

Viša elektrotehnička škola

# **PRISUSTVO MEDIJA NA INTERNETU**

**Predstavljanje televizije na Internetu**

**Diplomski rad**

**Gaković Ana**  
**anaga@sbb.co.yu**

**Beograd, 2005.**

Kandidat: **Gaković Ana**

Broj indeksa: **25/02**

Smer: **Elektronsko poslovanje**

Tema: **PRISUSTVO MEDIJA NA INTERNETU**

Osnovni zadaci:

- 1. Proučiti postupke kvantifikacije i kvalifikacije poslovno delotvornih sadržaja**
- 2. Ustanoviti komparativnu analizu 20 najznačajnijih medija u Srbiji sa gledišta njihovog prisustva na Internetu**

Hardver: 0%

Softver: 0%

Teorija: 100%

Beograd,  
29. 06. 2005.

Mentor:

---

Dr Dejan Tošić

## **Sažetak**

U sve većoj potražnji za informacijama, Internet se nameće kao brz, pouzdan, siguran i jeftin način razmene informacija. Televizija, radio i štampa se sve više oslanjaju na Internet kao pomoćno sredstvo dok sam Internet sve češće postaje osnovni izvor informisanja. Postoji težnja ka integraciji medija a Internet će biti osnova toga.

Za razliku od svetskih trendova, na domaćem tržištu Internet služi TV kućama samo kao mogućnost da pokažu svoje postojanje. Iako nije potrebno preveliko ulaganje, domaće TV kuće ostaju gluve na razvoj Interneta kao medija što dovodi do informatičkog stagniranja.

## Sadržaj

<b>1. UVOD</b> .....	3
<b>2. MEDIJI</b> .....	4
2.1 Novine .....	5
2.2 Radio .....	7
2.3 Televizija .....	8
2.4 Internet .....	9
<b>3. TELEVIZIJA</b> .....	10
3.1 Hronologija televizije .....	10
3.2 Televizijski formati i budući razvoj .....	12
3.3 Uticaj televizije .....	13
3.4 Klasifikacija TV kuća .....	13
<b>4. INTERNET</b> .....	15
4.1 Hronologija Interneta .....	15
4.2 Internet servisi .....	16
4.3 Internet tehnologije i jezici .....	17
4.4 Snaga Interneta .....	18
4.5 Sigurnost i E-commerce .....	19
4.6 Etika i socijalni aspekt .....	20
<b>5. ANALIZA TV KUĆA NA INTERNETU</b> .....	21
5.1 Evaluacija nastupa TV kuće na Internetu .....	22
5.2 Apolo .....	22
5.3 Art TV .....	23
5.4 B92 .....	23
5.5 Banat .....	24
5.6 BK Televizija .....	25
5.7 Galaksija 32 .....	26
5.8 Happy TV .....	26
5.9 K-54 .....	26
5.10 Kanal D .....	27
5.11 Košava .....	27
5.12 Kragujevac .....	27
5.13 Nišava .....	28
5.14 Pink .....	28
5.15 Politika .....	29
5.16 Prima .....	30
5.17 Radio televizija Srbije .....	30
5.18 SOS Kanal .....	31
5.19 Subotica .....	31
5.20 TV 5 .....	32
5.21 Zaječar .....	32
<b>6. TABELARNI PRIKAZ</b> .....	33
6.1 Tabela prikaz sadržaja .....	33
6.2 Tabela prikaz tehnologija izrade .....	34
6.3 Tabela prikaz elemenata Internet prezentacija .....	35

<b>7. ZAKLJUČAK</b> .....	37
<b>8. LITERATURA</b> .....	38
<i>Dodatak 1.</i> – Spisak TV stanica u Srbiji	39
<i>Dodatak 2.</i> – Spisak Internet prezentacija TV stanica u Srbiji	45
<i>Dodatak 3.</i> – Upitnik Republičke radio difuzne agencije	46

## 1. UVOD

Značaj tačne, blagovremene i pouzdane informacije je od davnina poznat. Od samog nastanka civilizacije potreba za pravom informacijom u pravo vreme se pokazivala kao nasušna potreba. Informacije koje su u početku prenošene usmeno su putovale veoma sporo i pokazivale se kao dosta nepouzdana. Bilo je potrebno ubrzati i omasoviti način pružanja informacija. Razvojem procesa štampe informacije su postale dostupnije većem broju ljudi i mogle su se arhivirati. Pojavom telegrafa, telefona, radija i televizije došlo je do prave eksplozije informacija, kako potrebnih, tako i nepotrebnih.

Naravno, i sa ubrzanim protokom informacija i njihovom dostupnošću širim masama došlo je i do masovnijih zloupotreba pri njihovom korišćenju. Međutim to su pitanja etike i morala, ali se time neću baviti jer ta tema prevazilazi okvire ovog rada.

U ovom radu ću se baviti istraživanjima na temu televizije na Internetu, pokušaću da obuhvatim i analiziram određen broj televizijskih kuća u cilju dobijanja kompletnije slike u sadašnjem vremenu.

U poglavlju 2. ću dati kratku definiciju medija sa osvrtom na razvoj medija u celini. Takođe ću ukratko analizirati najzastupljenije medije danas – novine, radio, televizija i Internet.

U poglavlju 3. ću akcenat staviti samo na televiziju kao medij prvo kroz opis razvoja televizijske tehnike tokom vremena. Zatim ću analizirati uticaj televizije sa socijalnog, edukativnog i informativnog aspekta na pojedinca i društvo. Na kraju ću pokušati da prikažem moguće pravce razvoja televizije u budućnosti.

Poglavlje 4. će biti posvećeno detaljnijem opisu razvoja Interneta počevši od samog nastanka računara. Opisaću značaj i snagu globalne mreže koju danas Internet ima. Takođe ću analizirati uticaj Interneta sa socijalnog, edukativnog i informativnog aspekta na pojedinca i društvo, kao i moguće pravce razvoja Interneta u budućnosti.

Poglavlje 5. će predstavljati glavni deo rada u kojem ću se baviti analizom izabranih Internet prezentacija domaćih TV stanica. Prvo ću klasifikovati TV stanice prema različitim kriterijumima, a zatim odabrati izvestan broj Internet prezentacija. Prvenstvo želim da utvrdim traženi odgovor svake prezentacije, nakon čega ću vršiti analizu prema sadržaju sajta, dizajnu, komercijalnom aspektu, pruženim korisničkim uslugama, tehnici izrade i drugim aspektima koje te prezentacije imaju.

U poglavlju 6. ću tabelarno prikazati rezultate analize koje sam uradila u poglavlju 5. Na osnovu njih će lako moći da se izvrši poređenje izabranih Internet prezentacija prema kriterijumima koje smo ranije zadali.

