

Sadržaj

Događaji - izvještaji

Saopćenja za javnost

Vijesti o medijima

Konkursi

Linija za pomoć novinarima

Plan aktivnosti za naredni mjesec

Medijska scena: online mediji

Online platforme i novinarska profesija: mnogo dilema i nekoliko sugestija kako preživjeti inovacije

Piše: Doc.dr. Lejla Turčilo

Novinarstvo – od propovijedi do konverzacije

Piše: Doc. dr. Enes Osmančević

Intervju: Slobodanka Dekić
“Trčimo maraton, a ne sprint”

Kako izgraditi data tim za malu redakciju

Piše: Mirko Lorenz

10 stvari koje svaki novinar treba znati u 2013.

Uvodnik

Nove tehnologije i trendovi i dalje zaobilaze bh. novinarstvo iz jednostavnog razloga-nedostatak novca ali i volje da se prihvate novine. Pojmovi poput: data novinarstvo, vizuelno i multimedijalno novinarstvo, za sada su uglavnom zastupljeni na radionicama i seminarima medijskih organizacija. Međutim, naštimanje na svjetske tokove je neminovno i iako sporo, ipak se dešava. Dizajnera i programera i dalje nema u redakcijama ali je sve više online medija, komunikacija sa građanima je sve aktivnija, web je počeo odavno da dominira.

Veliki problem je što online mediji uglavnom ne prate, zaboravljaju i ne poštuju profesionalne standarde. Većina bh. news portala nemaju niti impresume, ne znamo ko stoji iza njih, agencijske vijesti dominiraju, copy-paste je pravilo, a komentari čitalaca puni mržnje su poželjni jer donose klikove bitne za marketing.

Međutim, sve veći broj online medija u BiH s vremenom će sigurno stvoriti i kvalitet. Osnivači news portala ne bi trebali da zaborave da i čitaoci tih portala ipak imaju nekakav ukus i standarde i da neće trošiti vrijeme na promašenim online medijima. U online medijskoj utrci mnogi shvataju da nije dovoljno samo zakupiti domenu i kopirati vijesti.

Isto tako, ni u štampanim i elektronskim medijima nije dovoljno samo mijenjati stvari i prilagođavati se u zadnjem trenutku. Teoretičari već odavno upozoravaju da „klasični mediji“ (štampa, radio i televizija), nemaju nikakve šanse opstati u interaktivnom, digitalnom, online okruženju ukoliko mu se ne prilagode. Mediji, odnosno njihovi vlasnici, ako ne prihvate novine na vrijeme, upuštaju se u veliki rizik.

Skroman doprinos u upoznavanju sa promjenama i novim trendovima u novinarstvu dajemo u novom broju E-novinar. O online medijima pišu profesori Enes Osmančević i Lejla Turčilo, u intervjuu razgovaramo sa Slobodankom Dekić, koordinatoricom medijskih edukativnih programa Media centra, dok tajne data novinarstva otkriva Mirko Lorenz, novinar i trener za data novinarstvo koji u organizaciji Media centra održao predavanja i u BiH. Na kraju pročitajte i preporuke za novinare u 2013. godini objavljene na web portalu journalism.co.uk.

Adis Šušnjar, Udruženje/udruga BH Novinari

Događaji - izvještaji

22.03.2013.

Održana rasprava o pluralizmu medija i transparentnosti medijskog vlasništva

Pluralizam, raznovrsnost medija i transparentnost medijskog vlasništva u demokratskim društvima“ tema je debate koja je održana u Sarajevu 22.marta u organizaciji Udruženja „BH novinari“. Predstavnici medijskih organizacija, bh. parlamentarci i pojedini vlasnici medija, složili su se da je pitanje vlasništva nad medijima od velike važnosti za opšti interes i da je neophodno zakonski urediti ovu oblast.

Vidi cijeli članak

Medijska scena: online mediji

Online platforme i novinarska profesija: mnogo dilema i nekoliko sugestija kako preživjeti inovacije

Piše: Doc.dr. Lejla Turčilo

21. stoljeće je u medijsku sferu unijelo značajne transformacije kako u tehničkom načinu funkcionisanja medija, tako i u organizacijskom smislu, ali i u profesionalnim standardima. Nekoliko je promjena koje su online platforme, na kojima se ‘rađaju’ novi mediji (web portali, blogovi i sl.) i na koje se ‘selé’ i klasični mediji (koji i sami pokreću svoje web siteove) donijele u informacijsko-komunikacijsku djelatnost.

Online mediji su dostupni svima, pa je jedini uvjet za stupanje u komunikaciju i prijenos informacija interes korisnika da te informacije dijele (to praktično znači da doslovno svako može barem pokušati biti novinar, što otvara dvije ključne dileme: prvo, ako svako može biti novinar da li su nam i zbog čega uopće više potrebni novinari i, drugo, ako

Događaji - izvještaji

15.03.2013.

U Banja Luci održan trening o jeziku mržnje

Govor mržnje u bh. medijima nije nestao, nego je evoluirao i čita se između redova, složili su se učesnici treninga za novinare „Jezik mržnje u javnom prostoru – odgovornost novinara i urednika u njegovom smanjenju i prevenciji kroz medijske sadržaje“ održanog u Banja Luci.

Vidi cijeli članak

05.03.2013.

U Sarajevu predstavljen izvještaj o monitoringu medija sa fokusom na govor mržnje

Izvještaj „Monitoring medija august- decembar 2012. godine – Jezik mržnje sa fokusom na predizbornu kampanju“ predstavljen je u Sarajevu 5. marta na pres konferenciji koju je organizovalo Udruženje/udruga BH novinari. Grupa monitora iz BiH analizirala je ukupno 30 medija, elektronskih, printanih i online, a analizirani materijal je uključivao 46.811 medijskih sadržaja. Izvještaj je pokazao da je govor mržnje u medijima još uvijek prisutan i da je izražen uglavnom kroz medijske istupe političara, kroz komentare na portalima i internetskim forumima, ali ga ponekad generiraju i podržavaju sami mediji.

Vidi cijeli članak

Saopćenja za javnost

25.03.2013.

