

# Temat: Dziennikarstwo internetowe

**Czas realizacji: 1 godz.**

## Cele zajęć

### ■ Cel ogólny

Zdobycie wiedzy na temat tego, czym jest dziennikarstwo internetowe, jakie są jego cechy i rodzaje, umiejętność analizy różnych form dziennikarstwa internetowego

### ■ Cele szczegółowe

Uczeń:

- z zaangażowaniem bierze udział w dyskusji,
- wie, czym jest dziennikarstwo internetowe, jaka jest jego rola we współczesnym świecie,
- przedstawia, na czym polega specyfika tworzenia tekstów internetowych,
- gromadzi argumenty na określony temat,
- wymienia gatunki dziennikarstwa internetowego,
- analizuje różne teksty dziennikarstwa internetowego,
- sprawnie posługuje się poprawną odmianą polszczyzny pisanej i mówionej.

### ■ Metody i formy pracy:

- metody aktywizujące – burza mózgów, dyskusja,
- rozmowa kierowana,
- ćwiczenia redakcyjne,
- ćwiczenia z tekstami prasowymi,
- praca z komputerem z dostępem do Internetu,
- indywidualna praca analityczna i redakcyjna.

### ■ Środki dydaktyczne:

- karta pracy: *Dziennikarstwo internetowe*,
- materiały dla nauczyciela: *Dziennikarstwo internetowe*,
- fragmenty różnych tekstów prasowych, tytułów,
- komputer z dostępem do Internetu, m.in. stron:  
[http://www.info-pr.pl/cms/File/docs/dziennikarstwo\\_internetowe.pdf](http://www.info-pr.pl/cms/File/docs/dziennikarstwo_internetowe.pdf) ;  
<http://www.gazeta.pl/0,0.html> ; <http://www.znam.media.pl/narzedzia-nowych-mediow/19>
- komputer, tablica, arkusze papieru, flamastry.

### ■ Przebieg lekcji

#### 1. Faza wstępna (5 min.)

- Nauczyciel prosi, by uczniowie zaprezentowali wyniki swej pracy domowej. Uczniowie mieli wejść na dowolny portal informacyjny i sprawdzić, jak jest zbudowany i z jakimi rodzajami informacji można się na nim zapoznać.
- Nauczyciel pyta, czy treści dostępne w Internecie, sposób ich prezentowania różni się od tych, publikowanych w tradycyjnych, drukowanych mediach, a jeśli tak, to w jaki sposób.
- Chętni uczniowie dzielą się na forum swoimi opiniami na zadane pytanie.

## Temat: Dziennikarstwo internetowe

### 2. Faza realizacyjna

#### a) Czym jest dziennikarstwo internetowe?/praca indywidualne (12 min.)

- Nauczyciel prosi, by uczniowie na podstawie przeczytanego w domu tekstu ze strony [http://www.info-pr.pl/cms/File/docs/dziennikarstwo\\_internetowe.pdf](http://www.info-pr.pl/cms/File/docs/dziennikarstwo_internetowe.pdf) na temat dziennikarstwa internetowego zapisali, czym jest dziennikarstwo internetowe, jakie są jego cechy i rodzaje (informacje te znajdują się też w *Materiałach dla nauczyciela*) oraz wypisali, w jakich mediach internetowych użytkownicy najczęściej szukają informacji na wybrane tematy (np. kultura, informacje, nauka itp.): uczniowie realizują *zad.1. z Karty pracy*.

#### b) Media internetowe: gdzie znajdziemy informacje w sieci? / praca indywidualna (13 min.)

- Nauczyciel prosi, by uczniowie zastanowili się, w jakich rodzajach mediów znajdą w sieci różne informacje. Propozycje uczniów nauczyciel zapisuje na tablicy (może uzupełnić informację uczniów o te, które znajdują się w *Materiałach dla nauczyciela*, m.in. o nowe formy przekazu medialnego w Internecie: strony WWW, e-maile, grupy i fora dyskusyjne, media społecznościowe typu Facebook czy Twitter, serwisy typu Wiki itp.)
- Nauczyciel prosi, by uczniowie, korzystając z Internetu, wypisali przykłady mediów internetowych (*zad.2. z Karty pracy*).
- Po ustalonym czasie wybrani uczniowie prezentują wyniki pracy i wskazują, z których wypisanych przez siebie mediów korzystają.

