

Zlatno doba televizije je prošlo. Zapad klasičnu, linearnu televiziju vidi kao medij koji gubi na važnosti. Kako stvari stoje u Hrvatskoj?



Hrvati, začudo, još uvijek vole televiziju

Linearne i televizije na zahtjev na britanskom tržištu dosežu omjer 60 : 40, što je daleko više nego na hrvatskom tržištu, gdje polovica gledatelja automatski otpada jer nema pristup internetu na televizoru, a mobiteli i laptopi se za gledanje sadržaja koriste znatno rjeđe

PIŠE: KARLA ZUPIČIĆ

Petra (78) televiziju aktivno gleda oko pet sati dnevno kako bi ujutro pogledala "Dobro jutro, Hrvatska", poslijepodne "InMagazin" i svoju omiljenu tursku seriju, u 19 sati prebacuje na "RTL Danas", a večer završi nekim filmom koji je na programu. U garaži ima stari, "rezervni" televizor, kako bi bila sigurna da će, ako se ovaj pokvari, i dalje moći gledati televiziju i onih nekoliko dana dok ne ode po novi. Televizor je u njezinoj kući upaljen cijeli dan. U Franovu (33) dnevnom boravku već šest godina nema televizora. Sve što ga zanima može pronaći na internetu, vijesti su ionako dostupne i na drugim medijima, a reality emisije nisu mu dovoljno primamljive da se zaputi u najbliži dućan elektroničke opreme. Želi li se opustiti ili samo ispuniti tišinu, Anamaria (25) uključuje Netflix jer je naviku gledanja televizije potpuno izgubila. Gleda je samo kad se na praznicima vrati kući s fakulteta, pa ne može izbjeći dnevnik, vijesti, kvizove i serije koje njezini roditelji svakodnevno prate. Iako dijelu ljudi, posebno mladima, ideja da raspored moraju podrediti televizijskom programu kako bi se omiljena serija po-

gledala od početka do kraja sada zvuči staromodno, stručnjaci televiziju i dalje smatraju "kraljicom medija" u Hrvatskoj. Najmanje jednom tjedno gleda je 70 posto Hrvata.

Da žene vole televiziju više od muškaraca, kaže Magdalena Malinova, izvršna direktorica Udruge mjerenja televizijske gledanosti (UMTG). U 2023. godini ispred malih su ekrana provele četiri sata i 52 minute, 40 minuta više od muškaraca. Tijekom dana gledanost kontinuirano raste, izraženije oko podneva, kada se uobičajeno emitiraju prve vijesti, a TV se najviše gleda tijekom večeri, kada je više od 40 posto hrvatskih gledatelja ispred malih ekrana.

Dugoročni trendovi

- Zanimljivo je da dugoročni trendovi, s gotovo 20 godina podataka, otkad se mjeri televizijska gledanost u Hrvatskoj, pokazuju da sa svakih pet godina života više u prosjeku provodimo 20 minuta više dnevno ispred malih ekrana - ističe izvršna direktorica UMTG-a.

Konzumacija televizije po dobi pokazuje očekivane rezultate. Konkretno, dobna skupina od četiri do 24 godine ispred televizora provodi jedan sat i 58 minuta dnevno, oni u dobi od 25 do 44 godine tri sata i 17 minuta dnevno, od 45 do 64 godine pet sati i 22 minute, a prosječno je vrijeme koje stariji od 65 provedu gledajući televiziju čak sedam sati i 12 minuta.

Naša sugovornica Petra kaže

da je televizija čini manje usamljenom.

- Nije mi najvažnija stvar na svijetu, ali mi dobro zaokupi pozornost. Tako ne samo da mi prolazi vrijeme, kojeg ionako u mirovini imam previše, nego imam i temu za razgovor sa susjedama. Naši su životi sada dosadniji nego prije, a moramo o nečemu razgovarati - smije se umirovljenica obožavateljica televizije, koja na pametnom telefonu ima Viber, YouTube i Facebook, ali društvene mreže ne doživljava kao mjesto na kojem bi se mogla informirati ili zabaviti.