Upravni odbor BH novinara predložio listu kandidata za ad hoc komisiju za provođenje postupka imenovanja Vijeća RAK-a

Nakon konsultacija sa više nevladinih organizacija, Upravni odbor Udruženja/udruga BH novinari prosljedio je 25.marta Ministarstvu prometa i komunikacija BiH, Generalnom sekretarijatu Vijeća Ministara BiH i Komisiji za promet i komunikacije Predstavničkog doma Parlamentarne skupštine BiH prijedlog četiri kandidata iz nevladinog sektora za ad hoc komisiju za provođenje postupka imenovanja Vijeća RAK-a. Predloženi su: Marko Antonio Brkić, direktor Međureligijskog instituta iz Čitluka, Dragana Dardić, izvršna direktorica Helsinškog parlamenta građana Banjaluka, Boro Kontić, direktor Fondacije Media centar i Lejla Turčilo, profesorica Fakulteta političkih nauka UNSA. Prilikom definiranja liste kandidata vodilo se računa o obrazovnim kriterijima, stručnim ekspertizama i profesionalnim iskustvima u oblasti medija i komunikacija, javnom i društvenom aktivizmu u zaštiti ljudskih prava i slobode medija, kao i ličnom profesionalnom dignitetu u javnosti i među kolegama. Predstavnički dom PSBiH o imenovanju članova ad hoc komisije izjasniće se na sjednici 28. marta.

su komunikatori vijesti i informacija ne-novinari da li od njih imamo pravo očekivati da uopće poznaju, ali i poštuju standarde profesije, odnosno profesionalnu deontologiju);

Online mediji su interaktivni (to praktično znači da je vijest 21. stoljeća „konverzacija, a ne predavanje“, kako to definira Jay Rosen, što otvara još dvije dileme: prvo, da li to znači obavezu novinara da nakon što na web portalu objavi neku informaciju nastavi komunikaciju sa onima koji tu informaciju komentiraju, te drugo, ako je vijest konverzacija, da li je novinar odgovoran ne samo za ono što on u toj konverzaciji objavi ili i za sve komentare drugih korisnika.

U online medijima brzina prijenosa informacije postala njena ključna kvaliteta (to praktično znači da novinari rade pod još većim pritiskom rokova, koji nesumnjivo utječe na kvalitet prenesenih informacija, što otvara dilemu da li je u uvjetima u kojima se vrijeme od nekog događaja do prijenosa/objavlivanja informacije o njemu svodi na nulu uopće moguće primjenjivati profesionalne standarde koji nalažu provjeravanje informacija, konsultovanje više izvora, profesionalno oblikovanje poruke itd.; koncept po kojem je novinarstvo ranije funkcionisalo: „provjeri, pa objavi“ zamijenjen je konceptom: „objavi, pa provjeravaj“ (jer ako mi ne objavimo vijest sad i odmah, učinit će to konkurencija) i to je zapravo suštinska promjena koju je u novinarstvo unijela nova tehnologija);

Online mediji nameću koncept kratkih, upečatljivih informacija (to praktično znači da se 5W svodi na 140 karaktera, koliko je moguće objaviti na društvenoj mreži Twitter, što otvara dilemu da li je u tih 140 karaktera uopće moguće odgovoriti na tih 5W, a da ne govorimo o mogućnosti edukativne, orijentacijske ili interpretativne uloge takvih medija) i multimedijalnih poruka (to praktično znači da novinar 21. stoljeća, u pogledu forme, sve više postaje „sam svoj majstor“, odnosno sve više je prinuđen na multitasking i rad na nekoliko medija istovremeno, jer prve upečatljive headlinese o nekom događaju kojem svjedoči prenosi odmah s lica mjesta na web portal, potom priprema priču za „klasični“ medij (štampano, radijsko ili TV izdanje), a onda na web portal prenosi i tu priču iz klasičnog medija, uz eventualne dopune i dodatna pojašnjenja u vidu hiperlinkova; to otvara dilemu radno-pravnih uvjeta za novinare koji obično za ovaj multitasking, odnosno rad na više medija koji svaki zasebno vlasniku donose profit dobije – samo jednu plaću).

Nikola Linta smatra kako „klasični mediji“ (štampa, radio i televizija), zapravo nemaju nikakve šanse opstati u interaktivnom, digitalnom, online okruženju ukoliko mu se ne prilagode, naglašavajući kako se oni mediji koji ne budu spremni na prilagodbe mogu smatrati „pressosaurusima“ koji će izumrijeti prije ili kasnije. Mediji, kao savremene institucije, odnosno njihovi vlasnici vrlo brzo su shvatili ovu pouku, pa se većina njih po formi prilagođava online digitalnom okruženju. Publika se (nažalost ili nasreću), zapravo, prva



Saopćenja za javnost

21.03.2013.

Zabrinutost zbog izbora kandidata za ad hoc komisiju za provođenje postupka imenovanja Vijeća RAK-a

Upravni odbor Udruženja/udruge BH novinari uputio je pismo Vijeću ministara BiH, Ministarstvu prometa i komunikacija BiH te Komisiji za promet i komunikacije u kojem izražava zabrinutost zbog namjere Ministarstva prometa i komunikacija BiH da u ad hoc komisiju za provođenje postupka izbora kandidata za članove Vijeća Regulatorne agencije za komunikacije imenuje osobe suprotno odredbama Zakona o komunikacijama.

Vidi cijeli članak

24.02.2013.

Javni protest gradonačelniku Trebinja Slavku Vučureviću zbog neprimjerene komunikacije sa novinarima

Udruženje/udruga BH novinari i Linija za pomoć novinarima upućuju javni protest gradonačelniku Trebinja Slavku Vučureviću zbog neprimjerene komunikacije sa novinarima i bahatog ponašanja prema medijima na konferenciji za novinare održanoj u tom gradu.

Vidi cijeli članak

Vijesti o medijima

19.03.2013.

