Univerzitet Union – Nikola Tesla, Fakultet za menadžment -
Studijski program menadžment u medijima, Sremski Karlovci

DOI 10.5937/kultura1235233P
UDK 316.774:654.19]:338.124.4(497.11)"2008/
2012" 004.9:654.19(497.11)

originalni naučni rad

UTICAJ SVETSKE EKONOMSKE KRIZE NA PROCES DIGITALIZACIJE MEDIJA U SRBIJI

Sažetak: *Ovaj rad predstavlja kratak prikaz situacije u industriji domaćeg javnog servisa, sa osvrtom na njegovu prošlost i tendencije daljeg razvoja. Poseban naglasak u radu je na procesu digitalizacije medija u Srbiji. Pokušaćemo da pojasnimo na koji način i pod kojim finansijskim uslovima, javni servis Srbije planira da sprovede proces digitalizacije usled negativnih efekata svetske ekonomske krize. Imajući u vidu nizak životni standard građana, pažnja će u radu biti usmerena na planirane troškove države Srbije (ali i finansijske izdatke njenih građana) u procesu tranzicije digitalnog signala. Srbija će ovaj poduhvat finansirati uz pomoć međunarodnih institucija, dok će Vlada Srbije, usled recesije, biti u mogućnosti da pomogne samo socijalno ugroženom stanovništvu. Digitalizaciju treba posmatrati kao finansijski poduhvat i kao dugoročnu investiciju, koja će unaprediti poslovanje domaćeg medijskog sektora. Proces digitalizacije medija u Evropi je u po-
odmakloj fazi. Srbija, u odnosu na zemlje članice Evropske unije, ali i države u regionu, kasni sa procesom digitalizacije.*

Ključne reči: *svetska ekonomska kriza, javni servis, mediji, finansijska pomoć države, digitalizacija*

Uvod¹

U proteklih nekoliko godina, kolaps američkog finansijskog tržišta negativno je uticao kako na ekonomsko-finansijski tako i na medijski sistem u svetu. Sredinom 2007. godine uočeni su prvi znaci krize na američkom tržištu nekretnina. Svetska finansijska i ekonomska kriza velikom brzinom se proširila na sve delove sveta. Recesija i kolaps, ne samo američkog finansijskog tržišta, već finansijskih tržišta evropskih i vanevropskih zemalja, nastupile su u drugoj polovini 2008. godine sa slomom subprimarnog i drugorazrednog hipotekarnog tržišta² koje je glavni uzročnik nastanka krize³. Kada je kriza eskalirala, brzo se prenela sa finansijskog na realni sektor, a posledice su osetile kako zemlje koje su direktno učestvovala u rizičnim transakcijama, tako i ostale države koje je pogodio odliv kapitala, pad tražnje, smanjenje stranih direktnih investicija i izvoza.

Sa nastupanjem krize, u Srbiji se na prvom mestu povećao nivo nelikvidnosti, zatim je došlo do pada proizvodnje i do smanjenja obima izvoza. U svetu je veliki broj finansijskih institucija (naročito banaka) bankrotirao, približno 24 miliona ljudi u Evropskoj uniji je do danas ostalo bez radnog mesta, prosečna stopa nezaposlenosti je krajem oktobra prošle godine u zemljama članicama EU27 dostigla rekordnih 9,8%. Posledice svega prethodno navedenog su pad životnog standarda i porast stope siromaštva na globalnom nivou.

Svetska ekonomska kriza je pogodila sve segmente industrije, pa ni mediji kao sastavni deo privrednog sistema, nisu ostali imuni u ovoj recesiji. Pre početka krize, industrija oglašavanja na globalnom nivou ostvarivala je prihod od oko 517,5 mlrd. USD. Najveća tržišta oglašavanja bila su: Sjedinjene Američke Države (179,2 mlrd. USD), Japan, (41,0 mlrd. USD), Nemačka (25,8 mlrd. USD), Velika Britanija (25,4 mlrd. USD), Kina (16,1 mlrd. USD), Francuska (13,9 mlrd. USD), Italija (12,5 mlrd. USD), Španija (10,7 mlrd. USD) i Južna Koreja (9,9 mlrd. USD).⁴ Pre-

1 Rad je nastao kao rezultat istraživanja u okviru projekta *Digitalne medijske tehnologije i društveno-obrazovne promene* (Projekat br. III 47020) koji se realizuje uz finansijsku podršku Ministarstva za nauku i tehnološki razvoj Republike Srbije za period 2011-2014.

2 Prosečna vrednost jednog odobrenog hipotekarnog kredita iznosila je oko 130.000 USD.

3 U poslednjih desetak godina ekonomski rast SAD je pokretala potrošnja stanovništva u vidu dostupnih i jeftinih kredita, između ostalog i hipotekarnih. Empirijska istraživanja u SAD-u su utvrdila da potrošnja stanovništva predstavlja najznačajniju komponentu agregatne tražnje u američkoj ekonomiji i kreće se u rasponu od 60% do 65%.

4 Opširnije u studiji *Tržište oglašavanja Srbije*, Institut ekonomskih nauka, Beograd 2009.

ma istraživanju *Open Society Institute (Footprint of Financial Crisis in the Media)*⁵ u zemljama centralne i istočne Evrope u sektoru medija prisutno je smanjenje prihoda od 30% do 60%, pri čemu je najveći pad zabeležen u sferi reklamiranja. U ovakvim uslovima, medijske kuće u ovom regionu Evrope su bile primorane da smanje troškove poslovanja. Prvi na udaru su se našli zaposleni, koji su u poslednje tri godine u velikom broju ostali bez radnih mesta. Pored toga, medijske kuće su smanjile planirani budžet kako za istraživačko, tako i za regionalno i međunarodno izveštavanje. Treba istaći da su negativni efekti svetske ekonomske krize primorali veoma cenjene strane investitore da se povuku sa tržišta centralne i istočne Evrope. Neretko se dešavalo, a i danas se dešava, da je veliki broj lokalnih emitera, ne mogavši da pronađe adekvatan način da se izbori sa recesijom, u ovakvim finansijskim uslovima, bankrotirao.

