



Vreme: 21.12.2020 10:49

Medij: nshronika.rs

Link: <http://www.nshronika.rs/it-business/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije-ekonomiske-krize->

Autori: @nshronikars

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena"

1646



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes



Darko Soković

Director of the New Literacy (Nova pismenost) programme

www.communications.rs/seemedia2020

Kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom, organizuje međunarodnu online konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koja će se održati u utorak 22.12. sa početkom u 10.00h.

Među uvodnim govornicima konferencije imaćemo priliku da čujemo Darka Sokovića, direktora programa Nova pismenost.

"Tradicionalni mediji danas su u nezavidnom položaju. To potvrđuju i podaci istraživanja koje je uradila Nova pismenost, koji govore da naši građani štampi veruju svega dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, isto toliko i radiju, dok influenserima veruju čak četiri odsto. U takvim okolnostima jedino je promena izvesna. Imamo preplavljujuću ponudu tema iz medijske, informacione i digitalne pismenosti, s jedne strane i ogromnu potražnju ovog sadržaja sa druge strane. Sve te informacije su tu danas, vrednuju se i u izveštajima o napretku Evropske komisije, služe nam kad treba da odredimo da li kao roditelj detetu treba dozvoliti pristup Tiktoku ili ne, određuju naše biznis modele. Ako to sada ne shvatimo, možda ćemo se i za deset godina pitati o svojoj budućnosti i održivosti na konferenciji poput ove, ali tada možda već bude kasno", izjavio je Soković.

Konferencija će moći da se prati na YouTube kanalu Ministarstva kulture i informisanja i Facebook stranici Propulsion Fonda.

Negativne posledice pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelno stanje u štampanim medijima, kako su se televizijske stанице prilagodile povećanoj potrebi za informacijama samo su neke od tema koje će se obraditi na konferenciji.





Vreme: 21.12.2020 10:46

Medij: nadlanu.com

Link: <https://nadlanu.com/581896/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedju-pandemije-ekonomiske-krize-i-tehnoloških-promena>

Autori: @nadlanu

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena": Darko Soković - Tradicionalni mediji danas su u nezavidnom položaju

2456

SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes



Darko Soković

Director of the New Literacy (Nova pismenost) programme

Kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom, organizuje međunarodnu online konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koja će se održati u utorak 22.12. sa početkom u 10.00h. Među uvodnim govornicima konferencije imaćemo priliku da čujemo Darka Sokovića, direktora programa Nova pismenost. VIDI ...

Nekategorizovano Objavljeno 21. dec 2020. / 10:46:50 Podeli Kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom, organizuje međunarodnu online konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koja će se održati u utorak 22.12. sa početkom u 10.00h. Među uvodnim govornicima konferencije imaćemo priliku da čujemo Darka Sokovića, direktora programa Nova pismenost. VIDI JOŠ... DARKO LAZIĆ NIKAD ISKRENIJI: Mom ocu je srce stalo nakon... Hor "La la studio" i "Beogradski Tribute BIJELO DUGME" danas... OBJAVIO SUPRUGINU SEKSEPILNU FOTKU: Veljko Ražnatović ne... NEKO ME JE UVRAČAO, NEKI DEMONI MI GOVORE "POMIRI SE SA..." "Tradisionalni mediji danas su u nezavidnom položaju. To potvrđuju i podaci istraživanja koje je uradila Nova pismenost, koji govore da naši građani štampi veruju svega dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, isto toliko i radiju, dok influenserima veruju čak četiri odsto. U takvim okolnostima jedino je promena izvesna. Imamo preplavljajuću ponudu tema iz medijske, informacione i digitalne pismenosti, s jedne strane i ogromnu potražnju ovog sadržaja sa druge strane. Sve te informacije su tu danas, vrednuju se i u izveštajima o napretku Evropske komisije, služe nam kad treba da odredimo da li kao roditelj detetu treba dozvoliti pristup Tiktoku ili ne, određuju naše biznis modele. Ako to sada ne shvatimo, možda ćemo se i za deset godina pitati o svojoj budućnosti i održivosti na konferenciji poput ove, ali tada možda već bude kasno", izjavio je Soković. Konferencija će moći da se prati na YouTube kanalu Ministarstva kulture i informisanja i Facebook stranici Propulsion Fonda. Negativne posledice pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelno stanje u štampanim medijima, kako su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama samo su neke od tema koje će se obraditi na konferenciji. Detaljniju agendu možete pogledati na linku. PodeliFacebookViberWhatsAppTwitterEmail





Vreme: 21.12.2020 16:16

Medij: alo.rs

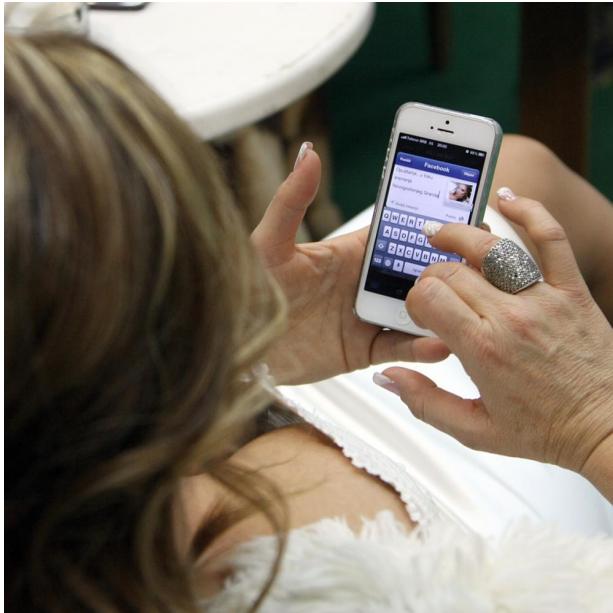
Link: <https://www.alo.rs/hi-tech/it/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera/367381/vest>

Autori: Alo!

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Srbija - zemlja Fejsbuka i Vibera

4645



Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana. Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomskе krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji. On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda. Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influensi rezervi zavređuju poverenje četiri odsto građana. "Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković. On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Tviter koristi tri odsto građana. Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti. Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta. Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejsbuka i Viber-a. "Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storije, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković. Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena očekivanja. Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoracići ka jačanju svojih izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost. "Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nadi i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući ćelije novog porekla i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Biščević. Dodaje da umesto novog međunarodnog porekla, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigme novog svetskog prosvjetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije. "Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Biščević. Ambasador Hrvatske je





Vreme: 21.12.2020 16:16

Medij: alo.rs

Link: <https://www.alo.rs/hi-tech/it/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera/367381/vest>

Autori: Alo!

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Srbija - zemlja Fejsbuka i Vibera

dodao da pođednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa". "Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Bišćević. Međunarodna online konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom. U nastavku online konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Preš), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.





Vreme: 21.12.2020 22:08

Medij: dobrevesti.rs

Link: <https://dobrevesti.rs/%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0/item/12916->

Autori: Redakcija

Teme: Color media communications

Naslov: Konferencija: **Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena - Kuća Dobrih Vesti**

891



Konferencija: Mediji u trouglu izmedju pandemije, ekonomske krize i tehnoloskih promena

Konferencija: Mediji u trouglu između pandemije, ekonomske krize i tehnoloških promena

5

(0 glasova)

Kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom, organizuje međunarodnu onlajn konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomske krize i tehnoloških promena", koja će se održati u sutra sa početkom u 10 časova.

Konferencija će moći da se prati na Jutjub kanalu Ministarstva kulture i informisanja i Fejsbuk stranici Propulsion Fonda.

Negativne posledice pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelno stanje u štampanim medijima, kako su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama samo su neke od tema koje će se obraditi na konferenciji.

Detaljniju agendu možete pogledati na linku .





Datum: 22.12.2020
Medij: Radio Novi Sad 1
Emisija: Novosti
Autori: Redakcija
Teme: Color media communications

	Početak	Trajanje
Emisija	22.12.2020 15:00:00	30:00
Prilog	22.12.2020 15:21:00	1:15

Naslov: Uticaj korona virusa na poslovanje medija

1137

Spiker:

Pandemija se negativno odrazila na poslovanje i položaj tradicionalnih medija, štampana izdanja beleže pad prihoda, veliki izazov je i dominacija interneta kao izvora informisanj, istaknuto je na međunarodnoj video konferenciji koju je kompanija Color media organizovala uz podršku našeg Ministarstva informisanja, USAID i Propleshen fonda. U trouglu između pandemije, ekonomske krize i tehnoloških promena dovedeno je u pitanje objektivno informisanje građana ali je i poraslo poverenje u javne medijske servise, istakla je pomoćnica ministra za informisanje Slavica Trifunović.

Slavica Trifunović:

Pokazalo se da je svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava od širenja panike u javnosti, spekulacija, te do infodemije koja omogućava brzo i gotovo neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga možda i ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast televizije, i što se ovaj trend dovodi u vezu sa povratkom na proverene izvore informisanja u kriznim vremenima, posebno na javne medijske servise koji prema istraživanjima Unije evropskih javnih medijskih servisa beleže rast publike.





Vreme: 22.12.2020 15:21

Medij: rs.n1info.com

Link: <http://rs.n1info.com/Vesti/a686395/Georgiev-RTS-i-ostale-televizije-s-nacionalnom-frekvencijom-ne->

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Georgiev: RTS i ostale televizije s nacionalnom frekvencijom ne rade ništa

1943



Direktor Njuzmaks Adria Slobodan Georgiev rekao je da, na sreću Njuzmaka, RTS "ne radi ništa, kao ni ostale velike televizije sa nacionalnom frekvencijom", pa je bizarna situacija da su jedini konkurenti kolege sa N1, dok direktorka Minacord medija Manja Grčić smatra da su medijske podele prisutne svuda u svetu, ne samo u Srbiji.

Imamo i sumanu borbu na tržištu kablovskih operatera. Razumem da neko hoće da podigne kompaniju, ali neke stvari ove i prošle godine nisu normalne, neke čak i protivzakonite i u takvim okolnostima, dobro da je "naše dete živo", rekao je Georgiev aludirajući na Njuzmaks.

Imamo prostor, a kad bismo imali mogućnost da naš program vide na način kako vide programe privatnih televizija sa nacionalnim frekvencijama, mislim da bi to bilo mnogo gledanje, naglasio je on na konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena".

Georgiev je dodao i da je ljudima iz vlasti zabranjeno da govore sa novinarima te kuće.

Direktorka Minacord medija Manja Grčić istakla je da medijska polarizacija prisutna svuda, ne samo u Srbiji. "Imamo medije koji su jasno na strani vlasti i druge za koje nije jasno na drugoj strani, što je možda i opasnije jer se etiketiraju kao jedini objektivni. Mislim da su benigniji ovi na strani vlasti od drugih", istakla je Grčić.

Direktor RTV Vojvodine Miodrag Koprivica rekao je da se pokrajinski javni servis prilagodio uslovima pandemije, sačuvao je ljude od virusa i "hvala Bogu, svi su na broju".

Pokušali smo i uspeli da sačuvamo programsku i uređivačku politiku, jačali smo informativu, dečji program, filmski, rekao je Koprivica i dodao da je javni servis sa prosvetnim vlastima snimao školske programe na svim manjinskim jezicima.

Koprivica je rekao da je RTV Vojvodina imala problem sa prihodima iz budžeta u avgustu, kada su uskraćeni za 200 miliona dinara, ali je onda to vraćeno jednim delom i prihodi su manji za 100 miliona i ove godine.