Na kraju, u poglavlju 7. ću dati svoj rezime.

## 2. MEDIJI

*Prvo se naoružajte činjenicama, a zatim ih iskrivljajte kako hoćete.*

*Mark Tven*

Informacija je sveukupnost podataka o svim mogućim objektima, pojavama ili procesima. Predstavlja se u obliku crteža, teksta, zvučnih i svetlosnih signala, energetskih i nervnih impulsa itd. Po kriterijumu nastanka informacije se dele na elementarne (odražavaju procese i pojave mrtve prirode), biološke (odražavaju procese u životinjskom i biljnom svetu) i socijalne (odražavaju procese u ljudskom društvu). Informacije koje stvara i koristi čovek dele se na masovne (društveno-političke, naučno-popularne itd.), specijalne (naučne, tehničke, ekonomske itd.) i lične. [Izvor: *Enciklopedija Matematika-Fizika*]

Informacija (lat.), obaveštenje. U kibernetici označava podatak ili skup podataka na osnovu kojih se upravlja nekom pojavom ili nekim procesom; jedan od osnovnih pojmova kibernetike. [Izvor: *Mala enciklopedija Prosveta*]

Informacija je nešto što smanjuje neizvesnost. [Izvor: *Direktor jedne ugledne firme kod nas i u inostranstvu*]

„Informacija je resurs današnjice i budućnosti, ali ona nije poput materije ili energije. Upotrebom se ne troši, raspodelom se ne smanjuje. Ako nešto znam mogu naučiti druge, a da sam ništa pri tome ne gubim. Primenujući to što sam saznao, ne samo da ne gubim korišćeno znanje, već ga oplemenjujem praksom.“ [Izvor: *P. Drucker*]

Kao što jedinstvena definicija za informaciju ne postoji, takođe se ne može napraviti ni jedinstvena definicija pojma medija kao sredstva za plasiranje tih informacija. I ovde se nalazimo pred celokupnim rečnikom izraza, koji je neprestano bio obogaćivan tokom nekoliko poslednjih decenija. Izrazima za pojam medija su ponekad označavani i celoviti koncepti, vrlo udaljeni jedni od drugih. Od latinskog *medium*, („sredina“, „centar“), *medium diei* („sredina dana“), pa preko značenja „posrednika“ ili „medijatora“, dolazimo do ponovnog otkrića termina od strane Anglosaksonaca, koji su uveli pojam „masmedija“ kao sredstava za komunikaciju masa.

U opisu medija danas se takođe oslanjamo i na medijske institucije (France 3, Europe 1, itd.), na vrste medija (dnevne novine, časopisi, itd.), ili na medijske tehnike (faks mašina, radio, itd.). Sve definicije, u svojoj raznolikosti, ipak generalno ističu krajnji cilj medija, koji podrazumeva komunikaciju i prenos informacija. Tako Fransis Bal definiše medije „kao tehničku opremu koja omogućava ljudima komunikaciju i prenos misli, bilo kakvi da su njihova forma i njihov krajnji cilj“. Da bi se ukazalo na raznovrsnost medija, posebno zbog korisnika, često se razlikuju autonomni mediji, koji ne traže nikakvo spajanje sa nekom posebnom mrežom (knjige, novine, ploče...), difuzni mediji, koji funkcionišu uz pomoć određenih talasnih frekvencija ili kablova (televizija, radio...), i komunikacijski mediji, koji omogućavaju uspostavljanje interaktivnosti, čiji je prvi simbol bio telefon, da bi danas tu ulogu preuzele telematske mreže i komunikacioni video. Danas se mediji obraćaju sve zahtevnijoj publici.

Od mnogih medija koji su tokom istorije postojali i na bolji ili lošiji, sporiji ili brži, pouzdaniji ili ne pouzdaniji način vršili prenos informacija, u sadašnje vreme su se nametnuli kao moderni vidovi prenosa informacija i postali najzastupljeniji – novine, radio, televizija i Internet.

## 2.1 Novine

*Were it left to me to decide whether we should have a government without newspapers, or newspapers without a government, I should not hesitate a moment to prefer the latter.*

*Thomas Jefferson (1787)*

Novine, publikacija koja se izdaje u određenim vremenskim periodima i koja nosi vesti o širokom spektru trenutnih dešavanja. Organizacije, kao na primer sindikati, religijske grupe, korporacije ili klubovi mogu publikovati svoje novine, ali termin „novine“ se mnogo više koristi da označi dnevne ili nedeljne publikacije koje donose novosti opšteg značaja širokom krugu ljudi u određenom geografskom području.

Ljudi su razmenjivali informacije još mnogo pre nego što su otkrili pismo. Usmeno su razmenjivali vesti na raskršćima, pored logorskih vatri ili na tržnicama. Glasnici su trčali sa bojnih polja da donesu vesti o poredama ili porazima. Glasnici su u selima objavljivali vesti o rođenjima, smrti, venčanjima i razvodima. Priče o tragičnim događajima su se širile „kao požar“ kroz nepismeno društvo.

Dolaskom pisma i pismenosti izveštaji su dobili na značaju i u naprednim društvima kao što su Rim i Kina postale su više formalne. Rim je posedovao sofisticiran sistem za distribuciju pisanih vesti baziran na „aktima“ – rukom pisanim dnevnim stranama, koje je izdavala Rimska vlada od 59. godine p. n. e. do otprilike 222. godine n. e. U njima su pretežno objavljivane vesti o političkim dešavanjima, suđenjima, skandalima, vojnim podvizima i egzekucijama. Takođe i Kina je imala novine koje je izdavala vlada, zvane „tipao“. One su izdavane tokom dinastije Han (202. p. n. e. do 221. n. e.) i bile čak štampane tokom dinastije T'ang (618. do 906.).

Godine 1450. kada je Johann Gutenberg izumeo štamparsku mašinu, proces štampe je počeo sve masovnije da se koristi za širenje vesti. Jedna od prvih štampanih stvari koja bi se mogla okarakterisati kao novina je bio Italijanski najava o turniru, štampana oko 1470. Pismo Christopher Columbus-a koje je izveštavalo o njegovim otkrićima je bilo napisano i distribuirano u Barseloni pre njegovog povratka 1493. godine. U šesnaestom i sedamnaestom veku hiljade štampanih knjiga, pamfleta, najava o događanjima su uglavnom štampana jednostrano. Bez obzira, ove publikacije se ne mogu okvalifikovati kao novine jer su se pojavljivale samo jednom da bi opisale samo jedan događaj i nisu imale svoj identitet van tih događaja o kojima su govorile.

Prve dnevne novine su nastale u Evropi. One su imale malo zajedničkih stvari sa Rimskim aktima (od kojih nijedan primerak nije sačuvan) ili sa ranim pokušajima širenja vesti u Kini. Najstarija preteča modernih novina su rukom pisani novinski letci koji su često korišćeni u Veneciji tokom 16. veka. Venecija, kao grad koji je imao veliku ulogu razvoju novina, bio je centar trgovine pa samim tim i razmene informacija. Ovi Venecijanski novinski letci, poznati kao „avisi“ ili „gazette“ su izveštavale o ratovima i političkim dešavanjima u Italiji i Evropu. One su distribuirane nedeljno od 1566. godine. Način izveštavanja koje je korišćen je bio zbirka kratkih informacija izdatih i prosleđenih od strane određenog grada sa datumom kada su objavljene. Takav stil izveštavanja je korišćen u većini rano izdatih novina.

Štampane novine su se brzo širile Evropom. Štampani nedeljnik se prvo pojavio u Bazelu 1610. zatim u Frankfurtu i Beču 1615., u Hamburgu 1616., u Berlinu 1617. i u Amsterdamu 1618.

Kako su novine postajale pouzdane i kako su se sve češće pojavljivale, igrale su sve veću ulogu u trgovini kroz reklame, cenovnike i izveštaj sa tržište. Nemačke novine koje je izdavao Lucas Schulte su izdavane 2 puta nedeljno od 1625. godine. Najstarije dnevne štampane novine su „Einkommende Zeitung“ koje su izdate u Lajpcigu 1650.



Novine su kroz svoju istoriju morale da prođu kroz mnoge faze razvoja da bi postale snažan, nezavisan, objektivan, pouzdan medij. Prva faza je bila dobijanje slobode izveštavanja koje je ranije bila ograničavana, pa čak i diktirana od strane države ili vladara. Prva velika promena je nastupila nakon Engleskog građanskog rata kada su izdate novine "The Heads of Severall Proceedings In This Present Parliament" u kojima se pisalo o dešavanjima u Britanskom parlamentu. Uporedo sa političkim pokrivanjem, novine u Engleskoj su tokom 1640-tih su bile među prvima u svetu koje su koristile naslove, imale štampane reklame i upošljavale devojke koje su mnogo češće nego mladići prodavale novine na ulicama.

Izumom prve cilindrične štamparske mašine u Nemačkoj, od strane Frederick Koeniga, nakon 1825 naglo raste tiraž novina zbog smanjenja cene proizvodnje.

Veliki napredak u razvoju novina je bio 1833. kada je mladi štampar zvani Benjamin Day počeo da štampa svoje novine sa temama interesantnim narodu i da ih prodaje na ulici za 1 penny. Zbog zanimljivosti tema kao što su policijski izveštaji, zabavni sadržaji i korisni saveti, novine su postigle velik uspeh pa su taj koncept usvojile i druge novinske kuće. Taj pravac u novinskom izdavaštvu je nazvan *Penny Press*.

Novine su prešle dug i trnovit put od pukog izveštavanja, preko pronalaženja objektivnosti, prevazilaženja senzacionalizma i tabloidnog izveštavanja, kao i alternativnog žurnalima i novinarskog kriticizma. Dnevne novine igraju veliku ulogu u trgovini kroz reklamni materijal koje sadrže; omogućavaju čitaocima praktične informacije kao na primer televizijske programe, vremensku prognozu ili izveštaje sa berze; nude informativno kulturne i zabavne sadržaje kroz razne tekstove i ostale sadržaje kao što su na primer šljafne stripa ili ukrštenice. Međutim, najznačajnija funkcija dnevnih novina – krucijalna uloga u demokratiji, je da omogući čitaocima informacije o radu vladajuće strukture i o političkom stanju u nekoj oblasti ili državi. Danas postoji široka lepeza novina u kojima se ogleda celokupan razvoj žurnalizma i svaka od njih ima svoje čitaoce i time stvara svoje mesto na tržištu. One predstavljaju snažan u moćan medij koje je možda umnogome izgubio značaj u trci sa radijom, televizijom i Internetom ali zbog svoje specifičnosti i ukorenjenosti i dalje čini važan segment u informisanju društva. Novine su ustvari možda glavni produkt pismenosti civilizacije.

Istorija srpske porodične štampe počinje s časopisom „Slaveno-serbski magazin“, koji je štampan u Veneciji 1768. godine. Osnivač i urednik časopisa Zaharije Orfelin, jedan je od najobrazovanijih Srba svog vremena, pisac, istoričar, slikar, bakrorezac i izdavač prvog časopisa i večitog kalendara. Iako je izašao samo jedan broj, „Slaveno-serbski magazin“ se može smatrati i početkom srpske publicistike. U njegovom predgovoru, koji je napisao Orfelin, raspravlja se o aktuelnim pitanjima kulturnog života kod Srba i izlažu određene ideje i programi. Ovaj predgovor, štampan je na trinaest strana časopisa, ocenjen je od istoričara kao veoma značajan tekst u kojem su prvi put na srpskom jeziku iznete racionalističke i prosvetiteljske doktrine evropskog 18. veka.

Prve novine na srpskom jeziku pojavile su se takođe izvan teritorije današnje Srbije, u Beču 1791. godine („Serbskija novini“). U prestonici austrijske carevine pojavio se i prvi srpski dnevnik („Novine serbske“, 1813) i prvi srpski almanah („Zabavnik“, 1816). Nekoliko značajnih srpskih listova i časopisa izlazilo je u prvoj polovini 19. veka u Pešti, a prvi je „Letopis Matice srpske“, pokrenut 1825, koji izlazi i danas kao jedan od najstarijih književnih časopisa u Evropi.

Na teritoriji današnje Republike Srbije novine izlaze od 1834. godine, najpre u Kragujevcu, ondašnjoj prestonici kneza Miloša, odmah zatim u Beogradu, a nešto kasnije u Novom Sadu, Sremskim Karlovcima, Zemunu, Somboru, Vršcu, Pančevu, Prištini. U drugoj polovini 19. veka srpski listovi javljaju se u Bosni i Hercegovini (1866), Crnoj Gori (1871), Hrvatskoj (1874) a krajem veka i srpski iseljenici u severnoj Americi počinju da izdaju svoje novine.

## 2.2 Radio

Radio je bio i ostao jedno od najjeftinijih sredstava masovnog komuniciranja, najbrže sredstvo za slanje informacija javnosti a, zbog tehničkih sposobnosti i mogućnosti da se radio prijemnik nađe na svakom mestu gde se čovek nalazi, radio je postao najkorisniji medij. Radio je afirmisao auditivni kanal za masovno posredovanje informacija. Na taj način dolazi do globalizacije univerzalnih kulturoloških vrednosti a mogućnost simultanog prisustva u svim delovima sveta otvara vrata ostvarivanju ideje „planeta - globalno selo“.

Otkriće radija trajalo je nekoliko godina u tome su učestvovali i doprineli mnogi naučnici i pronalazači. Jedni su to posmatrali samo sa praktične strane i pokušavali da poboljšaju emitiranje i primanje talasa. Niko od ovih ljudi nije precizno znao niti shvatao kakvo će veliko značenje radio dobiti kasnije kao komunikaciono sredstvo.

Džems Klerk Maksvel (James Clerk Maxwell ) je još je 1863. matematičkim putem ukazao je na postojanje elektromagnetnih talasa koje je dvadeset i četiri godine kasnije eksperimentalno dokazao Hajnrih Herc (Heinrich Herz). Vršeci eksperimente sa radio talasima Sir Oliver Lodge, je 1894. prvi put poslao i primio prvu radio poruku na razdaljini od oko 200 metara. On je upotrebio grupe radiotalasa, istovetne tačkama i crticama alfabeta morzeovih-znaka, koji su tada bili opšte poznati u telegrafiji preko žice. Emitovanje govornih izveštaja pomoću radiotalasa tada još nije bilo na vidiku (mada je telefonom, preko jedne žice tada to bilo moguće). U to vreme ljudi su to nazivali radio bežična telegrafija.

Ruski profesor Aleksander Stefanović Popov je poboljšao prijem radio talasa putem prijemne antene koje konstruisao. Kratko nakon toga ideje Popova preuzeo je mladi Italijan (tada 22 godine) Guglielmo Marconi. On je na osnovu Popovih eksperimenata izgradio sistem koji je mogao emitovati i primati Morzeovu abecedu na razdaljini od oko 350 metara, prikazavši to u Londonu 1896. prilikom demonstracije njegova izuma. Pošto je Markonija najviše interesovao komercijalni deo on je iste godine podneo zahtev i dobio britanski patent za radio. Mada je tada mogao emitovati signale na najviše 3 km udaljenosti. Ovo ga je ohrabrilu pa je uvećanjem antene i napona uspeo preneti signale na 12 km udaljenosti, a 1897 godine za vreme manevra britanske flote Markoni uspeva da signalima premosti udaljenost od 90 km. Ovde se još uvek govori o radio telegrafiji jer govorna emitovanja tada još nisu bila ni na vidiku.

Zato se čak i danas često postavlja pitanje ko je izmislio radio? Ovo je kako tehničko, tako i pravno pitanje. Iako je Nikola Tesla u St. Louisu demonstrirao sistem sa svim temeljnim komponentama onog što danas zovemo radiom. Ipak je mladi markiz Marconi dobio prvi britanski patent za bežično emitovanje, koristeći isti aparat koji nije uspeo registrovati u SAD-u. Tesla je podneo zahtev za radio-patent u SAD-u i dobio ga 2. septembra 1897. Marconi je već sledeće godine takođe podneo isti zahtev u SAD-u, ali je još jednom odbijen. Tokom naredne tri godine zahtev koji je iznova slao u Biro za patente odbijan je zbog prednosti koju su imali Tesla i Lodge.

Dalje usavršavanje radija je izvršeno kada je 1897. Sir Oliver Lodge, pronašao je podešavajuće kolo. Sada se pružila prilika da se signali selektuju (promenom kapaciteta na kondenzatoru) tako da je antena „hvatala“ pretvarala samo jednu talasnu dužinu (ili frekvenciju). Jedno drugo poboljšanje radio prijema usledilo je 1906. kada je pukovnik američke vojske H.H.C. Danvodi (H.H.C. Dunwody) pronašao kristalni detektor kod kojeg se radiosignal prenosi kroz antenu, potom kroz kristal i na kraju u slušalice. Sir John Ambrose Fleming engleski profesor, uspeva 1904. godine da napravi diodnu cev (diodu) za detektovanje radio signala, primljenih preko antene. Zbog toga što su kristalni detektori bili dosta jeftini oni su se upotrebljavali do sredine 1920-tih godina. Ubrzo nakon toga su razvijene triode koje su imale veću osjetljivost.

Radio talasi su više upotrebljavani za bežičnu telefoniju nego za radio-emitovanje. Veliki korak je napravljen tek nakon prvog svetskog rata, kada je publika bila u stanju da kupuje radio uređaje i rezervne delove koji su upotrebljavani za vreme rata.

Tada se umešao faktor sa kojim i današnji pronalazači imaju problema - velike korporacije. Marconijeva prva britanska kompanija postala je Marconi Wireless Telegraph Company of America i beležila uspehe na tržištu. Svi su ulagali u Marconija. Kada su pomoćnici Teslu upozorili na to, Tesla je uzvratio: „Marconi je dobar momak. Ostavite ga na miru, on koristi 17 mojih patenata“. Međutim, ni patenti nisu bili tako sigurni kao što je on mislio. Ured za patente je iznenada odobrio Markonijev patent 1904. premda se i dan-danas sumnja da je ova odluka plaćena Markonijevim novostečenim novcima. Ali, ni to nije preterano uzbudilo Teslu. Međutim, pobesneo je kad je Markoni dobio Nobelovu nagradu 1911. Tužio je Marconi Company 1915. za krađu, ali finansijski nije bio u stanju da se u toj parnici nosi sa velikom firmom.

Američka vlada je uzela u obzir njegovu tužbu nakon što je Markoni tužio Američku vladu za krađu koju su, po njemu, počinile Američke oružane snage. Vrhovni sud SAD-a je 1943. doneo odluku u korist Tesle: on je izumitelj radija. Sud je utvrdio da je njegov Patent broj 645,576 sadržavao sve elemente koje su imali i kasniji pronalazači. Međutim, ova istorijska odluka je donesena nekoliko meseci posle Tesline smrti. Postalo je jasno ko je stvorio radio, ali to danas zna malo ljudi.

U Jugoslaviji je razvoj radija tekao preko pojave radio-telegrafije 1904. (3. avgusta) kada je zaključen ugovor između Italije i Crne Gore o instalaciji jedne radio-telegrafske stanice, sistema Markoni, na relaciji Bar-Bari. Nakon toga je 1924. (22. maja) počeo je sa radom Glavni radio-telegraf Beograd-Rakovica. Prva radio emisija je emitovana u Zagrebu 1925. (15. maja). Nakon toga je 1928. (28. avgusta) emitovana prva radio emisija u Novom Sadu a 1929. (24. marta) emitovana je prva radio emisija u Beogradu.

## 2.3 Televizija

*Televizija je prva prava demokratska kultura - dostupna je svima i potpuno prilagođena onome što ljudi žele. Najjužasnija stvar na svetu je to što ljudi žele.*

*Klajv Barns*

Televizija se može definisati kao tehničko sredstvo koje omogućava prenos slike i zvuka na daljinu putem radio difuzije. Nastala je kao rezultat naučnih otkrića i pronalazaka mnogih naučnika i pronalazača. Prva generacija televizora nije bila elektronska. Displej (TV ekran) je imao mali elektromotor sa rotirajućim diskom i neonsku lampu i oni su radeći zajedno davali zamagljenu crveno-narandžastu sliku veličine kao otprilike polovina telefonske kartice. Vreme pre 1935. se može nazvati „erom mehaničke televizije“. Tadašnji tip televizije nije kompatibilan sa današnjim elektronskim TV sistemima.

Period nakon 1935. se može nazvati “erom elektronske televizije” kada je ona stalno unapređivana. Do početka drugog svetskog rata, nekoliko zemalja je počelo radiodifuzni prenos i stvaranje TV mreže, uglavnom eksperimentalno i sa vrlo malim brojem TV prijemnika u posedu javnosti. Tokom drugog svetskog rata je zaustavljen TV prenos u gotovo celom svetu, osim par izuzetaka kao što su Nemački TV prenos sa Ajfelovog tornja u Parizu između 1942. i 1944. godine, kao i Američki eksperimenti sa TV navođenim projektilima u Pacifiku između 1942. i 1945. godine.

Vreme neposredno nakon drugog svetskog rata se uzima kao konačno rođenje televizije kao mass medija. Televizijski prijemnici su zahvaljujući masovnoj proizvodnji i

padu cene postali neophodan uređaj svakog domaćinstva, prvo u USA a nedugo zatim i u Velikoj Britaniji. Time je krenula svetska ekspanzija televizije.

Od 1954. godine, televizija počinje da se razvija i postaje zreo i uobličen medij, ponajviše preko tehnoloških dostignuća. Prvi od njih je uvođenje kolor televizora, zatim daljinski upravljači, teletekst, interaktivna televizija, kablovski i satelitski prenos, razvoj tehnike za snimanje i arhiviranje TV programa, sve veći ekrani, pljosnati ekrani, digitalna televizija...

Srbija je u svet televizije ušla 1958. godine. U subotu, 23. avgusta započeo je „eksperimentalni program“ Studija Beograd. Studio je izgrađen na Beogradskom sajmu, Bulevar Vojvode Mišića 14, a raspolagao je sa svom osnovnom tehnikom. Naravno, prvi emitovani program je bio Dnevnik.

## 2.4 Internet

Internet možemo definisati kao svetsku računarsku informacionu mrežu, sastavljenu od velikog broja manjih međusobno povezanih računarskih mreža, koja omogućava prenos informacija između računara koji čine mrežu. Dakle Internet bismo mogli definisati kao mrežu svih mreža. To bukvalno znači da je to najveća mreža koja povezuje milione personalnih računara, lokalne (LAN) i raširene (WAN) mreže u zajedničku mrežu. Računari i pojedine mreže pritom su u Internet povezani na različite načine. Tako razlikujemo više vrsta veza kojima se služi Internet. Razvoj Interneta kao globalne mreže najpre je zavisio od razvoja sredstava komunikacija. Izumi telegrafa, telefona, radija i računara bili su tako podloga za pojavu Interneta.

Internet je nastavak računarske mreže uspostavljene u Sjedinjenim Američkim Državama tokom 1960. godine od Advanced Research Projects Agency (ARPA), koja je povezivala nekoliko računara na četiri univerziteta u državama Kalifornija i Utah. Ta prva računarska mreža, nazvana je ARPANET (ARPA NETwork). Naučnici su izgradili ARPANET s namerom da to bude mreža koja će još uvek uspešno raditi i u slučaju da deo mreže bude oštećen. Takav koncept bio je važan vojnim organizacijama koje su proučavale načine da održe komunikacijske mreže u funkciji i u slučaju nuklearnog rata. Prvobitno zamišljen kako bi omogućio visoku efikasnost u komunikaciji između istraživačkih centara, univerziteta i vladinih agencija SAD-a Internet je ubrzo prerastao u internacionalnu mrežu dostupnu svima. Kako je ARPANET rastao u 1970-ima, sa sve više i više fakulteta i institucija koji su se spajali na njega, korisnici su uvideli potrebu razvijanja standarda za put kojim će podaci biti prenošeni Internetom.

Godine 1982. po prvi put je upotrebljen termin Internet i u bliskoj budućnosti postaje jedna od osnovnih sredstava komunikacije, a počinju se javljati i pitanja privatnosti i sigurnosti u digitalnom svetu. Vremenom broj host-ova neprekidno raste a pojavom World Wide Web-a 1991. godine kao i pojednostavljivanjem korisničkog interfejsa popularnost Interneta postaje sve veća. Danas Internet predstavlja najpopularniji, najsadržajni i najlakši način razmene informacija, komunikacije, prenosa elektronskih dokumenta i izvor zabave.

Internet u Jugoslaviji svake godine na dan Beogradskog Univerziteta 26. februara 1996. g., slavi svoj rođendan. Tog dana povezivanjem mreže Univerziteta u Beogradu na mrežu svih mreža zaživeo je Internet kod nas. Ubrzo je prerastao univerzitetske i amaterske okvire. Prvi Internet provajder (ponuđači usluga Internet-a) kod nas pojavio se u maju, 1996. godine sa linkom kapaciteta 64 Kb/s dok danas zahvaljujući raznim provajderima imamo linkove kapaciteta preko 28 Mb/s.

### 3. TELEVIZIJA

Televizija se može definisati kao tehničko sredstvo koje omogućava prenos slike i zvuka na daljinu putem radio difuzije. Nastala je krajem 19 veka kao rezultat mnogobrojnih pronalazaka i otkrića različitih pronalazača i naučnika. Kako je u početku sama TV tehnologija bila veoma skupa samim tim je bila i nedostupna velikom krugu gledalaca. Naglu ekspanziju je ostvarila pedesetih godina dvadesetog veka i od tada počinje suvereno da vlada kao najmoćniji mass medij. Pokretna slika je ta koja ima glavnu i presudnu ulogu u stvaranju moći ovog medija. Za razliku od radija, televizija pruža novu dimenziju prenosa različitih sadržaja, pa čak i onih koje radio prenos ne može da omogućiti. Glavne karakteristike televizije koje su joj omogućile da postane najuticajniji medij su masovnost, dostupnost i visok stepen komercijalizacije čime je ostvaren veliki društveno-politički uticaj. To se najjednostavnije može opisati putem izreke „slika – hiljadu reči a kadar – milion“.

#### 3.1 Hronologija televizije

- **Godine 1884.** u Nemačkoj, Paul Nipkow je patentirao prvi mehanički TV sistem, ranu verziju televizije kojom je uspeo mehanički rastaviti slike na crte (tzv. Nipkowljev disk)
- **Godine 1897.** Nemački fizičar, Karl Ferdinand Braun je izmislio prvu cev sa katodnim zracima, osnovu svih modernih kamera i televizora
- **Godine 1900.** na svetskoj izložbi u Parizu je po prvi put upotrebljena reč televizija
- **Godine 1907.** u Rusiji Boris Rosing je patentirao televizijski sistem sa katodnom cevi kao prijemnikom
- **18 oktobra 1922.** je osnovan BBC (British Broadcasting Company) a tek je 1927. BBCompany je preimenovana u „Corporation“ (British Broadcasting Corporation)
- **Godine 1923.** Vladimir Kosma Zworykin je izmislio elektronski „ikonoskop“ i „kineskop“. Ikonoskop je bila prva uspešna TV kamera a kineskop rana verzija televizora
- **Godine 1925.** Britanac John Logie Baird je izradio prvi televizor čija se slika sastojala od 30 linija
- **Godine 1926.** John Logie Baird je izveo prvu uspešnu javnu demonstraciju mehaničkog TV sistem u njegovoj laboratoriji u Londonu
- **Godine 1927.** je osnovan „CBS“ (Columbia Broadcasting System) glavna američka TV i radio kompanija. Iste godine Farnsworth Philo Taylor je demonstrirao prvi kompletni funkcionalni elektronski TV sistem
- **Godine 1928.** John Logie Baird je demonstrirao TV u boji na elektro-mehaničkom sistemu; u New Yorku je osnovana „W2XBS“, prva TV stanica u Americi; John Logie Baird je izumeo video disk za snimanje TV programa
- **Godine 1929.** u Londonu John Logie Baird je otvorio prvi televizijski studio u svetu; Zworykin je demonstrirao elektronski „kineskop“, TV prijemnik, sa 60 linija
- **Godine 1930.** BBC je otpočeo experimentalno emitovanje TV programa
- **Godine 1931.** NBC je eksperimentalno udvostručuje prenos na 120 linijski ekran
- **Godine 1935.** u Francuskoj sa Ajfelovog tornja je otpočelo prvo redovno emitovanje TV programa
- **Godine 1936.** BBC je otpočeo sa redovnim emitovanjem TV programa; u svetu je u upotrebi ukupno oko 2000 televizora; RCA (Radio Corporation of America) je instalirala TV prijemnike u 150 domaćinstava u New York-u i otpočela eksperimentalno emitovanje programa. Crtani film „Mačak Felix“ je bio prvi program koji je emitovan

- **Godine 1938.** John Logie Baird je demonstrirao prvi TV program „uživo“ u boji; Allen B. DuMont je plasirao na američko tržište prvi elektronski kućni TV prijemnik
- **Godine 1941.** U Americi je usvojen NTSC (National Television Standards Committee), kao TV standard sa 525 linija i 30 slika u sekundi; a u New York-u je otpočela sa radom prva komercijalna TV stanica “WNBT”
- **Godine 1946.** je počelo prvo kablovsko emitovanje TV programa iz New Yorka u Washington
- **Godine 1950.** je otpočela proizvodnja „cevnih TV kamera“ sa ugrađenim „vidicon-om“, poboljšanom verzijom vakumskih cevi. Vidicon je bila prva cevasta TV kamera koja je koristila foto osetljivu površinu da bi prenosila video signal; iste godine je otpočelo kablovsko emitovanje TV programa u US; osnovana je EBU (European Broadcasting Union) Evropska radiodifuzna unija; u Evropi je kao TV standard usvojen PAL-sistem sa 625 linija i 25 slika u sekundi; u Americi radi preko 100 TV stanica
- **Godine 1951.** u SAD-u je otpočelo a ubrzo i obustavljeno prvo emitovanje TV programa u boji. Razlog je bio nekoliko miliona crno belih televizora koji nisu mogli primati program u boji a televizori u boji nisu mogli primati crno beli TV program.
- **Godine 1953.** NTSC kolor standard je prihvaćen u Severnoj Americi, većem delu Južne Amerike i Japanu kao i u nekoliko Azijskih zemalja. Sistem NTSC standarda se sastojao od 525 linija a dva polja su činila jedan frame. U jednoj sekundi se reprodukovalo 30 frame-ova; u SAD-u po drugi put, ovaj put uspešno, je otpočelo emitovanje TV programa u boji; iste godine u Japanu je po prvi put otpočelo emitovanje TV programa
- **Godine 1956.** američka korporacija Ampex je demonstrirala prvi studijski videorekorder namenjen isključivo TV stanicama; Henri de France je razvio SecAM (sequential color with memory) postupak koji je usvojen u Francuskoj kao TV standard
- **Godine 1957.** prvi put je hirurška operacija prenošena na televiziji
- **Godine 1960.** SONY je razvio prvi tranzistorski televizor
- **Godine 1964.** je formiran Intelsat, međunarodna satelitska unija
- **Godine 1965.** godine Intelsat je lansirao svoj prvi satelit „Early Bird“
- **Godine 1967.** BBC 2 je otpočeo prvo redovno emitovanje TV programa u boji u Evropi
- **Godine 1968.** SONY je razvio Trinitron cev koja je revolucionarno poboljšala kvalitet kolor TV slike
- **20 jula 1969.** prvi TV prenos sa meseca je gledalo oko 600 miliona gledalaca
- **Godine 1969.** na američkoj javnoj televiziji je otpočelo prikazivanje serije „Sesame Street“ koja je unela revoluciju u stav odraslih o tome šta su sve djeca sposobna da nauče
- **Godine 1971.** Indija je imala samo jednu TV stanicu u New Delhiju koja signalom pokriva samo 40-ak kilometara oko grada dok iste godine Južna Afrika još nema televiziju
- **Godine 1977.** u Južnoj Africi je otpočela sa radom prva TV stanica; BBC je po prvi put emitovao teletext servis
- **Godine 1979.** u Japanu firma Matsushita je patentirala prvi džepni televizor sa ravnim ekranom sa tečnim kristalom
- **Godine 1980.** sa radom je otpočeo CNN (Cable News Network)
- **Godine 1981.** je otpočela sa radom MTV (Music Television)
- **Godine 1987.** 50 % američkih domaćinstava koja imaju TV koriste kablovsku televiziju.
- **Godine 1990.** je prihvaćen novi svetski standard TV ekrana 16:9; Sony je proizveo prvi „HD Trinitron“, 36-inch, HDTV (High Definition TV) za kućnu upotrebu
- **1 januara 1993.** je otpočeo sa emitovanjem „Euronews“
- **Godine 1995.** Sony je demonstrirao prvi televizor sa ravnim ekranom i digitalnu „Handycam“.

### 3.2 Televizijski formati i budući razvoj

Tokom nepunih sedam decenija svog postojanja, televizija je infiltrirala ogroman broj domova na našoj planeti i predstavlja osnovni vid zabave čak i u onim društvima koja ne bismo mogli nazvati tehnološki naprednim. Međutim, i pored dugog perioda postojanja, činjenica je da su inovacije na polju televizije prilično retke (uporedimo je samo s kompjuterskom industrijom). To sigurno nije zbog toga što je televizijska tehnika toliko dobra da je ne treba menjati, već zato što su ustanovljeni određeni standardi s kojima se održava kompatibilnost.

Međutim, do prodora novih standarda ipak dolazi – sve češće vidamo ogromne televizijske ekrane, plazma i LCD displeje i sve češće se pominje pojam digitalne televizije. Treba znati da danas postoje tri međusobno nekompatibilna standarda demodulacije radio signala, a to su NTSC, PAL i SECAM.

- NTSC (*National Television System Committee*) je razvijen 1950. godine kao prvi televizijski standard. Zasnovan je na 525 linija i frekvenciji osvežavanja slike od 60 Hz. U upotrebi je u SAD, Kanadi i Japanu.
- PAL (*Phase Alternating Line*) je 15 godina mlađi od NTSC-a. Njegove odlike su 625 linija i 50 Hz. Detaljniji je od NTSC-a jer ima 100 linija više i nije podložan greškama u boji. Međutim, zbog osvežavanja slike od 50 Hz, podložniji je treptanju (*flicker*). U upotrebi je u najvećem delu Evrope (kao i kod nas).
- SECAM (*Sequence Couleur a Mémoire*) je vršnjak PAL standarda. Eliminisanje grešaka u boji izvedeno je na drukčiji način od PAL-a, ali je u svakom drugom pogledu deli s njim prednosti i nedostatke. U upotrebi je u Francuskoj, Grčkoj, Rusiji, nekim zemljama istočne Evrope i u Africi.

Standardi na kojima se zasniva današnja televizija su vremenom zastareli. To je postalo naročito izraženo povećanjem dijagonale televizijskih ekrana, pri čemu rezolucija slike ostaje nepromenjena. Program na takvim televizorima moguće je gledati samo iz daljine jer se iz blizine uočavaju tačke od kojih je sačinjena slika. Zbog toga postoje brojni novi standardi koji se trude da prevaziđu ograničenja današnje televizije i da doživljaj gledanja dignu na viši nivo.

Prvi korak je urađen još sedamdesetih godina 20. veka kada je japanska državna televizija NHK počela istraživanja na uvođenju digitalne televizije. Kao rezultat je stvoren novi televizijski standard, HDTV - televizija visoke definicije koja nudi značajno više rezolucije slike. Razlika u rezoluciji sa sobom nosi i razliku u odnosu dimenzija slike. Dok je kod standardne televizije taj odnos 4:3, kod formata visoke definicije on iznosi 16:9, što je blisko bioskopskom formatu. Postoje promene i na polju zvuka jer je jasno da zvuk mora da prati visoki kvalitet slike. U televiziji visoke definicije moguće je emitovati zvuk u 5.1 *Dolby Digital Surround* odnosno *AC3* formatu. Problemi uvođenja HDTV-a slični su problemima koji su se pojavili sa uvođenjem televizije u boji – kako održati kompatibilnost i smanjiti troškove.

Iako HDTV nije ni zaživeo u većini zemalja, inženjeri iz NHK već rade na daljem razvoju tehnologija pa su javnosti predstavili UHDTV (*Ultra High Definition Video*) odnosno *Super Hi-Vision*. Na platnu dimenzija 4x7 metara projektovana je slika sa 4000 horizontalnih linija, što znači da se radi o standardu 16 puta kvalitetnijem od HDTV-a. Za snimanje materijala dugog 18 minuta upotrebljeno je 16 HDTV snimača ukupnog kapaciteta 3,5 terabajta. Snimak vožnje po ulicama bio je toliko realističan da su čak pojedinci iz publike osetili mučninu. Naravno, radi se o eksperimentalnoj tehnologiji koja iz očiglednih razloga još uvek nema praktičnu primenu.

Sa današnjim ubrazanim razvojem tehnologija se otvaraju sve veće mogućnosti za razvoj televizije. Uz već postojeće mogućnosti kao što su „televizija na zahtev“ kada gledalac sam kreira svoj TV program, ili mogućnosti da gledalac sam bira kameru i ugao iz kog će posmatrati sportski prenos, biranje titlova iz teletkst menija, kao i mnoge druge mogućnosti, danas se prave i pionirski pokušaji spajanja televizije sa Internetom i mobilnom telefonijom. Time se ostvaruju mogućnosti za integraciju dosadašnjih medija i realnog pretvaranja planete u informtičko globalno selo.

Gde smo mi u odnosu na svet, lako je proceniti. Dovoljno je da pogledamo rat kablovskih operatera, lošu infrastrukturu i traljave usluge koje pružaju kako bi nam bilo jasno da kod nas ni analogna televizija nije na prihvatljivom nivou, a da je televizija visoke definicije nešto o čemu ćemo, nažalost, još dugo slušati od drugih.

### 3.3 Uticaj televizije

*Možda ne možete da zamislite život bez kompjutera, ali u borbi za najveći broj zavisnika širom sveta i dalje ubedljivu pobedu odnosi televizija.*

Veliki uticaj televizije kao medija je odavno primećen pa je nekada dolazilo i do zloupotrebe tog uticaja. Osnovna ideja i zadatak televizije da informiše, edukuje i zabavlja široke mase se ponekada gubi u komercijalizaciji, dezinformacijama i nametanju uticaja. Međutim sve to nije sprečilo televiziju da postane najuticajniji mass medij. Danas se kroz istraživanja ispituje psihološki, socijalni i društveni uticaj televizije i pored pozitivnih uticaja na osavremenjivanje društva, ne retko se nalaze studije i o negativnim uticajima. Pored veće opšte informisanosti, televizija ima sve veći edukativni i kulturološki uticaj ali takođe stvara izolovanost, zavisnost i podložnost uticaju televizije jer se veruje skoro svemu što se plasira.

Stotine svetskih istraživanja je potvrdilo da na decu i tinejdžere snažno deluje ono što vide na televiziji i u filmovima. Stručnjaci su procenili da američka deca tokom osnovne škole u proseku vide oko 100.000 scena nasilja u medijima, a najmlađi često preuzimaju već viđeni model ponašanja. Pedijatri i psiholozi tvrde da postoje uverljivi dokazi da gledanje nasilja na televiziji i u filmovima povećava nivo agresivnosti kod dece koja su tome dugo izložena. Deca uče svakog minuta, a uči se iz iskustva. Živa iskustva stvaraju obrasce koje posmatrač može preneti u stvarni život, upozoravaju širom sveta.

### 3.4 Klasifikacija TV kuća

Prema načinu distribucije radiodifuznog signala, TV stanice možemo klasifikovati u nekoliko grupa:

- Zemaljska
- Kablovska
- Satelitska
- Internet (Web TV)

Dok prema geografskoj zastupljenosti možemo izdvojiti sledeće grupe:

- Lokalne televizije
- Regionalne televizije
- Nacionalne televizije
- Internacionalne televizije



Lokalne TV kuće su televizijske stanice koje emituju program na nivou manje geografske površine. Nekada znaju da budu na nivou čak jedne zgrade. Najčešće su u privatnom vlasništvu. Kako su to komercijalne TV stanice koje žive od marketinga, njihov program je obično ciljno usmeren na određenu grupu (porodični kanali, zabavni kanali, dečji kanali...). Takve TV kuće imaju veliki značaj u pružanju lokalnih servisnih informacija kao i obaveštavanju stanovništva o lokalnim dešavanjima koje velike TV kuće najčešće zanemaruju.

Regionalne TV kuće emituju signal na većim geografskim oblastima ali putem zemaljskih predajnika nemaju pokrivenost cele teritorije neke države. Uglavnom se radi o pokrivenosti nekoliko većih gradova ili opština koje su na određen način povezane. Takve TV kuće su najčešće u privatnom vlasništvu i komercijalnog karaktera. Po sadržaju programa su usmerene na porodicu pa su stoga zabavnog karaktera. Regionalne stanice često imaju za cilj da postanu nacionalne TV kuće, tj. da TV signalom pokriju teritoriju cele države.

Pod pojmom nacionalne TV kuće se podrazumeva TV stanica sa jednim ili više TV kanala čiji je osnivač najčešće država i koja ima pokrivenost cele državne teritorije putem zemaljskih predajnika. Uredničku politiku određuje odbor čije se članovi biraju iz redova političkih stranaka koje su na vlasti. Zamisao je da nacionalna TV kuća bude najmoćniji državni instrument za plasiranje vesti a pored informativne uloge, da ima i edukativnu, kulturološku i zabavnu ulogu. Postoje i privatne nacionalne televizije, koje svojom rasprostranjenošću uspevaju da steknu status nacionalne i pretežno su komercijalno zabavnog karaktera. Njihovu uređivačku politiku kontroliše samo vlasnik.

Internacionalne TV kuće su one koje svojim signalom pokrivaju nekoliko država ili čak kontinenta. Internacionalnost tih kuća se ogleda u razmeni informacija, aktivnostima, saradnji, emitovanju i razmeni programa na internacionalnom nivou. Internacionalne televizije najčešće imaju više TV kanala prilagođenih različitim geografskim područjima, ali programska koncepcija najčešće ostaje ista. Tematski sadržaj takvih kanala je najčešće jednoobrazan i usmeren na određenu ciljnu grupu, pa tako možemo razlikovati strogo informativne kanale, muzičke kanale, dečje kanale, kanale za odrasle, zabavne kanale...

## 4. INTERNET

Kao što sam već navela, Internet se može definisati kao svetska računarska informacijska mreža, sastavljenu od velikog broja manjih međusobno povezanih računarskih mreža, koja omogućava prenos informacija između računara koji čine mrežu.

Računarske mreže koje čine Internet koriste poseban protokol koji se zove TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*). Individualne računarske mreže ili računari se uključuju u Internet preko posebnog računara označenog kao Gateway koji obezbeđuje TCP/IP. Sa gledišta korisnika, Internet se ponaša kao jedinstvena računarska mreža.

Putem Interneta se može ostvariti informisanje, međusobna komunikacija, dobijanje kulturno-zabavnih sadržaja, „skidanje“ novih programa ili dodataka za postojeće, diskusije, ecommerce, stalna dostupnost.....

### 4.1 Hronologija Interneta

- Prva zabeležena deskripcija socijalne interakcije omogućene putem mreže bila je serija dokumenata koju je napisao J.C.R. Licklider u **avgustu 1962. godine**, raspravljajući o svojem konceptu „Galactic Network“. On je zamislio globalno povezan set računara preko kojih bi svako vrlo brzo mogao pristupati podacima i programima sa bilo koje stranice. Ovaj koncept bio je vrlo sličan Internetu danas. Licklider je inače bio na čelu istraživačkog tima računarskog istraživačkog programa u DARPA-i (U.S. Defense Advanced Research Projects Agency), koji je započet u septembru 1962.
- **Godine 1969.** ARPANET povezuje prva četiri univerziteta u Sjedinjenim Američkim Državama, tako što su istraživači u četiri kampusa u Sjedinjenim Državama stvorili prve servere ARPANETA, povezujući Stanford Research Institute, UCLA, University of California Santa Barbara i University of Utah. Tako je nastao Internet
- **Septembra 1972.** godine Robert E. Kahn je organizovao veliku demonstraciju ARPANETA na International Computer Communication Conference (ICCC). Bila je to prva javna demonstracija nove tehnologije. Te iste godine, iako u eksperimentalnoj fazi, predstavljena je i elektronska pošta
- **Godine 1973.** ARPANET se širi u međunarodnim okvirima, povezujući University College u Londonu i Royal Radar Establishment u Norveškoj. Te je godine DARPA pokrenula istraživački program koji je trebao istražiti tehnike i tehnologije za međusobno povezivanje različitih mreža. Projekt je nazvan Internetting project, a sistem mreža koji je bio produkt istraživanja, nazvan je „Internet“. Sastav protokola, koji je nastao ovim projektom, postao je poznat kao TCP/IT Protocol Suite (nakon što su razvijeni protokoli Transmission Control Protocol (TCP) i Internet Protocol (IP))
- **Od 1974. do 1981. godine**, ARPANET se proširio iz vojno-istraživačkih krugova, i tako se šira javnost upoznaje s činjenicom da se umreženi računari mogu koristiti i u svakodnevnom životu u komercijalne svrhe
- **Godine 1976.** britanska kraljica Elizabetha šalje svoju prvu kraljevsku e-mail poruku
- **Godine 1979.** Tom Truscott i Jim Ellis, studenti s Duke Universitya i Steve Bellovin sa Univerziteta u Sjevernoj Karolini uspostavili su prve USENET newsgrupe. