

**dr Milica Kljajić<sup>1</sup>**

Vazduhoplovni savez Srbije, Beograd, Republika Srbija

## **Prednosti i nedostaci internet komunikacije i interneta kao medija<sup>2</sup>**

**Apstrakt:** Rad se bavi implikacijama koje savremeni trendovi na svetskoj mreži imaju na svakodnevni život građanina, ali i posledicama koje osnovne karakteristike interneta imaju na razvoj novinarstva kao izuzetno važne profesije i generalno medijskog sistema. Prednosti i nedostaci komunikacije novim kanalom i korišćenje novog medija kreću se od (utiska) veće prisnosti i povezanosti, preko (ne)mogućnosti koje publika ima da se nađe i na strani autora ili diseminatora informacija, te do novih poslovnih modela koji mogu pomoći medijima u krizi da pronađu održivi način za privlačenje publike.

**Ključne reči:** *novinarstvo, internet, on-lajn, promene, medij*

---

<sup>1</sup> milicamaslacak@gmail.com

<sup>2</sup> Rad je nastao kao deo doktorske disertacije „Uticaj Interneta na promene u njuz magazinima u Srbiji“, koji je odbranjen na Filološkom fakultetu Univerziteta u Beogradu u julu 2014. godine.

**PhD Milica Kljajić**

Aeronautical Union of Serbia, Belgrade, Republic of Serbia

## Advantages and disadvantages of Internet communications and the Internet as a medium<sup>3</sup>

**Abstract:** The paper analysed World Wide Web current trends implications on the daily lives of citizens, but also the consequences that the basic characteristics of the Internet have on the development of journalism as a very important profession and the media system in general. Advantages and disadvantages of the communication through new channel and the use of new media, ranging from (impression) of greater intimacy and connection, through the (im)possibility that the audience has to be found on both the author or disseminator of information, and to new business models that can help the media in crisis to find a sustainable way to attract the audience.

**Keywords:** *journalism, internet, online, change, media*

---

<sup>3</sup>The paper was written as part of a doctoral dissertation “The impact of the Internet on changes in news magazines in Serbia”, which was defended at the Faculty of Philology, University of Belgrade in July 2014.

## Uvod

Još od prvih godina masovnijeg korišćenja interneta, teoretičari i praktičari spore se oko dva pola – da li navodna bezgranična i decentralizovana struktura interneta dovodi do sve veće individualizacije, fragmentacije (ili po nekima otuđenja) ili je to pak izvrstan novi vid komunikacije koji ima potencijal da privuče one koji su orijentisani ka tehnologiji i takvom načinu razmišljanja, odnosno one koji mogu na vebu na pronađu istomišljenike. Tarkl (Turkle, 1995) je 1995. godine “život na ekranu”, odnosno internet opisao kao decentralizovano igralište simulakruma čija neograničenost dozvoljava pojedincima da igraju više uloga paralelno, dok je Stoun (Stone) smatrao da udaljavanje od fizičkog putem interneta može kod korisnika da izazove stvaranje odvojene on-lajn ličnosti.

Zorica Tomić konstantuje da “globalna komunikaciona mreža, svojevrsni sajber-prostor (Cyberspace) preti da preoblikuje gotovo svaki segment naših života uključujući modalitete rada i odmora, zabavu, potrošnju, obrazovanje, politički angažman, porodično iskustvo i društvenu strukturu” (2004:10). Prema Tomić, ovaj problem otvara i probleme nove pismenosti, identiteta, a “ludički kvaliteti internet komunikacije predstavljaju okosnicu formiranja i/ili pomeranja granica smisla i to najmanje u tri kategorije” (ibid:11): društveno/tehničko, realno/virtuelno i javno/privatno, naglašavajući da tehnologija, a posebno elektronski mediji najdirektnije učestvuju u promeni fizionomije kulture. Promene danas vidljive u medijima samo su posledica mnogo širih implikacija po društvo koje je internet uneo u savremenu kulturu. Život savremenog čoveka izmenjen je profilisanjem kulture u pravcu konstantne virtuelne interaktivnosti, što za posledicu ima uticaj kolektiviteta na sve veći broj pojedinaca, a bez stvarne fizičke blizine.

Medijske promene su možda najuočljiviji predstavnik promena koje je celo društvo pretrpelo stupanjem interneta na kulturlošku scenu. Postavljajući se kao rival dotadašnjeg kulturološkog poretka, internet je iz korena promenio način poimanja sveta, što je dalje vodilo ka promeni životnih stilova. U dobu kada je veliki broj formi istinskog življenja napadnut, formirale su se simulacije zajednica i života, kao privid povezanosti i bliskosti. Medijske kompanije koje prodaju proizvode – emisije sa navodnim nefiltiranim reakcijama osoba koje u njima učestvuju, nemontiranim ili nereziranim situacijama, a u kojima su uslovi, razvoj događaj i reakcije veštački izazvani ili simulirani, jedan su od najtipičnijih primera onoga što se dešava u svim delovima društva. U ovom radu biće taksativno nabrojane najvažnije promene koje je internet komunikacija unela u svakodnevni život.

## Neprimetne promene upletenih u mrežu

### 1. Promena životnih stilova

Kao nikada pre u svojoj istoriji, čovek za zadovoljenje svojih svakodnenih potreba i prohteva zavisi od mašine. Ne samo da većina današnjih poslovnih zaduženja nije moguća bez internet konekcije, već gotovo da postaje nemoguće odgo-

voriti i na privatne potrebe bez umrežavanja. Raniji načini konzumacije i čuvanja, pa i vrednovanja muzike ili umetničkih dela se menjaju, dostupnost ranije veoma ograničenih resursa se širi, principi obrazovanja i brige o zdravlju se menjaju, prve jutarnje navike kao i načini uspavlivanja i buđenja povezani su sada sa mobilnim uređajima koji su priključeni na internet. Čak i tradicionalni zabrani za koje se verovalo da će mnogo duže vremena odolevati promenama, poput načina formiranja bračnih zajednica, sada ispoljavaju značajne promene pod uticajem interneta. Radnje za koje ranije nije bilo potrebno priključiti se na virtuelnu zajednicu sada se izvršavaju tek nakon umrežavanja: kupovina karata (za pozorište, avion...), odabir restorana (preporuke drugih virtuelnih konzumenata), informisanje, plaćanje računa itd. Svrha života se takođe menja, kao i pojam intime, pa postaje obesmišljen svaki akt individue koji na neki način nije otišao u svet.

## **2. Promena percepcije**

Uz internet konekciju, percepcija blizine i bliskosti drastično su izmenjene. Malo se šta može okarakterisati kao daleko, kada se gotovo uvek nalazi u dlanu ili na krilu. Lažnom utisku blizine doprinosi činjenica da je danas zahvaljujući raznim verzijama internet komunikacija ekonomski mnogo isplativije komunicirati sa ljudima koji se nalaze na velikim udaljenostima, kao i činjenica da je broj kanala za komunikaciju višestruko veći, dostupniji. Predmeti ili događaji na udaljenim lokacijama takođe se približavaju savremenom korisniku kroz instant virtuelne prenose. Za osećaj pripadnosti velikom broju zajednica u kojima su odnosi među članovima veoma intenzivni i sadržajni, a pak oslobođeni velikog broja neželjenih elemenata, zaslužne su brojne mogućnosti za formiranje on-lajn grupa – od mejling grupa preko onih na društvenim mrežama. “Praćenje” na određenim društvenim mrežama stvara lažni utisak značaja određene osobe, kao i stvaranje kvazi zvezda od autora blogova.

## **3. Promena koncepta pismenosti i strukturalne promene**

u načinu i sadržaju komunikacije

Formirajući svoju kulturu, svoj sistem referentnih vrednosti, internet je uveo i svoj jezik. Umesto obogaćivanja postojećeg koda komunikacije, novi binarni jezik je doveo do toga da prosečan aktivni rečnik sadrži svega 500 reči. Pored osiromašenje govornog i pisanog rečnika, savremeni član virtuelne zajednice manje vrednuje značaj ispravnog korišćenja sopstvenog jezika. Gramatičke, pravopisne ili sintaktičke greške ne predstavljaju nikakav problem u “netikeciji”, a zamena reči simbolima odvija se u sve većem broju slučajeva. Koncept pismenosti izmenjen je u svojoj suštini i vrednost njegove pređašnje koncepcije polako se svodi na nulu. Medijska i informatička pismenost još uvek nisu princip kojim se vodi većina stanovništva, a razumevanje složenijih informacija, njihovo tumačenje i mogućnost upotrebe su u opadanju. Etikecija govora je narušena, kako unutar malih zajednica poput primarne porodice, tako i u opštoj dnevnoj komunikaciji.

Strategijom razvoja informacionog društva do 2020. godine koju sprovodi Republika Srbija, definisane su osnovne oblasti i prioriteti strategije, od kojih su za temu ovog rada najvažniji sledeći prioriteti: otvoren širokopolasni pristup, primena IKT u obrazovanju, nauci i kulturi, odnosno stvaranje digitalnih sadržaja, elektronska trgovina, odnosno zaštita potrošača u e-trgovini, koordinacija razvoja e-trgovine i elektronsko plaćanje, zaštita intelektualne svojine softvera i digitalnih sadržaja. Ovom strategijom je određeno da minimalni protok za širokopolasni pristup treba da bude 4Mb/s za fiksnu mrežu, odnosno 512Kb/s za mobilni pristup. U dokumentu se čak navodi i da "do 2020. godine svim građanima Republike Srbije treba da bude dostupan Internet visokog kvaliteta sa protokom najmanje 100Mb/s" (2007:5), što bi podrazumevalo da srpska domaćinstva imaju mogućnost istovremenog slanja i primanja više audio i video zapisa visoke definicije u realnom vremenu, uključujući prijem radio i TV programa, video konferencije, glasovnu komunikaciju i razne druge interaktivne usluge.

Da bi se upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija proširila, kao i upotreba interneta, neophodno je raditi na razvijanju sledećih oblasti:

1. Informaciono-komunikacionoj infrastrukturi;
2. Pristupu internetu i ceni interneta;
3. Razvijanju veština za korišćenje informaciono-komunikacionih tehnologija i internet tehnologije;
4. Razvijanju korisnog i prijemčivog sadržaja za korisnike.

#### **4. Zavisnost od stalne komunikacije**

24-časovna povezanost na internet dovela je individuu u stanje straha da će propustiti nešto od izuzetno važnih informacija koje konstantno pristižu, te tako današnji čovek živi u konstantnom strahu da se diskonektuje. Živeći u hroničnom strahu da nedovoljno poznaje dešavanja u svom okruženju, savremeni čovek postaje zavistan od stalne dostupnosti – kako svoje dostupnosti drugim članovima virtuelne zajednice, tako i stalne dostupnosti sadržaja njemu.

