



Univerzitet Crne Gore
Fakultet političkih nauka

Onlajn novinarstvo i novi mediji

Drugo predavanje – *Posao onlajn novinara i novinarki*

Šta je glavna
razlika u poslu
onlajn i
tradicionalnog
novinara/ke?

- **Interaktivnost** – mogućnost da se dobije povratna informacija od publike i da na tu informaciju kao novinari/ke odgovorimo

Hvala što učestvujete u kreiranju sadržaja!

NAJNOVIJE

NAJČITANIJE

KOMENTARI

04.10. 15:38 h 179 192

- 1 Činčur: Nijesam promijenila stav oko formiranja vlade i skupštinske većine, isključenje Pejović atak na slobodan stav

05.10. 07:00 h 159 247

- 2 Pregovori o vladi: PES očekuje da Bečić prihvati Zenku

04.10. 10:00 h 117 117

Pravila komentarisanja

Autor: Antena M

05.01.2021. 06:59



Posao onlajn novinara i novinarki

- Koje su razlike u svakodnevnom radu onlajn novinara i novinarki, u odnosu na tradicionalno novinarstvo?
 - 1) Pristup poslu;
 - 2) Stvaranje i strukturisanje sadržaja;
 - 3) Interaktivnost;
 - 4) Kreativno razmišljanje.

Pristup poslu

- Onlajn novinarstvo iziskuje fleksibilnost, odnosno spremnost da se radi na različitim temama i zadacima tokom istog dana.
- U onlajn novinarstvu ne bavimo se samo izvještavanjem, već i *proizvodnjom* sadržaja.
- Kada su u onlajn redakciji, novinari i novinarke pokušavaju da stvore nov proizvod, a ne samo da izvještavaju

Stvaranje i strukturiranje sadržaja

- Za razliku od tradicionalnih medija, novinari i novinarke u onlajn medijima mnogo više razmišljaju na dnevnom nivou šta **publika** želi
- Publika traži zanimljivost, brzinu i efikasnost, zato onlajn sadržaj treba da bude prijemčiv i privlačan za publiku
- Brzo objavljivanje najnovijih informacija jedna je od ključnih prednosti onlajn medija u odnosu na sve druge. Novinari i novinarke su u stanju da brzo povežu novi sadržaj sa prethodnim i to na način koji je publici lako dostupan
- Bez obzira na razlike, **osnova izvještavanja ostaje ista u svim vrstama medija (tradicionalnim i onlajn)** – neophodno je provjeriti sve informacije, pozivati se na izvore i pridržavati se novinarskih standarda

Kreativno razmišljanje

- Uprkos tome što onlajn mediji imaju zajedničkih karakteristika sa tradicionalnim novinarstvom, brzina i format onlajn medija, zahtijevaju od novinara i novinarki da kreativno razmišljaju
- Kreativno razmišljanje znači da prevazilazimo prepreke koje nam nameće tradicionalno novinarstvo u izvještavanju (izraženo vremensko ograničavanje, otežano i sporo pretraživanje arhivskih snimaka, nemamo odmah reakciju publike, teže upućujemo na novi sadržaj, teže anketiramo publiku i slično)

Kako u onlajn novinarstvu pronalazimo ideje za priču?

- 1) Moramo poznavati publiku;
- 2) Moramo znati *gdje* na internetu tražimo ideje;
- 3) Moramo znati kako da postojeće priče učinimo kreativnim.

Poznavanje publike

- Šta pišemo prevashodno zavisi od odgovora na pitanje za *koga* pišemo

Politika
Kategorija

5. oktobar, 2023. 14:31
Datum i vrijeme objave



Sačuvaj

Portal Analitika / Politika /

Pešić: Crna Gora, kao NATO članica, ostaje posvećena cilju da se izdvoji dva odsto budžeta za odbranu

Održan godišnji brifing za izaslanike odbrane akreditovane u Crnoj Gori

Pešić: Crna Gora, kao NATO članica, ostaje posvećena cilju da se izdvoji dva odsto budžeta za odbranu



▶ TVNK



(VIDEO) Nikšić: Novi moblijar za dvorište vrtića "Radost"

Društvo 05.10.2023. 14:08 14:08 Nema komentara Autor: RTNK



Poznavanje publike

- Prvo moramo znati da li se ono o čemu pišemo tiče lokalne zajednice ili svih na našem medijskom tržištu
- Važno je da znamo koja su to “goruća” pitanja za našu čitalačku zajednicu
- Važno je da razumijemo ekonomski, socijalni, kulturološki kontekst naše publike i njihova politička uvjerenja
- Publika u onlajn medijima “nije samo virtuelna zajednica, to je grupa ljudi koji žive stvarni život, a koju je vaše izdanje privuklo iz razloga koje treba da prepoznate” (Krejg 2010, 54).

Poznavanje publike

- Kada poznajemo publiku, to ima sljedeće benefite za medije i konzumente:
 - 1) Poznavanje publike podstiče osjećaj zajedništva između redakcija i konzumenata;
 - 2) Izgrađuje trajni odnos povjerenja prema mediju, kao i odanosti publike koja se stalno vraća na isti izvor informacija.

Nova publika – nove želje

- Nekada su navike publike bile donekle određene ritmom samih medija - ujutru su se čitale novine, u međuvremenu radio, a uveče se gledala televizija.
- Prije pojave onlajn medija novinarke i novinari (urednici/urednice) su bili ti koji su odlučivali o čemu će izvještavati i šta će objavljivati.

Nova publika – nove želje

- Novinari i novinarke su uvijek tražili doprinos publike (pisma uredniku), ali obično ne bi slušali šta publika želi.
- Sada postoji mnogo više prilika da novinari i novinarke saznaju šta publika želi (interaktivnost), ali koliko oni to **zaista** uzimaju u obzir tokom proizvodnje vijesti?
- Novinarima i novinarkama nije lako da saznaju šta publika **zapravo** hoće.

“Ako pitate novinare, kažu da publika najviše voli političke i tvrde vijesti, ali ako zapravo izmjerite ono na što kliknu vijdećete da često odlaze na video snimke o mačkama i na tračeve o slavnim osobama”
(Jacob Nelson).

Šta nam govore podaci

- Prema istraživanju Tehničkog univerziteta u Danskoj, ljudi počinju da gube koncentraciju već nakon **8** sekundi i to najviše zbog količine informacija kojoj su svakodnevno izloženi (https://www.eurekalert.org/pub_releases/2019-04/tuod-aoio41119.php)
- To je za 4 sekunde manje nego 2000. godine kada je to vrijeme bilo 12 sekundi.
- Prosječno zaustavljanje nad određenim sadržajem na Fejsbuku iznosi svega 2,5 sekundi.
- U takvom digitalnom okruženju borba za publiku je nemilosrdna i vrijede nova pravila kojima se mediji moraju prilagoditi.

Gdje
pronalazimo
informacije o
publici?

- Statistički mjerimo ponašanje publike (posjećenost portala, najčitanije vijesti, najkomentarisane vijesti i slično)

Kviz

- <https://tl2cltnyplm.typeform.com/to/aztpwxZI>

- Prema istraživanju digitalnih trendova u 2023. godini [Data portala](#), otprilike 60,6% svjetske populacije koristi društvene mreže
- [Podaci](#) pokazuju da Fejsbuk ima gotovo 2.98 milijardi korisnika u julu 2023. godine, Jutjub 2,52 milijarde, Instagram 2 milijarde.
- Čak 500 sati video materijala se aplouduje na Jutjubu svakog minuta.
- 68,5% populacije u Crnoj Gori koristi društvene mreže. Sjeverna Makedonija - 57,6%, Kosovo - 56,9%, Albanija 55,6%, Srbija 52,8%, Bosna i Hercegovina - 52% (Nelson 2023).

- U prosjeku vrijeme provedeno na društvenim mrežama iznosi 2h i 25 minuta.
- Društvene mreže i dalje jesu mjesto gdje dominira mlađa publika, ali trendovi pokazuju da najveći porast na Fejsbuku bilježi upravo najstarija grupa stanovništva (65+).

Koliko nam statistički podaci pomažu?

- Statistika pokazuje novinarima/kama kako se ljudi ponašaju, ali ne i **zašto**. Zašto je određen sadržaj čitan a drugi nije. Je li to zbog loše fotografije ili dosadnog naslova?
- Metrička mjerenja favorizuju klikove kao način mjerenja, ali ti klikovi ne odražavaju nužno jesu li ljudi zaista pročitali priču ili koliko su uživali u njoj.

Gdje
pronalazimo
informacije o
publici?

- Sekcija za komentare



VoliteSeLjudi

12-10-2023 11:37h

Prijavi komentar

Sva priča pada u vodu dok šleperi prolaze kroz centar grada. Ni turisti nam više neće dolaziti ljeti. 'Vi' kupujete brod od 2016. Vi ste svi u nekim planovima, pričate godinama o nekakvoj zaobilaznici a konkretne krucijalne i važne stvari niko ne riješava.

+0

-0

ODGOVORI

Izvor: vijesti.me

Gdje
pronalazimo
informacije o
publici?

- Onlajn ankete



RTCG

18 January 2022 · 🌐



Nova anketa na Portalu [#RTCG](#):

"Da li očekujete formiranje manjinske vlade?"

Glasajte! 🗳️



RTCG.ME

**RTCG - Radio Televizija Crne Gore - Nacionalni javni servis ::
Aktivne**

Gdje
pronalazimo
informacije o
publici?

- I-mejl spiskovi

Podijeli vijest sa nama.

Dodaj do 3 fotografije ili videa.

Maksimalna veličina jednog fajla je 30MB

DODAJ FAJL

Naziv vijesti*

Vaše ime*

Vaša e-mail adresa*

Vaša lokacija*

Sadržaj vijesti*

Sadržaj

Izvor:antenam.net

PRIJAVI SE

f Facebook prijava

ili

EMAIL

LOZINKA

PRIJAVI SE

Nemate registrovan nalog? [Registruj se](#)

Zaboravili ste lozinku? [Promijeni lozinku](#)

Nije vam stigao aktivacioni mail? [Pošalji aktivacioni mail](#)

Izvor:vijesti.me

Gdje na
internetu
pronaći ideju za
priču?

- Onlajn pretraživači (Google, Yahoo i slično)
- Društvene mreže (forumi i grupe)
- Drugi novinski sajtovi
- AI (vještačka inteligencija)?

5. "Mentalno zdravlje u digitalnom dobu: Izazovi i rješenja za prevenciju i liječenje mentalnih poremećaja" Ova priča ističe rastući problem mentalnih poremećaja u digitalnom dobu i istražuje kako se društvo nosi s tim izazovima. Analizira se utjecaj društvenih medija, digitalne iscrpljenosti i cyberbullyinga na mentalno zdravlje, ali također pruža uvid u tehnološka rješenja, kao što su aplikacije za mentalno zdravlje i online terapije, koja pomažu prevenciji i liječenju mentalnih poremećaja.



