

## ZABAVA SLUŠANIJA I GLEDANIJA OD VESTI

*Autor:* A. C. - M. O. M.

Prema istraživanjima koje su sproveli IREX i Stratedžik marketing, prosečan gledalac i slušalac beži od ozbiljnih sadržaja i više voli muziku, filmove i serije

Loša pesma, vesti, reklame, dosadni govorni sadržaj i slab prijem razlozi su zbog kojih srpski slušalac menja skalu na radio prijemniku. Posle dugogodišnje dominacije informativnih sadržaja, uho domaćeg radio-konzumenta želi da sluša muziku i zabavne sadržaje. Omiljene radio-stanice se ne pozicioniraju samo po broju, već po vremenu koje slušaoci dnevno provedu uz zvuke emitovane iz studija kome su privrženi.

Tako se na pobjedničko postolje po omiljenosti u čitavoj Srbiji našao Radio S dok su drugoplasirani i trećeplasirani Radio B 92 i Radio Beograd – Prvi program. Slede Indeks, Roudstar, Fokus, Radio Beograd Drugi program, Pink radio i Radio 202. Ustaljena podela na „narodnjačke“ i „zabavnjačke“ stanice je i dalje važeća – prve vladaju centralnom Srbijom, a druge u Beogradu i Vojvodini. Generalno smanjenje broja radio-emitera donelo je povećanje slušanosti onima koji su se izdvojili u prvu, srpsku, ligu predstavnika ovog elektronsko formata.

Kada su u pitanju lokalne i regionalne TV stanice situacija je dijametralno suprotna. Smanjenje njihovog broja nije izazvalo povećanje gledanosti. Od 2004. beleži se konstantan pad njihovog dnevnog učešća u gledanosti – rezultati su istraživanja o slušanosti radio-stanica i gledanosti lokalnih i regionalnih televizija koje je sprovedeno kao deo programa podrške srpskim medijima Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID), preko partnera IREX, a koje su uradili Stratedžik marketing i AGB Nielsen Media Research, tokom maja ove godine.

– Ovi pokazatelji mogu biti korisni upravo radio i TV stanicama kako bi došle do povećanja auditorijum – kaže Srđan Bogosavljević iz Stratedžik marketinga i dodaje da se istraživanje nije bavilo uzrocima pada gledanosti već notiranjem navika konzumenata.

Tako je uočeno da televizijski jutarnji programi pristižu radio sadržaje, ali da vizuelni mediji dominiraju u večernjim terminima. Lokalne i regionalne TV stanice gube bitku sa nacionalnim, a kao motiv što češće pritiskaju dugme na daljinskom „velikih“ kanala, 10.300 ispitanika je navelo dominaciju filmova i serija. Kako je pojasnio Bogosavljević, lokalni TV kanali nemaju materijalnih sredstava da angažuju istraživanja gledanosti, niti da dnevno reaguju prilagođavajući programe, sopstvenom produkcijom. Iako su poboljšale signal emitovanjem putem kabla, nisu uspele da poslednjih godina zadrže gledanost koja sistemski pada, dodaje Bogosavljević.

Istraživanje o oba medija rađeno je tokom maja, a o navikama korišćenja radio-aparata odgovaralo je nešto više od 6.000 ispitanika uzrasta od 10 do 70 godina širom Srbije, bez Kosova. O gledanju TV programa anketirano je 10.300 stanovnika.

*Antrfile:*

### RADIO I TV PO GLAVI STANOVNIKA

U proseku, svako domaćinstvo ima jedan i po radio-aparat i po tome se izjednačava sa brojem TV aparata. Samo dva do tri odsto stanovnika Srbije nema televizor. Zanimljivo je da više ljudi ima televizore nego struju u kućama, jer struja može da se krade. Čak 73 odsto ljudi ima radio u kolima, a 63 odsto zaposlenih sluša radio na poslu. Samo 11 odsto ispitanih slušalo je radio preko Interneta iako 27 odsto građana ima tu mogućnost. Dnevni pikovi slušanja pomereni su sa sedam i osam časova na devet i deset sati pre podne.

