

T. XIII (2010) Z. 1-2 (25-26)
ISSN 1509-1074

**ROCZNIK
HISTORII PRASY POLSKIEJ**

The Websites of Polish Periodicals for Children and Teenagers

Strony internetowe polskich czasopism dla dzieci i młodzieży

Instytut Informacji Naukowej
i Bibliotekoznawstwa
Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN
ul. Podchorążych 2
PL 30-084 Kraków
mrogoz@ap.krakow.pl

**Michał
ROGOŹ**

KEY WORDS

periodicals, children, teenagers, Internet,
website, website structure, language
of the Internet

SŁOWA KLUCZOWE

czasopisma, dzieci, młodzież, Internet,
strona internetowa, struktura strony WWW,
język Internetu

ABSTRACT

Around half of Polish periodicals for children and teenagers have online versions. A research was conducted in January 2010 to analyse the online offering of those periodicals. Website structure and functionality were analysed. Attention was also paid to the specific language of the electronic media, which are particularly attractive for young people.

ABSTRAKT

Okolo 50% ukazujacych sie w Polsce czasopism dla dzieci i mlodzięzy ma swoje strony internetowe. Przeprowadzone w styczniu 2010 roku badania mialy na celu rozpoznanie istniejacej w tym zakresie oferty. Dokonano analizy struktury oraz oceny funkcjonalnosci rozpatrywanych stron. Zwrocono uwage na specyfique komunikacji jezykowej zwiazanej z tym szczegolnie atrakcyjnym dla mlodych ludzi medium.

Streszczenie

W Polsce ukazuje się ponad sto czasopism dla dzieci i młodzieży. W Internecie obecnych jest ponad 60 witryn reprezentujących poszczególne tytuły. Strony internetowe czasopism dla dzieci i młodzieży stanowią ważne ogniwo komunikacji między redakcją a potencjalnymi odbiorcami oraz istotny element strategii marketingowej. Pozwalają reklamować papierowe wydania oraz, dzięki forum dyskusyjnym, zapewniają żywą wymianę poglądów. Umożliwiają także tworzenie przekazów dynamicznych o charakterze multimedialnym.

Większa liczba stron internetowych towarzyszy pismom skierowanym do nastolatków, co świadczy o szczególnie dużym zainteresowaniu cyfrowym medium właśnie w tej grupie wiekowej. Witryny przeznaczone dla młodzieży szkolnej odznaczają się znacznie większą specjalizacją tematyczną, podczas gdy przeważająca większość treści internetowych, przypisanych młodszemu dzieciom, koncentruje się wokół bohaterów ulubionych bajek.

Język analizowanych witryn wykazuje wiele charakterystycznych cech. W dużym stopniu wynika to ze specyfiki interakcji z młodym odbiorcą. Dziecięcy świat jest ewokowany za pomocą powtarzających się epitetów, słów-kluczy, deminutiwów czy personifikacji. Nierzadko narrację prowadzi się w imieniu wymagowanego bohatera, który jest patronem strony. Witryny dla nastolatków znacznie częściej modyfikują język pod kątem dostosowania go do slangu młodzieżowego. Internet jest w tym sensie znacznie bardziej liberalny aniżeli papierowe wydania poszczególnych czasopism.

Polska scena internetowych stron czasopism dla dzieci i młodzieży ma charakter stosunkowo jednostronny. Pozorny egalitaryzm nowego medium nie przełamuje hegemonii kilku najważniejszych podmiotów rynkowych. Wirtualną obecność zdominowali potentaci na rynku wydawniczym (Egmont, Axel Springer, Bauer). Niestety, witryny te upowszechniają przede wszystkim konsumpcyjny model światopoglądowy. Z całą pewnością przyszłość czasopism dziecięcych i młodzieżowych wiązać się będzie w coraz większym stopniu z ich obecnością w globalnej sieci komputerowej.

Powstanie globalnej sieci komputerowej było jednym z ważniejszych wydarzeń drugiej połowy XX wieku. Rozwój nowej technologii medialnej wpisuje się w naturalne mechanizmy ewolucji ludzkiej percepcji, prowadzące do zmiany statycznego, jednokanałowego przekazu (najczęściej w postaci słowa mówionego lub pisanego) poprzez komunikację zdynamizowaną, zawierającą w swojej treści elementy multimedialne, takie jak: słowo, obraz, dźwięk, film itp. Internet jest jednym z istotnych czynników rozwoju współczesnego społeczeństwa postindustrialnego, opartego na wysoko wyspecjalizowanych usługach i powszechnym dostępie do informacji¹. Szybkość i relatywna łatwość docierania do określonych wiadomości w ramach elektronicznego medium, przy braku barier o charakterze przestrzennym, wpisuje się w egalitarny charakter społeczeństwa informacyjnego — rola tej sieci w kształtowaniu młodych pokoleń, pomimo szeregu poważnych zagrożeń², z pewnością jest nie do przecenienia. Warto podkreślić, że Internet zrywa z istniejącą do tej pory zasadą izolacji autora i odbiorcy, interaktywność nowego medium powoduje, że każdy jego uczestnik może być zarówno aktywnym twórcą, jak i biernym odbiorcą określonych treści³.

Trzeba też zauważyć, że liczba Polaków korzystających z sieci systematycznie rośnie i według rozmaitych szacunków z tej formy komunikacji korzysta blisko połowa populacji⁴. Nic więc dziwnego, że tworzenie wirtualnych witryn stało się istotnym elementem działalności poszczególnych

¹ Por. J. Mikułowski-Pomorski, *Zmieniający się świat mediów*, Kraków 2008, s. 267–278.

² Zagadnienie to zostało szerzej omówione m.in. w pracach: *Internet a psychologia. Możliwości i zagrożenia*, red. W. J. Paluchowski, Warszawa 2009; A. Korusiewicz, *Zagrożenia w sieci Internet*, Warszawa 2007.

³ Por. np. A. Ostrowska, *Nowe media — przykład polski*, [w:] *Media a wyzwania XXI wieku*, red. M. Bronikowska, Warszawa 2009, s. 114–116. W tym kontekście szereg autorów wskazuje na istotne różnice strukturalne między tradycyjnym przekazem medialnym a internetowym hipertekstem, za: Ł. Gołębiewski, *Śmierć książki. No future book*, Warszawa 2008, s. 46.

⁴ Potwierdzają to wyniki badań przeprowadzonych w maju i czerwcu 2009 roku przez firmę Millward Brown SMG/KRC Poland; tendencję rosnącą zaobserwować można porównując dane z wcześniejszego okresu, np. M. Burlikowski, M. Grządka, *Gutenberg wirtualnie*, „Media i Marketing” 2006, nr 43, s. 24–26.

tytułów prasowych, w tym zwłaszcza przeznaczonych dla młodych odbiorców, którzy z racji swojego wieku najszybciej przystosowują się do wdrażanych innowacji. Strona WWW może być traktowana jako element nobilitacji czasopisma drukowanego. Stanowi ważne ogniwo komunikacji między redakcją a potencjalnymi odbiorcami oraz istotny element strategii marketingowej. Pozwala reklamować papierowe wydania wraz z dołączanymi do nich dodatkami w postaci książek, płyt CD czy DVD oraz różnego rodzaju gadżetów. Z uwagi na rosnącą rolę i zwiększającą się liczbę internetowych stron czasopism dla dzieci i młodzieży podjęto próbę rozpoznania tego zagadnienia⁵.