#### **5. Iluzija uštede vremena**

Zbog velikog broja povezanih informacija koje su zahvaljujući hipertekstualnosti povezani u beskonačnost, dolazak na mrežu po jednu informaciju najčešće ne rezultira u uštedom vremena. Nametanje potrebe za dodatnim informacijama, koje originalno korisnik nije imao intenciju da traži, nosi sa sobom i novu potrošnju vremena, danas najskupljeg resursa. Povećanje sati koje savremeni konzument provodi uz medije, govori upravo u prilog ovoj tvrdnji. Stalna prisutnost on-lajn koja podrazumeva konstantno korišćenje mobilnih uređaja praktično onemogućava jasno utvrđivanje vremena koje konzument efektivno provede na mreži.

#### **6. Pospešivanje potrošnje**

Upravo u trenutku kada je liberalno-kapitalistički model pokazao najviše svojih mana i kada su stručnjaci i naučnici počeli da dovode u sumnju njegovu održivost

vost, pojavio se spas – novi model podsticanja potrošnje koji može pomoći kapitalističkom modelu da preživi. Veliki broj razloga koji mogu uticati na odustajanje od potrošnje, u značajnoj meri su smanjeni dolaskom interneta. Komfort kupovine iz kuće/kancelarije je omogućen, ponuda proizvoda on-lajn polako se izravnava sa onom u fizičkoj realnosti, plaćanje on-lajn je sve razvijenije u svetu, a dodatno se radi i na poboljšanju sigurnosti finansijskih transakcija. Dostupna je i mogućnost izbora najrazličitije robe pa je tako prodaja čak i predmeta za koje se oduvek smatralo da podrazumevaju veoma ličan izbor poput donjeg veša, obuće ili turističkih aranžmana dostigla velike vrednosti on-lajn.

### **7. Uprosečavanje i kakofonija (anonimnih) glasova**

U svetu u kojem je svakoga trenutka svakome sa internet konekcijom moguće da se izrazi i to podeli sa velikim brojem ljudi, neminovno je da dođe do kakofonije glasova. Jednako vrednovanje svih stavova, bez obzira na njihovo obrazovanje, iskustvo, spremnost na istupanje i ulaganje svog renomea, motive i sl. ne doprinosi idealu demokratije, iako je na taj način predstavljano na samim počecima interaktivnosti.

### **8. Kreiranje drugačijeg javnog mnjenja**

Pedagoška funkcija interneta je često bila predmet naučnih radova i potencijal ove funkcije je nesporno izuzetno veliki, ali su takođe i mogućnosti zloupotrebe veoma široke.

Internet je čovečanstvu omogućio da se povezuje brže nego (što je nama poznato) ikada u ljudskoj istoriji, ali potencijalne posledice se ne mogu zanemariti. Dok se konstantno uvećava broj onih koji se umrežavaju i koji koriste globalne načine komuniciranja, ostaju i dalje strahovi o potpunom oslanjanju na ovaj način razmene informacija (šta činiti u slučaju globalnog pada globalne mreže?), mogućnosti globalne kontrole svetske komunikacije i zloupotrebe iste, kao i problemi sa involviranjem siromašnijeg, neobrazovanijeg stanovništva iz ruralnih sredina.

## **Iluzija jednakosti i demokratičnosti**

Kao jedan od nedostataka interneta i internet komunikacije često se spominje upravo ono što zagovornici neograničenih mogućnosti interneta ističu kao njegovu prednost – dostupnost, lakoća korišćenja i niska cena koštanja. Naime, ma koliko broj korisnika internet komunikacije rastao iz godine u godinu i ma kojom eksponencijalnom stopom rasla količina sadržaja na internetu, jasno je da nemaju stanovnici svih zemalja podjednak pristup ovom načinu komuniciranja (iako su neke zemlje ovo pravo uvrstile u ustavna prava) i da cena koštanja koja može građanima zapadnih zemalja da izgleda nebitna, je u stvari nedostupna stanovnicima manje razvijenih područja. "Internet predstavlja veliko blago i daje velike mogućnosti, ali uopšte nije izvesno i, zasada, gotovo i nemamo dokaza da pretpostavimo da će on svim ekonomskim grupama doneti jednaku dobit" (Haywood, 1997:26). Sifri (Sifry, 2011) primećuje da velika podeljenost po pitanju digitalizacije još uvek postoji i

da je najmanja verovatnoća da će stariji ljudi biti on-lajn, ali i da siromašniji delovi stanovništva stacionirani u ruralnim delovima imaju manju mogućnost pristupa širokopojasnom internetu. Međutim, smatra on, iako je malo verovatno da će se digitalni jaz između starih i mladih smanjivati, ovaj jaz bi trebalo da bude sve manji sa opremanjem mobilnih telefona brzim internet konekcijama. Međutim, čini se da Sifri zaboravlja da će za deset godina, u grupu "starijih" sugrađana, ući oni koji danas imaju na primer 45 godina, i čija digitalna pismenost nije za podcenjivanje, te da postoji mogućnosti da se na taj način digitalni jaz smanji. Kin (Keen, 2008) smatra da demokratizacija informacija koju donosi internet komunikacija veoma lako, i to najčešće i biva, može da sklizne u intelektualno korozivni radikalni egalitarizam, koji sa sobom donosi mnogo veće probleme. Mulgan primećuje da "nove komunikacione tehnologije istovremeno donose vladama, korporacijama, potrošačima i glasačima mogućnost veće kontrole, ali i osećaj haosa i nekontrolabilnosti, koji zauzvrat donose osećaj da je kontrola nedostižna" (1991:4).