#### c) Czy internetowa gazeta to wciąż gazeta?/ praca zbiorowa (12 min.)

- Nauczyciel prosi, by uczniowie, korzystając z internetu weszli na stronę <http://www.gazeta.pl/0,0.html> i sprawdzili, jak wygląda internetowe wydanie „Gazety Wyborczej”: uczniowie sprawdzają, jakie działy się w niej znajdują i czy wszystkie je można znaleźć w drukowanej wersji „Gazety Wyborczej” (np. dział „Dziecko”, „Plotek”, „Video”). Dobrze, by uczniowie mieli przed sobą drukowane wydanie gazety z danego dnia i mogli porównać obie wersje gazety (drukowaną i internetową).
- Swobodne wypowiedzi uczniów na temat tego, czym różni się drukowana i internetowa wersja gazety. Nauczyciel prosi, by uczniowie zapisali swoje spostrzeżenia (*zad. 3 z Karty pracy*).
- Po ustalonym czasie chętny uczeń odczytuje wyniki pracy na forum.

### 3. Faza podsumowująca (3 min.)

- Burza mózgów i wypowiedzi uczniów na temat: „Czy dziennikarstwo internetowe wyprze dziennikarstwo tradycyjne, a gazety drukowane przestaną istnieć?”. Swobodne wypowiedzi uczniów na forum na zadany temat.

## ■ Ewaluacja/samodzielna praca uczniów

- 1) Uzupełnij Kartę pracy na temat mediów internetowych (karta znajduje się w *Materiałach dla nauczyciela*)
- 2) Wejdź na stronę portalu ZNAM MEDIA: <http://www.znam.media.pl/narzedzia-nowych-mediow/19> i przeczytaj artykuł Grzegorza Miecznikowskiego pt. „Media społecznościowe chcą informacji”, a następnie wyjaśnij, czym są social media, w jaki sposób można stać się twórcą dzięki social media, kim są influencerzy i followersi, fan-page oraz 'efekt facebooka' i zapisz, jakimi środkami można zwrócić uwagę odbiorców social mediów.

# Temat: Dziennikarstwo internetowe

## KARTA PRACY

1. Po samodzielnym przeczytaniu informacji na temat dziennikarstwa internetowego na stronie [http://www.info-pr.pl/cms/File/docs/dziennikarstwo\\_internetowe.pdf](http://www.info-pr.pl/cms/File/docs/dziennikarstwo_internetowe.pdf) uzupełnij poniższe informacje na temat tego rodzaju dziennikarstwa

a) zapisz definicję pojęcia 'dziennikarstwo internetowe'

.....

.....

.....

.....

b) wypisz główne cechy dziennikarstwa internetowego

.....

.....

.....

.....

c) wyjaśnij, jakich osób publikujących w sieci nie można uznać za dziennikarzy

.....

.....

.....

d) wypisz po 3 najpopularniejsze witryny, na których można znaleźć informacje z dziedziny:

- mediów/publicystyki/informacji: .....
- kultura i rozrywka.....
- edukacja.....
- sport.....
- nowe technologie .....

## Temat: Dziennikarstwo internetowe

2. Korzystając z Internetu wypisz po 3 przykłady różnych mediów internetowych, w których można znaleźć informacje w sieci (najlepiej te, z których korzystasz)

a) portale informacyjne:.....  
.....  
.....

b) wortale (tematyczne) np. o teatrze: .....  
.....  
.....

c) internetowe stacje telewizyjne:.....  
.....  
.....

d) internetowe stacje radiowe: .....  
.....  
.....

3. Wejdź na stronę <http://www.gazeta.pl/0,0.html> i porównaj internetowe wydanie „Gazety Wyborczej” z jej wersją drukowaną z danego dnia (rodzaje dostępnych informacji, layout, grafika, działy, długość tekstów itp.).

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

# Temat: Dziennikarstwo internetowe

## MATERIAŁY DLA NAUCZYCIELA

### 1. Przykładowa definicja dziennikarstwa internetowego (ze strony wikipedii)

#### Dziennikarstwo internetowe

**Dziennikarstwo internetowe** (ang. *online journalism*) to przygotowywanie przekazu dotyczącego wydarzeń i faktów, zgodnego ze specyfiką internetu, i jego rozpowszechnianie za pośrednictwem internetu (a zwłaszcza portali, wortalii, blogów, newsletterów, kanałów RSS itp.) do szerokiego grona odbiorców<sup>[1]</sup>.

Przekaz internetowy, który można by uznać za dziennikarski, powinien:

1. mieć charakter informacyjny,
2. być gatunkowo zbliżony do komunikatów medialnych,
3. być przygotowany z zamiarem publikacji przede wszystkim w internecie,
4. oraz przez określony czas być dostępny w internecie.

