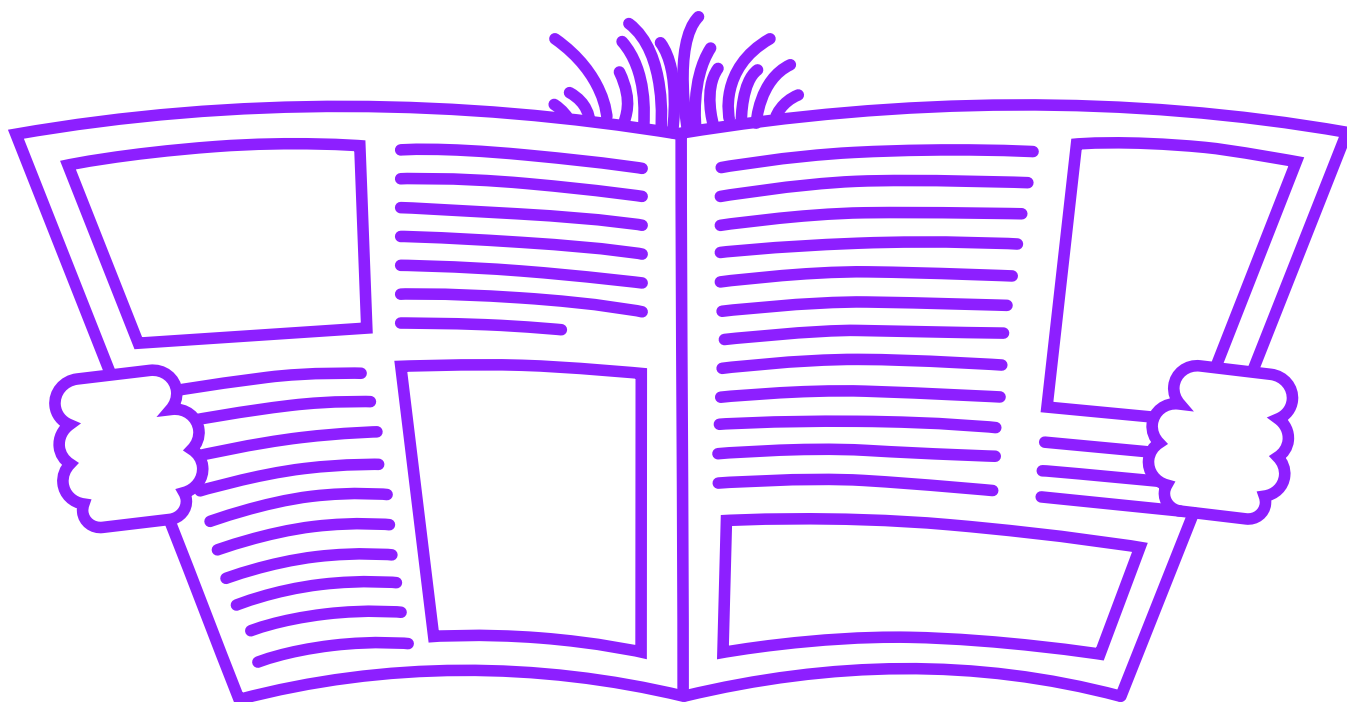


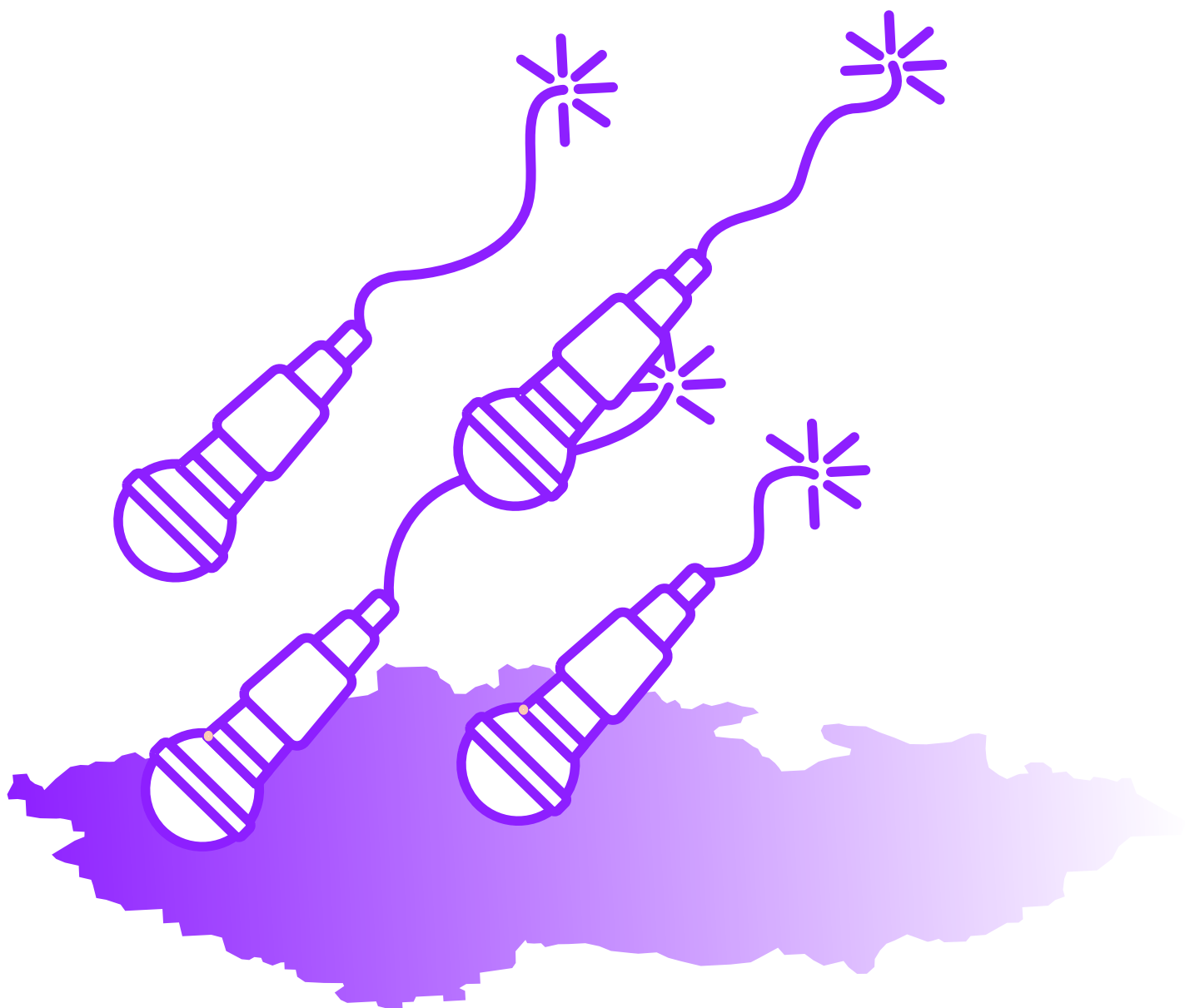
Pište školní časopisy! A jak na to?



Nechceme vás nudit. Ani zahlcovat teoretickými poučkami. Jsme novináři, lidé z praxe a chceme vám nabídnout snad užitečný pohled na tvorbu školních časopisů. Stručně řečeno: pokud na vaší škole už školní časopis máte, je to skvělé, ale i tak čtěte dál. Pokud ještě ne, třeba vám tenhle – řekněme – manuál pomůže k tomu jej u sebe založit a vydávat.

Protože to má, jak jsme přesvědčeni, smysl. Školní časopis je nejen vizitka školy a zajímavý komunikační kanál směrem dovnitř, ale i ven. Je to způsob vyjádření zájmu o dění kolem sebe, zájmu o věci veřejné, o informace a jejich šíření. Prostřednictvím školního časopisu lze podporovat u studentů kritické myšlení, mediální gramotnost, schopnost práce s informacemi i týmového ducha.

Níže najdete jak obecné postřehy ke školním časopisům, tak i konkrétní rady, jak pracovat s formou a obsahem.



Pro koho to je?

Jednoduchý časopis zvládnou klidně i žáci prvního stupně základních škol. Zde však cílíme spíše na školy střední a na gymnázia, kde se skrze školní časopis lze lépe seznamovat obecně s již zmíněnou mediální gramotností, novinářskou prací, zodpovědností i kritickým myšlením. Uplatnění ve školním časopise najdou nejen ti, kdo rádi čtou a píší (jedno s druhým spolu obvykle dosti souvisí), ale i malíři, ilustrátoři, fotografové či počítačová nadšenci. A obecně ti, kdo jsou aktivní a nejsou lhostejní.

