

Društveni mediji kao platforma nekvalitetnog novinarstva

Trlin, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:953243>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-12**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

ZAVRŠNI RAD

**DRUŠTVENI MEDIJI KAO PLATFORMA
NEKVALITETNOG NOVINARSTVA**

Zagreb, 2022.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLGIJU

ZAVRŠNI RAD

**DRUŠTVENI MEDIJI KAO PLATFORMA
NEKVALITETNOG NOVINARSTVA**

Studentica: Ana Trlin

Mentorica: doc. dr. sc. Jelena Jurišić

Zagreb, rujan 2022.

Sadržaj

SAŽETAK	2
ABSTRACT	3
1. UVOD	4
1.1. Predmet rada	4
1.2. Metode i cilj rada	5
1.3. Struktura rada	5
1.4. Pregled literature	5
2. NOVINARSTVO	6
2.1. Novinarstvo kao zanimanje i posao	7
2.2. Novinarstvo kao poziv i zvanje	8
2.3. Novinarstvo kao sprema, struka i zanat	9
2.4. Novinarstvo kao profesija	9
2.5. Novinarstvo i vještina	10
<i>2.5.1. Kodeks časti hrvatskih novinara</i>	12
2.6. Značenje pojma novinarstvo	12
2.7. Modeli novinarstva	13
3. DRUŠTVENI MEDIJI KAO PLATFORMA NEKVALITETNOG NOVINARSTVA	14
3.1. Koncept novinarstva na društvenim mrežama	14
3.2. Nedostatci novinarstva na društvenim mrežama	16
<i>3.2.1. Nedostatci građanskog novinarstva</i>	16
<i>3.2.2. Nedostatci društvenih mreža kao izvora u novinarstvu</i>	17
<i>3.2.3. Nedostatci društvenih medija za novinarstvo</i>	17
4. ZAKLJUČAK	19
5. POPIS LITERATURE	20

SAŽETAK

Novinar priprema, piše i prezentira vijesti javnosti putem različitih medijskih kanala uključujući televiziju, novine, radio, časopise i internet. Kako bi uspješno kreirao vijest, novinar mora prikupiti podatke iz različitih izvora, intervjuirati vjerodostojne osobe, provjeriti sve informacije i pregledati svoj rad radi točnosti i jasnoće. Svaki je medijski sustav u odnosu sa društvom (javnosti) kojemu se obraća, političko-kulturološko-gospodarskim okruženjem unutar kojega funkcionira, medijskim djelatnostima koje se obavljaju unutar medijskih poduzeća i koje čine njegov temeljni, proizvodni dio te obrazovnim ustanovama i institucijama koje omogućuju njegovu aktivnost. Mnogi tradicionalni i netradicionalni mediji izvještavaju i komentiraju kako su internet i društveni mediji, posebice društvene mreže, počeli ozbiljno utjecati na novinske organizacije i njihov rad. Iako se novine trenutno suočavaju s problemom kako vijesti učiniti profitabilnim u digitalnom dobu, to nije glavni fokus ovog rada. Umjesto toga, ovaj će se rad usredotočiti na to kako su društveni mediji, posebice stranice za društveno umrežavanje, počeli utjecati na novinske organizacije i promijenili način na koji novinari svakodnevno obavljaju svoj posao.

Ključne riječi: društveni mediji, novinarstvo, djelatnost, sustav, vijesti.

ABSTRACT

A journalist prepares, writes and presents news to the public through various media channels including television, newspapers, radio, magazines and the Internet. In order to successfully create a news story, a journalist must gather information from various sources, interview credible people, verify all information, and review their work for accuracy and clarity. Each media system is in relation to the society (public) it addresses, the political-cultural-economic environment within which it functions, the media activities that are carried out within media companies and which form its fundamental, productive part, and the educational institutions and institutions that enable its activity. Many traditional and non-traditional media report and comment on how the Internet and social media, especially social networks, have begun to seriously affect news organizations and their work. Although newspapers are currently facing the problem of how to make news profitable in the digital age, this is not the main focus of this paper. Instead, this paper will focus on how social media, particularly social networking sites, have begun to influence news organizations and change the way journalists do their jobs every day.

Keywords: social media, journalism, activity, system, news.

1. UVOD

Publikacije i kritičari medijske industrije često spominju medijski pomak s tradicionalnih medija, poput novina i časopisa, na digitalne izvore vijesti. Otišavši korak dalje od jednostavnog boravka na mreži, medijske organizacije počele su razmatrati kako novinske organizacije koriste alate društvenih medija kako bi zadržale svoju publiku i što je najvažnije, kako bi nastavile donositi sredstva za uzdržavanje. Bezbrojna mišljenja i ideje o ovoj temi postoje o prisutnosti društvenih medija u svijetu novinarstva; količina informacija može se činiti neodoljivom.

Razumijevanje trenutnog položaja tradicionalnih novinskih organizacija zahtijeva razumijevanje načina na koji publika konzumira njihove vijesti i što misle o novinskom poslovanju kakvo je. Ankete novinskih organizacija i zaklada nude način da se kvantitativno razumiju mišljenja javnosti. Istraživački centar Pew za ljude i tisak proveo je istraživanje u kojem je utvrđeno da ispitanici općenito imaju manje povjerenja da novinske organizacije nastoje izvještavati o točnim, politički nepristranim vijestima nego što su imali prije nekoliko desetljeća.