Ukoliko uzmemo u obzir infrastrukturu koja je potrebna korisnicima da bi pomoću mobilnih uređaja mogli da pristupaju internet sadržajima, videćemo da su zacrtani ciljevi u Strategiji razvoja informacionog društva od 512Kb/s za mobilne uređanje i 4Mb/s za fiksnu mrežu postavljeni bez obaziranja na realne potrebe korisnika interneta u Srbiji, odnosno bez obaziranja na način na koji građani sve češće koriste internet i na predviđanja kako bi se on najviše mogao koristiti među mladom populacijom u narednih pet godina. Naime, za pristup preko Nokia telefona, korisniku je potreban protok od 50-100Kb/s, za pristup nekim smart telefonom je potreban protok od 1-2Mb/s, za pristup tablet računarom 2-5Mb/s, dok je za neometan pristup lap topom potreban protok od 5-10Mb/s. Primera radi, koristeći internet brzine 512Kb/s, korisniku je potrebno oko 1.6 sekundi da učitava prosečnu veb stranicu i oko jedan i po minut da preuzme 15-minutni audio zapis. Kod brzina interneta od 2Mb/s, isti posao može se obaviti za 0.4 sekunde, odnosno za 20 sekundi za preuzimanje audio fajla, pri čemu bi eventualni kvalitet video striminga bio osrednji. Već kod protoka od 8Mb/s, učitavanje veb stranice je momentalno, za preuzimanje muzičkog fajla su potrebne dve i po sekunde, a video striming je veoma dobar.

Kao još jedan od ciljeva Strategije, navedeno je i snižavanje cena širokopojasnog pristupa, odnosno približavanje cena i uslova pristupa internetu u Srbiji uslovima koji su bliski proseku EU za sve brzine protoka. Evidentno je da je u Srbiji cena internet priključka i njegovog korišćenja velika prepreka za masovnije korišćenje, što je vidljivo i iz statistike plata onih koji imaju konekcije u svojim domovima. Prema izveštaju Međunarodne telekomunikacione unije, cene informaciono komunikacionih tehnologija, u svetu su, između 2008. i 2010. godine, pale za 18% na globalnom nivou. Najveći pad cena očitava se u oblasti fiksnog širokopojasnog interneta, gde su cene u zemljama u razvoju pale za dve godine čak 52,2%. Cena mobilnih telefona, koja je inače u konstantnom padu u toku poslednje decenije, u zemljama u razvoju pala je za dodatnih 22%. Alarmanтно je da informaciono-komunikacione tehnologije, dok bivaju (cenovno) sve dostupnije u razvijenim zemljama,



ujedno su sve manje dostupne u nerazvijenim. Istraživanje koje je sprovedeno u 31 visoko industrijalizovanoj zemlji i 19 nerazvijenih zemalja pokazalo je da u prvima cena osnovnog paketa širokopojasne konekcije iznosi oko 1% ili manje prosečnog mesečnog bruto nacionalnog dohotka po glavi stanovnika, dok u nerazvijenim zemljama iznosi više od 100% od mesečnog BND po glavi stanovnika.

Prema podacima koje je RATEL objavio u 2013. godini, osnovna korpa usluga elektronskih komunikacija (koja pokazuje koliko u proseku svaki stanovnik tj. pretplatnik telekomunikacionih usluga u Srbiji troši na ovu vrstu usluga) vidi se da svake godine budžet stanovnika Srbije biva manje opterećen ovom vrstom troška. Tako je na primer u 2010. godini osnovna korpa usluga iznosila 4,8% prosečne neto zarade, godinu dana kasnije je za istu korpu bilo potrebno izdvojiti 3,96%, a u 2012. godini 3,5% (vidljivo u donjoj tabeli).

**Tabela 2. Osnovna korpa usluga elektronskih komunikacija** Izvor: RATEL

OSNOVNA KORPA	2010.		2011.		2012.	
	Prosečni iznos računa	% izdatka u prosečnoj zaradi	Prosečni iznos računa	% izdatka u prosečnoj zaradi	Prosečni iznos računa	% izdatka u prosečnoj zaradi
Fiksni telefon	1.004,30	2,60%	988,99	2,25%	880,86	1,88%
Mobilni telefon (pripejd)	331,30	0,90%	249,24	0,57%	261,95	0,56%
Televizija (RTS pretplata)	500,00	1,30%	500,00	1,14%	500,00	1,07%
<b>Ukupno</b>	<b>1.835,60</b>	<b>4,80%</b>	<b>1.738,23</b>	<b>3,96%</b>	<b>1.642,81</b>	<b>3,50%</b>
<b>Prosečna neto zarada (za mesec decembar)</b>	<b>39.580,00</b>		<b>43.887,00</b>		<b>46.923,00</b>	

