

**Školní časopisy
a možnosti jejich využití v mediální výchově¹**

Jan JIRKŮ

**School Magazines
and Possibilities of Their Usage in Media Training**

Abstract: This text deals with the issue of school magazines and their usage in media training, emphasizing functions that these specific micro-media can fulfill in the educational process at primary and secondary schools in the context of functions that belong to journalism in society in general (according to McQuail's viewpoint). It also accents their possible classification in terms of media typology and integration into the media (eco)system. It deals with the effects of interactivity in the fields of production and perception of school magazines as well.

Key words: Functionalist Theory of Journalism; Media Education; Media Training; Medium; Micro-medium; School Magazines

Úvod

Zdaleka nejen v České republice lze nalézt příklady základních či středních škol, na jejichž půdě vznikají specifická média, jež je souhrnně možno označit jako školní časopisy, třebaže nemají žádný

standardizovaný ani jednotný mediální formát a odlišnosti mezi nimi mohou být i diametrální. Jednu společnou charakteristickou vlastnost nicméně vykazují, navíc takovou, která je z historického pohledu na vývoj médií ve společnosti přinejmenším pozoruhodná. Fungovala totiž už v době, než se publikování jakéhokoli mediálního obsahu, ať už textového, obrazového, auditivního, audiovizuálního či různě kombinujícího mediální formáty, tedy multimediatálního, stalo všeobecně velmi snadnou záležitostí, na principu kombinace rolí podavatelů a příjemců v komunikačních procesech. Předběhla tak dobu, kdy se celospolečensky z příjemců zcela běžně mohou stávat zároveň podavatelé, přičemž ti, kteří vstupují do komunikačních procesů coby příjemci a podavatelé současně, se označují jako uživatelé (Lister et al., 2009, s. 9–10 a Pavlik, 2008, s. 56), účastníci (Jenkins, 2008, s. 3) nebo produseři, což je počestěná varianta termínu z angličtiny vzniklého spojením slov producers a users (Bruns, 2008, s. 2 a Siegert, 2013, s. 31–32), jelikož žáci, žákyně, studenti a studentky se stávali jak příjemci obsahu školních časopisů, tak jejich tvůrci ještě dříve, než se tento trend díky tomu, jak postoupil vývoj médií, stal všeobecným. Na druhou stranu je nezbytné připustit, pokud by se o škole uvažovalo jako o společenské síti vzájemných vztahů a komunikace (Castells, 2021, s. 500–501), že prostorová limitovanost takové sítě vždy odbourávala fyzickou vzdálenost mezi komunikujícími, tudíž nemusela být překonávána za použití patřičných technologií, což i v minulosti přispívalo k bezprostředním interakcím a technologicky nepodmíněné možnosti kombinovat rozdílné role komunikujících v komunikačních procesech.

Primární limitovanost společenské sítě, v níž školní časopis operuje, z něj činí nástroj podporující či doplňující školní vzdělávací procesy, pomůcku využitelnou napříč různými školními předměty s nezastupitelným významem pro mediální výchovu, a to nejen pro její edukativní rozměr (jako součást segmentu nazývaného v angličtině media education), kdy se předmětem zájmu stává již hotový školní časopis, ale zejména pro její tvůrčí rozměr (jako součást segmentu nazývaného v angličtině media training), kdy se do popředí

dostává samotný (a do značné míry rutinizovaný) proces přípravy časopisu. Míra využitelnosti ve výuce nicméně podléhá míře tvůrčí aktivity vzdělávajících se osob na straně jedné a míře ochoty zapojovat školní časopisy do vzdělávacích procesů i samotné podpory od vyučujících na straně druhé. Rozmanité tedy nejsou pouze formáty školních časopisů samotných, ale rovněž způsoby, jak a zda vůbec se prosazují ve výuce.

1 Klasifikace školních časopisů z hlediska typologie médií

Jako zcela základní a nevyhnutelný odrazový můstek pro podrobnější klasifikaci se nabízí posouzení, jestli školní časopisy vůbec jsou, nebo nejsou médii. Termín médium se uplatňuje interdisciplinárně a nabývá významu prostředníka nebo zprostředkovatele (Jiráková a Köpplová, 2009, s. 36 a Reifová et al., 2004, s. 139–140). S ohledem na to, že školní časopisy nesou a nabízejí svůj obsah, tak nepochybně zprostředkovateli, tedy médii, jsou. Pokud se navíc zapojují do výuky, stávají se z nich dokonce prostředníci vzdělávání, vstupují do komunikačních procesů o poznání a poznávání.