Vreme: 22.12.2020 10:55

Medij: rs.n1info.com

Link: <http://rs.n1info.com/Vesti/a686229/Pomocnica-ministarke-Pandemija-dodatno-otezala-vec-tesku->

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Pomoćnica ministarke: Pandemija dodatno otežala već tešku situaciju u medijima

2993



Pomoćnica ministarke kulture i informisanja Slavica Trifunović ocenila je da je pandemija kovid-19 uticala na skoro sva zanimanja, ali je dodatno otežala tešku situaciju svih medija i medijskih radnika u Srbiji.

Trifunović je, na onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekomske krize i tehnoloških promena", istakla da mediji imaju važnu ulogu u oblikovanju javnog mnenja, ali u teškim i izazovnim situacijama oni dobijaju posebno na značaju.

"Građanima je u teškim vremenima potrebno sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje i mediji u takvim situacijama imaju krucijalni značaj", rekla je ona.

Pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih okolnosti, predočila je Trifunović, širenja panike, spekulacija, nepotpunih i neutemeljenih informacija do infodemije, koja je omogućila da se u okolnostima digitalnog okruženja neograničeno šire dezinformacije.

Trifunović je rekla da je pandemija na globalnom nivou dovela do rasta televizija kao izvora vesti i proverenih izvora informacija, poput javnih servisa.

Štampani mediji su, više od elektronskih, pogodeni uticajem pandemije, rekla je ona i istakla da je već 2019. godine zabeležen najveći pad u medijskom sektoru, pa samo 30 odsto građana čita štampu.

U ovoj godini, štampa beleži drastičan pad prihoda od oglašavanja i pad prodaje, rekla je Trifunović.

Trifunović je podsetila da je nova Medijska strategija usvojena početkom 2020. godine i ona je identifikovala niz ekonomskih, društvenih, institucionalnih, zakonodavnih i bezbednosnih izazova sa kojima se suočavaju mediji i medijski radnici i koji se hitno moraju rešavati.

Početkom ovog meseca usvojen je i Akcioni plan sa nztom mera i aktivnosti koje će se sprovoditi u naredne dve godine, istakla je Trifunović.

Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević rekao je da se u "Bermudskom trouglu" pandemije, ekomske krize i digitalnih promena, odvija najdramatičnija promena u karakteru medijskog sveta.

"Tamo gde su, metaforički, huligani i harlekini glavni politički igrači, njihovi raskalašni medijski dvojnici sprovode socio-lobotomski eksperiment", oblikujući novu društvenu stvarnost, rekao je Biščević i dodao da je korona došla kao vrhunac tog virusa.

Da li nas je korona opomenula? Tragičan odgovor je da očigledno nije, jer kao i što međunarodni odnosi čekaju sveobuhvatni reset, tako i medijske politike čekaju vakcinu protiv vlastitih virusa, rekao je on.

Predsednik Federacije periodične štampe Džeđms Hjuz ocenio je da je pandemija uticala na kompanije da traže nove izvore rasta, sticanje novih veština, ideja i načina kako su do sada poslovali.

"Veliki bum nastao je u čitanju, povećan je broj pretplata, zabeležen je rast e-trgovine, pandemija je ubrzala procese koji su već bili u toku", ocenio je Hjuz.

Ovo je godina u kojoj su digitalne pretplate postale srž poslovanja brojnih kompanija, ocenio je on i naveo da je Njujork tajms za devet meseci povećao broj pretplatnika za milion.





Vreme: 22.12.2020 12:16

Medij: krstarica.com

Link: <https://www.krstarica.com/kultura/trifunovic-stampane-medije-prati-samo-30-stanovnika-srbije/>

Autori: @krstarica

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Trifunović: Štampane medije prati samo 30% stanovnika Srbije

3852



BEOGRAD - Zamenica ministarke kulture i informisanja Slavica Trifunović poručila je danas da su mediji od suštinske važnosti za oblikovanje javnog mnjenja

BEOGRAD - Zamenica ministarke kulture i informisanja Slavica Trifunović poručila je danas da su mediji od suštinske važnosti za oblikovanje javnog mnjenja u izazovnim i teškim vremenima i dodala da štampane medije u Srbiji prati samo 30 odsto građana.

Ona je to poručila na međunarodnoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomske krize i tehnoloških promena", koja je održana danas u organizaciji kompanije Color Media Communications, a u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja Republike Srbije, USAID-om i Propulsion Fondom, značajnim predstavnicima medijske scene iz sveta.

"Opšte je poznato koliki je značaj medija u uticaju na doživljavanje stvarnosti. Sveobuhvatno izveštavanje za vreme zdravstvene krize predstavlja osnovno informisanje javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama od presudnog značaja", izjavila je zamenica ministra.

Ona smatra da je svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, od širenja panike u javnosti, špekulacija, nepotpunog i neutemeljenog informisanja do infodemije koja u okolnostima digitalnog okruženja omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija, što je jako opasno.

"Zbog toga i ne čudi što je pandemija imala i pozitivan uticaj na rast televizije kao izvor vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović.

Ona je otkrila da prema istraživanjima Unije evropskih javnih medijskih servisa, beleži se rast publike kod državnih televizija - javnih servisa, kao jačanje svesti za celokupno društvo.

Mnoga istraživanja takođe ukazuju na to da je globalni trend da mediji prepliću potrebu auditorijuma i odlučuju se za produkciju sve više informativnog programa.

"Od novinara i analitičara više se ne očekuju klasične reportaže i analize stanja na političkom, društvenom i ekonomskom planu. Novinari i medijski radnici pored situacije sa pandemijom, susreću se sa promenama u svom radnom okruženju i izazovima koje mogu zahtevati dodatna znanja i veštine kad su u pitanju promene uredišća politike", objasnila je ona.

Štampani mediji su još više od elektronskih pogodjeni posledicama kovidom 19, što im je nametnuto da se dodatno prilagođavaju izazovima novonastale situacije, a naravno imaju i ekonomske poteškoće, navela je u daljem izlaganju.

Istraživanja pokazuju još u 2019. godini da štampane medije, time se misli na dnevna, nedeljna i periodična izdanja, prati svega 30% stanovnika Srbije, dok u 2020. ova kriza štampanih medija se samo produbljuje dodatno usled novih okolnosti.

"Primetan je drastičan pad prihoda od marketinga, oglašavanja, kao i pad prodaje u štampi, i mnogi krivce vide u novim navikama publike koja medije sve više koristi digitalno i nerado se vraća na štampani format", rekla je ona.

Trifunović je rekla da je evidentno da mediji u celom svetu poslednjih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, a istovremeno se trude da ispune svoj





Vreme: 22.12.2020 12:16

Medij: krstarica.com

Link: <https://www.krstarica.com/kultura/trifunovic-stampane-medije-prati-samo-30-stanovnika-srbije/>

Autori: @krstarica

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Trifunović: Štampane medije prati samo 30% stanovnika Srbije

osnovni zadatak, a to je da građanima pruže profesionalne informacije.

"Pandemija kovida 19 uticala je na sve profesije, ali je dodatno otežala situaciju za medije. Današnja konferencija je zato veoma dragocena jer će svima u nekoj meri bar malo pomoći da krizu prevaziđemo, a prilike iskoristimo za jačanje položaja medija i novinarstva u 2021. godini", zaključila je Trifunović na današnjoj konferenciji.

Na konferenciji su učestvovali i Darko Soković, direktor programa "Nova pismenost", Hidajet Biščević, ambasador Hrvatske u Srbiji, James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Preš), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.

(Tanjug)





Vreme: 22.12.2020 13:05

Medij: krstarica.com

Link: <https://www.krstarica.com/kultura/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradjana/>

Autori: @krstarica

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

4591



BEOGRAD - Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u

BEOGRAD - Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji.

On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda.

Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influensi rezervi zavređuju poverenje četiri odsto građana.

"Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković.

On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Tviter koristi tri odsto građana.

Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti.

Pоловина građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta.

Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejbuka i Viber-a.

"Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storije, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković.

Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena očekivanja.

Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoračiti ka jačanju svojih





Vreme: 22.12.2020 13:05

Medij: krstarica.com

Link: <https://www.krstarica.com/kultura/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradjana/>

Autori: @krstarica

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost.

"Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nada i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući ćelije novog poretka i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Biščević. Dodaje da umesto novog međunarodnog poretka, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigmе novog svetskog prosvjetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije.

"Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Biščević.

Ambasador Hrvatske je dodao da pođednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa".

"Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Biščević.

Međunarodna online konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom.

U nastavku online konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Preš), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.

(Tanjug)





Vreme: 22.12.2020 13:31

Medij: happytv.rs

Link: <http://happytv.rs/razonoda/nauka-i-tehnologija/267256/srbija-zemlja-dru%C5%A1tvenih->

Autori: Redakcija

Teme: Color media communications; SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: SRBIJA ZEMLJA DRUŠTVENIH MREŽA: Fejsbuk i Viber koristi 60 odsto građana

4594



Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana. Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji. On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda. Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influenseri zavređuju poverenje četiri odsto građana. "Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković. On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Tviter koristi tri odsto građana. Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti. Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta. Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejbuka i Viber-a. "Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storije, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković. Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena očekivanja. Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoračiti ka jačanju svojih izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost. "Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nada i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući ćelije novog poretku i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Biščević. Dodaje da umesto novog međunarodnog poretku, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigme novog svetskog prosvjetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije. "Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Biščević. Ambasador Hrvatske je dodao da podjednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa". "Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i





Vreme: 22.12.2020 13:31

Medij: happytv.rs

Link: <http://happytv.rs/razonoda/nauka-i-tehnologija/267256/srbija-zemlja-dru%C5%A1tvenih->

Autori: Redakcija

Teme: Color media communications; SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: SRBIJA ZEMLJA DRUŠTVENIH MREŽA: Fejsbuk i Viber koristi 60 odsto građana

radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Biščević. Međunarodna online konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom. U nastavku online konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Preš), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media. Happy BSC je spremio za vas najmodernejšu mobilnu aplikaciju da biste nas lakše pratili i bili u toku sa svim vestima. Našu aplikaciju možete preuzeti za ANDROID i PHONE.





Vreme: 22.12.2020 11:17

Medij: nshronika.rs

Link: <http://www.nshronika.rs/it-business/otvorena-konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije->

Autori: @nshronikars

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Otvorena konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena"

2912



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

WhatsApp

Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom.

Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojeći da profesionalno informišu građane.

"Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović.

Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradisionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovela "Nova pismenost", a koji govore da naši građani, štampi veruju dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influenseri zavređuju čak četiri odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja.

Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Bišćević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemijske strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvijanja, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kulturnih i vrednosnih normi".

Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! Isabelle de Courson i predsednik Worldwide Media (tbc) Deepek Lamba.

O negativnim posledicama pandemije na ekonomski opstanak medija, aktualnom stanju u štampanim medijima, kao i o tome kako su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama samo su neke od tema o kojima će razgovarati eminentni govornici iz sveta medija.

Celu konferenciju možete pratiti OVDE.

KLJUČNE REČI





Vreme: 22.12.2020 12:18

Medij: nshronika.rs

Link: <http://www.nshronika.rs/it-business/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije-ekonomski-krize->

Autori: @nshronikars

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena": Veću štetu pretrpele su dnevne novine od nedeljnika, ipak treba se...

4974



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

WhatsApp

Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom.

Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojeći da profesionalno informišu građane.

"Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović.

Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradicionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovela "Nova pismenost", a koji govore da naši građani, štampi veruju dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influenseri zavređuju čak četiri odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja.

Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Bišćević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemijske strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvijanja, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kulturno-istorijskih i vrednosnih normi".

Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! Isabelle de Courson i predsednik Worldwide Media (tbc) Deepek Lamba.

O negativnim posledicama pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelnom stanju u štampanim medijima, kao i o tome kako su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama samo su neke od tema o kojima će razgovarati eminentni govornici iz sveta medija.