**Tabela 3. Proširena korpa telekomunikacionih usluga** Izvor: RATEL

PROŠIRENA KORPA	2010		2011		2012	
	Prosečni iznos računa	% izdatka u prosečnoj zaradi	Prosečni iznos računa	% izdatka u prosečnoj zaradi	Prosečni iznos računa	% izdatka u prosečnoj zaradi
Fiksni telefon	1.004,30	2,60%	988,99	2,25%	880,86	1,88%
Mobilni telefon (postpejd)	1.948,70	5,00%	1.715,07	3,91%	1.817,72	3,87%
Televizija (RTS pretplata)	500,00	1,30%	500,00	1,14%	500,00	1,07%
Internet	1.165,00	3,00%	1.289,84	2,94%	1.224,69	2,61%
KDS	559,00	1,40%	593,06	1,35%	727,34	1,55%
<b>Ukupno</b>	<b>5.177,00</b>	<b>13,40%</b>	<b>5.086,96</b>	<b>11,59%</b>	<b>5.150,61</b>	<b>10,98%</b>
<b>Prosečna neto zarada (za mesec decembar)</b>	<b>39.580,00</b>		<b>43.887,00</b>		<b>46.923,00</b>	

Tabela br. 1.

Cena osnovne korpe usluga elektronskih komunikacija i proširene korpe telekomunikacionih usluga.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> "Pregled tržišta telekomunikacija u Republici Srbiji u 2012. godini", Republička agencija za elektronske telekomunikacije, Beograd, 2013, str. 30



## Novinarstvo “tri u jedan”

Tapskot i Vilijams (Tapscott, Williams, 2010) smatraju da će uslediti doba u kojem će moći da prežive samo oni koji su umreženi i koji prihvate novi oblik masovne saradnje u kojem se vrednosti stvaraju i menjaju brže nego ikada u istoriji, dok će ostali biti izolovani. Džon Perz Barlou (John Perrz Barlow, 1994) zastupnik sajber pravnog sistema, navodi da je jedna od osnovnih odlika informacije to što želi da bude slobodna, kao i činjenica da je “centralna ekonomska razlika između informacije i fizičke imovine, mogućnost informacije da se prenosi, bez prestanka važenja prava posedovanja originalnog vlasnika.” Međutim, treba imati u vidu i individualnu cenu koju svako od građana treba da plati da bi postao deo jednog velikog sistema, jer “dolazi do pomeranja troškova sa predajnika na prijemnik, što podrazumeva smanjenje troškova diseminiranja, a povećanje troškova prihvatanja informacija” (Turčilo, 2007:27).

“Na jednoj strani su oduševljeni trijumfalisti koji očarani mogućnostima sajber –komunikacije previđaju činjenicu da zavodljivost Novuma koji donosi Tehničko, prikriva destrukciju koja je upisana u njegovo središte. S druge strane, uvek budni kataklizmičari dobrobit tehnologije podređuju opasnostima koje Tehnonovum upućuje vrednostima Tradicije” (Tomić, 2004:9).

Internet predstavlja ne samo neophodan alat za savremenog novinara, već i jedan novi kanal za globalnu distribuciju medijske “robe”. Iako decentralizovana struktura interneta omogućava svakodnevno povezivanje novih korisnika na mrežu i relativno laku komunikaciju sa drugim korisnicima interneta, ne može se u potpunosti odbaciti jedna vrsta centralizovanog pristupa u upravljanju internetom jer čak ni njegove tehničke karakteristike to ne bi podnele. Ne treba zaboraviti da je i prethodna tehnologija koja je omogućila umrežavanje velikog broja ljudi – telefon takođe prošao put smanjivanja centralizovanog upravljanja, da bi došao do nivoa na kojem ono i dalje postoji, ali je manje vidljivo za korisnike. Od operatora u centrali koji su posredovali uspostavljanju i održavanju svakog razgovora do današnjeg načina posredovanja nije prošlo mnogo, ali je komunikacija dobila na ubrzanju smanjenjem broja posrednika. Porast broja korisnika medijskih sadržaja on-lajn raste, a ako se prisetimo da je internet kao medij zaživeo tek devedesetih godina dvadesetog veka (u nekim zemljama tek početkom 21. veka), jasno je da je za svega deceniju ili dve ovaj medij prevalio veliki put. Iako su i pre ovog doba različite društvene grupe, poput vojske i vlade koristile internet za razmenu informacija, tek sa pojavom Netscape navigatora, on je dobio masovnu upotrebu među prosečnim korisnicima.

Iako predstavlja komunikacijski kanal koji je do sada postigao najveću reprezentativnost na globalnom nivou, internet je prešao dug put u istraživanju adekvatne strukture koja bi odgovarala ovako velikom broju povezanih jedinica. Zvezdasti oblik umrežavanja koji je s početka predlagan, kao i oblici u kojima bi sve jedinice bile povezane na centralni sistem bili su odbačeni kasnije zbog njihove podložnosti napadima i mogućnosti ugrožavanja cele mreže ukoliko bi se napao samo jedan

njen deo. Umesto toga predložen je sistem sa mnoštvom čvorova od kojih svaki ima iste kapacitete usmeravanja, takozvani sistem distribuirane komunikacije koji bi bio otporniji na eventualne udare. U takvom sistemu delovi koji su ostali neoštećeni mogu i dalje neometano da komuniciraju jedan sa drugim, jer su sva čvorišta međusobno uvezana i ne zavise od jednog glavnog čvorišnog mesta. ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) danas vrši funkciju koju su ranije obavljali američka vlada i neke organizacije. Ona je sada odgovorna za stabilno i bezbedno funkcionisanje interneta, što uključuje i koordinaciju IP adresa, dodelu regionalnih internet registara i održavanje root nameservera.

