Универзитет у Нишу

Филозофски факултет

Департман за комуникологију и новинарство

**Наставно-научном већу**

Филозофског факултета Универзитета у Нишу

*Предмет*: Предлог за прихватање научноистраживачког пројекта

***Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу***

На седници одржаној 22. маја 2018. године Веће Департмана за комуникологију и новинарство предложило је да се прихвати научноистраживачки пројекат *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу* који је покренуо Центар за медијска истраживања Филозофског факултета Универзитета у Нишу*.*

Пројекат *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу* истражиће положај у коме се налазе локални медији Нишавског округа као и капацитете и стратегије које ови медији имају како би одговорили изазовима које пред њих поставља дигитално доба.

Дигитална технологија донела је многе промене као што су промене публике, а међу њима су пресељење публике на интернет и нове навике млађе публике (*дигиталних домородаца*) која све више конзумира вести преко друштвених интернетских мрежа и дигиталних платформи. Према подацима Завода за статистику Републике Србије у 2017. години у Србији је 90,6% интернет популације од 16 до 24 године имало налог на друштвеним мрежама (Фејсбук и Твитер). Појавила се и могућност сарадње између новинара и корисника – објављивање кориснички генерисаног садржаја (*user generated content*) коју су теоретичари концептуализовали као партиципативно, колаборативно или грађанско новинарство. Идентификована је растућа улога друштвених мрежа, пре свих Твитера, у информисању јавности која је изазвала посебан вид новинарства - амбијентално новинарство (Хермида, 2014). Живимо у доба дигиталне културе (Гир, 2011), а наш живот узимајући у обзир свеприсутност медија и екрана постао је медијски живот (Deuze, 2012).

Локални медији у Србији који се налазе се у тешком економском положају (многи чак и пред гашењем) присиљени су и да одговарају на све ове изазове које је донело дигитално доба.

Циљеви пројекта *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу* су:

1. да утврди какав је положај локалних медија у Нишaвском округу (који су економски, кадровски и организациони проблеми).

2. да утврди којим капацитетима располажу локални медији у Нишавском округу када су њихова онлајн издања у питању (каква је развијеност веб сајта и кадровска оспособљеност запослених за онлајн новинарство).

3. да утврди којим стратегијама прибегавају локални медији у Нишавском округу како би опстали или повећали своју гледаност, слушаност, читаност и утицај и прилагодили се променама.

Главне активности које ће бити предузете у оквиру овог пројекта су спровођење дубинских интервјуа са директорима и главним и одговорним уредницима локалних медија у Нишавском округу који би пружили информације о положају локалних медија у Нишавском округу, кадровској оспособљености и стратегијама развоја. Ове интервјуе спровели би реализатори пројекта. Друга врста активности односи се на анализу садржаја онлајн издања традиционалних локалних медија у Нишавском округу којом би се установио ступањ развијености ових сајтова. Анализу садржаја ових онлајн издања радиће реализатори пројекта, истраживачи.

**ЦИЉЕВИ ПРОЈЕКТА**

Први циљ пројекта *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу* је да утврди какав је положај локалних медија у Нишавском округу (који су економски, кадровски и организациони проблеми). Сазнање о томе који су економски, кадровски и организациони проблеми ових локалних медија могло би да утиче на однос креатора медијске политике у Србији према локалним медијима. Значај локалних медија у демократском друштву је добро познат – функционисање локалних заједница и учешће грађана у јавном животу немогуће је без одговорних и одрживих локалних медија. Ова улога локалних медија не може бити остварена уколико се свакодневно суочавају са егзистенцијалним проблемима.

Други циљ пројекта је да утврди којим капацитетима располажу локални медији у Нишавском округу када су њихова онлајн издања у питању (каква је развијеност веб сајта и кадровска оспособљеност запослених за онлајн новинарство). Поред суочавања са проблемима сиромашног медијског тржишта у Србији, и посебно на југу Србије, локални медији хватају се укоштац и са осипањем публике која се све више сели на интернет. У Србији пенетрација интернета износи 68% у 2017. години (Завод за статистику Републике Србије). Истраживање новинарских пракси шест водећих националних медија показало је да су главни и одговорни уредници свесни значаја дигиталних технологија, да сви добро познају нове тенденције у овој области и да желе да ухвате корак са светом (Михајлов Прокоповић, 2016). Пројекат *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу* истражиће шта о значају онлајн издања мисле главни и одговорни уредници локалних медија у Нишу и другим местима Нишавског округа, познају ли нове праксе у овој области као и да ли су запослени у овим медијима оспособљени за рад у области онлајн новинарства. У којој мери су развијена онлајн издања локалних медија у Нишавском округу и да ли користе предности дигиталне технологије биће установљено анализом садржаја ових веб сајтова.

Трећи циљ пројекта је да утврди којим стратегијама прибегавају локални медији у Нишавском округу како би опстали или повећали своју гледаност, слушаност, читаност и утицај и прилагодили се променама. Одговоре на ово питање пружиће директори и главни и одговорни уредници локалних медија у дубинском интервјуу који ће спровести реализатори пројекта. Транзиција медијског система која је за резултат имала повлачење државе из власништва у локалним медијима значи и борбу на тржишту за све локалне медије. Велику већину локалних медија у Нишавском округу чине комерцијални медији. Поред њих постоје и медији цивилног сектора као што је, на пример, Радио Глас Епархије нишке. Грађани Ниша показали су да су свесни значаја улоге локалних медија када је јавни интерес у питању када су својим потписима подржали иницијативу да Нишка телевизија не буде продата већ да се трансформише у регионални јавни медијски сервис. Петицију којом се тражило да Нишка телевизија добије статус регионалног јавног сервиса потписало је 35 хиљада грађана Ниша. С обзиром да је медијско тржиште у Нишу и округу сиромашно, локални медији се често ослањају на пројектно суфинансирање јавног интереса у медијима, неки медији се ослањају на улагање у други бизнис или на пројектно финансирање и ретко на умрежавање са другим медијима.