Ranije bi riječ „novinar“ opisivala osobu koja radi na tom području u profesionalnom svojstvu – obično zaposlenu u određenoj medijskoj kući, sa sveučilišnom diplomom iz ovog područja ili akreditiranog člana novinarske organizacije.

1.1. Predmet rada

Mediji i novinari danas, izgubili su nekadašnji izdavački monopol, a zahvaljujući webu 2.0 postoji veliki broj autora i platformi koji se ne uklapaju u ovaj okvir, kao na primjer alternativni portali s vijestima, blogovi, objave na društvenim mrežama i *YouTube* videozapisi..

Novinarstvom se bave i njihovi suradnici, bez obzira na zanimanje, kvalifikacije ili organizacijsku pripadnost. Kako bi se ovi pripadnici medijskog svijeta uključili u definicije novinara i novinarstva, treba inzistirati na istim etičkim standardima, kao što su točnost, uravnoteženost, nepristranost, istinitost, neovisnost o komercijalnim i/ili političkim interesima.

1.2. Metode i cilj rada

Metode koje su korištene za pisanje ovog preglednog rada su metode teorijske analize i sinteze, deskriptivna metoda te ostali znanstveno relevantni izvori koji uključuju knjige, članke, časopise te internetske izvore. Cilj rada je iznijeti relevantne znanstvene činjenice koje se tiču društvenih medija te opisati kako oni utječu na današnje novinarstvo.

1.3. Struktura rada

Ovaj rad sastoji se od pet poglavlja. Poslije prvog, uvodnog poglavlja, biti će predstavljeni modeli novinarstva. U trećem poglavlju, riječ je o novinarstvu općenito te o novinarstvu kao pozivu, zanimanju i poslu, definiciji novinarstva kao i etičkom kodeksu novinara. Četvrto poglavlje nosi naziv „Društveni mediji kao platforma nekvalitetnog novinarstva” te će u okviru tog poglavlja biti pisano o: konceptima novinarstva na društvenim mrežama, kao i o nedostacima novinarstva na društvenim mrežama.

1.4. Pregled literature

Temeljna literatura, kada je riječ o novinarstvu kao zanimanju, pozivu, spremi i profesiji, oslanja se na autoricu Tijanu Vukić i djelo „Od novinara do novinarstva”(2020). „Kodeks časti hrvatskih novinara ” (2009) daje prikaz etičkih prava i obveza novinara, dok djelo „Osnove novinarstva” (2005) autora Stjepana Malovića, koristi za proučavanje profesionalnih standarda izražavanja.

2. NOVINARSTVO

Razumijevanje tekstova o novinarstvu na trima jezicima- hrvatskom, engleskom i njemačkom - određeno je, prije svega, opisom termina novinarstva. Znanstveni i stručni tekstovi u navedenim lingvističkim praksama zajednički rabe osam pojmova sličnoga značenja koji se u najvećem broju slučajeva, poradi realiteta na koji se referiraju, tretiraju kao pravi sinonimi odnosno istoznačnice (Vukić, 2020: 33).

HRV.	zanimanje	posao	poziv	zvanje	sprema	struka	zanat	profesija
ENGL.	profession vocation	job occupation	vocation calling	vocation calling	qualification	profession vocation	craft trade art	profession
NJEM.	Der Beruf Die Okkupation Die Besatzung	Der Beruf Die Berufstätigkeit	Der Beruf	Der Beruf Die Beschäftigung	Die Qualifikation	Der Beruf Der Berufsart	Das Gewerbe	Die Profession Der Beruf Der Berufs- stand

Slika 1. Komparativni pojmovnih opisa termina novinarstvo

(Izvor: Hrvatski jezični portal, English Oxford Living Dictionaries, Digitales Wartebuch der Deutschen Sprache te LEO GmbH)

Oni su, međutim, bliskoznačnice jer imaju različit opseg značenja pa su zamjenjive samo u nekim kontekstima. Istodobno, to su prva dva značenja od četiriju argumenata kojima ni temeljni metodološki kriteriji definiranja navedenih pojmova, nisu zadovoljeni. Treće, definicije pojmova koje opisuju novinarstvo nisu pravilne jer ne sadrže bitna obilježja koja isključivo pripadaju pojmu koji se definira, a četvrto, one su cirkularne jer definiraju pojam drugim pojmom koji je definiran onim prvim (Zelenika, 2000: 105-106).

2.1. Novinarstvo kao zanimanje i posao

Novinarstvo je prije svega ljudsko zanimanje. Državni zavod za statistiku RH određuje nacionalnu klasifikaciju zanimanja gdje je u članku 5.1. definirano kao „(...) skup poslova i radnih zadaća koji su svojim sadržajem i vrstom organizacijski i tehnološki toliko srodni i međusobno povezani da ih obavlja jedan izvršitelj koji posjeduje odgovarajuća znanja, sposobnosti i vještine” (Nacionalna klasifikacija zanimanja, NN 111/1998 i 124/2008).