Uticaj ekonomske krize na privredu Srbije

Kako bismo što bolje sagledali faktore koji utiču na poslovanje medija u Srbiji, u ovom delu rada ćemo više pažnje posvetiti uticaju globalne finansijske krize na domicilni privredni sistem. Srbija, kao zemlja koja prolazi kroz tranzicioni period i pripada grupi zemalja u razvoju, indirektno je osetila domino efekat globalne finansijske krize. Za razliku od razvijenih evropskih privreda, u Srbiji je „rizik gubitka kapitala u finansijskom sektoru minimalan, jer su plasmani u tom sektoru bili nerizični (potrošački krediti, hipotekarni krediti i krediti privredi)“⁶. Negativni efekti finansijske krize bili su praćeni već postojećim makroekonomskim neravnotežama u privredi Srbije (visoki budžetski i spoljnotrgovinski deficit). Prelivanje krize na realni sektor usporilo je privrednu aktivnost Srbije koja se ogleda u:

padu bruto domaćeg proizvoda (BDP);

opadanju industrijske proizvodnje;

padu građevinske aktivnosti;

smanjenju spoljnotrgovinske razmene i prometa u trgovini na malo;

manjem prilivu stranog kapitala i investicionih ulaganja.

5 Footprint of Financial Crisis in the Media, dostupno na veb stranici http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/financial-crisis-media-20091201/aa-overview-20091201.pdf, posećemp 25. XI 2011.

6 Golubović N., Anatomija globalne finansijske krize i implikacije za zemlje centralne i istočne Evrope, *Ekonomika tema* br. 2, Ekonomski fakultet u Nišu, Niš 2009, str. 488.

Podaci za Srbiju pokazuju da je u periodu od 2000. do 2008. godine zabeležen značajan realni rast BDP sa prosečnom stopom rasta od 5,4% na godišnjem nivou. Nivo BDP se povećao za nešto više od 11 milijardi evra, tačnije sa 20,3 milijarde evra u 2005. godini na 29,9 milijardi evra u 2009. godini. Podaci Ministarstva finansija Republike Srbije⁷ i izveštaji Međunarodnog monetarnog fonda (MMF)⁸ ukazuju da je u 2010. godini privredna aktivnost u Srbiji smanjena za 3.1% (u odnosu na 2009. godinu). U naredne tri godine očekuje se blagi oporavak domaće ekonomije. Prema podacima Ministarstva finansija Republike Srbije, u prethodnoj godini zabeležen je blagi rast privredne aktivnosti, a za naredni period se predviđa usporavanje trenda rasta usled ekonomskih turbulencija u Evro zoni.

Gorući problem u domicilnoj ekonomiji je činjenica da je Srbija uvozno zavisna, nedovoljno razvijena, nekonkurentna zemlja koja raspolaže skromnim resursima. Poslednjih pet godina u trgovinskom bilansu, iz godine u godinu, se beleži sve veći deficit robne razmene (sa 4.830 miliona evra u 2005. na 8.152 miliona evra u 2008. godini). Rastući deficit u platnom bilansu za Srbiju je ključni makroekonomski problem koji sa sobom donosi veliki ekonomski rizik. Krajem 2009. godine uočavaju se prvi znaci blagog oporavka na svetskom tržištu, koji u 2010. godini dovode do postepenog rasta privredne aktivnosti u svetu. Ovakvi trendovi imali su pozitivan uticaj na porast obima izvoza tokom 2010. godine u kojoj je stopa rasta dostigla nivo od čak 24%, dok je obim uvoza roba i usluga porastao za 9,7% u odnosu na prethodnu godinu.⁹

Poznato je da je Srbija, imajući u vidu situaciju devedesetih godina prošlog veka, kasnije započela proces reformi u poređenju sa drugim zemljama u tranziciji. Iako je posle 2000. godine investiciona klima u Srbiji poboljšana, naša zemlja je u poređenju sa drugim državama u regionu privukla relativno nizak nivo stranih direktnih investicija (SDI). Činjenica je da SDI, kao je-

7 Ministarstvo finansija Republike Srbije, Revidirani memorandum o budžetu i ekonomskoj i fiskalnoj politici za 2010. godinu sa projekcijama za 2012. i 2013. godinu, decembar 2010, str. 12, dostupno na veb stranici http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/dokumenti/Revidirani%20memorandum%20o%20budžetu%20i%20ekonomskoj%20i%20fiskalnoj%20politici%20za%202011_%20godinu%20sa%20projekcijama%20za%202012_%20i%202013_%20godinu.pdf, posećeno 10. VII 2011.

8 IMF, World Economic Outlook, April 2011, Appendix, dostupno na web stranici <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01/index.htm>, posećeno 18. V 2011.

9 Analiza makroekonomskih i fiskalnih kretanja u 2010. godini, Ministarstvo finansija Republike Srbije, str. 13, dostupno na web stranici http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/dokumenti/Analiza%20makroekonomskih%20i%20fiskalnih%20kretanja%20u%202010_%20godini.pdf, mart 2010, posećeno 10. V 2011.

dan od ključnih faktora ekonomskog razvoja država u procesu tranzicije, utiču na privredni razvoj i njen konstantan i dinamičan rast. Neto priliv SDI u Srbiji u periodu od 2005. do 2010. godine iznosio je 10.675 miliona evra. Najveći nivo SDI u našoj zemlji činile su *brownfield* investicije, odnosno kupovina društvenih i državnih kompanija putem tendera i aukcija. Kao posledica svetske ekonomske krize neto priliv SDI u 2010. godini ostvario je prilično snažan pad (od oko 30%) u odnosu na 2009. godinu, kada je iznosio 1.346 miliona evra. Procene pre novog talasa recesije bile su optimistične i nerealne, jer su se očekivanja zasnivala na prilivu stranih direktnih investicija u iznosu od 2,9 miliona evra.

Možemo da konstatujemo da će Srbija i dalje indirektno biti pod uticajem negativnih efekata finansijske krize, koji će kao i u prethodnom periodu pogađati osnovna privredna kretanja u našoj zemlji. U toku 2011. godine mnoge države Evropske unije su izmenile stavove o vođenju tekuće ekonomije, i ako je suditi po izveštajima eminentnih svetskih institucija (*World Bank*, *EBRD*, *OECD* i *IMF*) novi talas svetske ekonomske krize će, i pored promena u vođenju ekonomije, imati snažan uticaj na privredna kretanja i u tekućoj godini. Mnoge vodeće svetske ekonomije su na početku prethodne godine najavljivale postepen izlazak iz recesije, ne sluteći da su na pomolu ekonomske i političke turbulencije u Evropskoj uniji.