Hipertekst (koji će kasnije prerasti u hipermedij) je 1960. godine (tada je stvoren prvi *hyper text* projekat, a 1965. je Nelson napisao rad koji nosi ovaj naziv) stvorio Ted Nelson, u pokušaju da kreatoru sadržaja omogući da izlaže misli na nelinearan način, odnosno pokušavajući da uštedi vreme i piscu i čitaocu. Cilj je bio stvoriti model koji će biti bliži obrascima ljudskog načina saznavanja i prihvatanja informacija. Projekt Ksanadu (Xanadu) je doneo rešenje hipertekst sistema koji obezbeđuje identitet referenci objekata i donosi poboljšanja u rešavanju problema upravljanja konfiguracijom, kao i neke ideje po pitanju kontrole autorstva. Interna hipertekstualnost može da vodi do silazne spirale dok eksterna podrazumeva linkove prema spoljašnjim sadržajima.

Interaktivnost je još jedna od glavnih odlika interneta u koju su se polagale velike nade u oblasti novinarstva, ali su predviđanja u ovoj oblasti ipak bila veća od realne primene ovih mogućnosti u on-lajn novinarstvu. Neispunjena obećanja interaktivnosti nalik su onima koje primena grčkog modela demokratije ima u savremenim društvima: ona postoji kao zacrtan idealni model koji se teško dostiže i kojem većina aktera teži, ali koja realno može postojati u tom obliku samo u malim, lokalnim sredinama sa razvijenom kulturom komuniciranja, interreagovanja i deljenja.

Mark Deuze govori o tri vrste interaktivnosti na vebstranama:

1. navigaciona interaktivnost - korisnik ima na raspolaganju relativno struktuiran način kretanja kroz sadržaj sajta, koristeći opcije poput 'next page' ili 'back'.
2. funkcionalna interaktivnost - korisnik može da ostvari interakciju sa drugim korisnicima ili proizvođačima sadržaja na sajtu (mejlovi, linkovi, BBS ili diskusione liste)
3. adaptivna interaktivnost - sajt 'pamti' ponašanje svakog individualnog korisnika i adaptira se prema tome (pametne veb stranice i personalizovano prilagođavanje).

Deuze smatra da karakteristike on-lajn novinarstva ne samo da utiču na način na koji se proizvodi novinarski sadržaj, već da suštinski redefinišu novinarsku profesiju i kulturu. On navodi tri karakteristike on-lajn novinarstva - hipertekstualnost, interaktivnost i multimedijalnost, naglašavajući da se definicija koja sledi odnosi na idealni tip on-lajn novinarstva: "On-lajn novinarstvo se može funkcionalno razlikovati od drugih vrsta novinarstva, upotrebljavajući tehnološku komponentu kao ključni faktor u (operacionalnom) definisanju. On-lajn novinar mora da donese

odluku kojem medijskom formatu određena priča najviše odgovara (multimedijalnost), razmisli o opcijama na koji način javnost može da reaguje, stupi u interakciju ili čak prilagodi određene priče (interaktivnost), i smisli načine na koje može da poveže svoju priču sa drugim pričama, arhivama, izvorima (hipertekstualnost)” (2003:203).

Debra Brns Melikan (Debra Burns Melican) i Trevis Dikson (Travis Dixon) podsećaju da kredibilitet informacije zavisi od interakcije tri faktora – izvora, poruke i primaoca, i da je nedovoljno pažnje posvećeno istraživanju medijuma koji prenosi poruku i načina na koji on utiče na ovaj proces. “Nasuprot knjigama, novinskim i televizijskim vestima, na primer, internet generalno nema sistematizovane uredničke procedure i pravila za provere podataka, a i tamo gde postoje, teško ih je dokučiti. Pored toga, digitalna forma omogućava lakše promene informacija i otežava korisniku da oceni tačnost” (Burns Melican, Dixon, 2008:153). Robin Mansel smatra da on-lajn prostorima treba da posvetimo mnogo veću pažnju: “Umreženo novinarstvo (eng. networked journalism) je kolaborativno – profesionalci i amateri rade zajedno. Granice se prelaze kako bi se razmenile činjenice, pitanja, odgovori ideje i perspektive. Novo novinarstvo pokreće mnoga etička pitanja. Takođe, donosi nam paradokse” (Mansel, 2007:5). Mansel upozorava da umreženo novinarstvo donosi decentralizovano donošenje odluka, nehijerarhijske strukture, heterogenost i raznolikost, suprotstavljajući ih tradicionalnoj novinarskoj praksi. “Posledice ovog suočavanja ostavljaju dubok trag na medijima i još dublji na nama, kao ljudskim bićima” (ibid:6). Sve gore navedene odlike interneta kao medija mogu istovremeno biti njegove pozitivne strane, ali u određenim uslovima pretvaraju se u velike nedostatke.

Bojd prednosti interneta ne vidi u prostoju mogućnosti predstavljanja “3 u 1”, već za njega “Internet predstavlja kombinaciju TV i štampanih medija sa ubačenim radiom, kombinovanu sa dubinom, širinom i funkcionalnošću najveće baze podataka na svetu” (Bojd, 2002:547).

