
Razdvajanje novinarstva i medija (2)

01/03/2010

Autor: [David Nordfors](#) Pull Out Quote 3: Wikipedia griješi kada definiše novinare kao «formalno zaposlene od strane publikacija i emitera.» Šta je sa slobodnim novinarima, tzv. freelancerima?

Pull Out Quote 2: Internet i YouTube su zbunjujući koncepti kada pokušamo da definišemo novinarstvo u odnosu na medije. Zašto?

Tražimo novu definiciju novinarstva i novinara. Ona dosadašnja, vezana za tradicionalne medije, više nije upotrebljiva.

Pročitajte [prvi dio](#) teksta.

Cilj novinarstva je služenje javnosti. Puno se radi na uspostavljanju novinarskih principa. Ovi principi su možda najbolje popisani na [journalism.org](#) . Obuhvataju pojedine komplikovane koncepte, kao što su «istina» i «objektivnost», koje je teško precizno definisati. Ali, opšta poruka je tu: Ono što ne služi interesu čitaoca nije novinarstvo. Slažem se s tim.

Kako onda da znamo da li bloger služi publici ili sam sebi?

Lojalnost publici i «ekonomija pažnje»

Švedski botaničar Carl Linnaeus je pokazao da je dobra ideja kategorizirati biljke po vidljivim osobinama njihovih reproduktivnih mehanizama. Općenito govoreći, koncept treba da ima reproduktivni mehanizam da bi opstao. U bilo kojoj profesiji ili poslu, taj mehanizam uključuje poslovni model. Bez poslovnog modela koji pomaže opstanak i razvoj novinarstva, novinarstvo će prestati da postoji kao profesija. Pogledajmo osnovne principe novinarskog poslovnog modela.

Danas postoje tri poslovna principa novinarstva:

- prodaja sadržaja publici (npr. bilteni),
- prodaja pažnje publici (npr. publikacije zasnovane na oglasima), te
- sponzorisanje prenošenja informacija publici bez mijenjanja poruke u korist sponzora (npr. javni servis).

Sva tri poslovna modela ovise o jednoj stvari: lojalnoj pažnji publike. Da bi privukao lojalnu pažnju publike, novinar zauzvrat mora biti lojalan publici. To je razlika između novinarstva i PR-a. Odnosi s javnošću djeluju u ime izvora. Novinarstvo djeluje u korist publike. Ako novinarstvo izgubi pažnju publike, neće imati korisnike. Neće imati oglašivače. Neće imati sponzore.

Za blogere amatere, to nije tako važno. Oni će objavljivati šta žele, ne morajući nikome iskazati lojalnost.

Ali, ako počnu privlačiti puno pažnje, moraće odlučiti da li žele da imaju korist od toga. Ako odluče da grade ugled na pažnji koju privlače, uskoro će postati ovisni o njoj. Što njihov ugled više bude zavisio od lojalne pažnje publike, to će morati više da brinu o svojoj lojalnosti publici. Ovo se podjednako odnosi i na rok bendove i na blogere. Prvi pank rokeri se ne bi nikome ulizivali, pa ni publici. Što se tiče U2-a, publika je njihova glasačka baza.

Do sada je po definiciji novinar bio neko ko radi u ime organizacije sa novinarskim poslovnim modelom. Sve takve organizacije imaju poslovne modele koji upravljaju štampanjem novina ili emitovanjem, što zahtijeva znatan trud i različite novčane iznose.

Oxfordov riječnik na Interentu – askoxford.com – [definiše novinarstvo](#) kao «aktivnost ili profesiju novinara», a [novinara definiše](#) kao «osobu koja piše za novine ili časopise ili priprema vijesti ili priloge za emitovanje na radiju ili televiziji.»

Ova definicija je do sada bila pogodna. Ili ste novinar ili niste. Uslov je povezanost sa organizacijom koja kontroliše određeni medij.[quote-1]

S Internetom, to se više ne može primijeniti. Svako može objavljivati na Internetu. Ali, doći će do raspodjele pažnje. Neki ljudi će privući veliku pažnju. Drugi će imati pažnju jedino porodice i bliskih ličnih prijatelja. Novinarstvom će se baviti stranice koje proizvode vijesti i koje su razvile ovisnost o svojoj publici, što ih tjera da joj budu lojalni.

Prema tome, suština daljeg postojanja novinara je lojalnost publici i poslovni model kojim se ta lojalnost pospešuje. Ako to postoji, novinarstvo će napredovati kao profesija u «ekonomiji pažnje».

Veština pričanja priča, pažnja i lojalnost između novinarstva i publike, kao i poslovni model kojim to pospešuje. To je potrebno za definisanje novinarstva u modernom dobu.

Hajdemo, dakle, pogledati kako se novinarstvo definiše danas, u decembru 2008. godine. To pokazuje stanje svijesti o ovim pitanjima.

Savremene definicije novinarstva

Enciklopedija Britannica na <http://www.britannica.com> prati definiciju iz Oxfordskog riječnika i definiše novinarstvo kao «izvještavanje o vijestima za medije: profesiju prikupljanja, uređivanja i objavljivanja vijesti i tekstova za novine, časopise, televiziju ili radio.»

