

Agencijsko novinarstvo i medijski tehnološki razvoj

Prof.dr Velizar Sredanović

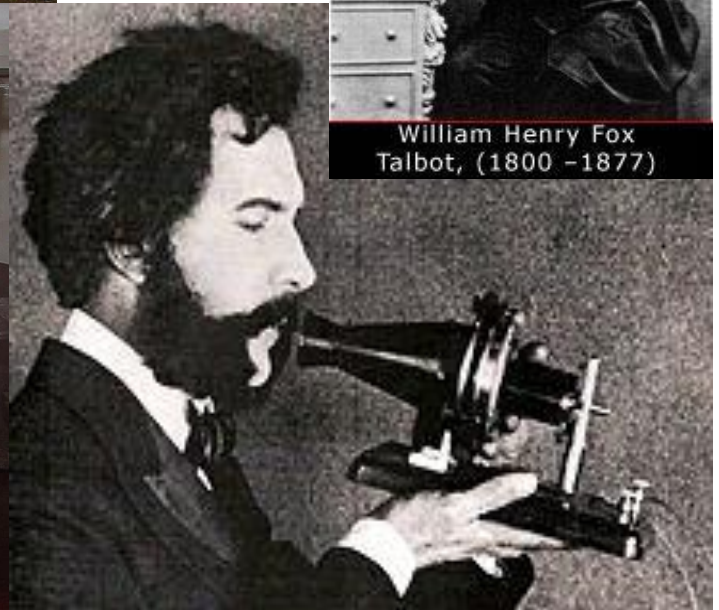
Prva agencija “Avas” 1835.g. u Parizu



- Šarl Luj Avas, 1835.g. u Parizu osniva agenciju za prevođenje najvažnijih članaka koji se pojavljuju u stranoj štampi, namjenjenim francuskim diplomatama. **Proširio je informativnu službu uz pomoć golubova pismoša.** Svakodnevno je uspjevao da dobije podatke o stanju na londonskoj berzi i da ih proda pariskim novinama. **Agencija Avas će preko sto godina zadržati jake pozicije, ne samo u nacionalnom okviru, već i na svjetskoj sceni,** a novembra 1846. njen vlasnik će biti odlikovan ordenom Legije časti. **Agencija se održala, ali nije dobila nasljednike sve do pojave telegrafa.** One će decenijama kolokvijalno biti nazivane „službe putem žice” (wire services).

Tehnologija slanja agencijskih vijesti

- Od poštanske kočije, broda, voza, čak golubije pošte (pismošča), sistema ogledala, telegrafa, telefona, satelita do interneta.



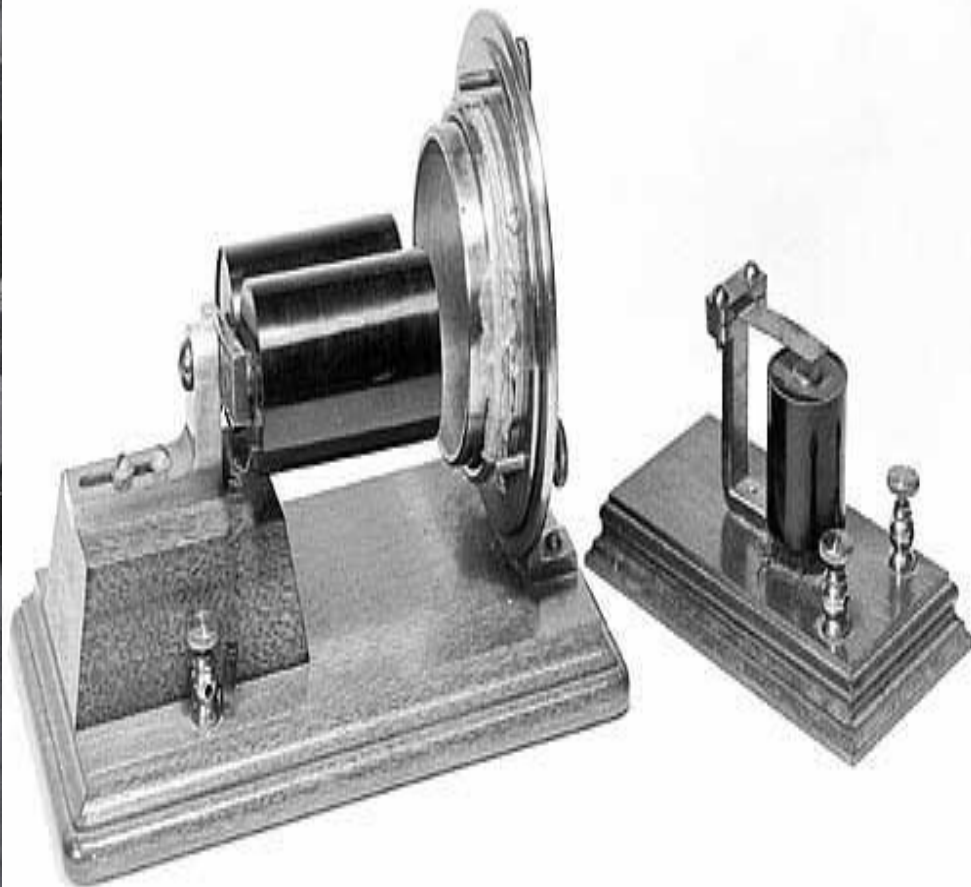
Telegraf Semjuela Morzea od 1838. premrežice svijet



