

Inovacije u medijskoj sferi

Start-upovi kao pokretači promena

Dobrodošli u digitalnu džunglu, gde se reč "start-up" ne čuje samo poslovni žargon, već i kao krik promene koji pulsira u srcu medijske industrije. U poslednjoj deceniji, start-upovi su procvetali i ušli u našu svakodnevnicu, a mladi preduzetnici su brzo prepoznali ovu jedinstvenu priliku za inovacije.

Medijska industrija, nekada rezervisana za tradicionalne medije, štampu, radio, televiziju, sada se suočava s novim igračima koji donose osveženje i dinamiku. Tradicionalne prepreke su pale, a IT industrija je uspela da se infiltrira u medije. Svakodnevna medijska slika se transformiše pred našim očima. Ovde nema mesta za statičnost. Umesto toga, start-upovi su postali ključni pokretači ovih neizbežnih promena.

Start-upovi nisu samo kompanije, oni su manifestacija novih ideja, vizija i odlučnosti da do promene dođe. Vežite pojaseve i pripremite se za uzbudljivu vožnju kroz vrtlog inovacija koje oblikuju i koje će tek oblikovati naš odnos sa informacijama.

Investiranje u budućnost - unutar sveta start-upa

Živimo u doba četvrte industrijske revolucije, u periodu oblikovanja tehnoloških promena, automatizacije i novih otkrića koja neposredno i posredno utiču na naše živote. Direktor „TS Ventures Fonda”, prvog korporativnog fonda za ulaganje u start-upe, Davor Sakač, kaže da je reč o brzini promena koje se svakodnevno dešavaju i oblikuju naše živote.

„Svedoci smo veoma turbulentnog vremena gde se stvari dešavaju ekstremno brzo, ne može da se predvidi njihov početak, a ni kraj. Brojevi govore za sebe o tome koliko je IT industrija perspektivna, uspeh koji se u njoj ostvaruje ostavlja iza sebe sve ostale industrijske grane. U pitanju je kvantni skok i potpuno ubrzanje života na koji smo navikli. Zbog toga, treba shvatiti kako funkcioniše novonastali sistem, kako bi razumeli šta je to revolucija zapravo donela. Sa njenim početkom se pojavljuje potreba za brzim rešenjima, a start-upi su odgovor na novu filozofiju života. Oni su brzi u svom prilagođavanju, rastu kao i odgovorima na promene”, objašnjava Sakač.

On se osvrnuo na uticaj start-upa na današnje medije i njihovu ulogu u izmeni medijske slike. Svaki start-up je usmeren ka određenoj publici, stvarajući proizvode ili usluge koji će postati deo budućnosti.

„Start-up rešava postojeće probleme na drugačije i inovativnije načine. Različiti start-upi su usmereni ka određenoj publici koja će u budućnosti biti korisnik njihovih proizvoda ili usluga. Npr. Twitter je odličan start-up koji je postavio potpuno drugi ugao u odnosu na sve ono na šta smo navikli. On je ceo komunikacioni koncept upakovao u skroz drugu dimenziju. Odlično je što se on nikada nije monetizovao za razliku od svih drugih mreža, nije se komercijalizovao. Danas više niko ne čeka vesti u 20h kako bi saznao šta se dešava, već je zahvaljujući inovacijama to promenjeno. Na telefonima nam izlaze obaveštenja, putem društvenih mreža vesti mnogo brže putuju i informacije saznajemo u realnom vremenu”, naglašava Sakač.

Današnja medijska slika je ispunjena i „trkom za novcem” i zbog toga, saglasni su mnogi, kvalitet izveštavanja ispašta.

„Mediji moraju da se prilagođavaju i idu u korak sa vremenom. Bilo bi poželjno da se smanji količina senzacionalizma, neetičnosti u izveštavanju, brojanju klikova, kako bi išta moglo da se poboljša. Trenutno, svi onlajn mediji žive od oglasnog prostora. Njihova monetizacija dolazi kao posledica populacije koja je spremna da pročita vest ili pogleda prilog, a pored toga će videti i određenu reklamu. Po meni, sve se svodi na komercilizaciju i zaradu. Zatim, ulazimo u segment marketinških startu-upa, koji se dešavaju kao reakcija na to i koji u toj sferi vide svoje mesto”, navodi Sakač.

Izazovi i evolucija medijske slobode u digitalnom društvu

Digitalno društvo, vođeno brzim tehnološkim napretkom, često postavlja pitanja o granicama slobode izražavanja, filtriranju informacija i budućnosti otvorenosti medijskih platformi. Prisutni su izazovi koji proizilaze iz moderiranja komentara, proučavanja društvenih mreža, kao i iz analiziranja mogućnosti postojanja otvorenih platformi na domaćim portalima. Takođe, postavlja se pitanje da li dolazi do gubitka određenih relevantnih informacija usled filtriranja, koje je sveprisutno. U eri gde su komentari postali digitalni prostor za slobodno izražavanje, suočavamo se s paradoksom - dok moderiranje komentara štiti od zloupotreba, istovremeno može postati izvor ograničenja slobode mišljenja.

Inženjering menadžer u kompaniji „Google” Janko Mičić, ističe da se susrećemo sa određenim uokviravanjem u digitalnom svetu i da je neophodan balans između održavanja kvaliteta diskusije i omogućavanja raznovrsnosti mišljenja.

