

## TV gledanost bez poslovnog uspeha

Medij - Rubrika: DANAS - Dodatak  
 Datum: Pon, 10/10/2011  
 Površina članka: 3862cm<sup>2</sup>  
 Strana: I Zemlja: Srbija  
 Autor:  
 Deo: 1/4

# DANAS BIZNIS

Uređuje: Mirjana Stevanović e-mail: biznis@danas.rs

ponedeljak, 10. oktobar 2011.



Ministar poljoprivrede, Dušan Petrović, najavio novi paket mera za stimulisanje stočarske proizvodnje

Povećanje izvoza mesa jedan od prioriteta

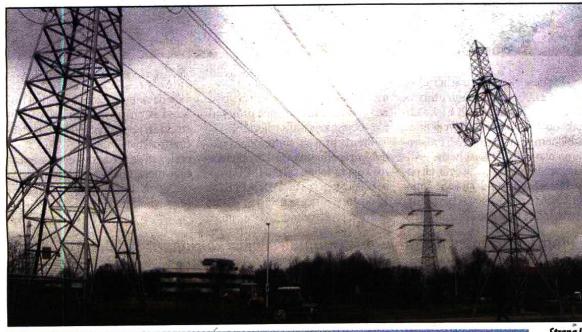
## Zemun



moj izbor  
Ruža Čirković

Budućnost najvećih proizvođača energije u Jugoistočnoj Evropi leži u restrukturiranju, procenjuju stručnjaci konsultantske kuće A. T. Kirni

### Nacionalne kompanije postaju regionalni igrači



Strana II

Danica Burg, dekan Međunarodne škole za menadžment (IECD) na Bledu govorila je o povodu 25 godina rada te obrazovne ustanove



Odškolovali smo više od 900 menadžera iz Srbije

**ZATRPAVANJE:** Taj detaljični zatrapan je brže nego četiri nesrećna radnika „na crno“ na zemunskoj Kalvariji, inace lepotom mesta. Na gradilištu koje finansira država i za koje je izvođač takođe izabrala država nisu poštovani gotovo nikakvi zakoni. Ministar poljice rekao je da je ta nesreća velika pouka „da se mora voditi računa kada se izvode radovi“. Ali, mi jesmo zabavljeni raznim mnogo pametnijim poslovima, kao što su parađa ovoga ili onoga, ali nismo sasvim odleplili. Ne radi se ovde o vođenju računa nego o grubom nepoštovanju zakona. I to što vladajuće stranke imaju medije mehanizme da zatrpuju tu neverovatnu činjenicu, ništa ne menja na njenoj stravnosti. Četiri radnika su na gradilištu koje finansira država, da ponovim još jednom, radija „na crno“. A to je zakonom, da ponovim još jednom, zabranjeno, zakonom koji je donela ta ista država. Kad si prinuden na rad na crno, pridružen si na svaki ustupak, pa i na ovaj koji se desio na Kalvariji. To nije bio nesrećni sticaj nepredviđenih okolnosti. Broj firmi registrovanih kod Agencije za privredne registre koje nemaju nijednog za-

**Četiri radnika su na gradilištu**  
(u Zemunu) koje finansira država  
radija „na crno“. A to je zakonom,  
da ponovim još jednom, zabranjeno,  
zakonom koji je donela ta ista država

poslenog radnika meri se na hiljade. Firma bez radnika, da budemo pošteni, asocira na neto nepošteno. I dilektansko. Sa ne baš najboljim namerama. Građevinari odavno traže da se pročešljaju baš takve firme i bar malo uvede red. Jer je građevinski posao, pored ostalog, rizičan posao. Ali njihovi su zahtevi bez odjeka. Zato što baš takve firme pobeduju na tendenciji države. I grada Beograda. Koji je povodom ovih i još nekih propulsa u istom slučaju, proglašio dan žalosti. Umesto bar jednu ostavku.