Globalne i nacionalne novinske agencije

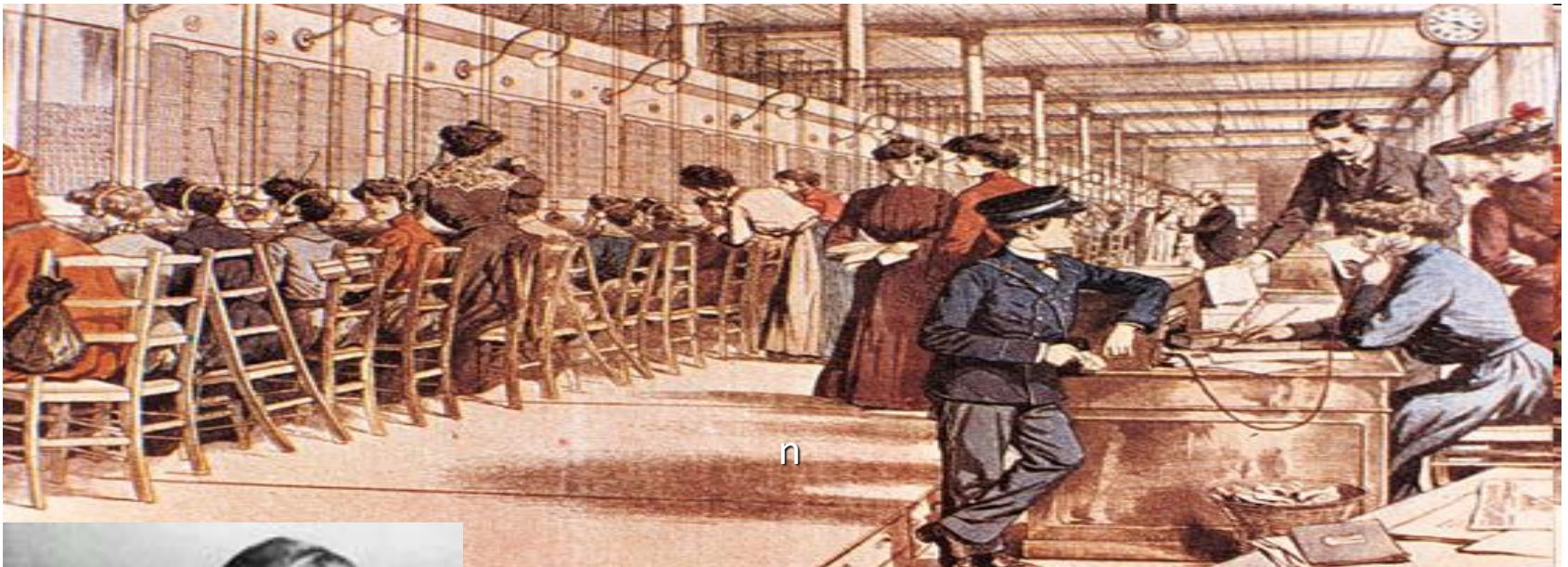
- Avasov saradnik Džulijus Rojter 1851. u Londonu osniva Rojters.
- Šest njujorških dnevnih listova osnovalo je 1848. zajedničku novinsku agenciju koja 1892. postaje Asošijeted pres (Associated Press – AP).
- Kasnije nastaju ostale velike novinske agencije: UPI (United Press International – preuzela ga agencija AP oko 2000. godine), AFP (Agence France Press), TASS (Telegrafnoe Agenstvo Sovjetskovo Sojuza),kasnije ruska Inter-tass,a u Kini- HSINHUA (Nova Kina)...
- TANJUG-Beta,Mina...