Ekonomska kriza u javnom servisu Srbije

U domicilnom medijskom sektoru, i pre početka svetske finansijske krize, uočavaju se negativni znaci domaće ekonomske krize: problemi sa političkim i socijalnim reformama (koje godinama unazad stagniraju i usporavaju napredak u procesu dostizanja EU standarda na polju medija), ali i veoma usporena ekonomska tranzicija koja traje poslednje dve decenije.

U uslovima recesije u medijskom sektoru Srbije može se uočiti nekoliko problema. Prvi se vezuje za poslovanje javnog servisa Srbije (velike zaostatke građana u plaćanju televizijskih pretplata). Pored toga, zabrinjava činjenica da na pomolu nemamo gotova rešenja za medijske probleme u uslovima recesije, te da se trenutno ne vidi svetlo na kraju tunela. U prilog tome, ekonomski analitičari upozoravaju javnost da će se čak i po završetku finansijske krize i izlasku domicilne ekonomije iz recesije, njeni negativni uticaji i dalje osećati u svim segmentima privrede u Srbiji. Na polju medija to će se najviše reflektovati kroz smanjen obim

prihoda od reklamiranja i pretplata građana, što će u mnogome umanjiti priliv gotovine javnog servisa Srbije.¹⁰

Javni servis Srbije se u skladu sa odredbama člana Zakona o radiodifuziji¹¹ finansira iz pretplate građana¹², tačnije iz finansijskih sredstva prikupljenih od televizijskih pretplata. Pored ovog vida finansiranja, mogući su i drugi oblici prikupljanja prihoda koji su u skladu sa Zakonom o radio-difuziji, sufinansiranje iz budžeta države i komercijalni prihodi.

U 2010. godini, finansijska pomoć države medijskom sektoru Srbije iznosila je oko 21 milion evra, dok je za 2011. godinu planirano izdvajanje u iznosu od 25 miliona evra na nivou¹³:

Republike Srbije oko 5 miliona evra,

Autonomne pokrajine Vojvodine 3,5 miliona evra i

lokalnih samouprava 16,5 miliona evra.

U tekstu medijske studije se ističe da je u 2009. godini efikasnost prikupljanja pretplate pala ispod 50%.¹⁴ Ako je suditi prema finansijskim izveštajima RTS-a i RTV-a, ukupna prikupljena pretplata u 2009. godini u odnosu na 2008. bila je manja za približno 34 miliona evra. Proces prikupljanja pretplate razlikuje se u zavisnosti od regiona Srbije. Posmatrano procentualno, pretplatu najviše plaćaju građani Vojvodine, dok se najniži nivo plaćenih pretplata beleži u južnim regionima Srbije (između 10% i 15%).¹⁵

Situacija u medijskoj sferi je mnogo bolje organizovana u zemljama Evropske unije, bez obzira na negativne efekte svetске ekonomske krize. Primera radi, u Danskoj je visina pretplate definisana od strane Parlamenta i traje 4 godine. Pored toga, pretplatu u Danskoj plaća čak 95% domaćinstava, a radi se na pronalaženju rešenja kako bi se ovaj procenat povećao na 99%.¹⁶

10 General state of the media sector, dostupno na web stranici http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/financial-crisis-media-20091201/serbia-20091201.pdf [datum pristupa: 25.XI 2011]

11 Zakon o radiodifuziji, *Službeni glasnik RS*, br. 42/2002, 97/2004, 76/2005, 79/2005 - dr. zakon, 62/2006, 85/2006 i 86/2006, član 81, str. 37.

12 Prema Zakonu o radio-difuziji, pretplata je povezana sa indeksom rasta cena. Prema pravilu finansijskog izveštavanja, u bilansu uspeha, pretplata građana se svrstava u poslovne prihode.

13 Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, str. 6.

14 Tekst medijske studije na srpskom jeziku, str. 75.

15 Ibid., str. 75.

16 Opširnije u: Tekst medijske studije na srpskom jeziku, str. 34.

Izveštaj o poslovanju RTV-a ukazuje da je u prvoj polovini ove godine ovaj segment javnog servisa poslovao sa gubitkom od oko 54,3 miliona dinara, što je u poređenju sa istim periodom prošle godine porast od 57%. Naplaćena RTV pretplata u prvoj polovini 2011. manja je za 2 p.p. i iznosi 57,88% (dok je u istom periodu prethodne godine naplata iznosila 59,47%).¹⁷ Da je svetska ekonomska kriza uticala na ostvareni nivo prikupljenih pretplata domaćinstava u Vojvodini, pokazuje podatak da je u 2007. godini RTV uspeła da ostvari prihod od pretplata u iznosu od čak 19 miliona evra, dok se u 2009. godini ovaj iznos smanjio na svega 16,3 miliona evra (grafikon 1).

Grafikon 1 Ostvareni prihodi od pretplate građana Srbije (u milionima evra)

Izvor: Tekst medijske studije na srpskom jeziku, str. 76

RTS se nalazi u sličnoj situaciji, jer se kao i RTV suočava sa smanjenjem obima prikupljanja pretplata građana. RTS je u 2008. godini uspeo da naplati naknade od TV pretplate u iznosu od približno 90 miliona evra, dok je u 2009. ovaj iznos skoro prepolovljen (49 miliona evra).¹⁸ Ekonomska kriza je učinila da je pretplata pala na 41%, ukupno gledavši državu Srbiju.¹⁹

Ovakva situacija u javnom servisu Srbije ne čudi ukoliko se u obzir uzme trenutna ekonomska situacija u zemlji i životni standard građana. U prethodnom poglavlju smo više pažnje posvetili ekonomskoj situaciji u Srbiji i naveli da su pad proizvodnje, smanjenje izvoza i stranih direktnih investicija gorući problem za domicilnu ekonomiju. Međutim, pored ovih ekonomskih problema, u Srbiji su prisutni socijalni problemi, visoka stopa nezaposlenosti i sve veći broj siromašnih ljudi.