Hrvatska: Nakon govora mržnje, otkazi u javnom servisu

Dio ekipe Dnevnika 3 Hrvatske radiotelevizije (HRT), među kojima i Denis Latin, smijenjen je poslije neprimjerenih izjava poslanice desničarske Hrvatske stranke prava (HSP) Ruže Tomašić zbog kojih je premijer Zoran Milanović oštro napao Javni servis. Prema nezvaničnim informacijama, čelnici HRT-a već dugo nisu zadovoljni Dnevnikom 3. Premijer Hrvatske Zoran Milanović obrušio se na javni servis, posebno zbog gostovanja Ruže Tomašić u Dnevniku 3 u kojem je, kako je rekao, širila šovinizam i govor mržnje. On je posebno kritikovao njene izjave u kojima je optužila predsjednika Samostalne demokratske srpske stranke Vojislava Stanimirovića da je četnik i da je lično slao ljude na Ovcaru.

Preuzeto sa www.vijesti.me.

07.03.2013.

Dunja Mijatović provest će i naredne tri godine kao Predstavnicu OSCE-a za slobodu medija

Jednoglasnom odlukom 7.3.2013. godine 57 zemalja članica OSCE-a, Dunja Mijatović je ponovo izabrana na poziciju Predstavnice OSCE-a za slobodu medija. Prije no što je izabrana za prvi mandat u martu 2010. godine, Mijatović je obavljala funkciju pomoćnika direktora za emitovanje Regulatorne agencije za komunikacije (RAK). Predstavnik OSCE-a za slobodu medija obavlja ključni posao pri pomoći državama članicama u provedbi načela OSCE-a i obaveza koje se odnose na slobodu izražavanja i slobode medija.

Izvor: OSCE.

prilagodila: danas ljudi u svijetu provedu mjesečno više od 700 milijardi minuta na društvenoj mreži Facebook, a neka istraživanja pokazuju da u SAD više ljudi prima informacije putem interneta nego putem svih drugih medija zajedno. Šta, međutim, u takvom okruženju i pod pritiskom vlasnika i publike da se prilagode, mogu za očuvanje digniteta i standarda novinarstva učiniti novinari-profesionalci?

Nekoliko korisnih sugestija nalazimo u savremenoj literaturi:

Upotreba novih digitalnih tehnologija je neizbježna; dakle, što se prije prilagodimo to su nam veće šanse da ostvarimo ili zadržimo utjecaj na publiku. Bez obzira na činjenicu što publika na društvenim mrežama od svojih „prijatelja“ dobiva informacije o 4W (ko, šta, gdje, kada), ona još uvijek od novinara-profesionalaca očekuje odgovor na pitanje: kako ili zašto se nešto dogodilo i upravo u toj interpretativnoj funkciji leži budućnost profesionalnog novinarstva zapljusnutog plimom ne-novinarskih „proizvoda“ koje u online platformama kreiraju „obični“ korisnici.

Korisnici online medija suočavaju se sa fenomenom takozvanog „information overloada“ ili prezasićenja stalnim i neprekidnim (do)tokom informacija i stoga se unatoč beskonačnim mogućnostima konsultovanja neograničenog broja izvora (i medija) ipak opredjeljuju za određenu „informacijsku čahuru“, odnosno skupinu medija i novinara u online sferi čije portale posjećuju svakodnevno; profesionalizam i vjerodostojnost ostaju, suštinski, glavni kriterij procjene koji će od ponuđenih medija i novinara ostati na listi „favorites“.

I, naposljetku, kako sugerira Richard Craig, iako online publiku čine „ljudi kojima je teško udovoljiti“, njihovi zahtjevi za online sadržajima nisu kvalitativno nimalo drugačiji od onih offline.

Zapravo, čini se najsmislenijom uputa Kovacha i Rozensteina: Novinar budućnosti ima zadatak da publici pomogne da od mnoštva dostupnih informacija napravi red i dobije (sa)znanje. Profesionalna deontologija, odnosno suština novinarstva, u ovom kontekstu nije se ni malo promjenila. Forma jeste. Ali, formi se ionako lakše prilagoditi. Net-novinari budućnosti, za nadati se, nastavit će se držati Kvintilijanove: „Dobar novinar, prije svega, mora biti dobar čovjek“, bez obzira na to da li „za svjedoka poziva mastionicu i pero“ (kako bi rekao Selimović) ili, pak, laptop, tablet ili neki drugi gadget.



Novinarstvo – od propovijedi do konverzacije

Piše: Doc. dr. Enes Osmančević

„Na Mreži je svaka osoba potencijalna TV stanica, bez dozvole za emitiranje“ zapisao je Nickolas Negroponte u svojoj knjizi - Biti digitalan (Being Digital) 1995. godine. Ova rečenica najbolja je ilustracija promjena koje su se desile u novinarstvu od pojave interneta, a posebno njegovog najvećeg i najbrže rastućeg dijela – world wide web-a, zasnovanog na nelinearnom, hypertextualnom modelu povezivanja i dopunjavanja informacija.

World Wide Web nije samo hipermedij, on je i metamedij. Osim što je najveći resurs informacija sa mogućnošću traganja, povezivanja, usporedbe, provjeravanja i dopunjavanja, web pruža mogućnost novog – kreativnog konzumiranja informacija. Web informiranje kao novi način publiciranja i konzumiranja informacija uvjetovan je civilizacijskom potrebom za efikasnijim, demokratičnijim načinom primanja i davanja informacija, a omogućen internet tehnologijom, preciznije web-om. Web je uveo pojedince u višu sferu slobode izbora medijskih sadržaja, ali i interaktivnog komunikacijskog odnosa sa jednakim mogućnostima primanja i plasiranja informacija.

