

PRIHODNOST IN MEDIJI

Mediji so ključni element pri uspešni manifestaciji načrtanih strategij in ciljev. Tega se zaveda tudi Evropska unija, ki preko Evropskega novinarskega centra širi svojo mrežo na lokalnem nivoju in s tem zagotavlja čim bolj neposreden pretok informacij med Brusljem in članicami.



[Vir: Global Change Multimedia](#)

Ritem in ambicije vsake organizacije v prvi vrsti zagotavlja vodstvo. Wilfried Ruetten je nekaj posebnega, ne samo zato, ker je direktor Evropskega novinarskega centra, ampak tudi zato, ker je človek vizij, sprememb in jasnih ciljev, ki jih z veliko poslušalci za ljudi in šibke signale, ki se oglašajo v družbi, tudi uresniči. To je njegova zgodba....

 Intervju z Wilfriedom Ruettnom

Kdo je Willie in ostalo o prihodnosti medijev

V: Torej, kdo je Willie?

O: V času Interneta opazimo postopno preoblikovanja vsega, kar je včasih predstavljalo definicijo lastne identitete. Na spletu si lahko več oseb hkrati, imaš lahko več identitet naenkrat. Gradnja in upravljanje vseh teh različnih identitet, ki so si lahko tudi v medsebojnem konfliktu, (je) bo nekaj, kar se bomo vsi morali naučiti učinkovito upravljati in uporabljati kot našo komunikacijsko prednost.

Torej, ta človek, star 55 let, moški, poročen, z univerzitetno izobrazbo in 15-letnimi izkušnjami v broadcasting in novinarskem izobraževanju in danes nemški direktor nizozemske mednarodne fundacije imenovane Evropski novinarski center, bi lahko prav tako blogal kot afriški aktivist, ki zahteva več pomoči za države v razvoju na Global Voices.com ali bi ga lahko našli, kako se v živo pojavlja na YouTube kot 16-letno dekle "Minnie from Minneapolis", ki je navdušena nad Nelly Furtado in Linkin Parkom in je zagledana v Orlanda Bloomu.

V: Kaj je tvoja strast?

O: Poleg tega, da resnično obožujem soul glasbo in branje ameriških kriminalnih romanov avtorjev, kot sta Elroy in Connely, je prihodnost tista, ki me res zanima. Nekaj vprašanj, ki si jih postavljam:

- kako bodo današnje šibke signale sprejemali jutri;
- kako bo sprememba vplivala na medijsko industrijo,
- kako se lahko internet spreobrne v še boljše orodje za raziskave in komunikacije,
- kako lahko inovacija prispeva k boljšemu življenju vseh nas,

- katere strukture in podeljeni interesi obstajajo, ki ovirajo spremembo in inovacijo in želijo ohranjati status quo,
- kako se lahko omogoči vse več ljudem, da prispevajo v zakladnico človeškega znanja, in da delijo to, kar vejo in kar imajo radi.

V: Kaj pomeni biti direktor EJC-ja (op: European Journalistic Center – Evropski novinarski center)?

O: Pomeni odlično priložnost, da sledim svojim strastem, ki sem jih pravkar omenil. Preko 15 let je EJC koristen v izobraževanju novinarjev iz Evrope in držav po vsem svetu, in jim je pomagal v boljšem razumevanju njihovih služb, tem, ki jih pokrivajo, in pomembnih razvojih v medijski industriji, ki vplivajo ali bodo vplivale na njihove službe.

To vse nalaga veliko odgovornost na moja ramena, saj je EJC mednarodno zelo spoštovana organizacija, in vedno se moramo truditi, da zagotavljamo ta ugled, s tem, da stremimo k resnično dobrim stvarjem, in nismo zadovoljni z drugo najboljšo stvarjo. To pomeni, da moramo najti dobre učitelje, predavatelje, in profesionalce v industriji, ki jih prav tako vodi vizija odličnosti, in želijo deliti, kar so se naučili v svojih profesionalnih karierah z drugimi, ki šele začenjajo novinarsko kariero, ali deliti izkušnje s tistimi, ki so delali v tej industriji nekaj let, zdaj pa iščejo nove izzive ali nove usmeritve v svojih profesionalnih življenjih.