Porównanie jakości stron internetowych poszczególnych czasopism ma charakter wieloaspektowy i analizujący powinien brać pod uwagę szereg kryteriów, dotyczących zarówno warstwy treściowej witryny, jak i jej struktury oraz technicznej konstrukcji. W pierwszym rzędzie muszą zostać uwzględnione funkcje związane z uruchomieniem i przeznaczeniem danej domeny, ujawniane w zależności od typu i tematyki czasopisma oraz grupy wiekowej czy płci, do jakiej jest ona adresowana. Istotne wydaje się, związane z tym kontekstem, upowszechnianie pewnych modeli światopoglądowych, przejawiające się zarówno w doborze (moderacji) określonych tematów, jak również w warstwie leksykalno-semiotycznej strony internetowej⁶. Ważnym elementem porównania jest uwzględnienie interakcji zachodzących pomiędzy autorami pisma a jego czytelnikami, których widocznym przykładem są treści zawarte w ramach wirtualnej domeny. Interakcje te zachodzić mogą w różny sposób, np. poprzez upowszechnienie forum internetowego jako miejsca wypowiedzi odbiorców, czy też tworzenie ankiet, quizów, gier lub sond, umożliwiających czytelnikowi określony przekaz, a nawet rywalizację z innymi respondentami. Struktura witryny stanowi ważny element porównawczy, w którym uwzględnić można zarówno samą wielkość wirtualnej przestrzeni informacyjnej, jak też łatwość dostępu do poszczególnych danych, związaną z zastosowaniem określonego interfejsu. W badaniach struktury istotna jest możliwość wykorzystania pewnych miar webometrycznych, dotyczących dostępu do informacji oraz interaktywności strony⁷. Warto podkreślić diachroniczny charakter witryn internetowych, z czym związana jest zarówno ich aktualizacja, jak i obecność treści archiwalnych.

⁵ Badania przeprowadzono w styczniu 2010 roku.

⁶ Warto w tym miejscu przywołać pracę P. T. Nowakowskiego, *Modele człowieka propagowane w wybranych czasopismach młodzieżowych*, Tychy 2004, s. 159–180; autor przypisuje każdemu z 10 badanych tytułów określony, akcentowany światopogląd, właściwy dla potencjalnego odbiorcy.

⁷ Por. P. Nowak, *Bibliometria. Webometria. Podstawy. Wybrane zastosowania*, Poznań 2008, s. 138–156.

Liczba stron WWW polskich czasopism dla dzieci i młodzieży

Współczesny rynek prasy dla dzieci i młodzieży ma charakter dynamiczny. W ostatnich dekadach podlegał fluktuacjom związanym ze zmianami polityczno-społecznymi, rozwojem wolnego rynku mediów i naturalnym cyklem koniunktury, wyznaczanym przez liczbę potencjalnych czytelników oraz ich zainteresowaniem prasą, determinowanym kulturowo. Niewątpliwie, większość istniejących na rynku czasopism odznacza się stosunkowo krótkim stażem (na ogół nieprzekraczającym dwóch dekad). Fluktuacje te dobrze ukazuje artykuł Angeliki Matusiewicz⁸. Z kolei Iwona Konopnicka podaje, że w latach 1990–1999 na rynku prasowym pojawiło się 160 nowych tytułów w segmencie prasy dziecięco-młodzieżowej⁹. W tym okresie, pod wpływem określonej koniunktury, powstało wiele periodyków o charakterze hobby-stycznym — tworzyły one pewien zaplanowany, zamknięty cykl. Dotyczyło to zarówno tekstów o charakterze edukacyjnym (kompendia wiedzy i leksykony gromadzone w segregatorach), jak i rozrywkowym (np. tytuły związane z określonymi serialami telewizyjnymi dla dzieci i młodzieży¹⁰).

Osobną kwestią są cykliczne różnotematyczne kolekcje, kolportowane m.in. przez wydawnictwa Amercom czy Agostini. Każdy numer składa się z gazetki opisującej przedmiot zbiorów i dołączonego do niej gadżetu. Niektóre takie serie posiadają również swoje skromne witryny internetowe informujące o elementach kolekcji i umożliwiające ich nabycie on-line, a nierzadko nawet uzupełniają w jakiś sposób produkt zakupiony w świecie rzeczywistym¹¹. W licznych przypadkach trudno jednoznacznie określić przeznaczenie danego tytułu — podmioty wydawnicze nie muszą określać potencjalnego adresata i o klasyfikacji decyduje zazwyczaj poruszana tematyka oraz sposób jej przekazu. Warto zauważyć, że szereg czasopism tradycyjnie kojarzonych z młodzieżą nie wiąże swej strategii rynkowej wyłącznie z tą grupą docelową, np. pisma techniczne („Młody Technik”), komputerowe czy

⁸ A. Matusiewicz, *Czasopisma dziecięce i młodzieżowe. Bibliografia 2000–2005*, „Biuletyn EBIB” 2006, nr 9 [dokument elektroniczny]; tryb dostępu: <http://www.ebib.info/2006/79/a.php?matusiewicz>.

⁹ I. Konopnicka, *Czasopiśmiennictwo dziecięce na przełomie wieków*, [w:] *Edukacja progresywistyczna*, red. F. Smak, S. Włoch, Opole 2004, s. 191–199.

¹⁰ Oczywiście, niektóre z czasopism dublujące popularne programy telewizyjne przetrwały pomimo usunięcia tych ostatnich z ramówki. Por. „Ciuchcia” czy „DD Reporter”, A. Wierczak, *Czytelnik kilkuletni*, „Press” 2007, nr 7, s. 58–63.

¹¹ Np. <http://www.kolekcjahannahmontana.pl/>; <http://www.kolekcjaszachy.pl/index.php>; <http://www.kolekcjapuchatka.pl/>; warto jednak zwrócić uwagę, że często nie mieszczą się one w ściśle rozumianym pojęciu czasopisma, gdyż z góry zaplanowano zakończenie ich ukazywania się. Por. PN-92/N-01227 *Bibliotekarstwo i bibliografia. Typologia dokumentów. Terminologia*, s. 3.

popularnonaukowe („Mówią wieki”) mogą być z powodzeniem czytane przez osoby dorosłe. Również ich strony WWW nie zawierają jednoznacznych odnośników sytuujących je w kręgu pism przeznaczonych dla nastolatków. Ważnym zjawiskiem na współczesnym rynku prasowym jest zacieranie się granic wiekowych czytelników czasopism podejmujących tematykę tradycyjnie kojarzoną z nurtem młodzieżowym, np. fantastyką czy komiksem¹².