Online spram tradicionalnog novinarstva

Štampa je tokom svojeg razvoja odigrala nekoliko važnih uloga u lokalnim i nacionalnim društvenim zajednicama. Najprije, dovela je do standardizacije jezika i pisma i time omogućila bolje sporazumijevanje i čvršće zajedništvo. S tim u vezi je i uspostava država-nacija, odnosno jezičnih zajednica. Društva kulture pisma su prostorno usmjerena. Štampa je stizala do rubova nacionalnih država i istovremeno bivala ujedinitelj i graničar. Zato se kaže da je štampa proizvela i nacionalizam i demokraciju. Efekti i ostalih tradicionalnih medija u znaku su kontradikcija: Radio je proizveo osjećaj povezanosti jedinke sa mnoštvom, sa čovječanstvom, dozvolio da maštamo i tako pomiješao stvarnost i fikciju. Televizija je stvorila spektakl, prikazala borbu za demokraciju, ali i strahote rata, potaknula naš interes za tu vrstu informacija, ali i otupila našu sposobnost empatije. Tradicionalni mediji su, u svakom slučaju, više ili manje modificirali stvarnost, preoblikovali naše sposobnosti percepcije, prilagodili ih nakinama ideologije koja stoji iza njih, interesa elita ili financijskog profita.

U odnosu na tradicionalno, online novinarstvo karakteriziraju mnoge prednosti. Web pruža slobodu izbora u odabiru online medija, web portala i stranica, sadržaja i načina interpretacije, institucionalne i pojedinačne interpretacije, hyperlink-ovskog povezivanja i traganja za informacijama, grupiranja sličnih informacija, pretraživanja po različitim kategorijama i arhivama informacija. Web je postao novi javni prostor komunikacije u koji se ulazi lako, bez prepreka, u kome se ne mora čekati, niti ikoga znati da bi se stupilo u komunikaciju. Otvorenost u smislu selektiranja tema, događaja, sfera interesiranja, pristupa, tumačenja, autora, ali i otvorenosti prema publici, znatno je veća u online nego u tradicionalnom novinarstvu. Dok su tradicionalni mediji prostorno definirani (doseg i opseg frekvencija, mreže distribucije) i uglavnom svodeni na nacionalnu razinu (koja sa pojavom globalizacije gubi na značaju), online mediji egzistiraju u cyberspace-u, odnosno globalno su usmjereni (njihova publika potencijalno mogu biti svi korisnici web-a).

Decentralizirana struktura web-a pretpostavka je njegove interaktivnosti i demokratičnosti.

Definiše ga i mnogostrukost pristupa, tema, autora i načina pisanja, te dostupnost izvora informacija: web, kao najveći resurs informacija nudi više mogućnosti za pristup različitim izvorima informacija – ljudima, bazama podataka, novinskim arhivama. Ovaj fenomen poznat je kao AAA paradigma informacijskog društva, a znači dostupnost bilo čega, bilo kada i bilo gdje (Anything, Anytime, Anywhere). Za Francisa Ballea, to je «...krajnji domet, omega princip komunikacijskog društva».

Web sadržava milione stranica, blogova, dokumenata, priča, linkova, informacija, koje se iz sekunda u sekund nadopunjavaju novim. Osim mnoštva informacijskih izvora na web-u, njih karakterizira i šarolikost. Većina informacija publikovanih na web-u sadrže jasno naznačene izvore sa upisanim hyperlink-om, na koji se jednostavnim klikom može posjetiti izvorni web site ili portal i provjeriti autentičnost informacije.

Online mediji svoje sadržaje čine dostupnim publici u znatno kraćem vremenu nego tradicionalni mediji. Uzrok tome je digitalizacija koja

Plan aktivnosti za naredni mjesec:

- **Mart: Edukativni treninzi o govoru mržnje** i odgovornosti novinara - Tuzla, Brčko, Mostar.

Konkursi

Novinarstvo u digitalnom svijetu, naziv je desetomjesečnog stipendijskog programa kojeg organizuje Međunarodna akademija za novinarstvo Intaljour, a na koji se do 3. maja 2013. mogu prijaviti novinari sa profesionalnim iskustvom i dobrim poznavanjem engleskog jezika. Program će biti realizovan u pet cjelina: tri seta predavanja koja će biti održana u Hamburgu, Kelnu i Berlinu i dvije faze on-line kurseva.

Opširnije

Raspisan je konkurs za dodjelu Kurt Schork nagrada za međunarodno novinarstvo. Novinari koji se bave izvještavanjem iz država u razvoju i oni koji pišu o događajima u svojoj zemlji, te freelance novinari koji izvještavaju sa kriznih područja širom svijeta mogu se prijaviti na konkurs do 31. maja. 2013. godine.

Opširnije

Novinari koji se bave izvještavanjem iz oblasti energetike i životne sredine mogu prijaviti svoje radove koji su objavljeni u periodu od 1. marta 2012. do 28. februara 2013. godine za nagradu Fondacije Global Energy. Krajnji rok za podnošenje prijave i kratkog rezimea teksta na engleskom jeziku je 1. april 2013. godine.

Opširnije

Konkurs za međunarodnu nagradu za fotografiju otvoren je do 31. maja 2013. godine. Fotografije mogu prijaviti studenti fotografije, fotografi amateri i profesionalci.

Opširnije

Agencija "One media" raspisala konkurs za radno mjesto novinara koji aktivno govori njemački jezik.

Opširnije

je pojednostavila obradu i publiciranje teksta, zvuka, slike, žive slike i ubrzala vrijeme obrade informacija. Umjesto ranije konzumentske uloge čitatelja, gledatelja, slušatelja



tradicionalnih medija – štampe, TV-a i radija, obuhvaćenih pojmom publika mass medija, na web-u je sve podređeno korisniku, čime se i terminološki pravi diskontinuitet nove, aktivnije, u odnosu na prethodnu pasivniju ulogu konzumenta informacijskih sadržaja novih medija.

Web je omogućio pojavu nove vrste novinarstva – wiki novinarstvo: wiki je zapravo novi pristup u kreativnoj konzumaciji web-a, nova vrsta alata i stranica koja omogućava korisnicima da uređuju i dopunjavaju sadržaje web site-ova. Osim toga, wiki je način zajedničkog rada na prikupljanju, uređivanju i širenju informacija i znanja. Bazična vrijednost wiki stranica su ljudi, ljudi, tehnologija i ljudi. Web je stvorio pretpostavke za aktivnu participaciju građana u javnoj komunikaciji kroz novu formu građanskog novinarstva: Ono što se u komunikologiji tradicionalnih medija smatralo idealom – participacija građana u javnoj komunikaciji – ostvareno je na web-u, zahvaljujući tehnološkim pretpostavkama koje su iskorištene za ostvarenje ideala participativnog novinarstva.