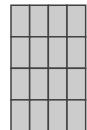
**OSVEĆIVANJE:** Čak je i naš predsednik na regionalnom sastanku u Arandelovcu priznao da se naša evropska perspektiva klima i bez naše krivice. Ali dok, i ako, ne nademo bolju držaćemo se te, klimave. To je kao prvo. Kao drugo, predsednik nam je javno, doduše na posredan način, dozvolio da razmisljamo o Evroaziji kao rezervnom planu. Još samo da nam dozvoli i Ceda, pa možemo mimo da mislimo šta nam volja i što tako mifno da svakog jutra kupimo novina bez bojazni da čemo tamo otkriti kako nas je neki stranacki novinski aktivista razapeo na krst. Paradoksalno, za ovu slobodu mišljenja imamo da zahvalimo upravo klimavoj Evropi. Koja je, da se ne bi sasvim rasklimala, moralna da se obrati za pomoć Aziji. Ali, oslonjeni na tanku administraciju, i još tanje političare, u svim smo ovim prestožavanjima servilni, okasnili. Zato nam je dozvoljeno još i više od svega toga, da kau u Slobino vreme opet potražimo ono što se zove sopstvene snage. „Potpuna su neiskorišćeni bioenergetski izvori, rekao je predsednik, umesto kojih se oslanjamamo na neizvesne projekte poput Nabuka i Južnog potoka“. Mada bi najbolje bilo da smo se oslonili na ravnotežu umesto što se, moderno se držeci tradiciji klimama čas na Istoku, čas na Zapad. Ali ideologizovani projekti ravnotežu ne poznaju.

**BIZNIS** SEZONA 2011  
GTC Avenija 19. 5. oktobar 2011. godine  
MEDIJSKI ZAKONI I ZAŠTITA DECE I MAЛОLETNIKA  
KABLOVSKI TV PROGRAMI I BUDUĆNOST TELEVIZIJE U SRBIJI

**TV gledanost  
bez poslovnog  
uspeha**



Strane III-VI



Medij - Rubrika:  
Datum:  
Površina članka:  
Strana:

DANAS - Dodatak  
Pon, 10/10/2011  
3862cm<sup>2</sup>  
III

Zemlja: Srbija  
Autor:  
Deo: 2/4

**BIZNIS** conferences@danas.rs

**SEZONA 2011**  
GTC Avenija 19, 5. oktobar 2011. godine

**Danas CONFERENCE CENTER**

**MEDIJSKI ZAKONI I ZAŠTITA DECE I MALOLETNIKA  
KABLOVSKI TV PROGRAMI I BUDUĆNOST TELEVIZIJE U SRBIJI**

# TV gledanost bez poslovnog uspeha

ŽELJKO PANTIĆ

**H**odeći kablowski TV programi uraditi klasičnoj televiziji ono što je internet radio i štampani medijima? Mogu li nacionalni emiteri pod izgovorom ekonomskih krize profilisati program tako da u njemu skoro da nema sadržaja za mlade od 12 godina, a da kod posledicu ne dobiju egzodus gledalaca i oglašivača ka štumu kablowskih TV programa? Da li je ova samo pitanje drustvene odgovornosti televizije ili je ujedno i ekonomsko pitanje njihovog opštanka, to je dilema cije rešenje nije vezano isključivo za trenutnu globalnu recesiju. Taj problem je mnogo dublji.

Jedan ugaš iz koga se može gledati odluka nacionalnih emitera da govoru odustanu od programa za decu, jeste taj da oni samo citaju demografske brojke, da vide da je dece sve manje, i da onda jednostavno taj deo publice postaje sve manji, a samim tim i sve manje važan za ukupnu gledanost televizije. Ovakva odluka možda izgleda užasno društvene neodgovorno, ali je surove realne konstatacije televizijskog tržista, i jedan od indikatora ozbiljnog problema koji Srbija ima kao država. Kada ne bilo kablowskih TV programa, saveni roditelji koji svoju decu žele da zaštite od neprimernih TV sadržaja, mogli bi slobodno da izbače televizor iz kuće polupornografski sadržaji serviraju se od utarnje kafe do sitnih stolica, filmski serijali kao što je KIL Bil u kojima se mačem sekru ruke i možak i krv sišu na sve strane, mogu se videti subtom u nijednom u podne, dok najvulgarnejše prsive prosto, izlaze iz frižidera, i više se ne zna da li ih ispravljaju voditelji najgledanijih TV forma, nijihov gosti ili glumci domaćih i stranih serija i filmova. Uživo ili snimljeno, ovako ili onako, pre poseđene ili uveće, TV tržiste Srbije praktično je preplavljen sadržajima koji u najmanju ruku nisu za decu, dok veliki deo tog programa nije ni za odrasle sa slabim srcem. Medijski prostor zatrovati je u međimurskom ratom samih televizija među sobom, tako da se stiće utisk da kako se tržiste sužava, medusobna agresija među nacionalnim emiterima raste.