Konkrétní příslušnost k některým ze základních typů médií prošla v jejich případě vývojem od podoby tištěné, popřípadě vlastnoručně tvořené (a třeba různě kopírované), do současné varianty, kterou nelze označit jinak než jako hybridní, jelikož běžně dochází k uplatňování kombinovaného využívání principů i logik takzvaně novějších a starších typů médií (Chadwick, 2013, s. 4). Záleží na tom, jakou strategii si v tomto ohledu školní časopis nastaví, zda bude distribuován pouze v papírové verzi uvnitř školy (školní společenské sítě), v digitalizované podobě na uzavřeném intranetu, nebo zda limity jedné školní sítě překročí a dostane se do dalších sítí, a to třeba až do sítě internetové díky své publikaci v online prostředí nebo překlopením do něj. Výsledné produkty samozřejmě mohou být v současné době i multimediální, kombinující různé mediální formáty v rámci jednoho celku (Deuze 2003, s. 212). Dle Miloše Hrocha (2022, s. 15) by bylo možno zvažovat jejich zařazení

do kategorie mikromédií, jelikož se v závislosti na zvoleném způsobu distribuce mohou potýkat „s omezeným dosahem“ a jsou to média „tvořená mimo radar mainstreamu (ibid.),“ konkrétně pak mezi ziny, reprezentanty mikromediálního segmentu „unikajícího přesným definicím (ibid.).“ Jak autor upřesňuje, „jednou to mohou být dva listy sepnuté sponkou, jindy výpravné publikace tvořené s až řemeslnou precizností a citem pro detail (ibid.).“

Třebaže se školní časopisy běžně označují jako časopisy (a jde o označení vžitě, u nějž jistě není nezbytné striktně vyžadovat terminologickou přesnost), i z pohledu tiskového zákona by bylo vhodnější nazývat je ziny. Obvykle totiž nesplňují všechna kritéria kladená tímto zákonem na časopisy. Kupříkladu nenaplnují přesnou charakteristiku dle § 3, že jsou „vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce,“ ale běžně též nebývají dle § 7 registrovány na Ministerstvu kultury (Zák. č. 46/2000 Sb.).

2 Funkce školních časopisů

Denis McQuail (2016, s. 54–55) vyjmenoval pětici funkcí, které přísluší médiím (v jeho pojetí primárně tisku, od nějž je přebírají všechny další typy médií). Rozlišil funkci integrovat a přispívat k soudržnosti společnosti, funkci udržovat společenský pořádek, funkci sledovat odehrávající se události a varovat společnost před riziky a hrozcími nebezpečími, funkci formovat a vyjadřovat veřejné mínění a funkci stimulovat změny i inovace. Je-li každou školu možno vnímat jako část společnosti, skupinu osob, popřípadě dílčí síť, která je dle Manuela Castlells (2021, s. 500–501) součástí společnosti sítěmi tvořené, tedy společnosti síťové, pak školní časopisy mohou tyto funkce zastávat a plnit je v rámci sítě, v níž fungují, záleží však na tom, do jaké míry si jejich vydavatelé takové funkce uvědomují a do jaké míry po nich bude ze strany příjemců poptávka.

Z pozice funkcionalistické teorie lze úlohy, jejichž plnění společnost od médií očekává, pojmenovat jako funkce informační,

korelační, udržování kontinuity, zábavní a získávací (McQuail, 2007, s. 103). Mají-li školní časopisy být pomůckou v procesu vzdělávání, pak u nich zvláštního významu v porovnání s ostatními funkcemi nabývá funkce korelační, do níž spadají komunikační procesy: „vysvětlování, vykládání a komentování významů událostí a informací, poskytování podpory ustaveným autoritám a normám, socializace, koordinace izolovaných činností, vytváření konsenzu, nastolování posloupnosti priorit a signalizace relativního statusu (ibid.),“ což jsou nedílné součásti vzdělávání žáků a žákyň na základních školách či studentů a studentek na středních školách. Projevují se především v kontinuálních procesech jejich socializace, jež je ve výčtu přímo obsažena, a enkulturace.

3 Podavatelé, příjemci, uživatelé

Obstarávání jednotlivých funkcí, které jsou školním časopisům coby médiím či mikromédiím vlastní, a jejich konkrétní skladba se v případě každého školního časopisu odvíjí od nastavení jednotlivých rolí v příslušných komunikačních procesech. Za vydáváním každého školního časopisu někdo stojí. Igor Vobič (2011, s. 948) poukazuje na to, že některé redakce jsou založeny na demokratických principech práce a její kontroly, zatímco jiné na principech autoritativních. Při aplikaci tohoto poznatku na školní časopisy lze předpokládat, že s rostoucími intervencemi vyučujících či vedení škol do procesu jejich vydávání bude klesat míra demokratického fungování jejich redakcí, ačkoliv to neznamená, že žáci a žákyně či studenti a studentky si i sami mezi sebou mohou interně nastavit striktní hierarchii a vést svou redakci třeba autoritativně. S ohledem na to, že školní časopisy nejsou ze své podstaty produkty profesionální žurnalistiky, lze na dělbu rolí při jejich tvorbě nahlížet jako na praktické cvičení simulující reálné situace vznikající v mediální sféře.