Riječ je o zanimanju koje se obavlja na određenu radnomu mjestu zbog stjecanja sredstava za život. Hrvatski jezični portal opisuje ju kao „(...) ono čime se tko bavi; poziv, struka, profesija” (HJP, 2017), a pedagogija rada kao „(...) svrhovitu aktivnost kojom se čovjek bavi”, odnosno „određene poslove i radne zadaće koje obavlja čovjek radi proizvodnje materijalnih ili duhovnih dobara ili davanja usluga i stjecanja prihoda, bez obzira na vrstu djelatnosti” (Petričević, 1998: 42). Zanimanje je stoga „(...) isključivo vezano uz materijalni svijet, svijet rada i oslonjeno je prvenstveno na priučenost i rutinu” (Hebrang i Hebrang, 2010: 74).

Medijski komunikolozi zanimanja razlikuju od pojma posao upravo zato što smatraju da nadilaze njegovu isključivu ekonomsku dimenziju i postaju „(..) djelatnost koje često traju cijeli život i bitno obilježavaju osobu“ (Kunczik i Zipfel, 2006: 78). Kada rad u novinarstvu postane naše stalno zanimanje, nazivamo ga posao (HJP, 2017) koji Kunczik i Zipfel definiraju kao „(...) djelatnost koja se primarno obavlja rad zarade i s tim u skladu mijenja” (Isto). U engleskoj se literaturi novinarstvo često opisuje kao posao, odnosno *job* što znači „plaćenu poziciju i regularno zaposlenje”, „zadatak ili dio posla, posebno onaj koji je plaćen”, kao i „odgovornost ili obvezu” ili *occupation*, pojam koji se poistovjećuje i s profesijom (Isto).

2.2. Novinarstvo kao poziv i zvanje

Pozvanost čovjeka da svoje sposobnosti stavi u službu svoje, obiteljske i sreće društvene zajednice potječe iz kršćanske tradicije (Petančić, 1972 prema Petričević, 1998: 42). Premda u rječnicima još uvijek nije naveden kao primjer, danas, u rasprave o pozivu, osim svećenika i liječnika, ubrajamo i novinara. Osnovni razlog tome su činjenice da je novinarski posao važan za društvo te da nije posao koji se nakon radnoga vremena može „ostaviti u uredu pa svoj posao ne mogu jasno odijeliti od ostalih svojih aktivnosti” (Vukić, 2020: 58).

Poziv je, dakle, „stalno zanimanje, struka, profesija” (HJP, 2017), a kao primjer takvog zanimanja naveden je nastavnik. Interpretacija pojma poziv razlikuje funkcionalistički pristup psihologije rada koja poziv definira kao „(...) razvijene sposobnosti čovjeka za obavljanje određenih poslova i radnih zadaća” te humanističko-subjektivistički pristup komunikologa koji percipiraju da treba: „(...) posvetiti se tom djelovanju tako da ono ne ostane tek na mehaničkom ili birokratskom obavljanju posla” (Labaš, 2011: 198).

Značenje te riječi se u kontekstu novinarstva nerijetko izjednačava s pojmom zvanje pa je to „(...) stupanj u zanimanju” (HJP, 2017); iz obrazovne perspektive obrazovanje stečeno školovanjem (Petričević, 1998: 48), a iz komunikološke „(...) izvorna sklonost što je svaka osoba ima prema određenom poslu koji hoće i želi obavljati”. Engleski pojam *vocation* označava “snažan osjećaj prikladnosti za odabranu karijeru ili zanimanje” (Isto). Prvo englesko dodatno značenje slično je hrvatskom jer ga označava kao „(...) zaposlenje ili glavno zanimanje”, dodajući da ga se „(...) smatra (...) osobito vrijednim i zahtijeva predanost” (EOLD, 2017) .

2.3. Novinarstvo kao sprema, struka i zanat

Zbog isticanja važnosti ovladavanjem stručnih novinarskih znanja i stjecanjem vještina specifičnih za novinarske poslove, novinarstvo se nerijetko navodi kao sprema, struka i zanat. Sprema upućuje na obrazovnu komponentu stručnosti i znači „(...) stručno znanje stečeno učenjem i praksom; stručna osposobljenost” (HJP, 2017); u sličnom se značenju rabi i engleski pojam *qu-alifications* što je, osim drugih značenja, i „kvaliteta ili postignuće koje čini nekoga pogodnim za određeni posao ili aktivnost” (Isto).

Struka je u hrvatskom jeziku definirana kao „ukupnost teorije i prakse u bavljenju nekim područjem znanja, praktičnog rada ili obavljanja složenijeg radnog procesa i grana ljudskih znanja i vještina, disciplina” (HJP, 2017), u engleskome se označava pojmovima *profession* i *vocation*. Zanat se razumijeva kao „(...) izučena proizvodna, prerađivačka, obrađivačka ili uslužna djelatnost, obrt” (HJP, 2017).

2.4. Novinarstvo kao profesija

Pojam novinarstva kao profesije bilo bi pravilno primjenjivati samo u onim zemljama u kojima ono uistinu ima takav status, ali ne i u RH. Neovisno o tome, pridavanje te riječi novinarstvu u sva tri jezika može se shvatiti dvojako: kao korištenje sinonima za pojmove kao što su zanimanje, zvanje, posao, struka ili kao interpretacije težnje ka profesionalnom statusu novinarstva ili njegovu održavanju što ističe društvenu važnost tog zanimanja. Riječ profesija definira se kao „glavna djelatnost za koju tko ima određenu spremu i kojom zarađuje za život; zanimanje” (HJP, 2017), tj. kao stalno zanimanje kojim čovjek zarađuje novac za životne potrebe: zvanje, struka, služba” (Šonje 2000 prema Hebrang i Hebrang, 2010: 68).

Profesionalac se definira kao „onaj koji svoj posao obavlja svjesno, vješto i temeljito” (HJP, 2017). Branko i Vladimir Hebrang definiraju profesiju ne kao zanimanje, nego „(...) kao zanimajnsku grupu za koju je potrebno posebno visokoškolsko znanje pomoću kojeg se rješavaju problemi. Tipično obilježje profesije je i usvajanje novih znanja usavršavanjem tijekom karijere, požrtvovanosti i dosmrtnog prava na profesiju” (Hebrang i Hebrang, 2010: 68).

Profesija se određuje kao „(...) plaćeno zanimanje, pogotovu ono koje se odnosi na dugotrajnu izobrazbu i formalne kvalifikacije” te upućuje na etimologiju latinske riječi *profession* (n.). Ona je pak izvedenica od latinske riječi *profiteri*, koja znači javno proglasiti. Profesija se definira kao zanimanje za koje osoba obznanjuje svoje vještine (Vukić, 2020: 58).

2.5. Novinarstvo i vještina

Paul Sheenan (1972: 152-153) smatra kako novinar „(...) mora uvijek bitin spreman za akciju. I to ne samo da postavlja prava pitanja, nego uvijek treba gledati, promatrati, kako ljudi reagiraju, njihove grimase, neverbalnu komunikaciju, podsvjesne kretnje... Novinar stvara povjerenje novostečenih izvora vijesti time što je uvijek točan i što neće iznevjeriti. Novinar je pažljiv i taktičan, ali ne i ponizan. Kad god razgovara s raznim osobama, pamti sve što je novo rečeno i to pohranjuje u pamćenje. Kada treba pisati tekst koji ne ide u prilog nekoj osobi, nastojat će je ne povrijediti i izbjeći osobne animozitete. (...) Ophodi se sa ljudima na njihovoj razini. Primjenjuje uvijek nove tehnike koje mu omogućuju lakše obaviti posao, a mnogo čita – ne samo kako bi se informirao, nego i da bi stalno usavršavao stil pisanja. Rječnik i gramatika uvijek su mu pri ruci. Čita sve, ne samo svoje novine, a naročito čita suparničke. ”

Kao definiciju novinarstva, Malović (2005: 11) navodi da je ono „struka kojom se prikupljaju, pišu, uređuju i objavljuju informacije, kako za novine, tako i za druge tiskovine, radio i televiziju.” Kvalitetno novinarstvo temelji se na profesionalnim standardima izvještavanja, a to su istinitost, poštenje, točnost, uravnoteženost te nepristranost (Isto: 20).

1) Istinitost

Temeljnou kategorijom smatra se istina koja nema alternativu, a osnova su točni podatci. Novinar mora izvještavati o činjenicama koje je osobno vidio ili saznao od povjerljivih izvora, kako bi izbjegao zamke interpretacije (Malović, 2005: 20).

2) Poštenje

Novinar prilikom izvještavanja mora biti objektivan, odnosno bez zalaganja za pojedino stajalište, a događaj iskazan na što vjerodostojniji način. Objektivno izvještavati znači i izvještavati bez predrasuda, kao i odbiti svaku korist, posebno materijalnu, u svrhu izbjegavanja nepristranog izvještavanja (Malović, 2005: 25-27).

3) Točnost

Kao važno svojstvo vijesti, navodi se i točnost gdje svaka iznesena činjenica, neovisno o veličini vijesti, mora biti točna. Obzirom da se neznanje i brzina ne mogu priznati kao pokriće netočnih činjenica, veliku pozornost treba posvetiti pisanju imena i prezimena, datuma i citata. „Dakle, pogreške se mogu smanjiti, a neznanje izbjeći ako se dobro i stalno provjeravaju informacije i podaci. (...) Pritom stradava brzina, ali bolje kasniti pa biti točan, negoli biti prvi, i pogriješiti. ” (Malović, 2005: 36)

4) Uravnoteženost

Kada informacije dolaze od većeg broja izvora, novinar je dužan pokazati sve informacije i predložiti dokaze svih izvora vijesti. Uravnoteženo izvještavanje je bitno prilikom situacija poput sukoba, nesreća, ali i predizbornih kampanja, u svrhu prikaza svih stavova suprotstavljenih strana i osiguranja dostupnih informacija cjelokupnoj javnosti (Malović, 2005: 37).

5) Nepristranost

Nepristrano izvještavanje podrazumijeva prikazivanje događaja točno kako se dogodio, bez iskaza osobnih novinarovih stavova. Novinar je dužan napisati vijest bez uređivanja i naklonosti nekoj od strana koje sudjeluju u događaju (Malović, 2005: 42).

2.5.1. Kodeks časti hrvatskih novinara

Prilikom obavljanja svoga rada, novinari su „dužni braniti ljudska prava, dostojanstvo, slobode i vrijednosti, uvažavati pluralizam ideja i nazora, opirati se svim oblicima cenzure, pridonositi jačanju pravne države i kao dio javnosti sudjelovati u demokratskoj kontroli moći i vlasti” (Kodeks časti hrvatskih novinara, 2009).

Novinari moraju poštovati pravila Ustava i zakona Republike Hrvatske, njegovati etiku javne riječi i uvažavati dostignuća i vrijednosti nacije. Obvezni su pridržavati se profesionalnih etičkih načela, koja štite prava pojedinaca i javnosti na informaciju (Isto).

2.6. Značenje pojma novinarstvo

Kada je riječ o definicijama pojma novinarstvo, takve iznimno vrijedne za određenje novinarskih vještina koje se odnose na novinsku proizvodnju, one su opsegom preuske iz dva razloga. Prvi razlog bazira se na novinarstvo kao zanimanje. Drugi razlog obuhvaća dio novinarskih poslova, a novinarske aktivnosti nadmašuju novinarske kompetencije potrebne za prikupljanje, pisanje, određivanje i plasiranje informacija na kojima se inzistira (Vukić, 2020: 66).

Dakle, novinarstvo je konceptualno određeno iz svih perspektiva elemenata koje obuhvaćaju novinara urednika - kao ideologija, publike - kao društvo i kultura, edukacije - kao sveučilišne discipline, regulacije - kao zanimanja ili profesije te industrije kao ekonomije i proizvoda. Novinarstvo je proces prikupljanja, analiziranja i širenja informacija u javnom interesu. To znači da je ono profesija sa snažnim elementom društvene odgovornosti. Zato se od novinara zahtijeva da slijede najviše etičke standarde – točnost, uravnoteženost, nepristranost i istinitost, neovisno o bilo kakvim komercijalnim ili političkim interesima (Vukić, 2020: 66).

Uloga novinarstva je, što jasnije i točnije odražavati stvarnost. Podržavajući javnu raspravu, istražujući relevantna pitanja od javnog interesa i pozivajući donositelje odluka na odgovornost, pomaže održati povjerenje javnosti i angažman u institucijama koje upravljaju njihovim životima (Vukić, 2020: 67).

2.7. Modeli novinarstva

Prema povijesnom razvoju, razlikujemo pet modela novinarstva (Kovach, Rosenstiel, 2021: 68 - 213).

1) Novinarstvo provjere – Na prvom mjestu vrijednosti ovog tradicionalnog modela, nalazi se točnost, koja je temelj za daljnju izgradnju konteksta, tumačenja, rasprave i javne komunikacije. Ukoliko je temelj neispravan, sve ostalo je neispravno. Drži da su činjenice bitnije od mišljenja te ih stavlja u potpun kontekst zbog bržeg shvaćanja.

2) Novinarstvo tvrdnje – Pojavilo se rastom konkurencije i brzine te nadjačalo novinarstvo provjere. S pojavom kontinuiranog ciklusa vijesti 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu, koji je započeo s kabelskom televizijom i rastao sa internetom, vijesti su postale sve više usitnjene ili djelomične. Nekadašnje sirovine novinarstva počele su se izravno prenositi u javnost. Porastom broja novinskih kuća, izvori koji su razgovarali s novinarima i željeli utjecati na javnost, stekli su relativnu moć nad novinarima koji su ih pratili.

3) Novinarstvo potvrđivanja – Neutralno je i činjenično novinarstvo, intelektualno neovisno o stranci. Nije sklono baviti se teorijama zavjere i izmišljenim činjenicama. Ime je dobilo zbog potvrđivanja predrasuda publike, a dobivanjem njihove lojalnosti, vjernost pretvara u prihode. Postalo je novi oblik propagande, discipline u kojoj se činjenice obično koriste u službi jedne strane, u odnosu na drugu.

4) Novinarstvo interesnih grupa – Tehnologija interneta omogućila je slobodan protok informacija i lakši učinak na publiku, ali i smanjila broj redakcija, što je značilo pad odgovornog novinarstva. Zbog ekonomskog kolapsa, redakcije više nisu mogle pokrivati svaku priču svojim resursima. Ugroženost tiska, omogućila je interesnim grupama kreiranje, kontrolu i plasiranje njihovog novinarstva u digitalne medije.

5) Novinarstvo sakupljanja – Izgrađeno je na iskorištavanju i organiziranju podataka koje su proizveli drugi. Važno je prepoznati djelovanje u distribuiranom medijskom okruženju u kojem svi akteri, odrađuju posao za koji ne mogu jamčiti. Korisnici sadržaj prihvaćaju bez razmišljanja i znanja o pravom izvoru informacija.

3. DRUŠTVENI MEDIJI KAO PLATFORMA NEKVALITETNOG NOVINARSTVA

Nove tehnologije i platforme nametnule su redakcijama brži tempo rada i površniji pristup temi radi kraćih formi i većeg broja objava. Time se ugrožavaju temelji novinarstva kao što su provjeravanje izvora, raznolikost sadržaja, istinitost te općenito novinarska sloboda. Također, zbog novih načina rada u digitalnim redakcijama gube se visoki profesionalni standardi kao što su i standardi selekcije vijesti (Galtung i Ruge, 1965.). Novinare se potiče na objavu što više sadržaja, a uslijed toga se vrlo brzo zaboravlja što je u prethodno objavljenim člancima ostalo neprovjereno.

