

Možnosti uplatnenia novinárskych žánrov na internete

RASTISLAV MAJTÁN

Kľúčové slová: spojenie médií – vlastnosti internetu – záujem užívateľov – spravodajstvo – webová populácia – permanentná aktuálnosť – variabilná informačná hĺbka – kratšie žánre na úkor rozsiahlejších – hľadanie vhodných foriem podania informácií



Žurnalistika je dnes zložitým a diferencovaným informačným systémom. Pôsobí predovšetkým formou troch hlavných médií – tlač, rozhlas a televízia. Na pole komunikácie však už vstúpilo a veľmi rýchlo sa rozšírilo nové médium – internet. Dá sa naň dívať z dvoch uhlov pohľadu. Na jednej strane ako na informačné médium slúžiace potrebám spoločnosti, na strane druhej ako na svojbytný virtuálny svet, fungujúci na základe špecifických, len preň vlastných pravidiel.

Preto ho, v súvislosti so skúmaním žurnalistiky, nemožno vnímať len ako jeden z jej ďalších nástrojov. Treba si uvedomiť, že internet v podstate nie je súčasťou žurnalistiky, ale práve naopak, žurnalistika je súčasťou internetu. Tak ako je novinárstvo súčasťou reálneho sveta, tak je i jedným z prvkov sveta virtuálneho a musí sa prispôbiť jeho pravidlám.

Internet vyvolal na poli komunikácie prevratnú revolúciu – svet sa zmenšil do obrazovky počítača a vzdialenosti prestali existovať. Zároveň je schopný spojiť dohľad oddelené médiá – tlač, rozhlas a televíziu – nakoľko umožňuje súčasne prenášať písaný text, obraz i zvuk. Je preto len samozrejmosťou, že novinárstvo sa čoraz viac orientuje i na toto médium. Svet internetu sa však správa inak ako svet tlače, rozhlasu a televízie. Má iné vlastnosti a charakteristiky. Preto sa vynára potreba skúmať, ako sa žurnalistika a jej zložky budú správať v tomto prostredí a ako toto nové prostredie na novinárske pôsobenie zareaguje. Podobne, ako sa svojho času rozbiehal výskum v začiatkoch rozhlasu či televízie.

Jednou z takýchto otázok je, ako sa novinárske žánre, ktoré donedávna existovali v tlačenej, príp. rozhlasovej a televíznej podobe, uplatnia a osvedčia na internete, príp. či vzniknú nové, pre virtuálny svet špecifické žánre. V nasledujúcich riadkoch sa teda pokúsime rozobrať aktuálnu problematiku využitia žurnalistiky a jej produktov na internete.

WWW dobýja svet

Na lepšie pochopenie fungovania internetu a možností žurnalistiky v ňom je potrebné aspoň v skratke priblížiť vývoj a charakteristiku tohto média.

Najrozšírenejšou a najpopulárnejšou službou internetu je World Wide Web (WWW, ďalej len web). Naplno sa web, vyvinutý v Európskom centre pre časticovú fyziku vo Švajčiarsku, rozbehol v roku 1992. Okrem užívateľsky výhodnej navigácie prostredníctvom hypertextu presvedčil web aj svojimi flexibilnými možnosťami zobrazovania textu, neskôr i obrazu a ďalších informačných foriem. Vďaka týmto výhodám začal web nahrádzať dovtedy využívanú službu gopher. Za rozvojom webu však stáli zrejme aj finančné dôvody. V čase prvenstva gopheru sa uvažovalo o možnosti zavedenia licenčnej povinnosti na túto službu. To viedlo sieťové spoločenstvo k prehodnoteniu výhod oboch služieb. Výsledkom bol masový rozmach webu v roku 1993. Servery transformovali svoje dátové kapacity na html-formát a prehliadače Mosaic a Netscape získavali stále viac priaznivcov.

Pomocou webu sa sieťové médium internet dostalo z fázy objavovania do fázy ovládnutia sveta. Okolo roku 1995 sa vo webe presadzuje komercia. Koncom 90-tych rokov minulého storočia je už web štandardným prostredím pre online-médiá a publikovanie.

Z médií začali na webe pôsobiť ako prvé noviny. Prvou lastovičkou v nemecky hovoriacej oblasti bol rakúsky denník „Der Standard“, ktorý na webe denne aktualizovali od 2. februára 1995.¹

Popularita webu umožnila už v začiatkoch spoznať, o aké informácie sa užívatelia internetu zaujímajú. Z vyhodnotenia prístupov na stránky novín vyplynulo, že najviac sa zaujímajú o športové spravodajstvo.