Radost a zábava

Školní časopis a jeho pravidelná příprava (protože právě pravidelnost je jednou z podmínek pro to, aby byl o produkt, nad kterým trávíte svůj čas, také zájem) má být samozřejmě radost, zábava, případně koníček, ne povinnost. Studenti si vedle práce s informacemi a psaní původních textů vyzkouší i kooperace v týmu a dodržování termínů.

Číst to může (skoro) každý

S rozmachem technologií, internetem, sociálními sítěmi a veřejně přístupnými webovými stránkami škol už školní časopisy dávno nejsou jen čtením pro uzavřenou skupinu lidí, studenty, pedagogy či rodiče. Se školním/studentickým časopisem obvykle vstupujete i do veřejného prostoru. Některé časopisy jsou ryze internetové (například na redakční platformě WordPress), jiné tištěné. Ale i ty mohou být prostřednictvím PDF s náhledy textů k dispozici elektronicky, ke stažení třeba na webových stránkách školy. Případně časopis posíláte (či můžete posílat) studentům a přátelům školy cíleně formou emailového newsletteru.

To vše znamená i to, že obsah časopisu je veřejně dohledatelný a za psané slovo nesete zodpovědnost – především za pravdivost textu (nepočítáme záměrné a přiznané mystifikace, což je žánr, který do studentského časopisu nepochybně patřit může) a obecně za dodržení pravidel férovosti. Kupříkladu základního pravidla žurnalistiky: budiž slyšena i druhá strana sporu. Je dobré si připomínat, že školní časopis je jak vizitkou školy, tak jeho konkrétních autorů.

Cílová skupina

Jde především o žáky školy a nejbližší okolní komunitu: učitele, rodiče žáků, kamarády... Ale pozor: i obyvatele obce/města, kde škola působí. Školní časopis proto může tematicky vstupovat i za hranice školy. Nemusí řešit „jen“ to, čím žijí studenti uvnitř své instituce (jaká je například kvalita produkce školní kuchyně). Redaktor školního časopisu by si mohl (a měl) všimnout i celkového dění kolem sebe, v bezprostředním okolí školy i v celém městě/obci – dopravy do školy, stavu parků v okolí školy, chodníků, nabídky odpolední zábavy pro studenty...

Předmětem zájmu může být i město jako takové. Proč kupříkladu neudělat rozhovor se starostou (primátorem) města, šéfem městských strážníků, majitelem zajímavé firmy a podobně? Stav a kvalita regionálních médií v České republice není úplně nejlepší. Neříkáme samozřejmě, že by školní časopis měl suplovat běžné médium, to rozhodně ne – ale platí, že se může rozkročit a stát se ještě zajímavější i pro širší publikum.

Bavit – tvůrce i čtenáře

Nesmí to být však žádná křeč a pocit, že „něco musíme“. Školní časopis má především bavit své tvůrce. Pokud bude bavit je, je značná míra pravděpodobnosti, že bude bavit a zajímat i čtenáře. Žádný nápad není dost šílený – pokud se samozřejmě ty nejšílenější nápady třeba za hranicí vkusu či slušného chování později podaří odfiltrovat. Věřte, že porady i těch nejserióznějších celostátních médií probíhají často v hodně uvolněném duchu a rozhodně ne vše, co na nich padne, by bylo vhodné prezentovat veřejně :-).

Ve školním časopise mají být:

1. články vždy podepsané konkrétními autory
2. zprávy ze školy a z okolí, zajímavé rozhovory, reportáže, glosy, fejetony...
3. stálé rubriky (například anketa, ze zákulisí školní kuchyně, komiks, rozhovor čísla apod.)
4. jednotně graficky upravené (stejný font písma, zalomení do sloupců apod.)
5. nápaditá obálka / titulní strana
6. originální obrázky a komiksy, fotografie / fotopříběhy / fotoreportáže
7. tiráž (kdo časopis vydává, kdo je šéfredaktor, v jakém nákladu vychází, adresa školy, kontaktní e-mail apod.)

Jak často má časopis vycházet?

