

# Smrt tiskanih medija?

Nenad Prelog



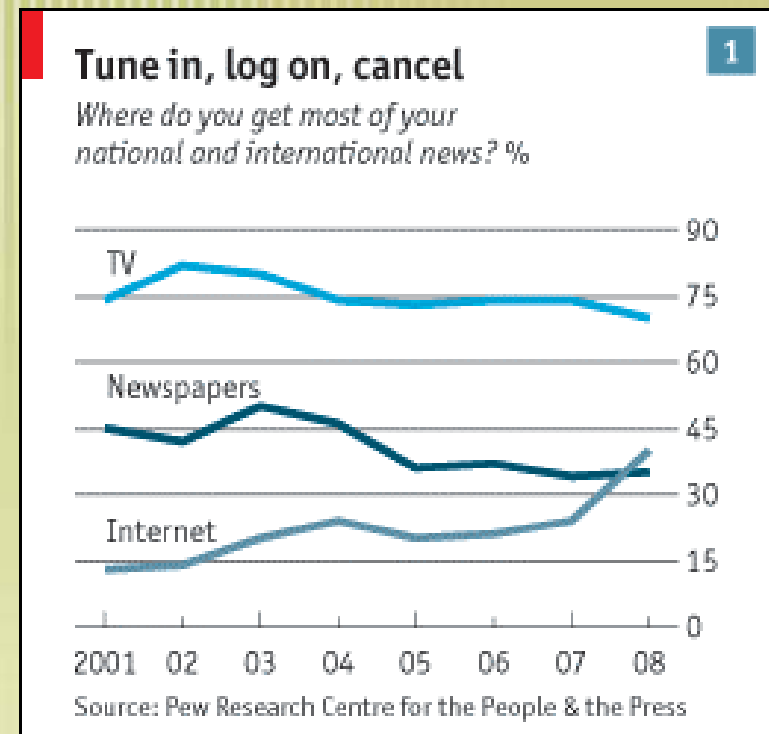
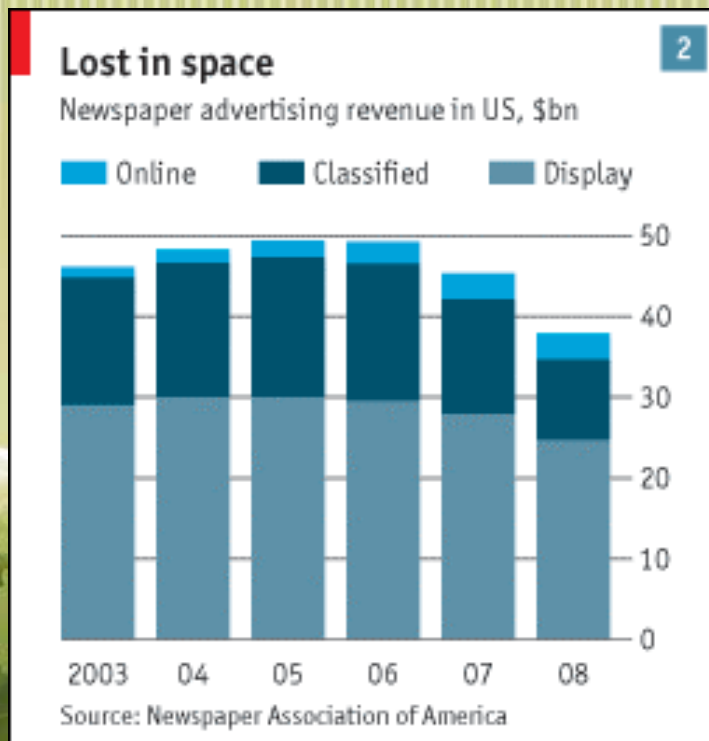
# Vijesti o smrti tiskanih medija su ponešto preuranjene

James Ross Clemens, a  
cousin of mine was seriously  
ill two or three weeks <sup>in London</sup> ago, but  
~~is well now.~~  
is well now. ~~is well now.~~  
~~is well now.~~  
The report of my illness  
grew out of his illness, the  
report of my death was  
an exaggeration.  
Mark Twain