## HLEBA I IGARA!

*Autor:* PRENETO

Prema najnovijim istraživanjima „Stratedžik marketinga“, slušaoci i gledaoci radijskih i TV programa sve manje prate informativne, a sve više zabavne emisije

Slušaoci i gledaoci radijskih i televizijskih programa sve više prate zabavne programe, dok je drastičan pad interesovanja za vesti, rezultat je istraživanja „Stratedžik marketinga“.

Srđan Bogosavljević, direktor te agencije za istraživanje javnog mnjenja, kazao je juče na konferenciji za novinare da je sve veće interesovanje građana za muziku, a sve manje za vesti. Prema njegovim rečima, od 2004. godine beleži se konstantan pad dnevnog učešća u gledanosti lokalnih televizijskih stanica.

- Nismo se bavili uzrokom pada gledanosti lokalnih televizija, možda to nije ni moguće utvrditi. Nacionalne televizije pomoću piplmetara dnevno prate podatke i prilagođavaju programe ukusima publike, ali lokalne nisu u mogućnosti to da rade jer nemaju dovoljan broj gledalaca da bi koristili piplmetre - kazao je Bogosavljević.

Istraživanje slušanosti radio-stanica i gledanosti lokalnih televizijskih stanica u Srbiji rađeno je u maju ove godine i utvrđeno je da su omiljene radio-stanice slušalaca Radio S, B92 i Radio Beograd prvi program. Za njima slede Indeks, Roudstar, Fokus, Radio Beograd drugi program i Pink radio. Osnovne zamerke 6.134 ispitanika na radio-stanice odnose se na loš prijem, duge reklame, izbor muzike i nezanimljiv program. Najbolji signal ima Radio Beograd, a najveći progres u prethodnih nekoliko godina beleži Radio S, koji se pojedinačno sluša u najdužim vremenskim intervalima. Prema rečima Bogosavljevića, najlojalniji slušaoci radio-programe prate ujutru, ali televizija i u tom delu dana preuzima primat, dok je uveče neuporedivo veća gledanost televizije od slušanosti radija. Na radiju se najviše traže muzika, vesti i sportski programi, dodao je on.

- U Srbiji je takođe primetan pad gledanosti i slušanosti domaćih radio i TV stanica u odnosu na strane programe koje prenose kablovski operateri, što predstavlja signal za uzbunu da nešto treba menjati - rekao je Bogosavljević.

Za istraživanje gledanosti lokalnih televizija dnevno je ispitivano oko 10.300 ljudi i rezultati su pokazali da u Srbiji dva do tri odsto stanovništva nema TV aparat. Bogosavljević je naveo da više ljudi ima televizore nego struju u kućama, jer se, kako je naveo, struja krade u nekim domaćinstvima. On je naveo da u proseku svako domaćinstvo ima po jedan i po radijski aparat i da se po tom broju izjednačava broju TV aparata po domaćinstvu.

Rezultati istraživanja pokazali su i da 63 odsto zaposlenih sluša radio na poslu, da je 11 odsto ispitanih radio slušalo preko interneta i da 73 odsto njih ima radio u kolima. Istraživanje su naručili USAID i IREDŽ. (Ag.)

*Antrfile:*

## U SRBIJI VESTI NEĆE NIKO NI DA GLEDA NI DA SLUŠA

Autor: NN

Slušaoci i gledaoci radijskih i televizijskih programa sve više prate zabavne programe, dok je drastičan pad interesovanja za vesti, rezultat je istraživanja "Stratedžik marketinga".

Srđan Bogosavljević, direktor "Stratedžik marketinga", rekao je juče da je sve veće interesovanje građana za muziku, a sve manje za vesti. Od 2004. godine beleži se konstantan pad dnevnog učešća u gledanosti lokalnih televizijskih stanica.

- Nismo se bavili uzrokom pada gledanosti lokalnih televizija, možda to nije ni moguće utvrditi. Nacionalne televizije pomoću piplmetara dnevno prate podatke i prilagođavaju programe ukusima publike, ali lokalne nisu u mogućnosti to da rade jer nemaju dovoljan broj gledalaca da bi koristili piplmetre - kazao je Bogosavljević.