Uwzględniając takie zastrzeżenia należy przyjąć, że w Polsce ukazuje się obecnie ponad sto czasopism dla dzieci i młodzieży¹³. W Internecie jest natomiast obecnych ponad 60 witryn reprezentujących poszczególne tytuły¹⁴. Tak więc około połowa drukowanych pism adresowanych do dzieci i młodzieży nie posiada jeszcze własnej strony internetowej. W wielu przypadkach informacje o piśmie znajdują się na stronie macierzystego wydawnictwa. Dla przykładu, miesięcznik dla chłopców w wieku przedszkolnym „Strażak Sam” posiada swoją podstronę na witrynie wydawnictwa Egmont S.A. wspólnie z 40 innymi tytułami edytowanymi przez warszawską oficynę. Zamieszczono tam informacje o profilu pisma, łącznie ze spisem treści ostatniego numeru, danymi teleadresowymi, a nawet elementami interakcji z czytelnikiem (konspekt organizowanej przez pismo akcji Bezpieczny Przedszkolak)¹⁵. Jednocześnie 6 tytułów z tej bogatej oferty posiada własne witryny („Kaczor Donald”¹⁶, „Komputerowa Gratka”, „Gratka 3D”¹⁷, „Magazyn Szczęśliwej Trzynastki”¹⁸, „Magazyn Witch”¹⁹, „Pluszaki Rozrabiaki”²⁰ oraz „Włatcy Móch”²¹), a kilka z istniejących w ofercie pism ma swoją reprezentację na zbiorowym portalu informacyjnym²².

Strona konkurencyjnego koncernu medialnego Media Service Zawada znajduje się aktualnie w przebudowie, do tej pory stosowała analogiczny porządek prezentacji swojej oferty z odsyłaczami do stron poszczególnych tytułów. Autonomiczne witryny posiadają: „Cartoon Network Magazyn”²³,

¹² Dla przykładu czasopisma typu „Manga” adresowane są do wszystkich grup wiekowych; A. Tokarz, *Czasopisma dla dzieci*, „Edukacja i Dialog” 2006, nr 3, s. 66–70.

¹³ Według oficjalnej statystyki Biblioteki Narodowej w 2006 roku wychodziło 118 tytułów, a rok później było to 136 tytułów; zob. „Ruch Wydawniczy w Liczbach” 2007, s. 72–73. Por. też A. Matusiewicz, *Czasopisma dziecięce...*

¹⁴ Ustalenia własne.

¹⁵ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: http://www.egmont.pl/pl/czasopisma/nasze_czasopisma/art37.html.

¹⁶ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.kaczordonald.pl/>.

¹⁷ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.kgratka.pl/>.

¹⁸ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.magazyn13.pl>.

¹⁹ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.witchmagazine.eu/pl/#/home/>.

²⁰ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.pluszakirozrabiaki.pl>.

²¹ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://egmont.pl/wlatcymoch/>.

²² [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.quki.pl/> z odsyłaczami do poszczególnych stron.

²³ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.cnmagazyn.pl>.

„Magazyn Jetix”²⁴, „Odlotowe Agentki”²⁵, „Scooby Doo!”²⁶, „Świat Przygód z Hugo”²⁷. W podobnej konwencji utrzymana jest wirtualna prezentacja wydawnictw spółki Twoje Media²⁸ („Ciuchcia”, „Czarodziejskie Opowieści”, „Nasze Dobranocki”). Na stronie wydawnictwa można zajrzeć do najnowsze- go numeru prezentowanego w formacie PDF, natomiast strona internetowa www.czarodziejskisklepik.pl służy raczej potencjalnym zakupom, aniżeli pre- zentacji multimedialnej któregoś z pism. Świadectwem takiej ekonomicznej koncentracji poszczególnych tytułów w obrębie jednego podmiotu gospodar- czego są także istniejące witryny czasopism „Fluid” i „Dosdedos” występu- jące pod znakiem portalu onet.pl²⁹. Pomimo innowacyjności medium elektronicznego strategia wydawnictw polega raczej na tworzeniu oddziel- nych witryn jedynie dla czasopism o dłuższym stażu, a więc o ustalonej pozycji na rynku. Istnienie strony internetowej jest zatem pewnym wskaź- nikiem popularności i trwałości określonej marki. Pomimo, że wydawnictwa przywiązywały pewną wagę do uniformizacji poszczególnych stron i nadania im zbliżonych do siebie interfejsów, to jednak ze względu na różny czas powstania, także i w tym względzie, istnieją pewne różnice formalne. Można je zauważyć analizując poszczególne adresy URL. W segmencie czasopism opartych na popularnych serialach istnieje duża monopolizacja rynku³⁰, niemniej jednak polskie koncerny medialne muszą stosować się do wymo- gów umów licencyjnych, które często decydują o parametrach technicznych określonego produktu.

Ze względu na wymienione wcześniej zastrzeżenia trudno dokonać obiektywnego podziału czasopism dla dzieci i młodzieży. Tylko niektóre z nich zawierają jednoznaczne określenie docelowej grupy wiekowej np. „Victor Junior”, „Victor Gimnazjalista”, „Cogito”. Niekiedy w nazwie czasopisma pojawia się odnośnik do wieku, np. „Magazyn Szczęśliwej 13”. Z pewnością funkcjonuje nadal podział na dwie kategorie wiekowe (młodsze dzieci i nastolatki). W tabeli 1 przedstawiono liczbę poszczególnych domen inter- netowych w rozróżnieniu na poszczególne kategorie: wiekowe, tematyczne, jak i powiązane z czasokresem ukazywania się tytułu prasowego. Podział ten w pewnym uproszczeniu, wynikającym głównie ze specyfiki oferty interne- towej, nawiązuje do typologii czasopism dla dzieci i młodzieży przeprowa- dzonej przez Jerzego Jarowieckiego³¹. Większa liczba stron internetowych

²⁴ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://jetixmagazyn.pl/>.

²⁵ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.odlotoweagentkimagazyn.pl>.

²⁶ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.scoobydoomagazyn.pl/>.

²⁷ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://magazynhugo.pl/>.

²⁸ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.twojemedia.pl/magdzie.html>.

²⁹ Por. [dokumenty elektroniczne], tryb dostępu: <http://muzyka.onet.pl/fluid/>, <http://muzyka.onet.pl/dosdedos/>.

³⁰ A. Wieczerzak, *Czytelnik...*

³¹ J. Jarowiecki, *Studia nad prasą polską XIX i XX wieku*, Kraków 1997, s. 233–246.

Tabela 1

Strony WWW czasopism dla dzieci i młodzieży według docelowej grupy wiekowej, tematyki i częstotliwości ukazywania się

Kategorie		Liczba stron WWW
grupa wiekowa		
Dzieci (3–10 lat)		31
Młodzież (11–17 lat)		49
tematyka czasopisma ³²		
Wielotematyczne	ogółem	12
	w tym: rozrywkowo-poradnicze dla młodzieży szkolnej	6
	w tym: przeznaczone głównie dla dziewcząt	4
Edukacyjne		8
Hobbystyczne, tematyczne		21
Językowe		1
Rozrywki umysłowe		3
Medialne		11
W tym komiksowo-medialne		4
Komiksowe		12
Harcerskie		3
Katolickie		14
częstotliwość ukazywania się		
Tygodnik		5
Dwutygodnik		23
Miesięcznik		32
Dwumiesięcznik		6
Kwartalnik		4
Półrocznik		2
Ukazujące się nieregularnie		8

Źródło: obliczenia własne.