Dělejte to, na co stačíte. Je to na vás. Pokud máte zapálené studenty (a pedagogy), redakci nabitou nadšenými a kreativními autory, dělejte třeba čtrnáctideník. Pokud bojujete s tím, abyste obsah čísla smysluplně naplnili, není rozhodně žádná ostuda vydávat třeba šest čísel v průběhu školního roku. Nicméně dělat ročenku velký smysl nemá. Kouzlo časopisu (periodického tisku) je právě v alespoň nějaké pravidelnosti.

Ujasněte si:

- Jaký bude mít časopis rozsah.

Už čtyři strany dávají smysl, i když je to pak spíše leták než časopis. Horní limit také nepřehánějte, abyste to stihli „upsat“.

- Kdo jsou vaši cíloví čtenáři?

Je jasné, že studenti školy, pedagogové, ale mohou to být i přátelé školy, rodiče studentů, absolventi, návštěvy a hosté školy a v konečném důsledku kdokoli, kdo z nějakého důvodu zavítá na web školy, kde je váš časopis třeba k dispozici ke stažení.

- Jaký charakter by měl časopis mít?

Opět se fantazii a kreativitě meze nekladou. Může být zaměřený na umění, na sport, na cokoli, co dává na konkrétní škole smysl. Neměl by však chybět zpravodajský obsah. Nevydáváte uměleckou publikaci, ale časopis.

- O čem převážně chcete čtenáře informovat?

Pišťe o tom, co zajímá (či by mělo zajímat) vaše publikum. Zajímavosti ze školy i z jejího okolí, rozhovory, ankety, glosy a poznámky... Školní časopis má být otevřená platforma, kde i pan ředitel (či paní ředitelka) jistě snesou oprávněný kritický názor studentů. Nemá jít ale rozhodně o žádné vyřizování si účtů a v případě kritických textů má platit zlaté pravidlo žurnalistiky: budiž slyšena i druhá strana.

- Kdo bude co dělat? Rozdělení funkcí a rolí.

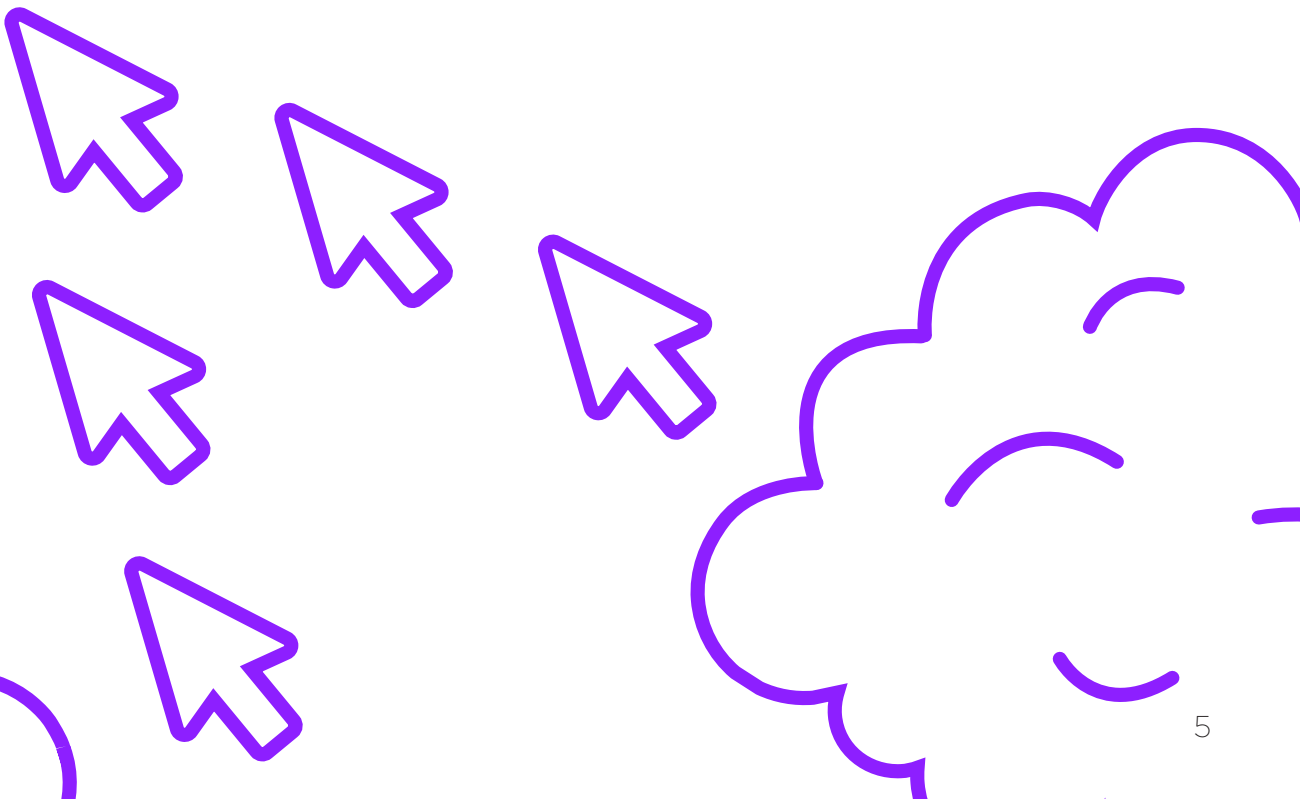
Sdílená zodpovědnost rovná se obvykle nulová zodpovědnost. Tedy – školní časopis má mít svou hlavu – svou šéfredaktorku/šéfredaktora. Může to být pedagog i student. Je-li to student, je dobré si nad podobou čísla udržet pedagogickou supervizi. Přeci jen školní časopis je, jak již bylo řečeno, vizitkou školy a vychází s její podporou. Je možné si v redakci i rozdělit role – mít třeba experta na rozhovory, na ankety, na komentáře, fejetony. Na druhou stranu není úplně vhodné studenty takto autorsky svazovat a spíše si ad hoc, číslo od čísla, rozdělovat konkrétní úkoly a témata. Ideální je mít své fotografy, ilustrátory, karikaturisty, autory komiksů...

