Dziennikarz może za pośrednictwem Sieci dotrzeć do elektronicznych wydań obcojęzycznych pism. Dostęp do nich w Polsce jest ograniczony, gdyż są one sprzedawane tylko w wybranych księgarniach i gromadzone w nielicznych bibliotekach. Co więcej, w Sieci istnieją specjalne serwisy prasowe dla gazet, z których pracownicy mogą bezpłatnie pobierać zdjęcia (osób lub wybranych produktów) do publikacji. W tym celu wypełnia się elektroniczny kwestionariusz, w którym dziennikarz podaje swoje dane osobowe i nazwę redakcji, w której jest zatrudniony. Jest to rozwiązanie bardzo korzystne. Dzięki tej usłudze można umieścić na stronach gazety zdjęcia nowych produktów, które pojawiły się np. w branży budowlanej, samochodowej lub farmaceutycznej i wskazać na ich rolę oraz możliwości zastosowania.

Redaktorzy podkreślają również korzyści, jakie płyną dzięki możliwości korzystania z archiwów internetowych. Nie mają one jedynie charakteru użytkowego, ale także cel marketingowy. Są tworzone przez redakcje po to, aby przyciągnąć internautów unikatowym narzędziem – w tym wypadku zasobami informacyjnymi. Penetrowanie zasobów archiwum nie wymaga specjalnego przygotowania merytorycznego, to „prawdziwa oszczędność czasu i wygoda”³. Sposób czerpania wiadomości z wirtualnego archiwum niczym nie różni się od szukania informacji w Sieci. Wystarczy wpisać jedynie adres

² I. Hoffman, *Perspektywy rozwoju czytelnictwa prasy on-line*, [w:] *Media Studies. Refleksja nad stanem obecnym*, Lublin 2008, s. 235.

³ Cytat pochodzi z rozmowy Joanny Mikosz przeprowadzonej 5 lipca 2005 r. z dziennikarzem Dariuszem Grabowskim z redakcji „Dziennika Łódzkiego”.

internetowy danej gazety i wejść do jej archiwum, w którym znajdują się elektroniczne odpowiedniki wybranego numeru gazety lub numery gazet z danego przedziału czasowego. Wówczas można dotrzeć do tekstów z wybranego okresu, artykułów konkretnego autora lub nawet do nazwiska osoby, o której była mowa w tekście. Tworzenie elektronicznego archiwum nie wymaga dodatkowego nakładu pracy. Większość systemów CMS a także udostępniane bezpłatnie narzędzie do prowadzenia weblogów automatycznie archiwizują informacje zdejmowane z serwisu i umożliwiają ich przeszukiwanie⁴.

Kolejną zaletą tego nowego środka masowego przekazu jest to, że umożliwia on nawiązywanie kontaktów z ludźmi z całego świata. Za sprawą Internetu komunikujemy się z innymi ludźmi „zarówno w czasie rzeczywistym, jak i asynchronicznie. Co więcej, łączność ta może przyjmować w zasadzie dowolną formę (od tekstu, poprzez wiadomości głosowe, aż do wiadomości video)”⁵. Dzięki temu dziennikarz biorąc udział w tzw. forach dyskusyjnych może zebrać opinie na dany temat lub skontaktować się ze specjalistą z konkretnej dziedziny wiedzy, także spoza Polski. Bardzo ceniona przez dziennikarzy jest możliwość korzystania z tekstowych komunikatorów internetowych typu „Gadu-gadu”, „Tlen” czy „Messenger”. Umożliwiają one odbieranie wiadomości na bieżąco, a także po włączeniu komputera. To cichy sposób komunikacji, który zapewnia dyskrecję, a także pozwala mieć np. ciągły kontakt z kolegami z redakcji bez konieczności ruszania się z biurka: „nie trzeba biegać po piętrach i tracić czasu, jeśli ma się do kolegów jakąś sprawę”⁶. Komunikatory są też nieocenione w kontaktach z oddziałami i korespondentami w terenie. Świetnie sprawdza się w rozmowach także *skype*. Dzięki niemu można komunikować się za darmo i nagrywać rozmowy.

Ogromnym udogodnieniem jest możliwość autoryzacji artykułów przez Internet za pośrednictwem poczty elektronicznej. Procedura ta nie jest czasochłonna i tańsza np. od rozmowy telefonicznej. Jej walory doceniają dziennikarze piszący artykuły np. dla działu miejskiego lub terenowego, w których praca redakcyjna to prawdziwe wyzwanie. Dziennikarze muszą być w pełni dyspozycyjni nie tylko w ciągu dnia, ale i w nocy. Wymaga to od nich ciągłego pośpiechu i ścisłego dotrzymywania terminów wykonywania pracy. Sieć jest więc niezastąpiona w momencie przygotowywania tzw. „wiadomości z ostatniej chwili”, zwłaszcza przed zamknięciem danego numeru gazety. Wówczas Internet jest niezawodnym środkiem komunikacji i autoryzacji tekstów.

⁴ L. Olszański, *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006, s. 186.

⁵ D. Batorski, *Internet w Polsce. Niektóre społeczne aspekty korzystania z nowych mediów*, „Studia Medioznawcze” 2005, nr 3, s. 40.

⁶ M. Wójcik-Grym, *Gadu-gadu w dzień*, „Press” 2007, nr 11, s. 73.

Prawdziwym przełomem – choć nie jest to jeszcze tak popularne w Polsce – jest umożliwienie dziennikarzowi udziału w wirtualnej konferencji. Może on siedząc przed monitorem swojego komputera, zadać pytanie lub przeprowadzić wywiad z osobą, która przebywa w innym mieście lub nawet na drugiej półkuli Ziemi. Ponadto zapoznać się na bieżąco z wypowiedziami i uwagami na dany temat innych uczestników konferencji.

Czy dziennikarze mogą traktować Internet jako wiarygodne źródło informacji?

Internet, pomimo swoich wyżej wymienionych zalet, ma również wady; nie zawsze jest on kompletnym, aktualnym i wiarygodnym źródłem wiadomości. Na taki stan rzeczy wpływa wiele czynników. Po pierwsze, liczne strony internetowe tworzone są przez amatorów, którzy nie mają odpowiedniego przygotowania zawodowego, a ich wiedza niejednokrotnie jest niekompletna, a nawet niesprawdzona. Związane to jest z faktem, że Sieć otwiera przed swoimi użytkownikami ogromne możliwości, pozwalające na bycie – w zasadzie każdemu – dziennikarzem. W Internecie zacierają się bowiem granice między twórcą a odbiorcą: niemalże każdy użytkownik ma możliwość stworzenia własnej strony i upowszechniania treści. Niejednokrotnie teksty przygotowują dyletanci lub osoby, dla których zawód ten jest jedynie zajęciem dodatkowym. Bywa też tak, że anonimowi autorzy stron świadomie wprowadzają swoich czytelników w błąd:

Cybernetyczność jest więc nowym światem o niebywalej efektywności, ale też polem działania terrorystów, manipulatorów, kłamców i ludzi występnych⁷.

Po drugie, wiele z podawanych informacji nie jest aktualizowanych. Dlatego też mankamenty i niedociągnięcia sieciowych baz danych oraz brak przepisów prawnych regulujących zasady publikowania tekstów mogą przynieść wiele nieporozumień, za które będzie odpowiadał dziennikarz, jeżeli opublikuje niepewne i niesprawdzone wiadomości. Sprawę komplikuje również fakt, że czasem niemożliwe jest powołanie się na określoną stronę, z której czerpało się informacje, gdyż żywot ich bywa bardzo krótki i są one niejednokrotnie wycofywane przez swoich autorów z dnia na dzień. Większa swoboda wypowiedzi w Internecie „wynika bowiem z postrzegania

⁷ Ks. T. Zasępa, *Media, Człowiek, Społeczeństwo. Doświadczenie europejsko-amerykańskie*, Częstochowa 2002, s. 265.

Sieci jako miejsca, w którym jesteśmy anonimowi, a dzięki temu wszystko nam wolno”⁸.

Jak zaznacza Wiktor Sawiuk z „Dziennika Łódzkiego”:

Ten nowy środek masowego przekazu nie jest do końca wiarygodną bazą danych i do publikowanych w niej wiadomości należy podchodzić z dużą ostrożnością. Ponadto, aby posługiwać się zasobami internetowymi, trzeba mieć własną wiedzę, aby później skonfrontować ją z tym, co znaleźliśmy w Sieci”⁹.

Redaktorzy portalowych serwisów z reguły pozbawieni są bowiem możliwości prezentowania własnych ocen, a nawet podpisywania zredagowanych newsów. Zamiast tego skupiają się na jak najszybszym wyszukaniu depesz, tłumaczeń zagranicznych, łączeniu ich w całość i aktualizacji istniejących wiadomości. Dlatego też często w tekstach mogą pojawiać się błędy, pomyłki lub niedociągnięcia stylistyczne. Sposób redagowania serwisu nie sprzyja formalnej poprawności, pilnowaniu gramatyki i ortografii, nie mówiąc o kompozycji i pięknie dziennikarskiej wypowiedzi.