³² Poniższe kategorie nie są rozłączne i nawiązują do typologii czasopism dla dzieci i młodzieży, a nie ich klasyfikacji, tak więc niektóre pisma zostały przyporządkowane do dwóch różnych kategorii.

towarzyszy pismom skierowanym do nastolatków, co świadczy o dużym zainteresowaniu cyfrowym medium właśnie w tej grupie wiekowej. Portale przeznaczone dla młodzieży szkolnej odznaczają się znacznie większą specjalizacją tematyczną, podczas gdy przeważająca większość treści internetowych przypisanych młodszym dzieciom koncentruje się wokół bohaterów ulubionych bajek. Dla nastolatków przygotowano materiały o charakterze hobbystycznym, teksty edukacyjne z zakresu różnorodnych dziedzin wiedzy (matematyka³³, historia³⁴, ekologia³⁵), portale towarzyszące pismom związanym z muzyką, filmem, popkulturą³⁶, przynoszące także porady dotyczące sposobu życia, mody, zachowania w grupie rówieśniczej, a nawet bezpiecznego seksu³⁷. Różnicowanie się zainteresowań powoduje, że powstały pisma (i towarzyszące im strony internetowe) wyspecjalizowane w tematyce dotyczącej jednej płci (przede wszystkim jest to prasa adresowana do dziewcząt)³⁸. Stosunkowo liczne są strony WWW związane z czasopismami komiksowymi. Bardzo często ta druga kategoria łączy się z witrynami wykorzystującymi bohaterów pochodzących z hollywoodzkich megaprodukcji. Uwagę zwraca stosunkowo liczna grupa czasopism katolickich. Powstają one na różnych szczeblach kościelnej hierarchii, związane są często z niewielkimi regionalnymi ośrodkami³⁹, wiele z nich funkcjonuje jako dodatki do prasy przeznaczonej dla ogółu wiernych, np. „Mały Gość Niedzielny”⁴⁰ czy „Moje Pismo Tęcza”⁴¹, stanowiące comiesięczny dodatek do tygodnika „Niedziela”⁴².

Rzadziej swoje wirtualne strony mają pisemka poświęcone rozrywkom umysłowym i nauce języków obcych. Brak jest wirtualnych odpowiedników dla pism humorystycznych, dziecięcych periodyków mniejszości religijnych oraz mediów związanych z dziećmi niepełnosprawnymi. Niewątpliwie odpowiednie funkcjonowanie w przestrzeni wirtualnej ma związek z dysponowaniem określonymi zasobami finansowymi, co w szerszej perspektywie jest pochodną popularności danego tytułu. Niekiedy wynika to z charakteru określonego medium, np. pismo brajłowskie „Promyczek”, ze względu na

³³ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.swiatmatematyki.pl/>.

³⁴ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.mowiawieki.pl/>.

³⁵ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.ekoswiat.com.pl/index.html>.

³⁶ [Dokumenty elektroniczne], tryb dostępu: <http://www.popcorn.pl/>; <http://laif.pl/>.

³⁷ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.bravo.pl/>.

³⁸ [Dokumenty elektroniczne], tryb dostępu: <http://www.dziewczyna.pl/>; <http://www.fun-club.pl/>; <http://www.twist.pl/>; <http://www.magazyn13.pl/>.

³⁹ Czasopismo „Promyczek Dobra”, [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.promyczek.pl/> wydawany jest przez kurię diecezjalną w Nowym Sączu.

⁴⁰ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.maly.gosc.niedzielny.pl/>.

⁴¹ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: http://www.niedziela.pl/flash_gazeta/tecza.php.

⁴² Warto nadmienić, że w stosunku do całości produkcji prasy katolickiej dla dzieci i młodzieży wersje internetowe stanowią i tak niewielki odsetek, por. szacowaną liczbę periodyków w tekście J. Jarowieckiego, *Czasopisma katolickie dla dzieci i młodzieży w okresie transformacji ustrojowej*, „Studia Bibliologiczne” 2000, t. 12, s. 157–171.

specyfikę odbiorców i związaną z nim funkcję edukacyjną, wymaga jednak tradycyjnego nośnika. Mimo to wydaje się, że misja społeczna wielu niszowych czasopism, nierzadko propagujących swe treści wśród niemal zamkniętych społeczności, mogłaby ulec wzmocnieniu poprzez zastosowanie nowoczesnych środków przekazu. Miesięczniki i dwutygodniki to najczęściej spotykane typy czasopism przeznaczonych dla dzieci i młodzieży, taka jest też struktura istniejących stron WWW. Trzeba jednak wyraźnie zaznaczyć, że rytm aktualizacji witryny internetowej jest tylko do pewnego stopnia związany z tempem edycji macierzystego pisma. Należy mieć na uwadze, że wiele analizowanych stron nie jest zmienianych zgodnie z cyklem wydawniczym, natomiast istnienie forów internetowych powoduje znaczne przyspieszenie tempa przesyłanych w sieci informacji. Warto podkreślić, że w zestawieniu nie uwzględniono szkolnych gazetek, które również zaznaczają swoją obecność w sieci. Zasięg tego typu pism nie wykracza jednak poza lokalną społeczność, a ich żywot jest na ogół stosunkowo krótki, o czym świadczą liczne nieaktywne linki w katalogach tematycznych⁴³.

Struktura stron WWW

Strona internetowa może pełnić szereg ról w interakcji między nadawcą i odbiorcą. Struktura wewnętrzna witryny przejawiająca się doбором i rozplanowaniem poszczególnych elementów treściowych, jak również ich multimedialną ekspresją, wynika z założonej z góry nadrzędnej funkcji. Obecne w sieci strony czasopism mają dwa zasadnicze modele: informacyjny (to jest ograniczający się głównie do reklamowania wersji drukowanej) oraz interakcyjny, oparty na dialogu z czytelnikiem.

W pierwszym przypadku największe znaczenie ma cyfrowe archiwum numerów udostępnianych zwykle jedynie w wersji skróconej⁴⁴ bądź jako cały plik w formacie tekstowym⁴⁵. Tego typu strony odznaczają się mniej skom-

⁴³ Por. spis czasopism elektronicznych: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.inib.uj.edu.pl/archiwum/czasopisma/pol.html>.

⁴⁴ Np. [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.popcorn.pl/>, witryna popularnego czasopisma muzycznego opiera się na streszczeniu artykułów z numeru bieżącego i poprzednich oraz nowinkach z rynku muzycznego. Umożliwia wprowadzić niewielkie interakcje, np. w postaci oceny artykułu wg podanej skali, a nawet umieszczenia komentarza, aczkolwiek ta ostatnia możliwość jest chyba jedynie teoretyczna — żaden z dostępnych tekstów nie zawierał bowiem takowego.