Tištěné či elektronické?

Tuhle volbu si musí každá škola/každá redakce udělat sama. Jedno navíc nevyklučuje druhé. Obecně máme za to, že svět médií je dnes přehlacen elektronickými zdroji informací a zábavy a držet v ruce zase jednu papír, tím spíše „papír“ týkající se studentů samotných, je pro čtenáře z řad studentů školy a pedagogů osvěžující. Pokud to finanční možnosti školy dovolí (s ohledem na nutné náklady na tisk), doporučujeme alespoň nějaký počet kusů časopisu nadále tisknout a k odebrání je nabízet třeba ze školní nástěnky. Jsou ale i školy, které školní časopis úspěšně prodávají byť třeba jen za symbolickou cenu. Utržené peníze pak slouží zpětně na provoz redakce: tisk časopisu, ale třeba i nákup redakčního diktafonu, případně občerstvení na redakční poradě.

Každá motivace je dobrá :-). Další distribuce může být formou PDF rozesílaného cíleně na emailové adresy v databázi školy (samozřejmě v souladu se zákonem na ochranu osobních údajů a GDPR).

PDF podoba může být ke stažení na stránkách školy apod. Variantou je též čistě internetový časopis. Ani tuto verzi rozhodně nezatrácujeme. Zde odpadají náklady s tiskem a otázka distribuce, na druhou stranu takový časopis pak soutěží o pozornost s tisíci různými jinými, i profesionálními, weby. Redakce pak – pokud chce, aby její práce měla nějaký ohlas – musí o to více přemýšlet o propagaci a marketingu časopisu.





V čem psát

Nejjednodušší je asi práce v programu Word (a následné převedení do formátu PDF). Jsou samozřejmě k dispozici i profesionálnější publikační platformy výrazně usnadňující práci na časopisu. Zajímavý je například program Schoolpress.com, který ovšem vyžaduje investici ze strany školy. Šíře nabídky je samozřejmě mnohem větší a je možné, že svůj školní časopis už nyní připravujete pomocí programů, které autoři tohoto textu ani neznají :-).

Při tvorbě internetové verze časopisu se osvědčují šablony WordPress, které jsou obvykle zdarma a umožňují snadné vytváření a editaci internetových stránek. Lze využít domény druhého řádu, kde se za webhosting neplatí.