Prema rečima Bogosavljevića, najlojalniji slušaoci radio-programe prate ujutru, ali televizija i u tom delu dana preuzima primat, dok je uveče neuporedivo veća gledanost televizije od slušanosti radija. Na radiju se najviše traži muzika, vesti i sportski programi, dodao je on.

Za istraživanje o gledanosti lokalnih televizija dnevno je ispitivano oko 10.300 ljudi i rezultati su pokazali da u Srbiji dva do tri odsto stanovništva nema TV aparat.

Bogosavljević je naveo da više ljudi ima televizore nego struju, jer, kako je naveo, struju neka domaćinstva krađu.

Rezultati istraživanja pokazali su i da 63 odsto zaposlenih sluša radio na poslu, da je 11 odsto ispitanih radio slušalo preko interneta i da 73 odsto njih imaju radio u kolima.

### Antrfile:

Omiljene radio-stanice

- Radio S
- B92
- Radio Beograd 1
- Indeks
- Roudstar
- Fokus
- Radio Beograd 2
- Pink radio

Zamerke na radio

- loš prijem
- duge reklame
- izbor muzike
- nezanimljiv program

## TELEVIZIJA DOSADNA, RADIO ŠUŠTI

Autor: NN

### STRATEDŽIK MARKETING: DRASTIČAN PAD INTERESOVANJA ZA VESTI ELEKTRONSKIH MEDIJA

Slušaoci i gledaoci radijskih i televizijskih programa sve više prate zabavne programe, dok je drastičan pad interesovanja za vesti, rezultat je istraživanja Stratedžik marketinga. Direktor te agencije za istraživanje javnog mnjenja, Srđan Bogosavljević, kazao je juče na konferenciji za novinare da je sve veće interesovanje građana za muziku, a sve manje za vesti. Prema njegovim rečima, od 2004. godine beleži se konstantan pad dnevnog učešća u gledanosti lokalnih televizijskih stanica. Istraživanje slušanosti radio stanica i gledanosti lokalnih televizijskih stanica u Srbiji rađeno je u maju ove godine i utvrđeno je da su omiljene radio stanice slušaocima: Radio S, B92 i Radio Beograd prvi program. Za njima slede Indeks, Rodstar, Fokus, Radio Beograd drugi program i Pink radio. Osnovne zamerke 6.134 ispitanika na radio stanice odnose se na loš prijem, duge reklame, izbor muzike i nezanimljiv program. Najbolji signal ima Radio Beograd, a najveći progres u prethodnih nekoliko godina beleži Radio S, koji se pojedinačno sluša u najdužim vremenskim intervalima. Bogosavljević je naveo da više ljudi ima televizore nego struju u kućama, jer se, kako je naveo, struja krade u nekim domaćinstvima. On je naveo da u proseku svako domaćinstvo ima po jedan i po radijski aparat i da se po tom broju izjednačava sa brojem TV aparata po domaćinstvu.

Antrfile:

[Elektronska arhiva MEDIJSKE DOKUMENTACIJE](#) ne može se koristiti (kopirati, replicirati ili pretraživati) u komercijalne svrhe bez posebne dozvole i ugovora sa vlasnikom Arhive - Ebart/Medijska dokumentacija©.

## **DRASTIČAN PAD INTERESOVANJA ZA VESTI**

*Autor:* PRENETO

Beograd - Slušaoci i gledaoci radijskih i televizijskih programa sve više prate zabavne programe, dok je drastičan pad interesovanja za vesti, rezultat je istraživanja Stratedžik marketinga. Direktor te agencije za istraživanje javnog mnjenja Srđan Bogosavljević kazao je na konferenciji za novinare da je sve veće interesovanje građana za muziku, a sve manje za vesti. Prema njegovim rečima, od 2004. godine beleži se konstantan pad dnevnog učešća u gledanosti lokalnih televizijskih stanica. Beta

*Antrfile:*

Elektronska arhiva MEDIJSKE DOKUMENTACIJE ne može se koristiti (kopirati, replicirati ili pretraživati) u komercijalne svrhe bez posebne dozvole i ugovora sa vlasnikom Arhive - Ebart/Medijska dokumentacija©.

## **GRAĐANI SRBIJE SVE MANJE ZAINTERESOVANI ZA VESTI**

*Autor:* NN

Istraživanje Stratedžik marketinga je pokazalo da slušaoci i gledaoci radijskih i televizijskih programa u Srbiji sve više prate zabavne programe dok je drastičan pad interesovanja za vesti. Direktor te agencije za istraživanje javnog mnjenja Srđan Bogosavljević rekao je prema navodima Bete i da se od 2004. godine beleži konstantan pad dnevnog učešća u gledanosti lokalnih televizijskih stanica. Istraživanje je pokazalo i da oko tri odsto stanovništva nema televizor.

*Antrfile:*

[Elektronska arhiva MEDIJSKE DOKUMENTACIJE ne može se koristiti \(kopirati, replicirati ili pretraživati\) u komercijalne svrhe bez posebne dozvole i ugovora sa vlasnikom Arhive - Ebart/Medijska dokumentacija©.](#)

## OPALA SLUŠANOST DOMAĆIH STANICA

*Autor:* PRENETO

### Beograd

U Srbiji je primetan pad gledanosti i slušanosti domaćih radio i TV stanica u odnosu na strane programe koje prenose kablovski operateri, što predstavlja signal za uzbunu, da nešto treba menjati, rekao je juče direktor agencije za ispitivanje javnog mnjenja „Stratedžik marketing“ Srđan Bogosavljević. Predstavljajući na konferenciji za novinare rezultate majskog istraživanja gledanosti TV programa i slušanosti radio stanica u Srbiji, on je dodao da je smanjen broj TV i radio stanica u Srbiji. On je naveo da su najslušanije stanice Radio „S“, „B 92“, Radio-Beograd Prvi program, Radio „Star“, „Radio Indeks“, Beograd „202“, Radio „Fokus“ i Drugi program Radio-Beograda, a među TV stanicama one sa nacionalnim frekvencijama. Bogosavljević je naglasio da rast slušanosti beleži Radio „S“, pre svega zbog trenda da se zabavni sadržaji s muzikom više prate nego informativni i reklamni. Direktor agencije podsetio je da je ovo 12. istraživanje koje se sprovodi već 11 godina i obuhvata slušanost radio-stanica i gledanost lokalnih i nacionalnih TV stanica. Uzorak slušanosti radio-stanica odnosio se na 6.134 ispitanika, dok je za gledanost TV stanica praćen dnevni uzorak od 10.300 ispitanika. Bogosavljević je naveo i podatak da u Srbiji postoji više TV i radio-aparata po domaćinstvu, nego registrovanih domaćinstva koji koriste struju. On je istakao da skoro trećina domaćinstva u Srbiji poseduje računare, ali da svega 11 odsto njih povremeno gleda ili sluša programe putem Interneta, a da Beograd prednjači u odnosu na druge regione. Na slušanost i gledanost, prema njegovim rečima, najviše učestvuje prijem, potom sadržaj programa, pa onda navika i neki drugi razlozi. Tanjug

*Antrfile:*

[Elektronska arhiva MEDIJSKE DOKUMENTACIJE](#) ne može se koristiti (kopirati, replicirati ili pretraživati) u komercijalne svrhe bez posebne dozvole i ugovora sa vlasnikom Arhive - Ebart/Medijska dokumentacija©.

## SLUŠAOCI IZBEGAVAJU VESTI

*Autor:* NN

Istraživanje o programima radio i TELEVIZIJSKIH stanica

SLUŠAOCI i gledaoci radijskih i TV programa sve više prate zabavne programe, dok je drastičan pad interesovanja za vesti, rezultat je istraživanja "Stratedžik marketinga".

Omiljene radio stanice su Radio S, B 92 i Radio Beograd prvi program, zatim Indeks, Rodstar, Fokus, Radio Beograd 2 i Pink.

Rezultati su pokazali da u Srbiji dva do tri odsto građana nema TV aparat, kao i da ih više ima aparat nego struju, jer se ona ponegde krade.