Nakon demokratskih promena u Srbiji nastupilo je doba privatizacije. Neuspele privatizacije i ekonomske reforme za posled-

17 RTV, Izveštaj o finansijskom poslovanju za period januar-jun 2011, str. 5.

18 Tekst medijske studije na srpskom jeziku, str. 76.

19 RTS, <http://www.rts.rs/page/rts/sr/Posao/story/1670/Javni+poziv/991432/Kandidati+polagali+testove.html>, posećeno 17. XI 2011.

cu su imale postepeno povećanje stope nezaposlenosti na tržištu rada u Srbiji. Umesto ekspanzije zaposlenosti, u privatnom sektoru i u novoprivatizovanim kompanijama, izvršen je proces restrukturiranja radne snage koji je samo fiktivno povećao stopu zaposlenosti. U realnosti u 2006. godini (kada je priliv stranih direktnih investicija dostigao najviši nivo od 3,5 miliona evra) izmerena je rekordno visoka stopa nezaposlenosti od 21%. Najniži zabeležen nivo nezaposlenosti u 2008. godini (13,6%) nije bio posledica otvaranja novih radnih mesta i povećanja nivoa zaposlenosti, već promene načina vođenja evidencije²⁰ od strane nadležnih službi. Od ukupno 7,3 miliona stanovnika u Srbiji (bez Kosova i Metohije) u 2010-oj godini bilo je zaposleno 1.795 hiljada lica, od toga je 75,4% lica bilo zaposleno u preduzećima, ustanovama, zadrugama i organizacijama, dok je 441.000 lica radilo u privatnom preduzetništvu.²¹ Stopa nezaposlenosti iznosila je 20,2% što je za 2,8 p.p. više nego u 2009. godini. Situacija nije optimistična ni u medijskom sektoru. Samo u 2011. godini Ringier, TV Pink i B92 su otpustili ukupno oko 400 ljudi.²² Direktor Radio Televizije Srbije, Aleksandar Tijanić, nedavno je obavestio javnost da se planira otpuštanje oko 800 radnika u RTS-u, ali i da približno 300 do 400 ljudi u RTS-u ne mogu da isprate korak sa vremenom, te da se u budućnosti planira i njihov odlazak sa radnog mesta. Iz tog razloga, RTS je raspisao konkurs za prijem 100 mladih stručnjaka, koji bi trebalo da zamene oko 1.200 radnika?!

Kada govorimo o životnom standardu građana Srbije, ne smemo da zaboravimo da je broj siromašnih u 2010. godini, u odnosu na 2009. porastao sa 6,9% na 9,2%. Drugim rečima, svaki deseti građanin u Srbiji živi ispod linije siromaštva sa mesečnim prihodima oko 8.500 dinara.²³ Imajući u vidu da se danas u Srbiji teško živi, opravdano se postavlja pitanje, da li su građani Srbije, u ovakvim privrednim uslovima, ekonomski spremni za proces digitalizacije medija, ako u obzir uzmemo činjenicu da se prihod od pretplate građana smanjuju poslednjih par godina. Drugo jako važno pitanje je: da li je pravično da pretplata bude ista za sve građane Srbije budući da danas u Srbiji za pet stotina dinara

20 Veliki broj nezaposlenih samo je prividno dobio radno mesto jer je u evidenciji prebačen u kategoriju „pomažući članovi domaćinstva“. Ova pojava najčešća je bila u ruralnim predelima i za cilj je imala značajno povećanje broja „aktivnog stanovništva“ u poljoprivredi.

21 Republički zavod za statistiku, <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite>, posećeno 25. IV 2011.

22 Udruženje novinara Srbije (UNS), <http://www.uns.org.rs>, posećeno 15. XI 2011.

23 Republički zavod za statistiku <http://webzrs.stat.gov.rs/WebSite>, posećeno 25. IV 2011.

neki ljudi rade puno radno vreme (8 sati), a neretko i više sati dnevno?

Domaćinstva koja u ovakvim ekonomskim uslovima imaju mogućnosti da iz svog mesečnog budžeta izdvoje novac za plaćanje pretplate javnog servisa, to ne čine iz više razloga. Na prvom mestu, građani se bune na preveliku minutažu koja se odvaja za reklamiranje određenih usluga i proizvoda kao i na jačinu tona kada počne emitovanje reklama (tada je zvuk glasniji od onog kada se emituje program javnog servisa). Drugo, činjenica je da javni servis Srbije od pretplata građana plaća pravo na emitovanje određenih događaja (najčešće sportskih), koje bi u svakom trenutku mogle da otkupe i privatne televizije u Srbiji, stoga nema lojalne konkurencije. Treće, u proteklih nekoliko godina nema značajnijeg pomaka kada govorimo o raznolikosti i kvalitetu informativnog, obrazovnog, zabavnog kao i sportskog programa. Četvrto, građane Srbije najviše zabrinjava činjenica da se javni servis sve više koristi u političke svrhe, naročito u predizbornim kampanjama.

Proces digitalizacije medija u Srbiji

Izuzetno važan element u procesu prelaska sa analognog na digitalno emitovanje signala predstavlja utvrđen vremenski rok. Faktor koji najviše utiče na vremenske okvire je regionalna konferencija održana u Ženevi (GE-06)²⁴ juna 2006. godine, na kojoj se 118 zemalja članica Međunarodne unije za telekomunikacije (ITU) saglasilo „da uvođenje digitalne radiodifuzije, i prestanak analogne televizije u Evropi²⁵, Africi i delu Azije, treba da bude završeno do 17. 6. 2015. godine”²⁶. Ovim Sporazumom je definisano da nakon utvrđenog roka, države neće morati da štite analogne usluge od susednih zemalja, te da će moći slobodno da koriste frekvencije određene za svaku državu posebno, za svoje digitalne usluge. Uz dogovor o frekvenciji spektra, na konferenciji je odlučeno da se poboljša zaštita analognog prenosa frekvencija (odobreno Štokholmskim dogovorom iz 1961. godine).