MAGDALENA MALINOVA

izvršna direktorica Udruge mjerenja televizijske gledanosti

Od skromnih 0,7 posto u 2017. godini, danas gledanje televizije u odgođenom vremenu čini 4,6 posto ukupne gledanosti. Na razvijenijim, zapadnim tržištima taj se udio mjeri dvoznamenkastim brojevima te možemo očekivati snažan rast konzumacije u odgođenom vremenu i u Hrvatskoj idućih godina

- Nije li lakše samo upaliti televizor nego razmišljati što bih gledala na YouTubeu? Nisam previše vična novim tehnologijama, pa mi je fejs više da vidim što ima novo u životu prijatelja i članova obitelji s kojima nisam u redovitom kontaktu - objašnjava. Mobiteli "na kojima se može svašta" i društvene mreže nisu je oduševile jednako kao televizija.

Prethodnik suvremenog televizora pojavio se u obliku mehaničkog sustava još 1883. u Njemačkoj, ali su trebala proći desetljeća da televizija posta-



RAJNA CUCULIĆ

direktorica GroupM te članica Uprave HURA-e i IAB-a Croatia

Ako govorimo o TV kanalima protiv internetskog videa, da, internetski video, posebno video na zahtjev, uzimat će sve veći dio vremena gledatelja. U Hrvatskoj se, međutim, taj omjer mijenja sporo i tradicionalna se televizija barem još do kraja ovog desetljeća ne treba bojati da će izgubiti na važnosti koju ima danas

ne masovni medij u današnjem smislu. Redovito emitiranje televizijskog programa počelo je u Njemačkoj 1935., u Velikoj Britaniji godinu poslije, a u SAD-u 1939. Isprva se program često gledao na javnim mjestima, a prenosili su se događaji poput Olimpijskih igara u Berlinu 1936. ili otvorenja Svjetske izložbe u New Yorku 1939., kada je govor američkog predsjednika F. D. Roosevelta bio prvi istup nekog državnog poglavara na televiziji. Do 50-ih godina televizija je postala prevladavajući prošireni medij, a razvile su se novinarske forme poput središnjeg dnevnika i panel-rasprava koje joj dale utjecaj na javno mnijenje, ali i kvizovi, zabavne emisije koje vode komičari te igrane serije.

Medij koji gubi

Emitiranje Televizije Zagreb (današnje Hrvatske televizije) počelo je 1956. izravnim prijenosom otvorenja Zagrebačkog velerajma, a godinu poslije emitiran je prvi izravni sportski prijenos. Desetak godina od toga već je svaki drugi Hrvat imao televizor.

U Lovrinoj (51) obitelji priča o prvom televizoru, koji je kupio njegov djed, prenosi se s koljena na koljeno. Bila je to velika stvar koja se, kaže, šest desetljeća poslije i dalje prepričava s jednim entuzijazmom.

- Tada su samo dvije obitelji u selu imale televizor, pa su svi dolazili k njima kako bi gledali program. Subotom su se prikazivali filmovi pa su u te dvije ku-



- Televiziju barem jednom tjedno gleda više od 70% Hrvata, neovisno o dobnoj skupini. Nakon 40. godine taj udio prelazi 80%, a nakon 55. godine i 90%

- U danima kad konzumiramo televiziju gledamo je u prosjeku gotovo šest sati (a GenZ više od četiri sata)

- Američki gledatelji u dobi od 16 do 24 godine provedu u prosjeku samo 53 minute dnevno gledajući tradicionalnu televiziju

- U 2023. godini žene su ispred malih ekrana provele četiri sata i 52 minute, 40 minuta više od muškaraca

će dolazili svi susjedi, a najveći hit bili su partizanski filmovi poput 'Bitke na Neretvi' i 'Bitke na Sutjesci', koji su ubrzo nakon toga snimljeni. U svakoj bi se kući okupilo 20-ak ljudi, oni koji su imali više sreće, sjeli bi na kauč ili stolac, ali nikome nije bio ni najmanji problem sjediti na podu ako je to značilo da će gledati film na televizoru - prepričava Lovro.