⁴⁵ Najczęściej w PDF: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.gazetamaturzysty.com/index.php>.

plikowaną strukturą, a ich menu ogranicza się do wyboru kilku opcji⁴⁶. Niektóre z nich zawierają listę hipertekstowych odsyłaczy kierujących do stron o podobnym profilu⁴⁷. Dość ciekawym przykładem takiego rozwiązania jest witryna wydawnictwa „Czarodziejska Kura”, na której zamieszczono odnośniki do pokrewnych tematycznie stron tworzących alternatywne sposoby animacji dziecięcych zajęć, np. dotyczących wykonania pomysłów niskobudżetowych zabawek dla przedszkolaków⁴⁸.

Znacznie większym zainteresowaniem czytelników cieszą się jednak strony całkowicie oparte na interaktywności. W literaturze przedmiotu zwykło się opisywać funkcje stron internetowych za pomocą szeregu metafor, z których wiele jest związanych z prasowym charakterem e-przekazu⁴⁹. Niewątpliwie strony WWW czasopism młodzieżowych i dziecięcych muszą uwzględniać specyficzne potrzeby nieletniego odbiorcy i kształtować swoją strukturę zgodnie z jego upodobaniami. W zakresie interesującego nas zagadnienia z pewnością trzeba wyróżnić dwie grupy stron w odniesieniu do potencjalnego wieku zainteresowanych nimi internautów: dla dzieci i dla młodzieży.

Witryny adresowane do dzieci młodszych odznaczają się przewagą elementów graficznych nad tekstem, stosunkowo mało rozbudowanym menu i prostą strukturą zawartości. Jak wykazały badania, dziecko preferuje strony ze stosunkowo szybko zmieniającą się scenerią, lubi przeróżne animacje, stąd często klika w banery reklamowe, preferuje też większą czcionkę i wielowymiarową grafikę. Trudność sprawia natomiast młodemu odbiorcy niestandardowa nawigacja, np. dublowanie linków⁵⁰. W tabeli 2 zestawiono kilka istotnych elementów struktury wybranych stron internetowych czasopism dla dzieci młodszych.

⁴⁶ Por. witrynę katolickiego czasopisma „Nasza Droga”: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.droga.com.pl/>.

⁴⁷ Dla przykładu, internetowy portal <http://www.aqq.com.pl/> o tematyce komiksowej odsyła do 40 stron o podobnej tematyce, natomiast witryna <http://www.popcorn.pl/> oprócz publikacji listy stron muzycznych, zachęca internautów do zgłaszania kolejnych odnośników.

⁴⁸ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://czarodziejskakura.pl/> z odnośnikiem do adresu: <http://trzymyszy.pl/>.

⁴⁹ W pracy: WWW — w sieci metafor. Strona internetowa jako przedmiot badań naukowych, red. A. Dytman-Stasienko, J. Stasienko, Wrocław 2008, s. 12–20, przytoczono szereg przenośni związanych z terminologią internetową. Autorzy są zdania, że można je stosować zarówno w aspekcie historycznym, technicznym, jak i epistemologicznym. Komunikacja sieciowa ewokuje metaforykę interakcji wyrażaną pojęciami bramy, okna, interfejsu, itp. Do roli strony głównej w witrynie nawiązują m.in. metafory okładki czasopisma, wizytówki, spisu treści czy strony tytułowej gazety, przytaczane przez Jakoba Nielsena i Marie Tahir w pracy *Funkcjonalność stron www. 50 witryn bez sekretów*, Gliwice 2006, s. 2–3.

⁵⁰ Por. J. Nielsen, *Kids' Corner. Website Usability for Children*, [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.useit.com/alertbox/children.html>.

Tabela 2

Czasopisma dla młodszych dzieci — elementy struktury

Czasopismo (strona WWW)	Liczba opcji w menu na stronie głównej	Kolor tła	Odwołanie do wersji drukowanej	Multimedia	Elementy interakcji z czytelnikiem
http://www.mis.edu.pl	10	ciemnożółty	screen i spis treści	rysunki, fotografie	poczta, kolorowanki, puzzle, gry logiczne, gry tekstowe, e-kartki
http://www.swierszcyk.pl/	22	biały	screen, fragmenty tekstów, archiwum	rysunki, animacje	poczta, konkursy
http://www.pluszakirozrabiaaki.pl/	17	jasnozielony	screen, spis treści	rysunki, animacje, dźwięki	poczta, gry zręcznościowe, gry logiczne, kolorowanki
http://magazynhugo.pl/	12	ciemnozielony	spis treści numeru aktualnego i następnego	rysunki, animacje, komiks	poczta, konkursy, tapety, kolorowanki, rebusy, labirynty (do druku), gry logiczne (do ściągnięcia),
http://www.supelek.com.pl/	5	niebieski	screen i charakterystyka	animacje, dźwięki	poczta
http://www.cnmagazyn.pl/wydawnictwo.htm	12	granatowy	aktualny i następny numer, screeny, charakterystyka	rysunki, film	poczta, konkursy
http://www.kaczordonald.pl/	22	ciemnożółty	screen i charakterystyka	rysunki, animacje	poczta, ankiety, sondy i ranking, klub, tapety, e-kartki, wygaszacze, puzzle, gry logiczne

Czasopismo (strona WWW)	Liczba opcji w menu na stronie głównej	Kolor tła	Odwołanie do wersji drukowanej	Multimedia	Elementy interakcji z czytelnikiem
http://www.kgratka.pl/	15	żółty	rozbudowane archiwum, screen i charakterystyka aktualnego numeru	rysunki, animacje, dźwięk	poczta, kolorowanki, konkursy, gry zręcznościowe, gry logiczne, labirynty
http://www.olajas.pl/index.html	7	żółty, pomarańczowy	screen i spis treści	rysunki, animacje, dźwięk	poczta (zewnętrzna aplikacja), kolorowanki, gra logiczna
http://www.dominik.krakow.pl/	6	biały	archiwum, numer aktualny i następny, screeny i spis treści	rysunki	—
http://www.loretanki.pl/aniol/index.php	8	jasnoniebieski	aktualny numer: screen, spis treści i fragmenty, archiwum	rysunki, dźwięk	poczta, tapety, animacje, kalendarz, pliki muzyczne
http://czarodziejskakura.pl/	12	biały	charakterystyka, miniatura zawartości	rysunki, PageFlip	—

Źródło: obliczenia własne.

Większość stron dla młodszych czytelników wyróżnia się bogatą kolorystyką oraz niestandardową grafiką. Ważnym elementem jest kolorowe, utrzymane zwykle w pastelowej tonacji tło, na ogół kontrastujące z innymi elementami graficznymi. Ilustracje nierzadko imitują dziecięcy rysunek, pozostając w zgodzie z obrazkami zamieszczonymi w wersji papierowej⁵¹. Na tym etapie medialnego zaawansowania odbiorców sporadycznie wykorzystuje się fotografie⁵². Grafika prawie zawsze ma charakter interaktywny, a jej poszczególne elementy funkcjonują jako łącza do podstron⁵³. Nierzadko wiąże się z tą czynnością uruchomienie ciekawej animacji⁵⁴. W kilku przypadkach graficzny interfejs stanowi główny element atrakcyjności strony, co jednak często koliduje z przejrzystością jej struktury⁵⁵. Elementem interaktywnym znacznie wpływającym na atrakcyjność przekazu jest publikacja dziecięcych kolorowanek oraz prostych gier logiczno-zręcznościowych⁵⁶. Innym sposobem interakcji z czytelnikiem jest publikacja graficznych elementów, służących do pobrania na pulpit, np. tapet, dzwonek, animowanych emotikon⁵⁷. Niektóre strony umożliwiają zabawę online, ale nie brakuje też takich, które stwarzają jedynie możliwość wydrukowania stosownych gadżetów. Zdarza się, że strony czasopism przeznaczonych dla dzieci stosują przekaz multimedialny, wykorzystując zarówno elementy dźwiękowe⁵⁸, jak i krótkie sekwencje video, dostępne za pomocą skojarzonych ze stroną apli-

⁵¹ Tego typu rysunki widnieją np. na stronie domowej „Świerszczyka”, [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.swierszczyk.pl/>.

⁵² Fotografie znaleźć można np. w obrębie witryny internetowej „Misia”, w dziale Misiowe Wieści: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: http://www.mis.edu.pl/wiesci/wiesci_17.html.

⁵³ Najprostszym przykładem jest kolorowe wypunktowanie na stronie pisma „Dominik”, [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.dominik.krakow.pl/>.

⁵⁴ Dla przykładu, podświetlenie danej opcji powoduje pojawienie się nowego elementu: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://magazynhugo.pl>, albo zmianę położenia banera, [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.pluszakirozrabiaki.pl>.

⁵⁵ Strona główna gazetki rozrywek umysłowych „Supelek” pozwala na kilka alternatywnych sposobów nawigacji, w tym poprzez klikanie w elementy rysunkowe. Niestety, ten zabieg nie jest stosowany konsekwentnie, stąd niektóre opcje mogą być uruchamiane przez animację, niektóre natomiast tylko poprzez tradycyjne menu: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.supelek.com.pl/>.

⁵⁶ Dla przykładu: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.olajas.pl/kolorowaneki.htm> [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.kgratka.pl/>. Ciekawym pomysłem jest zamieszczona na stronie „Naucz Mnie Mamo” wydawnictwa De Agostini (<http://www.nauczmniemamo.pl/gry/index.html>) interaktywna zabawa, polegająca na mierzeniu zwierzątek pojawiających się w polu widzenia ekranu.

⁵⁷ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.loretanki.pl/aniol/index.php>.

⁵⁸ Na stronie „Pluszaków Rozrabiaków” postać jeża zaprasza dzieci do zabawy: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: http://www.pluszakirozrabiaki.pl/pluszak_kolec.html. Dobrze rozbudowany dźwiękowy interfejs posiada także witryna czasopisma „Komputerowa Gratka”: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.kgratka.pl/>.

kacji, takich jak np. Windows Media Player⁵⁹. Innowacje graficzne mogą też dotyczyć sposobów wprowadzania tekstu, pojawiającego się w obrębie animowanych elementów graficznych lub też udostępnianego w konwencji imitującej książkę (PageFlip)⁶⁰. Użycie zaawansowanych technik graficznych niesie negatywne konsekwencje, związane z tempem odświeżania strony — niektóre witryny są z tego powodu zawodne i mogą skłonić młodego czytelnika do zaniechania dalszej eksploracji, a nawet resetowania komputera⁶¹. Większość analizowanych stron wykorzystuje redakcyjną pocztę jako element interakcji z odbiorcą, pojawiający się najczęściej w formie wbudowanego modułu⁶². Bardzo często jednak ukrywa się on pod tajemniczymi nazwami: „Zapytaj Hugo”, „Zapytaj Anioła” czy „Napisz do Misia”. Istotnym problemem pojawiającym się w edycji stron WWW jest kwestia umiejscowienia treści przeznaczonych dla osób dorosłych. Wydaje się zresztą, że wiele analizowanych projektów nie zdecydowało jednoznacznie o faktycznym adresacie witryny, stąd w ich strukturze infantylne obrazki sąsiadują z tekstami bez wątpienia kierowanymi do rodziców lub opiekunów. W takich przypadkach rozbudowane menu i drobna czcionka raczej odstręcają małe dziecko od dalszej eksploracji zasobów⁶³. Analizowane witryny, poza kilkoma wyjątkami, odznaczają się stosunkowo prostą strukturą. Na stronie głównej pojawiają się odwołania do kilkunastu podstron, przy czym zazwyczaj lista odwołań jest zgrupowana w kilku oddzielnych menu. Często wybranie danej opcji powoduje przeniesienie do obszaru graficznego o innym tle niż macierzysta strona główna.

Witryny dla nastolatków wymagają zdecydowanie bardziej złożonych zabiegów stylistycznych, przy czym ich twórcy nie zawsze potrafią ustalić granicę wiekową, od której następują radykalne zmiany w postrzeganiu świata przez młodych ludzi. W kontekście badań można zatem dyskutować, czy kolorowa witryna czasopisma „FunClub”⁶⁴ nie będzie dla odwiedzających ją nastolatek zbyt infantylna. Podobne „dziecinne” elementy występują na stronie „Włatcy Móch”⁶⁵, jej stylistykę wyznacza jednak parodystyczna kon-

⁵⁹ Na stronie „Cartoon Network Magazyn” obejrzeć można reklamowy spot TV: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.cnmagazyn.pl/tv.htm>.

⁶⁰ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: http://www.niedziela.pl/flash_gazeta/tecza.php, [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://czarodziejskakura.pl/>.

⁶¹ Dla przykładu strona czasopisma „Pluszaki Rozrabiaki” [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.pluszakirozrabiaki.pl>.

⁶² Wyjątkiem strona czasopisma „Ola i Jaś” odsyłająca do aplikacji zewnętrznej: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.olajas.pl/index.html>.

⁶³ Przykładem mogą być strony „Świerszczyka”: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.swierszczyk.pl/>, „Victora Juniora”: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://victor-junior.pl/index.php> oraz „Małego Gościa Niedzielnego”: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.maly.gosc Niedzielnego.pl/>.

⁶⁴ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.fun-club.pl/>.