Pretimanje voditelja, medusobne uvrede, vulgarni ratovi voditelja emisija koje jedne drugoj konkuruju na tržistu, sve je to deo ponude koju nacionalni emiteri nude građanima Srbije gotovo svakodnevno. Na prvi pogled, podaci govore da njihov primat još dugo neće biti ugrožen, i da prati samo njih. Na drugi pogled, te iste brojke nude mnogo više razloga

za brigu nacionalnih emitera. Nešto preko pola Srbije ima pristup velikom broju TV kanala, i vec sada skoro četvrtina ukupne gledanosti otpada na različite kablowske TV kanale. Ta četvrtina ukupne gledanosti generiše se iz one polovine Srbije koja je njen najboljnji deo: Beograd, Vojvodina, veliki gradovi u centralnoj i Zapadnoj Srbiji, koji čine rastuci deo gradske populacije sa najvećom platičnom moći u Srbiji. Tako se nacionalni emiteri suočavaju sa najkvalitetnijom stranom konkurenjom, koja produkuje TV program jeftinje kvaliteta, koji ovdalje sve veći broj naplatljivih gledalaca, za kojima sve više počinju da idu i najplatežniji oglasičari.

AGB Nielsen je svetski standard pouzdanosti kada je reč o merenju gledanosti, ali je očigledno da Srbija ima neke specifičnosti koje očigledno ukazuju da je jedna tako oseluvena veoma relativna stvar kada je reč o mogućnosti da se gledanost naplaši. Tako po podacima AGB Nilsena, programi kao što su Animal Planet, TLC ili National Geographic nisu ni medu prvih deset po gledanosti čak i u kategoriji kablowskih programa i spadaju u domen statističke greške. Oglasivači očigledno nalaze svoj interes koji se ne bazira na tim brojkama, tako da čak i ozbiljni oglasičari poput Telekoma Srbije, Koka Cole ili Televora ozbiljno ulaze u reklamne blokove upravo tih stranih TV programa sa "poštostečim" režnjima. Primer SOS kanala govori koliko je ceo proces merenja gledanosti po-

stao relativan. Naime, toj TV stanici dodeljena je, grubim previdom RATEL-a i RRA-a, regionalna TV frekvencija na kojoj se već emituje drugi program rumunske nacionalne televizije, tako da su faktički u celosti morali da predu na kablowski emitovanje programa, a u režnjima gledanosti AGB Nilsena se kotiraju tako da praktično ne postoje. Ipak, oni ne da postoje, oni očigledno imaju putniku koja je dovoljno verna i dovoljno velika da čak i veliki oglasičari poput Lutrije Srbije, Karlberga, Telekoma ili Podravke nalaze svoj interes u oglašavanju na toj "nepoštostečoj" TV stanici, koja je u medijevu porasla, izgradila sopstveni

čak i za AGB Nilsen kao nesporogn globalnog lidera u ovoj oblasti, održati tajnost identiteta 880 domaćim stava koja su osnov istraživanja reitinga gledanosti, u zemlji u kojoj ni državne tajne dugo ne ostaju tajna.

Ipak, čak i pod pretpostavkom da AGB Nilsen bolje čuva svoje tajne od države Srbije, i da je klijentim nacionalnim emiterima van domača kontakt sa tim tajnim uzorkom dočinjastva kod kojih se nalaze ipmetri, očigledno je da je nešto ozbiljno dešava, i da u najmanju ruku, protivnici režnjima i sasvim je jasno, da će ekonomika težina publike, i gledanost u određenim ciljnim

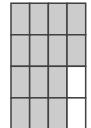
nje samo onoga što vae zanima, često i bez reklama, ne treba ni pričati ovom prilikom, tek to je unutri koji bi mogao potpuno dotući mnoge i očekujuće TV emiteru u Srbiji.

Upravo zato, problemi sa kojima se suočavaju televizije u Srbiji mnogo su dublji od poslovno-lagok zadatka da izgraju nedorečenu zakonsku regulativu, i svim uzrastima u Srbiji serviraju dovoljno seksa, nasilja i prostote za doručak, ručak i večeru. Crveni kružić sa brojem 12 ili 18, sviše je mal smokvin list da bi sakrio sustinski nedostatak društvenih mehanizma kojima bi se onaj ranijiji deo populacije zaštitio od sadržaja koji nisu primereni njihovom uzrastu. Jedini pouzdani mehanizam zaštite ispred "beg" i dece i roditelja na provoklasne strane TV programe, u kojima se čak i psovke pokrivaju zvučnim i vizuelnim efektima, ali se ujedno i nudi pogled u onaj lepsi i izdvojni deo života. Ukoliko bi sudili samo po režnjima, televizije u Srbiji nemaju nego da se plaše, one imaju tročvetničku gledanost. Ipak, ako pogledaju trajanje i raznovrsnost reklamnih blokova stranih TV programa, imaju i to kako razloga za brigu, posebno ako razmisle koliko će taj trend biti izražen u godinama koje dolazi. Gledaoci u onoj bogatijoj polovini Srbije nemaju razloga za brigu. Oni srećom već sada imaju tročifren broj izbora na svojim daljinskim upravljačima. Onoj drugoj polovini Srbije koja taj izbor nema, neka je Bog u pomoći. Od države Srbije i svim ustanovicima nezavisnih medijskih zakona, svakako pomoći dobiti neće.