Na prvom panelu "The Paper" o aktuelnom stanju u štampi, govorili su direktor nedeljnika "Vreme" Steva Ristić, glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Čilibrk, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović, pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede" Jadranka Rabrenović i glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić.

Panelisti su se usaglasili da su veće štete pretrpele dnevne novine od nedeljnika, dok su urednici





Vreme: 22.12.2020 12:18

Medij: nshronika.rs

Link: <http://www.nshronika.rs/it-business/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije-ekonomiske-krize-promena>

Autori: @nshronikars

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena": Veću štetu pretrpele su dnevne novine od nedeljnika, ipak treba se...

nedeljnika istakli da je prodaja njihovih časopisa porasla, kako zbog zatvaranja ljudi u kuće, tako i zbog potrebe za relevantnim informacijama. Takođe, pojedini nedeljnici su kao meru preduzeli štampanje manjeg broja strana i izdanja.

Urednik nedeljnika "Vreme" Stevan Ristić, naveo je: "Naš problem je što aerodromi rade u smanjenom kapacitetu, a mi na aerodrom šaljemo oko 10-15 odsto svog tiraža, te smo smanjili i broj strana, kao i broj štampanih izdanja".

Glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, je naveo da su oni tokom pandemije odlučili da građanima ponude i druge teme, a ne samo informacije o virusu, dodavši da bi pandemijska kriza na duži rok mogla biti veliki problem.

Kada je u pitanju tržiste štampanih izdanja, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović je naveo da je to tržiste u poslednjih osam godina u velikom padu koji se kreće između devet i 14 odsto godišnje, istaknuvši da kod njih tiraž jedino održavaju specifična izdanja koja nemaju druge novinske kuće.

Pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede", Jadranka Rabrenović je navela da je početkom godine tiraž opao, ali da su događaji poput izbora i promene vlasti u Crnoj Gori uticali na porast broja štampanih izdanja.

Glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić je naveo da je na dan kada se dogodio zemljotres u Zagrebu, štampano izdanje nije dospelo do prodajnih mesta, ali da je na sajtu ostvareno oko četiri miliona poseta, što se slično dešavalo i tokom pandemije. "Iz ovoga smo naučili, da moramo funkcionišati na svim platformama, i na svakoj isporučivati kvalitetne informacije".

Celu konferenciju možete pratiti OVDE.

KLJUČNE REČI





Vreme: 22.12.2020 13:45

Medij: 013info.rs

Link: <https://013info.rs/vesti/srbija/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradana>

Autori: @pa013info

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

4677



Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Izvor:

[Tweet Widget](#)

Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Na današnjoj onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji.

On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda.

Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influenseri zavređuju poverenje četiri odsto građana.

"Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković.

On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Tviter koristi tri odsto građana.

Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti.

Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta.

Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome.

Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejsbuka i Viber-a.

"Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storiјe, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković.

Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena





Vreme: 22.12.2020 13:45

Medij: 013info.rs

Link: <https://013info.rs/vesti/srbija/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradana>

Autori: @pa013info

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

očekivanja.

Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoračiti ka jačanju svojih izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost.

"Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nada i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući čelije novog poretka i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Bišćević.

Dodaje da umesto novog međunarodnog poretka, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigme novog svetskog prosvetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije.

"Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Bišćević.

Ambasador Hrvatske je dodao da podjednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa".

"Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Bišćević.

Međunarodna onlajn konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom.

U nastavku onlajn konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Press), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.





Vreme: 22.12.2020 14:04

Medij: k-013.com

Link: <https://www.k-013.com/news/tehnologija/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto->

Autori: K-013 Online

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

4461



12-22-2020

2020-12-22T14:04:19+01:00

Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji.

On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slijedi zabava, muzika i moda.

Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influenseri zavređuju poverenje četiri odsto građana.

"Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković.

On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Tviter koristi tri odsto građana.

Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti.

Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta.

Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejbuka i Viber-a.

"Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storije, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković.

Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena očekivanja.

Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoracići ka jačanju svojih





Vreme: 22.12.2020 14:04

Medij: k-013.com

Link: <https://www.k-013.com/news/tehnologija/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto->

Autori: K-013 Online

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost.

"Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nada i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući ćelije novog poretka i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Bišćević. Dodaje da umesto novog međunarodnog poretka, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigmе novog svetskog prosvjetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije.

"Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Bišćević.

Ambasador Hrvatske je dodao da pođednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa".

"Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Bišćević.

Međunarodna online konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom.

U nastavku online konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Preš), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.





Vreme: 22.12.2020 18:18

Medij: mondo.rs

Link: <https://mondo.rs/MobIT/Tech-Vesti/a1414134/najpopularnije-drustvene-mreze-u-srbiji-portali->

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: PROSEĆAN INTERNET KORISNIK U SRBIJI: Čita samo naslov, ne zanima ga izvor vesti, ali ume da prepozna lažne sadržaje!

3301



Autor Miloš Delević 22.12.2020. / 18:18 0

Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana. Pogledaj slike social media symbol Izvor: boygovideo/iStockphoto Izvor: boygovideo/iStockphoto 1 Izvor: Mondo / marques brownlee / WIRED / PBS NewsHour Izvor: Mondo / marques brownlee / WIRED / PBS NewsHour 2 Izvor: MONDO / Marko Čavić Izvor: MONDO / Marko Čavić 3 Izvor: Mondo / NowThis News Izvor: Mondo / NowThis News 4 Izvor: MONDO / Facebook / Instagram Izvor: MONDO / Facebook / Instagram 5 AD Izvor: MONDO / Instagram Izvor: MONDO / Instagram 6 Izvor: Mondo/ Screenshot, Mondo/ Screenshoot Izvor: Mondo/ Screenshot, Mondo/ Screenshoot 7 Izvor: MONDO / Facebook / Instagram Izvor: MONDO / Facebook / Instagram 8 Izvor: MONDO / Facebook Izvor: MONDO / Facebook 9 Izvor: MONDO / Facebook Izvor: MONDO / Facebook 10 AD Izvor: MONDO / Instagram Izvor: MONDO / Instagram 11 Izvor: MONDO / Instagram Izvor: MONDO / Instagram 12 Izvor: Mondo / HBO Izvor: Mondo / HBO 13 / 13 Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomske krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji. On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda. Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influensi zavređuju poverenje četiri odsto građana. "Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković. On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži TikTok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Twitter koristi tri odsto građana. Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti. Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta. Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Facebook koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Facebook i Viber aplikacija. "Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Facebook i Instagram aplikacijama skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storije, a grupe na Facebook-u se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković. Budite bolje informisani od drugih, PREUZMITE MONDO MOBILNU APLIKACIJU. (Mondo / Tanjug)





Vreme: 22.12.2020 10:56

Medij: danas.rs

Link: <https://www.danas.rs/drustvo/trifunovic-pandemija-dodatno-otezala-tesku-situaciju-svih-medija/>

Autori: @OnlineDanas

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Trifunović: Pandemija dodatno otežala tešku situaciju svih medija

3637



Pomoćnica ministarke kulture i informisanja Slavica Trifunović ocenila je danas da je pandemija kovid-19 uticala na skoro sva zanimanja, ali je dodatno otežala tešku situaciju svih medija i medijskih radnika u Srbiji. Trifunović je, na onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", istakla da mediji imaju važnu ulogu u oblikovanju javnog mnenja, ali u teškim i izazovnim situacijama oni dobijaju posebno na značaju. Građanima je u teškim vremenima potrebno sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje i mediji u takvim situacijama imaju krucijalni značaj, rekla je ona. Pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih okolnosti, predočila je Trifunović, širenja panike, spekulacija, nepotpunih i neutemeljenih informacija do infodemije, koja je omogućila da se u okolnostima digitalnog okruženja neograničeno šire dezinformacije. Trifunović je rekla da je pandemija na globalnom nivou dovela do rasta televizija kao izvora vesti i proverene izvore informacija, poput javnih servisa. Štampani mediji su, više od elektronskih, pogođeni uticajem pandemije, rekla je ona i istakla da je već 2019. godine zabeležen najveći pad u medijskom sektoru, pa samo 30 odsto građana čita štampu. U ovoj godini štampa beleži drastičan pad prihoda od oglašavanja i pad prodaje, rekla je Trifunović. Trifunović je podsetila da je nova Medijska strategija usvojena početkom 2020. godine i ona je identifikovala niz ekonomskih, društvenih, institucionalnih, zakonodavnih i bezbednosnih izaziva sa kojima se suočavaju mediji i medijski radnici i koji se hitno moraju rešavati. Početkom ovog meseca usvojen je i Akcioni plan sa nztom mera i aktivnosti koje će se sprovoditi u naredne dve godine, istakla je Trifunović. Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević rekao je da se u "Bermudskom trouglu" pandemije, ekonomске krize i digitalnih promena, odvija najdramatičnija promena u karakteru medijskog sveta. Tamo gde su, metaforički, huligani i harlekini glavni politički igrači, njihovi raskalašni medijski dvojnici sprovode socio-lobotomijski eksperiment, oblikujući novu društvenu stvarnost, rekao je Biščević i dodao da je korona došla kao vrhunac tog virusa. Da li nas je korona opomenula? Tragičan odgovor je da očigledno nije, jer kao i što međunarodni odnosi čekaju sveobuhvatni reset, tako i medijske politike čekaju vakcinu protiv vlastitih virusa, rekao je on. Predsednik Federacije periodične štampe Džeems Hjuz ocenio je da je pandemija uticala na kompanije da traže nove izvore rasta, sticanje novih veština, ideja i načina kako su do sada poslovale. Veliki bum nastao je u čitanju, povećan je broj pretplate, zabeležen je rast e-trgovine, pandemija je ubrzala procese koji su već bili u toku, ocenio je Hjuz. Ovo je godina u kojoj su digitalne pretplate postale srž poslovanja brojnih kompanija, ocenio je on i naveo da je Njujork tajms za devet meseci povećao broj pretplatnika za milion. U vreme opšte tabloidizacije, senzacionalizma i komercijalizacije medija, duže od dve decenije istrajavamo na principima profesionalnog i etičkog novinarstva. Bili smo zabranjivani i prozivani, nijedna vlast nije bila blagonaklona prema kritici, ali nas ništa nije sprecilo da vas svakodnevno objektivno informišemo. Zato želimo da se oslonimo na vas. Članstvom u Klubu čitalaca Danasa za 799 dinara mesečno pomažete nam da ostanemo samostalni i dosledni novinarstvu u kakvo verujemo, a vi na mejl svako veće dobijate PDF sutrašnjeg broja Danas. Ovo veb mesto koristi Akismet kako bi smanjilo nepoželjne. Saznajte kako se vaši komentari obrađuju.