W związku z tym dziennikarz powinien korzystać w swojej pracy z wypróbowanych i sprawdzonych portali internetowych (strony oficjalne – przygotowane przez agencje informacyjne i rządowe). Tutaj liczy się nie tylko treść, ale i forma podawania informacji. Dbą się o regularne wzbogacanie opublikowanych tekstów o np. komentarze, wywiady, relacje z chatów z ekspertami. W razie wątpliwości należy weryfikować informacje w oparciu o inne niezależne strony internetowe (także zagraniczne). Oprócz tego dziennikarz może sprawdzić zdobyte wiadomości w innych źródłach, np. wydawnictwach drukowanych. Wypróbowanym i niezawodnym sposobem jest jednak kontakt ze specjalistą z danej dziedziny wiedzy i autoryzacja tekstów. Zasada ta dotyczy głównie artykułów traktujących o polityce, przepisach prawnych, zdrowiu oraz wypowiedzi osób, z którymi przeprowadzony został wywiad.

Prasa elektroniczna i wirtualne redakcje

Pojawienie się Internetu jako alternatywnego, szybkiego i skutecznego, a także tańszego sposobu uzyskiwania informacji zrewolucjonizowało system funkcjonowania i znaczenie tradycyjnej prasy. Prasa internetowa zapewnia

⁸ M. Karpiński, *Blogger wyjęty spod prawa*, „Press” 2006, nr 8, s. 69.

⁹ Cytat pochodzi z rozmowy Joanny Mikosz z dziennikarzem Wiktorem Sawiukiem z redakcji „Dziennika Łódzkiego”, która odbyła się 5 lipca 2005 r.

bowiem „personalizację informacji, czyli ich dostosowywanie do potrzeb czytelnika, spontaniczność, osobistą tonację tekstu, bliższe relacje z adresatem”¹⁰. Spowodowało to wśród wydawców niepokój, co skłoniło ich do szukania rozwiązań w celu dostosowania się do nowej sytuacji. Po pierwsze, redakcje polskich dzienników i czasopism zaczęły wprowadzać Internet do dotychczasowej działalności wydawniczej. Cyfrowe edycje służą bowiem promocji bieżących wydań drukowanych. Należy jednak podkreślić, że elektroniczna forma gazet różni się od prasy tradycyjnej. Na stronach WWW udostępnia się tylko fragmenty artykułów, które zachęcają do dalszej lektury tekstów. Ponadto w celu zatrzymania czytelników redakcje uruchamiają także RSS, czaty, blogi – zarówno dziennikarzy, jak i czytelników (tzw. dziennikarstwo uczestniczące), fora dyskusyjne lub relacjonują na stronach WWW bieżące wydarzenia.

Innym rozwiązaniem jest tworzenie elektronicznych gazet i czasopism. Nie jest to przedsięwzięcie trudne czy czasochłonne. Cyfrowa prasa powstaje w tzw. wirtualnych redakcjach przy użyciu sprzętu biurowego i składu komputerowego (DTP), co w połączeniu z Internetem stwarza możliwość publikacji elektronicznych dostępnych w skali całego świata. Sekretariat tego typu redakcji oparty jest na ogół na jednym komputerze. Dostęp do serwera mają wszyscy zatrudnieni dziennikarze, do którego za pośrednictwem Sieci przesyłają artykuły.

Andrew Boyd w swojej książce *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne*¹¹ wypowiada się na temat umiejętności, kompetencji i cech charakteru, jakich oczekuje się od dziennikarza internetowego. Są one złożone i wymagają zarówno wiedzy merytorycznej, jak i doświadczenia zawodowego. Do obowiązków dziennikarza internetowego należy bowiem:

Umiejętność pozyskiwania materiałów dźwiękowych, filmowych i graficznych, [...] komputerowa obróbka materiałów, [...] kontakt z twórcami materiałów i ilustracji, [...] pomoc dziennikarzom informacyjnym przy tworzeniu relacji, pozyskiwaniu informacji kontekstowych i dokonywaniu analiz”¹².

Do wymagań zalicza się zaś:

Dostarczanie oryginalnych pomysłów, [...] dobra znajomość źródeł materiałów sportowych, [...] doświadczenie w pracy w newsroomie tworzącym materiały na żywo, [...] obszerna wiedza o różnych dyscyplinach sportu, [...] pomysł na to, jak można wykorzystać Internet do prezentowania materiałów sportowych, [...] chęć nabycia umiejętności technicznych

¹⁰ I. Hofman, *op. cit.*, s. 243.

¹¹ A. Boyd, *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych*, Kraków 2006, s. 551.