To rozgraniczenie wyklucza z grona dziennikarzy internetowych tych, którzy przygotowują treści na potrzeby prasy czy telewizji, które później kopiowane są na łamy serwisów internetowych. Zdaniem autora definicji mianem dziennikarza internetowego nie można także określić kogoś, kto jedynie uczestniczy w rozmowach na czacie, czy też zamieszcza w internecie ogłoszenia lub oferty w serwisach aukcyjnych.

Definicję dziennikarstwa internetowego można też spróbować stworzyć w odniesieniu do polskiego prawa prasowego<sup>[2]</sup> oraz kryterium finansowego (zarobków)<sup>[3]</sup>.

#### Cechy dziennikarstwa internetowego

Leszek Olszański wymienia wśród cech dziennikarstwa internetowego<sup>[4]</sup>:

- szybkość reakcji na wydarzenia,
- znacznie dłuższy cykl życia publikacji w internecie niż na papierze,
- możliwość wprowadzania wielokrotnych modyfikacji i uzupełnień w opublikowanym tekście,
- różnice w makiecie strony internetowej i papierowej gazety,
- możliwość samodzielnego komentowania publikowanych informacji przez czytelników,
- multimedialność,
- ściśle informacyjny charakter internetu.

#### Media internetowe

Wyróżnić można wiele rodzajów mediów internetowych, które można uznać za szczególnie "dziennikarskie":

- portale horyzontalne,
- wortale (tematyczne),
- serwisy dziennikarstwa obywatelskiego,
- blogi,

## Temat: Dziennikarstwo internetowe

- internetowe stacje telewizyjne,
- internetowe stacje radiowe.

Na ten podział nałożyć można inny - na kanały, za pośrednictwem których przekaz dziennikarski dociera do odbiorców. Tu wyróżnić możemy: strony WWW, e-maile, grupy i fora dyskusyjne, media społecznościowe (facebook, Twitter) , serwisy typu Wiki, kanały RSS, transfer strumieniowy (dotyczy materiałów audio i wideo) itd.

### 2. KARTA PRACY DOMOWEJ

	Medium internetowe
Charakterystyka	Pierwsza polska gazeta internetowa powstała w ..... . W roku 2005 w USA działało już..... internetowych gazet.
Narzędzia pracy	Dziennikarz internetowy korzysta z nowoczesnych narzędzi: ..... ....., ale także z ..... ....., które są charakterystyczne dla mediów tradycyjnych.
Udział dziennikarza w zdarzeniach	Dziennikarz może tworzyć relację z ..... miejsca na ziemi.
Urozmaicenie przekazu	We wzbogaceniu przekazu internetowego pomagają: - ..... - ..... - .....
Wolność mediów	W Polsce panuje ustrój ..... , dlatego w mediach można publikować ..... materiały, które nie naruszają praw autorskich i osobistych.

## Temat: Dziennikarstwo internetowe

Długość materiałów	Informacje w internecie składają się zwykle z ..... zdań zawierają ..... fakty.
Tempo tworzenia tekstów	W mediach internetowych informacja ukazuje się zazwyczaj ..... minut po zdarzeniu.
Dostępność publikowania	Informację w portalu społecznościowym może umieścić ..... użytkownik globalnej sieci
Podsumowanie	Media internetowe są: - ..... - ..... - ..... - .....

### 3. Artykuł do samodzielnego przeczytania przez uczniów w domu

(ze strony portalu ZNAM MEDIA: <http://www.znam.media.pl/narzedzia-nowych-mediow/19> )

#### „Media społecznościowe chcą informacji”

**Pod koniec ubiegłego roku wydano raport "Nowe media w polskiej szkole". Jak pokazują wyniki tego badania w Polsce aż 91 proc. nastolatków w wieku 14-18 lat codziennie korzysta z internetu, średnio poświęcając na surfowanie 2,5 godz. Internet przestał już służyć młodzieży tylko do rozrywki. Aż 98 proc. nastolatków zadeklarowało, że korzystają z sieci do poszukiwania informacji. Konto na Facebooku posiada 88 proc. uczniów polskich szkół, a 62 proc. loguje się na nim codziennie. Statystyki robią wrażenie? Powinny. Social media mogą bardzo pomóc w promocji Twojego szkolnego projektu.**

Serwisy społecznościowe są świetnym narzędziem do pozyskiwania informacji, wyłapywania trendów a nawet umożliwiają przeprowadzanie wywiadów z osobami znajdującymi się w innym kraju. Z drugiej strony to także odpowiednie i tańsze narzędzie promocji, które zastępuje klasyczne działania marketingowe.

