

Univerzitet Crne Gore
Fakultet za sport i fizičko vaspitanje
Nikšić

Studijski program
Sportso novinstvo III godina

Predmet – Elektronski mediji – Online 2

predmetni nastavnik – Dr sc. Miomir Maroš

Teorijski aspekti online komuniciranja

Internet omogućuje oblike komuniciranja koje imaju karakteristike masovnosti.

- Internet teoretičari smatraju novim medijem za masovno komuniciranje, koji se neprestano mijenja povećavanjem brzine pristupa, broja sadržaja i servisa te novim funkcijama (Barbara K. Kaye i Norman J. Medoff)
- Na temelju revidiranih ideja o tome što čini masovnu publiku još su 1996. godine utvrdili da se internet, odnosno pojedinačni servisi na njemu (npr. web stranice) mogu smatrati masovnim medijima. Svoju tvrdnju potvrđuju primjenom starih teorija, poput kritične mase (engl. *critical mass*), te teorije upotrebe i zadovoljstva (engl. *uses and gratifications theory*) (Merrill Morris i Christine Ogan)

Teorijski aspekti online komuniciranja

- Na temelju načina na koje korisnici pristupaju internetu sličnost je online medija s nedjeljnicima ili magazinima. Ta se pojava temelji na teoriji odabira medija (engl. *media selection*), prema kojoj su čitaoci pri odabiru medija aktivni, te biraju one medije koji im daju informacije vezane za njihove interese. No, internet dopunjuje sadržaj magazina.
- *Osim brze informacije, internet nudi mogućnost dobijanja dodatnih informacija – na istoj web stranici ili pomoću poveznica na neke druge stranice ili dokumente. Osim toga, internet nudi mogućnost povratne veze, traženja dubljih informacija ili čak kupovine.*

Teorijski aspekti online komuniciranja

- Društveno-političke afere i skandali povećavaju zanimanje za konzumaciju medija i detaljnije informacije, uključivši i internetske medije, no to je zanimanje kratkog vijeka.
- Kako bi povećali svoju publiku, pojedini mediji moraju se pripremiti dugoročnim planiranjem i strategijama, te pokušati aktualnim, ali kvalitetnim sadržajima i informacijama izazvati kontinuirano zanimanje ciljane publike.

Teorijski aspekti online komuniciranja

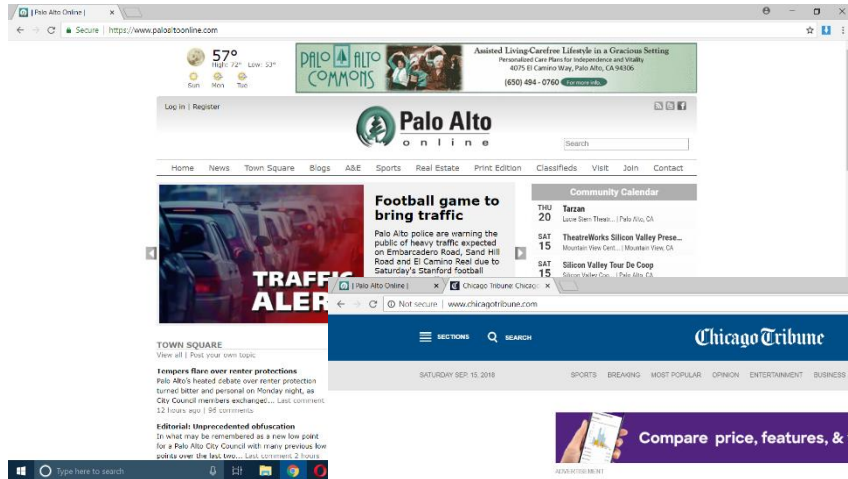
- Na internet se može primijeniti i teorija utvrđivanja djelokruga rada (*engl. agenda setting*), prema kojoj se događaji iz medija odražavaju na njihove korisnike. Međutim, ne samo što neki problem odmah nakon objavljivanja počne zaokupljati korisnike interneta, već on iz online okruženja ubrzo prelazi u najuticajnije (*engl. mainstream*) klasične medije. Postoji niz primjera koji potvrđuju tu karakteristiku interneta.
- Afera američkog predsjednika Billa Clintona i Monice Lewinsky najprije je objavljena na web stranici Drudge Report (<http://www.drudgereport.com>). Samo tri dana nakon toga jedne od najozbiljnijih američkih novina Washington post prenose tu priču koja je Clintona umalo stajala predsjedničke funkcije.

Online mediji

Online medije možemo definisati kao web stranice kojima je svrha informisanje korisnika, nezavisno da li radi o informativno – političkom, zabavnom ili nekom drugom sadržaju ili o digitalnom izdanju klasičnih medija ili novom mediju. One ostvaruju masmedijski učinak ili imaju mogućnost za njegovo ostvarivanje.

Istorija - Prvi online medij bio je *Paolo Alto Weekly* iz Kalifornije, koji je 1994. godine online novosti počeo objavljivati dva puta sedmično. Prve velike novine koje su uvele online izdanje su *The Chicago Tribune*, i to 1995. godine, a slijedio ih je *The New York Times* 1996. godine. Nakon toga ubrzano se povećava broj online medija. Od 1997. do 2001. broj *online medija* porastao za 120 odsto, ali je kasnije rast usporen.

Prvi online mediji



Chicago mayor's race



Bill Daley, who replaced Emanuel as Obama's chief of staff, running for Chicago mayor

Former U.S. Commerce Secretary Bill Daley is running for a job once held by Mayor Richard Daley. He would be the first to run to replace Mayor Rahm Emanuel.

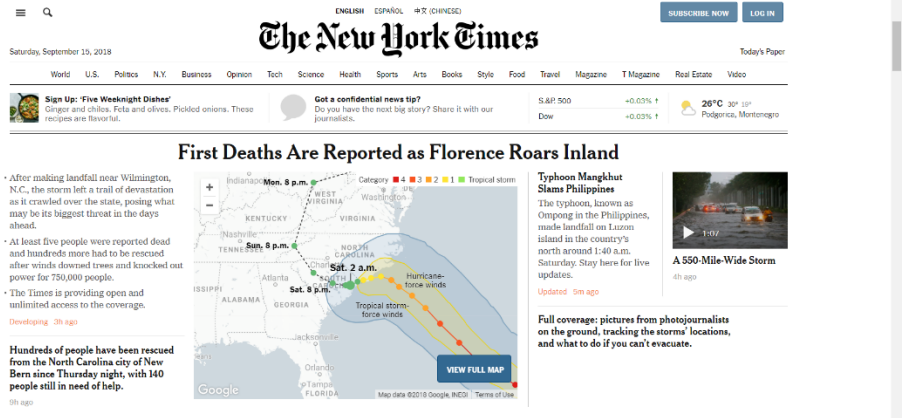
- MORE COVERAGE**
- Restaurant giant is first Kahn Emanuel dinner to give to another Chicago mayor candidate — Garry McCarthy
 - Chicago mayor's race: Who is in, who is out and who is still thinking about

Log in | Palo Alto Online | Chicago Tribune Chicago | The New York Times | B...

Secure | https://www.nytimes.com

Support Quality Journalism
Subscribe for only \$99

START NOW



Paul Manafort Agrees to Cooperate With Special

We'd like your thoughts on the New York Times home page experience. Let us know what you think >

Razlike online od klasičnih medija

- Dva načela razlike - izvor novosti i način prezentiranja novosti
- B. K. Kaye i N. J. Medoff ističu da čuvari vrata izvora novosti (engl. *gatekeepers*) u liku urednika ili producenata u online okruženju više nemaju potpunu kontrolu nad sadržajem, odnosno da u većini slučajeva ne odlučuju koje će se novosti objaviti i kako će se prezentirati.
- Način na koji se novosti prezentiraju u *online* medijima ima niz prednosti, ali i nedostataka. No, treba imati na umu da su online informacije, iako se web korisnici sve više orijentišu na internet kao primarni izvor informacija, ipak zamjena za konvencionalne medijske izvore.

Prednosti i nedostaci online medija

- **Prednost** - Ne postoje ograničenja kao što su vrijeme i prostor, *online mediji* preko interneta imaju globalni domet, a internet omogućuje da se novosti objavljuju neposredno nakon događanja ili čak u stvarnom vremenu.
- **Nedostaci** – Mogu biti u načinu isporuke novosti. Naime, da bi se pristupilo online medijima, nužno je imati računar ili mobilni uređaj s vezom na internet. Uz to, sadržaj online medija često se karakteriše kao isključivo digitalna verzija štamanoog ili elektronskog izdanja.