**Problemi sa kojima se suočavaju televizije u Srbiji mnogo su dublji od poslovno-lagok zadatka da izgraju nedorečenu zakonsku regulativu, i svim uzrastima u Srbiji serviraju dovoljno seksa, nasilja i prostote za doručak, ručak i večeru**

nu zgradu na pet nivoa, i to sve u periodu kada je isključivo emitovana preko kablowskih emitera. U isto vreme, oni koji u tim režnjima postoe, i drže prvih deset mestu po gledanosti, i imaju i po pedeset puta veći režting od SOS Kanala, nalaze se na "veštackim plućima". Očigledno je da oglasičari, makar u nekoj meri, ne prate isključivo gledanost, makar i zbog činjenice da ekonomski i komercijalno gledano, nije svejedno da li vas gleda sto ljudi u Surduši ili deset ljudi u Beogradu. Da ne gorimo koliko je zaista nezahvalan posao,

grupama, bez obzira da li je u pitanju interes za sport, životinjski svet ili crte filmove, postati mnogo važniji od nenaplative gledanosti koja možda godi sujeti, ali se ne maže na hleb. Da ne gorimo o tome da je globalni trend upravo drastična disperzija gledanosti, i da u najrazvijenijem TV tržistu na svetu, Americi, najgledanija TV serija danas ima 4,5 odsto gledanosti, dok je pre pedeset godina najgledanija TV serija imala gledanost od preko 70 postotka. O novim tehnologijama, poput interneta televizije, IP TV servisa koji omogućuju gleda-



Medij - Rubrika:  
Datum:  
Površina članka:  
Strana:

DANAS - Dodatak  
Pon, 10/10/2011  
3862cm<sup>2</sup>  
IV

Zemlja: Srbija  
Autor:  
Deo: 3/4

Roditelji najodgovorniji za izbor emisija koje će njihova deca gledati na malim ekranima, zaključili učesnici Danasove konferencije

## Nema TV programa za mlađe od 12 godina

Bojan Cvejić

**I**ako medijski sadržaji mogu da imaju štetan uticaj na razvoj dece i mlađenčaka, medijski su, ipak, samo delimično odgovorni za to. Najveću odgovornost za to šta će deca gledati na malim ekranima imaju roditelji, mada bi veliku ulogu trebalo da odigra i u obrazovanju, zaključeno je na prošloj nedeljojnoj konferenciji „Medijski zakoni i zaštita dece i mlađenčaka“ Danas konfrenca. O uticaju TV programu na razvoj dece, kao i o prilagodbi sadržaja najmlađem uzmastu, govorio i progovorila na ovom skupu je 97 odsto domaćeg programa preporučuju za starje od 12 godina.

Goran Peković, član Saveta Republike radiodifuzivnih agencija (RRA), upozorio je da programi koje emituju domaće televizijske stанице sve više ugrozavaju decu i omladincu. Tome u prilog on je dodaо da je jedan od najčešćih prekršaja koje emiteri u Srbiji prave pogrešno označa-

vanje, brojevima u crvenom kruku, uzrasta koji može da gleda određeni program. Peković smatra da to ne predstavlja zaštitu u pravom smislu reči, već pomoćno sredstvo kojim se roditeljima šalje signal da obrate pažnju na sadržaj koji je dostupan njihovoj deći. Prema njegovoj oceni taj problem se pre može rešiti edukacijom predstavnika emitera nego njihovim kažnjavanjem.

U većini evropskih zemalja regulatorno telo nije nadležno da klasifikuje programe prema uzrastu koji može da ih prati, već je to odgovornost samih emitera. Televizije su, dakle, dužne da obeležavaju programe na taj način, ali se često dešava da prave slajcane, ili narucene, greške. Ta se može uočiti da sadržaji koji uključuju eksplisitne scene seksa, nasilja ili govoru mržnje, označen brojem 16, iako bi moral da nose oznaku 18, kao i da budu prikazani isključivo posle poноći - napomenuto je Peković.