# Temat: Dziennikarstwo internetowe

## Świat społecznościowy

Wiele osób może sobie zadawać pytanie, dlaczego w ogóle warto inwestować w social media (SM). Oto kilka faktów, z których warto sobie zdać sprawę:

- 4 z 7 najczęściej odwiedzanych stron w sieci (Facebook, YouTube, Wikipedia, Blogger) to strony social media
- dwie trzecie globalnej populacji internetowej odwiedza sieci społecznościowe (badanie Global Faces and Network Places)
- Twitter ma 555 milionów aktywnych użytkowników na świecie, w tym 2,5 miliona w Polsce
- Facebook w Polsce to prawie 15 milionów użytkowników miesięcznie

Kiedy promujesz swoją stronę w mediach społecznościowych, pamiętaj że ludzie szukają więzi i dialogu - a tych nie buduje się przy użyciu suchych komunikatów. Internauci chcą się dzielić myślami i opiniami. Trzeba dać im do tego przestrzeń. Na początek warto skupić się na dwóch najważniejszych kanałach social media w Polsce i na świecie - Facebooku i Twitterze. To przez te kanały najszybciej możesz wypromować swój projekt.

## Angażuj na Facebooku

Na samym początku musisz odpowiedzieć na pytanie jak chcesz się komunikować i kto jest twoim odbiorcą. Większość użytkowników Facebooka szuka na nim w pierwszej kolejności rozrywki. Ale drugą rzeczą pożądaną przez twoich fanów będą informacje. Zamieszczaj więc na swojej stronie porady, linki do ciekawych artykułów, pytaj, uzyskuj odpowiedzi, ale także sam się angażuj. Nagradzaj polubieniami ciekawe wypowiedzi, dopytuj, ale sam też odpowiadaj na pytania, które będą zadawać ci fani, czy to przez prywatne wiadomości, czy też zamieszczając je na twojej tablicy.

Żeby jak najlepiej zaangażować swoich fanów, a tym samym przyciągnąć nowych dzięki udostępnieniom, wykorzystaj poniższe porady:

- **Zamieszczaj obrazki w postach**

Zdjęcie zawsze bardziej przyciąga wzrok niż zwykły tekst. Pamiętaj, że nie musisz inwestować w profesjonalne sesje zdjęciowe. Czasami wystarczy wyciągnąć smartphona i pstryknąć amatorską fotografię.

- **Uważnie wybierz swoje zdjęcie w tle**

Badania wykorzystujące technikę eye-tracking wykazały, że internauci zwracają ogromną uwagę na zdjęcie w tle. O wiele większą niż na jakiegokolwiek inne treści na fan-page'u. Warto więc wybrać uważnie to zdjęcie i zadbać, aby było wyraźne i w wysokiej rozdzielczości.

- **Zwracaj uwagę na statystyki**

Dobrze jest zainteresować się tą tematyką i poznać przynajmniej podstawowe wskaźniki charakteryzujące twoje działania w mediach społecznościowych. Będą to m.in. PTAP (People Talking About This), liczba wszystkich fanów, wskaźnik wiralności czy zasięgu. Wszystkie one są dość dokładnie opisane w pomocy serwisu. Pomogą Ci ocenić czy treści zamieszczane na Twojej stronie są interesujące dla odbiorców.



## Temat: Dziennikarstwo internetowe

- **Wyróżniaj lub przypinaj najlepsze posty**

Na swojej stronie możesz wpłynąć na pozycję wybranych postów. Wystarczy przypiąć post na samej górze strony lub zastosować wyróżnienie, które spowoduje jego rozciągnięcie na całą szerokość ekranu.

### **Ćwierkaj z najlepszymi**

Twitter dostarcza polskim mediom więcej gorących newsów niż agencje prasowe. Nierzadko jest i tak, że jeden wpis na Twitterze staje się bardziej opiniotwórczy od godzinnej tyrady słownej w popularnych programach publicystycznych. O tym, kto i co napisał przed chwilą w 140 znakach donoszą dziś już nie tylko portale, ale i najpoważniejsze tytuły prasowe w naszym kraju. W Polsce najważniejsze konta na Twitterze mają politycy, biznes i eksperci, czyli te grupy, które mogą puszczać w obieg istotne informacje i opinie.