Obsah čísla

Přemýšlejte nad tím, co se dělo kolem vás či co se dít bude. Je nějaká událost spojená se školou, zajímavé výročí spojené se školou, městem i státem, návštěva partnerské školy v zahraničí, přijde na debatu zajímavý host? To vše (a mnoho dalšího) vás může inspirovat. Buďte kreativní – zajímavý úhel pohledu lze najít skoro na všechno. Zajímejte se o absolventy, požádejte je o rozhovor. Má škola archiv? Jistě ano. Požádejte o přístup, třeba tam najdete poklady i sto let staré, fotografie, dokumenty, vysvědčení... Můžete je s příslušným komentářem publikovat. Výsledkem redakční porady by mělo být jasné zadání – co kdo píše, v jakém žánru (rozhovor, reportáž, zpráva, fejeton, komentář...) a do kdy to odevzdá.

Co může být obsahem

Školní časopis by měl mít pevné záchytné body. Níže nabízíme některé z nich.

Úvodník (editorial) šéfredaktora, v němž může autor například upozornit na zajímavá témata čísla, případně nabídnout vlastní zamyšlení, poznámku v zásadě na jakékoli téma. Vděčné bývají ankety mezi studenty. Ideálně by měly být odpovědi na jméno, s uvedením ročníku školy i s fotografií.

Otázka musí být stručná, jasná a srozumitelná. Měla by být takzvaně otevřená, neměla by tedy dávat možnost odpovědět jen ano/ne. Pokud někdo odpoví příliš stručně, doptejte se.

Rozhovor – s inspirativním pedagogem, známým absolventem, zajímavým hostem, který na školu zavítal, se studenty, kteří dosáhli nějakého úspěchu, v něčem vynikají, s vedoucí školní jídelny, ale i s někým mimo školu. Není důvod se bát třeba oslovit úspěšného podnikatele z města či třeba majitele nové cukrárny, co se nedávno otevřela vedle školy a podobně.

Poslouchejte zpovídaného, buďte připraveni reagovat na to, co říká, pokud něčemu nerozumíte, nebojte se ihned doptat, požádat o upřesnění. Při přepisování musíte rozhovor takzvaně uhladit, tedy přepsat mluvenou řeč do psané podoby. Velmi dlouhou odpověď můžete „přerazit“ dodatečně dopsanou otázkou. Nesmíte ale měnit smysl původní výpovědi.

Glosa, komentář, fejeton, poznámka

Jde o takzvané názorové útvary, kde si s obsahem a formou můžete více hrát, napsat, co si myslíte. Ale pozor, dnes si myslí kdokoli cokoli – přidaná hodnota je v tom, že svůj názor máte podložený nějakými fakty, informacemi či alespoň osobní zkušeností. Určitě byste si sami nechtěli číst komentář, v němž by vás autor s plnou vážností přesvědčoval o tom, že Země je placatá, protože on si to zkrátka myslí...

Střípky / zprávy ze školy

Informace o tom, co se ve škole stalo, děje či bude dít.

Reportáž

Může jít o záznam a postřehy ze školního výletu, zajímavé exkurze, sportovní události s účastí školního týmu, výměnný pobyt v zahraničí... Jde o to čtenáři zážitek přiblížit, zprostředkovat, popsat, jaké to bylo. Čtenář by měl mít v ideálním případě pocit, že jej vzal autor prostřednictvím textu na místo. V reportáži vypíchněte zajímavosti, dramatické i vtipné situace, popište, co jste viděli kolem sebe, co lidé říkali (v přímé řeči), jak reagovali, co jste zažili...

Fotoreportáž

V podstatě fotopříběh zachycující průběh nějaké zajímavé události. Třeba projektový den na škole či opět exkurze či sportovní událost apod. Fotografie zachytí průběh, zajímavé momentky, jak šel čas. Doplňkem musejí být vysvětlující popisky k fotografiím: kdo na nich je a co se na nich děje.

Recenze

Četli jste hezkou knížku, viděli jste nový film, šli jste do nově otevřené kavárny ve městě? Napište, jak se vám to líbilo a proč. Doporučili byste to, nebo raději ne?