Komentarisujući progovor da 97 odsto programa na nacionalnim televizijama nije preporučljivo za decu mlađu od 12 godina, Peko-



Ratni programi - jeftina zabava ili opasna ponuka

vić je rekao da bi RRA trebalo da uradi analizu o tome koliko je programa prilagođeno svim uzrastima. „Ukoliko i ima takvih programa, verovatno se mogu meriti promiljaju u odnosu na ukupan sadržaj“, ocenio je Peković i dodaо da posedao problem predstavljaju rizici sou programi, koji su se svojvereno emitirali tokom celog dana, a u kojima su se mogle čuti psovke i videće neprimjerene ponasanje. On je podsetio da je zbog toga RRA dovela obavezuju uputstvo emiterima da se takvi sadržaji emituju isključivo posle ponoći i da se ne puštaju u realnom vremenu, odnosno da se emituju odloženo za nekoliko minuta. Kako je rekao, ovakve odluke RRA o rizici programa „urodele su plodom i od tada nije bilo ozbiljnijih spada“.

Dragan Janjić, potpredsednik Nezavisnog udruženja novinara Srbije (NUNS), konstatovao je da je situacija u vezi sa zaštitom dece kao akterima u medijskim sadržajima znatno bolja nego ranije i da se sve češće identitet dece skriva zatamnjivanjem lica i prikrivanjem imena, prezime, kao i drugih ličnih podataka. Kad je reč o uticaju medija na razvoj dece, on je napomenuo da su „rak rana našeg društva“ modeli koje mediji nude kao uzore, odnosno način na koji se prezentuju osobe sa estrade čiji se privatni život glorificuje.

Najavažnije u ovom slučaju jeste obrazovanje i moramo pronaći način da podignemo nivo

medijski pismenost u Srbiji. Smatram da treba pokrenuti široku društvenu aktivnost i možda uvesti u osnovne i srednje škole, predmet medijska pismenost,

„ići na bojevu glavu“ i niko ne zna „kako će ona eksplodirati i kakve posledice izazvati“. Ona je navela da neki programi katastrofalno utiču na razvoj mladišta i zapitala se zašto roditelji dozvoljavaju deci da gledaju određene emisije, a ponekad im se privati život glorificuje.

Najavažnije u ovom slučaju jeste obrazovanje i moramo pronaći način da podignemo nivo medijski pismenost u Srbiji. Smatram da treba pokrenuti široku društvenu aktivnost i možda uvesti u osnovne i srednje škole, predmet medijska pismenost,

„ići na bojevu glavu“ i niko ne zna „kako će ona eksplodirati i kakve posledice izazvati“. Ona je navela da neki programi katastrofalno utiču na razvoj mladišta i zapitala se zašto roditelji dozvoljavaju deci da gledaju određene emisije, a ponekad im se privati život glorificuje.

- Ne postoji velika mogućnost da se deca zaštite od neprimerenog programiranja na televizijama, jer se nikad ne zna u koje doba se prave slajcane, ili narucene, greške.

### Procenjuje se da 97 odsto programa na nacionalnim televizijama nije preporučljivo za decu mlađu od 12 godina

jer dolazi vreme u kojem će uticaj medija biti još izraženiji. Činjenica je da deca danas mogu veoma lako na internetu da dođu do raznih „hard kor“ sadržaja, a većina roditelja nije dovoljno edukovana da proceni što je od medijskog sadržaja prikladno za njihovu decu.

Moramo pronaći način da podigne nivo medijske pismenosti u Srbiji. Činjenica je da deca danas mogu veoma lako na internetu da dođu do raznih „hard kor“ sadržaja, a većina roditelja nije dovoljno edukovana da proceni što je od medijskog sadržaja prikladno za njihovu decu - ističe Janjić.

Prema oceni Danijele Šegan, pomoćnika glavnog i odgovornog urednika RTV Studio B, medijski sadržaj koji se emituje

na nacionalnim frekvencijama daje će se emitovati nekakvi eksplisitni sadržaji. Ukoliko bih moral da odlučim cijela je uloga u zaštiti decu od ovakvih sadržaja, a većina roditelja nije dovoljno edukovana da proceni što je od medijskog sadržaja prikladno za njihovu decu - ističe Janjić.