I właśnie dlatego tę krótką formę tak bardzo pokochały media. Które coraz częściej nie muszą prześcigać się już w drodze na i z konferencji prasowych, szukać kontaktu z danym politykiem, a jedynie czekać na jego najnowsze wpisy na mikroblogu.

Dzięki obecności na Twitterze możesz pozycjonować się na eksperta, prowadzić dyskusje z liderami opinii i zainteresować swoimi treściami tzw. influencerów, czyli osoby które kształtują opinie w internecie, ale także poza nim. Żeby jak najlepiej prowadzić swoje konto, na początku, śledząc odpowiednie hashtagi, odpowiadaj na zapytania i tweety innych. Udzielaj im porad dotyczących dziedziny, w której jesteś najlepszy. W ten sposób przyciągniesz do siebie również spore audytorium (tzw. followersów). Gdy będziesz miał już odpowiedni zasięg, Twitter stanie się dla ciebie również idealnym miejscem do promowania artykułów zamieszczanych pierwotnie np. w twojej szkolnej gazecie. W ten sposób zwiększysz ruch na stronie. Używaj także tagów. Ta forma, gdy jest używana rozsądnie, pomaga zdobyć uwagę. Słowa kluczowe poprzedzamy znakiem #. Wtedy każdy, kto obserwuje dany tag, zobaczy nasz wpis. Zanim jednak użyjesz tagu, upewnij się, że ludzie go obserwujący naprawdę chcą zobaczyć, co masz do powiedzenia. Nie przesadzaj też z ilością swoich tagów w postach.

### **Czy promocja w mediach społecznościowych ma wady?**

Uczestnictwo w mediach społecznościowych musi mieć charakter ciągły. Jeśli nie masz więc za dużo czasu będziesz mieć przerwy w komunikacji, fani czy followersi mogą zrezygnować z subskrybowania Twojego kanału i nie wrócą już tak chętnie. Pamiętaj też, że źle wybrana osoba do prowadzenia strony, zachowaniem czy arogancją do swoich fanów może zniechęcić do obcowania z umieszczanymi w serwisie treściami, nawet najbardziej merytorycznymi. Nieodpowiednio dobrane treści lub źle skonstruowane posty mogą wywołać kryzys i zalew twojej strony tzw. "hejtami". Pamiętaj, że social media to rozmowa i jak każda powinna opierać się na wzajemnym szacunku. Jeśli popełnisz pomyłkę i zostanie to zauważone przez fanów, nie obrażaj się na nich tylko przeproś i zażartuj. Wchodząc z kimś w dyskusję pamiętaj o poszanowaniu jego opinii i przypominaj o tym innym. To ty jesteś moderatorem własnego kanału.

## **Temat: Dziennikarstwo internetowe**

### **Social media to ciągła zmiana**

Używając serwisów społecznościowych do promocji treści czy swojego projektu pamiętaj o specyficznym języku (zależnym od portalu), kulturze (również etykiecie) i wykorzystanych technologiach. Obserwuj te trendy, bo zmieniają się one jak w kalejdoskopie. Social media to zmiana. Ciągła zmiana. Pojawiają się nowe funkcje, nowe opcje, nowe możliwości. Wystarczy przeanalizować jak bardzo zmienił się sam Facebook w ciągu ostatnich tylko kilku miesięcy.

Zmienia się także społeczeństwo. Globalizacja sprawia, że jesteśmy coraz bliżej siebie pod względem społecznym (np. zainteresowań). Lubimy te same strony na Facebooku, co nasi rówieśnicy z innych krajów czy miast. Społeczne granice zaczynają przebiegać w zupełnie innych miejscach. To powoduje, że dzięki sieciom znajomych możemy się uczyć tolerancji, koegzystencji i empatii. Z łatwością poznajemy kolejne osoby (znajomych znajomych). Zaczynamy rozumieć nowe rzeczy, stykamy się z kulturami i zwyczajami, które w inny sposób byłyby poza kręgiem naszej percepcji.

Dzięki tzw. "efektowi Facebooka" jesteśmy w stanie w szybki i prosty sposób docierać z treściami do ludzi z różnych zakątków krajów czy świata, a nawet przeprowadzać z nimi wywiady. Ważną rzeczą, o której trzeba pamiętać, jest to że w mediach społecznościowych każdy jest nadawcą i odbiorcą komunikatów. Dla przykładu: CNN dowiedziało się o trzęsieniu ziemi na Haiti przez Facebooka. To, co wrzucasz ty lub twoi znajomi może stać się najważniejszym newsem dnia.

Grzegorz Miecznikowski