



Univerzitet Crne Gore
Fakultet političkih nauka

Onlajn novinarstvo i novi mediji

Sedmo predavanje – *Mobilno novinarstvo i intervjuisanje u onlajn novinarstvu*

17. novembar 2023. godine

The background features a series of overlapping, diagonal stripes in various colors including blue, purple, green, yellow, and red. Interspersed among these stripes are numerous small, solid-colored circles in shades of blue, purple, yellow, and red. The overall composition is dynamic and modern.

Mobilno novinarstvo

Mobilno novinarstvo

- Postoje brojne definicije o tome šta je mobilno novinarstvo, ali najprihvaćenija je definicija da je to **proces stvaranja medijskih sadržaja uz pomoć mobilnog telefona kao osnovnog alata.**

Mobilno novinarstvo

- Proces uključuje:
 1. prikupljanje informacija,
 2. fotografisanje,
 3. snimanje zvuka i video zapisa,
 4. obrađivanje/montiranje i
 5. objavljivanje materijala u vidu gotove medijske priče.

Mobilno novinarstvo

- Glavna prednost mobilnog novinarstva je samostalnost novinara i novinarki.
- Kada se bavimo mobilnim novinarstvom bez ikakve pomoći možemo stvarati angažovane priče i objavljivati ih na kojem bilo mediju.

Prednosti mobilnog novinarstva

- Glavne prednosti mobilnog novinarstva su:
 1. Nezavisnost
 2. Brza produkcija medijskih sadržaja
 3. Niski troškovi proizvodnje

Fotografisanje

- Osnovni pojmovi koji su vam važni kako biste započeli proces profesionalne upotrebe vaše kamere su **fokus i ekspozicija**.





Kako bi ukazali na razne oblike nasilja sa kojima se suočavaju žene u bh. društvu



Fokus

- Dobro fokusirane fotografije su one u kojima su predmeti i subjekti izoštrani i jasni, osim ako je autorova namjera bila da defokusira ili zamagli određeni dio fotografije.

Ekspozicija

- Ekspozicija nam pokazuje *koliko dugo je foto senzor izložen svjetlosti*.
- Ako su fotografije previše svijetle, to znači da treba smanjiti ekspoziciju, a ako su tamnije, tada treba povećati ekspoziciju.



Izvor: <https://photo.stackexchange.com/questions/84495/>



Izvor: <https://streetbounty.com>

Kadriranje

- Kadriranje podrazumijeva **privlačenje ili usmjeravanje pažnje gledalaca na određeni predmet ili subjekat na našoj fotografiji blokiranjem drugih djelova** (Mulkahi 2021).
- Savjeti za pravilno kadriranje prilikom fotografisanja mobilnim telefonom:
 1. Izbjegavajte sredinu/ne stavljajte subjekat centralno na fotografiji;
 2. Postavite subjekat/predmet na lijevu ili desnu stranu ekrana primjenom pravila trećina;
 3. Popunite okvir, priđite bliže, ne zumirajte;
 4. Ne ostavljajte previše prostora iznad glave;
 5. Nemojte gušiti fotografiju sa previše elemenata.



KRUPNI KADAR

Izvor: <https://www.descript.com/blog/article/get-personal-in-a-film-using-a-close-up-shot>



SREDNJI KADAR

Izvor: <https://www.backstage.com/magazine/article/medium-shot-film-definition-examples-76159/>



ŠIROKI KADAR

Izvor: <https://www.soundstripe.com/blogs/how-to-master-the-wide-shot>

Kompozicija

- Kompozicija određuje strukturu fotografije/videoa i zapravo predstavlja postupak kojim određujemo raspored subjekata/predmeta u kadru.

Kompozicija

Kompozicija

Pravilo trećine

Ne smještajte ljude u sredinu fotografije. Pozicionirajte glavne subjekte/objekte na presjecima koordinatnih linija (grid lines).



Linije vodilje

Upotrijebite linije u prirodi ili arhitekturi kako bi usmjerili fokus ka glavnom subjektu na fotografiji.



Kompozicija

Prednji plan/Pozadina

Pozicionirajte subjekte/objekte ispred ili iza drugih predmeta da bi stvorili osjećaj dubine (slojevitost fotografije).



