

# Obsah

Úvod.....	9
Informace o autorovi .....	11
<b>1. Principy internetové publicistiky.....</b>	<b>13</b>
1.1 Na úvod .....	13
1.2 Rozpojení času .....	15
1.3 Konvergence formátů .....	16
1.4 Revoluce ve zpětné vazbě .....	20
1.5 Virtuální žánry .....	24
1.6 Kritéria úspěchu .....	26
1.7 Hlavní znaky internetové publicistiky .....	29
1.8 Závěr .....	31
<b>2. Vznik a vývoj publikování on-line .....</b>	<b>33</b>
2.1 Iluze o konci světa .....	33
2.2 Na počátku byli vojáci .....	34
2.3 Předchůdci a nástup webu .....	39
2.4 Počátky webové publicistiky .....	43
2.5 Tradiční média a web .....	45
2.6 On-line publicistika v Česku .....	49
2.7 On-line publicistka ve světě .....	53
2.8 Závěr .....	53
<b>3. Současná podoba internetové publicistiky .....</b>	<b>55</b>
3.1 Typologie současných elektronických médií .....	55
3.1.1 Úvod .....	55
3.1.2 Webová média z pohledu obsahu a publika .....	56

3.1.3	Webová média z pohledu periodicity .....	58
3.1.4	Webová média z pohledu komerčního zaměření a ekonomického postavení .....	61
3.1.5	Webová média z hlediska jejich vztahu k médiím tradičním .....	65
3.2	Web jako produkt a zprávy jako služba .....	69
3.3	Webová média a jejich vztahy s autory .....	70
3.3.1	Honorování autorů .....	72
3.4	Technická konstrukce on-line médií .....	73
3.4.1	Web z hlediska uživatele .....	73
3.5	Web z hlediska autora a technologa .....	75
3.6	Bezpečnost webových médií .....	76
3.7	Webová publicistika v kontextu ostatních médií.....	77
<b>4.</b>	<b>Publikační systémy a informační systémy on-line redakcí .....</b>	<b>79</b>
4.1	Statické a dynamické weby .....	81
4.2	Od prezentace k publikaci .....	83
4.2.1	On-line redakční systémy .....	85
4.3	Funkce moderního CMS .....	86
4.3.1	Dispozice .....	86
4.3.2	Základní vlastnosti redakčních systémů .....	88
4.4	Typy publikačních systémů.....	93
4.4.1	Publikační systémy podle tvůrce a obchodního modelu.....	93
4.4.2	Publikační systémy podle základní technologie .....	95
4.5	Uživatel v publikačním systému .....	97
4.6	Publikační systém jako centrum redakce .....	100
4.7	Vývoj .....	101
4.8	Závěr.....	102
<b>5.</b>	<b>Příprava textu pro web .....</b>	<b>105</b>
5.1	Proč text a proč pro web? .....	105
5.2	Volba žánru a stylu .....	106
5.2.1	Typy žánrů.....	106
5.2.2	Použití žánrů.....	110
5.2.3	Komunikační styly .....	111
5.3	Délka článku .....	113
5.3.1	Mezitulky a kapitoly .....	114

5.4	Volba titulku .....	118
5.5	Další textové komponenty článku .....	120
5.6	Typografická úprava článku .....	121
5.7	Aditivní text .....	125
5.8	Objektivita a vyváženost.....	126
5.9	Závěr.....	127
<b>6.</b>	<b>Životní cyklus článku v on-line médiu .....</b>	<b>129</b>
6.1	Proč cyklus? .....	129
6.2	Cykly a periodicitu u on-line médií .....	130
6.3	Byl jednou jeden článek aneb <i>Fiktivní CoverStory</i> .....	131
6.4	Fáze v publikaci – fáze publikace .....	134
6.5	Problematika mazání a změny vydaných článků .....	143
6.5.1	Stahování vydaných článků .....	144
6.5.2	Dílčí zásahy do vydaných článků .....	146
6.5.3	Zásadní změny vydaných komunikátů.....	147
6.6	Zvláštní úpravy .....	148
6.7	Proměny v čase .....	149
6.8	Závěr .....	150
<b>7.</b>	<b>Čtenář v prostředí on-line médií .....</b>	<b>151</b>
7.1	Úloha publika v mediální komunikaci .....	151
7.2	Kdo je čtenář webových novin? .....	152
7.3	Chování čtenáře .....	154
7.4	Nevěrní čtenáři .....	158
7.5	Vztahy s publikem .....	159
7.6	Problém komentářů .....	162
7.7	Čtenáři, autoři a blogosféra .....	164
7.8	Perspektivy .....	168
<b>8.</b>	<b>Inzerce v on-line médiích .....</b>	<b>171</b>
8.1	Proč inzerce? .....	171
8.2	Počátky komerce a hledání peněz .....	172
8.3	Internetová bublina .....	174
8.4	Reklamní formáty na současném webu .....	175
8.5	Cíle inzerentů .....	178
8.6	Obchodní modely reklamy na internetu .....	179
8.7	Prodejci reklamního prostoru .....	182
8.8	Zacílení a personalizace reklamy .....	184
8.9	Jiné zdroje příjmů .....	186

8.10	Reklamní alternativy .....	188
8.11	Závěr .....	190
<b>9.</b>	<b>Nová média a webové služby .....</b>	<b>191</b>
9.1	Web 2.0 .....	191
9.2	Sociální sítě .....	193
9.3	Instantní uživatelé .....	195
9.4	Webová média a odkazové služby .....	195
9.5	Média a mikrology .....	199
9.6	On-line média a blogy čtenářů .....	202
9.7	Média na Facebooku.....	205
9.7.1	Facebook jako publikační platforma .....	206
9.7.2	Facebook jako médium zpětné vazby .....	206
9.7.3	Facebook jako zdroj sebeprezentace .....	207
9.7.4	Agregace obsahu a udržení publika .....	208
9.8	Web 2.0 a sociální sítě v současném internetu .....	208
9.9	Závěr .....	210