Dnes už služby webu využívajú rovnako tlačové, rozhlasové i televízne subjekty. V začiatkoch využívania internetu sa však médiá dopúšťali chýb, ktoré sa až neskôr ukázali ako omyly. Vtedajšie internetové verzie médií neoplývali mnohými prvkami kreativity a boli to zväčša presné kópie tlačeného periodika, ktoré sa digitálnou formou viac-menej automaticky preniesli do webu. Veľmi rýchlo sa ukázalo, že presná kópia tlačeného periodika v internete neobstojí, stráca svoju funkčnosť, nevyznieva rovnako ako na papieri a jej účinnosť mizne v menšej prehľadnosti, keďže internet si vyžaduje iný prístup k podávaniu informácií. Z týchto chýb sa médiá poučili a dnes je už zrejme, že internetová podoba periodika si vyžaduje osobitný prístup k jej tvorbe.

Spravodajská stratégia

Vhodná online-stratégia pre informačné médiá tak vyplýva z poučenia zo začiatkových chýb a z analýz „čítanosti“ novo vytváraných podôb tlačových, rozhlasových a televíznych periodík v internete. V nemecky hovoriacej oblasti sa ukázalo, že vo webe treba klásť menší dôraz na informácie a materiály dopĺňujúce vysielanie či tlač a viac sa zameriavať na zlepšenie poskytovania denne aktualizovaného spravodajstva. V tom spočíva výhoda internetu – rýchly prístup v každom čase a z každého počítača k aktuálnym informáciám. Keď si už raz recipient daný produkt prečítal v tlači, či pozrel v televízii, už ho to natoľko nezaujímá na internete. Tam hľadá predovšetkým pohotovú aktuálnosť.

Dokazujú to napr. výpovede tvorcov internetových stránok médií v Nemecku. Zhodujú sa v tom, že hoci ľudia oceňujú fotografie moderátorov, ktorých hlasy poznajú z éteru, to, s čím si najviac spájajú názvy daných médií, sú aktuálne správy a fakty.²

Práve v tom spočíva účinnosť internetových stránok týchto médií. Vo svojej pôvodnej podobe majú povest' výborných informačných zdrojov, a ako také ich vnímajú aj užívatelia internetu. Na spravodajských programoch, či v novinových správach, oceňujú hĺbku a dôkladnosť spravodajstva, profesionalitu korešpondentov, a to hľadajú aj na webe. A hoci súkromné stanice v nemeckej oblasti vnímajú recipienti hlavne ako prostriedky zábavy, na ich internetových stránkach hľadajú opäť predovšetkým spravodajstvo.

Keďže internet využívajú prevažne mladí ľudia vo veku 11 až 29 rokov, je zaujímavý i nasledujúci poznatok: Aj mladšie generácie, ktoré sa menej zaujímajú o politiku a viac sledujú zábavné programy na súkromných staniciach, v prípade internetových stránok médií hľadajú hlavne spravodajstvo.³

To, čo sa dnes ukazuje ako samozrejmosť, bolo v začiatkoch internetu v médiách odsúvané na okraj záujmu. Nezameriavali sa na to, v čom je dané médium najsilnejšie. Tvorcovia stránok sa pokúšali uspokojiť surferov statickými stránkami a nepatrnou grafikou.

Správnosť a potenciál úspešnosti spravodajskej stratégie v internete dokazujú aj štúdie o využívaní internetu. Na otázku „Ako využívate internet?“ odpovedali užívatelia internetovej podoby magazínu Focus nasledovne:

56 % E-mail

43 % Správy z politiky a regiónov

37 % Aktuálne hospodárske spravodajstvo.⁴

Vysoký dopyt po informáciách možno vysvetliť na základe zloženia súčasnej webovskej populácie. Vo všeobecnosti sa považuje za vzdelanú – či už sú to zamestnaní ľudia alebo študenti, ktorí medzi užívateľmi webu prevládajú. Táto skupina disponuje veľkým záujmom o spravodajstvo.

V súčasnosti teda internetu dominuje spravodajstvo. Čím viac sa bude stávať masovým médium, bude sa dopyt internetovej populácie viac podobáť záujmom celého obyvateľstva. Potom sa snáď uplatnia na internete aj ďalšie formy žurnalistiky, pre ktoré však bude potrebné nájsť vhodné formy podania v internetovom prostredí.