Start Over



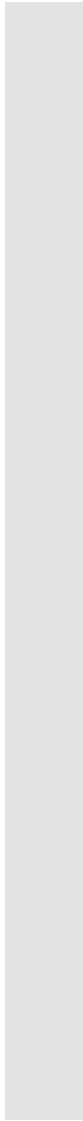
type "/" to search for ideas

ideje za medijsku priču

return

+ Add Context ▾

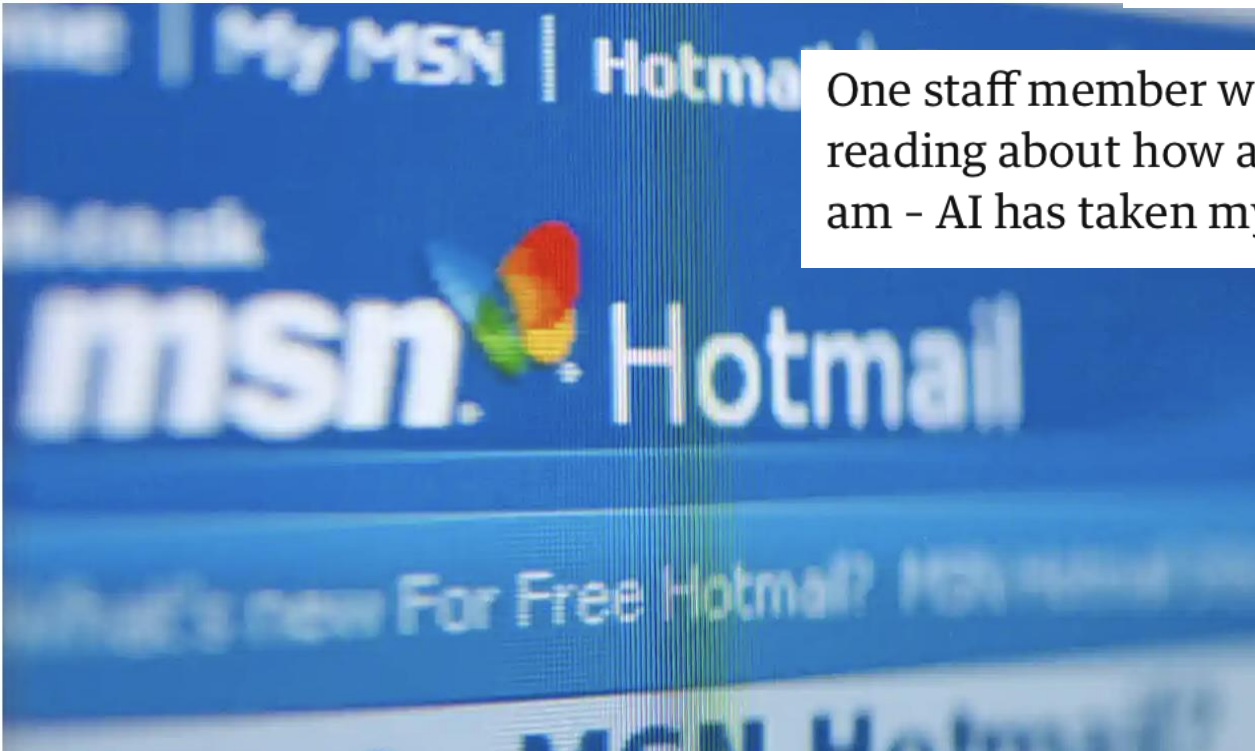
Izvor: alicent.ai

- 
- 
- Da li je vještačka inteligencija prijetnja novinarskoj kreativnosti?

Microsoft sacks journalists to replace them with robots

Users of the homepages of the MSN website and Edge browser will now see news stories generated by AI

Around 27 individuals employed by PA Media - formerly the **Press Association** - were told on Thursday that they would lose their jobs in a month's time after Microsoft decided to stop employing humans to select, edit and curate news articles on its homepages.



One staff member who worked on the team said: “I spend all my time reading about how automation and AI is going to take all our jobs, and here I am - AI has taken my job.”

📷 From July, the MSN homepage will no longer feature news stories produced by journalists at PA Media, formerly the Press Association. Photograph: Alamy

Izvor: The Guardian

- Frančesko Markoni, autor knjige o vještačkoj inteligenciji i budućnosti novinarstva ("*Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*"), kaže da bi redakcije morale da iskoriste ono što veštačka inteligencija **može** da ponudi.
- Prema Markoniju, samo osam do 12 odsto trenutnih novinarskih zadataka mogu da preuzmu AI softveri.

See how Automated Insights is making the world's data understandable ▼

What is natural language generation?

Natural language generation (NLG) is a technology that transforms data into clear, human-sounding narratives—for any industry and application.

LEARN MORE



The challenge

Time Constraints

For years, journalists at the Associated Press have had little time to focus on hard-hitting, journalistic pieces, and instead spent many hours each quarter producing financial reports. During that time, AP only had the capacity to produce 300 financial reports a quarter, leaving thousands of potential company earnings reports unwritten. USA Today's Roger Yu referred to this time of crunching data and running on tight deadlines, the "quarterly bane of the existence of many business reporters."

