

Univerzitet Crne Gore  
Fakultet za sport i fizičko vaspitanje  
Nikšić

Studijski program  
Sportsko novinarstvo III godina

# **Predmet – Elektronski mediji – Online 1**

predmetni nastavnik – Dr sc. Miomir Maroš

# Uvod

- **Novi mediji** (danas) označavaju različite oblike sadržaja, načina njegove organizacije, prenosa i prikaza, a odlikuje ih interaktivnost, nelinearni pristup sadržaju dokumenta, digitalizovanost i multimedijalni način prezentacije (tekst, slika, zvuk, animacija, video).

# Uvod

- Pojam „novi mediji“ mijenjao se sa svakom novom tehnologijom prikaza, pohrane ili prenosa informacija.
- Fotografski aparat i gramofon bili su novi medij u 19. vijeku, a radio i televizija u 20. v.
- Nijedan stari medij nije ukinuo novi (Mekluan), izum pisma nije ukinuo usmenu komunikaciju, kao ni fotografija smanjila važnost slikarstva.
- Ima primjera da je nova tehnologija ukinula staru – kompjuter pisaću mašinu.
- Tipovi tehnoloških promjena – tranzicijske, transformativne i razarajuće.

[illegible]

# Tipovi tehnoloških promjena

- **Tranzicijske tehnologije** – mijenjaju način obrade sadržaja, prenosa i korišćenja, a to se zbiva uz znanje i pomoć medijske industrije.
- Primjeri razvoja televizije visoke definicije (HD TV) i „štampe na zahtjev“ (*print on demand*) gdje je interes pronađen u mogućnosti prodaje novih uređaja i nosilaca informacija.

# Tipovi tehnoloških promjena

- **Transformativne tehnologije** – mijenjaju istovremeno i način distribucije, a utiču i na strukturu sadržaja.
- Medijska industrija prati razvoj, nastoji „ostati u toku“, te priprema reakcije na nove modele za koje nijesu uvijek posve sigurni hoće li i kako opravdati očekivanja.
- Tu se može ubrojiti povećanje kapaciteta prenosa informacija (ADSL i sl), ali i razvoj multimedija i niza mobilnih uređaja.

# Tipovi tehnoloških promjena

- **Razarajuće tehnologije** – mijenjaju temeljni poslovni model medija i nailaze na snažan otpor medijske industrije jer su protivne njenim temeljnim interesima.
- Primjeri su pojava Napstera, servis za razmjenu muzike između učesnika mreže, koji je nakon 10 miliona besplatnih kopiranja izazvao sudske sporove zbog zaštite autorskih prava.
- Primjer su i participativni modeli medija koji čine upitnim poslovni model medija, jer sve veći broj sadržaja ispunjava publika – potrošači.





# Društvene promjene u informacionom dobu

Ovo što se dešava kod nas posljednjih godina, **Mek Kvejl** je, konstatovao ispitujući promjene koje su se još prije dvadeset godina dešavale u medijskom prostoru u Americi i Zapadnoj Evropi, a to su:

1. Napredak u **informatizaciji društva**, kojeg podstiču stalni tehnološki izumi;
2. Porast **internacionalizacije i globalizacije** ljudskih aktivnosti, što se danas čini već potpunim;
3. Nastojanje **deregulacije** tržišta, za razliku od ranije, kad su to sprečavale nacionalne vlade;
4. Uspon **postmoderne kulture**, koja je više vještačka, čulna i hedonistička.

# Promjene u masovnim medijima

One se odražavaju kroz nevjerovatan porast medijske prakse, sa više medija, kanala i većom produktivnošću. Tehničke mogućnosti proizvode medijsko blagostanje, gdje mediji više nijesu zatvoreni u nacionalne granice i pod slabijom su kontrolom političkog sistema. Tome doprinose i međunarodni sporazumi, uvezivanje medijskih korporacija.

- Prisutna je **“intertekstualnost”** masovnih medija – knjiga, novina, nosilaca zvuka, filma, televizije, radija, magazina, koji se preklapaju i jedan drugog “hrane” sadržajima komercijalnog tipa.
- *Osnovni pravci razvoja su –*
- *Ekspanzija i globalizacija*, koje su izazivači i nestabilnosti.
- *Komercijalizacija* je bitna za udaljavanje od javnog finansiranja, ali su njene posljedice po sadržaj i kulturu još uvijek kontroverzne.

# Konvergencija

Dvije bitne promjene u organizacionoj strukturi su:

- *konvergencija* između različitih oblika komuniciranja, koji su se oštro ranije razlikovali po svrsi, tehnologiji regulaciji. Sada postoje TV kanali koji ne proizvode vlastiti sadržaj, a telekomunikacije i novine obezbjeđuju audio - vizuelne usluge.
- 
- *fragmentacija* vlasništva, menadžmenta, proizvodnje, uređivanja, distribucije i istraživanja.

# Konvergencija

- Ključni proces koji je omogućio razvoj novih medija
- „ugrađen“ u *platforme* koje koristimo ili u *kanale* njihove distribucije, a još više i u sve *sadržaje*.
- Još bolji naziv „*digitalna konvergencija*“

# Konvergencija

- Moguće je o njoj govoriti iz 3 aspekta:
- MREŽE – polazi se od pretpostavke da će svi načini prenosa nuditi sve usluge i sadržaje
- KORISNIKA – univerzalni konvergentni uređaji omogućiće pristup svim sadržajima i uslugama
- POVEZIVANJA DOSAD RAZNORODNIH SEKTORA – 3C (content, computing, communication) što se upravo događa.

# Konvergencija

Konvergencija je rezultat –

- GLOBALIZACIJE I KONCENTRACIJE – mnogi će reći „deteritorijalizacije“, dok sve manji broj kompanija ima u vlasništvu sve više medija.
- DIGITALIZACIJE – konačno je stvoren univerzalni oblik pogodan za prenos i korišćenje u različitim medijima bez gubitka kvaliteta.
- DEREGULACIJE – sredinom 80-tih godina u SAD-u su postepeno ukidani propisi koji su onemogućavali medijskim i drugim kompanijama posjedovanje više vrsta medija, pa su distributeri postali i vlasnici sadržaja, a novinski izdavači počeli osnivati TV stanice i mreže.
- Internet predvodi postupak konvergencije !

# Uvod u Online i nove medije

- *Drage kolege,*
- *HVALA NA PAŽNJI !*
- *Miomir Maroš*
- [zapis@rtcg.org](mailto:zapis@rtcg.org), [miomirm@ac.me](mailto:miomirm@ac.me)