Permanentná aktuálnosť

Jednou z výhodných vlastností internetu pre novinárstvo je, že tu neexistujú uzávierky ako v tlačových médiách. Je zároveň rýchlejšim médium ako rádio, ktoré zväčša prináša správy raz za hodinu. Vďaka nízkym produkčným nákladom je tiež rýchlejší než televízia. Tým sa stáva aktuálnosť obsahu webovskej žurnalistiky dôležitým kvalitatívnym kritériom internetovej komunikácie.

Médiá, ktoré túto možnosť pochopili, využívajú na svojich webstránkach nový kvalitatívny aspekt spravodajstva naplno. Permanentne sledujú dianie vo svete a sprostredkujú užívateľom pocit byť priamo pri deji. Spravodajstvo prebieha viac-menej v reálnom čase.

Užívatelia internetu vnímajú webstránky médií ako doplnok k ponuke ich pôvodných foriem, ktoré sa snažia poskytovať spravodajstvo čo najčastejšie, no permanentne to nejde (snáď okrem spravodajských televízií). Zároveň čoraz viac ľudí trávi viac času pri počítači, než pri iných médiách, a tak je len samozrejmosťou, že uvítajú na sieti spravodajstvo.

Variabilná informačná hĺbka

Väčšina užívateľov internetu považuje za ideálnu možnosť čo najrýchlejšie sa dostať ku konkrétnej informácii bez zbytočného hľadania a balastu okolo podstaty informácie. Iní zase vnímajú internet ako encyklopédiu 21. storočia a vyžadujú aj pri aktuálnom spravodajstve zodpovedajúcu hĺbku a podrobnosti k téme. Vďaka svojej interaktivite umožňuje internet pri správnej tvorbe webstránky uspokojenie oboch požiadaviek. Niektoré médiá to už dokázali úspešne realizovať.

Pri médiách, ktoré sa týmto požiadavkám ešte neprispôsobili, kliknutie na titulok z úvodnej strany smeruje k podrobnému článku. Naopak, na stránkach, ktoré sú už tomuto trendu prispôbené, sa kliknutím užívateľ dostane k skrátenej verzii a až odtiaľ, ak chce, môže prejsť k úplnému zneniu článku.

Novinár sa väčšinou kvôli obmedzenému priestoru v tlači či vysielaní musí vyjadrovať čo najstručnejšie a najúčinnnejšie. Výhodou interaktívneho internetu je, že umožňuje zaoberať sa danou témou do najväčších podrobností, pričom sa ne stráca možnosť získať aj rýchle, stručné informácie. V tom spočívajú výzvy a šance pre médiá, ktoré chcú pôsobiť na internete.

Prieskumy však ukazujú, že väčšina užívateľov v súčasnosti uprednostňuje krátke pohotovú informácie pred encyklopedickou hĺbkou rozsiahlych materiálov.⁵

Konvencie vo webe

Raz etablované konvencie média sa okrem iného zmenia aj vtedy, keď sa zmení postavenie daného média v spoločnosti. Keďže internet nie je len novým kanálom na šírenie informácií, ale aj novým médiom, zákonite zmení postavenie dosiaľ existujúcich médií.

Normy štruktúrneho ako aj virtuálneho dizajnu webstránok médií prežívajú – i napriek krátkej histórii internetu – mnohé zmeny. Formy poskytovania informácií sa neustále vytvárajú a v priebehu internetovej evolúcie upadajú alebo sa zdokonaľujú na základe záujmov tvorcov stránok a užívateľov internetu.

Tento proces je ešte len v začiatkoch. Žánre a formy podávania informácií, typické pre internet, sa len budú postupne vyvíjať.

V súčasnej, začiatkovej fáze tohto procesu sledujú internetové stránky prenosný princíp tým, že slúžia ako prostriedky na rozširovanie už existujúcich žánrových foriem.

Historické paralely pre tento proces možno nájsť pri starších masových médiách, napr. pri kníhtlači: po Gutenbergovom vynájdení tlačiarenskej techniky s pohyblivými listami z kovu trvalo 60 rokov, kým bola vyrobená prvá moderná kniha – tak, ako ju poznáme dnes – a nahradila tlačený manuskript. Aj pri médiu film vznikli preň vlastné formy vyjadrovania (napr. zoom, výrez, nájazd s kamerou) až dlho po vynájdení kamery. Rovnako noviny, časopisy, rádio a televízia vyvinuli až v priebehu času ich priebežne konečné žánrové formy.