Prema oceni Danijele Šegan, pomoćnika glavnog i odgovornog urednika RTV Studio B, medijski sadržaj koji se emituje

na nacionalnim frekvencijama

Goran Peković, član Saveta RRA



U većini evropskih zemalja regulatorno telo nije nadležno da klasifikuje programe prema uzrastu koji može da ih prati, već je to odgovornost samih emitera. Televizije su, dakle, dužne da obeležavaju programe na taj način, ali se često dešava da prave slajcane, ili narucene, greške.

Dragan Janjić, potpredsednik NUNS-a



Moramo pronaći način da podigne nivo medijske pismenosti u Srbiji. Činjenica je da deca danas mogu veoma lako na internetu da dođu do raznih „hard kor“ sadržaja, a većina roditelja nije dovoljno edukovana da proceni što je od medijskog sadržaja prikladno za njihovu decu.

Danijela Šegan, pomoćnik glavnog i odgovornog urednika RTV Studio B

- Ne postoji velika mogućnost da se deca zaštite od neprimerenog programiranja na televizijama, jer se nikad ne zna u koje doba dana će se emitovati eksplisitni sadržaji. Ali, ukoliko bih moral da odlučim cijela je uloga u zaštiti decu od ovakvih sadržaja značajnija, a neće skriva zatamnjivanjem lica i prikrivanjem imena, prezime, kao i drugih ličnih podataka. Kad je reč o uticaju medija na

### Na društvenim mrežama 2,5 miliona građana

U ovom trenutku 2,5 miliona građana Srbije ima otvorene naloge na društvenim mrežama na internetu, od čega je najmanje 60 odsto mlađenčaka osoba, što posebno treba imati u vidu. Obigledno je, daže, da se deca danas mnogo više nego ranije, na različitim platformama suočuju sa neprimerenim medijskim sadržajima i putem su im takvi sadržaji dostupni mahom bez kontrole i ograničenja - upozorava Goran Peković, član Saveta RRA.

danače će se emitovati nekakvi eksplisitni sadržaji. Ukoliko bih moral da odlučim cijela je uloga u zaštiti decu od ovakvih sadržaja, a većina roditelja nije dovoljno edukovana da proceni što je od medijskog sadržaja prikladno za njihovu decu - ističe Janjić.

Prema oceni Danijele Šegan, pomoćnika glavnog i odgovornog urednika RTV Studio B,

medijski sadržaj koji se emituje

na nacionalnim frekvencijama

Dragiša Kovačević, direktor i glavni urednik SOS kanala



- Najveća odgovornost u vezi s tim pitanjem je na državi, odnosno na RRA, koja treba da donese pravila kojih bi svih emiteri u Srbiji morali da se pridržavaju. S druge strane, kaznene mere su jedini mogući način da se sankcionisu mediji koji emituju neprikladne sadržaje ignoranti tako zakone.

### MEDIJSKI ZAKONI I ZAŠTITA DECE-SISTEM U BROJKAMA

#### % MAЛОЕЛТНИКА

Premda poslednjim podacima, 2,5 miliona građana Srbije je na raznim društvenim mrežama od čega je 60% mlađenčaka osoba, što posebno treba imati u vidu. Obigledno je, daže, da se deca danas mnogo više nego ranije, na različitim platformama suočuju sa neprimerenim medijskim sadržajima i putem su im takvi sadržaji dostupni mahom bez kontrole i ograničenja - upozorava Goran Peković, član Saveta RRA.

Prema njenim rečima, mediji se nalaze danas u „vrzinom kolcu“, jer je „trka za reitingom ubila novinarstvo“, kao i da su primativni sadržaji upravo posledica te trke.

S druge strane, Dragiša Kovačević, direktor i glavni urednik SOS kanala, smatra da je najveća odgovornost u vezi s tim pitanjem na državi, odnosno na RRA, koja treba da donese pravila kojih bi svih emiteri u Srbiji morali da se pridržavaju. Prema njegovim rečima, kaznene mere su jedini mogući način da se sankcionisu mediji koji emituju

#### HILJADE GLEDALACA DNEVN

Podatak da je dečji kablinski televizijski program, Ultra, najgledaniji od svih kablinskih programa, sa 270 hiljada gledalaca na shemom nivou, pokazuje da je dečji program na nacionalnim televizijskim stanicama veoma strogo sanisan.

Televizijske stанице su obavezne da svaki sadržaj, koji je zabranjen za mlađenčake i koji ima oznaku 18, emituju isključivo u terminima posebno ponaši, što na većini naših nacionalnih televizija nije slučaj.