Moram priznati, da se počutim zelo privilegiranega, da sem direktor te organizacije, ker mi omogoča podporo toliko dobrih kolegov v njihovem nadaljnjem izobraževanju, in ker lahko igram pomembno vlogo v zagotavljanju resnega mreženja med temi profesionalci.

V: Kaj je primarna vloga centra v EU?

O: Primarna vloga Evropskega novinarskega centra je pomagati izobraževati novinarje o kompleksnih temah, kot so delovanje Evropske unije, konvergenca (kot integracija teksta, avdia in videa v publikacijah na spletu) in inovativni sistemi ter vloge, ki jih različni igralci igrajo v tem inovativnem prostoru.

Še več, vidimo se kot institucija, ki jo zanimajo prihodnost medijev (o tem delamo resne raziskave) in tudi teme, kot je dobro upravljanje medijev in prihodnosti avtorskih pravic.

Ciljamo na novinarje, ki delajo v tradicionalnih okoljih, kot so tiskani mediji, radio in TV, vendar želimo tudi boljše zajeti državljske novinarje, blogerje, video novinarje in vse tiste medijske delavce, katerih opisi dela morajo biti še narejeni.



Willi se v živo po Skypu iz Nizozemske javlja v Ljubljano na Regionalno konferenco o inovacijskem novinarstvu Stanford po Stanfordu 2007, 14. junij 2007.

V: Kaj je tvoja najhujša nočna mora?

O: To mora biti moj zobozdravnik, res. Pravkar mi je izpulil 3 zobe in namignil, da bo moral verjetno še ostale 4. Poleg tega vidim več priložnosti kot nevarnosti v (mojem) življenju. Kakor

pravi pregovor v mojem domačem mestu Colonia: „Do sedaj so se stvari vedno izšle“.

V: Ali lahko novinarji igrajo aktivno vlogo v razvoju prihodnje družbe?

O: Da, novinarji so to storili v preteklosti in bodo to počeli še v prihodnosti. Demokracija brez svobode izražanja ne obstaja in svoboda tiska je ključna za vsako odprto družbo. Novinarji imajo pomembno funkcijo "psa čuvaja", ki zagotavlja, da so politiki in drugi uradniki pod profesionalnim nadzorom in so odgovorni za svoja dejanja.

Še več, glede na to, da se javnost sooča z vse bolj naraščajočo količino (dez)informacij, lahko novinarji delujejo kot vratarji, ki razlikujejo pomembno od senzacionalnega, primerno od samo zanimivega. Kot medijski profesionalci lahko osmislijo ta vse bolj kompleksen svet (in komunicirajo ta smisel), v katerem živimo.

V: Kaj je največja sprememba, ki jo opažate v medijski industriji: kako se kaže?

O: Opažamo zameglitev mej na številnih področjih profesije in premik k bolj horizontalni (peer-to-peer) komunikaciji:

- novinarji iz tiskanih medijev združujejo podcaste in video v svojih zgodbah. Razdelitev delavcev v (kreativne) pisce in tehnično (podporno) osebje izginja.
- državljski novinarji in blogerji zdaj komunicirajo in objavljajo prav tako dobro, kot tisti, ki se imenujejo "medijski profesionalci". Razlikovanje med založniki in občinstvom izginja.
- vsebina je brezplačna in lahko dostopna vseh vseh in bo v prihodnosti še bolj. Že danes je ena tretjina dnevnih časopisov brezplačna.
- vsi mediji so na vseh platformah ves čas: različni distribucijski kanali za medije izgubljajo svoje izrazite lastnosti: vsebina, ki prevladuje je prisotna 24 ur na dan, sedem dni v tednu in je dostopna na vseh platformah.
- vertikalni komunikacijski modeli ("one to many", "broadcasting", "ex cathedra") so nadomeščeni z bolj horizontalnimi komunikacijskimi modeli v »peer to peer« omrežjih, kot so "myspace", "facebook", "wikipedia", "flickr", "delicious" in ostale t.i. "web 2.0" aplikacije in omrežja.