Ironično je što se Internet ne pominje u definicijama novinarstva na askoxford.com i Britannica.com. U nedavnom izvještaju Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD) sugerise se da je krajnje vrijeme da oni urade nešto po tom pitanju. U 2007. godini, 58% domaćinstava u zemljama članicama OECD-a je imalo pristup Internetu. Na vrhu je bila Koreja, sa 94%. Slijede zemlje koje nisu članice OECD-a, od kojih su neke, kao što su Singapur i Izrael, dosta iznad OECD-ovog prosjeka. 18% svih korisnika Interneta u zemljama OECD-a su 2007. godine napravili Web stranice.

[quote-2] Posljedice na medijsku industriju će nastaviti da rastu. Japan je u martu 2007. imao čak 35 miliona ljudi koji čitaju blogove, što je dvaput više nego dvije godine ranije. Na Internet reklamiranje je odlazilo 7% globalne potrošnje za reklamiranje, povećavajući se brže nego na bilo kom drugom mediju. Ovo je veoma važan indikator jer se u tradicionalnom poslovnom modelu novinarstva novac zarađuje prodajom oglasa.

Moguće je da se Oxfordski riječnik i Britannica suočavaju sa određenom dilemom. Rečenica «Joe je važan čovjek, bio je na televiziji» ljude uvjerava da je Joe važan, mada je važnost opala s pojavom više kablovskih kanala nego što ih je moguće izbrojati. Rečenica «Joe je važan čovjek, bio je na YouTubeu» uopšte nije toliko ubjedljiva. Ali, kada je Barack Obama prenosio svoje govore na YouTubeu, to se smatralo veoma važnim. Lekcija: Nije bitan medij, već simboli kolektivne pažnje i ugleda. Što medij bude dijelio sve veći broj veoma različitih brendova, to će medij značiti manje, a brendovi će morati da znače više.

Čini se da su Internet i YouTube zbunjujući koncepti za one koji pokušavaju da definišu novinarstvo u odnosu na medije. Zašto?

Svi tradicionalni mediji, kao što su novine, TV i radio, imaju infrastrukturu u kojoj se jedna strana obraća mnogima. Zbog toga u glavama ljudi infrastruktura predstavlja izdavače/emitere.

Tradicionalni mediji su zasnovani na određenim čvrstim tehnologijama, štamparijama ili radio emiterima i prijemnicima. To ograničava informacije koje oni isporučuju. Novine ne mogu isporučiti informacije, video ili zvuk u realnom vremenu. Radio i TV su veoma linearni – oni isporučuju samo jedan po jedan trenutak na svakom kanalu, čime ograničavaju opšti pregled. Zbog toga ljudi povezuju različite medije sa različitim načinima iznošenja priča: Novine su dobre za analizu, dubinu i širinu. TV je dobra za vizuelno predstavljanje, emocije i najnovije vijesti. Različiti mediji su imali (imaju?) različite osobine. [quote-3]

Internet nije tradicionalni medij. Internet ne zaključava informacije unutar sebe. Suština Interneta, TCP/IP, samo je protokol za slanje informacija preko povezanih digitalnih mreža koje govore različite jezike i koriste različite tehnologije. Ako ništa drugo, time se olabavljaju veze između sadržaja i nosača. Vizija je da se svaka mašina može povezati, svaki sadržaj prenijeti. Nije bitno da li je sadržaj tekst, zvuk ili slika. Nije bitno da li su informacije stare ili nove. Ne postoje određene vrste sadržaja ili emocija koje su postale karakteristične za Internet. Sve predstavlja pakovanje bitova. Komunikacija ne mora da ide od jednog izvora ka mnogim drugima. Može ići od jednog ka drugom izvoru, od mnogih ka jednom, od jednog ka mnogim i od mnogih ka mnogima. Ne postoji očigledna veza između nje i izdavača/emitera. Medij više ne kontrolišu «mediji».

[Definicija u Wikipediji](#) je nešto manje problematična u ovom smislu: «Novinarstvo je profesija pisanja ili komuniciranja, koju formalno zapošljavaju publikacije ili emiteri, u korist određene zajednice ljudi.»

Čvrste tehnologije masovnih komunikacija su premještene iza scene. «Novine, radio i TV» nisu imenovani. Internet se može uklopiti u ovu definiciju, što Wikipediju stavlja iznad Oxfordskog riječnika i Britannice.

Ali, umjesto toga, Wikipedia upada u drugi problem. Wikipedia definiše novinarstvo kao profesiju, kao rad u korist publike. Korist publike je OK. U skladu je sa [drugim principom novinarstva](#) „Odbora zabrinutih novinara“ (Committee of Concerned Journalists): «Njegova prva lojalnost je prema građanima.» Stvarni život je često ciničniji od toga, ali jasno je da je lojalnost uslov novinarstva.

