

Dodatna oprema teksta za Internet - višestruki značaj

Zoran Stanojević

Novinare treba ubediti da rade više. Osim prinudom to je moguće ostvariti davanjem dobrih argumenata zašto je to za njih korisno. U ovom slučaju riječ je o tome da svoje priloge, uz malo dodatnog truda i vremena, prirede za objavljivanje na internetu

Pre nego što je postao medij, internet je najpre bio vest. Prilično velika vest, praćena mnogim procenama, pokazaće se, uglavnom preteranim. Jedna od tih procena dolazila je i od velikog broja iskusnih novinara u «starim» medijima, koji su uglavnom konstatovali da je «internet budućnost novinarstva», a neki su dodavali da će internet «pojesti sve postojeće medije» i sve tako i tome slično.

Jesu li se, stoga, grčevito pripremali za tu budućnost koja samo što nije? Ma kakvi, sve se završavalo na tim dosta slobodnim procenama, a redakcije su radile manje-više isto kao pre. Namerno ne pominjem zemlju iz koje dolaze ovi primeri zato što se radi o globalnoj pojavi. Naravno, tamo gde je internet bio razvijeniji (SAD, Britanija, Skandinavija) nešto brže su se razvijali i internet mediji, a ni «stari» mediji nisu sedeli skrštenih ruku – počele su da se pojavljuju verzije njihovih izdanja za internet. Iz tog doba jedna zanimljiva anegdota. Kolega koji je radio u velikoj medijskoj kući u Londonu počeo je da priprema priče bazirane na tekstovima koji će se pojaviti u sutrašnjem, štampanom izdanju Njujork Tajmsa. Zblanutim urednicima objasnio je da se novo izdanje pojavljuje na internetu nekoliko sati pre nego što osvane na kioscima. Sledeći korak bilo je, naravno, pozivanje dopisnika u Americi sa pitanjima o tekstovima koje oni (navikli da natenane sačekaju otvaranje trafika) nisu ni videli. Nekoliko dana trajala je konfuzija da bi (na proteste nervoznih dopisnika) urednik najzad prelomio. Ono što nije odštampano na papiru u «pravom» Njujork Tajmsu neće se smatrati ispravnim citatom iz tog lista! Ovaj pristup nije dugo izdržao, ali je dobar primer nerazumevanja i nepoverenja koje je vladalo prema internetu sredinom devedesetih.

Prisutnost interneta u nekoj redakciji ne može se posmatrati samo kroz prisutnost te redakcije (odnosno njenog proizvoda) na internetu. Danas je internet sastavni deo svakodnevnog rada novinara dok postavljanje rezultata tog rada na mrežu još uvek nije obavezno, barem kada se govori o regionu Jugoistočne Evrope (JIE). Vlasnici štampanih

medija često veruju da će im internet prezentacija umanjiti tiraž sa naoko logičnim objašnjenjem – zašto bi neko kupovao ako može da čita džabe?

Ovaj stav manjkav je iz dva razloga: čitanje na internetu nije besplatno, naprotiv, može da košta i više nego primerak na trafici; drugo, primećeno je da tiraži medija popularnih na internetu rastu. Kada ih čitaoci «otkriju» na mreži, spremni su i da ih kupuju.

Ne manje bitno je da se internet prezentacijom vrši dodatan uticaj na javno mnjenje (a to je cilj svakog medija, važniji čak i od profita) i to kumulativno. Tekstovi na internetu ostaju dugo, odnosno, tu se mogu naći i godinama nakon objavljivanja te mogu poslužiti za dodatno informisanje (novinarima ne treba objašnjavati koliko je ovo značajno). Nešto drugačija situacija je sa elektronskim medijima koji nemaju problem sa naplatom svog proizvoda (pod uslovom da im marketing službe ili službe pretplate rade kako treba), ali se suočavaju sa problemom načina predstavljanja na internetu. Dizajn informacija koje se emituju na elektronskim medijima nije u potpunosti adekvatan za objavljivanje na internetu, te treba izvršiti određena prilagođavanja (toga ima, ruku na srce, i kod štampanih medija) za šta, opet, postoje dva rešenja. Jedno, manje verovatno, je da redakcija zaposli još ljudi koji će se baviti priređivanjem informacija za internet. Drugo, realnije, je da to u okviru svog redovnog posla čine novinari, koji tu već rade. Da, dobro ste razumeli, više posla za iste pare.

Dakle, novinare treba ubediti da rade više. Osim prinudom (nepopularno) to je moguće ostvariti davanjem dobrih argumenata zašto je to za njih korisno, kada već nije direktno materijalno nagrađeno.

Sigurno je da bi nagrađivanje (na nekom takmičenju ili konkursu) za najbolju adaptaciju priloga iz drugih medija za internet predstavljalo značajan podstrek, mada do sada ne postoje dovoljno ozbiljne inicijative u tom pravcu. To rečito govori o stanju i raširenosti internet novinarstva u regionu. Svojevrсна nagrada je, međutim, i mogućnost da se adaptiranom prilogu da značajniji lični pečat autora, i naravno, da autor za to dobije veći kredit.