Republička radiodifuzivna agencija podržuje podnose oko tri hiljadne

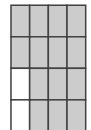
prekršajne prijava protiv raznih radio i televizijskih stаница. Novčane kazne za prekršaje iznose od 100 hiljada dinara do milion dinara.

za mlađenčake i koji ima oznaku 18, emituju isključivo u terminima posebno ponaši, što na većini naših nacionalnih televizija nije slučaj.

Republička radiodifuzivna agencija podržuje podnose oko tri hiljadne

prekršajne prijava protiv raznih radio i televizijskih stаница. Novčane

kazne za prekršaje iznose od 100 hiljada dinara do milion dinara.



Medij - Rubrika:  
Datum:  
Površina članka:  
Strana:

DANAS - Dodatak  
Pon, 10/10/2011  
3862cm<sup>2</sup>  
V

Zemlja: Srbija  
Autor:  
Deo: 4/4

*Emiteri s nacionalnim frekvencijama imaju više od tri četvrtine udela u ukupnoj gledanosti*

## Vreme kablovske televizije tek dolazi

Prema podacima AGB Nilsen (Agenzija za mjerjenje gledanosti), svi kablovski kanali u Srbiji imaju ukupno između osam i devet odsto u dela u gledanosti. Sudeći prema oceni Darka Broćića, izvršnog direktora te Agencije izrečenoj na Danasovoj konferenciji „Kablovski TV programi i budućnost televizije u Srbiji“, kablovski programi još dugo neće moći da se porede sa nacionalnim emiterima. „Za razliku od zapadnih zemalja, programi kablovskih televizijskih stanica u Srbiji još se po gledanosti nemogu meriti sa emiterima sa nacionalnim frekvencijama, koji imaju više od tri četvrtine, tačnije oko 77 odsto, u dela u ukupnoj gledanosti“, kaže Broćić. On, međutim, procenjuje da će se nacionalne televizije polako osi-

pati i da će kablovske stанице postepeno osvajati deo po deo međijskog prostora.

U prethodnih osam godina beleži se stalni rast broja korisnika kablovske televizije, tako da je u odnosu na 2003, kada je registrirano između 16 i 17 odsto korisnika „kabla“, taj broj sada dostigao 42 odsto. To znači da više od milion domaćinstava u Srbiji ima kablovsku televiziju. Takođe, postoji i trend rasta korisnika „digitala“, kao što su IPTV, Digital kejbl, DTH, DTT, koji je trenutno oko deset odsto - napomenuo je Broćić.

Prema njegovim rečima, više od 50 odsto domaćinstava, odnosno oko 1,3 miliona, ima mogućnost prijema većeg broja kanala, bilo da je reč o kablovskoj, satelitskoj televiziji ili IPTV-u. Broćić je izneo i podatke o deset najgledanijih TV kanala u Srbiji, prema podacima AGB Nilsen.

### „Privilegija“ gradskog stanovništva

Podaci AGB Nilsen pokazuju da mogućnost prijema većeg broja kanala najviše koriste stanovnici gradskih naselja (67,2 odsto), a najmanje oni u prigradskim i seoskim naseljima (26 odsto). Posmatrano po regijama u najboljem položaju su domaćinstva u centru Beograda s obzirom na to da 83 odsto može da koristi usluge kablovske i satelitske televizije, kao i u severnoj Vojvodini gde je taj procenat premašio 55 odsto. S druge strane, najmanje korisnika kablovske i satelitske televizije ima u istočnom delu Srbije.



Više od milion domaćinstava u Srbiji ima kablovsku televiziju

koji pokazuju da RTS, Pink i Prva zauzimaju prva tri mesta. Sem nacionalnih emitera, na listi najgledanijih pojavljuju se RTV Studio B, Prvi kanal Radio-televizije Vojvodine i TV Ultra. Dečija televizija Ultra je, naček, i najgledanija kablovska stаница koja ima nešto više od jedan odsto u dela u gledanosti, dok sve ostale imaju manje od jedan odsto.

Borislav Miljanović, direktor Reprezent komunikacija, konstatovalo je da je razvoj televizije išao po potrošačkoj industriji, kao i da nema više monopol javnih televizija koji je postojao u Evropi sve do osamdesetih godina. On je dodao da televizija dozivljava trans-

menja. Naime, došlo je do stapanja interneta, televizije, „kabla“ i mobilne komunikacije. S jedne strane, kablovska televizija nudi mogućnost da gledamo stotine TV kanala, a izoga sledi konvergencija, povezivanje raznih digitalnih kanala komunikacije u sredstvo koje će u budućnosti da se razvija tako da ćemo u određenom trenutku različite izvore informacija moći da primamo na jednom mestu, kroz jedan ekran - naveo je Miljanović.