Šezdesetak godina poslije, zlatno doba televizije je prošlo. Samo jednostavno pretraživanje stranih, mahom američkih, promišljanja na tu temu pokazuje da Zapad klasičnu (stručno rečeno linearnu) televiziju vidi kao medij koji gubi na važnosti.

"Tradicionalna televizija prije je dominirala kao primarni izvor zabave i informacija. Sada su platforme društvenih mreža preuzele vodstvo i preoblikovale način na koji se bavimo sadržajem", zaključio je američki Forbes.

Streaming je navikao mladu populaciju, koja ga najviše koristi, da je sadržaj dostupan bilo kada i bilo gdje, pa televizija više nije toliko privlačna. Tako čak 90 posto tamošnjih mladih u dobi od 18 do 24 godine preferira streaming u odnosu na linearnu televiziju. Kad se usporede podaci o tome koliko vremena provode na društvenim mrežama, ispada da mladi Amerikanci tradicionalnu televiziju gledaju 53 minute dnevno, čak sedam puta manje od ljudi starijih od 65 godina koji čak trećinu svojeg budnog vremena provedu pred

televizorom.

Magdalena Malinova kaže kako se po tome Hrvatska razlikuje od zemalja zapadne Europe jer hrvatski gledatelji i dalje značajno vrijeme provode ispred malih ekrana. Prošle je godine svaki Hrvat stariji od četiri godine u prosjeku dnevno televiziju gledao četiri sata i 32 minute. S godinama se povećao udio onih koji gledaju televiziju u odgođenom vremenu.

- Od skromnih 0,7 posto u 2017. godini, danas gledanje televizije u odgođenom vremenu čini 4,6 posto ukupne gledanosti. Na razvijenijim, zapadnim tržištima taj se udio mjeri dvoznamenkastim brojevima te možemo očekivati snažan rast konzumacije u odgođenom vremenu i u Hrvatskoj idućih godina - objašnjava Malinova.

Streaming je praktičniji

Anamaria smatra da je streaming znatno praktičniji.

- Zašto da kupujem televiziju kada imam sve što želim na mobitelu i laptopu - kaže. Ono što joj se na streamingu ne sviđa je to što svi gledaju iste serije, a istodobno o njima ne mogu razgovarati jer su na različitim epizodama.

- Kada sam bila djevojčica, sjećam se da bih znala točno kojim je danom i u koliko sati neki crtić ili emisija koje sam pratila na dnevnoj ili tjednoj bazi, pa bih s prijateljicama u školi razgovarala o tome što se dogodilo i kako jedva čekamo iduću epizodu da se rasplete priča. Sada smo manje povezani pričama - smatra ova studentica.

Dva su kriterija, kada se govori o televiziji, najvažnija. Doseg i prisjećanje, kaže Rajna Cuculić, direktorica medijske agencije GroupM za Hrvatsku i Sloveniju te članica Uprave HURA-e i IAB-a Croatia, koja televiziju još naziva "kraljicom medija". Doseg medija predstavlja udio u populaciji koji u određenom vremenskom intervalu (obično unutar jednog tjedna) konzumira taj medij, a kvaliteta se mjeri istraživanjima konzumacije medija putem pitanja "u kojem mediju primjećujete oglase".

- Televizija u svim generacijskim skupinama ima najbolju kombinaciju tih dvaju kriterija. Tek je kod generacije Z televizija po ukupnom rezultatu blizu internetu, ali uz jednu bitnu razliku: internet ima bolji doseg, a televizija ima bolje prisjećanje, što je u većini slučajeva važniji kriterij - objašnjava Cuculić.