Svako ko ozbiljno koristi internet prilikom istraživanja, odnosno pripremanja neke teme, umeće da prepozna značaj pojavljivanja svog imena na mreži. Uostalom, ništa jednostavnije od lične provere. Ukucajte svoje ime u pretraživač Gugl, recimo, i utvrdite koliko se dobijenih rezultata odnosi na vas (i kojim povodom), kao i na kom mestu se vi lično prvi put pojavljujete. Ukoliko se ozbiljno bavite novinarstvom, a nema vas ni među prvih deset odgovora na upit sa vašim imenom, onda bi morali ozbiljnije da poradite na

svom internet prisustvu. Između ostalog i zbog toga što je internet prisustvo jedna od stvari koja se sve više proverava i kod nuđenja novih poslova, bilo da se radi o honorarnoj saradnji (da ne kažemo baš «tezga») ili o stalnom poslu.

Moderno novinarstvo više ne poznaje klasičnu «specijalizaciju za medij», više iz ekonomskih nego iz profesionalnih razloga. Iako je u dobrom broju zemalja zabranjeno da ista medijska kuća poseduje i štampane i elektronske medije, ima načina da se to predupredi, a to pravilo se ne odnosi na internet. Takođe, štampani i elektronski mediji, i kada nisu pod istom vlasničkom kapom, sklapaju dogovore o saradnji (npr. «Time» magazin i «CNN») te se od njihovih novinara očekuje da budu spremni da izveštavaju i za štampu i za televiziju.

Tu su, naravno, i video novinari, tj. oni koji sa sobom nose mikro-kamere i kompletan posao obavljaju sami, od snimanja preko pisanja priloga, do montaže (makar i grube). Njihova prednost je što su im radni troškovi niski, najčešće se radi o slobodnim novinarima, te se mogu naći na različitim interesantnim mestima i to u broju koji u normalnim okolnostima (pun sastav ekipe) budžet firme ne bi izdržao. Sve većem broju novinara danas se nameće kao deo posla da doprinose internet prezentaciji svog medija, bilo kroz pripremu originalnih sadržaja, bilo kroz priređivanje priloga koje su već pripremili za osnovno izdanje. Ovo je, naravno, iskustvo u medijski razvijenijim zemljama, ali se radi o procesu koji će u skorije vreme obuhvatiti i region JIE. Pritužbe novinara, naročito onih naviklih da obavljaju «samo jedan» posao ne nailaze baš na veliko razumevanje, budući da malo koji medij ima novca za angažovanje posebnih timova koji bi vodili računa o internet sadržajima. Alternativa tome je da prezentacija medija bude veoma skromna, ili da sami novinari ulože malo veći napor i učine je interesantnijom.

Ako prihvatimo da se radi o neminovnosti koju diktira budućnost, koji bi bili korisni saveti onima na koje ta obaveza pada? U slučaju štampanih medija, svakako bi savet bio da se tekstovi skraćuju i da se koriste hiperlinkovi kako se neke uobičajene i već objavljene informacije ne bi nepotrebno ponavljale. Za razliku od novinske strane, koju treba napuniti, ekran ne trpi previše teksta, a naročito ne trpi velike blokove teksta. To znači da ništa duže od 1000 reči nije prikladno za tekst na internetu, a dobro je i da svaka rečenica bude pasus za sebe. Tekstove koji su po prirodi teme duži, treba razbijati na više celina, kada god je to moguće.

Kod elektronskih medija najveći problem predstavlja prebacivanje izjava ili intervjuua u pisanu formu, što je vrsta posla od kojeg «broadcast» novinari rado beže.

Iako se radi o izvesnom dodatnom naporu, uteha im može biti to što to enormno pomaže i kod arhiviranja materijala (pod uslovom da se materijal čuva). Prednost je što su tekstovi «broudkast» priloga kraći, a savet je da se izjave takođe mogu skraćivati, sublimisati, nije neophodno da budu transkribovane baš onako kako su izgovorene. Naravno, to pod uslovom da se smisao ne promeni.

Moderno novinarstvo je u sve većoj meri tehnički posao, mada je onaj zanatski deo u svakom slučaju primaran. Novinar današnjeg vremena mora biti vešt i u korišćenju računara, priručnih elektronskih pomagala (poput mini diskova i drugih uređaja za snimanje zvuka, mobilnih i satelitskih telefona), video kamera i foto aparata. Čak i sposobnost uspostavljanja komunikacije sa redakcijom (zarad prosleđivanja informacija) postaje značajan momenat u današnjoj medijskoj trci.

Doprinos interneta je što se na njemu može objaviti raznovrstan materijal, mana je što se od novinara sada očekuje da taj materijal i prikupe. Ako je to neka uteha, znajte da za desetak godina to niko neće dovoditi u pitanje, baš kao što je bilo sa uslovom da se tekstovi kucaju, a kasnije predaju u elektronskoj formi.