



Izveštaj sa ANEM radionice „Napredak u poslovanju kroz korišćenje Interneta i online medija“

Radeći na podizanju kapaciteta svojih stanica, ANEM je 28. aprila 2010. godine organizovao radionicu pod nazivom „Napredak u poslovanju kroz korišćenje Interneta i online medija“ u beogradskom Medija centru, uz podršku USAIDa i IREX Srbija. Cilj radionice je bio da se ANEMovim stanicama omogući da od kompetentnih sagovornika dobiju potrebne informacije o novim medijima, značaju i korišćenju Interneta i online medija za povećanje gledanosti i slušanosti tradicionalnih medija, ali i za povećanje prihoda i bolje pozicioniranje na medijskom tržištu Srbije. Gosti - panelisti ove radionice su bili: **Siniša Rogić**, direktor INBOXa, kompanije za web dizajn i razvoj Internet aplikacija, **Jelena Surčulija**, MA, expert za nove medije, **Vladimir Novaković**, direktor i urednik web sajta B92, **Tomislav Damjanović**, direktor “A-Medije”, kompanije za marketing produkciju i konsalting, **Jovan Protić**, direktor Ringier online i **Uroš Ignjačević**, generalni direktor medijske kompanije “Trident Media Group”. Pored njih, gosti su bili i Slobodan Kremenjak, Krana Savović i Branko Bukvić iz advokatske kancelarije „Živković&Samardžić“, Anja Ivanova iz A-medije, Jana Zarić iz novinske agencije Beta, kao i predstavnici donatorske zajednice: Ivana Bjelić i Vladan Nikolić iz IREX Srbija i Miroslav Janković iz OEBS Srbija.

Radionici je prisustvovalo 23 predstavnika 18 ANEMovih radio i TV stanica i to: Radio Boom 93, Požarevac; Radio 021, Novi Sad; Radio City, Niš; Radio Ozon, Čačak; Radio Ema, Bujanovac; Radio Kontakt +, Kosovska Mitrovica; Radio Sport Plus, Pirot; TV Čačak, Čačak; Novosadska TV, Novi Sad; Radio Bus, Kovin; TV Alfa, Užice; RTV Panon, Subotica; Radio Em, Knaževac; Radio Far, Alibunar; Radio Kikinda, Kikinda; RTV VK Kikinda, Kikinda; TV Niška, Niš; i RTV Prima iz Bajine Bašte.

U **prvom delu radionice** ANEMove stanice su imale priliku da od kompetentnih predavača dobiju informacije o tome kako napraviti dobar web sajt, šta su to online mediji i kakva je uloga građanskog novinarstva u kreiranju vesti, kao i priliku da čuju iskustva i savete o integraciji tradicionalnih i novih medija od direktora i urednika sajta B92, jednog od najposećenijih sajtova u zemlji. U **drugom delu radionice** fokus je bio pomeren na teme koje se odnose na povećanje prihoda medija. Panelisti su govorili o o korišćenju Interneta i socijalnih mreža za podizanje gledanosti i slušanosti programa, kao i prihoda medija, kako iskoristiti web sajt kao dodatni izvor prihoda, i koje su prednosti Internet marketinga. Kroz prezentacije stručnih panelista i diskusiju, stanice su na radionici dobile informacije o tome šta su sve prednosti novih medija, kako ih treba koristiti u sinergiji sa tradicionalnim, šta sve dobar sajt podrazumeva, šta je potrebno uraditi da se privuče ciljna grupa, a samim tim i oglašivači i koji su vidovi i sredstva online oglašavanja; kako koristiti građansko novinarstvo kao kreatore vesti, kako koristiti nove tehnologije u cilju unapređenja poslovanja i kapaciteta lokalnih medija, kao i socijalne mreže Facebook i Twiter za povećanje gledanosti i slušanosti određenog medija. Stanice su takođe od stručnih govornika dobile i savete kako da povećaju posećenost svojih sajtova, ali i o čemu da vode računa kada plasiraju informacije na njima.