Vreme: 22.12.2020 12:11

Medij: danas.rs

Link: <https://www.danas.rs/drustvo/hjuz-fipp-pandemija-povecala-onlajn-preplate-dnevnih-novina/>

Autori: @OnlineDanas

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Hjuz (FIPP): Pandemija povećala onlajn preplate dnevnih novina

2551



Svi mediji u svetu zabeležili su tokom pandemije pad prodaje štampanih izdanja i prihoda od marketinga, ali je u isto vreme porasla distribucija preko onlajn pretplata, izjavio je danas predsednik Međunarodne federacije periodične štampe (International Federation of Periodical Publishers FIPP) Džejms Hjuz. Hjuz je na onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomske krize i tehnoloških promena", rekao da je značajan deo medija pandemiju korona virusa prihvatio kao izazov za novu organizaciju rada i dostupnost čitaocima preko interneta. On je rekao da je za medije širom sveta u 2020. godini zajedničko to što svi imaju rad od kuće, što marketing u uobičajenom obliku nestaje, a da su se u isto vreme pojavile nove navike u radu od kojih će neke opstati i kada se pandemija završi. "Petplata za onlajn izdanja medija izgleda da radi u bilo kom delu sveta, nema zemlje u svetu gde se to ne radi. Interent pretplata je jedan od načina kako se dolazi direktno do korisnika", rekao je Hjuz i dodao da u tome prednjače dnevne novine, dok zaostaju magazini "koji treba da prođu veliki put da bi došli do toga". Prema njegovim rečima dve velike kompanije dominiraju u digitalnom oglašavanju - Gugl i Fejsbuk, a da je dobra vest to što će Gugl "konačno početi da plaća izdavače" tekstova i informacija koje objavljuje. Hjuz je naveo da mediji treba da se pripreme za kraj pandemije, jer kada se ona jednom završi biće puno korisnika željnih sadržaja koji su im falili tokom pandemije. Predsednik nemačkog modnog magazina "Burda international" Alfred Hajnce je rekao da taj magazin ima oko milion čitalaca, da je zadnjih deset godina u rad uvedeno 55 odsto novih aktivnosti, a da je "pandemija dramatično ubrzala promene". Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomske krize i tehnoloških promena", organizovana je u saradnji Ministarstva kulture Srbije, Propulsion fonda i USAID. U vreme opšte tabloidizacije, senzacionalizma i komercijalizacije medija, duže od dve decenije istrajavamo na principima profesionalnog i etičkog novinarstva. Bili smo zabranjivani i prozivani, nijedna vlast nije bila blagonaklona prema kritici, ali nas ništa nije sprecilo da vas svakodnevno objektivno informišemo. Zato želimo da se oslonimo na vas. Članstvom u Klubu čitalaca Danasa za 799 dinara mesečno pomažete nam da ostanemo samostalni i dosledni novinarstvu u kakvo verujemo, a vi na mejl svako veče dobijate PDF sutrašnjeg broja Danas. Ovo veb mesto koristi Akismet kako bi smanjilo nepoželjne. Saznajte kako se vaši komentari obrađuju.





Vreme: 22.12.2020 12:17

Medij: nadlanu.com

Link: <https://nadlanu.com/582101/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedju-pandemije-ekonomiske-krize-i-promena>

Autori: @nadlanu

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena": Veću štetu pretrpele su dnevne novine od nedeljnika, ipak treba se...

6069



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom. Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno ...

Konferencije i događaji Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena": Veću štetu pretrpele su dnevne novine od nedeljnika, ipak treba se prilagoditi svim platformama Objavljeno 22. dec 2020. / 12:17:44 Podeli Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom. Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojeći da profesionalno informišu građane. "Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović. Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradicionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovela "Nova pismenost", a koji govore da naši građani, stampi veruju dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influensi rezervi zavređuju čak četiri odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja. Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Bišćević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemijske strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvitka, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kulturoloških i vrednosnih normi". Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! Isabelle de Courson i predsednik Worldwide Media (tbc) Deepek Lamba. O negativnim posledicama pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelnom stanju u štampanim medijima, kao i o tome kako su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama samo su neke od tema o kojima će razgovarati eminentni govornici iz sveta medija. VIDI JOŠ... Otvorena konferencija "Mediji u trouglu između pandemije,... Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске... The Economist "Svijet u 2021.": Sinergijom privrede i... Održana





Vreme: 22.12.2020 12:17

Medij: nadlanu.com

Link: <https://nadlanu.com/582101/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedju-pandemije-ekonomiske-krize-i-promena>

Autori: @nadlanu

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena": Veću štetu pretrpele su dnevne novine od nedeljnika, ipak treba se...

konferencija "Svet u 2021": Virus utiče na sve i... Na prvom panelu "The Paper" o aktuelnom stanju u štampi, govorili su direktor nedeljnika "Vreme" Steva Ristić, glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović, pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede" Jadranka Rabrenović i glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić. Panelisti su se usaglasili da su veće štete pretrpele dnevne novine od nedeljnika, dok su urednici nedeljnika istakli da je prodaja njihovih časopisa porasla, kako zbog zatvaranja ljudi u kuće, tako i zbog potrebe za relevantnim informacijama. Takođe, pojedini nedeljnici su kao meru preduzeli štampanje manjeg broja strana i izdanja. Urednik nedeljnika "Vreme" Stevan Ristić, naveo je: "Naš problem je što aerodromi rade u smanjenom kapacitetu, a mi na aerodrom šaljemo oko 10-15 odsto svog tiraža, te smo smanjili i broj strana, kao i broj štampanih izdanja". Glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, je naveo da su oni tokom pandemije odlučili da građanima ponude i druge teme, a ne samo informacije o virusu, dodavši da bi pandemijska kriza na duži rok mogla biti veliki problem. Kada je u pitanju tržište štampanih izdanja, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović je naveo da je to tržište u poslednjih osam godina u velikom padu koji se kreće između devet i 14 odsto godišnje, istaknuvši da kod njih tiraž jedino održavaju specifična izdanja koja nemaju druge novinske kuće. Pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede", Jadranka Rabrenović je navela da je početkom godine tiraž opao, ali da su događaji poput izbora i promene vlasti u Crnoj Gori uticali na porast broja štampanih izdanja. Glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić je naveo da je na dan kada se dogodio zemljotres u Zagrebu, štampano izdanje nije dospelo do prodajnih mesta, ali da je na sajtu ostvareno oko četiri miliona poseta, što se slično dešavalo i tokom pandemije. "Iz ovoga smo naučili, da moramo funkcionisati na svim platformama, i na svakoj isporučivati kvalitetne informacije". Celu konferenciju možete pratiti OVDE. Color Med?a CommunicationsDarko SokovićkonferencijaMediji u trouglu između pandemije ekonomске krize i tehnoloških promenaNj.E. Hidajet BiščevićSlavica Trifunović PodeliFacebookViberWhatsAppTwitterEmail





Vreme: 22.12.2020 11:15

Medij: nadlanu.com

Link: <https://nadlanu.com/582090/otvorena-konferencija-mediji-u-trouglu-izmedju-pandemije-ekonomiske->

Autori: @nadlanu

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Otvorena konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena"

3826



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom. Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno ...

Konferencije i događaji Objavljeno 22. dec 2020. / 11:15:53 Podeli Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom. Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbole sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojeći da profesionalno informišu građane. "Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović. Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradicionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovela "Nova pismenost", a koji govore da naši građani, štampi veruju dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influensi rezervišu čak četiri odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja. VIDI JOŠ... Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске... The Economist "Svijet u 2021.": Sinergijom privrede i... Održana konferencija "Svet u 2021": Virus utiče na sve i... "Svet u 2021": Ideja humanosti utkana u sve poslovne procese... Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Bišćević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemije strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvijanja, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kulturnih i vrednosnih normi". Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! Isabelle de Courson i predsednik Worldwide Media (tbc) Deepak Lamba. O negativnim posledicama pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelnom stanju u štampanim medijima, kao i o tome kako su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama samo su neke od tema o kojima će razgovarati eminentni govornici iz sveta medija. Celu konferenciju možete pratiti OVDE. Color Med?a CommunicationsDarko SokovićkonferencijaMediji u trouglu između pandemije





Vreme: 22.12.2020 11:15

Medij: nadlanu.com

Link: <https://nadlanu.com/582090/otvorena-konferencija-mediji-u-trouglu-izmedju-pandemije-ekonomiske->

Autori: @nadlanu

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Otvorena konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena"

ekonomske krize i tehnoloških promena Nj.E. Hidajet Biščević Slavica Trifunović
Podeli Facebook Viber WhatsApp Twitter Email





Vreme: 22.12.2020 13:19

Medij: rtv.rs

Link: http://www.rtv.rs/sr_lat/drustvo/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

4626



Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima...

BEOGRAD - Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Na današnjoj onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji. On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda. Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influensi rezervi zavređuju poverenje četiri odsto građana. "Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković. On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Twiter koristi tri odsto građana. Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti. Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta. Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejsbuka i Viber-a. "Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storije, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković. Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena očekivanja. Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoracići ka jačanju svojih izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost. "Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nuda i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući ćelije novog porekla i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Biščević. Dodaje da umesto novog međunarodnog porekla, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigmе novog svetskog prosvjetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije. "Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Biščević. Ambasador Hrvatske je dodaо da





Vreme: 22.12.2020 13:19

Medij: rtv.rs

Link: http://www.rtv.rs/sr_lat/drustvo/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: **Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana**

podjednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa". "Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Bišćević. Međunarodna onlajn konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom. U nastavku onlajn konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Press), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.





Vreme: 22.12.2020 13:44

Medij: indeksonline.rs

Link: <https://indeksonline.rs/2020/12/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradjana/>

Autori: @IndeksonlineRS

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

4597



IndeksOnline.rs

Dobrodošli! Ulogujte se na nalog
vaše korisničko ime

Lozinka će vam biti poslata emailom

Naslovna srbija Beograd

22/12/2020

Viber

BEOGRAD - Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji.

On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda.

Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influensi rezervi zavređuju poverenje četiri odsto građana.

"Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković.

On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Tviter koristi tri odsto građana.

Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti.

Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta.

Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera.

"Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storie, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je





Vreme: 22.12.2020 13:44

Medij: indeksonline.rs

Link: <https://indeksonline.rs/2020/12/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradjana/>

Autori: @IndeksonlineRS

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

Soković.

Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena očekivanja.

Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoracići ka jačanju svojih izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost.

"Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nade i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući čelije novog poretka i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Biščević. Dodaje da umesto novog međunarodnog poretka, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigmе novog svetskog prosvetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije.

"Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Biščević.

Ambasador Hrvatske je dodao da pođednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa".

"Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Biščević.

Međunarodna online konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom.

U nastavku online konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Preš), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.

indeksonline.rs





Vreme: 22.12.2020 12:46

Medij: dnevnik.rs

Link: <https://www.dnevnik.rs/drustvo/trifunovic-stampane-medije-prati-samo-30-posto-stanovnika-srbije-22->

Autori: Redakcija

Teme: Color media communications

Naslov: Trifunović: Štampane medije prati samo 30 posto stanovnika Srbije

3771



Naslovna strana Društvo

22.12.2020 • 12:46 12:49

Izvor: Tanjug

BEOGRAD: Zamenica ministarke kulture i informisanja Slavica Trifunović poručila je danas da su mediji od suštinske važnosti za oblikovanje javnog mnjenja u izazovnim i teškim vremenima i dodala da štampane medije u Srbiji prati samo 30 odsto građana.

Foto: pixabay.com

Ona je to poručila na međunarodnoj online konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koja je održana danas u organizaciji kompanije Color Media Communications, a u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja Republike Srbije, USAID-om i Propulsion Fondom, značajnim predstavnicima medijske scene iz sveta.

"Opšte je poznato koliki je značaj medija u uticaju na doživljavanje stvarnosti. Sveobuhvatno izveštavanje za vreme zdravstvene krize predstavlja osnovno informisanje javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama od presudnog značaja", izjavila je zamenica ministra.

Ona smatra da je svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, od širenja panike u javnosti, špekulacija, nepotpunog i neutemeljenog informisanja do infodemije koja u okolnostima digitalnog okruženja omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija, što je jako opasno.

"Zbog toga i ne čudi što je pandemija imala i pozitivan uticaj na rast televizije kao izvor vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović.

Ona je otkrila da prema istraživanjima Unije evropskih javnih medijskih servisa, beleži se rast publike kod državnih televizija - javnih servisa, kao jačanje svesti za celokupno društvo.