3.1. Koncept novinarstva na društvenim mrežama

Novinarstvo na društvenim medijima moderan je način prikupljanja, proizvodnje, distribucije i razvijanja vijesti i informacija. Kao što naziv govori, društveni mediji igraju važnu ulogu u ovom obliku novinarstva, što je brži i responzivniji, ali neprecizan i često razvijen iz mase mišljenja, a ne istine i činjenica. Novinarstvo društvenih medija, obuhvaća niz aplikacija, tehnologije vezanih uz mrežne platforme koje koriste medijski izvjestitelji, agencije pa čak i nezaposleni i neprofesionalni blogeri, pisci, za razvoj sadržaja o različitim temama i dijeljenja na platformama društvenih medija kao što su *Twitter*, *Instagram*, *Facebook* (Alejandro, 2010: 12).

Novinarstvo na društvenim mrežama u velikoj je mjeri slično *online* novinarstvu koje je digitalna verzija tradicionalnog novinarstva. Na internetu, novinarstvo ima konvencionalne novinske agencije i izvjestitelje, koji rade puno ili honorarno radno vrijeme kako bi izvještavali o najvažnijim vijestima i pričama na internetskim stranicama. (Ricchiardi, 2011: 56).

U pismu u časopisu *American Journalism Review*, Kevin Klose je napisao da je novinarstvo u svom najčišćem obliku svjedočenje događaja i njegovo bilježenje kako bi ga drugi mogli vidjeti i pročitati (Klose, 2009). Slično tome, u drugom članku časopisa *American Journalism Review*, Pamela J. Podger (2009) kaže da je novinarstvo slušanje onih koji imaju nešto za reći. U svojoj objavi na blogu pod naslovom „Društveno novinarstvo: prošlost, sadašnjost i budućnost”, Woody

Lewis iznijela je slične osjećaje o tome što je „društveni novinar”. Objasnila je da su društveni mediji usmjereni na slušanje, kao i na interakciju s drugima (Lewis, 2009).

Vadim Lavrusik (2011), opisao je promjenu s jednosmjerne komunikacije na stvar zajednice i kako će promjena pomoći novinarima. Drugi, uključujući autore *online* Nieman Reportsa za jesen 2009., Roberta G. Picarda i Richarda Gordona te Chrisa Martina, također smatraju da društveni mediji mogu pomoći novinarima da učinkovitije rade svoj posao. Novinari nisu jedini koji imaju koristi od povećane prisutnosti novinskih kuća na društvenim medijima.

Bez alata i aplikacija poput *Twittera*, društveni mediji jednostavno ne bi postojali. Mnogi medijski profesionalci izvijestili su o tome kako novinari mogu koristiti te alate. U članku za časopis *Wired*, Steven Levy raspravljao je o tome kako *Twitter* orijentiran na korisnike u stvarnom vremenu, mijenja informativne medije (Levy, 2009).

Facebook i *Twitter* postali su važniji nego ikad, a dio popularnosti alata proizašao je iz mogućnosti jednostavnog kreiranja vlastitih aplikacija. Također, Christine Greenhow i Jeff Reifman proveli su istraživanje o uključenosti *Facebook* zajednice kreiranjem i promatranjem različitih aplikacija (Greenhow, 2009). Konačno, iako su ovi alati popularni i važni, nisu jedini. Alati kao što je *Digg.com* dopuštao je korisnicima da pronađu članak ili *web* stranicu koja im se sviđa i podijele ih s drugima (Li, 2008). Li i Skoler sugerirali su da je *Digg.com* toliko koristan jer korisnici vjeruju onome što drugi korisnici predlažu za čitanje materijala, za razliku od onoga što bi članovi *mainstream* medija, poput urednika, mogli predložiti.

3.2. Nedostatci novinarstva na društvenim mrežama

Nedostatci društvenih medija za društvo i ljude se mogu razumjeti raspravom o njegovim različitim aspektima kao što je novinarstvo društvenih medija za izvještavanje, građansko novinarstvo i ukupni učinak društvenih medija na novinarstvo. Ovi kategorizirani nedostaci novinarstva društvenih medija su prikazani u nastavku.

3.2.1. Nedostatci građanskog novinarstva

Građansko novinarstvo odnosi se na participativni medij koji je društveno medijsko novinarstvo pružilo društvu u cjelini. Sada je svaki pojedinac sposoban proizvoditi i širiti informacije koje mogu biti njegovo osobno uvjerenje ili priča o njegovom susjedstvu. Ranije, javnost je bila prisiljena vjerovati u sve što joj se prezentiralo, jer nisu mogli provjeriti činjenice ili osporiti autentičnost informacija ili valjanost izvora. Novinarstvo na društvenim mrežama posebno je građansko novinarstvo dopustilo je publici da preuzme ulogu kritičara, koproducenta, ali i diseminatora (Hudson, 2017).

Građansko novinarstvo (engl. *citizen journalism*, *public journalism*, *civic journalism*) jedan je od kontradiktornih pojmova koji se nije uspio iskorijeniti niti uz pokušaje profesionalnih novinara niti akademske zajednice.