Čin umjesto profesije, suština umjesto okolnosti

Kada Wikipedia oslobodi definiciju novinarstva od infrastrukture za isporuku, kao što su novine ili TV, odustaje od snažnog argumenta: novinarstvo je profesija. Možda Wikipedia to nadoknađuje tako što kaže da novinari moraju biti formalno zaposleni od strane publikacije ili emitera. Ta definicija spašava novinarstvo kao posao, ali slabi definiciju kao takvu.

Da li je novinarstvo uvijek profesija? [Dan Gillmor](#) tvrdi već nekoliko godina da novinarstvo postaje čin (način djelovanja, prim. prev) umjesto profesije. Dan nudi argument građanskog novinarstva, gdje publika može biti novinar. Mada nema sumnje da publika ima većeg učešća u novinarstvu, pravo građansko novinarstvo tek treba da se proširi. Bez obzira na ishod, Dan daje čvrst argument protiv tradicionalne novinarske profesije. Sada treba dobro razmisliti prije nego što se riječ «profesija» upotrijebi kao dio definicije novinarstva.

U svakom slučaju, Wikipedia jednostavno griješi kada definiše novinare kao «formalno zaposlene od strane publikacija i emitera.» Šta je sa slobodnim novinarima, tzv. freelancerima?

Definicije novinarstva iz Oxforda, Britannice i Wikipedije se oslanjaju na okolnosti koje okružuju novinarstvo, umjesto da prenesu njegovu suštinu. Suština novinarstva nisu «štamparije», niti «oprema za emitiranje». Suština novinarstva nije ni «zaposlenje». To su okolnosti novinarstva. Inovacije ubrzano mijenjaju okolnosti. Ljudi su sve više zbunjeni. Osjećaju šta je novinarstvo, jer znaju šta novinarstvo radi za njih. Ali, nemaju riječi za to. Izazov leži u tome da se pronađe definicija novinarstva koja prenosi suštinu, ali i koja će preživjeti okolnosti koje se mijenjaju.

Wikipedia prenosi dio suštine u dijelu definicije o «komunikaciji u korist zajednice.» Ali, to nije dovoljno za definisanje novinarstva. I nastavnici, lobisti i PR stručnjaci mogu komunicirati u korist zajednice, ali oni nisu novinari. Wikipedia ih isključuje dodajući «koje zapošljavaju publikacije i emiteri». Ovo djeluje kao [cirkularna definicija](#) (definicija koja pretpostavlja prethodno razumijevanje termina koji se definiše). To je isto kao da se kaže, «novinarstvo je kada novinari komuniciraju u korist zajednice.»

Dobra definicija novinarstva ga čini mogućim kao profesiju, ali ga ne definiše kao takvu. I ja mislim da je moguće dati definiciju novinarstva koja ga ne veže uz medij preko kojeg se prenosi. Dobra definicija definiše novinarstvo prema njegovoj suštini, a ne prema njegovim okolnostima.

Na kraju, pogledajmo standardnu američku referencu. Merriam-Webster Online igra na sigurno sa mnogo definicija.

Novinarstvo se definiše kao:

1 a: Prikupljanje i uređivanje vijesti za objavljivanje putem medija

b: javna štampa

c: akademski studij vezan uz prikupljanje i uređivanje vijesti ili upravljanje informativnim medijem

2 a: pisanje namijenjeno objavljivanju u novini ili časopisu

-
- b:** pisanje koje karakteriše direktno iznošenje činjenica ili opis događaja bez pokušaja tumačenja
 - c:** pisanje čiji je cilj odazivanje trenutnom popularnom ukusu ili javnom interesu

Vijest (vijesti) se definiše kao:

- 1 a:** izvještaj o nedavnim događajima
- b:** prethodno nepoznate informacije
- c:** nešto što ima konkretan uticaj ili posljedicu

2 a: materijal koji je objavljen u novinama, informativnoj periodičnoj publikaciji ili informativnoj emisiji

b: nešto što zavređuje da bude objavljeno

3: informativna emisija (radio ili televizijsko emitovanje vijesti)

Webster se snalazi prilično dobro i jedino mu je potrebno malo pročišćavanja. Novinarstvo **2b** i naročito **2c** će vrijediti i u budućnosti, kao što bi moglo i **1c**. Definicija vijesti je dobra pod **1a**, **1b** i **2b**.

Ali, ostatak nakon nekog vremena možda više neće služiti svojoj svrsi.

Prevela: Kanita Halilović

Originalni tekst ['Separating journalism and the media'](#) dostupan je na web stranici European Journalism Centre-a.

Tekst je preuzet i objavljen na MC Online uz odobrenje web sajta European Journalism Centre. Svako dalje korištenje i distribucija ovog teksta podliježe uvjetima korištenja koji su u cjelosti dostupni na web sajtu www.ejc.nl.

Prijevod i objavljivanje ovog teksta na MC Online omogućeni su zahvaljujući projektu Veza za zajednički angažman (VEZZA), koji podržava Švicarski ured za razvoj i saradnju (SDC). Više informacija o projektu VEZZA možete dobiti [ovdje](#) .

Pull Out Quote 1: Da li je novinarstvo uvijek profesija kada publika može biti u ulozi novinara?

