

Univerzitet Crne Gore  
Fakultet za sport i fizičko vaspitanje  
Nikšić

Studijski smjer – Sportsko novinarstvo, III godina

# **Predmet – Radijsko novinarstvo**

Predmetni nastavnik – Dr sci. Miomir Maroš

# Karakteristike radija kao medija

- *Radio* (eng, fr, njem, prema lat. *zrak*) - emitovanje programa, ustanova, uređaj za prijem
- „bubanj vremena“, Maršal Makluan
- Podjela na tople i hladne medije, radio topao, a telefon hladan medij
- „Topao medij je onaj koji produžuje jedno čulo u 'visokoj definiciji'. Visoka definicija je stanje zasićeno podacima. Telefon je hladan medij, odnosno medij niske definicije, jer uho dobija oskudan broj podataka.“ (McLuhan, 2007:24)
- Televizija je po Makluanu hladan medij.

# Karakteristike radija kao medija

- *Personalni medij* – u Americi pred Drugi svjetski rat uočena je njegova mogućnost uticaja na pojedinca, a posredno i na mase. Za propagandu ga koristili fašisti i nacisti.
- *Intiman medij* – u američkoj teoriji, ali i u političke svrhe – „Stvaranje osjećaja da se radijski personal obraća slušaocu kao pojedincu, trebalo je da poveća ubjedljivost poruka“
- *Sporedan medij* – od 50-tih godina prošlog vijeka zbog pojave televizije, kao kompleksnijeg i jačeg medija, došlo je do promjene odnosa publike prema radiju, ali i do teorijskih promišljanja starijeg elektronskog medija

# Karakteristike radija kao medija

- *Sekundaran medij* – Slično britanskim teoretičarima, američki Stiv Voren ga karakteriše ovako jer se može konzumirati uz mnoge druge aktivnosti
- *Brzina i sveprisutnost*, uz jednostavnu i nisku produkcijsku cijenu - održava ga u medijskoj utakmici
- *„Radio je najbrži i sveprisutan medij. Radio može biti prisutan bilo gdje, u bilo kom trenutku, zato što mu nije potrebna prevelika tehnička i programska ekipa, kao ni preskupa tehnologija.“* (Zgrabljčić Rotar, 2007:23)

# Karakteristike radija kao medija

- Definicija teoretičarke medija Danice Aćimović
- „Radio je fleksibilan, prilagodljiv, individualan i lični medij. Njegova osnovna namena jeste da emituje muziku, da reklamira proizvod, ali i da brzo, kratko i precizno saopšti vest. On je dinamičan i popularan od samog nastanka. Jedinstvena svojstva radija su da je sveprisutan i da gotovo ništa ne košta kada ga slušamo.“ (Aćimović, 2008:48)
- Navodi i druga svojstva radija – *nevidljivost*, o čemu je govorio i Makluan, jer ne moramo da koncentrišemo pažnju na njega dok radimo druge poslove.
- Najveća prednost je što *slušanje radija ne zahtijeva kontinuitet*, jer možemo da ga slušamo koliko želimo i da mu se vratimo kad hoćemo.
- *Manjkavost* definicije jeste što sve stanice ne stavljaju vijesti na zadnje već na prvo mjesto, iako su takve u manjini.

# Karakteristike radija kao medija

- Veljanovski, Ugrinić (2014:17)
- *„Mi ćemo radio posmatrati kao masovni medij, kao specifičnu organizaciju u javnom ili privatnom vlasništvu, koja priprema govorne i muzičke sadržaje, namenjene široj ili užoj publici, a koji se mogu primati na različite načine, kroz etar ili u drugim platformama.“*

# Radio kao medij - svojstva

- *„Radio je medij koji afirmiše oralnu kulturu i dijalošku, odnosno, polilošku formu komuniciranja“* (Baraković, Mahmutović, 2013: 7)
- *Auditivan* način kodifikacije stvarnosti
- *Nevizuelan* i verbalan-verbocentričan
- Mejrovic – „medium teorija“ – mediji vrše uticaj samim svojim karakteristikama

# Radio kao medij – komparativne prednosti

- *Sveprisutnost* – mogućnost dopiranja na sva mjesta
- *Sekundarnost* – slušanje i prilikom drugih poslova
- *Najbrži medij* – reporteri izvještavaju u realnom vremenu dok se zbivanje odvija
- *Nevidljiv medij* – podstiče čovjekovu maštu i emocije što je prednost, a nedostatak je nemogućnost vizuelizacije
- *Fleksibilan – jednostavan* način prijema poruka, *konvergentna* sposobnost i prilagođavanje uslovima i *jeftin* medij, s aspekta publike i produkcije,



# Radio kao medij – specifična obilježja

- *Medij jedne dimenzije* – auditivan, okupira čulo sluha, znakovi – govor, muzika, zvučni efekti i tišina
- *Medij imaginacije* – tokom slušanja se postiže svojevrsna interakcija između reportera, slušaoca i predmeta-osobe o kojoj se izvještava
- *Medij sadašnjosti* – događaji se mogu prenositi u realnom vremenu, najjednostavnije telefonski, a reporter može i sve sam da snimi, piše i montira

# Radio kao medij – specifična obilježja

- *Intiman medij* – ostvaruje posebnu vezu sa slušaocima – radio se najčešće sluša kad smo sami pokazuju istraživanja, način obraćanja publici direktan, a žanrovi tako strukturirani
- *Ne zahtijeva kontinuitet u slušanju* – vremenom se stvorila navika intervalskog-povremenog slušanja, pa je tako blokovski podijeljen program i ključne poruke se ponavljaju
- *Komparativne prednosti* su omogućile opstanak radija u konkurentnom okruženju.
- One mogu biti *funkcionalno iskorišćene* uz adekvatno korišćenje izražajnih sredstava radija.