⁶⁵ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://egmont.pl/wlatcymoch/>.

wencja. Dla kontrastu, formuła wirtualnej strefy czasopisma „Victor Junior” wydaje się zbyt poważna, nawet jeśli uwzględnimy edukacyjną specyfikę dwutygodnika. Młodzież szkolna preferuje strony proste i przejrzyste, chociaż nie infantylne. O atrakcyjności decyduje z jednej strony tematyka (szkoła, hobby, rozrywka, zakupy, niektóre zagadnienia zdrowotne, w tym związane z dojrzewaniem), z drugiej zaś strony odpowiednio rozbudowane możliwości interaktywne. Nastolatki lubią takie elementy, jak: quizy, ankiety, gry, głosowania online, e-kartki i inne gadżety możliwe do przesyłania drogą elektroniczną. Interesujące są dla nich także fora społecznościowe oraz wszystkie inne możliwości współtworzenia danej witryny⁶⁶. Okazuje się, że strony internetowe nie muszą koniecznie nawiązywać do stylu reprezentowanego przez macierzyste czasopisma. Przykładem jest portal dwutygodnika „Bravo” o stosunkowo skąpej szacie graficznej w porównaniu z wersją papierową⁶⁷. Grafika odgrywa znacznie mniejszą rolę niż w przypadku portali dziecięcych, jednak może być nośnikiem pewnych symbolicznych konotacji. Warto zauważyć, że w projekcie rozrywkowych witryn młodzieżowych (zwłaszcza przeznaczonych dla dziewcząt) niemal zawsze pojawia się kolor różowy. Ze względu na wymienione powyżej preferencje nastolatków, bardzo istotnym elementem strony jest wielotematyczne forum. Zdarzają się witryny oparte przede wszystkim na takiej właśnie społecznościowej interakcji⁶⁸. Poruszana tu tematyka oscyluje zazwyczaj wokół tradycyjnych problemów nastolatków. Atrakcyjnymi elementami takiej formy interakcji jest również towarzysząca im otoczka, możliwość wybrania własnego nicka, stworzenia awatara⁶⁹, a nawet prowadzenia własnego bloga⁷⁰. W tym względzie niektóre z czasopism wykorzystują siłę społecznościową Internetu, o czym świadczy olbrzymia liczba wpisów na dołączonych forach dyskusyjnych⁷¹. Struktura większości młodzieżowych portali jest zdecydowanie bardziej skomplikowana aniżeli ich odpowiedników przeznaczonych dla młodszych internautów. Wskazuje na to nie tylko liczba odwołań na stronie głównej, ale również bardziej rozbudowana mapa serwisu. Dla przykładu, na stronie „Bravo” dostępne są tysiące plików multimedialnych: filmów, grafik, mp3, zaopatrzonych w komentarze użytkowników. Istotnym elementem stron staje się zatem wyszukiwarka, a nawet cały system narzędzi wyszukiwających,

⁶⁶ Por. J. Nielsen, *Usability of Websites for Teenagers*, [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.useit.com/alertbox/teenagers.html>.

⁶⁷ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.bravo.pl/>.

⁶⁸ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.cogito.com.pl/>.

⁶⁹ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.bravo.pl/>.

⁷⁰ Tamże. Podobnym schematem odznacza się także strona czasopisma „Twist”: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://twist.pl/>.

⁷¹ Wg lokalnych statystyk na stronie www.bravo.pl istnieje ponad 150 000 indywidualnych blogów, podczas gdy na stronie www.cogito.com.pl dokonano prawie 200 000 pojedynczych wpisów w obrębie poruszanych wątków.

odwołujących się do pojedynczych podfolderów. Rozbudowane serwisy dla młodzieży posiadają często możliwość przejrzenia mapy strony, która stwarza alternatywny sposób nawigacji⁷².

Język stron internetowych

Występujący w analizowanych witrynach język charakteryzuje się wieloma specyficznymi cechami. W dużym stopniu wynikają one ze specyfiki interakcji z młodym odbiorcą. Podstawą koncepcji pisma dziecięcego jest ustalenie odpowiedniej formy adekwatnej dla psychicznej dojrzałości potencjalnego czytelnika⁷³. W tym kontekście należy z pewnością odróżnić język stosowany w komunikacji z odbiorcami w wieku przedszkolnym i z pierwszych klas szkoły podstawowej, od metod porozumiewania się z nastoletnią młodzieżą. Dziecięcy świat jest ewokowany za pomocą specyficznych epitetów, słów-kluczy (np. „podziemie” na określenie głębszych zasobów strony, to jest zagadek i łamigłówek dla małych czytelników⁷⁴), deminutiwów czy personifikacji („Napisz do Misia”, „Misiowe Wieści”⁷⁵). Bardzo często narrację prowadzi się w imieniu wyimaginowanego bohatera, który jest patronem strony, przy czym wypowiedzi takie mogą być przytaczane w trzeciej osobie, np. „Smerfy pomogą ci poznać świat przyrody”⁷⁶, ale częściej stosuje się bardziej „medialną” formę pierwszoosobową:

To nieprawda, że trolle kąpią się w rosole i że podwieczorek jedzą tylko we wtorek, a po kolacji myją nogi w ubikacji. Ten stek bzdur wymyślił zapewne ktoś mało zorientowany, ktoś, kto nie wiedział, że może spytać... mnie.⁷⁷

Niekiedy konwencja takiej opowieści stanowi jeden z głównych motywów kompozycyjnych przekazu⁷⁸. Użycie języka o specyficznym nacechowaniu paidialnym nie dotyczy sfery związanej z funkcjonowaniem samej strony WWW. Żargon komputerowy ma zawsze charakter swoistego metatekstu, stąd nawet na stronach adresowanych do młodszych dzieci funkcjonują takie pojęcia, jak np. gry demo. Witryny dla nastolatków znacznie częściej mody-

⁷² Por. S. Skórka, *Użytkownicy systemów hipertekstowych. Strategie poszukiwania informacji w edukacyjnym serwisie internetowym*, Kraków 2006.

⁷³ Por. J. Liżak, *Język czasopism dla dzieci. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów 1999, s. 174.

⁷⁴ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.supelek.com.pl/>.

⁷⁵ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.mis.edu.pl/>.

⁷⁶ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.smerfy-kolekcja.pl/magazine.html>.

⁷⁷ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://magazynhugo.pl/napisz.php>.

⁷⁸ Por. [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.supelek.com.pl/>.

fikują język pod kątem dostosowania go do slangu młodzieżowego. Już w samych hasłach, służących nawigacji w obrębie strony, spotkać można specyficzne wyrażenia typu: fajne strony, żenady⁷⁹, komp, muza⁸⁰, korki (korepetycje)⁸¹. Internet jest w tym sensie znacznie bardziej liberalny aniżeli papierowe wydania poszczególnych czasopism. Jednym z czynników wpływających na taką postać wypowiedzi sieciowych jest kontakt tekstu modyfikowanego, pisanego przez autora strony z autentycznymi wypowiedziami młodych internautów. Warto jednak zauważyć, że ostentacyjne wykorzystywanie gwary uczniowskiej nie zawsze spotyka się z pozytywnym przyjęciem. Niską ocenę popularności uzyskały np. niestroniące od wypowiedzi slangowych psycho-testy zawarte na stronie czasopisma „13 Magazyn Nastolatki”⁸². Za charakterystyczne dla sieciowego języka należy uznać liczne neologizmy. Stanowią one przejaw potencjalnej innowacyjności medium, które jakby z definicji jest kojarzone z językiem młodych ludzi. Bardzo częste są w tym kontekście obecne zapożyczenia z języka angielskiego, związane zarówno z informatycznym metatekstem (np. FAQ, RSS, tagi), jak też z zasobami treściowymi (Cooltura⁸³, Newsy, Life Style⁸⁴, itp.). Z pewnością witryny internetowe mogą być pomocne w nauce języków obcych, znamienne jednak, że tylko jedno tego typu czasopismo zdecydowało się na wirtualną wersję⁸⁵. Wyznacznikiem określonych cech wypowiedzi w sieci jest również specyfika medium elektronicznego, z zasady przeznaczonego jedynie do przeglądania, mniej przydatnego do długiej i uważnej lektury⁸⁶. Zbigniew Bauer pisze o Internecie w kontekście myślowej wtórności, zasoby sieciowe podlegają bowiem bezustannemu kopiowaniu, co w wymiarze językowym owocuje powstawaniem charakterystycznej kalki⁸⁷. Jest ona widoczna m.in. na portalach edukacyjnych i trudno ją uznać za jednoznacznie negatywne zjawisko, gdyż uczenie się polega często na przyswajaniu typowych schematów. Dla wypowiedzi internetowej charakterystyczne są zatem krótkie streszczenia, wzmianki, lidy, a często jedynie sugestywne hasła wyrażające dłuższe treści. Główna strona danej domeny zawiera zazwyczaj, oprócz listy nawigacyjnej, uszeregowane w postaci okien komunikaty, odsyłające do dłuższych treści

⁷⁹ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.fun-club.pl/>.