Aleksandar Graham Bel i telefon



Rani Markonijev primopredajnik

Ručna telefonska centrala



n



Guglielmo Marconi

Guglielmo Markoni

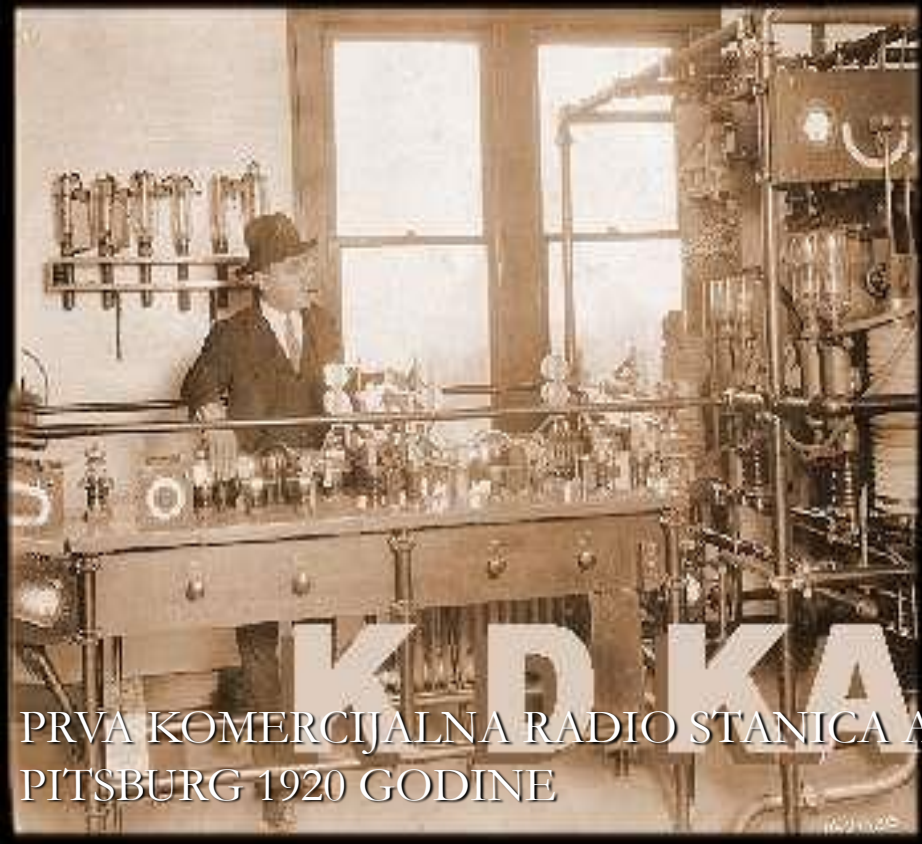


Sierra Papa International DX Group



Markoni sa svojom radio
stanicom

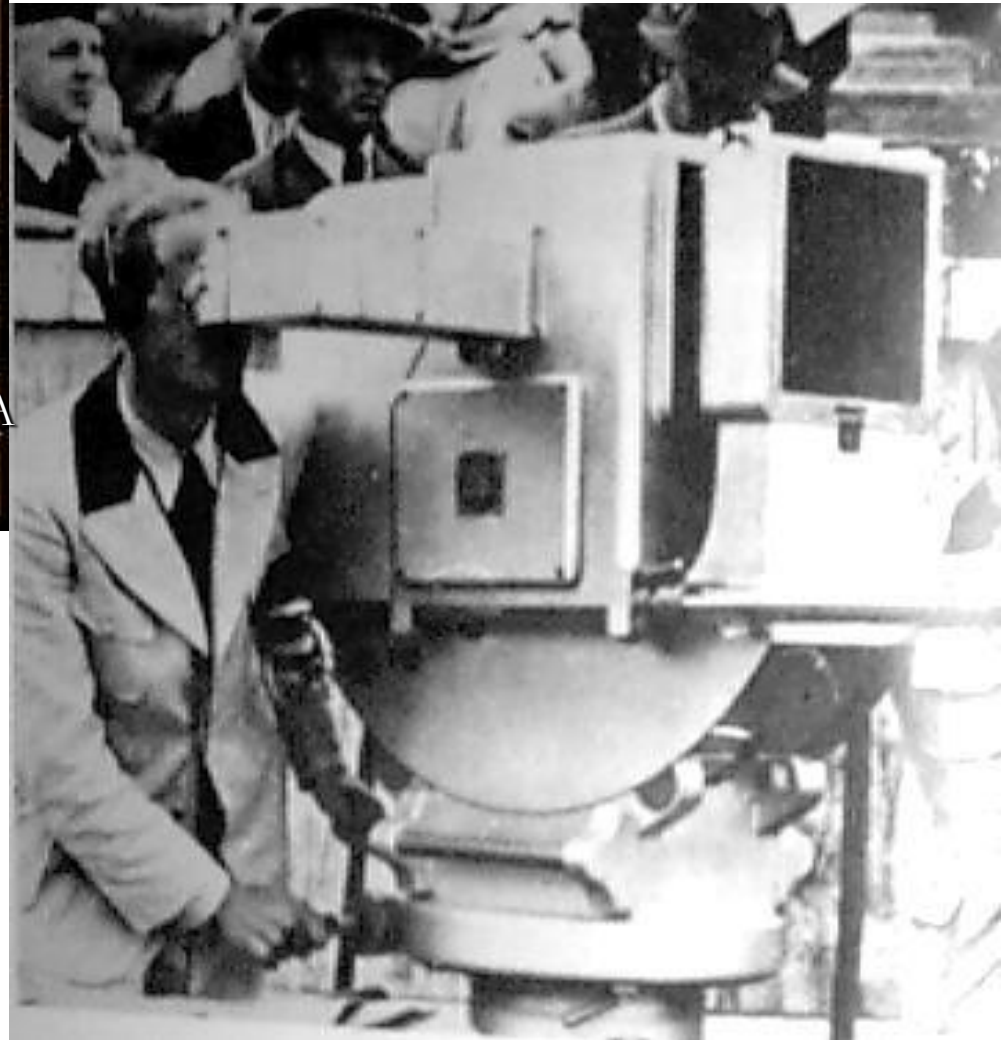
Zvuk i televizija od 1930. pogoduju razvoju novinskih agencija