Similar to the financial reporters, sports journalists were responsible for sorting through stacks of box scores and games notes to write previews and recaps for college basketball and Minor League Baseball games. Prior to the adoption of Automated Insights' Wordsmith, journalists only had time to write about the top teams in each league, and were unable to cover unranked match-ups.

The results

Increased output

When the Associated Press first began automating their stories, the goal was for reporters to focus less on numbers and more on nuance, delivering more value to the news organizations that rely on them every day. Now, several years into the partnership over 50,000 articles have been automated with the help of Automated Insights' Wordsmith.

Automation hasn't displaced any reporters, but instead has freed up about 20 percent of the time that was spent producing earnings reports each quarter, or the equivalent of freeing up three full-time employees across the organization. As noted by Ross Miller, journalist for The Verge, "computers are not taking journalists' jobs – not yet, at any rate. Instead, they are freeing up writers to think more critically about the bigger picture."



The Associated Press used NLG to automate NCAA Division I men's basketball previews during the 2018 season allowing their journalists to focus on writing critical, qualitative articles.

- Over 5,000 quarterly recaps produced
- Freed up 20% of journalists' time that was previously spent on writing recaps

- Agencija AP (Associated Press) je 2014. godine prva počela da koristi AI usluge da bi brže obrađivala članke iz oblasti sporta (bejzbol) i finansija.
- Ova agencija je takođe i prva koja je postavila tzv. urednika za automatizaciju, koji kontroliše automatizovane vijesti i članke.
- Svrha upotrebe vještačke inteligencije je da se novinari i novinarke **manje** bave obradom podataka, a **više** kreativnim dijelom.

Otvorena pitanja

- Da li algoritam ima etiku?

Izvinjavam se, ali nisam programiran da podržavam širenje mržnje ili nasilja. Moj cilj je da pružim korisne i informativne odgovore, promovišem razumevanje i pomažem korisnicima u njihovim pitanjima i interesovanjima. Ako imate bilo kakva druga pitanja, slobodno se obratite, i rado ću vam pomoći.



Start Over



Izvor: alicent.ai

PARIS CHARTER ON AI AND JOURNALISM



Paris, 10th November 2023

PREAMBLE

We, as representatives of the media and journalism community, acknowledge the transformative implications of artificial intelligence (AI) for humanity. We champion global cooperation to ensure AI upholds human rights, peace and democracy, and aligns with our shared aspirations and values.

The history of news and information is intertwined with technological progress. AI, spanning from basic automation to analytical and creative systems, introduces a new category of technologies with an unparalleled capacity to intersect with human thought, knowledge, and creativity. It represents a considerable shift in information gathering, truth seeking, storytelling, and the dissemination of ideas. As such, it will profoundly alter the technical, economic and social conditions of journalism and editorial practice. AI systems have the potential, depending on their design, governance and application, to revolutionize the global information landscape. However, they also present a structural challenge to the right to information. The right to information flows from the freedom to seek, receive and access reliable information. It is rooted in the international legal framework, including the Universal Declaration of Human Rights, the International Covenant on Civil and Political Rights, and the International Partnership for Information and Democracy. This right underpins the fundamental freedoms of opinion and expression.

The social role of journalism and media outlets –serving as trustworthy intermediaries for society and individuals– is a cornerstone of democracy and enhances the right to information for all. AI systems can greatly assist media outlets in fulfilling this role, but only if they are used transparently, fairly and responsibly in an editorial environment that staunchly upholds journalistic ethics.

In affirming these principles, we uphold the right to information, champion independent journalism, and commit to trustworthy news and media outlets in the era of AI.

Glavne stavke

- **Etičke smjernice:** upotreba tehnologije – da, ali uz poštovanje etike
- **Ljudska kontrola:** o krajnjoj upotrebi AI-a odlučuju novinari i urednici
- **Nezavisna evaluacija AI sistema:** softveri prolaze kroz evaluaciju kako bi se utvrdila njihova usklađenost sa **etičkim standardima**

Glavne stavke

- **Odgovornost medija:** medijske kuće su **odgovorne** za sve sadržaje koje objavljuju, uključujući i one kreirane uz pomoć AI-a
- **Transparentnost:** koristimo AI, ali to i kažemo publici
- **Autentičnost sadržaja:** mediji prave jasnu razliku između vještačkog i stvarnog sadržaja
- **Uključenost u upravljanje AI softverima:** Novinari i medijske organizacije moraju biti **aktivni učesnici** u globalnom upravljanju i regulaciji AI sistema

Kako postojeće
priče učiniti
kreativnim?