*Antrfile:*

[Elektronska arhiva MEDIJSKE DOKUMENTACIJE](#) ne može se koristiti (kopirati, replicirati ili pretraživati) u komercijalne svrhe bez posebne dozvole i ugovora sa vlasnikom Arhive - Ebart/Medijska dokumentacija©.

## MUZIKA BOLJA OD VESTI

*Autor:* L. M.

### ISTRAŽIVANJE

Najnovije istraživanje agencije Stratedžik marketing, urađeno po porudžbini organizacija USAID i IREDŽ, pokazalo je da slušaoci i gledaoci radijskih i televizijskih programa sve više prate zabavne programe, dok je drastičan pad interesovanja za vesti. Direktor te agencije Srđan Bogosavljević rekao je na konferenciji za novinare da je sve veće interesovanje građana za muziku, a sve manje za vesti. Prema njegovim rečima, od 2004. godine beleži se konstantan pad dnevnog učešća u gledanosti lokalnih televizijskih stanica. "Nismo se bavili uzrokom pada gledanosti lokalnih televizija, možda to nije ni moguće utvrditi. Nacionalne televizije pomoću piplmetra dnevno prate podatke i prilagođavaju programe ukusima publike, ali lokalne nisu u mogućnosti to da rade jer nemaju dovoljan broj gledalaca da bi koristili piplmetre", kazao je Bogosavljević. Istraživanje slušanosti radio-stanica i gledanosti lokalnih televizijskih stanica u Srbiji rađeno je u maju ove godine i utvrđeno je da su slušaocima omiljene radio-stanice Radio S, B92 i Prvi program Radio Beograda. U istraživanju su obuhvaćena 6134 ispitanika, a većina njihovih zamerki upućenih radio-stanicama odnosi se na loš prijem, duge reklame, izbor muzike i nezanimljiv program. Najbolji signal ima Radio Beograd, a najveći napredak u prethodnih nekoliko godina beleži Radio S, koji se pojedinačno sluša u najdužim vremenskim intervalima. Prema Bogosavljevićevim rečima, najlojalniji slušaoci radio-programe prate ujutru, ali televizija u tom delu dana preuzima primat, dok je uveče neuporedivo veća gledanost televizije od slušanosti radija. Na radiju se najviše sluša muzika, vesti i sportski programi, dodao je on.

*Antrfile:*

## **VOLE SRBI DOK RADE DA IM RADI RADIO**

*Autor:* NN

Slušaoci i gledaoci radijskih i televizijskih programa sve više prate zabavne i muzičke programe, dok je pad interesovanja za vesti drastičan, rezultat je istraživanja "Stratedžik marketinga". Direktor te agencije Srđan Bogosavljević kaže da je od 2004. konstantan pad dnevnog učešća u gledanosti lokalnih TV stanica.

– Nismo se bavili uzrokom pada, možda ga i nije moguće utvrditi. Nacionalne televizije pomoću piplmetara dnevno prate podatke i prilagođavaju programe ukusu publike, ali lokalne to ne mogu jer nemaju dovoljan broj gledalaca da bi koristili piplmetre – naveo je on. Osnovne zamereke 6.134 ispitanika na radiostanice odnose se na loš prijem, duge reklame, izbor muzike i nezanimljiv program. Najlojalniji slušaoci radio-programe prate ujutru, ali televizija i u tom delu dana preuzima primat, dok je uveče neuporedivo veća gledanost televizije. Na poslu radio sluša 63 odsto zaposlenih, 11 odsto ispitanih preko Interneta, a 73 odsto njih ima radio u kolima. Na uzorku od oko 10.300 ljudi ustanovljeno je da dva do tri odsto stanovništva nema TV aparat. Više ljudi ima televizore nego struju u kućama, jer je neka domaćinstva krađu. U proseku, svako ima po jedan i po radijski aparat.

*Antrfile:*

[Elektronska arhiva MEDIJSKE DOKUMENTACIJE ne može se koristiti \(kopirati, replicirati ili pretraživati\) u komercijalne svrhe bez posebne dozvole i ugovora sa vlasnikom Arhive - Ebart/Medijska dokumentacija©.](#)