¹² *Ibidem*, s. 551.

i nauki obsługi sprzętu technicznego, [...] talent i wyobraźnia przy obróbce materiałów multimedialnych, [...] umiejętność pracy w grupie pod presją 24-godzinne formatu czasowego, który wymaga ciągłego dostarczania materiałów”¹³.

Pieczę nad „elektroniczną redakcją” sprawuje sekretarz, który czyta i weryfikuje przychodzące materiały, poprawia ewentualne błędy oraz rozmieszcza teksty na stronach pisma. Warto dodać, że tego typu prasa jest bardziej atrakcyjna od tradycyjnej. Na jej formułę składają się nie tylko teksty dziennikarskie, ale także materiały dźwiękowe i filmowe.

Dostęp użytkowników do elektronicznej prasy jest bezpłatny. Niektóre redakcje wymagają jednak od czytelników uiszczenia opłaty finansowej za czytanie tekstów z „cybernetycznej gazety”. Wiele płatnych internetowych pism osiągalnych jest także w prenumeracie. Jej koszty są zwykle znacznie niższe niż pism w wersji drukowanej. Pokrywane są przez samych prenumeratorów (tak jak w przypadku magazynów ilustrowanych), bądź przez uniwersytety i biblioteki (jak w przypadku pism naukowych)¹⁴. Warto podkreślić, że czytelnicy są jednak skłonni ponieść opłaty za informację, im bardziej jest ona aktualna i podana w bardziej przystępnej formie. W tym wyścigu o „świeżość” informacji zaczynają przegrywać tradycyjne gazety ze względu na czas potrzebny na ich przygotowanie, drukowanie i kolportaż.

Przykładem bezpłatnej cyberprzestrzennej gazety są Wiadomości24.pl, której redakcja zorganizowana jest w dużej mierze na wzór tradycyjnej redakcji prasowej. Wszyscy zainteresowani czytelnicy mają stały kontakt z dyżurnym dziennikarzem. Mogą przedstawiać mu – za pośrednictwem drogi elektronicznej, telefonicznej (numer telefonu komórkowego, GG oraz adres e-mailowy podane są na stronie internetowej pisma) swoje opinie, propozycje bądź dzielić się z nim spostrzeżeniami na konkretny temat.

Z pismem współpracują głównie ludzie młodzi, którzy uczą się dopiero pisarskiego fachu:

Jesteśmy dziennikarzami bez legitymacji prasowych, ale bez najmniejszych problemów tworzymy teksty informacyjne, często wyprzedzając agencje prasowe. [...] Mamy własne zdanie i jesteśmy odważni. Relacjonujemy zdarzenia, których jesteśmy świadkami lub szukamy informacji. Pisanie do *Wiadomości24.pl* uważamy za swoją pasję, sposób promocji regionu i... własnej osoby. Zabawa w dziennikarstwo daje satysfakcję i uczy, że nie można być biernym wobec otaczającej nas rzeczywistości¹⁵.

¹³ *Ibidem*, s. 551.

¹⁴ *Słownik terminologii medialnej*, red. Walery Pisarek, Kraków 2006, s. 155.

¹⁵ *Zabawa w dziennikarstwo*, „Dziennik Łódzki – Wiadomości Dnia”, 20 X 2006, s. 12.

WIADOMOŚCI 24.pl

Najlepiej fotografuj. Nagrywaj. Komunikuj.

Logini: Hasło: OK

Zarejestruj się | Przełączaj się

Wydawca: | Kultura | Cywilizacja | Styl życia | Sport | Portfel | Moja Trzy Gwiazdy | SMS | Strona

Dziennikarze ogólnopolski

- 09:45: Niektórzy z nas...
- 09:45: 29 sierpnia...
- 09:45: Tytuł...
- 09:45: Pół...
- 09:45: 11...

Wiadomości24

GP Australii - Hamilton wygrał, Kubica nie dojechał

Hamilton zdobył...

ABC Wiadomości24.pl

- Interaktywne...
- Wideo...
- ...

Gala z okazji 60-lecia polskiej animacji

Jacek...

Co powie ci...

- ...

Harczerze wypięwiali sobie festiwal

Wojtek...

Polonia jest...

- ...

Foram Plakatów...

- ...

Wydawca...

Marta...

Blog...

- ...

Nasze konkursy...

- ...

Cywilizacja...

Marcin...

Najlepsze...

- ...

Blog redakcyjny...

...

Sport...

Paweł...

Portfel...

Jacek...