- Svakodnevno čujemo ili čitamo o najavi gašenja nekog dnevnog ili tjednog lista
- Promjene u poslovnom modelu medija
- Vijesti su imale svoju cijenu, uključivale su rad i druge aktivnosti na za to određenim mjestima, (uredništvima), koristeći znanja zaposlenika koji rade u medijskoj industriji



# A sve manje oglasa...

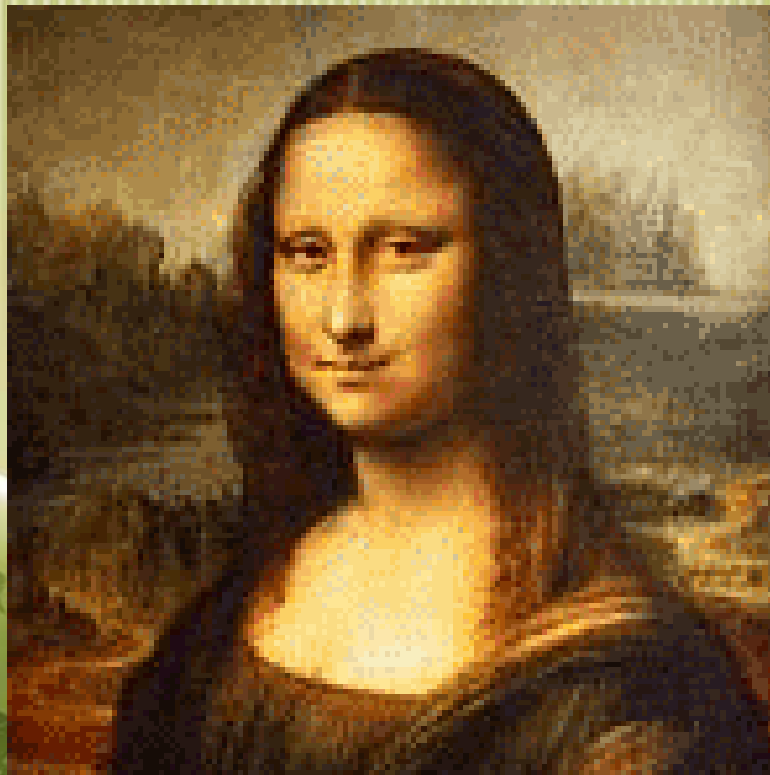


# Postoji li besplatni ručak?

- Veliki broj novina i drugih izvora informacija na webu je besplatan, to se smatra kao nešto što se samo po sebi razumije i to je nemoguće promijeniti



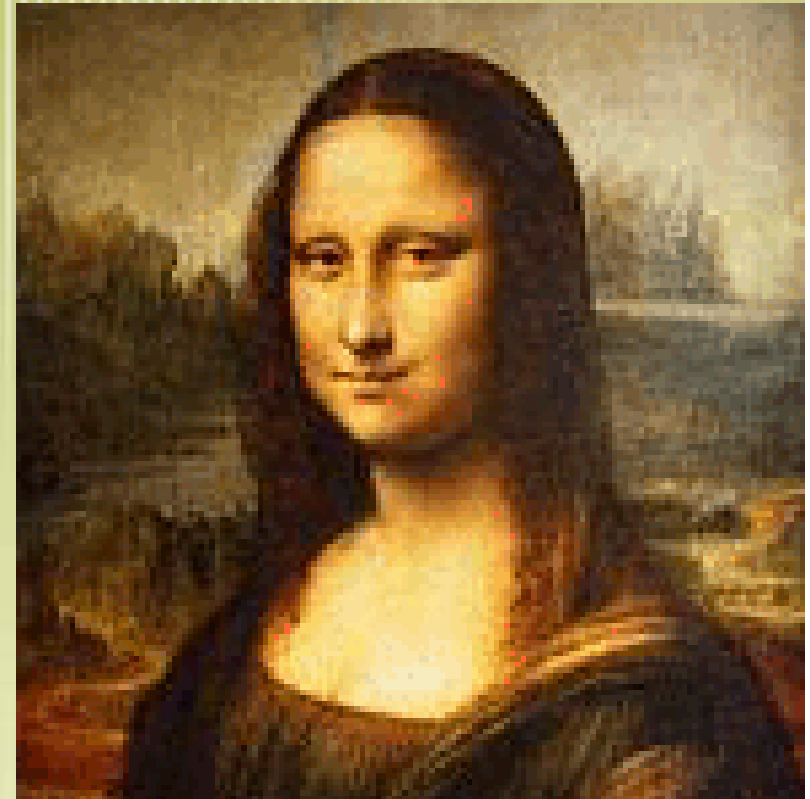
# Proizvodnja vijesti nije bitno promijenjena