Dubina polja

Osjećaj dubine se dobija kada je subjekt u prvom planu i u fokusu, a pozadina je van fokusa i izgleda zamagljeno.

Izvor: Thomson
fondacija (2021)

Kompozicija

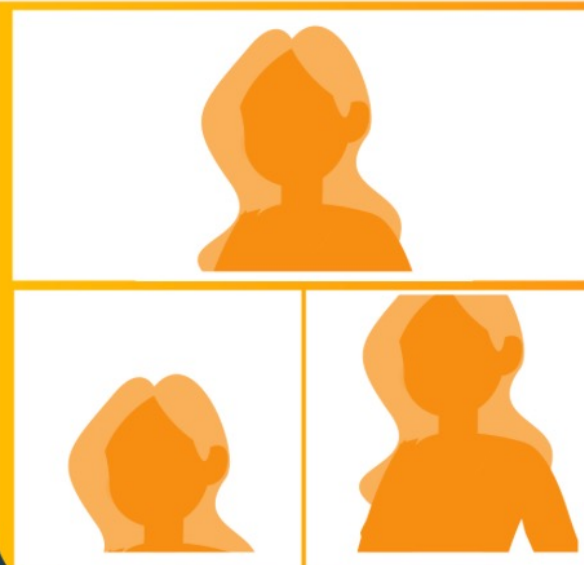
S lijeva na desno

Ako imate kretanje na fotografiji, pratite pravilo „s lijeva na desno” i ostavite prostor na desnoj strani fotografije za slobodno kretanje subjekta.



Prostor za glavu

Ostavljanje dovoljno prostora za glavu osobe koja je u kadru je stvar estetike. Očičnosti trebaju biti u presjecima koordinatnih linija (grid lines). Ne sjećite glavu subjekta, ali ne ostavljajte ni previše prostora između gornjeg dijela fotografije i njegove glave.



Izvor: Thomson
fondacija (2021)

Kompozicija

- Pravilo trećina je jedno od najvažnijih pravila za kreiranje fotografija u mobilnom novinarstvu.
- Najčešće, početnici stavljaju osobe u centar fotografije ili u centar videa.
- Prema pravilu trećina, fotografija je podijeljena sa dvije horizontalne i dvije vertikalne linije ili ukupno devet jednakih dijelova.

Kompozicija

- Na mobilnim telefonima možete uključiti ove mrežne linije odabirom opcije - *Grid Lines/Show Grid lines*.
- Nakon što uključite mrežne linije, treba da postavite osobe ili predmete u takozvane „tačke moći“, tačnije u djelove gdje se te linije presijecaju.

Kompozicija



Izvor: <https://expertphotography.com/improve-your-composition-the-rule-of-thirds/>

Kompozicija



Izvor: <https://photographyproject.uk/tips-technique/leading-lines-in-photography/>

Kompozicija



Izvor: <https://photographyandfriends.com/photography-composition-balance-and-symmetry/>

Dobra video priča

- Da bismo napravili dobar video, potrebni su nam kvalitetni **pojedinačni** snimci.
- Potom ih povezujemo u sekvencu kako bismo ispričali vizuelnu priču.
- Za dobru video priču sa tehničkog aspekta važna je stabilizacija. Najčešće se obezbeđuje raznim uređajima (stativ, tripod) ili aplikacijama za stabilizaciju.

Dobra video priča

- U novinarstvu se najčešće koristi **sekvenca od pet snimaka** koja se takođe oslanja na ova tri osnovna snimka, ali oni su postavljeni zajedno u različitom redosljedu kako bi se u priči više prikazao ljudski ugao.
- U sekvenci od pet snimaka, **prvo** prikazujemo krupni kadar, npr. ruke glavnog protagoniste, odnosno gledamo **šta** neko radi.
- **Drugi** kadar je krupni kadar njegovog lica, odnosno vidimo **ko** vrši radnju.
- **Treći** kadar u sekvenci je srednji kadar kada se malo vraćamo unazad s kamerom da bi vidjeli cijelu osobu. Ovim snimkom dobivamo više informacija, više **konteksta** o tome gdje se radnja odvija.
- **Sljedeći** je kadar preko ramena glavnog protagoniste, da bi vidjeli **kako** se vrši određena radnja.
- Na **posljednjem** snimku sekvence možete biti **inovativni** - široki kadar, srednji kadar ili neki drugi neobičan ugao, poput snimanja odozgo ili odozdo za vizuelno bolji snimak.