U današnje vrijeme građanima je zbog razvoja tehnologije omogućeno bilježiti događaje kojima svjedoče te na taj način postaju tzv. novinari amateri objavljujući informacije u javnom prostoru (Glasser, 1999.). Iako postoje ne tako daleki povijesni primjeri gdje su građani, objavljujući na društvenim mrežama fotografije i osobna iskustva s raznih prosvjeda, odigrali važnu demokratsku funkciju, pogrešno je zvati ih novinarima. Usprkos tome što postoje vjerodostojne javne objave nekih građana, oni nisu educirani za taj posao niti imaju odgovornost gdje se trebaju poštivati određena profesionalna i etička načela. Pripisivanje novinarskih vrijednosti njihovom amaterskom objavljivanju, u svojoj medijskoj analizi, tumačio je Andrew Keen te smatrao to degradiranjem demokracije, budući da glasovi stručnjaka s jedne strane i amaterskih građana s druge strane, postaju nažalost jednako vrijedni (Keen, 2010:69).

Međutim, građansko novinarstvo ostvarilo je svoj puni potencijal zahvaljujući nizu raznih mogućnosti objavljivanja na novim platformama, koji uz to čak i ostvaruju profit od oglašavanja. Zbog površne odgovornosti na individualnoj razini, građani novinari često pogrešno izvještavaju te nude mnogo lažnih, emotivnih i dramatičnih sadržaja kojima svakodnevno izlažu publiku. Može se zaključiti da je građansko novinarstvo dovelo do zbunjivanja i dezorjentiranja publike te je ista ta publika brojnija od bilo koje publike tradicionalnih medija (Allcott i Gentzkov, 2017.).

3.2.2. Nedostatci društvenih mreža kao izvora u novinarstvu

Nije iznenađujuće da moderni novinari sve više koriste alate i platforme društvenih medija kao što su *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat* te tako ostaju u tijeku sa najnovijim događanjima oko njih i dolaze do zanimljivih i jedinstvenih priča i vijesti koje će predstaviti svijetu. Ovaj oblik izvještavanja koji su prihvatili suvremeni novinari više je individualan, otvoren i sklon spekulacijama. Negativna strana izvještavanja na društvenim mrežama je dilema brzine, nasuprot točnosti, u koju je zarobljena većina modernih novinara. Sa ogromnom količinom informacija i detalja koji mu se dodaju svake sekunde, izvjestitelju ili novinaru gotovo je nemoguće provjeriti pravi izvor informacija ili se suzdržati kako bi priču završio prije i proširio ju na društve mreže. U gruboj pogrešci Londona Telegraph, lažni profil pakistanske bivše premijerke Benazir Bhuttoov, sin - Bilawal Bhutto Zardari uzimao je neke citate o islamu i objavljivao ga na stranicama društvenih medija (Maderazo, 2008).

3.2.3. Nedostatci društvenih medija za novinarstvo

Mainstream ili tradicionalno novinarstvo postalo je dinamično, pristupačno, otvoreno i suradničko uz pomoć društvenih medija. Tradicionalni novinari i reporteri više ne mogu prisiljavati javnost da vjeruju u priče i vijesti koje su predstavili i dolazi do pojave otvorenog novinarstva. Društveni mediji ukrotili su novinarske granice koje ranije nisu bile moguće tiskom i emitiranjem na tv. Svijet je postao manji i društvo je svjesno najnovije i najsitnije pojedinosti o tome što se događa u svakom kutku svijeta. Ljudi mogu sudjelovati, otkriti sve krivotvorene izjave, ispitivati novinske

agencije ili ih natjerati da iznose istinu uz pomoć društvenih medija. Iako su društveni mediji bili ovako korisni, oni imaju i negativne strane koje utječu i na novinarstvo (Angelo, 2019).

Platforme društvenih medija i Internet, sada su bombardirani vijestima i postoji toliko informacija da je gotovo nemoguće razlikovati lažne vijesti od pravih. Ponekad čak i lažna vijest građanskog novinara može preuzeti profesionalnog i legitimnog novinara i razviti se u priču koja bi mogla omesti novinara i nastojati da njegove agencije uspostave i održe vjerodostojnost i pouzdanost kod publike. Angelo (2019) tvrdi da je prisutnost novinske agencije ili novinara na više platformi društvenih medija, također važna kao ista informacija ili vijest iz istog izvora koju treba vidjeti javnost, inače će lako doći u oči društva za nepodudarnosti i štete povjerenju između vijesti agencija i javnosti. *Twitter* i *Facebook* koji su najčešće i najpopularnije društvene mreže medijske platforme, natjerale su novinare da traže najnovije vijesti iz izvora intervjua i osobnih *tweetova* slavnih i eminentnih osoba u raznim područjima. Ponekad ti novinari kopiraju te osobne *tweetove* ili komentiraju na njima što postaje vijest iz računa njihove novinske agencije ili javnih računa. Građanski ili anonimni izvori su sada neobuzdani na društvenim mrežama što bi moglo biti udarna vijest, čak i prije nego što stigne službeno potvrdio.