Strona tytułowa portalu informacyjnego *Wiadomości24.pl*

Kolejnym przykładem „wirtualnej redakcji” jest QuickPress¹⁶. Jej działalność oparta jest również na uproszczonej strukturze rzeczywistych redakcji w popularnych gazetach. Jak podkreślają dziennikarze:

¹⁶ <http://quickpress.top100.org.pl>

Kieruje nami potrzeba stworzenia serwisu na wysokim poziomie, którym można zarządzać z każdego miejsca na świecie. Jesteśmy autorami prostej i przejrzystej formy umożliwiającej stworzenie w Internecie multimedialnego źródła informacyjnego zorientowanego na szeroką grupę odbiorców. QuickPress ma zastosowanie tam, gdzie zachodzi potrzeba szybkiego i rzetelnego, profesjonalnego, publicznego informowania. W odróżnieniu od blogów wspierających indywidualnych twórców, wspomaga zespoły ludzi skupionych wokół danej dziedziny naukowej lub komercyjnej¹⁷.

Redaktor naczelny to zarazem administrator systemu i osoba koordynująca pracę serwisu. „Zatrudnia” (rejestruje w systemie) redaktorów odpowiedzialnych za swój dział i swoich reporterów. Nie jest to jednak ściśle określona struktura. Jeżeli któryś z dziennikarzy chce pisać artykuł spoza tematyki, którą się zajmuje, może to uczynić za zgodą redaktora naczelnego.

Co ciekawe, na stronie QuickPress można znaleźć wytyczne dla użytkowników dotyczące redagowania pisma:

Po zalogowaniu do systemu w panelu administracyjnym wybierz z menu po lewej stronie, z sekcji „Artykuły”, opcję „dodaj”. W oknie przeglądarki pojawi się formularz „dodanie nowego artykułu do systemu”. Należy przekopiować treść z pliku w odpowiednie pola. Po zakończeniu wprowadzania treści rozważ możliwość dodania do artykułu zdjęcia. Jeżeli masz uprzednio przygotowane fotografie, wystarczy nacisnąć przycisk „Przeglądaj” w polu „Zdjęcie” i wybierz fotografię z komputera, którą chcesz dołączyć do artykułu¹⁸.

Warto też dodać, że istnieje możliwość rozbudowy serwisu. Wystarczy stworzyć konto na panelu administracyjnym. Wówczas wszyscy zainteresowani (którzy mają dostęp do Internetu) bez względu na miejsce zamieszkania będą mogli wypowiadać się na łamach portalu.

Snując rozważania na temat „cyberprzestrzennych gazet”, nie należy analizować ich funkcji tylko z informacyjnego punktu widzenia. W grę wchodzi także względy ekonomiczne. Elektroniczna prasa rozwiązuje bowiem kwestię zwrotów i przemianu niesprzedanych egzemplarzy gazet. Zaletą jest także możliwość korzystania z przeglądarki, łączenie się w trakcie lektury z innymi stronami w Internecie (linki), przesyłanie kopii wybranego tytułu lub tekstu do określonych użytkowników, sporządzanie notatek, komentarzy na stronach oraz dostosowanie wielkości czcionki do indywidualnych potrzeb czytelnika, a także oszczędność papieru i miejsca w mieszkaniu:

Profesjonalne przygotowanie każdej publikacji, materiału dźwiękowego, filmu czy zdjęcia wymaga jego elektronicznego przetworzenia i montażu. Jeżeli wydawcy dysponują elektronicznymi odpowiednikami książek czy gazet, to mają dodatkowe możliwości ich

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Ibidem*.

elektronicznej dystrybucji do miejsc zakupu, gdzie czasopisma, gazety czy książki mogłyby zostać drukowane „na zamówienie” w liczbie odpowiadającej dokładnie zapotrzebowaniu, bez zwrotów, problemu kosztów i koordynacji dystrybucji. Ich wartość będzie też mogła być przelewana do „kiosku” przyszłości. Tzw. *e papier* – elektroniczny nośnik wielokrotnego wykorzystania wyglądem przypomina papier tradycyjny, co pozwoli na połączenie tradycyjnych nawyków czytelniczych (nie tracąc starszych i bardziej konserwatywnych odbiorców) z technologią cyfrową i proekologiczną. Taka forma dystrybucji ominie również ograniczenie związane z masowym „zamkniętym” charakterem produktu wydawniczego niepodlegającym indywidualizacji, uaktualnieniu innemu jak poprzez dodruk czy erratę, o ustalonych z góry formacie czy kolorystyce¹⁹.

Tworzenie „wirtualnych redakcji” to również kolejny krok uczyniony w kierunku społeczeństwa zagrożonego marginalizacją oraz osób niepełnosprawnych. Jest to nic innego, jak eksperymentalny sposób promocji alternatywnych form zatrudnienia, idealnych dla środowisk wiejskich oddalonych od infrastruktury i zakładów pracy oraz dla osób niemogących podjąć pracy w normalnych warunkach. Wirtualna redakcja i promowana przez nią telepraca to szansa dla młodych mieszkańców wsi na rozwój zawodowy w miejscu ich zamieszkania.