Brzina i interaktivnost su među najčešće navođenim prednostima interneta: “Mreža globalnog karaktera pokazala je važnost informacije, skratila vreme (brzinu) njenog prenošenja, kao i mogućnost učestvovanja u njenom kreiranju” (Đorđević, 2007:53). Još jedna od velikih prednosti interneta kao medija jeste njegova mogućnost da kombinuje slike, video i audio zapise zajedno sa tekstom, te na taj način pruža i više detalja. “Kombinacija trenutnog izveštavanja i mogućnost da se arhivira materijal na datu temu, čine ga potpuno jedinstvenim među svim ostalim medijima koji objavljuju vesti” (Krejt, 2010:44). Nevolja se naravno javlja kod korisnika čija je internet konekcija spora i/ili nestabilna, ali i kod proizvođača medijskog sadržaja čija tehnologija nije dovoljno razvijena, te predstavlja problem oko postavljanja kvalitetnog materijala on-lajn (loš kvalitet audio zapisa ili video materijala...).

Građansko novinarstvo,<sup>5</sup> razmena poruka putem društvenih mreža i internet izveštavanje su odigrali značajnu ulogu u velikim nesrećama poput napada na Svet-ski trgovinski centar, zemljotresa na Haitiju, uragana Sendi... Zahvaljujući brzini interneta, mnogi su gotovo trenutno bili obavješteni o tragičnim događajima, a brojne medijske kuće su preko interneta uživo prenosile vesti iz blizine mesta nesreće ili direktno sa njega. Čak ni radio i telegraf, prethodni mediji, čijom se glavnom prednošću smatrala brzina prenosa informacija nisu mogli da odreaguju ni na približno sličan način kada je 1945. godine bačena atomska bomba na Hirošimu. Tada je svet nekoliko sati bio u neznanju šta se dogodilo, jer svetski mediji nisu mogli da stupe u kontakt ni sa kim iz ove oblasti (svi kanali komunikacije bili su uništeni). Brojni primeri velikih nesreća u svetu, od građanskih ratova, preko terorističkih napada do prirodnih katastrofa nesagledivih posledica, dokazali su nam više puta u poslednjoj deceniji, da u takvim situacijama potreba za brzim informisanjem raste, i da shodno tome internet (tačnije, on-lajn prezentacije medijskih kuća), danas percipiran kao najbrži medij, beleži velike poraste u posetama. Ono što je još zanimljivo jeste da čak i materijali koji su, mereno merilima novih medija, dugački ili obimni, nailaze ipak na veliko interesovanje publike, ukoliko ona unapred zna šta može da očekuje od materijala i ukoliko se radi o materijalu koji ima veliki društveni ili politički značaj. To je evidentno u slučaju WikiLeaks-a i video snimka koji je ova organizacija pustila u svet pod nazivom "Collateral Murder". I pored dužine snimka od 17 minuta, u prve dve nedelje, nakon postavljanja materijala na YouTube, ovaj snimak je pogledan 6 miliona puta! "Novi medijski prostor za istraživačko novinarstvo jeste internet. Svojim konceptom neograničenih potencijala za pohranjivanje, proizvodnju i distribuciju informacija, internet je izazov za nove istraživačke tehnike" (Tavarički Duronjić, 2011:79).

Neda Todorović konstantuje da "CAR nije zamenio uobičajenu novinarsku praksu istraživanja, ali je postao njen nezamenljiv deo" i podseća na Hjustonovu (Houston) konstantaciju da "kompjuter ne pretvara lošeg novinara u dobrog. On od dobrog novinara čini boljeg" (Todorović, 2007:129). "Dokazi takođe sugerišu da, kada je pristupačan, internet može da služi i kao sredstvo za i protiv opšte dobrobiti. Za istraživačko novinarstvo, on je istovremeno i neophodan alat i forum za pristup informacijama, kao i mogućnost za njihovu globalnu distribuciju" (De Berg, 2007:155).

Krejg (Krejg, 2010) smatra da su on-lajn vesti određene odlikama kompjutera i shodno tome navodi njihove loše strane:

1. veličina (za razliku od ekrana, koji je mnogo manji, novine se mogu raširiti preko celog stola);
2. kvalitet video materijala i slika (mnogo je bolji na TV-u nego on-lajn);
3. dužina tekstova (on-lajn čitaoci ne vole dugačke tekstove);
4. očne smetnje (kompjuter oštećuje vid koliko TV i novine zajedno);

---

<sup>5</sup> Koncept u kojem građani, odnosno dosadašnja medijska publika, imaju aktivnu ulogu u prikupljanju, izveštavanju, širenju i analizi informacija; koriste se još i izrazi – participativno novinarstvo, demokratsko novinarstvo, ulično novinarstvo, javno novinarstvo.

Ono što Krejg ne uzima u obzir jesu nove generacije ekrana sa holesteričnim kristalima kojima nije potrebno pozadinsko svetlo i sa kojima se postiže isti kontrast koji mastilo ima na papiru (pri normalnom svetlu).

Pozitivni aspekti bili bi sledeći:

1. upotreba linkova;
2. redovno dopunjavanje novim informacijama;
3. mogućnost iscrpnijih izveštaja zahvaljujući prostoru bez ograničenja;
4. mogućnost dodavanja audio i video sadržaja;
5. arhiviranje tekstova.