Skupine ljudi zainteresirane za določeno temo začinjajo spoznavati, da za deljenje svojega znanja potrebujejo vse manj tradicionalnih (in hierarhičnih) struktur, da bi dosegli svoje cilje, in da bi moč množice nadvladala vsako lastniško znanje, ki ga moramo kupiti iz komercialnih virov.

V: Ali se mediji dobro odzivajo na dinamično in stalno spreminjajočo se družbo?

O: Mediji sami so del tega dinamičnega in stalno spreminjajočega se sveta, zato se soočajo z vsemi izzivi, s katerimi se v globaliziranem svetu soočajo vse industrije in profesije. Ali se odzivajo dobro, ker v bistvu ljubijo spremembo?

Raje bi rekel: mediji se spreminjajo, ker se morajo. Preveč moči, denarja je na kocki - v primeru, da mediji ne bodo kos tem izzivom, bodo prosto mesto zavzeli drugi tržni igralci.

Zato medijske hiše in založniki, kot je Murdoch, uporabljajo novo, ker ga morajo. Na žalost na drugi strani kaže, da predvsem večina javnih broadcasting podjetij ne jemlje teh nastajajočih sprememb zelo resno. Številni od njih se pretvarjajo, da se ni nič spremenilo, in da jim bo javnost, ki plača članarino, utirala pot tudi v prihodnosti. Tu je malo zamegljenega prostora: iste stare hierarhije se zdijo nedotakljive, novice se še vedno dostavljajo od zgoraj, in razvoj v "uporabniško generirane vsebine" je zaznan kot nevarnost, namesto da bi javni RTV servisi v tem videli priložnost in omogočili uporabnikom, da bi postali producenti.

Vendar, gledano na splošno; da, mediji se dobro odzivajo na spremembe: novinarji so ponavadi zelo radovedni, pogosto prezirljivi in vedno zainteresirani za naslednjo zadevo. Vse spremembe, ki zadevajo družbo kot celoto, ponavadi zelo kmalu vplivajo tudi na medije, kajti mediji se tako zanimajo za novo in nenavadno, da morajo biti vedno pred naslednjim zavojem, drugače izgubijo bralce in uporabnike.

V: Ali za medije obstaja prihodnost? Se bodo združili z drugimi industrijami ali bodo ostali profesija?

O: Da, seveda prihodnost obstaja. Spomnite se: kakih 500 let nazaj je obstajala samo ena knjiga, Biblija, ki je skušala vladati nad življenjem ljudi. Danes obstaja na deset tisoče časopisov, spletnih strani, radijskih in TV postaj, ki se vsi borijo za pozornost in čas uporabnikov. Soočeni s tako

močnim povečanjem (publikacij, distribucijskih kanalov in naprav) so mediji vedno mešali avtorstvo/vsebinsko produkcijo s pomembnimi distribucijskimi tehnologijami v tisku, radiu in televiziji, in zdaj s spletnimi tehnologijami.

Novi igralci stalno vstopajo na medijski trg, in zdaj vidimo telefonska podjetja, ponudnike internet storitev in tehnoloških podjetij, kot je Apple, ki zasedajo medijski prostor, ki je bil včasih rezerviran za izdajateljske hiše in nacionalne RT servise. In seveda so tu novi udeleženci, kot so blogerji in državljanski novinarji, ki odkrivajo svoj novi glas, in omogočajo, da se te glasove sliši.

Sicer pa čvrsto verjamem, da medijski delavec je in bo ostal profesija: mogoče se bo naloga medijskih profesionalcev spreminjala, vendar bodo manj obremenjeni z vedenjem in pripovedovanjem resnice iz vrha, in jih bo bolj zanimala vloga vratarjev in zagotavljanje vsem tem novim udeležencem medijskega prostora, da najdejo in utrdijo svoje glasove in omogočijo, da se ti glasovi slišijo.