Przykładem pisma będącym narzędziem aktywizacji jest „Mała Szkoła Aktywizacji i Przedsiębiorczości na Wsi”²⁰. Periodyk ukazuje się w Gminie Marienowo w województwie zachodniopomorskim. Publikowane są w nim głównie oferty pracy, artykuły o charakterze informacyjnym, poradnikowym – np. dotyczące wykorzystania funduszy unijnych. Jak twierdzą specjaliści, „najbardziej interesują nas wydarzenia z własnego podwórka. Witryna będzie miejscem, gdzie mieszkańcy będą mogli się wymieniać informacjami lub radami i je współtworzyć”²¹.

Zarządzanie redakcją odbywa się poprzez Sieć, gdzie narzędziem komunikacji staje się poczta e-mailowa. Zainteresowani mogą korzystać także z archiwum pisma, z którego treści ściąga się w plikach pdf. oraz zamawiać prenumeratę „Małej Szkoły Aktywizacji i Przedsiębiorczości na Wsi”. Kolejne numery periodyku przesyłane są na konto użytkownika. Opłata nie jest wysoka, wynosi bowiem 50 zł rocznie, a 30 zł półrocznie.

Powołanie do życia tego typu redakcji spotkało się z ogólną akceptacją i zainteresowaniem społecznym. Rozwija się ona na tyle prężnie, że są już tworzone jej oddziały.

¹⁹ B. Jung, *Nowe technologie w mediach elektronicznych. Cyfryzacja, Internet i co dalej?* „Studia Medioznawcze” 2005, nr 3, s. 18.

²⁰ <http://interklasa.pl/portal/dokumenty/malaszkola/index.php?>

²¹ U. Światłowska, *News do kliknięcia*, „Press” 2007, nr 13, s. 28.

MAŁA SZKOŁA

Aktywność i przedsiębiorczość na wsi. Pismo poświęcone zrównoważonemu rozwojowi.

Strona główna

PISMO

Co w numerze
Archiwum
Prenumerata
Wirtualna redakcja
Odbiór terytorialny

WYDARZENIA

81 Święta Małej Szkoły
2007
Święta Małej Szkoły 2006
Konkurs Rozczytań Wsi

PROJEKTY

Rozwój od kuchni
Oni miłi, my też możemy!

WARTO ZAJRZEC

Poradnik
Słowniczek
Linki

O NAS

Zespół
Kontakt
Nasi Dośrodkowie
Galeria

Bad request

Od jak dawna
czytasz pismo
"Mała Szkoła"?

- ☒ Od ostatniego numeru
- ☐ Krócej niż rok
- ☐ Ponad rok
- ☐ Ponad dwa lata
- ☐ Od samego początku

Jesteś 0 z 10 osobą,
która odwiedziła stronę od
dnia 1 VIII 2006!

(C) 2006 copyright Mała
Szkoła

Na początku jest nazwa

To rzecz wcale niebagatelną. Nazwa jest wizytówką projektu, powinna zwracać uwagę. I tych, do których jest skierowana, i tych, od których zależy, czy projekt zyska wsparcia finansowe.

W poprzednim artykule z serii "Wiedzieć, jak" pisałam o przygotowywaniu projektu, który ma szansę na wygraną, o pułapkach, które niesie ze sobą pośpiech, o szukaniu i wykorzystywaniu informacji. Na etapie przygotowywania projektu warto zadbać o jego nazwę. Jest ona bowiem jego wizytówką i marką, znakiem rozpoznawczym dla instytucji przyznającej dotacje i jednocześnie nazwą, której można używać w codziennej pracy organizacyjnej.

Każdy, kto choć raz stanął przed takim wyzwaniem i odpowiedzialnością, jaką jest nadanie nazwy projektowi, wie, że to trudne zadanie. W podręcznikach przygotowywania projektów znajdziemy wiele rad dotyczących tego, jaki powinien być tytuł projektu. Specjaliści pouczają, że ma on być: krótki, wskazujący jasno, o co chodzi w przedsięwzięciu, intrygujący, dekadny, chwytliwy (np. dla mediów), niepowtarzalny, dobrze, jeśli będzie miał wersję krótszą i dłuższą (np. skrót i pełną nazwę), sformułowany prawidłowo po polsku.

Przy dalszej analizie skorzystam głównie z tytułów projektów działania 1.4 SPO RZL, któremu między innymi poświęcony jest czerwcowy cykl artykułów związanych z Funduszami Strukturalnymi.