Jelena Stojanović, direktorka marketinga i prodaje Telekom Srbija, podsetila je da beleži rast korisnika IPTV, koja predstavlja novu generaciju televizije,

**U prethodnih osam godina beleži se stalni rast broja korisnika kablovske televizije, tako da je u odnosu na 2003, kada je registrirano između 16 i 17 odsto korisnika „kabla“, taj broj sada dostigao 42 odsto**

sformaciju „od medija kulture u medij zabave, zatim od medija ponude u komercijalni medij potražnje, od medija masovne komunikacije u medij individualizovanje, pojedinačne komunikacije“. Miljanović je, međutim, naveo da dove poslednje promene još nismo stigli, ali da u tom pravcu idu i svetske i domaće televize.

- Došlo je do digitalne revolucije i razvoj novih tehnologija sve

koja je demonopolizovala tržište od kablovskih operatora. Ona je dodata i da Telekom Srbija svojim korisnicima nudi HD pakete, koji beleži dobre rezultate, iako da u ovom trenutku ima oko 5.000 korisnika televizije višok digitalnog kvaliteta.

Tržište distribucije medijskog sadržaja u Srbiji beleži konstantan rast i negde od 2004, prosečan rast ovog tržišta je oko 20

odsto. U prošloj godini, međutim, u odnosu na 2009, zabeležen je rast od 15 odsto. Treba pomenuti da se jedini rast u 2010. primičuje u korišćenju IPTV servisa. Prošle godine u svetu je bilo registrovano oko 36 miliona korisnika IPTV, a procenjuje se da će do 2014. njihov broj dostići 74 miliona - ukazuje Jelena Stojanović.

Milan Latinović, zamениk direktora PIT KDS, potvrdio je da se zbog novih uslova na tržištu klasični kablovski operatori, kao što su oni, neće u budućnosti pravljiti baviti proširenja mreže. Prema njegovim rečima, jedini ko u toj situaciji ima mogućnost da znacajno proširi bazu korisnika, da profitira, jeste Telekom Srbija sa IPTV kablovskom platformom, koji je već prisutan u više od 90 odsto domaćinstava u Srbiji.

- Pošta Srbije odlučila je da drastično smanji ulaganje u usluge kablovske televizije, pa je tako Upravni odbor doneo odluku da počnemo da tražimo strateskog partnera za razvoj te usluge. Ukoliko se ova odluka potvrdi na Vladi, Pošta će izaći sa javnim konkursom za traženje strateskog partnera, što će drastično promeniti našu potencijalnu snagu na tržištu - napomenuo je Bojan Cvejić



Darko Broćić, izvršni direktor  
AGB Nilsen



- U prethodnih osam godina beleži se stalni rast broja korisnika kablovske televizije, tako da je u odnosu na 2003, kada je registrirano između 16 i 17 odsto korisnika „kabla“, taj broj sada dostigao 42 odsto. Zabeležen je i trend rasta korisnika „digitala“ koji je trenutno oko deset odsto.

Borislav Miljanović, direktor Represent Communications



- Televizija doživljava transformaciju od medija kulture u medij zabave, zatim od medija ponude u komercijalni medij potražnje, od medija masovne komunikacije u medij individualizovane komunikacije. Do ove poslednje promene još nismo stigli, ali u tom pravcu idu i svetske i domaće televizije.

Jelena Stojanović, direktor marketinga i prodaje Telekom Srbija



- Tržište distribucije medijskog sadržaja beleži konstantan rast i od 2004. prosečan rast iznosi oko 20 odsto. U prošloj godini, međutim, u odnosu na 2009, zabeležen je rast od 15 odsto. Treba pomenuti i da je nešto snažniji rast zabeležen u korišćenju IPTV servisa - prošle godine u svetu je bilo registrovano oko 36 miliona korisnika IPTV.

Milan Latinović, zamениk direktora  
PTT KDS



- Pošta Srbije odlučila je da drastično smanji ulaganje u usluge kablovske televizije, pa je tako Upravni odbor doneo odluku da počnemo da tražimo strateskog partnera za razvoj te usluge. Ukoliko se ova odluka potvrdi na Vladi, Pošta će izaći sa javnim konkursom za traženje strateskog partnera, što će drastično promeniti našu potencijalnu snagu na tržištu