- Informacijska tehnologija je bitno smanjila cijenu umnažanja informacijskih proizvoda
- Internet je smanjio cijenu prijenosa informacija
- No ni IKT ni Internet nisu smanjili cijenu proizvodnje sadržaja
- Golema većina onoga što nalazimo na portalima i nizu online izdanja je oblik prepakiranja već ranije viđenog u novoj ambalaži
- Kao staro vino u novim, malim bocama

# Do vijesti dolazimo putem pretraživača

- Korisnici do pojedinog teksta, odabranog programa ili video isječka dolaze putem pretraživača, a ne polazeći od početne stranice odnosno naslovnice novina ili časopisa
- Gubitak konteksta, neki tekst, nije okružen drugim tekstovima istog izdanja već tekstovima u kojima su pronađene iste ključne riječi postavljene u zahtjevu za pretraživanje



# Kolaborativno novinarstvo i profesija

- Svi mogu biti novinari autori i urednici, pisati o svemu, od onoga što se desilo na uglu susjedne ulice pa sve do kritike funkcioniranja sustava
- Stupanj participacije čitatelja se razlikuje i počinje s mogućnošću izražavanja mišljenja u nekoj rubrici, povećava se s onim što se naziva „otvoreno novinarstvo“ gdje su svi pozvani da pridonese raspravi o nekoj temi, a maksimum dostiže u izdanjima koje kompletno pišu i uređuju oni koji su još donedavno smatrani samo publikom



# Kraj industrijske revolucije?

- Jedinstvo mjesta rada i vremena ne funkcioniira u informacijskom društvu
- Sve je manje sigurnosti, a sve više povezivanja u privremene timove



# Kriza poslovnog modela na webu

- Pred nekih desetak godina temeljni cilj stvaratelja i vlasnika web stranica bio je privući što veći broj čitatelja odnosno gledatelja i zadržati ih što više vremena na svojim stranicama
- Prihod od oglasa počeo seliti od onih koji proizvode i prezentiraju sadržaje k onima od kojih započinje *plovidba* webom, u početku portalima i agregatorima, a kasnije pretraživačima



# Još jednom: nema besplatnog ručka!

- Besplatne vijesti plaćamo privatnošću, jer moramo o sebi dati neki minimum podataka kako bi imali pristup izvoru informacija
- Prati nas se na svakom koraku kako bi se zabilježile naše navike i način ponašanja na webu
- To što dobivamo besplatno plaćamo i svojim vremenom, odupirući se različitim oglasima koji će nam prekrivati ono što želimo vidjeti, ili nas na druge načine iritirati dok čitamo vijest ili komentar





# Model “mikroplaćanja”

- Model se temelji na ekonomiji veličine, ako je riječ o stotinama tisuća onih koji će platiti lipu ili dvije, što zasigurno nikome ne predstavlja trošak, tada će to ipak biti nekakav prihod
- *Apple* uspio s modelom plaćanja od 99 centi po pjesmi



# Model kontekstualnog oglašavanja?



- Da li je bolji kontekst za upućivanje na neku adresu članak objavljen u novinama općeg tipa, ili na stranicama koje imaju strogo određenu specijalizaciju
- Stranica koja piše o lijekovima imala nekoliko stotina puta više upućivanja na određeni oglas nego isti oglas ponuđen u *New York Timesu*