Hjugo de Berg kaže da je “najvažnija reč u izrazu ‘novinarstvo uz pomoć kompjutera’ upravo pomoć. Računari su tu da pomognu novinarima, a ne da ih zamene ili ovladaju njihovim načinom rada” (De Berg, 2007:247).

Još jedan od problema internet novinarstva jeste autentičnost sadržaja, jer se čini da je, iako je količina sadržaja nepregledna na internetu, veoma mali procenat toga sadržaja pravljen namenski za internet, već je samo prilagođavan novom mediju (u velikom broju slučajeva ni to nije učinjeno). Stoga jedna od glavnih prepreka za dalji razvoj interneta kao medija nije samo propusni opseg, već i problem autor-skih prava u digitalnom dobu.

## **Nova poslovna vrata**

Internet svakako otvara mnoga vrata u medijskom svetu, stvarajući poslovne mogućnosti koje je potrebno prepoznati i iskoristiti. Mnogi mediji širom sveta beleže rast prihoda iz on-lajn biznisa tako što diverzifikuju svoj osnovni posao i odlaze u druge on-lajn oblasti, van informativnog posla. Taj izlazak na mala vrata veoma brzo pretvara se u ne baš tako mali biznis – od društvenih mreža, preko aukcijskih i e-commerce sajtova, do malih oglasa i igrice. Tako na primer svetska medijska kuća Naspers poseduje jedan od najposećenijih aukcijskih i e-commerce sajtova u mnogim zemljama; Allegro, čuvena Burda poseduje nekoliko on-lajn aukcijskih sajtova i on-lajn igrice u Finskoj, Estoniji, Danskoj, Mađarskoj, Media Swiss poseduje u Srbiji jedan od najposećenijih pretraživača malih oglasa trazim.rs i sajt o nekretninama nekretnine.rs.; Daily Mail je u Srbiji vlasnik društvene mreže poznanici.com, a ima udeo i u polovniautomobili.com i infostud.com, pri tome treba naglasiti da se radi o medijskoj kući koja u Istočnoj Evropi ne poseduje infoportal, već je upravo usresređena na srodne on-lajn poslove. Mnoge od ovih (sporednih) on-lajn poslova nisu pokrenule velike medijske kuće u čijem su oni danas vlasništvu, već su to bili mali lokalni vlasnici, a medijski giganti su u nekom trenutku odlučili da investiraju u kupovinu ovakvih firmi, očigledno sa računicom i jasnom poslovnom strategijom koja će doneti profit.

Istraživanja koja koristi Krejg pokazuju da je “publika on-lajn vesti mlađa od prosečnog konzumenta vesti i verovatnije je muškog pola, dobro obrazovana i bogata... on-lajn publika ima ogroman apetit za informacijama” (2010:31) i navodi da je on-lajn publika poznata kao “izbirljiva i nestalna” jer na mrežu dolazi da bi dobila

dodatne informacije, nakon što je vesti pratila na drugim medijima. Ono što je još važnije za izdavače – on-lajn publika se izjasnila da je voljna da jedan izvor zameni drugim ako će on informacije dati još brže ili u prikladnijem formatu. Krejg tvrdi da “publika on-lajn vesti u mnogo aspekata više liči na publiku specijalizovanih kablovskih kanala nego na radio i TV publiku” (2010:30), što je na tragu Pavlikovog viđenja mogućnosti da se otuđena i nepoverljiva publika sada iznova angažuje.

Navike i ponašanje publike godinama su oblikovani prirodom starih medija, njihovim sadržajem i načinom prezentacije tog sadržaja. Sada je potrebno re-edukovati tu publiku, raditi na promeni njenih navika i – stvoriti potrebu za drugačijim ponašanjem koje će podrazumevati i korišćenje novih servisa koje mediji stvaraju.

## Literatura

- Barlow, J. (1994). *A taxonomy of information*. USA: American Society for Information.
- Bojd, E. (2002). *Novinarstvo u elektronskim medijima*. Beograd: Clio.
- Burns Melican, D. Dixon, T. (2008). *News on the Net : Credibility, Selective Exposure, and Racial Prejudice*, USA: Communication Research.
- De Berg, H. (2007). *Istraživačko novinarstvo*. Beograd: Clio.
- Deuze, M. (2003). *The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia On-line*. London: New Media & Society.
- Đorđević, T. (2007). *Blog i komunikacija na Internetu*. Beograd: Protocol i FPN.
- Keen, A. (2008). *The Cult of the Amateur: How today's Internet is killing our culture*, USA: Doubleday.
- Krejg, R. (2010). *Onlajn novinarstvo*. Beograd: Clio.
- Mansel, R. (2007). *Prelazak granica sa novim medijima*. Beograd: Protocol i FPN.
- Sifry, M. (2011). *WikiLeaks and the Age of Transparency*, USA: Counterpoint.
- Tapavički Duronjić, T. (2011). *Komuniciranje u medijasferi*. Beograd: Bard-fin.
- Tapscott, D., Williams, A. (2010). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*, USA: Pengiun Group.
- Todorović, N. (2007). *Istraživačko novinarstvo između teorije i prakse*. Beograd: Protocol i FPN.
- Tomić Z. (2004). *Uvod u Sajber-prostor i problemi razgraničenja*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Turkle, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.