Vrste online medija - 4

- **24 – satni model** - Obično se objavljivanje novosti prilagođava vremenskoj zoni u kojoj se nalazi taj me–dij, pa se najviše novosti objavi u vrijeme najveće posjećenosti (od 10 ujutro do 5 sati poslije podne). Pojedini mediji takav način objavljivanja primjenjuju samo u kriznim situacijama. Većina online medija nastoji objavljivati novosti tokom 24 sata, ali to zavisi i o tome koje geografsko područje pokrivaju.
- **model oglasni prostor zajednice** - Osim novosti, nudi i informacije o zajednici, poput novosti u umjetnosti, vremenske prognoze i novosti iz privrede.

Vrste online medija - 4

- **zamjenski model** - iskorišćava gotovo neograničen prostor na internetu kako bi proširio sadržaj koji objavljuju klasični mediji. Sadržaj takvih online medija obično je originalan ili jedinstven u odnosu prema drugim izvorima. Mnogi lokalni online mediji primjenjuju taj model.
- **ekskluzivni model** - koriste ga online mediji koji objavljuju sadržaje koji nisu objavljeni nigdje drugdje. Model je vrlo skup i ekonomski teško održiv.

Online novinarstvo

- Nov način prezentiranja novosti, u skladu sa karakteristikama interneta, te njihove distribucije posredstvom online medija
- Doug Millison razlikuje online novinarstvo od ostalih oblika novinarstva na temelju četiri kriterijuma:
 - online - pristup istovremeno s događajem
 - online - kasniji pristup
 - online – multimedija
 - online – interaktivnost
- Ako *online* novinarstvo ne uključuje interaktivnost, multimedijalnost i raznovrsnost pristupa, možemo ga smatrati samo tradicionalnim oblikom novinarstva.

Online novinar i korisnici *online* medija

- Na internetu je veliki broj blog servisa, *Youtube* i drugih društvenih medija koji svakoj osobi s minimalnim računalnim znanjem omogućuju da bude izdavač. No nije sve što se objavi na internetu novinarstvo, niti je novinar svaka osoba koja ima blog ili *Facebook* profil.
- KODEKS novinara/novinarki Crne Gore:
- Novinar/novinarka je u službi javnog interesa.
- Novinar/novinarka je dužan/dužna da brani slobodu i pravo na neometano prikupljanje i saopštavanje informacija, kao i na slobodan komentar i kritiku.
- Kredibilitet novinara/novinarki i novinarske profesije počiva na profesionalnom poštenju, integritetu i znanju.
- Novinar/novinarka mora biti kritički posmatrač nosilaca društvene, političke i ekonomske moći kada izvještava o njima u interesu javnosti.

Online novinar i korisnici online medija

- *Online* novinar mora poznavati rad sa redakcijskim računarskim sistemima, odnosno sa sistemima za objavljivanje sadržaja online.
- Mora poznavati softvere za obradu fotografija i videozapisa.
- To nije stalan i rutinski posao – jednog dana može uređivati početnu stranicu, drugog interaktivan sadržaj, audio ili video sadržaj...
- *Korisnik* - osoba koja internetu i svim njegovim servisima pristupa bez obzira na to jesu li oni tekstualni, zvučni ili slikovni, te radi li se o *online* medijima ili ne radi, a koja pristupa stranicama, šalje mejlove i postavlja sadržaje.



Web 2.0

Pod ovim pojmom možemo obuhvatiti sve web stranice koje ostvaruju korist od aktivnosti svojih korisnika.

Pod tim pojmom razumijevamo i to da je internet:

- platforma na kojoj se može napraviti sve
- platforma koja korisnicima omogućuje interakciju i objavljivanje sadržaja, čak i izmjenu same platforme
- platforma koja ne zahtijeva veliko informatičko znanje
- platforma na kojoj korisnici kreiraju zajedničko znanje, koje je vrijednije od bilo kojega pojedinačnoga znanja (sinergija).

Univerzitet Crne Gore
Fakultet političkih nauka
Podgorica

Studijski program
Novinarstvo IV godina
Medijske studije i novinarstvo II godina

Predmet – Online novinarstvo

Predmetni nastavnik – Dr sc. Miomir Maroš