Online novinarstvo je relativiziralo pitanje kompetencija novinara: Za razliku od tradicionalnog novinarstva, gdje je za bavljenje novinarstvom neophodno imati i formalno obrazovanje, online novinarstvo ne insistira na diplomu, već na sposobnosti da se pronađe originalan način pronalaska informacija, i još više, zanimljiv način njenog prezentiranja na web-u. Ovdje se postavlja pitanje adekvatne edukacije i kompetencija novinara, te s tim u vezi – kvalitete novinarskih sadržaja.

U odnosu na tradicionalne medije, web nudi višestruke mogućnosti za demokratičniju komunikaciju. Dok su tradicionalni mediji suštinski podijeljeni dominantnim načinom komunikacije (pismo, govor, živa slika i zvuk) i spram toga profilirani prema preferencijama publike, online mediji su fleksibilni, sa mogućnostima konvergiranja različitih načina komunikacije preuzetih iz prethodnih medija, štampe, radija i TV. Konvergencija medija omogućila je web-u da postane multimedij, što je jedan od razloga njegovog brzog rasta i prihvaćenosti među publikom.

Jedan od čelnih ljudi portala BlogEverywhere.com – Sabeer Bathia, u najkraćem je definirao razliku između tradicionalnog i on line novinarstva predviđajući: «Novinarstvo više neće biti propovijed, već će biti konverzacija».

“Trčimo maraton, a ne sprint”

Intervju: Slobodanka Dekić

Više od 100 mladih novinara prošlo je obuku u sarajevskom Media centru o novim medijima, trendovima i tehnologijama u novinarstvu u posljednje dvije godine. Imali su priliku slušati predavanja profesionalaca iz oblasti online medija, data i vizuelnog novinarstva ali i kroz praktičan rad proširiti svoje znanje. Slobodanka Dekić, koordinatorica medijskih edukativnih programa Media centra, kaže da su uspjeli okupiti stalan lokalni tim predavača kojeg osim novinara čine i programeri i dizajneri, profesionalci koji polaznicima otvaraju nove dimenzije weba. Pored domaćih predavača, u saradnji sa Open Journalism Centar iz Holandije, u BiH su podučavali i profesionalci iz oblasti data novinarstva, te novinari koji imaju online aktivističko iskustvo. Dodaje da su uspjeli ostvariti saradnju i sa Univerzitetom Berkeley gdje su privukli 10 profesionalaca zainteresovanih da učestvuju u programu obuke Media centra.



Studenti na treningu u Media centru

Studenti novinarstva koji su bili na treningu o online medijima u Media centru ističu da na svojim fakultetima nemaju praksu i da im je ovo dobra prilika da osjete rad u medijima. Svjesni su da BiH zaostaje za novim svjetskim trendovima ali ne žele da ih to demotivira u svom radu.

Apsolventica sa Fakulteta političkih nauka u Banja Luci imala je priliku raditi u elektronskim medijima.

„Na trening Media Centra sam se prijavila jer nam pruža praksu, koju nismo imali pri fakultetu. Do sada nisam imala priliku da radim u on line medijima pa sam iskoristila ovu šansu.“, kazala je apsolventica sa Fakulteta Žurnalistike iz Banja Luke.

„Kod nas još nije zaživjelo online novinarstvo u punom kapacitetu. Web portali su u Bosni i Hercegovini su stari tek nekih desetak godina. Novinari se ne bave istraživačkim novinarstvom, uglavnom je to copy-paste metod kojim se služe novinari koji rade na web portalima. Mediji u BiH zaostaju za svjetskim trendovima“, kazala je apsolventica iz Banja Luke.

Nermin Terzić apsolvent sa Filozofskog fakulteta u Tuzli kazao je da do promjena u novinarstvu dolazi, ali vrlo sporo.

„Ne mislim da su mediji van Bosne i Hercegovine bajni, ali mislim da će trebati da prođe još dosta vremena da se mi nađemo u nekoj boljoj situaciji“, kazao je Terzić. Tajana Antonija Bošnjak studentica 3. godine novinarstva sa Fakulteta Političkih nauka u Sarajevu kazala je da Bosna i Hercegovina u svemu zaostaje za svjetskim trendovima pa tako i u pogledu novinarstva.“



E-novinar: Data i vizuelno novinarstvo tek treba da zažive u bh. medijima. Kakva je reakcija učesnika treninga na nove trendove u novinarstvu?

Dekić: Data i vizuelno novinarstvo novi su pojmovi i u svijetu. Kao što jedan profesor reče: “Data novinarstvo je kao sex na fakultetu, svi pričaju o njemu a niko ga ne praktikuje ili ne zna kako”. Data novinarstvo je simpatičan način da prikazete ljudima brojke i statistike. Insistira na brojevima, ne na statistici. Kada se upustite u tu oblast vidite da je za ozbiljne grafike potreban tim ljudi. Naši polaznici su pozitivno reagovali na predavanja i veliki broj ih je prošao kroz obuku. Upućujemo ih na ono što je njihov primarni posao, a to je traženje podataka do kojih nije lako doći. Data novinarstvo je simpatičan način da prikazete ljudima brojke i statistike koje inače mogu da završe u haosu.

E-novinar: Da li mladi novinari imaju priliku da primijene znanje koje su stekli na radionicama?

Dekić: Sve zavisi u kakav medij odu. Ako odu na televiziju ili web medij onda im mogu pomoći naši treninzi. Međutim, to je uvijek priča sa neformalnim obrazovanjem gdje upoznate ljude sa novim stvarima ali kada se nađete u redakcijama ne možete primijeniti to. Nije upotpunjen krug kojeg treba da čine fakulteti, neformalno obrazovanje i na kraju mediji. Ako mladi završavaju u džungli onda nema koristi od stečenog znanja. Međutim, trčimo maraton, a ne sprint.

E-novinar: U kojoj mjeri se bh. mediji prilagođavaju novim tehnologijama i trendovima u novinarstvu?

Dekić: Bh. mediji boluju od istih boljki kao i od prije deset godina: autocenzura, finansijska zavisnost, senzacionalizam i copi-paste novinarstvo. Trendovi u novinarstvu prate se onoliko koliko mogu, za to treba puno para, redakcija koju treba platiti dobro. Da biste uveli praksu data novinarstva potreban vam je dizajner grafike i programer da to izgleda kako treba kao u Guardian ili New York Times. Takve kapacitete naši online mediji nemaju. Nedostaje finansijskih mogućnosti ali i nedostatak volje da se na taj način unapređuje. Studentima novinarstva na našim treninzima govorimo da moraju da misle sami, da oni kreiraju sadržaj. Uvijek treba razmisliti zašto hoću portal, šta ću sa njim i kome se obraćamo kada pokrećemo portal. Pokušavamo da ih probudimo da se više organizuju jer živimo u vremenu kad je sve moguće. Nema opravdanja.

E-novinar: Kako ocjenjujete kvalitet bh. online medija?

Dekić: Problem je u tome što svi misle da mogu da budu novinari, da je dovoljno da digneš portal i postaviš komentar i čekaš šta će se desiti. Tu je i nedostatak profesionalnih standarda. Portali nemaju impresum, prenose tuđe vijesti, ista vijest se može vidjeti na deset portala. Postavljaju nezanimljive vijesti, a nekad iste greške nađem na različitim portalima. Ja imam svoje preference kad je u pitanju web i to još ne pronalazim nigdje u BiH. Radio Slobodna Evropa ima koncept regionalnog news portala i to je portal koji redovno pratim.

E-novinar: Kakve edukacije planirate u narednom periodu?

Dekić: U skoroj budućnosti sa organizacijom “Internews” nam predstoji trening na temu “Različitost i manjine”, kako izvještavati u okviru te oblasti, a sa UNDP-om radimo opširniji program vezan za produkciju i izvještavanje o kulturi i ljudskim pravima. Svi naši treninzi su otvoreni za sve mlade novinare koji žele da unaprijede svoje znanje i pozivamo ih da dođu.

Kako izgraditi data tim za malu redakciju

Piše: Mirko Lorenz

Efikasni data timovi su mali, ali postoji nekoliko stvari koje treba uzeti u obzir. Prva je: **ko šta radi?**

Možda najveće iznenađenje vezano za trend analiziranja podataka, odnosno data novinarstva, kada shvatite kako se to radi i šta vam je potrebno, jeste da to – nije skupo. Vremenski zahtjevno, to da. Ali, ne zahtijeva veliku investiciju.

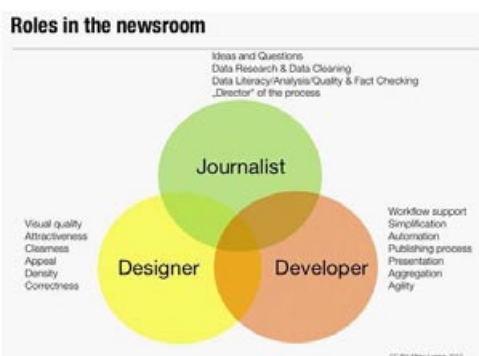
Kao posljedica velikog napretka u tehnologiji i softveru, potreban alat svim redakcijama stoji na dohvat ruke. To je poprilična promjena: umjesto ulaganja u štampariju, satelitski vezu i radio toranj, data novinarstvo u velikoj mjeri zavisi od znanja, a ne od kapitala. Ono o čemu trebate da vodite računa su troškovi osoblja, tj. troškovi obuke i troškovi vremena koje je potrebno za realizaciju izuzetnih data projekata.

Stvaranje data deskova

Velika prepreka većem širenju aktivnih data deskova je zbunjenost koju izazivaju sljedeća pitanja: Kako možemo napraviti data tim za našu (malu) redakciju? Koje znanje i koji kvaliteti su nam potrebni da bismo došli do uvjerljivih priča, interaktivnih vizuelnih prezentacija i aplikacija koje se zasnivaju na podacima?

Uloge u data timu

Evo veoma jednostavne strukture, sa dodatnim sugestijama o zadacima i o toku rada. Ispod se mogu naći neka objašnjenja.



Uloge u redakciji:

Novinar

- Ideje i pitanja
- Istraživanje i prečišćavanje podataka
- Pismenost, analiza i kvalitet podataka i provjera činjenica
- „Režiser“ ovog procesa

Dizajner

- Vizuelni kvalitet
- Privlačnost
- Jasnoća
- Dopadljivost
- Sažetost
- Ispravnost

Programer

- Podrška u toku rada
- Pojednostavljanje
- Automatizacija
- Postupak objavljivanja
- Prezentacija
- Spajanje u cjelinu
- Brzina

Novinar: U data novinarstvu se ne radi o tome da se od podataka traže odgovori. To je suština. Ako vi nemate pitanja, podaci neće odgovoriti. Završićete sa slikovitijom verzijom onoga što je statistički zavod objavio prošle godine. Dakle, uloga novinara je da osmisli ideje za projekte. U isto vrijeme, treba da ima kontrolu nad tim postupkom i treba da mu bude jasno – iz iskustva ili iz razgovora s drugima koji to znaju – šta je potrebno da bi se data projekat realizovao.

Programer: Programeri u data novinarstvu ne pišu cjelovite aplikacije, niti ih održavaju, barem to ne rade za većinu projekata. Umjesto toga, njihov cilj je da „ukrote“ podatke, tj. da ih prikupe, pročiste, spoje i pretvore u korisne dijelove. Većina ovih poslova se radi jednom, što znači da će se sljedeći skup podataka na kome budete radili veoma razlikovati od prethodnog. Dakle, nivo automatizma i ponovnog korištenja je niži, barem u trenutnoj fazi data novinarstva.

Postoji jedan kvalitet koji programeri koji rade u data novinarstvu treba da imaju, ali ga je teško naći, a to je potreba da ispričaju priču. Programeri često ne razmišljaju na takav način, barem po mom iskustvu. Oni se brinu za kodove, za mogućnosti aplikacije i za održavanje i žele da izbjegnu iznenađenja. Iznenađenja prilikom kodiranja mogu biti različita, naprimjer aplikacija ne radi. Ili, još gore, novinar odjednom ima sasvim drugačije zahtjeve, mnogo ideja za mogućnosti aplikacije, itd. Ovakav pristup ukazuje na novinara koji ne razmišlja kao koder. Takvo ponašanje obično odbija koder. To je kao da ste počeli da gradite malu, ali cjelovitu kuću, i odjednom projekat naraste, prvobitnom planu se dodaju sobe, nova vrata, garaža, te vrt oko kuće oko kojeg se treba brinuti. Softversko programiranje velikim dijelom liči na rad u mraku. Treba vremena prije nego što se bilo šta može vidjeti, a veliki dijelovi se spajaju tek u kasnijim fazama. Dakle, nužno je kvalitetno upravljanje mogućnostima aplikacije i obimom projekta.

Dizajneri/stručnjaci za vizuelni izgled: Treća osoba koja treba da bude dio data tima je neko ko može napraviti čaroliju u izgledu i osjećaju. Boje, dijagrami i prelomi treba da budu privlačni, jasni i korisni. To je lakše reći nego uraditi. Izvanredan dizajn je bitan u data novinarstvu kada se prelazi sa podataka na priču. Primjeri najbolje urađenih djela se u predstavljanju ideje uglavnom oslanjaju na dizajn.

Fokus i obim

Kada imate dobar novinarsko/programersko/dizajnerski tim, obim datog projekta je ključan za njegovu realizaciju. Ne možete sve odjednom uraditi. Fokusirajte se, zadržite fokus, završite prvi korak, a zatim pređite na sljedeći. Pored

toga, stalno razgovarajte o konkretnom obimu projekta – ako započnete sa malim obimom, a zatim se projekat proširi i nastavi da raste, možda idete ka katastrofi.

Jedan način da ovo uradite jeste da idete korak po korak. Prvo, napravite jednostavnu kartu sa krivičnim djelima koja su počinjena u određenom području. Nemojte koristiti više od 100 podataka i nemojte nuditi raskošne mogućnosti. Onda to objavite.

Nakon toga, upotrijebite bolju kartu. Više mogućnosti. Filtere. Vremenski slijed. Dvije stotine podataka. Objavite i to.

Poenta je u tome da se prilično mnogo projekata u data novinarstvu kasnije može ponovo koristiti. Ono što ste uradili na jednoj temi vam može pomoći na drugoj. Dakle, najbolje je napredovati korak po korak. Samo izbjegavajte da se krećete naprijed u velikim skokovima. Radite polako, krećite se postojano – tako ćete doći do pouzdanih podataka nego kada se krećete iznenadnim trkom.

Vrste projekata

Na kraju, važno je da u potpunosti razumijete granice, gdje projekat prelazi iz jednostavnog u veoma složeni.

Ispod se nalazi gruba, pojednostavljena tabela čiji je cilj da pruži pregled uobičajenih projekata u data novinarstvu. Ako govorite o projektu, pokušajte da odredite da li je to data priča, interaktivni data prilog ili data aplikacija.

	Data priča	Interaktivni data prilog	Data aplikacija
Potrebno vrijeme	sati	dani	mjeseci
Specijalnost	novinar	novinar/dizajner	novinar/dizajner/koder
Upotreba	sedmica dana	mjeseci	godine

Razumijevanje obima

Prethodna tabela vam može pomoći u određivanju obima projekta. Da li je to nešto što možemo uraditi danas? Hoće li nam za to trebati sedmica dana ili više? Kako možemo doći do automatizovane, isprva složene data aplikacije?

Data priča predstavlja tekst koji se zasniva na vizuelnom predstavljanju podataka – veliki dio teksta govori o zanimljivim podacima. Dakle, ovo je veoma slično uobičajenom novinarskom radu, sa dodatnim slojem podataka. Ipak, ovakve priče mogu biti veoma uvjerljive i efektne ako ste pronašli prave podatke i dobar način da vizuelno predstavite kontekst putem jednostavnog dijagrama.

Interaktivni data prilozi (ne postoji opšteprihvaćeni termin za ovo) su veće vizuelne prezentacije, pregledi i analitički podaci kakvi se često mogu naći u New York Timesu. Iza njih stoji puno rada i obično ih prave timovi od dva do četiri stručnjaka, koji u različitoj mjeri kombinuju znanja iz novinarstva, dizajna i kodiranja.

Konačno, oblast koja potencijalno najviše obećava u budućnosti su data aplikacije. Ovdje se može dodati prijem podataka u stvarnom vremenu, automatizacija, personalizacija i mnogo drugih kvaliteta. Za njih je potrebno više vremena, ali one pružaju i mogućnost sticanja budućih prihoda od novinarstva.

Gore navedena tabela pokazuje još nešto. Tačno je da je za uobičajeni data projekat potrebno više vremena nego za obični tekst, izvještaj i video snimak. Ali, mogućnost korištenja takvih projekata – ako su dobri – takođe je puno veća i duža. To je veoma važan motivacioni faktor za buduće usvajanje data novinarstva u redakcijama.

Tekst preuzet sa portala www.media.ba

10 stvari koje svaki novinar treba znati u 2013.

Medijski eksperti sastavili su listu trendova i vještina koje danas mora poznavati svaki novinar, nadograđujući liste objavljene prethodnih godina.

1. Vještine, vještine, vještine

“Nažalost ili na sreću, zavisi kako gledate na to, nije više dovoljno znati pisati i izvještavati na tradicionalni način. Morate biti svestrani - znati snimati i editovati video i audio, pisati kod i analizirati statističke podatke”, kaže Aron Pilhofer, urednik interaktivnih vijesti New York Times-a. Steve Herrmann, urednik BBC News web sajta, potvrđuje ovu procjenu i kaže da od novinara traži poznavanje korištenja društvenih mreža, data novinarstva i prepoznavanje važnosti multimedijalnih elemenata u priči.

2. Urednicima trebaju data novinari

Neil McIntosh, zamjenik urednika Wall Street Journal Europe, rekao je na jednom novinarskom skupu: “Data novinarstvo je kao seks na fakultetu - svi pričaju o tome, malo ih to radi, a još manje ih to radi dobro.” Data novinarstvo je jedna od najpopularnijih tema u novinarstvu danas i, prema mišljenju nekoliko eksperata s kojima su razgovarali novinari portala Journalism.co.uk, 2013. će biti godina kada će priče proistekle iz analiza podataka zaista doći do izražaja.

“Ne mogu dovoljno naglasiti koliko nam je ovo važno,” kaže urednica Daily Post-a Alison Gow. “Mnogi misle da su suština data novinarstva brojevi, ali radi se zapravo o najboljem načinu pronalaska priče.”

3. Ton je važan

Ovo se pravilo može činiti očiglednim, ali veoma je bitno razumjeti važnost tona pri obraćanju izvorima na različitim



Linija za pomoć novinarima

Aktuelni slučajevi:

1. Nevres Dedić - Doneseno Rješenje na Kantonalnom sudu u korist novinara Nevresa Dedića. Osuđeni Stanko Šutalo žalio se Vrhovnom sudu FBiH na presudu Županijskog suda u Mostaru u taj predmet je sada na Vrhovnom sudu koji će odlučivati o žalbi.

2. Dragica Vukalo - RTRS, završeno suđenje, čeka se donošenje presude.

3. Mario Pejić - BHRT, disciplinski postupak za smjenu direktora BHT1.

platformama. Mark Little, osnivač agencije Storyful, smatra da se novinari moraju naviknuti na učešće u konverzaciji sa korisnicima društvenih mreža i izbjegavati samodopadni ton stručnjaka. Ljude ne zanima vaša titula i ne možete im jednostavno reći "pošaljite mi slike ako ste tu i tu!", potrebno je razgovarati i paziti da svojim obraćanjem ne nanese štetu reputaciji medijske organizacije koju predstavljate.

4. Web izvještavanje uživo

Izvještavanje uživo postalo je veoma popularno u 2012. Od tweetova do blogova, web novinari moraju znati prenositi priču dok se razvija.

5. Novinari su "menadžeri informacija"

"Novinari nisu više ljudi koji drže dragocjene informacije i serviraju ih pasivnoj javnosti, oni su u suštini menadžeri poplave informacija", smatra Mark Little. Novinari vijesti mogu birati, prikupljati i verificirati dodavanjem tweetova i video klipova sa lica mjesta, te koristeći alate poput Storify ili Bundlr.

6. Dubina je važna

Na pitanje o tome što možemo očekivati od New York Times-a u 2013., urednik Aron Pilhofer kaže da će se ova medijska kuća fokusirati na "dublju komunikaciju sa zajednicom". Ovo je već neko vrijeme dio politike NYT-a - tako su 2010. pokrenuli projekat "Zamislite svoj život nakon raka", gdje su od čitalaca koji su pobijedili rak tražili da podijele svoje fotografije. Primjer dobre komunikacije sa publikom je i uvođenje Twitter hashtaga #asknyt, putem kojeg čitaoci mogu od NYT-a tražiti da provjere određene informacije iz medija. Alexis Mainland, NYT-eva urednica društvenih medija, kaže da su u redakciji shvatili da je bolje organizirati manji broj Google+ Hangouta ali im posvetiti veću pažnju i doći do većeg broja ljudi.

7. Netačnosti će izaći na vidjelo

U vremenu rasprostranjenosti društvenih medija, svi sadržaji objavljeni na internetu podliježu provjeri i kritici. Brojni su primjeri u kojima su se novinari i stručnjaci pokazali kao "detektori laži", ali ovo važi i u suprotnom smjeru - novinari moraju biti svjesni da će netačnosti u njihovom izvještavanju biti objelodanjene i trebaju znati kako objaviti ispravke na portalima i društvenim medijima. Web sajt Regret the Error nudi smjernice za etičke ispravke.

8. Korisničko iskustvo je važno

Medijske organizacije moraju svoj fokus pomjeriti sa kreiranja sadržaja na kreiranje kompletnog iskustva korištenja tog sadržaja, posebno u digitalnom okruženju, smatra Raju Narisetti, urednik Wall Street Journal-ovog web kanala WSJ Digital Network.

9. Mobilno na prvom mjestu

Posjete sa mobilnih uređaja su u stalnom porastu. U određenim dijelovima dana, posjete Guardianovom mobilnom web sajtu premašuju broj posjeta sa kompjutera, a više od trećine posjeta web sajtu NYT-a dolazi sa mobilnih telefona i tableta. Iako se o ovome često govori, većina web novinara pri kreiranju priče na umu ima izgled standardnog kompjuterskog ekrana (tako npr. Pitchfork-ov intervju sa pjevačicom benda Bat For Lashes, hvaljen kao budućnost kreiranja priča za web, ne radi na mobilnim uređajima). Martin Belam, stručnjak za digitalni dizajn, na news: rewired konferenciji ponudio je sljedeće smjernice pri kreiranju sadržaja za digitalne platforme: "Čitalac prije urednika. Softver prije sadržaja. Jednostavnost prije opcija. Mobilno prije desktopa."

10. Neophodno je prihvatiti promjene

"Bez obzira da li se radi o alatima koje koristimo ili načinu na koji javnost dolazi do informacija, promjene se stalno dešavaju i morate to prihvatiti", završni je savjet Steve Herrmanna za novu godinu u novinarstvu.

Preuzeto sa portala www.media.ba.

Impressum

Redakcijski kolegij biltena

Velida Kulenović

Mirza Sadiković

Siniša Vukelić

Admir Kadrić

Vladimir Šušak

Alena Beširević

Urednik

Adis Šušnjar

Tehničko uređenje

Arman Fazlić

Udruženje/udruga BH Novinari

Kralja Tvrtka 5/5, Sarajevo, Bosna i Hercegovina

Tel/Fax +387 33 223 818; + 387 33 443 072

e-mail: bhnovinari@bhnovinari.ba;

web: www.bhnovinari.ba