Internet sa teda ubera k trendu spravodajského média. S jeho zväčšujúcou sa rozšírenosťou medzi obyvateľstvom sa tak zrejme bude diať čoraz viac na úkor tlače. Pre tú bude nosným bodom publicistika, ktorá zatiaľ na internete nenašla svoje širšie uplatnenie. Ako sme už spomínali, je to hlavne rýchlosťou a dynamickosťou interne-

tu, ktorý je ideálnym miestom pre stručné, prehľadné spravodajstvo. Z publicistických prejavov majú možnosť uplatniť sa skôr tie kratšieho rozsahu. Rozsiahlejšie, ako napr. reportáž, tu narážajú na bariéru sťaženého čítania. Neustále posúvanie obrazu myšou totiž ničí prehľadnosť textu a zároveň obmedzený rozsah obrazovky pre výrez z celkového produktu neumožňuje také možnosti zalamovania textu a obrazu, ako je to v tlači. Väčšie možnosti grafickej účinnosti a prehľadnejšej čítanosti poskytuje internet práve kratším žánrovým formám.

Napriek dynamickému vývoju webu sa už etablovali určité smernice pri orientácii na stránkach a ich grafickom výzore, no výskum využiteľnosti internetu je ešte stále len v zárodkoch a navyše internet je značne roztriešteným výskumným poľom. Je na slobodnej vôli každého tvorcu webstránky, či sa bude riadiť podľa smerníc.

Ako raz bude vyzeráť optimálna výrazová a informačná forma webu, sa dnes ešte nedá odhadnúť. Možno sú možnosti webu príliš rôznorodé na normovania typu, aký poznáme pri žánrových formách v tlači.

Internetový programátor Dave Winer, zakladateľ spoločnosti DaveNet a scripting.com, je v tomto smere optimistický: „Internet je dnes v takej situácii, že každá stránka má iný výzor. Ďalším dôležitým krokom je teda vytvoriť štandardný výzor a výrazové formy pre web. To si však žiada určiť, ktoré prvky sú pre výpovednú hodnotu webstránky dôležité. Ak to dokážeme, uľahčíme tak život surfárom, ktorí pravidelne strácajú čas tým, že sa snažia na každej stránke nanovo zorientovať.“⁶

Štúdie mediálnych ponúk na internete rozdeľujú v súvislosti s ich využiteľnosťou dva hlavné komponenty, na ktoré treba klať dôraz: obsahová ponuka a navigačný systém, ktorý sprostredkúva obsahy stránok.⁷ Keďže obrazovka monitoru poskytuje iba ohraničený priestor, vynára sa pre užívateľa problém informačnej krátkozrakosti. Pred očami má iba relatívne ohraničený výrez z prezentovanej informačnej ponuky, a posúvaním obrazovky do strán sa stráca prehľadnosť.

Internetové médiá musia preto prísť s vhodnými orientačnými a prehľadnými formami, podobne, ako si ich vyvinuli pre selektívne využitie ostatné médiá. Keď to dokážu, získajú viac priaznivcov, čo sa zákonite odrazí aj v hospodárskej oblasti média.

Pramene:

- 1) www.paperball.de
- 2) www.journalist.de
- 3) www.journalist.de
- 4) www.focus.de
- 5) www.paperball.de
- 6) Rheingold, H.: Virtual community. Reading. Massachusetts 1998
- 7) www.bdzv.de

Adresa autora: Mgr. Rastislav Majtán, Katedra žurnalistiky FiF UK, Štúrova 9, 818 01 Bratislava.

T: 02/5296 4192, F: 02/5292 6530, E-mail: kzur@fphil.uniba.sk

Possibilities of Journalistic Genres on the Internet

Majtán, R.

Keywords: media combination – internet and its characteristics – interest of users – news – web population – variable information value – preference of shorter genres – looking for appropriate forms of information presentation

Internet is able to connect press, broadcasting and television. Journalism therefore orientates to this medium, which has specific characters. It is necessary to study, how journalism will behave in this space and how the net will react on this activity. One of questions is, how the till now known journalism genres will approve on the net, or if there arise new genres.

The users of internet are most interested in actual informations. So today in net dominate news. When the net become more mass medium, the request of internet-population will more resemble to the interests of whole population. Then may be on the net will assert other forms of journalism too, but it will be

necessary to find suitable forms of rendering for them. This process is just in beginning.

Genres and forms of rendering of informations, typical for the net, will gradual develop. From publicistic genres have sooner the possibility to assert the forms of shortly size. More extensive genres, like reportage, there hit on the barrier of difficult reading.

How the optimal reflex and information form of web will look, is today not to estimate yet. May be the possibilities of web are to various for norms of type, how we know in forms of genres in press. Internet mediums have to come with suitable forms, similar like other mediums developed it.