Mnoga istraživanja takođe ukazuju na to da je globalni trend da mediji prepliću potrebu auditorijuma i odlučuju se za produkciju sve više informativnog programa.

"Od novinara i analitičara više se ne očekuju klasične reportaže i analize stanja na političkom, društvenom i ekonomskom planu. Novinari i medijski radnici pored situacije sa pandemijom, susreću se sa promenama u svom radnom okruženju i izazovima koje mogu zahtevati dodatna znanja i veštine kad su u pitanju promene uređivačke politike", objasnila je ona.

Štampani mediji su još više od elektronskih pogodjeni posledicama kovidom 19, što im je nametnuto da se dodatno prilagođavaju izazovima novonastale situacije, a naravno imaju i ekonomski poteškoće, navela je u daljem izlaganju.

Istraživanja pokazuju još u 2019. godini da štampane medije, time se misli na dnevna, nedeljna i periodična izdanja, prati svega 30% stanovnika Srbije, dok u 2020. ova kriza štampanih medija se samo produbljuje dodatno usled novih okolnosti.

"Primetan je drastičan pad prihoda od marketinga, oglašavanja, kao i pad prodaje u štampi, i mnogi krivci vide u novim navikama publike koja medije sve više koristi digitalno i nerado se vraća na





Vreme: 22.12.2020 12:46

Medij: dnevnik.rs

Link: <https://www.dnevnik.rs/drustvo/trifunovic-stampane-medije-prati-samo-30-posto-stanovnika-srbije-22->

Autori: Redakcija

Teme: Color media communications

Naslov: Trifunović: Štampane medije prati samo 30 posto stanovnika Srbije

"štampani format", rekla je ona.

Trifunović je rekla da je evidentno da mediji u celom svetu poslednjih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, a istovremeno se trude da ispune svoj osnovni zadatak, a to je da građanima pruže profesionalne informacije.

"Pandemija kovida 19 uticala je na sve profesije, ali je dodatno otežala situaciju za medije. Današnja konferencija je zato veoma dragocena jer će svima u nekoj meri bar malo pomoći da krizu prevaziđemo, a prilike iskoristimo za jačanje položaja medija i novinarstva u 2021. godini", zaključila je Trifunović na današnjoj konferenciji.

Na konferenciji su učestvovali i Darko Soković, direktor programa "Nova pismenost", Hidajet Bišćević, ambasador Hrvatske u Srbiji, James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Press), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media.





Vreme: 22.12.2020 18:45

Medij: cenzolovka.rs

Link: <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/georgiev-rts-i-ostale-televizije-s-nacionalnom-frekvencijom->

Autori: @Cenzolovka

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Georgiev: RTS i ostale televizije s nacionalnom frekvencijom ne rade ništa

2944



Foto: Medija centar Beograd Imamo i sumanu borbu na tržištu kablovskih operatera. Razumem da neko hoće da podigne kompaniju, ali neke stvari ove i prošle godine nisu normalne, neke čak i protivzakonite i u takvim okoln

:

N1

Direktor Njuzmaks Adria Slobodan Georgiev rekao je da, na sreću Njuzmaka, RTS "ne radi ništa, kao ni ostale velike televizije sa nacionalnom frekvencijom", pa je bizarna situacija da su jedini konkurenti kolege sa N1, dok direktorka Minacord medija Manja Grčić smatra da su medijske podele prisutne svuda u svetu, ne samo u Srbiji.

Foto: Medija centar Beograd

Imamo i sumanu borbu na tržištu kablovskih operatera. Razumem da neko hoće da podigne kompaniju, ali neke stvari ove i prošle godine nisu normalne, neke čak i protivzakonite i u takvim okolnostima, dobro da je "naše dete živo", rekao je Georgiev aludirajući na Njuzmaks.

Imamo prostor, a kad bismo imali mogućnost da naš program vide na način kako vide programe privatnih televizija sa nacionalnim frekvencijama, mislim da bi to bilo mnogo gledanije, naglasio je on na konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena".

Georgiev je dodao i da je ljudima iz vlasti zabranjeno da govore sa novinarima te kuće.

Direktorka Minacord medija Manja Grčić istakla je da medijska polarizacija prisutna svuda, ne samo u Srbiji. "Imamo medije koji su jasno na strani vlasti i druge za koje nije jasno na drugoj strani, što je možda i opasnije jer se etiketiraju kao jedini objektivni. Mislim da su benigniji ovi na strani vlasti od drugih", istakla je Grčić.

Direktor RTV Vojvodine Miodrag Koprivica rekao je da se pokrajinski javni servis prilagodio uslovima pandemije, sačuvao je ljudje od virusa i "hvala Bogu, svi su na broju".

Pokušali smo i uspeli da sačuvamo programsku i uređivačku politiku, jačali smo informativnu, dečji program, filmski, rekao je Koprivica i dodao da je javni servis sa prosvetnim vlastima snimao školske programe na svim manjinskim jezicima.

Koprivica je rekao da je RTV Vojvodina imala problem sa prihodima iz budžeta u avgustu, kada su uskraćeni za 200 miliona dinara, ali je onda to vraćeno jednim delom i prihodi su manji za 100 miliona i ove godine.

Povezane vesti

E-mail

*

Na našem sajtu biće objavljeni svi pristigli komentari, osim komentara koji sadrže govor mržnje, psovke i uvrede ili nisu u vezi sa temom članka koji se komentariše. Govor mržnje definisan je Zakonom o javnom informisanju, koji u članu 38. kaže: "Zabranjeno je objavljivanje ideja, informacija i mišljenja kojima se





Vreme: 22.12.2020 18:45

Medij: cenzolovka.rs

Link: <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/georgiev-rts-i-ostale-televizije-s-nacionalnom-frekvencijom->

Autori: @Cenzolovka

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Georgiev: RTS i ostale televizije s nacionalnom frekvencijom ne rade ništa

podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe lica zbog njihovog pripadanja ili nepripadanja nekoj rasi, veri, naciji, etničkoj grupi, polu ili zbog njihove seksualne opredeljenosti, bez obzira na to da li je objavlјivanjem uчинjeno krivično delo". Pre nego što budu objavljeni, komentari moraju biti odobreni od strane naših moderatora, pa vas molimo za malo strpljenja.

Preporučujemo





Vreme: 22.12.2020 15:39

Medij: advertiser-serbia.com

Link: <http://www.advertiser-serbia.com/tokom-pandemije-porasla-konsumacija-medija/>

Autori: Redakcija

Teme: Color media communications; SEE MEDIA CONFERENCE; Hello časopis

Naslov: Tokom pandemije porasla konzumacija medija

7542



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

BEOGRAD - Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekomske krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela [...]

Konferencije

S ovim u vezi Color Media Communications konferencije Mediji Ministarstvo kulture i informisanja Propulsion USAID

BEOGRAD - Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekomske krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom

Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojći da profesionalno informišu građane.

"Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta" istakla je Trifunović.

Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradisionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovela "Nova pismenost", a koja govore da naši građani štampi veruju 2 odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influenseri zavređuju čak 4 odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja.

Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Biščević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemiske strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvitka, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kuluroloških i vrednosnih normi".

Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Holding Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department





Vreme: 22.12.2020 15:39

Medij: advertiser-serbia.com

Link: <http://www.advertiser-serbia.com/tokom-pandemije-porasla-konsumacija-medija/>

Autori: Redakcija

Teme: Color media communications; SEE MEDIA CONFERENCE; Hello časopis

Naslov: Tokom pandemije porasla konzumacija medija

HOLA! HELLO! Isabelle de Courson.

Negativne posledice pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelno stanje u štampanim medijima, način na koji su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama, samo su neke od tema o kojima će razgovarati eminentni govornici iz sveta medija.

Dnevne novine pretrpele su veću štetu od nedeljnika, ipak treba se prilagoditi svim platformama

Na prvom panelu "The Paper" o aktuelnom stanju u štampi, govorili su direktor nedeljnika "Vreme" Steva Ristić, glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović, pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede" Jadranka Rabrenović i glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić.

Panelisti su se usaglasili da su veće štete pretrpele dnevne novine od nedeljnika, dok su urednici nedeljnika istakli da je prodaja njihovih časopisa porasla, kako zbog zatvaranja ljudi u kuće, tako i zbog potrebe za relevantnim informacijama. Takođe, pojedini nedeljnici su kao meru preuzeli štampanje manjeg broja strana i izdanja.

Urednik nedeljnika "Vreme" Stevan Ristić, naveo je: "Naš problem je što aerodromi rade u smanjenom kapacitetu, a mi na aerodrom šaljemo oko 10-15 odsto svog tiraža, zbog toga smo smanjili i broj strana, kao i broj štampanih izdanja".

Glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, je naveo da su oni tokom pandemije odlučili da građanima ponude i druge teme, a ne samo informacija o virusu, dodavši da bi pandemijska kriza na duži rok mogla biti veliki problem.

Kada je u pitanju tržište štampanih izdanja, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović je naveo da je to tržište u poslednjih osam godina u velikom padu koji se kreće između 9 i 14 odsto godišnje, istaknuvši da kod njih tiraž jedino održavaju specifična izdanja koja nemaju druge novinske kuće.

Pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede", Jadranka Rabrenović je navela da je početkom godine tiraž pao, ali da su događaji poput izbora i promene vlasti u Crnoj Gori uticali na porast broja štampanih izdanja.

Glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić je naveo da je na dan kada se dogodio zemljotres u Zagrebu, štampano izdanje nije dospelo do prodajnih mesta, ali da je na sajtu ostvareno oko 4 miliona poseta, što se slično dešavalo i tokom pandemije. "Iz ovoga smo naučili, da moramo funkcionišati na svim platformama, i na svakoj isporučivati kvalitetne informacije".

Na drugom panelu "The Loudest Voice" o stanju na medijskoj sceni govorili su direktor "Njuzmaks Adrije" Slobodan Georgijev, direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić, generalni direktor JMU "RTV" Miodrag Koprivica i izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk.

Većina sagovornika je potvrdila da je najvažnije stvarati kvalitetan sadržaj, ali i to da postoji polarizacija medija u Srbiji. Istaknuto je i da je gledanost televizije porasla u vreme pandemije, ali da kada je u pitanju oglašavanje, ekonomска situacija u medijima nije povoljna.

Direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić je navela da danas ima znanto više medija nego pre 15 godina.

"Na globalnom nivou, tako i u Srbiji, razvili su se novi mediji, postoji veliki broj kablovskih kanala koji se trenutno emituju, tako da je za gledaoce izbor veliki. Te promene su doprinele tome da su štampani mediji pred velikim izazovima", navela je Grčić.

Direktor "Njuzmaks Adrije" Slobodan Georgijev je istakao da je ključno praviti kvalitetniji i drugačiji sadržaj, dodavši: "Ako to što stvarate nema uticaja, ako to niko ne gleda, to je onda uzaludno raditi."

Generalni direktor JMU RTV Miodrag Koprivica je naveo da je RTV tokom pandemije promenio programsku šemu i emitovao više informativnog, dečijeg i filmskog programa. Takođe su učestvovali u kreiranju školskog programa na svim manjinskim jezicima.

Izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk je izjavila da i u ovim teškim vremenima rade više i bolje, kako bi program bio sadržajni. "Dunav Televizija" je pokrenuta u avgustu 2019. godine, te će prave rezultate tek videti u narednom periodu.

Tokom panela je istaknuto, i to da je novinarstvo traganje za istinom i pokušaj da se ljudima pruže informacije koje će im omogućiti donošenje ispravnih odluka. Osim toga, na konferenciji je naglašeno i to da mediji ovu krizu mogu iskoristiti za restart i otkrivanje nekih novih platformi.