Kratak prikaz izlaganja panelista:

Jasna Milanović, koordinator ANEMa je predstavila paneliste naglašavajući da su novi mediji važna tema u medijskoj javnosti. Ona je navela da ANEM ovom radionicom želi da pruži što više informacija o različitim aspektima koje pružaju novi mediji, a kompetentni

sagovornici će prisutnima preneti određena saznanja šta su to online mediji, kako da se iskoriste u novinarstvu, kako da se povežu tradicionalni mediji i novi mediji, kao i prednosti novih medija za povećanje prihoda stanica.

Siniša Rogić, direktor INBOX-a, prisutnim emiterima je govorio o tome kako napraviti dobar web sajt i šta dobar web sajt podrazumeva; govorio je o pripremi kreiranja, definisanju ciljeva web sajta, definisanju ciljne grupe i njenih potreba, rasporedu informacija na sajtu, konstantnom apdejtju – postavljanju svežih informacija, svemu onome što jedan sajt čini posećenim, a samim tim i finansijski uspešnim.

Jelena Surčulija, ekspert za nove medije, je govorila o online medijima i ulozi građanskog novinarstva, navodeći da je integracija građana u kreiranju vesti neprocenjiva, kao i saradnja i razmena materijala između online i tradicionalnih medija; objasnila je važnost upotrebe građanskog novinarstva za poboljšanje poslovanja lokalnih medija, jer može da obezbedi ekskluzivitet informacija i nadomesti često nedovoljan broj novinara i njihovih ekipa u lokalnim medijima; pružila je konkretne savete stanicama kako da koriste online medije (upotreba blogera i komentara na web stranicama); naglasila je da lokalni mediji upotrebom Interneta prestaju da budu lokalni; takođe je prisutnima govorila o pravima i ograničenjima u okviru online medija i slobodi izražavanja na ovim medijima

Vladimir Novaković, direktor i urednik web sajta B92 je prisutnima govorio o značaju integracije TV, radija i Interneta, prema iskustvima B92; naveo je da je sajt B92 često glavni izvor informacija za radio i TV B92; govorio je o važnosti uspostavljanja interakcije sa građanima, upotrebi društvenih mreža Facebooka i Twittera za prikupljanje informacija, o integraciji video i tekstualnog podatka i formata, kao i audio i video formata, o upotrebi novih platformi kao što je mobilna verzija sajta, o značaju pravovremenog postavljanja informacije na web sajt, o potrebi moderiranja svakog sadržaja koji dolazi do konkretnog web sajta; multimedijiski sadržaji na B92 web sajtu su značajno doprineli popularnosti njegovog sajta i usmeravanju sredstava kompanija, koje su do sada ulagale u tradicionalne medije, i ka web sajtu, koji tako postaje i novi izvor prihoda; savetovao je stanice da integrišu različite medije, jer će više ispuniti potrebe publike.

Tomislav Damjanović, direktor A-medije, kompanije za marketing, produkciju i konsalting, je govorio o korišćenju Interneta i socijalnih mreža za podizanje gledanosti i slušanosti programa; kroz dinamičnu prezentaciju, stanice su dobile informacije o značaju društvenih mreža, pre svega Facebooka i Twittera, za širenje uticaja određenog medija; takođe se kroz ove mreže, povećanjem broja pripadnika određenih grupa koje imaju iste interese, dobijaju i podaci o publici, što omogućava da stanice prilagode svoju ponudu njenim interesima i potrebama, da privuku više slušalaca/gledalaca, što doprinosi i boljim rezultatima share-a stanice; takođe je bitna i dobra pozicioniranost na Internetu, koja omogućava privlačenje većeg broja posetilaca, a samim tim i oglašivača i bolje mogućnosti za prihodovanje kroz online oglašavanje.

Jovan Protić, direktor Ringier online, učesnicima radionice je govorio o web sajtu kao dodatnom izvoru prihoda naglašavajući da Internet izdanje ne treba da zameni klasične medije - ono treba da nadoknadi izgubljeno usled promena navika potrošača; stanicama je prezentovao različite vidove i sredstva online marketinga, kao što su: baner oglašavanja, kontekstualno oglašavanje, kontekstualni baneri, sponzorisanje strana ili kompletnog web sajta, video oglašavanje, SMS servisi, integracije eCommerce rešenja u web sajt, sponzorisani linkovi, PR i Newsletteri sa oglasnom porukom; smatra da veliki medijski web sajtovi mogu pomoći lokalnim medijima u povećanju broja poseta na njihovim sajtovima putem razmene sadržaja, sa linkom ka lokalnom sajtu.