PRVA KOMERCIJALNA RADIO STANICA A
PITSBURG 1920 GODINE



Radio prijemnik iz 30-tih godina



Ikonskop kamera na Olimpijadi u Berlinu 1936.

Globalne-satelitske komunikacije 1962.



Djelatnost novinskih agencija

- Novinske agencije su fabrike vijesti. Rade po principu brzo, kratko, jasno, pouzdano i sadržajno. Trude se da izvještavaju iz svih krajeva svijeta.
- Bitna razlika između novinskih agencija i drugih medija je u tome što novinske agencije opslužuju druge medije i tako, posredno, dolaze do krajnjih korisnika: čitalaca štampe, slušalaca radija, gledalaca televizije, korisnika Interneta.
- *Ponuda novinskih agencija:*
- **Generalni servis** koje obuhvataju sve aktualne informacije sa kojima agencija raspolaže
- **Specijalni servis** za štampu, radio i televiziju
- **Posebni servisi** za : političke teme, ekonomiju, kulturu, nauku, umjetnost, biografije, zanimljivosti, zatim servis dokumentacije...
- **Foto servis**
- **Fono servis**
- **Video servis**
- Na osnovu narudžbina prave se i specijalni prilozi za pojedine teme.

Novinska-agencija

Novinska agencija je posrednička informativna ustanova koja vlastitim i iznajmljenim kadrom, sredstvima veze i saobraćaja, svakodnevno prikuplja informativni materijal iz matične zemlje i inostranstva i uz naplatu ga dostavlja na korištenje domaćim i inostranim sredstvima i informacija (štampi, radiju, televiziji), drugim domaćim i inostranim korisnicima (državnim organima, privrednim, finansijskim, kulturnim drugim organizacijama i ustanovama)..
(Leksikon novinarstva, Savremena administracija, 1979)

„Novinska agencija je organizacija zasnovana na prikupljanju, obradi i distribuciji vijesti, čiji su proizvodi namijenjeni novinama, časopisima, radiju, televiziji i drugim medijima masovne komunikacije.
Jovanović N.-Lazarević D.(2008) Agencijsko novinarstvo, FPN, Bg.



Novinska-agencija

Za razliku od drugih medija, novinska agencija se ne obraća krajnjem korisniku: čitaocu, slušaocu, gledaocu. Glavni korisnici njenih proizvoda su mediji: printani, elektronski, ali institucije i pojedinci iz svijeta biznisa. Servise novinske agencije koristejoš i strani novinari, vladine ustanove, agencije, političke partije, NVO, kao i svi za čiju je djelatnost neophodno da budu u toku sa dnevnim zbivanjima u ekonomiji, politici, kulturi, sportu. Zadatak agencije je da brzo, tačno i nepristrasno izvještava o nekom događaju, društvenom procesu, koji su od javnog interesa.