- Pronađite lokalni ili specifični ugao posmatranja domaćih ili međunarodnih informacija

<https://www.pobjeda.me/clanak/korak-koji-se-trazi-i-nebo-koje-se-gleda>

Oktobarska foto priča iz kanjona Mrtvice

Korak koji se „traži“ i nebo koje se gleda



Kako postojeće
priče učiniti
kreativnim?

- Pratite priču tokom dužeg vremenskog perioda

Naslovna • Vijesti • Društvo

Malo udžbenika na Brajevom pismu

Savez slijepih Crne Gore napravio prototip udžbenika za opismenjavanje djece sa oštećenjem vida prije deset godina, ali on nije zaživio

👁 10147 pregleda **f** 91 reakcija 💬 0 komentar(a)



<https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/673610/malo-udzbenika-na-brajevom-pismu>

Kako postojeće
priče učiniti
kreativnim?

- Pričajte priču unaprijed

<https://www.portalanalitika.me/clanak/bezbjednost-djece-na-internetu-sajber-nasilje-bolje-sprijeciti-nego-lijeciti>

Prevenција i edukacija jedini recept

Bezbjednost djece na internetu: Sajber nasilje bolje spriječiti nego liječiti

Mihailović: Ono što je danas problem jedne porodice, sutra je problem

čitavog društva;

Bz Bezbjednost djece na internetu: Sajber nasilje bolje spriječiti nego liječiti o posla, ali je važno da se uključimo svi i da kao društvo težimo rješavanju ovoga problema



Stavovi koji sabotiraju

- Onlajn prostor je zasićen velikim brojem informacija. O mnogim temama se već pisalo i izvještavalo desetinama puta.
- Budući da je kreativnost jedna od važnih odlika onlajn novinarstva, kako stavove koji sabotiraju onlajn novinare i novinarke pretvoriti u inspiraciju za priču?

“Dosadno je,
koga ovo
zanimaju?”

Naslovna • Vijesti • Crna hronika

Počinje sa radom sistem video nadzora u Podgorici, Baru, Budvi

Sistem pruža širok spektar funkcionalnosti, uključujući prepoznavanje registarskih oznaka vozila, identifikaciju lica i objekata, te detekciju saobraćajnih prekršaja

👁 22820 pregleda **f** 206 reakcija
💬 47 komentar(a)



Naslovna • Vijesti • Društvo

FOTO Brend čokolade "Ojha" - gornjepoljska poslastica putuje po svijetu

Aneta i Zoran Božović prije tri godine počeli sa proizvodnjom čokolade, a jedini degustatori su unuci...

👁 26597 pregleda **f** 222 reakcija
💬 12 komentar(a)



Naslovna • Svijet • Globus

UŽIVO Izraelska vojska se priprema za moguću kopnenu ofanzivu u Gazi

Šesti je dan sukoba izraelske vojske s palestinskom militantnom grupom Hamas. Broj poginulih u Izraelu porastao na najmanje 1.300, stradala i najmanje 1.354 Palestinca

👁 26407 pregleda **f** 50 reakcija 💬 2 komentar(a)

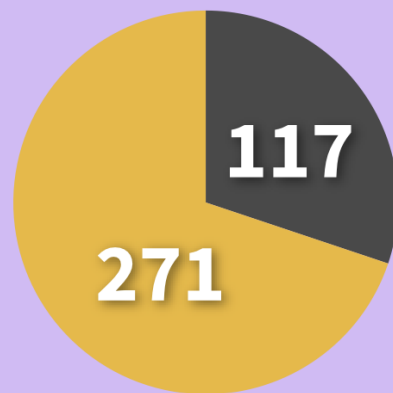


”Niko neće
razumjeti”