- <https://vimeo.com/424021432>



Šta je problematično?
Fokus, kadriranje ili
ekspozicija?



Koje pravilo kompozicije je primijenjeno na ovoj fotografiji?

Izvori i intervjuisanje u onlajn novinarstvu

Intervjuisanje u onlajn i u tradicionalnom novinarstvu

- Šta je isto?
 1. Priprema za intervju (mora biti temeljna)
 2. Tehnike dobrog vođenja intervjuja
 3. Mora se pravično i tačno izvještavati

Intervjuisanje u onlajn i u tradicionalnom novinarstvu

- Šta je različito?
 1. Pretraga izvora
 2. Objavljivanje intervjua

Pretraga izvora

- Za svakog novinara/ku važno je da ima ličnu mrežu kontakata
- U onlajn novinarstvu, održavanje te mreže je značajno lakše jer se putem društvenih mreža i onlajn komunikacije (aplikacije) može brže stupiti u kontakt sa svojim izvorima

Pretraga izvora

- Šta kada je izvor nepoznat?
- U tradicionalnim medijima informacije se najčešće dobijaju iz **nezvaničnih** i **zvaničnih izvora**, pri čemu se ovi posljednji favoriziju
- U onlajn medijima, sve se više oglašavaju **nezvanični izvori**, odnosno građani/ke ili ljudi koji su lično pogođeni određenom temom jer im veb omogućava da se obrate redakciji brže
- Pružanje informacija nije jedina funkcija naših izvora. Oni takođe mogu da nas upute na druge ljude koji imaju informacije o našoj temi
- Kada nas jedan izvor upućuje na drugi, to se zove **umrežavanje izvora**

Pripremanje za intervju

- Dobru pripremu čini:
 1. Temeljno istraživanje teme
 2. Određivanje jasnog fokusa novinarske priče
 3. Biranje sagovornika/ca
- Druga faza je ugovaranje samog intervjua
- Intervju meglom je **posljednja** opcija
- Šta ako ne mogu da nađem kontakt svog izvora?
 - + "marko marković" + "ekonomski fakultet"
 - + "marko marković" + "ucg.ac.me"

Intervjuisanje mejlom - nedostaci

1. Nema mogućnosti za dodatna pitanja
2. Ne možemo da uspostavimo odnos sa izvorima
3. Nemamo kontrolu nad intervjuom
4. Ne znamo ko nam zaista odgovara
5. Nema interaktivnosti
6. Postoji mogućnost da pogrešno navedemo nečije riječi (mejl intervjui takođe zahtijevaju lektorsku i uredničku obradu – i jedna i druga mogu da izmijene nečije riječi)

Razgovor

- Postoje li glupa pitanja?

Razgovor

1. Otvaranje intervjua (objašnjavanje svrhe, teme razgovora, dužine trajanja, upotrebe podataka)
2. Opšta pitanja
3. Konkretna pitanja (**bitno je da slušamo šta nam osoba govori, ne fokusirajte se previše na sljedeće pitanje**)
4. Zatvaranje intervjua (uvijek pitati sagovornika/cu da li ima nešto da doda, napomenuti da ćete poslati razgovor kada bude objavljen)

Dobra i loša pitanja

Dobra pitanja	Loša pitanja
Otvorena pitanja "Čime ste se rukovodili u projektu?"	Da/ne pitanja "Da li ste oduvijek željeli da radite u IT industriji?"
Neutralna pitanja "Zbog čega ste počeli da se zanimete za kompjutere?"	Sugestivna pitanja "Zašto otpuštate 100 ljudi ako ste milioner?"
Specifična pitanja "Šta mislite o uticaju vještačke inteligencije na razvoj aplikacija u IT industriji?"	Dvosmislena pitanja "Da li ste otpuštanjem radnika zaradili puno novca i oslobodili se dioničara?"
Završna pitanja "Imate li nešto da dodate o ovoj temi?"	