S rostoucí měrou uplatňování principů interaktivity roste rozmělněnost hranic mezi podavatelem a příjemcem. Čím větší okruh

osob, které se ve škole, kde se školní časopis (nebo dokonce časopisy) vydává (či vydávají), má možnost zasahovat do formátu i obsahu periodika, tím více se přibližují komunikační funkce, jež plní podavatelé a příjemci. Tato přímá úměrnost vztahující se k interakcím podavatelů s příjemci je ale limitována tím, jak široký je dosah mikromediálního produktu. Čím větší dosah vydavatelé zajistí (například využitím internetové sítě jako publikační platformy), tím větší je okruh příjemců v původním slova smyslu, jelikož možnost, aby se mimoškolní recipienti stávali ekvivalentními podavateli nabývajících stejného postavení v komunikačním procesu, jaké je vlastní těm zevnitř školy, je do značné míry spíše hypotetická. To však neznamená, že by příjemci nemohli poskytovat svou zpětnou vazbu, což je taktéž interaktivní komunikační prvek.

Závěr

Školní časopisy lze považovat za nástroje či pomůcky, jež je možno využívat v procesech výuky a vzdělávání. Z obsahového hlediska mohou významně přesahovat rámec mediální výchovy, přinášet texty související třeba i se všemi vyučovacími předměty, ale též pomáhat formovat školní kolektiv i vztahy v něm a přispívat k jeho soudržnosti a utváření interní kultury. Sehrávají tudíž podstatnou roli v procesech socializace a enkulturace. Pro mediální výchovu samotnou jsou pomocníkem, jenž je využitelný nejen pro podporu jejího edukativního rozměru (nazývaného v angličtině media education), kdy se předmětem zájmu stává již hotový školní časopis, analýza i interpretace jeho obsahu a formování zpětné vazby k němu nebo kupříkladu i k jeho jazykové, stylistické a grafické úrovni, ale zejména jako příspěvek k jejímu tvůrčímu rozměru (nazývanému v angličtině media training), kdy poskytují unikátní šanci, jak si nacvičit fungování redakce, seznámit se s rutinními prvky vydavatelského procesu, a to ve fázích sběru, úpravy i distribuce informací, ale též jak si vyzkoušet mediální tvorbu samotnou, v ideálním případě s ohledem na její žánrová specifika.

Poznámky:

¹ Tento výstup vznikl v rámci programu Cooperatio, vědní oblasti MCOM.

Literatura:

BRUNS, A. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodisage*. New York: Peter Lang, 2008.

CASTELLS, M. *The Rise of the Network Society*. Second edition. With a new preface. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010.

DEUZE, M. The web and its journalism: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media & Society*, 2003, Vol. 5, Nr. 2, pp. 203–230.

HROCH, M. *Vystřihni – nalep: Jak post-digitální tisk a ziny vzkřísily papírová média*. Praha: Akropolis, 2022.

CHADWICK, A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press, 2013.

JENKINS, H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2008.

JIRÁK, J. a KÖPPLOVÁ, B. *Masová média*. Praha: Portál, 2009.

LISTER, M. et al. *New Media: a critical introduction*. Second Edition. New York: Routledge, 2009.

McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. Z anglického originálu přeložili Jan Jiráček a Marcel Kabát. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007.

McQUAIL, D. *Žurnalistika a společnost*. Z anglického originálu Journalism and Society vydaného nakladatelstvím Sage přeložili Alice N. Tejkalová a Roman Hájek. Praha: Karolinum, 2016.

PAVLIK, J. V. *Media in the Digital Age*. New York: Columbia University Press, 2008.

REIFOVÁ, I. et al. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.

SIEGERT, G. From “the end of advertising as we know it” to “beyond content”? Changes in advertising and the impact on journalistic media. In NIENSTEDT, H. W., RUSS-MOHL, S., WILCZEK, B. (eds.) *Journalism and Media Convergence*. Berlin: Walter de Gruyter, 2013, pp. 29–40.

VOBIČ, I. Online multimedia news in print media: A lack of vision in Slovenia. *Journalism*, 2011, Vol. 12, Nr. 8, pp. 946–962.

Zákon č. 46/2000 Sb.: Zákon o právech a povinnostech při vydávání periodického tisku a o změně některých dalších zákonů (tiskový zákon).

Kontakt na autora příspěvku:

PhDr. Jan Jirků, Ph.D.

Univerzita Karlova

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra žurnalistiky

Smetanovo nábřeží 6

110 01 Praha 1

e-mail: jan.jirku@fsv.cuni.cz