Celu konferenciju možete pogledati OVDE .

Kliknite da postavite komentar





Vreme: 22.12.2020 14:36

Medij: haber.rs

Link: <https://www.haber.rs/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradjana>

Autori: Codingest

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

5132



Društvo

BEOGRAD - Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana. Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak [...] The post appeared first on IndeksOnline.rs.

Dec 22, 2020-14:36

Pratite portal haber.rs i na društvenim mrežama Fejsbuk i T viter.

Pratite portal haber.rs i na društvenim mrežama Fejsbuk i T viter.

Pratite portal haber.rs i na društvenim mrežama Fejsbuk i T viter.

BEOGRAD - Direktor programa "Nova pimenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana.

Na današnjoj online konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji.

On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda.

Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influensi rezervi zavređuju poverenje četiri odsto građana.

"Imamo nepreglednu ponudu tema iz medijske informacione i digitalne pismenosti sa jedne i ogromnu potražnju tog sadržaja sa druge strane", naglasio je Soković.

On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta T viter koristi tri odsto građana.

Soković je podvukao da građani prepoznaju propagandu i lažne vesti i akcentovao da ih to ne sprečava da u najvećem broju gledaju i čitaju medije u kojima prepoznaju takve vesti.

Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta.

Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome.

Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejbuka i Viber-a.





Vreme: 22.12.2020 14:36

Medij: haber.rs

Link: <https://www.haber.rs/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera-koristi-ih-60-odsto-gradjana>

Autori: Codingest

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera, koristi ih 60 odsto građana

"Ako planirate prisustvo na društvenim mrežama, znajte da news feed na Fejsbuku i Instagramu skoro nikome nije važan, skoro 40 odsto naših građana gleda samo storiјe, a grupe na Fejsbuku se vraćaju na velika vrata i pretiču stranice preko kojih mediji najčešće komuniciraju sa svojom publikom", zaključio je Soković.

Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević istakao je da virus korona ima primarno zastrašujuću zdravstvenu i socijalnu dimenziju, ali da je istovremeno postao sinonim i metafora za izneverena očekivanja.

Kako je pojasnio svoje viđenje, promene u međunarodnim odnosima su probudile nade da su moguće nove zajedničke vrednosti i saradnje, demokratije, vladavine prava, ljudska prava i slično, tako se sa početkom IT revolucije, devedesetih godina, moglo nadati da će mediji iskoračiti ka jačanju svojih izvornih zadataka - objektivnost, obrazovanje, analitičnost, profesionalnost, nezavisnost.

"Trideset godina kasnije pogled unazad otkriva kolosalni kolaps takvih nade i očekivanja. Virus nije od juče, on je 30 godina kapilarno ulazio u međunarodne odnose i masovne medije razarajući čelije novog poretka i potencijalno novih medijskih standarda", kazao je Biščević. Dodaje da umesto novog međunarodnog poretka, dobijen je novi hladni rat, a umesto paradigmе novog svetskog prosvetiteljstva, došlo se do razarajuće duhovne i socijalne dekadencije.

"Korona se pojavila kao vrhunac tog procesa, metaforički kao opomena, i danas je ključno pitanje da li nas je zaista opomenula, a odgovor je tragično jednostavan - očigledno nije", navodi Biščević.

Ambasador Hrvatske je dodoao da podjednako kao što međunarodni odnosi čekaju svoje obuhvatno resetovanje, tako i medijske politike čekaju "vakcine protiv svojih virusa".

"Niti pandemija može trajati u nedogled, niti postojeće stanje u međunarodnim odnosima i stanje u medijima može trajati večno. Ostaje nam da se nadamo i radimo na političkim i medijskim vakcinama", zaključio je Biščević.

Međunarodna online konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom.

U nastavku online konferencije učestvovali su - James Hewes, predsednik FIPP (Federation of Periodical Preš), Alfred Heintze, predsednik Burda International, Isabelle de Courson, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! i Deepek Lamba, predsednik Worldwide Media. indeksonline.rs





Vreme: 23.12.2020 10:41

Medij: nshronika.rs

Link: <http://www.nshronika.rs/aktuelno/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije-ekonomiske-krize-tehnoloških-promena>

Autori: @nshronikars

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija

7042



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

WhatsApp

Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je juče, 22. decembra, međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom.

Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojeći da profesionalno informišu građane.

"Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović.

Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradicionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovela "Nova pismenost", a koja govore da naši građani štampi veruju dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influenseri zavređuju čak četiri odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja.

Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Bišćević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemijske strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvijanja, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kulturno-istorijskih i vrednosnih normi".

Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Holding Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! Isabelle de Courson.

Negativne posledice pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelno stanje u štampanim medijima, način na koji su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama, samo su neke od tema o kojima su razgovarali eminentni govornici iz sveta medija.

Dnevne novine pretrpele su veću štetu od nedeljnika, ipak treba se prilagoditi svim platformama

Na prvom panelu "The Paper" o aktuelnom stanju u štampi, govorili su direktor nedeljnika "Vreme" Steva Ristić, glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović, pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede" Jadranka Rabrenović i glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić.





Vreme: 23.12.2020 10:41

Medij: nshronika.rs

Link: <http://www.nshronika.rs/aktuelno/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije-ekonomiske-krize-promena>

Autori: @nshronikars

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija

Panelisti su se usaglasili da su veće štete pretrpele dnevne novine od nedeljnika, dok su urednici nedeljnika istakli da je prodaja njihovih časopisa porasla, kako zbog zatvaranja ljudi u kuće, tako i zbog potrebe za relevantnim informacijama. Takođe, pojedini nedeljnici su kao meru preduzeli štampanje manjeg broja strana i izdanja.

Urednik nedeljnika "Vreme" Stevan Ristić, naveo je: "Naš problem je što aerodromi rade u smanjenom kapacitetu, a mi na aerodrom šaljemo oko 10-15 odsto svog tiraža, zbog toga smo smanjili i broj strana, kao i broj štampanih izdanja".

Glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, je naveo da su oni tokom pandemije odlučili da građanima ponude i druge teme, a ne samo informacije o virusu, dodavši da bi pandemijska kriza na duži rok mogla biti veliki problem.

Kada je u pitanju tržište štampanih izdanja, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović je naveo da je to tržište u poslednjih osam godina u velikom padu koji se kreće između devet i 14 odsto godišnje, istaknuvši da kod njih tiraž jedino održavaju specifična izdanja koja nemaju druge novinske kuće.

Pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede", Jadranka Rabrenović je navela da je početkom godine tiraž pao, ali da su događaji poput izbora i promene vlasti u Crnoj Gori uticali na porast broja štampanih izdanja.

Glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić je naveo da na dan kada se dogodio zemljotres u Zagrebu, štampano izdanje nije dospelo do prodajnih mesta, ali da je na sajtu ostvareno oko četiri miliona poseta, što se slično dešavalo i tokom pandemije. "Iz ovoga smo naučili, da moramo funkcionišati na svim platformama, i na svakoj isporučivati kvalitetne informacije".

Tokom pandemije porasla konzumacija medija

Na drugom panelu "The Loudest Voice" o stanju na medijskoj sceni govorili su direktor "Njuzmaks Adrije" Slobodan Georgijev, direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić, generalni direktor JMU "RTV" Miodrag Koprivica i izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk.

Većina sagovornika je potvrdila da je najvažnije stvarati kvalitetan sadržaj, ali i to da postoji polarizacija medija u Srbiji. Istaknuto je i da je gledanost televizije porasla u vreme pandemije, ali da kada je u pitanju oglašavanje, ekomska situacija u medijima nije povoljna.

Direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić je navela da danas ima znatno više medija nego pre 15 godina.

"Na globalnom nivou, tako i u Srbiji, razvili su se novi mediji, postoji veliki broj kablovskih kanala koji se trenutno emituju, tako da je za gledaoce izbor veliki. Te promene su doprinele tome da su štampani mediji pred velikim izazovima", navela je Grčić.

Direktor "Njuzmaks Adrije" Slobodan Georgijev je istakao da je ključno praviti kvalitetniji i drugačiji sadržaj, dodavši: "Ako to što stvarate nema uticaja, ako to niko ne gleda, to je onda uzaludno raditi."

Generalni direktor JMU RTV Miodrag Koprivica je naveo da je RTV tokom pandemije promenio programsku šemu i emitovao više informativnog, dečijeg i filmskog programa. Takođe, učestvovali su u kreiranju školskog programa na svim manjinskim jezicima.

Izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk je izjavila da i u ovim teškim vremenima rade više i bolje, kako bi program bio sadržajni. "Dunav Televizija" je pokrenuta u avgustu 2019. godine, te će prave rezultate tek videti u narednom periodu.

Tokom panela je istaknuto i to da je novinarstvo traganje za istinom i pokušaj da se ljudima pruže informacije koje će im omogućiti donošenje ispravnih odluka. Osim toga, na konferenciji je naglašeno i to da mediji ovu krizu mogu iskoristiti za restart i otkrivanje nekih novih platformi.

Celu konferenciju možete pogledati [OVDE](#).





Vreme: 23.12.2020 10:47

Medij: brif.rs

Link: <https://brif.rs/vesti/srbija/srbija-zemlja-fejsbuka-i-vibera>

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE; Color media communications

Naslov: Srbija zemlja Fejsbuka i Vibera

2158



Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković izjavio je danas da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građa

decembar 23, 2020

Tvitni na twitteru

izvor:pixabay.com

Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković izjavio je juče da, prema podacima istraživanja CeSID-a "Medijska i digitalna pismenost u Srbiji", tema pandemije virusa korona zauzima drugo mesto po interesovanju građana, piše Tanjug.

Na današnjoj onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", Soković je rekao i da istraživanje pokazuje da čak 40 odsto i više građana nikada nije bilo na sajtu bilo koje državne institucije da bi se informisalo o epidemiji.

On je rekao da se na prvom mestu po interesovanju građana nalaze vesti iz oblasti sporta, dok posle pandemije slede zabava, muzika i moda.

Soković je primetio da istraživanje govori u prilog tome da su tradicionalni mediji danas u nezavidnom položaju i istakao da samo dva odsto građana Srbije veruje štampanim medijima kao glavnom mediju iz kojeg se informišu, a sa druge strane influensi rezervi poverenje četiri odsto građana.

On je dodao da čak 42 odsto tinejdžera u Srbiji, od 12 do 17 godina, ima nalog na društvenoj mreži Tik Tok, a da dva odsto svih građana Srbije tu društvenu mrežu posmatra kao izvor za informisanje o dešavanjima oko nas, za šta Tiviter koristi tri odsto građana.

Polovina građana ne obraća pažnju na izvore, a preko 70 odsto njih pročita samo naslov i još malo teksta.

Inače, građani najveće poverenje imaju u internet portale i to četvrtina njih, a trećina ne veruje nikome. Društvenu mrežu Fejsbuk koristi čak 60 odsto ljudi u Srbiji, zatim slede Youtube i Instagram, a više od 60 odsto građana ima Viber tako da se, kako ističe Soković, može reći da je Srbija zemlja Fejsbuka i Viber-a.

Međunarodna onlajn konferencija mogla je da se prati preko YouTube kanala Ministarstva kulture i informisanja Republike Srbije, koja je i organizator tribine sa kompanijom Color Media Communications, USAID-om i Propulsion Fondom.

Izvor: Nsuzivo.rs





Vreme: 23.12.2020 11:18

Medij: novaenergija.net

Link: <http://www.novaenergija.net/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije-ekonomiske-krize-i-tehnoloških-promena>

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija

7402



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija

written by Ivana Karanović December 23, 2020

Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je juče, 22. decembra, međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom.

Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojeći da profesionalno informišu građane.

"Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović.

Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradicionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovedla "Nova pismenost", a koja govore da naši građani štampi veruju dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influenseri zavređuju čak četiri odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja.

Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Biščević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemijske strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvijanja, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kulturnih i vrednosnih normi".

Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Holding Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! Isabelle de Courson.

Negativne posledice pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelno stanje u štampanim medijima, način na koji su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama, samo su neke od tema o kojima su razgovarali eminentni govornici iz sveta medija.

Dnevne novine pretrpele su veću štetu od nedeljnika, ipak treba se prilagoditi svim platformama

Na prvom panelu "The Paper" o aktuelnom stanju u štampi, govorili su direktor nedeljnika "Vreme" Steva Ristić, glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Čulibrk, generalni direktor kompanije "Novosti"





Vreme: 23.12.2020 11:18

Medij: novaenergija.net

Link: <http://www.novaenergija.net/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedu-pandemije-ekonomiske-krize-i-promena>

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija

Nedeljko Krsmanović, pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede" Jadranka Rabrenović i glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić.

Panelisti su se usaglasili da su veće štete pretrpele dnevne novine od nedeljnika, dok su urednici nedeljnika istakli da je prodaja njihovih časopisa porasla, kako zbog zatvaranja ljudi u kuće, tako i zbog potrebe za relevantnim informacijama. Takođe, pojedini nedeljnici su kao meru preduzeli štampanje manjeg broja strana i izdanja.

Urednik nedeljnika "Vreme" Stevan Ristić, naveo je: "Naš problem je što aerodromi rade u smanjenom kapacitetu, a mi na aerodrom šaljemo oko 10-15 odsto svog tiraža, zbog toga smo smanjili i broj strana, kao i broj štampanih izdanja".

Glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Ćulibrk, je naveo da su oni tokom pandemije odlučili da građanima ponude i druge teme, a ne samo informacije o virusu, dodavši da bi pandemijska kriza na duži rok mogla biti veliki problem.

Kada je u pitanju tržište štampanih izdanja, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović je naveo da je to tržište u poslednjih osam godina u velikom padu koji se kreće između devet i 14 odsto godišnje, istaknuvši da kod njih tiraž jedino održavaju specifična izdanja koja nemaju druge novinske kuće.

Pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede", Jadranka Rabrenović je navela da je početkom godine tiraž pao, ali da su događaji poput izbora i promene vlasti u Crnoj Gori uticali na porast broja štampanih izdanja.

Glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić je naveo da na dan kada se dogodio zemljotres u Zagrebu, štampano izdanje nije dospelo do prodajnih mesta, ali da je na sajtu ostvareno oko četiri miliona poseta, što se slično dešavalo i tokom pandemije. "Iz ovoga smo naučili, da moramo funkcionisati na svim platformama, i na svakoj isporučivati kvalitetne informacije".

Tokom pandemije porasla konzumacija medija

Na drugom panelu "The Loudest Voice" o stanju na medijskoj sceni govorili su direktor "Njuzмaks Adrije" Slobodan Georgijev, direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić, generalni direktor JMU "RTV" Miodrag Koprivica i izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk.

Većina sagovornika je potvrdila da je najvažnije stvarati kvalitetan sadržaj, ali i to da postoji polarizacija medija u Srbiji. Istaknuto je i da je gledanost televizije porasla u vreme pandemije, ali da kada je u pitanju oglašavanje, ekomska situacija u medijima nije povoljna.

Direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić je navela da danas ima znatno više medija nego pre 15 godina.

"Na globalnom nivou, tako i u Srbiji, razvili su se novi mediji, postoji veliki broj kablovskih kanala koji se trenutno emituju, tako da je za gledaoce izbor veliki. Te promene su doprinele tome da su štampani mediji pred velikim izazovima", navela je Grčić.

Direktor "Njuzмaks Adrije" Slobodan Georgijev je istakao da je ključno praviti kvalitetniji i drugačiji sadržaj, dodavši: "Ako to što stvarate nema uticaja, ako to niko ne gleda, to je onda uzaludno raditi."

Generalni direktor JMU RTV Miodrag Koprivica je naveo da je RTV tokom pandemije promenio programsku šemu i emitovao više informativnog, dečijeg i filmskog programa. Takođe, učestvovali su u kreiranju školskog programa na svim manjinskim jezicima.

Izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk je izjavila da i u ovim teškim vremenima rade više i bolje, kako bi program bio sadržajni. "Dunav Televizija" je pokrenuta u avgustu 2019. godine, te će prave rezultate tek videti u narednom periodu.

Tokom panela je istaknuto i to da je novinarstvo traganje za istinom i pokušaj da se ljudima pruže informacije koje će im omogućiti donošenje ispravnih odluka. Osim toga, na konferenciji je naglašeno i to da mediji ovu krizu mogu iskoristiti za restart i otkrivanje nekih novih platformi.

Celu konferenciju možete pogledati OVDE .

Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija was last modified: December 23rd, 2020 by Ivana Karanović





Vreme: 23.12.2020 10:39

Medij: nadlanu.com

Link: <https://nadlanu.com/582371/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedju-pandemije-ekonomski-krize-i-tehnoloških-promena>

Autori: @nadlanu

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomski krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija

7971



International online conference



SEE Media Conference

Media in the triangle between the pandemic, economic crisis and technological changes

Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je juče, 22. decembra, međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomski krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom. Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela ...

Konferencije i događaji Objavljeno 23. dec 2020. / 10:39:40 Podeli Pomoćnica za informisanje i medije u Ministarstvu kulture i informisanja, Slavica Trifunović, otvorila je juče, 22. decembra, međunarodnu konferenciju "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomski krize i tehnoloških promena", koju organizuje kompanija Color Media Communications u saradnji sa Ministarstvom kulture i informisanja, USAID-om i Propulsion Fondom. Pomoćnica za informisanje i medije je tom prilikom navela da je evidentno da mediji u celom svetu proteklih godina pokušavaju da se izbore sa novim ekonomskim prilikama i brzim tehnološkim promenama, istovremeno nastojeći da profesionalno informišu građane. "Sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje u vreme zdravstvene krize predstavlja osnovu informisanja javnosti, a profesionalni rad medija je u takvim situacijama krucijalan. Međutim, pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih pojava, poput širenja panike u javnosti, spekulacija, nepotpunog i neutemeljnog informisanja, naročito u okolnostima digitalnog okruženja koje omogućava brzo i neograničeno širenje dezinformacija. Zbog toga ne čudi što je aktuelna pandemija na globalnom nivou imala pozitivan uticaj na rast gledanosti televizije kao relevantnog izvora vesti u zemljama širom sveta", istakla je Trifunović. Direktor programa "Nova pismenost" Darko Soković je na otvaranju konferencije izjavio: "Tradicionalni mediji su u nezavidnom položaju, to potvrđuju i istraživanja koja je sprovela "Nova pismenost", a koja govore da naši građani štampi veruju dva odsto, kao glavnom mediju iz koga se informišu, a isto toliko i radiju, dok influensi zavređuju čak četiri odsto poverenja". Soković je dodao i to da ovakvi podaci utiču na izbor biznis modela, bilo da se radi o medijima ili drugim sferama poslovanja. Ambasador Republike Hrvatske Nj.E. Hidajet Bišćević je naveo na otvaranju: "U ova strašna vremena, a čini mi se da će razmere ove pandemiske strahote moći odmeriti tek buduće generacije, rekao bih da upravo u tom bermudskom trouglu pandemije, medija i tehnološkog razvitka, traje jedna od najvećih, možda i najdramatičnijih promena u karakteru medijskog sveta. Ta promena ne traje odvojeno od dubokih promena u samoj prirodi savremenog sveta, kao i promena dominantnih političkih, kulturnih i vrednosnih normi". Na otvaranju konferencije govorili su i predsednik FIPP (Federation of Periodical Press) James Hewes, predsednik Burda International Holding Alfred Heintze, direktor uredništva, International Department HOLA! HELLO! Isabelle de Courson. Negativne posledice pandemije na ekonomski opstanak medija, aktuelno stanje u štampanim medijima, način na koji su se televizijske stanice prilagodile povećanoj potrebi za informacijama, samo su neke od tema o kojima su razgovarali eminentni govornici iz sveta medija. Dnevne novine pretrpele su veću štetu od nedeljnika, ipak treba se prilagoditi svim platformama. Na prvom panelu "The Paper" o aktuelnom stanju u štampi, govorili su direktor nedeljnika "Vreme" Steva Ristić, glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Čilibrk, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović, pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede" Jadranka Rabrenović i glavni





Vreme: 23.12.2020 10:39

Medij: nadlanu.com

Link: <https://nadlanu.com/582371/konferencija-mediji-u-trouglu-izmedju-pandemije-ekonomiske-krize-i-promena>

Autori: @nadlanu

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena" - Tokom pandemije porasla konzumacija medija

urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić. Panelisti su se usaglasili da su veće štete pretrpele dnevne novine od nedeljnika, dok su urednici nedeljnika istakli da je prodaja njihovih časopisa porasla, kako zbog zatvaranja ljudi u kuće, tako i zbog potrebe za relevantnim informacijama. Takođe, pojedini nedeljnici su kao meru preduzeli štampanje manjeg broja strana i izdanja. Urednik nedeljnika "Vreme" Stevan Ristić, naveo je: "Naš problem je što aerodromi rade u smanjenom kapacitetu, a mi na aerodrom šaljemo oko 10-15 odsto svog tiraža, zbog toga smo smanjili i broj strana, kao i broj štampanih izdanja". Glavni i odgovorni urednik nedeljnika "NIN" Milan Čilibrk, je naveo da su oni tokom pandemije odlučili da građanima ponude i druge teme, a ne samo informacije o virusu, dodavši da bi pandemija kriza na duži rok mogla biti veliki problem. VIDI JOŠ... Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomski... Otvorena konferencija "Mediji u trouglu između pandemije,... Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomski... The Economist "Svijet u 2021.": Sinergijom privrede i... Kada je u pitanju tržište štampanih izdanja, generalni direktor kompanije "Novosti" Nedeljko Krsmanović je naveo da je to tržište u poslednjih osam godina u velikom padu koji se kreće između devet i 14 odsto godišnje, istaknuvši da kod njih tiraž jedino održavaju specifična izdanja koja nemaju druge novinske kuće. Pomoćnica glavnog i odgovornog urednika "Pobjede", Jadranka Rabrenović je navela da je početkom godine tiraž pao, ali da su događaji poput izbora i promene vlasti u Crnoj Gori uticali na porast broja štampanih izdanja. Glavni urednik "Jutarnjeg lista" Goran Ogurlić je naveo da na dan kada se dogodio zemljotres u Zagrebu, štampano izdanje nije dospelo do prodajnih mesta, ali da je na sajtu ostvareno oko četiri miliona poseta, što se slično dešavalo i tokom pandemije. "Iz ovoga smo naučili, da moramo funkcionišati na svim platformama, i na svakoj isporučivati kvalitetne informacije". Tokom pandemije porasla konzumacija medija Na drugom panelu "The Loudest Voice" o stanju na medijskoj sceni govorili su direktor "Njuzmaks Adrije" Slobodan Georgijev, direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić, generalni direktor JMU "RTV" Miodrag Koprivica i izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk. Većina sagovornika je potvrdila da je najvažnije stvarati kvalitetan sadržaj, ali i to da postoji polarizacija medija u Srbiji. Istaknuto je i da je gledanost televizije porasla u vreme pandemije, ali da kada je u pitanju oglašavanje, ekonomski situacija u medijima nije povoljna. Direktorka Minacord Media, K1, TV Dr, Kazbuka, Manja Grčić je navela da danas ima znatno više medija nego pre 15 godina. "Na globalnom nivou, tako i u Srbiji, razvili su se novi mediji, postoji veliki broj kablovskih kanala koji se trenutno emituju, tako da je za gledaoce izbor veliki. Te promene su doprinele tome da su štampani mediji pred velikim izazovima", navela je Grčić. Direktor "Njuzmaks Adrije" Slobodan Georgijev je istakao da je ključno praviti kvalitetniji i drugačiji sadržaj, dodavši: "Ako to što stvarate nema uticaja, ako to niko ne gleda, to je onda uzaludno raditi." Generalni direktor JMU RTV Miodrag Koprivica je naveo da je RTV tokom pandemije promenio programsku šemu i emitovao više informativnog, dečijeg i filmskog programa. Takođe, učestvovali su u kreiranju školskog programa na svim manjinskim jezicima. Izvršni direktor RTV "Pančevo" i "Dunav Televizije" Tatjana Cuk je izjavila da i u ovim teškim vremenima rade više i bolje, kako bi program bio sadržajni. "Dunav Televizija" je pokrenuta u avgustu 2019. godine, te će prave rezultate tek videti u narednom periodu. Tokom panela je istaknuto i to da je novinarstvo traganje za istinom i pokušaj da se ljudima pruže informacije koje će im omogućiti donošenje ispravnih odluka. Osim toga, na konferenciji je naglašeno i to da mediji ovu krizu mogu iskoristiti za restart i otkrivanje nekih novih platformi. Celu konferenciju možete pogledati OVDE. Color Med?a CommunicationsDarko SokovićkonferencijaMediji u trouglu između pandemije ekonomski krize i tehnoloških promena N.j.E. Hidajet BišćevićSlavica Trifunović PodeliFacebookViberWhatsAppTwitterEmail