4. ZAKLJUČAK

Novinarska profesija je javno zanimanje. Novinari kao profesionalci podržavaju i održavaju vjerodostojnost sustava odlučivanja i održavaju njegove funkcije. Najvažnije vrijednosti novinara su istinitost, nepristranost, neovisnost o komercijalnim i političkim interesima i odgovornost. Dakle, čak i ako se novinar bavi društvenim temama, ne smije težiti da bude politička snaga. Novinar može iznositi oštra mišljenja, ali to mora biti odvojeno od novinarskog posla, inače se narušava vjerodostojnost izvjestitelja kao neovisnog prenositelja informacija, a publika lako može pomisliti da je sve što dotični novinar radi pristrano.

Samoregulacija, praksa, svjesnost, zdrav razum i suradnja bili bi ključevi održivosti i etike u novinarstvu društvenih medija za budućnost. Mogu biti predloženi novi modeli, ali temeljni pojmovi poštovanja, dostojanstva, privatnosti i odgovornosti ostali bi sami. Edukacija i svijest o ulozi novinarstva, uz povećanje interesa učenika za ovo zanimanje, pomogli bi povećanju broja certificiranih i profesionalnih novinara.

5. POPIS LITERATURE

1. Alejandro, J. (2010). Journalism in the age of social media. Reuters Institute Fellowship Paper, University of Oxford, 2009-2010.
2. Angelo (2019). Social Media: Positive & Negative Effects on Journalism. <https://medium.com/@angelomosco/social-media-positive-negativeeffects-on-journalism-d99bda197787>
3. Baumann, Michael. "A Political Revolution Goes Viral ... Not So Fast." InformationToday [Medford, N.J.] Oct. 2009: 1, 52, 54. Academic Search Premier.
4. Comm, Joel. Twitter Power: How to Dominate Your Market One Tweet at a Time. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc., 2009. Print.
5. Farhi, Paul. "The Twitter Explosion." American Journalism Review 31.3 (2009): 27-31. Print.
6. Garber, Megan. "Fort Hood: A First Test of Twitter Lists." Columbia Journalism Review online.2009. http://www.cjr.org/the_news_frontier/fort_hood_a_first_test_for_twi.php .
7. Gordon, Richard. "Social Media: The Grown Shifts." Nieman Reports. Nieman Foundation for Journalism at Harvard, Fall 2009.
8. Greenhow, Christine, and Jeff Reifman. "Engaging Youth in Social Media: Is Facebook the New Media Frontier? ." Nieman Reports. Nieman Foundation for Journalism at Harvard, Fall 2009.
9. Holtz, Shel. "The Continuing Need for Professional Journalism." A Shel of my Formal Self. Accredited Business Communicator, 18 May 2009.
10. Hudson, E. (2017). The pros and cons of citizen journalism in social media. <https://medium.com/@hudson.elliemay/the-pros-and-cons-of-citizenjournalism-in-social-media-6c351b16ff2c>
11. Jurišić, J., Car, V. (2021) *Medijska agenda 2020. – 2030.*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti
12. Klose, K. "Notes from a New Dean." American Journalism Review 31.3 (2009): 2. Print
13. *Kodeks časti hrvatskih novinara* (2009) HND, <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinaral>
14. Kovach, B., Rosenstiel, T. (2021). The Elements of Journalism, Crown, New York
15. Levy, Steven. "Mob Rule! How Users Took Over Twitter." Wired Magazine . N.p., 19 Oct. 2009

16. Lewis, Woody. "Social Journalism: Past, Present, and Future." Mashable. N.p., 7 Apr. 2009.
17. Li, Charlene, and Josh Bernoff. Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies. Boston: Harvard Business Press, 2008. Print.
18. Lin, M. (2017). Social media journalism: pros and cons of Twitter. <http://www.mulinblog.com/social-mediajournalism-pros-and-cons-of-twitter/>
19. Loechner, Jack. "Gender and Age Consumption Differs in Evolving Media Usage Patterns." MediaPostBLOGs (Oct. 2009)
20. Lowery, Courtney. "An Explosion Prompts Rethinking of Twitter and Facebook." Nieman Reports. Nieman Foundation for Journalism at Harvard, Fall 2009.
21. Maderazo, J.W. (2008). The Benefits and Pitfalls of Using Social Media for Reporting. <http://mediashift.org/2008/01/the-benefits-and-pitfalls-of-using-socialmedia-for-reporting017>
22. Malović, S. (2005). Osnove novinarstva, Golden marketing – Tehnička knjiga Zagreb
23. Overholser, Geneva. "What Is journalism's Place in Social Media?" Editorial. Nieman Reports.org. Nieman Foundation for Journalism at Harvard, Fall 2009.
24. Podger, Pamela J. "The Limits of Control." American Journalism Review 31.4 (2009): 33-37. Print.
25. Ricchiardi, S., (2011), Impact and value of digital media CAN QUALITY JOURNALISM SURVIVE DIGITAL AGE?
26. Sheehan, P., (1972), Reportorial writing, Shilton Book Company, Philadelphia: 152-153. Print.
27. Skoler, Michael. "Why the News Media Became Irrelevant--And How Social Media Can Help." Editorial. Nieman Reports. Nieman Foundation for Journalism at Harvard, Fall 2009.
28. Vukić, T. (2020). Od novinara do novinarstva, Studija novinarskih vještina, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.