# Što donosi KindleDX

- Specijalizirana platforma protiv onih višestruke namjene
- Količina ali ne i kvaliteta
- 2500 knjiga i pretplate na paket novinskih izdanja
- Ostali (Murdoch, Apple) još čekaju



# Tiskana i online verzija novina ne izgledaju isto

- Web izdanje nije kopija konvencionalnog izdanja; to je novi projekt
- Online i papir su dva svijeta s različitim pravilima u pogledu strukture informacija, dužine tekstova, veličine grafičkih priloga, pozicije na stranici, upućivanja na izvore, potpisivanja autora itd.
- Prioritet imaju informacije u obliku koji je neobjavljiv na papiru
- odabir u multimedijalnom svijetu online publikacije ovisi samo o karakteristikama informacije i primjerenosti određenom mediju



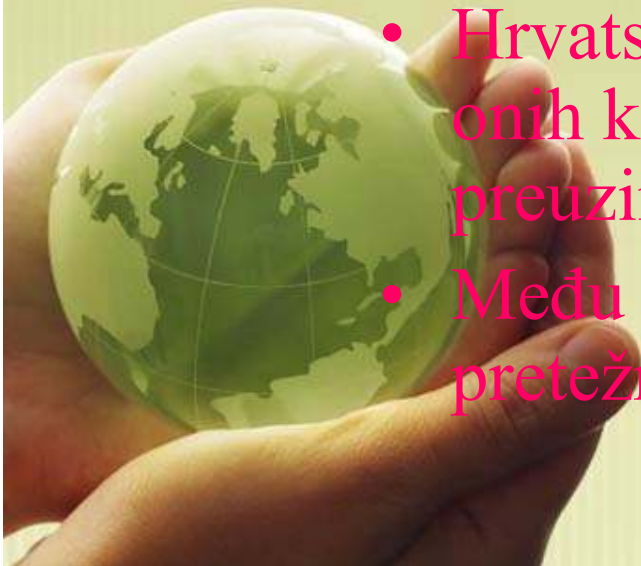
# Tiskana i online verzija novina nemaju isti sadržaj i organizaciju prikaza sadržaja

- Tekst (članak) je izvan konteksta
- Struktura rubrika online izdanja nikada nije ista kao u tiskanom izdanju
- Online izdanja nude i više različitih podjela jednog te istog sadržaja
- Većina online izdanja želi postati i neka vrsta portala
- Sadržaj nije dovršen već se stalno osvježava
- Nesekvencijalni pristup omogućava direktno povezivanje različitih sadržaja i različitih dokumenata



# Tiskana i online verzija novina nemaju istu publiku

- Vrlo je malo onih koji čitaju i tiskanu i online verziju nekih novina
- 2008. godine je broj onih koji do novinskih informacija dolaze putem interneta po prvi puta nadmašio broj onih koji to čine pomoću konvencionalnih novinskih izdanja.
- Hrvatska je na prvom mjestu u Europi po broju onih koji koriste mrežu kako bi čitali odnosno preuzimali sadržaje novina ili časopisa
- Među onima koji odabiru online nalaze pretežno mlađe osobe



# Novi mediji traže i novo novinarstvo

- Kako mi razmišljamo; koja su najvažnija načela asociranja tema/sadržaja
- Sadržaj i veza (link) imaju jednaku važnost
- Kako izraziti ideju → odabir medija za prezentaciju
- Čitatelji ne čitaju, oni skeniraju...
- Novine i časopisi postaju arhivi i knjižnice



# Sve to i još puno više

- Interaktivnost
- Multimedijalnost
- Hipertekstualnost
- Konvergencija
- Sinergija
- Nelinearnost



# Kopije nemaju uspjeha

- Craigslist, Amazon, Wiki, E-Bay i drugi su izmislili novi poslovni model koji se u potpunosti temelji na mogućnostima interneta, „startali“ su na webu, razvili nova programska rješenja, prilagodili način akcije korisniku, pojednostavili kupnju ili uslugu
- Riječ je o rješenjima koja nisu imali ekvivalent u fizičkom prostoru, nisu bile kopije entiteta iz realnog svijeta

