

Jau netrukus Paninfo.lt žiūrėkite projekto “Redakcija socialiniuose tinkluose: kas laimi influenceriai ar tradicinė žiniasklaida” laidas.

Socialiniai tinklai – žiniasklaidos prakeiksmas ar išsigelbėjimas tuo pačiu metu. Iš vienos pusės, jie atima pajamas iš „Feisbuką“ ir „Instagramą“ keliasi klasifikuoti skelbimai ir įprastinė reklama, kurie atnešdavo pagrindinės spausdintos žiniasklaidos, ypačingai rajonuose, pajamas. Šiandien padėtis tokia, kad net vidutinis influenceris turi kur kas didesnę auditoriją nei daugelis nedidelių žiniasklaidos priemonių. Apie tai, kas vyksta ir kaip iš to gauti naudos diskutuosime mūsų projekto rėmuose.

Šiandien žurnalistai susiduria su iššūkiais, kuriuos sukelia naujos žiniasklaidos technologijos. Žurnalistika patiria didelių pokyčių, susijusių su socialinėmis, kultūrinėmis, ekonominėmis ir technologinėmis permainomis. Socialinė žiniasklaida suteikia naujų savybių, pavyzdžiui, interaktyvaus dialogo ir socialinės sąveikos. Žurnalistai dabar gali palaikyti tikrus pokalbius su savo auditorija. Tradicinis vienpusis bendravimas virsta dvipusiais pokalbiais.

Socialinė žiniasklaida suteikė tikrąją prasmę žodžio laisvei. Istorijoje dar niekada nebuvo taip lengva išreikšti save. Pagal Reuters Institute analizę penki iš šešių apklaustų žiniasklaidos priemonių redaktorių teigė, kad greitis ir betarpiškumas yra ta socialinės žiniasklaidos ypatybė, kuri jiems labiausiai padeda gauti ir skleisti naujienas. Pagrindiniai nurodyti pavojai-informacijos tikrumas, faktų tikrinimas, autorinės teisės, pavojus atskleisti asmens duomenis. Apklausti ir žurnalistai. Atsakydami į klausimą kokią poveikį socialiniai tinklai daro Web 2.0 pasaulyje, žurnalistai nurodė, kad socialinė žiniasklaida paveikė jų darbą, pasikeitė naujienų rinkimas ir informacijos sklaida. Daroma išvada, kad žurnalistika nėra mirusi, ji tik evoliucionuoja, o ateities žurnalistai taip pat turi iš naujo atrasti save.

Nauja problema, kurią iškėlė socialinė žiniasklaida, yra ta, kad naujienų yra per daug. Žmonės ne visada gali nustatyti, ar socialinėje žiniasklaidoje pateikiamos naujienos yra teisingos. Kuria naujienų organizacija jie turėtų pasitikėti? Kodėl? O ką daryti su nauja karta? Jie niekada nepasitikėjo jokia žiniasklaidos priemone ir gali pasiklysti tarp netikrų naujienų. Kita vertus, ryškus ir daryti su nauja karta? Jie niekada nepasitikėjo jokia žiniasklaidos priemone ir gali pasiklysti tarp netikrų naujienų.

Kita vertus, ryškus ir tradicinės žiniasklaidos komercializavimas. Siekiant būti pirmiems ir užsitarnauti dėmesio, o kartu ir “click-baitų”, kartais balansuojama ant etikos ribų, paminamos žmogaus teisės. Šiuo projektu mes siekiame parodyti, kad veiklą vystyti galima

laikantis įstatymų ir išlaikant pagarbą tiek sau, tiek auditorijai.

Projektą iš dalies remia Spaudos, radijo ir televizijos rėmimo fondas.