Sve države članice Međunarodne unije za telekomunikacije (ITU), u procesu digitalne tranzicije, napravile su Strategije

24 U Evropi, i nekim delovima Azije, GE – 06 zamenjuje postojeći Štokholmski sporazum (ST-61) koji je regulisao korišćenje frekvencija u okolini analognog prenosa.

25 Kosovo, kao zasebna i nezavisna zemlja, nije bilo deo GE-06 plana koji reguliše korišćenje frekvence, jer je tada bilo sastavni deo Srbije. Danas, Kosovo predstavlja jedinu zemlju u regionu koja nije članica ITU-a i koja nema određeni datum za prelazak na digitalni signal. Opširnije: CEE Digital Switchover Outlook 2010, KPMG, str. 7.

26 Tekst medijske studije na srpskom jeziku, str. 52.

za prelazak na digitalno emitovanje. Ovaj dokument se smatra dokumentom višeg nivoa, koji pored pregleda ključnih odluka, strategija i odrednica (prekretnica) pruža i informacije o datumu prelaska sa analognog na digitalno emitovanje, ulozi države (vlade), pokrivenosti usluga, broju već primenjenih multipleksova, zakonodavnim okvirima i standardnom formatu kompresije za digitalnu televiziju. Pored toga, u ovim nacionalnim strategijama postavljene su jasne odrednice koje se tiču tipa tranzicije: da li se radi o postepenom (prekonoćnom, iznenadnom), tipu rasprostranjenom širom zemlje ili tipu raspoređenom po regionima.

U sledećoj tabeli dat je kratak prikaz zemalja centralne i istočne Evrope koje su grupisane po godinama usvajanja nacionalnih Strategija za prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa. Ukoliko pažljivije osmotrimo podatke, možemo da uočimo da su Estonija i Litvanija bile prve države u regionu koje su krenule u proces digitalizacije, dok Srbija, zajedno sa Bosnom i Hercegovinom i Rumunijom spada u grupu zemalja koje su među poslednjima usvojile ove strategije (tek 2009. godine).

Tabela 1 Usvajanje Strategija za prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa u zemljama centralne i istočne Evrope

Godina usvajanja nacionalne strategije	Države regiona centralne i istočne Evrope
2004	Estonija, Litvanija
2005	Malta, Poljska
2006	Letonija, Slovačka, Slovenija
2007	Mađarska
2008	Albanija, Bugarska, Hrvatska, Kupar, Češka, Crna Gora
2009	Bosna i Hercegovina, Rumunija, Srbija

Izvor: CEE Digital Switchover Outlook
2010, KPMG, str.7

Prema izveštaju KPMG²⁷, Evropska komisija otvoreno podržava i ohrabruje članice Međunarodne unije za telekomunikacije (ITU) u procesu tranzicije sa analognog na digitalni prenos signala. Pored toga, čelnici Evropske komisije su u 2010. godini prognozirali da će većina članica do početka 2012. godine izvršiti tranziciju i time doprineti ostvarivanju očekivanih ekonomskih i društvenih beneficija za Evropsku uniju kao celinu. Zemlje centralne i istočne Evrope, iako u zaostatku u odnosu na većinu članica Evropske unije, ulažu veliki trud i prihvataju postojeće zahtevane planove i vremenske rokove.

27 CEE Digital Switchover Outlook 2010, 2010.

Proces digitalizacije medija u Evropi je u poodmakloj fazi, pri čemu su neke zemlje Evropske unije već okončale u potpunosti proces digitalizovanja. Države članice Evropske unije su počele sa isključivanjem analognih televizijskih frekvenci i prelaskom na digitalnu televiziju već krajem XX veka. Digitalizacija je zakucala na vrata Evrope davne 1998. godine kada je u Velikoj Britaniji²⁸ počelo emitovanje digitalne televizije. Kada je u pitanju proces digitalizacije medija i osiguranje kako održivosti tako i razvoja javnog servisa, Srbija zaostaje za Evropom, ali i za zemljama u regionu. Na osnovu podataka iz tabele 2 zaključujemo da je Srbija u poređenju sa zemljama u regionu zakasnila sa procesom digitalizacije. Ukoliko pažljivije osmotrimo podatke, možemo da uočimo da je pored Rumunije, Srbija najkasnije počela sa probnim emitovanjem digitalne televizije. Na drugoj strani, Slovenija i Hrvatska su bili pioniri po pitanju digitalnog prenosa signala u ovom regionu Evrope.

Tabela 2. Početak digitalne televizije u zemljama centralne i istočne Evrope

Država	Početak probnog emitovanja digitalne televizije	Isključenje analogne televizije
Srbija	2005	2012-2015
Hrvatska	2002	2011
Slovenija	2000	2012
Makedonija	2004	-
Rumunija	2005	2012
Crna Gora	-	2012
Bugarska	-	2012
Mađarska	2008	2011

Izvor: Guzina B., Srbija na dobrom putu – digitalizacija radija i televizije, str.2

Kada je reč o potpunom isključenju analognog signala i prelasku na digitalni prenos, Hrvatska i Slovenija već su prešle na digitalno emitovanje televizijskog programa, a Mađarska je u završnoj fazi. U drugim zemljama (sa izuzetkom Srbije u kojoj je rok fleksibilniji) prekid analognog emitovanja se očekuje do kraja 2012. godine. Usled negativnih efekata svetske ekonomske krize i nastupanja recesije, većina zemalja centralne i istočne Evrope se odlučila da proces prelaska sa analognog na digitalno emitovanje signala odloži na neko vreme. Tako u Bosni i Hercegovini trenutno ne postoje ekonomski uslovi da ceo proces digitalizacije bude završen na vreme, dok Crna Gora, koja je prema utvrđenim planovima do kraja 2012. godine trebalo da prestane sa analognim emitovanjem, za sada kasni sa realizacijom akcionog plana. Srbija je u sličnoj situaciji.

²⁸ Guzina B., Srbija na dobrom putu – digitalizacija radija i televizije, str.1, dostupno na web stranici: <http://www.audiohard.com/hifitcafe/dokumentacija/Digitalizacija-za-Hi-Fi-caffe.pdf>.