⁸⁰ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.ministranci.pl/index.php> (strona poznańskiego pisma katolickiego „KNC — Króluj Nam Chryste”).

⁸¹ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.cogito.com.pl/>.

⁸² Por. sondę dotyczącą poszczególnych rubryk portalu: [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.magazyn13.pl/sondy/art10.html>.

⁸³ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.ministranci.pl/index.php>.

⁸⁴ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.magazyn13.pl/>.

⁸⁵ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://www.vitaminde.pl/>.

⁸⁶ Por. zestawienie preferencji użytkowników sieci wg: J. Nielsena, *Usability of Websites for Teenagers*, [dokument elektroniczny], dz. cyt.

⁸⁷ Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów*, Kraków 2009, s. 215.

na podstronach. Obszerniejsze teksty dzielone są najczęściej na podrozdziały, powszechnie stosuje się różnicowanie kolorów i krojów czcionki, umieszczanie wypowiedzi w postaci punktów, wykorzystanie znaków ekspresji (pytajniki, wykrzykniki, a nawet charakterystyczne internetowe emotikony)⁸⁸. Niewątpliwie, istotą przekazu sieciowego jest szybkość związana z liczbą zamieszczonych informacji. Ich natłok nie zawsze wiąże się z odpowiednią jakością, stąd portale, oparte na swobodnej wymianie myśli, w dużym stopniu doświadczają zjawiska informacyjnego szumu⁸⁹. Język komunikatów internetowych przyjmuje postać konwencjonalną i kształtuje przekaz światopoglądowy⁹⁰. W przypadku portali czasopism hobbystycznych pozostaje w korelacji z tematyką strony, o czym świadczy częste używanie terminów fachowych.

Całokształt internetowej sceny czasopism dla dzieci i młodzieży charakteryzuje się dużą dynamiką zmian. Dotyczą one zarówno pojedynczych stron, jak też ich sieciowej egzystencji. Warto nadmienić, że w wirtualnej przestrzeni funkcjonują również witryny wydawnictw już nieistniejących na rynku. W wielu przypadkach globalna sieć wykazuje dużą dozę bezwładności. Dla przykładu, nadal wyświetlana jest strona miesięcznika „Radujmy Się”, powstałego w końcu lat 90. w archidiecezji łódzkiej. Witryna ta, poza adresem wydawniczym, zawiera łącza do elektronicznych numerów czasopisma pochodzących z lat 1997–98. Innym przypadkiem jest hobbystyczna strona poświęcona zlikwidowanemu w 1981 roku czasopismu komiksowemu „Relax”⁹¹. Oczywiście, istnienie tej drugiej nie jest powiązane z konkretną redakcją, stanowi raczej przejaw refleksji historycznej, ale pokazuje, że Internet może w wielu sytuacjach ożywić nieistniejące już pismo. Tempo aktualizacji poszczególnych stron bywa również zróżnicowane i jest z pewnością zależne od kondycji rynkowej danego tytułu⁹².

Polska scena internetowych stron czasopism dla dzieci i młodzieży ma, mimo wszystko, charakter stosunkowo jednostronny. Pozorna egalitarność nowego medium, przejawiająca się w natychmiastowym dostępie do konkretnych zasobów, nie przełamuje jednak hegemonii kilku najważniejszych podmiotów rynkowych. Wirtualną obecność zdominowali potentaci na rynku

⁸⁸ Por. np. [dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://victor.com.pl/>.

⁸⁹ Jak stwierdza Małgorzata Górska takie stanowisko nowych mediów prowadzi do rozchwiania stosunków czasowo-przestrzennych, utraty spójności kulturowego kontinuum i triumfu tymczasowości. Zmniejsza się także wiarygodność przekazu: M. Górska, *Książki, nowe media i ich czasoprzestrzeń*, Warszawa 2009, s. 127–130.

⁹⁰ Dowodzi tego Wojciech Kajtoch w tekście *Emocje i zmysły tekstowych bohaterów prasy młodzieżowej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2008, nr 1–2, s. 85–101.

⁹¹ [Dokument elektroniczny], tryb dostępu: <http://relax.nast.pl/1/relax.htm>.

⁹² W rubryce bieżący numer „Płomyczka” pojawia się numer 4–6 z 2009 roku: [dokument elektroniczny]; tryb dostępu: <http://www.plomyczek.amos.waw.pl/biezacynumer.html>; [data dostępu: 25 stycznia 2010].

wydawniczym (Egmont, Axel Springer, Bauer). Niestety, witryny te przede wszystkim popularyzują konsumpcyjny model światopoglądowy. Konkurencyjne czasopisma, dla przykładu o proveniencji katolickiej, traktują Internet raczej jako informacyjny kanał reklamowy. Jest dość znamienne, że przeważająca większość takich stron zrezygnowała z kontaktu z czytelnikiem na zasadzie wolnej wymiany myśli (forum, blogi, publikacja listów). Przekazywane tam tezy mają charakter statyczny i nie są w stanie wykorzystać potencjalnych możliwości nowego medium. Dominacja portali typu disneyowskiego: Egmontu, Bravo.pl czy Dziewczyna wynika bowiem z wykorzystania odpowiednich technik dialogu z małoletnim odbiorcą. Wersje internetowe czasopism stanowią kolejny etap rozwoju prasy dziecięcej i młodzieżowej. W tym sensie sieć WWW jest doskonałym narzędziem wypełniającym edukacyjne funkcje: kształtowania postaw i poglądów, pobudzania aktywności na różnych polach, zaspokajania potrzeb wychowawczych młodego człowieka⁹³. Przyszłość czasopism dziecięcych i młodzieżowych z pewnością zatem wiąże się z obecnością w globalnej sieci komputerowej. Rozwój tego segmentu medialnego stymulować powinno zwiększanie się interaktywności portali poruszających różne aspekty życia młodych ludzi oraz prezentujących alternatywne poglądy wychowawcze i światopoglądowe.

⁹³ Są to funkcje przyświecające czasopismom dla dzieci i młodzieży, niezależnie od czasu; I. Konopnicka, *Czasopisma dziecięce w kształceniu wczesnoszkolnym*, Opole 2006, s. 78.