Ukratko, što je Hrvat stariji to više gleda TV. Nakon 40. godine života taj udio premašuje 80 posto, a nakon 55. i 90 posto. Najčešće konzumirani sadržaj svih generacija su filmovi. Drugo mjesto kod mladih drže serije, a kod starijih dokumentarni program. Informativni program uglavnom je tek na četvrtom ili petom mjestu.

"Običan" televizor je, kaže Rajna Cuculić, i dalje najčešći uređaj putem kojeg se prati televizijski program, i to u više od 70 posto, a samo generacija Z u znatnoj mjeri koristi računalo (28 posto njih) ili mobitel (18 posto) za gledanje TV programa.

- Užitak gledanja televizije, uključujući streaming servise, potpun samo kad je gledamo

na velikom ekranu. Zato i vidi-mo tako mali udio mobitela kao platforme gledanja. Uz to, manje od polovice naših TV uređaja spojeno je na izvor signala koji podržava prijem televizije na zahtjev - ističe.

Kada uspoređujemo Hrvatsku s drugim europskim zemljama, Rajna Cuculić prepoznaje dvije osnovne razlike - koncentraciju i udio sadržaja na zahtjev - a u obje kategorije značajno zaostajemo ne samo za zapadom nego i za mnogim zemljama srednje Europe. Dok se naše televizijske mreže poput Nove TV i RTL-a sastoje se od nekoliko kanala, slične mreže već sada u Mađarskoj ili Poljskoj, a pogotovo na tržištima poput Ujedinjenog Kraljevstva ili SAD-a imaju ponekad i stotinu kanala. Širi je i izbor programa, a odnos linearne i televizije na zahtjev na britanskom tržištu doseže omjer 60:40. Što je daleko više nego na hrvatskom tržištu, gdje polovica kućanstava automatski otpada jer nema pristup internetu na televizoru, a mobiteli i laptopi se za gledanje sadržaja koriste znatno rjeđe.

Televizija u Hrvatskoj s vremenom se vrlo malo promijenila.

- Naše je tržište iznimno stabilno u smislu ponude kanala, mogućnosti TV prijema i izbora programa. Osim promjena u vlasničkim strukturama pojedinih TV kuća, najveća promjena koja se dogodila vjerojatno je prelazak infrastrukture na DVB-T2 signal 2020., koji je barem omogućio znatno bolju kvalitetu slike - govori Cuculić. Upravo zbog i dalje velikog postotka onih čija je televizija ovisi o DVB signalu koji se distribuira antenom, internetizacija ima znatno manju ulogu u modernizaciji konzumacije televizije kod nas nego, primjerice, u Sloveniji.

Podizanje letvice

Streaming servisi ipak posredno utječu na televizijski sadržaj, iako Cuculić ističe kako su serije, koje su najčešći streaming format, nastale na klasičnoj televiziji pa je pitanje čiji je utjecaj ovdje došao prvi.

- Ako gledamo samo domaće tržište, sadržaj na streaming servisima definitivno podiže letvicu kvalitete produkcije, ali zbog ogromne razlike između raspoloživih sredstava domaćih televizija i streaming giganta, taj se raskorak u budućnosti može samo povećavati - objašnjava.

Iako su streaming platforme znatno promijenile način na koji doživljavamo televizijski sadržaj, društvene su mreže te koje su ponudile toliko privlačno interaktivno okruženje. Danas više ne postoji medij koji se svojim dosegom i popularnošću može mjeriti s društvenim mrežama.

- Ako govorimo o TV kanalima protiv internetskog videa, da, internetski video, posebno video na zahtjev, uzimat će sve veći dio vremena gledatelja. U Hrvatskoj se, međutim, taj omjer mijenja sporo i tradicionalna se televizija barem još do kraja ovog desetljeća ne treba bojati da će izgubiti na važnosti koju ima danas - zaključuje Rajna Cuculić. □