Ilustrace a komiksy

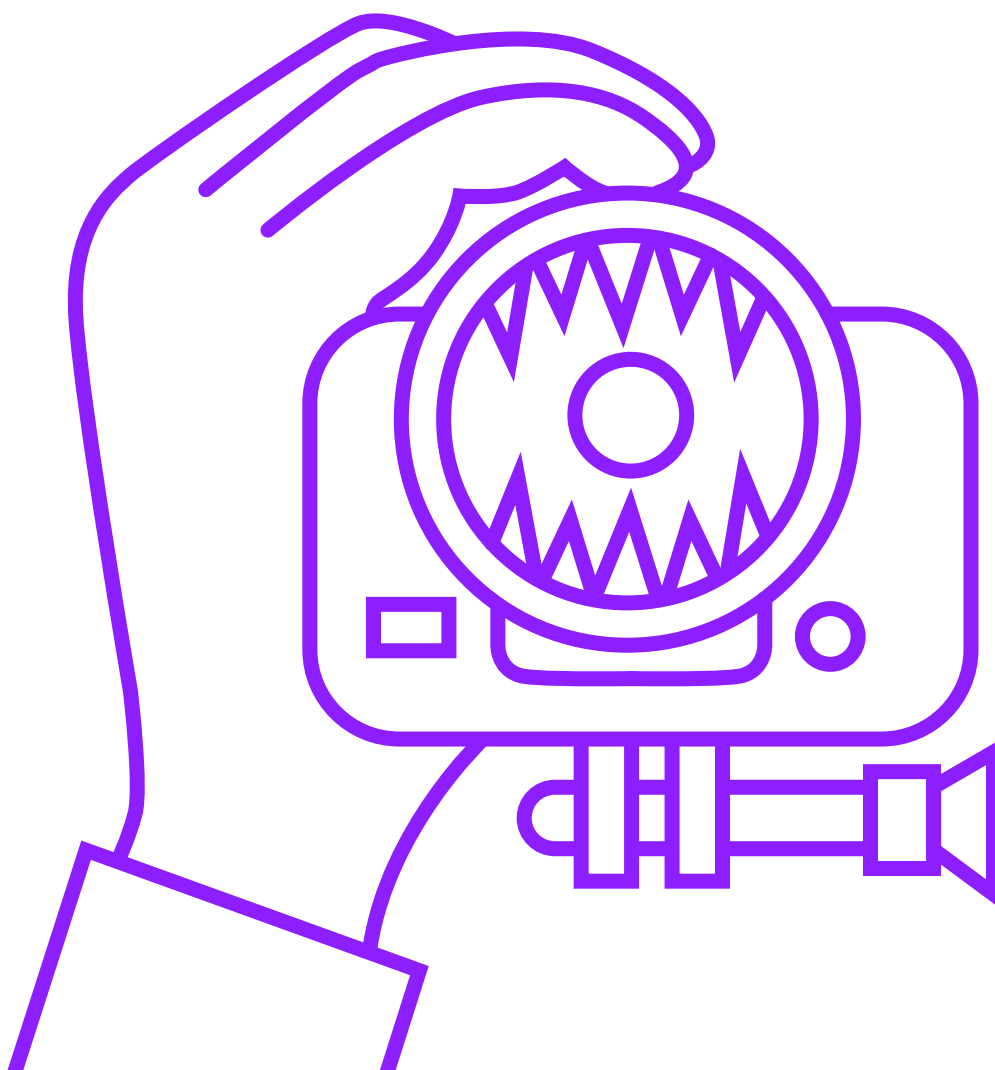
Kreativitě se meze nekladou.

Fotografie

Kromě těch, které si pořídíte vlastními silami, budete potřebovat například i ilustrační fotografie či fotografie lidí, které sami vyfotit nemůžete (již nežijí, jsou v zahraničí apod.).

Kde brát fotografie

- Učte se neporušovat autorská práva.
- Existuje řada webů s veřejně dostupnými fotografiemi k volnému užití. Obecně jde o takzvanou licenci Creative Commons (tj. volně k dispozici pro nekomerční použití).
 - Doporučit můžeme například:
 - Foter.com
 - Pixabay.com
 - Flickr.com
- Zdrojem fotografií může být i sociální síť Facebook. Ta má nastavena pravidla autorských práv tak široce, že lidé, kteří fotografii na svůj profil vloží, se automaticky vzdávají autorských práv.
 - Fotografie vždy zdrojujte. Zdroj není „Facebook“, nebo „internet“, ale konkrétně; například ZDROJ: facebookové stránky skupiny Coldplay a podobně.



Maketa

- formát, rozvržení stran

Abyste si sami udělali přesnější představu o tom, jak číslo časopisu naplníte, udělejte si takzvanou maketu. Jde v podstatě o prázdné listy papíru ve formátu školního časopisu a s předpokládaným (či obvyklým) počtem stran. Rozmístěte plánované texty na stránky (v podstatě stačí načmárat propiskou obdélník a napsat název tématu) – budete mít díky tomu jasnou představu, zda je textů dost či naopak, zda se do čísla vše vejde.