„Da bismo se nosili s ovim izazovima, mreže moraju evoluirati kako bi ljudi uopšte mogli da dođu do različitih informacija, a ne samo do onih predloženih. Potrebno je da platforme pružaju šire



perspektive, suprotstavljajući se filtriranju informacija, koje dalje dovodi do gubitka raznolikosti. Stvara se određeni socijalni balon i ljudi se grupišu, čime se propušta sveobuhvatan uvid u svet. Gubi se mnogo informacija kada se fokusiramo samo na određene izvore informacija. Ovo stvara duboku segregaciju u društvu jer ljude profilisu vesti koje čitaju”, smatra Mičić.

On dodaje da se sloboda medija suočava sa izazovima čak i u najmanje očekivanim mestima - u komentarima ispod vesti, izveštaja, članaka.

„Moderiranje komentara postalo je nužnost kako bi se očuvala kvalitetna diskusija, ali istovremeno, ovaj pristup izaziva pitanja o slobodi izražavanja. Sloboda izbora trebala bi biti ključna vrednost u evoluciji medijske sfere. Moje rešenje problema bi bile otvorene platforme za komentare i diskusije na domaćim portalima bez bilo kakve censure i filtera, jer znamo da danas ni na društvenim mrežama više ne postoji sloboda kakva je nekada bila. Stoga je imperativ raditi na stvaranju medija koji poštuje privatnost i omogućava korisnicima da pristupe raznovrsnim informacijama bez straha od profilisanja.”, ističe Mičić.

Pogled kroz oči insajdera Start-up medija

IT revolucija neprestano oblikuje medijski pejzaž. Nema mnogo medija u Srbiji koji se bave ovom oblašću, a da nije u obliku odeljka u okviru jednog medija. Ko-osnivač i direktor „Netokracije” medija koji se bavi start-upima, digitalnom ekonomijom i IT sferom, Marko Mudrinić, podelio je svoj uvid u sadašnju dinamičnu medijsku scenu.

„IT industrija snažno utiče na oblikovanje medijskog pejzaža, kako na širem, tako i na užem planu. U Srbiji, posebno kroz platformu Netokracija, osećamo tu transformaciju, iako nije izražena kao u nekim zapadnim zemljama. Netokracija se fokusira na usku publiku, pružajući sjajan izvor informacija za one koji žele dublje istražiti svet start-upa i IT inovacija. Ova platforma je specifično usmerena na dostizanje ciljane publike, naglašavajući uspehe i razvoj u IT sektoru. Mislim da je važno što ova vrsta informacija nije široko dostupna, čime se izbegava potencijalno senzacionalističko predstavljanje start-upova koje vidimo u tabloidima. Ova selektivnost čuva vrednost i privatnost ovog sektora u Srbiji”, objašnjava Mudrinić.

On naglašava mogućnost kompanija da pored redovnog novinarskog sadržaja, imaju priliku da se dublje predstave kroz komercijalni sadržaj. To im ide u prilog kako bi se približili svojim budućim zaposlenima, kao i IT publici.

„Netokracija igra ključnu ulogu u održavanju informisanosti o start-upovima, jer je za njih od suštinskog značaja da budu prisutni na ovoj platformi kako bi doprli do svoje ciljane publike. Ovaj pristup omogućava im da prenesu svoje vrednosti, misiju i privuku pažnju potencijalnih zaposlenih i klijenata. Ovo je na neki način specifičan vid novinarstva”, smatra Mudrinić.



Naš sagovornik naglašava i da su za budućnost medija važne inovacije koje bi povoljno uticale na razvoj medija.

„Vidim sinergiju između razvoja medijske scene i korišćenja veštačke inteligencije. Međutim, treba pažljivo balansirati primenu veštačke inteligencije, posebno u kritičkim tekstovima. Nažalost, digitalna medijska scena u Srbiji često je zasenjena tabloidima, te je pitanje da li će mediji investirati u unapređenje kvaliteta ili će prioritet biti algoritam i broj klikova. Analiza teksta pomoću softvera predstavlja izuzetan alat za praćenje performansi članaka. Ova vrsta analize pruža dragocene uvide u ponašanje čitalaca, vreme zadržavanja i druge parametre koji mogu biti ključni za unapređenje kvaliteta sadržaja. Verujem da bi mediji trebali više koristiti ovu vrstu alatki kako bi postigli poboljšanje u kvalitetu tekstova i celokupne medijske slike”, objašnjava Mudrinić.

Evolucija medijskog pejzaža

Ovo putovanje kroz inovativni svet start-upova u medijskoj sferi nas vodi do fascinantnih promena u načinu komunikacije, pristupu informacijama i oblikovanju društva. Kroz raznovrsnost start-upova, vidimo transformaciju tradicionalnih modela medija i njihov uticaj na novo razumevanje komunikacije.

Međutim, sloboda medija suočava se sa složenim izazovima, komercijalizovanim sadržajem, senzacionalizmom, kršenjem etičkog kodeksa u medijima, gde je kvalitet sadržaja u drugom planu. Dok se medijski pejzaž neprestano menja, ključno je očuvati i unaprediti slobodu izražavanja, kvalitet diskusije i prilagoditi se tehnološkim inovacijama.

Start-upovi jesu pokretači ovih promena, ali odgovornost leži i u medijima, investitorima i korisnicima koji bi trebalo da zajedno oblikuju budućnost informacija i komunikacije. Inovacija nije samo ključna, već i neophodna za očuvanje vitalnosti medijske industrije u vrtlogu promena.

Eleonora Zečević

Mentor: Davor Sakač, TS Ventures Fond



VREME



POWERED BY:

**DELTA
HOLDING**

Telekom Srbija