Vreme: 23.12.2020 10:49

Medij: cenzolovka.rs

Link: <https://www.cenzolovka.rs/trziste/hjuz-fipp-pandemija-povecala-onlajn-preplate-dnevnih-novina-2/>

Autori: @Cenzolovka

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Hjuz (FIPP): Pandemija povećala onlajn preplate dnevnih novina

2660

:

Danas

Svi mediji u svetu zabeležili su tokom pandemije pad prodaje štampanih izdanja i prihoda od marketinga, ali je u isto vreme porasla distribucija preko onlajn pretplata, izjavio je danas predsednik Međunarodne federacije periodične štampe (International Federation of Periodical Publishers FIPP) Džejms Hjuz.

Hjuz je na onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", rekao da je značajan deo medija pandemiju korona virusa prihvatio kao izazov za novu organizaciju rada i dostunost čitaocima preko interneta.

On je rekao da je za medije širom sveta u 2020. godini zajedničko to što svi imaju rad od kuće, što marketing u uobičajenom obliku nestaje, a da su se u isto vreme pojavile nove navike u radu od kojih će neke opstati i kada se pandemija završi.

"Petplata za onlajn izdanja medija izgleda da radi u bilo kom delu sveta, nema zemlje u svetu gde se to ne radi. Interent pretplata je jedan od načina kako se dolazi direktno do korisnika", rekao je Hjuz i dodao da u tome prednjače dnevne novine, dok zaostaju magazini "koji treba da prođu veliki put da bi došli do toga".

Prema njegovim rečima dve velike kompanije dominiraju u digitalnom oglašavanju - Gugl i Fejsbuk, a da je dobra vest to što će Gugl "konačno početi da plaća izdavače" tekstova i informacija koje objavljuje.

Hjuz je naveo da mediji treba da se pripreme za kraj pandemije, jer kada se ona jednom završi biće puno korisnika željnih sadržaja koji su im falili tokom pandemije.

Predsednik nemačkog modnog magazina "Burda International" Alfred Hajnce je rekao da taj magazin ima oko milion čitalaca, da je zadnjih deset godina u rad uvedeno 55 odsto novih aktivnosti, a da je "pandemija dramatično ubrzala promene".

Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", organizovana je u saradnji Ministarstva kulture Srbije, Propulsion fonda i USAID.

Povezane vesti

E-mail

*

Na našem sajtu biće objavljeni svi pristigli komentari, osim komentara koji sadrže govor mržnje, psovke i uvrede ili nisu u vezi sa temom članka koji se komentariše. Govor mržnje definisan je Zakonom o javnom informisanju, koji u članu 38. kaže: "Zabranjeno je objavljivanje ideja, informacija i mišljenja kojima se podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe lica zbog njihovog pripadanja ili nepripadanja nekoj rasi, veri, naciji, etničkoj grupi, polu ili zbog njihove seksualne opredeljenosti, bez obzira na to da li je objavljivanjem učinjeno krivično delo". Pre nego što budu objavljeni, komentari moraju biti odobreni od strane naših moderatora, pa vas molimo za malo strpljenja.

Preporučujemo





Vreme: 23.12.2020 10:32

Medij: cenzolovka.rs

Link: <https://www.cenzolovka.rs/drzava-i-mediji/trifunovic-pandemija-dodatno-otezala-tešku-situaciju-svih-medija>

Autori: @Cenzolovka

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Trifunović: Pandemija dodatno otežala tešku situaciju svih medija

3746

:

Danas

Pomoćnica ministarke kulture i informisanja Slavica Trifunović ocenila je danas da je pandemija kovid-19 uticala na skoro sva zanimanja, ali je dodatno otežala tešku situaciju svih medija i medijskih radnika u Srbiji.

Trifunović je, na onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", istakla da mediji imaju važnu ulogu u oblikovanju javnog mnenja, ali u teškim i izazovnim situacijama oni dobijaju posebno na značaju.

Građanima je u teškim vremenima potrebno sveobuhvatno, objektivno i pravovremeno izveštavanje i mediji u takvim situacijama imaju krucijalni značaj, rekla je ona.

Pokazalo se da je u konvergentnom medijskom okruženju svuda u svetu došlo do niza negativnih okolnosti, predočila je Trifunović, širenja panike, spekulacija, nepotpunih i neutemeljenih informacija do infodemije, koja je omogućila da se u okolnostima digitalnog okruženja neograničeno šire dezinformacije.

Trifunović je rekla da je pandemija na globalnom nivou dovela do rasta televizija kao izvora vesti i proverene izvore informacija, poput javnih servisa.

Štampani mediji su, više od elektronskih, pogodjeni uticajem pandemije, rekla je ona i istakla da je već 2019. godine zabeležen najveći pad u medijskom sektoru, pa samo 30 odsto građana čita štampu.

U ovoj godini štampa beleži drastičan pad prihoda od oglašavanja i pad prodaje, rekla je Trifunović.

Trifunović je podsetila da je nova Medijska strategija usvojena početkom 2020. godine i ona je identifikovala niz ekonomskih, društvenih, institucionalnih, zakonodavnih i bezbednosnih izaziva sa kojima se suočavaju mediji i medijski radnici i koji se hitno moraju rešavati.

Početkom ovog meseca usvojen je i Akcioni plan sa nztom mera i aktivnosti koje će se sprovoditi u naredne dve godine, istakla je Trifunović.

Ambasador Hrvatske u Srbiji Hidajet Biščević rekao je da se u "Bermudskom trouglu" pandemije, ekonomске krize i digitalnih promena, odvija najdramatičnija promena u karakteru medijskog sveta.

Tamo gde su, metaforički, huligani i harlekini glavni politički igrači, njihovi raskalašni medijski dvojnici sprovode socio-lobotomijski eksperiment, oblikujući novu društvenu stvarnost, rekao je Biščević i dodao da je korona došla kao vrhunac tog virusa.

Da li nas je korona opomenula? Tragičan odgovor je da očigledno nije, jer kao i što međunarodni odnosi čekaju sveobuhvatni reset, tako i medijske politike čekaju vakcinu protiv vlastitih virusa, rekao je on.

Predsednik Federacije periodične štampe Džeđems Hjuz ocenio je da je pandemija uticala na kompanije da traže nove izvore rasta, sticanje novih veština, ideja i načina kako su do sada poslovale.

Veliki bum nastao je u čitanju, povećan je broj pretplata, zabeležen je rast e-trgovine, pandemija je ubrzala procese koji su već bili u toku, ocenio je Hjuz.

Ovo je godina u kojoj su digitalne pretplate postale srž poslovanja brojnih kompanija, ocenio je on i naveo da je Njujork tajms za devet meseci povećao broj pretplatnika za milion.

Povezane vesti

E-mail

*

Na našem sajtu biće objavljeni svi pristigli komentari, osim komentara koji sadrže govor mržnje, psovke i uvrede ili nisu u vezi sa temom članka koji se komentariše. Govor mržnje definisan je Zakonom o javnom informisanju, koji u članu 38. kaže: "Zabranjeno je objavljivanje ideja, informacija i mišljenja kojima se podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe lica zbog njihovog pripadanja ili nepripadanja nekoj rasi, veri, naciji, etničkoj grupi, polu ili zbog njihove seksualne opredeljenosti, bez obzira na to da li je objavljivanjem učinjeno krivično delo". Pre nego što budu objavljeni, komentari moraju biti odobreni od strane naših moderatora, pa vas molimo za malo strpljenja.

Preporučujemo





Vreme: 23.12.2020 10:17

Medij: nuns.rs

Link: <http://nuns.rs/info/news/51468/hjuz-fipp-pandemija-povecala-onlajn-preplate-dnevnih-novina.html>

Autori: Redakcija

Teme: SEE MEDIA CONFERENCE

Naslov: Hjuz (FIPP): Pandemija povećala onlajn preplate dnevnih novina

1911



[Tweet](#)

Svi mediji u svetu zabeležili su tokom pandemije pad prodaje štampanih izdanja i prihoda od marketinga, ali je u isto vreme porasla distribucija preko onlajn preplata, izjavio je danas predsednik Međunarodne federacije periodične štampe (International Federation of Periodical Publishers FIPP) Džejms Hjuz.

Hjuz je na onlajn konferenciji "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", rekao da je značajan deo medija pandemiju korona virusa prihvatio kao izazov za novu organizaciju rada i dostunost čitaocima preko interneta.

On je rekao da je za medije širom sveta u 2020. godini zajedničko to što svi imaju rad od kuće, što marketing u uobičajenom obliku nestaje, a da su se u isto vreme pojavile nove navike u radu od kojih će neke opstati i kada se pandemija završi.

"Petplata za onlajn izdanja medija izgleda da radi u bilo kom delu sveta, nema zemlje u svetu gde se to ne radi. Interent preplata je jedan od načina kako se dolazi direktno do korisnika", rekao je Hjuz i dodao da u tome prednjače dnevne novine, dok zaostaju magazini "koji treba da prođu veliki put da bi došli do toga".

Prema njegovim rečima dve velike kompanije dominiraju u digitalnom oglašavanju - Gugl i Fejsbuk, a da je dobra vest to što će Gugl "konačno početi da plaća izdavače" tekstova i informacija koje objavljuje.

Hjuz je naveo da mediji treba da se pripreme za kraj pandemije, jer kada se ona jednom završi biće puno korisnika željnih sadržaja koji su im falili tokom pandemije

.Predsednik nemačkog modnog magazina "Burda international" Alfred Hajnce je rekao da taj magazin ima oko milion čitalaca, da je zadnjih deset godina u rad uvedeno 55 odsto novih aktivnosti, a da je "pandemija dramatično ubrzala promene".

Konferencija "Mediji u trouglu između pandemije, ekonomске krize i tehnoloških promena", organizovana je u saradnji Ministarstva kulture Srbije, Propulsion fonda i USAID.