Titulní strana

- Titulní strana je vizitkou každého časopisu.
- Zahrnuje pochopitelně název (pokud již časopis vydáváte, není co řešit), láká čtenáře obvykle na hlavní téma čísla (či třeba rozhovor se zajímavou osobností). Nebojte se velkého titulku, pracujte s fotografiemi či ilustracemi.
- Na titulní straně můžete čtenáře upozornit i na další (například tři) témata čísla. Na jaké straně je například rozhovor (a s kým), kde čtenář najde anketu (třeba o tom, co si studenti myslí o kvalitě školní kuchyně) a kde nalistovat kupříkladu reportáž ze školního zájezdu do zahraničí.
- Titulní strana by měla být ideálně barevná, i když vnitřní obsah čísla může (například s ohledem na úsporu nákladů při tisku) zůstat černobílý.

Psaní textů

Z žádné příručky se ještě nikdo nikdy nestal novinářem. Ale ani truhlářem či zedníkem. Novinařina je také řemeslo a je třeba se jej postupně učit. Čím více textů napíšete, tím více se budete zlepšovat. Tím spíše, pokud zkušenější či pedagog nabídne i zpětnou vazbu, vysvětlí, jak by se text mohl vylepšit a proč. Dobrá rada zní – kdo chce psát, musí číst. Knihy, kvalitní časopisy, důvěryhodné weby. Všimněte si, jak píšou ti, kteří se psaním živí a zkuste se něco přiučit. Proč se vám některé texty čtou lépe a jiné hůře? Velmi obecně řečeno – text má přirozeně plynout, navazovat na sebe a celkově dávat smysl. To, že třetí věta přirozeně navazuje na druhou a čtvrtá na třetí, není taková samozřejmost, jak by se mohlo zdát. Dobrá metoda je zkusit si po sobě napsané věty polohlasem přečíst. Pokud se vám věta špatně čte, je pravděpodobně moc dlouhá, složitá a šroubovaná. Pak je to signál, že je s textem ještě třeba pracovat. Můžeme vás ale uklidnit. Napsat dobrý text není úplně snadná věc ani pro zkušené novináře. I s jejich texty pak dále pracují editoři a pravopisné chyby a překlepy pak vychytávají korektoři.

Druhé oči, editace, korektura

Každý text by měly přečíst přinejmenším ještě „druhé oči“. Autor sám je často se svým dílem spokojen, ale až pohled nezaujatého čtenáře odhalí nejasnosti, chyby, faktické omyly. Zkušenější autor či pedagog by měl sehrát i roli editora, který pracuje se strukturou textu, aby text dával smysl, plynul a zbytečně neklopýtal. A na závěr by vše mělo ještě projít takzvanou korekturou – jazykovou kontrolou zejména s ohledem na pravopisné chyby či překlepy.

Titulek a kouzlo první věty

Zaujměte čtenáře promyšlenými titulky. Jejich funkcí je právě přitáhnout čtenáře ke konkrétnímu textu, upozornit jej na obsah. Titulek nemá být suchý a nudný, zároveň však nesmí být lživý a pokřivovat realitu. Obvykle by vám měl titulek vyjít ze samotného textu – ze zajímavé citace, z nové informace... O tom, zda čtenář bude číst dál, rozhoduje obvykle vedle titulku i první věta článku. Říká se tomu „kouzlo první věty“. Na té by si proto měl dát každý autor obzvláště záležet. Schválně si všimněte v zavedených časopisech, jak autoři své texty takzvaně otvírají (například v týdeníku Respekt, měsíčníku Reportér a dalších). Často používají reportážní prvky, popis místa, kde jsou, nebo kde je zrovna někdo, o kom text je... Případně začínají přes konkrétní příběh konkrétního člověka. Když už školnímu časopisu věnujete svou píli, kreativitu, čas a energii, jistě chcete, aby si vaše dílo někdo i četl. Ve světě plném informací i vy se školním časopisem soutěžíte o pozornost publika.

Hlavně ať vás to samotné baví!
Redakce HlídacíPes.org

HlídacíPes^{org}
ŽURNALISTIKA VE VEŘEJNÉM ZÁJMU

S podporou grantu
Velvyslanectví USA v České republice