Medijska pismenost bo osnovna veščina za prihodnost, in profesionalci v industriji bodo (ali raje: bi morali) posvečati več časa in strokovnega znanja v zagotavljanje vse več ljudem, da uporabljajo medije kot orodja, da izrazijo svoje poglede in mnenja.

V: Ali lahko projekti kot je InJo (op. inovacijsko novinarstvo) pomagajo?

O: Da, seveda. Verjamemo, da je to nov in glavni pristop za boljše razumevanje in pokrivanje sveta okoli nas. Gre stran od tradicionalnega vertikalnega pristopa v poročanju (politika/poslovanje/šport/življenje/zdravje itd.) in gleda na svet v bolj horizontalni maniri, identificira spremembo, njene predstavnike in ključne igralce v zgodnji fazi.

InJo je o "odkrivanju šibkih signalov" in v ojačanju teh signalov. InJo identificira, zajame in spremeni procese in s tem nenadoma postanejo novinarji, ki pokrivajo te teme, sami nosilci spremembe. To je dokaj nenavadno za tradicionalne novinarje, ki sebe ponavadi vidijo bolj v vlogi opazovalcev kot akterjev, vendar verjamemo, da je InJo bistveni novi koncept, ki ne bo samo pomagal bolje razumeti svet, ampak ponuja odlično priložnost za tiste, ki se zanimajo za "veliko sliko", da bi bolje pisali in poročali o spremembah, ki se dogajajo okoli nas.

V: In tvoja zaključna misel?

O: Moja zaključna misel, ki bi jo želel deliti s slovenskimi medijskimi profesionalci. Nekoč sem videl napis na zidu, ki mi je dal zelo dober nasvet. Na grafitu je pisalo: "Edine svoboščine, ki jih dobite, so tiste, ki si jih vzamete". Zato se ne bojte. Objemite novo, in pojdite za tem!

Willi je kot ponavadi zadel bistvo. Njegovi široki pogledi in globoko zanimanje za lokalne, profesionalne in globalne teme ga utrjujejo kot dragoceno medijsko osebnost. In tu je lahko odgovor na vprašanje prihodnjih medijskih trendov...mediji bodo ključni igralec za združevanje ljudi, horizontalno in vertikalno, in bodo ponudili platformo za izmenjavo pogledov, idej in rešitev. Postanimo del te razburljive prihodnosti...

Intervju z g. Ruettnom je opravila mag. Violeta Bulc v juniju 2007.

Kdo je Wilfried Ruetten?



Direktor Evropskega Novinarskega centra, Maastricht, Nizozemska, neodvisni, mednarodni in neprofitni inštitut. Center deluje kot facilitator in partner v različnih projektih usposabljanja novinarjev. Bivši vodja Šole za digitalno televizijo, University of Applied Science, Salzburg, Avstrija. Pred tem delal v javnih in privatnih broadcasting organizacijah, vključujoč ARD in RTL Skupino, in v novinarskem izobraževanju. Zanima se za nove priložnosti za objavljanje na internetu in za področje državljskega novinarstva.

Razlaga ključnih pojmov

Citizen journalism (državljsko novinarstvo)

Dejavnost državljanov, ki igrajo aktivno vlogo v procesu zbiranja, poročanja, analiziranja in posredovanja novic in informacij. [Več](#)

Civic journalism

Novinarstvo profesionalnih novinarjev, ki jih vodi prepričanje, da ima novinarstvo dolžnost do javnega življenja, ki gre preko preprostega posredovanja novic ali številnih dejstev. [Več](#)

Tematske povezave

[European Journalism Center](#)

[EU 4 Journalists](#)

[Brussel Reporter](#)

[E Content Summit](#)

[Red Herring](#)

[PodTech.Net](#)

[Vest](#)

[Go 2 web 2.0](#)

[Endless Innovation](#)

[The Business of Innovation](#)

[Project Red Stripe](#)

[Putting people first](#)

[Core77](#)