Na sednici Vlade Republike Srbije, održanoj 2. 7. 2009. godine, usvojena je nacionalna Strategija za prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa. Ovim dokumentom Srbija se obavezala da će sprovesti digitalnu tranziciju do aprila 2012. godine. Međutim, u oktobru 2011. godine, državna sekretarka za Digitalnu agendu, Jasna Matić, izjavila je da postoji mogućnost da se završetak digitalizacije televizijskog signala u Srbiji odloži zbog predstojećih izbora. Pored toga, istakla je da bi probni digitalni televizijski signal trebalo da pokriva oko 40% gledališta u Srbiji, ali i da će se proces digitalizacije završiti nešto kasnije (u javnosti se pominje da bi taj rok mogao da se pomeri i za početak 2013. godine) u odnosu na prvobitno predviđen datum, 4. april 2012. godine.

Finansijska podrška digitalizaciji u Srbiji

Prelazak sa analognog na digitalni sistem predstavlja veliki problem u radiodifuznom lancu (od program provajdera do krajnjih korisnika) posebno onima koji nisu spremni za digitalnu eru. Najveća briga potrošača je dostupnost odgovarajućih risi-ving uređaja: prilagodljivi televizijski prijemnik (STB)²⁹ ili integrisani TV setovi. Digitalizacija može biti veoma skupa za radiodifuziju kao i za ostale igrače na tržištu, čije kratkoročne investicije su vraćene samo na dugi rok. Treba napomenuti da proces prelaska sa analognog na digitalni prenos, odnosno potpuno isključenje analognog prenosa, nije jednostavno kako zbog tehničkih aspekata tako i zbog pravne i zakonske regulative. Pored toga, veliki problem može da se javi ukoliko građani nisu adekvatno pripremljeni da prime digitalni signal preko TV. Ukoliko se to desi, jedan broj gledalaca može da izgubi pristup televizijskom programu.

Postavlja se pitanje kako će Srbija u uslovima svetske ekonomske i finansijske krize finansirati ovaj poduhvat. Rešenje ovog problema možemo pronaći u Strategiji za prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa, u kojoj se navodi da će potrebna sredstva za uvođenje digitalnog emitovanja radio i televizijskog programa biti planirana u okviru budžeta kojim raspolaže resorno ministarstvo (u trenutku pisanja ove Strategije to je bilo Ministarstvo za telekomunikacije i informaciono društvo). Jako je važno istaći da se Srbija sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju Evropskoj uniji obavezala da će početkom januara 2012. godine obustaviti praksu direktnog budžetskog finansiranja medija.

29 STP (Set top box) je prilagodljivi televizijski prijemnik koji se priključuje na antenski ulaz analognog TV prijemnika i tako omogućava prijem digitalnog signala.

U Strategiji se navodi da će potrebna oprema za Emisionu tehniku (predajnici i distribucione mreže) u vrednosti od 75 miliona evra biti nabavljena tako što će se Republika Srbija zadužiti pod određenim uslovima³⁰ kod međunarodnih finansijskih institucija. Prema podacima koji se navode u Strategiji, nabavka potrebne opreme za proces digitalizacije medija u Srbiji trebalo bi da bude završena zaključno sa 2011. godinom. Prema proceni Ministarstva za telekomunikacije iz 2010. godine, Srbiju će digitalizacija medija koštati do 70 miliona evra, dok veliku i stabilnu ekonomiju kakva je Velika Britanija, kompletan prelazak na digitalni prenos signala koštaće između 1,1 i 2,2 milijarde funti.

Do sada je u proces digitalizacije uloženo oko 22 miliona evra: bespovratna pomoć Evropske komisije (putem IPA fondova) u iznosu od 12,5 miliona evra i oko 9 miliona evra ulaganja od strane bivšeg Ministarstva za telekomunikacije i informaciono društvo. Pored toga, Evropska unija je u procesu digitalizacije dodelila Srbiji opremu u vrednosti od 10 miliona evra.

Svako domaćinstvo u Srbiji, da bi moglo da „hvata” digitalni signal, mora da poseduje prilagodljivi televizijski prijemnik - STB. Cena STB-a vremenom je opadala sve do trenutka kada se zaustavila na 25 evra. U Vladi Srbije se špekuliše da cena dekodera neće prelaziti 20 evra. Međutim, stručnjaci iz ove oblasti navode da je problem u tome što ovi uređaji neće moći da se koriste za drugu generaciju digitalne televizije, za koju se Srbija opredelila. Vodeći kablovski distributeri već su izašli sa ponudom za ove uređaje. Cena priključka, u zavisnosti od paketa za koji se korisnici opredele, kreće se u rasponu od 1.000 do 6.000 dinara, dok se procenjuje da će cena usluge biti od 200 do 600 dinara mesečno.

U većini zemalja Evropske unije, ali i u regionu centralne i istočne Evrope, kupovina prilagodljivog televizijskog prijemnika je obično subvencionisana od strane države (vlade). Na taj način je korisnicima omogućeno da kupe risivere po nižoj ceni.

U razvijenim zemljama poput Sjedinjenih Američkih Država i Velike Britanije, koje su krajem XX veka počele sa masovnim emitovanjem digitalne televizije, u procesu prelaska sa analognog na digitalno emitovanje, prisutna je finansijska pomoć države (najčešće putem socijalnih davanja). Primera radi, u Sjedinjenim Američkim Državama svako domaćinstvo je dobilo po dva kupona kojim je moglo da podigne dva STB-a, u Velikoj

³⁰ U Strategiji nisu navedeni uslovi pod kojima će se država zadužiti kod međunarodnih finansijskih institucija.

Britaniji odvojeno preko 700 miliona evra u ove svrhe³¹ (pokriivenost 7 miliona domaćinstava), u Nemačkoj je podeljeno otpri-like 6.000 prijemnika porodicama sa niskim primanjem, koje nisu imale mogućnost da kupe jedan risiver, dok je Italija alocirala 110 miliona evra iz budžeta u ove svrhe.

U regionu centralne i istočne Evrope, države su odlučile da građanima u procesu tranzicije pruže određenu finansijsku pomoć. Tako je u Hrvatskoj svakom TV pretplatniku dostupan vaučer u vrednosti od 10 evra za kupovinu digitalnog risivera. U Crnoj Gori je planirana subvencija vlade prema kojoj će građani moći da priušte kupovinu prilagodljivog televizijskog prijemnika plaćajući samo 30% njegove tržišne cene). U Rumuniji i Bosni i Hercegovini još uvek nije definisana pomoć države. U Sloveniji će finansijska pomoć biti pružena samo siromašnim domaćinstvima, dok se u Estoniji digitalna pretplata građanima nudi u paketu zajedno sa STB-om, pri čemu STB sam po sebi ne mora da bude kupljen, već može da se pozajmi uz minimalnu novčanu naknadu ili se pak može dobiti besplatno.³²

Prema nacionalnoj Strategiji za prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa navodi se da će se, zbog trenutne ekonomske i finansijske situacije u Srbiji, subvencionisati pretplatničke baze i to na sledeći način:

nadoknadiće se deo troškova nabavke po jednog STB uređaja po domaćinstvu, za sve korisnike čije praćenje televizijskog programa zavisi isključivo od zemaljskog prijema, i to u iznosu do 25 evra
($\sim 25 \times 1.500.000 = 37.500.000$ evra);

nadoknadiće se deo troškova nabavke po jednog STB uređaja po domaćinstvu za sve korisnike koji plaćaju pretplatu, a u visini do 25 evra
($\sim 25 \times 1.600.000 = 40.000.000$ evra);

nadoknadiće se deo troškova nabavke STB uređaja za kategorije socijalno ugroženih lica ($\sim 50 \times 300.000 = 15.000.000$ evra). Dinamika trošenja ovih sredstava obuhvata četiri kvartala 2011. godine (iznos 12.000.000 evra) i prvi kvartal 2012. godine (3.000.000 evra).³³

31 Opširnije Guzina B., Srbija na dobrom putu - digitalizacija radija i televizije, dostupno na web stranici: <http://www.audiohard.com/hififcafe/dokumentacija/Digitalizacija-za-Hi-Fi-caffe.pdf>, str. 2

32 Opširnije: CEE Digital Switchover Outlook 2010, 2010.

33 Strategija za prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa, str. 27.

Za razliku od Strategije u kojoj je navedeno da će svako domaćinstvo dobiti po jedan STB uređaj kako bi nesmetano moglo da prati prenos digitalnog signala, usled negativnih efekata svet-ske finansijske krize i loše ekonomske i privredne situacije u zemlji, odlučeno je da će država pripremiti pomoć za 300.000 socijalno najugroženijih porodica i tako im omogućiti kupovinu dekodera.

U javnosti Srbije javile su se dve struje, jedna koja podržava proces digitalizacije i druga koja smatra da u ovim ekonomskim uslovima nije opravdano vršiti ovako velike i finansijski zahtevne poduhvate. Druga struja propagira stav da će čak i sa dolaskom digitalne ere, Srbija koristiti uglavnom zastarelu tehniku opremu i softver koji je neprikladan i često legalno sumnjiv. Dalje, smatraju da je digitalizacija nešto što nam samo stvara problem i trošak, jer pored STB uređaja koji obezbeđuje nesmetano praćenje digitalnog prenosa, građani Srbije će morati iz svog džepa da pokriju i druge troškove, na prvom mestu veći utrošak električne energije zbog korišćenja dodatne elektronske opreme (radi konvertovanja televizora i radio prijemnika). Međutim, iako su trenutna ekonomska situacija kao i životni standard građana u Srbiji na niskom nivou, trebalo bi da navedemo da digitalna televizija donosi mnoge tehničke inovacije i pruža određene pogodnosti gledaocima, ali i radio-televizijskoj industriji. U poređenju sa analognim prenosom signala, digitalna televizija donosi brojne prednosti:³⁴

potencijal za bolju sliku (uključujući i televiziju visoke rezolucije) i kvalitet zvuka,

niži troškovi prenosa ili sposobnosti prenosa većeg broja kanala ili usluga,

bolja efikasnosti korišćenja spektra,

auditorijum ima u ponudi širi sadržaj preko raznih platformi prenosa,

slobodu izbora pojedinačnih usluga u obliku koji mu odgovara.

Ne smemo da zaboravimo činjenicu da će nam digitalna tehnologija doneti mogućnost „da se u jedan TV kanal, u kome se u analognoj televiziji emituje jedan program, smesti 4 do 6 digi-

34 Milošević M. i Petrović T., *The Late Beginning of Digital Television In Serbia, In Public Service Television in the Digital Age: Strategies and Opportunities in Six South-East European Countries* (forthcoming), Mediacentar, Sarajevo 2008, str. 2.

talnih TV programa (sa manjim stepenom kompresije signala), odnosno 10 programa (ako se primeni veća kompresija)³⁵.

Ovih dana se u medijima mogu čuti obećanja čelnih ljudi da će troškovi građana biti minimalni (neki će u potpunosti biti lišeni), dok država, radio i televizijske stanice (koliko god se našle u problemu zbog trenutnih troškova digitalizacije), ovaj finansijski poduhvat treba da posmatraju kao dugoročnu investiciju koja će im u mnogome unaprediti poslovanje.

Zaključak

Srbija je indirektno osetila domino efekat svetske finansijske krize, koja je samo bila produžetak (nastavak) već postojeće domaće ekonomske krize. U uslovima recesije, nacionalna ekonomija se nalazi u škripcu: smanjuje se bruto domaći proizvod što implicira pad životnog standarda građana i povećanje stope nezaposlenosti. U ovakvim ekonomskim uslovima, nijedan segment privrede u Srbiji nije ostao imun na negativne efekte krize.

Imajući u vidu da se danas u Srbiji teško živi, opravdano se postavlja pitanje, da li su građani Srbije, u ovakvim privrednim uslovima, ekonomski spremni za proces digitalizacije medija, budući da se prihodi od pretplate građana smanjuju iz godine u godinu. Ekonomska situacija u zemlji je dovela do toga da je pretplata građana u 2010. godini pala na svega 41%. RTS je u 2008. godini uspeo da naplati naknade od TV pretplate u iznosu od oko 90 miliona evra, dok je u 2009. ovaj iznos prepolovljen na 49 miliona evra. Prema podacima iz najnovijeg izveštaja o poslovanju, RTV je u prvoj polovini ove godine poslovala sa gubitkom od oko 54,3 miliona dinara, što u poređenju sa istim periodom prošle godine predstavlja porast od 57%.

Kada je reč o procesu digitalizacije, Srbija zaostaje za Evropom, ali i za zemljama u regionu. Ako je suditi prema nacionalnoj Strategiji za prelazak sa analognog na digitalno emitovanje radio i televizijskog programa, Srbija bi do aprila 2012. godine trebalo da izvrši tranziciju digitalnog signala, dok su neke zemlje u regionu (primer su Slovenija i Hrvatska) pri kraju sa tranzicijom digitalnog signala. Ovih dana se u domaćim medijima špekuliše da će proces digitalizacije u Srbiji, zbog predstojećih izbora i ekonomske nestabilnosti u zemlji, biti odložen za 2013. godinu.

35 Guzina B., Srbija na dobrom putu - digitalizacija radija i televizije, <http://www.audiohard.com/hificalfe/dokumentacija/Digitalizacija-za-Hi-Fi-caffe.pdf>

Posmatrajući konstantne probleme sa kojima se elektronski mediji u Srbiji svakodnevno suočavaju, teško je prognozirati perspektive daljeg razvoja. Činjenično stanje je da budućnost javnih servisa u velikoj meri zavisi od javnih politika pomoću kojih će se podržavati dalji razvoj digitalizacije u zemlji. Nažalost nema mnogo razloga da se nadamo da će tekuća godina biti bolja od prethodne godine što se tiče ekonomije i medija. Onim medijskim organizacijama koje opstanu u uslovima krize trebaće dosta godina kako bi se oporavile. Ipak, digitalizaciju treba posmatrati kao finansijski poduhvat, kao dugoročnu investiciju koja će u mnogome unaprediti poslovanje domaćeg medijskog sektora.

LITERATURA:

Analiza makroekonomskih i fiskalnih kretanja u 2010. godini, Ministarstvo finansija Republike Srbije, 2010, http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/dokumenti/Analiza%20makroekonomskih%20i%20fiskalnih%20kretanja%20u%202010_%20godini.pdf

Footprint of Financial Crisis in the Media, http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/financial-crisis-media-20091201/aa-overview-20091201.pdf

Drašković V. i Jovanović R., Savremena globalna finansijska kriza i mediji, Medijski dijalozi No. 2, str. 33-46, <http://med-dij.com/033-46%20Medijski%20dijalozi%20-VDraskovic%20i%20RJovovic.pdf>

Golubović N., Anatomija globalne finansijske krize i implikacije za zemlje centralne i istočne Evrope, *Ekonomika tema* br. 2, Ekonomski fakultet u Nišu, Niš 2009.

Grubišić Z. i Paunović M., Uticaj makroekonomskih i socijalnih faktora na razvoj bankarskog sektora zemalja centralne i istočne Evrope u uslovima recesije, *Finansije* No. 1-6/2011, str. 200-218, <http://www.mfin.gov.rs/pages/issue.php?id=1476>

Guzina B., Srbija na dobrom putu-digitalizacija radija i televizije, dostupno na veb stranici: <http://www.audiohard.com/hificafe/dokumentacija/Digitalizacija-za-Hi-Fi-caffe.pdf>

IMF, World Economic Outlook, April 2011, Appendix, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/01/index.htm>

KPMG, CEE Digital Switchover Outlook 2010, <http://www.kpmg.com/CEE/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/CEE%20Digital%20Switchover%20Outlook%202010%20-%20May%202010.pdf>

Milošević M. i Petrović T., The Late Beginning of Digital Television in Serbia, In Public Service Television in the Digital Age: Strategies and Opportunities in Six South-East European Countries (forthcoming), Mediacentar, Sarajevo 2008, http://www2.cji.ro/userfiles/file/PBS_SEENPM/Serbia_chapter_Milosevic-Petrovic.pdf

Ministarstvo finansija Republike Srbije, Revidirani memorandum o budžetu i ekonomskoj i fiskalnoj politici za 2010. godinu sa projekcijama za 2012. i 2013. godinu, 2010, http://www.mfin.gov.rs/UserFiles/File/dokumenti/Revidirani%20memorandum%20o%20budzetu%20i%20ekonomskoj%20i%20fiskalnoj%20politici%20za%202011_%20godinu%20sa%20projekcijama%20za%202012_%20i%202013_%20godinu.pdf

Izveštaj o finansijskom poslovanju za period januar-jun 2011, RTV, 2011.

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, 2011.

Tekst medijske studije na srpskom jeziku, 2010, <http://www.uns.org.rs/Storage/Documents/2010/Tekst%20medije/Tekst%20medijske%20studije%20na%20srpskom%20jeziku.doc>

Tržište oglašavanja Srbije, Institut ekonomskih nauka, Beograd 2009.

Zakon o radiodifuziji, *Službeni glasnik RS* br. 42/2002, 97/2004, 76/2005, 79/2005 - dr. zakon, 62/2006, 85/2006 i 86/2006.

Republički zavod za statistiku, <http://webrzs.stat.gov.rs>

Udruženje novinara Srbije (UNS), <http://www.uns.org.rs>

Maja Paunović, Ljiljana Lj. Bulatović and Danijel Kadarjan
University *Union-Nikola Tesla*, Faculty for Management, Sremski Karlovci

IMPACT OF WORLD ECONOMIC CRISIS ON THE MEDIA DIGITALIZATION IN SERBIA

Abstract

This paper presents a brief overview of the situation with the domestic public service broadcasting, with reference to its past and future development trends. In this paper, a special emphasis is given to the process of media digitalization in Serbia. Due to the negative effects of the global economic crisis, we will try to clarify how and under what financial conditions, the Serbian public service broadcasting sector plans to carry out the digitization process. Having in mind the low standard of living in Serbia, the paper will be focused on the expenditures of the Republic of Serbia (as well as the financial cost to citizens) in the transition to digital signal. The digitalization process in Serbia will be financed by international financial institutions, while the national government will provide financial help only to the socially underprivileged population. Digitalization should be concerned as a long term investment that will improve operations of the domestic media sector. In Europe, the digitalization process is far ahead (in a more advanced stage). In comparison to EU and CEE countries, the digitalization process in Serbia is in delay.

Key words: *world economic crisis, media, public service broadcasting, government financial help, digitalization*