Uroš Ignjačević, generalni direktor medijske kompanije “Trident Media Group” je stanice informisao o tome šta je Internet marketing; prisutnima je predstavio komparativnu analizu vrednosti Internet tržišta u Srbiji i regionu; naglasio je da treba uticati

da tržište bude otvorenije, sa više uspešnih igrača, da treba uvesti standarde industrije, kao i monitoring i stalna istraživanja tržišta, kao i edukovati, ne samo klijente, o benefitima Interneta i online oglašavanja, već i kadrove prodaje i media planere; smatra da je potrebno iskoristiti iskustva iz regiona i prepoznati pravi uspeh.

Uključujući se u diskusiju, **Slobodan Kremenjak, advokat, advokatska kancelarija „Živković&Samardžić“** je prisutnima pojasnio da i za nove medija važe sva pravna pravila kao i za tradicionalne, u pogledu sadržaja koji plasiraju; neophodna je moderacija informacija i materijala koje dostavljaju posetioci sajtova, a posebno treba voditi računa o korišćenju fotografija sa Interneta, jer je to najčešći predmet sudskih sporova

Svi panelisti su za radionicu i web sajt ANEMa pripremili svoje Power point prezentacije, koje možete pogledati na kraju izveštaja.

Zaključci radionice:

- Za dalji razvoj tradicionalnih (offline) medija, neophodno je korišćenje Interneta i novih (online) medija;
- Važna je i integracija offline i online medija, koja omogućava pružanje kompletne informacije, dostupne u bilo koje vreme i onoliko dugo koliko to publici treba; web sajtovi su pravo mesto za kombinaciju audio/video i tekstualnih sadržaja;
- Novi mediji su i važan izvor informacija za tradicionalne medije, jer uvek imaju sveže vesti dobijene brzom razmenom informacija, koje novinari radio i TV stanica zatim mogu dalje da istraže i uobliče u vest ili priču;
- Građansko novinarstvo za medije može biti veoma važno, jer doprinosi njihovom ekskluzivitetu i brzini informisanja javnosti, a lokalnim medijima može i da nadomesti često nedovoljan broj novinara i njihovih ekipa;
- Medijski web sajtovi mogu da doprinesu povećanju gledanosti/slušnosti tog medija, kroz plasiranje kratkih informacija kao „tizera“, koji zatim upućuju svoje posetioce na tu radio ili TV stanicu, gde će dobiti kompletnu informaciju;
- Medijski sajtovi treba da privuku što veći broj posetilaca, koji utiče i na veće mogućnosti za povećanja prihoda; to se postiže plasiranjem kratkih, pouzdanih, ekskluzivnih i brzih informacija i građenjem dobrog imidža i poverenja publike/posetilaca;
- Da bi se pravilno iskoristio potencijal web sajtova kao dodatnog izvora prihoda medija, potrebno je imati obučene ljude koji poznaju različite vidove i sredstva online marketinga;
- Korišćenjem Interneta, lokalni mediji prelaze granice svoje lokalne sredine, postaju internacionalni; zato je važno da informacije i sadržaj na web sajtu budu u skladu sa propisima koji važe za offline medije i sa profesionalnim standardima i principima;
- Moderacija komentara, blogova, informacija i materijala koje posetioci sajta šalju, veoma je bitna za medijske web sajtove, jer su oni takođe javna glasila koja snose i odgovornost za sadržaje koje su objavili;
- Pravilnom upotrebom prednosti novih medija, ali i njihovom integracijom sa tradicionalnim medijima, stanice mogu da povećaju gledanost/slušnost svojih stanica i tako poboljšaju svoj položaj na tržištu, privuku nove klijente/ oglašivače, ostvare dodatna sredstva, a tako i bolju smoodrživost;