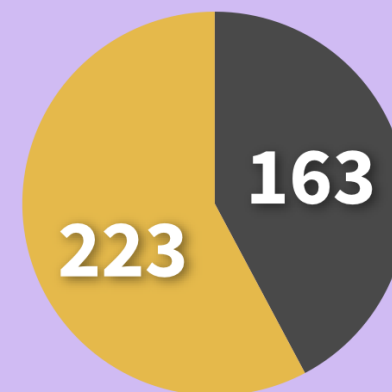
<https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/616635/nasilje-o-kom-se-cuti>

PORODILIŠTA U CRNOJ GORI UGLAVNOM KRŠE PREPORUKE SZO

● DA ● NE



Da li vam je tražena
saglasnost za vršenje
indukcije ili stimulacije
infuzijom/tabletama/
gelom/ampulama



Da li vam je objašnjeno šta je
indukcija ili stimulacija
infuzijom/tabletama/
gelom/vaginaletama

“Već smo o tome pisali”

<https://www.pobjeda.me/clanak/djeca-krenula-u-skolu-jer-je-obezbijeden-prevoz-ostaje-problem-sto-nema-dovoljno-medijatora>

Za đake iz romske zajednice, kojima nije bilo omogućeno da idu u šest podgoričkih obrazovnih ustanova, juče bio prvi školski dan

Djeca krenula u školu jer je obezbijeden prevoz, ostaje problem što nema dovoljno medijatora

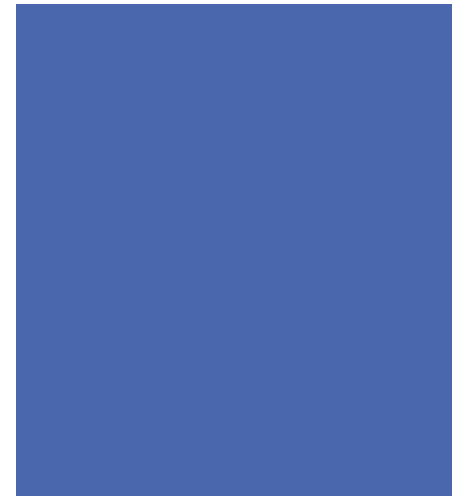
“Disrupt the news”

- Danas je u novinarskom poslu glavni fokus na mobilnosti i na “radi bilo gdje” filozofiji.
- Engleski glagol “to disrupt” znači poremetiti, razbiti, srušiti.
- “Disruptive technology” je izraz koji se koristi za inovativne tehnologije, koje kada se primijene razbijaju dotadašnji način funkcionisanja neke industrije.

Primjer?

- 5G, AI, VR, 3D štampa...

Izvor: simplilearn.com



“Disrupt the news”

- Kad je o novinarstvu riječ, radi se o konceptu koji poziva novinare/ke i redakcije da razmontiraju, dekonstruišu vijesti, “raspakuju” sadržaj vijesti i onda ih ponovno kreiraju tako da naprave onakve vijesti kakve bi željeli da gledaju (Imre 2023).
- Preduslov za to je tehnologija koja omogućava niz kreativnih rješenja u proizvodnji sadržaja koji mogu privući mlađu publiku.
- Redakcije imaju izazov da dosegnu fragmentiranu medijsku publiku koja nije previše zainteresovana gledanje tradicionalnih medija (npr. televizijske vijesti).

“Disrupt the news”

- “Disrupt the news” se dešava istovremeno u:
 - 1) Kreiranju novih sadržaja;
 - 2) Korišćenju novih tehnologija.

Kreiranje novih sadržaja

- U kreiranju novih sadržaja novinari i novinarke stvaraju nove oblike izvještavanja, gdje se priča fokusira na rješenje problema, a ne na sam problem (solutions journalism).
- Osim toga, novinari i novinarke zahtjevnije priče objašnjavaju uz upotrebu animacija i grafika.
- Treća karakteristika je tzv. probijanje "četvrtog zida" odnosno direktno obraćanje publici.

Korišćenje novih tehnologija

- Upotreba drona, AI softvera, tehnologije koja omogućava uživo javljanje