**ОПРАВДАНОСТ ПРОЈЕКТА**

Пошто су ранија истраживања идентификовала неке проблеме локалних медија у Србији као што су лош економски положај локалних медија и слаби капацитети за суочавање са изазовима транзиције медијског система (Миливојевић и Михаиловић, 2004) уочена је потреба да се ,,сними” стање у Нишавском округу од података о економском положају локалних медија, преко испитивања нивоа усвајања дигиталних технологија до одређивања стратегија којима би локални медији могли да остану одрживи, што су циљеви пројекта *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу*. Резултати овог пројекта наћи ће своју примену у формулисању препорука за креаторе медијске политике у Србији, као и у локалним медијима који ће моћи да располажу подацима о медијском пејзажу у Нишавском округу (стање у локалним медијима, њихови проблеми, квалитет и развијеност онлајн издања, стратегије развоја, итд.).

Учешће у овом пројекту узеће наставници и сарадници Департмана за комуникологију и новинарство што ће им омогућити да унапреде своје компетенције и истраживачко искуство и на тај начин боље одговоре на захтеве за напредовање у виша звања. Наставници и сарадници на Департману за комуникологију и новинарство предлажу да се усвајањем овог пројекта омогући напредовање у виша звања тако што би овај пројекат служио као замена за учешће на пројектима које финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије, а што представља један од услова ближих критеријума за избор у звање наставника.

Департман за комуникологију и новинарство предлаже да на пројекту *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу* учествују наставници и сарадници Департмана за комуникологију и новинарство Филозофског факултета Универзитета у Нишу (Србија).

**МЕТОДОЛОГИЈА**

Техника коју ће реализатори пројекта користити биће дубински интервју са директорима и главним и одговорним уредницима локалних медија у Нишавском округу за прикупљање података о стању и проблемима у локалним медијима, о капацитетима за развој онлајн издања и о стратегијама развоја. Упитник ће бити структуиран у неколико области: економски положај локалног медија, однос према јавном интересу, капацитети и планови за развој онлајн издања и стратегије развоја локалног медија.

Друга техника - анализа садржаја онлајн издања локалних медија у Нишавском округу биће коришћена како би се испитао степен развијености веб сајта. Области које ће бити истраживане су хипертекстуалност, интерактивност (кроз комуникацију путем имејла, корисничке коментаре, форуме, блогове, анкете и рубрике које шаљу корисници) и мултимедијалност. Поред њих биће истражене и следеће димензије: ажурирање сајта, идентификовање оригиналних садржаја за веб и присуство на друштвеним интернетским мрежама.

С обзиром на технику којом ће истраживање бити спроведено – дубински интервју, изабран је узорак сачињен од локалних медија који обезбеђује типичност. У обзир су узети утицајни и типични локални медији Нишавског округа. Да би се добила што потпунија слика локалног медијског пејзажа биће истражени локални медији који се разликују према два критеријума: 1) према типу власништва (комерцијални и медији цивилног друштва) и 2) према врсти медија –електронски, штампани и онлајн медији. Узорак ће бити формиран тако да обухвати не само медије из Ниша као центра округа, већ и медије из осталих општина Нишавског округа.

Узорак:

**Телевизијске станице:**

1. НТВ (Ниш),
2. ТВ Зона плус (Ниш),
3. ТВ Белами (TV Belle Amie, Ниш),
4. ТВ Коперникус (Ниш),
5. ТВ Ласер (Сврљиг).

**Радио станице:**

1. Радио Сити (Radio City Niš, Ниш),
2. Накси Банкер Радио (Naxi Banker Radio, Ниш),
3. Радио Ин (Ниш),
4. Радио Белами (Radio Belle Amie, Ниш),
5. Радио Глас (МЦД, Ниш),
6. Радио Алексинац (Алексинац),
7. Радио Бубамара (Сврљиг),
8. Радио Копријан (Дољевац).

**Штампани медији:**

1. Народне новине (Ниш),
2. Новости југа (Алексинац),
3. Алновине (Алексинац).

**Онлајн медији:**

1. Јужне вести (Ниш),
2. Грађанин (Ниш),
3. Алпрес (Alpress, Алексинац),
4. Нишке вести (Ниш),
5. Студнел (Ниш).

*УКУПНО: 21*

*Ниш: 14*

*Друге општине: 7*

*Комерцијални: 19*

*МЦД: 2*

**ТРАЈАЊЕ ПРОЈЕКТА**

Пројекат ће трајати годину дана.

Период реализације пројекта је од 1. октобра 2018. године до 1. октобра 2019. године.

**ОЧЕКИВАНИ РЕЗУЛТАТИ**

Резултати пројекта биће објављени у публикацији под истоветним називом *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу.*

Током 2019. године у организацији Центра за медијска истраживања Филозофског факултета Универзитета у Нишу биће одржанa серија разговора која ће окупити реализаторе пројекта, интервјуисане директоре и главне и одговорне уреднике анализираних медија и студенте Департмана за комуникологију и новинарство. Теме ових сусрета биће:

1. *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу: економски положај локалних медија*
2. *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу: однос према јавном интересу*
3. *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу: капацитети и планови за развој онлајн издања*
4. *Локални медији Нишавског округа у дигиталном добу: перспективе локалних онлајн медија*

У Нишу,

мај, 2018. године

Управница Центра за медијска истраживања,

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

доц. др Марија Вујовић