Projekty składane do PFRON w ramach działania 1.4, zgodnie z wymogami EFS, w tytule nie mogły powtarzać ani nazwy działania, ani nazwy programu, ponadto miały jasno i precyzyjnie definiować projekt w 10 słowach. Analiza tytułów projektów, które otrzymały dofinansowanie w ramach konkursu PFRON, pozwala na wyodrębnienie kilku typowych sposobów na nazywanie przedsięwzięć.

Pomysł 1 - tytuł formalny

Ogólny, np.:

- Biuro Integracji zawodowej osób niepełnosprawnych,
- Ośrodki aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych,
- Badanie potrzeb niepełnosprawnych i oczekiwań na rynku pracy,
- Wzmocnienie służby medycyny pracy w zakresie opieki nad pracownikami niepełnosprawnymi,
- Diagnoza i promocja integracji zawodowej osób niepełnosprawnych,
- Szkolenie w zakresie organizacji stanowisk, warunków oraz środowiska pracy niepełnosprawnych pracowników,
- Badanie znaczenia barier informacyjnych do zwiększenia możliwości zatrudniania osób niepełnosprawnych.

Bardziej szczegółowy, określający zasięg projektu:

- Doradztwo i poradnictwo psychologiczno-zawodowe szansą niepełnosprawnych na łębarskim rynku pracy,
- Badanie mobilności edukacyjno-zawodowej osób niepełnosprawnych w województwie dolnośląskim,
- Szkolenia dla otoczenia współpracującego z osobami niepełnosprawnymi w powiecie namysłowskim,
- Diagnoza zapotrzebowania i możliwości pracy osób niepełnosprawnych mieszkańców powiatu złotoryjskiego.

Wadą takiego tytułu bywa jego długość, brak skrótu, którym można się posługiwać (co często prowadzi do tworzenia nieformalnej nazwy projektu, używanej w codziennej pracy organizacyjnej). Dla oceniającego nie jest to element przyciągający uwagę czy interesujący. Zawsze można taką nazwę dać, gdy nie

AKTUALNOŚCI

Dzisiaj jest niedziela, 16 marca 2008.

Dzisiaj są imieniny: Izabeli, Henryka i Oktawii

Numer marcowy
- Mała Szkoła



Zapraszamy
wszystkie Małe
Szkoły
do włączenia
się w obchody
III Święta Małej
Szkoły

Czytaj także:

Projekty realizowane przez Małe Szkoły:

Handziówka

Gorawino

Interaktywna gmina Niegowo

Numer
grudniowy - Mała
Szkoła
Pomysły na
rozwoj kobiet



Czytaj

Kobiety z pasją

YES SYDONIA

Numer
listopadowy -
Mała Szkoła
Wybrane
artykuły już na
stronie!



Niekonwencjonalne
szkolenia
czytaj dalej >>

Numer
październikowy -
Mała Szkoła



Nauczyciel
liderem
przedsiębiorczości
Wybrane
artykuły już na
stronie!

W numerze znajdziesz:

Magia wydawania

Przedsiębiorczy edukator

Rzeczpospolita Internetowa

Wolontariat studencki

Charakteryzując zjawisko powstawania „wirtualnych redakcji”, nie można zapomnieć też o tzw. „outsourcingu redaktorskim”²². Jest to coraz bardziej poszukiwana forma usługi w Sieci. Rosnące koszty zatrudnienia a także prozaiczny brak czasu skłaniają do korzystania z tego typu wirtualnego wsparcia. To dostępny w serwisie zespół profesjonalistów, złożony z zawodowych dziennikarzy, redaktorów i copywriterów, który oferuje kompleksowe usługi w zakresie tworzenia rozmaitych tekstów. Usługi serwisu skierowane są do każdego, kto potrzebuje profesjonalnie przygotowanej treści do publikacji. To usługa pisania, redagowania tekstów, a także korekta przesyłanych artykułów. Najpopularniejsze zlecenia – wyszczególnione na stronach redakcji – to: redagowanie newsów, przygotowywanie treści na strony internetowe, redagowanie i korekta treści na potrzeby marketingu, tworzenie artykułów promocyjnych, komponowanie tekstów z określoną liczbą słów kluczowych²³.

Nasuwa się więc pytanie, czy „wirtualne redakcje” będą w stanie zastąpić działalność tradycyjnych redakcji prasowych? Coraz szybszy rozwój technologii informacyjnych oraz ogromna łatwość i skuteczność przekazywania wiadomości przez Internet przekonuje nas bowiem o jego rosnącej potędze. Pomimo to Sieć w najbliższych latach nie wyprze z pewnością tradycyjnej prasy. Na taki stan rzeczy ma wpływ wiele czynników.

Podstawową kwestią jest brak profesjonalizmu w redagowaniu wielu internetowych informacji, co wyklucza ten środek przekazu jako obiektywne, wiarygodne i rzetelne źródło wiadomości. Poza tym Sieć musi być medium powszechnie dostępnym, a jest to na razie niemożliwe z powodu zbyt wysokiej dla wielu z nas ceny jej użytkowania oraz ubogiej jeszcze infrastruktury telekomunikacyjnej i wysokich kosztów jej rozbudowy, zwłaszcza na terenach słabo zurbanizowanych. Jak pisze Maria Bakardjieweja

nieporozumieniem jest oczekiwania osiągnięcia „gotowości sieciowej” przez państwa, w których miesięczne zarobki obywateli nie przekraczają stu euro, czyli są znacznie niższe od wartości przeciętnego programu komputerowego. [...] Niewątpliwie w krajach o skromnej infrastrukturze teleinformatycznej Internet nadal pozostaje luksusem, a dla 90% użytkowników jest dostępny głównie poza domem – w pracy lub na uczelni²⁴.

Co więcej, swobodnego „serwowania” po Internecie nie zapewni nam komputer z dostępem do Sieci. Osoby, które zdecydują się na czytanie elektronicznej prasy, muszą zaopatrzyć się w tzw. „szybkie łącze”, które niezbędne jest do sprawnego przerzucania kartek i zapisywania wybranych

²² www.biznesnet.pl/forum/viewtopic.php?p=1609

²³ *Ibidem*.

²⁴ *Od redaktora*, „Studia Medioznawcze” 2005, nr 3, s. 9.

artykułów na dysku²⁵. Ponadto jego przewagę nad prasą wyklucza fakt, że wymaga on odpowiedniego przygotowania i umiejętności korzystania z jego zasobów. Hipoteza ta szczególnie odnosi się do osób starszych, które z różnych powodów, takich jak np. sentymentalizm, przyzwyczajenie do tradycyjnej prasy i trudności w przyswojeniu wiedzy internetowej, nigdy nie staną się jego użytkownikami. Choć należy podkreślić, że korzystanie z Internetu staje się coraz łatwiejsze. Upraszcza się jego narzędzia, likwiduje bariery umiejętności korzystania z jego zasobów, a także z czatów, co jest zdecydowanie prostsze niż kiedyś. Ponadto blogi, wiki i inne narzędzia uprościły możliwość tworzenia własnych stron.

Ważnym powodem – choć nie mam tu na myśli elektronicznych odpowiedników gazet – jest selekcja informacyjna, jaką przeprowadzają dziennikarze przygotowujący kolejny numer wydania. W Internecie taki rodzaj cenzury nie istnieje, co sprzyja anarchii, pojawianiu się w nim tekstów nieprzemyślanych, wulgaryzmów i daleko idącej pornografii.

Czas pokaże, czy to nowe medium będzie na tyle wiarygodne, aby wyprzeć inne środki masowego przekazu, w tym oczywiście prasę drukowaną. Musimy jednak zdawać sobie sprawę, że z roku na rok część z dotychczasowych odbiorców rezygnuje z czytania tradycyjnej prasy i „przestawia się” na szybsze, zasobniejsze, wydajniejsze i tańsze sposoby uzyskiwania informacji, jakie daje prasa cyfrowa. Według danych z 2005 roku Gazeta.pl miała 3232 tys. użytkowników, a pod względem sprzedaży wydań *online* – GazetaPrawna.pl – 3888 tys. prenumeratorów w okresie od stycznia do czerwca 2005²⁶.

Pewnego dnia sen o potędze Internetu stanie się jawą, ale nie jest to jeszcze kwestia jutra bądź najbliższych kilku lat. Obecnie możemy mówić jedynie o integracji i wzajemnym uzupełnianiu się tego medium z tradycyjną prasą oraz innymi środkami masowego przekazu.

Joanna Mikosz

Internet in a work of the press journalist

(Summary)

The article discusses Internet as a one of the main sources of information in a work of the press journalist. It presents also selected titles of the electronic press and shows the rules of the work in a virtual editorial office. The text tries to answer too, if Internet is a reliable source of information.

²⁵ M. Jagielski, *Zrozumieć i polubić komputer*, Warszawa 1999, s. 393.

²⁶ A. Starewicz-Jaworska, *Prasa cyfrowa – replika wydania papierowego czy samodzielna platforma komunikacyjna?*, „Studia Medioznawcze” 2007, nr 1, s. 84.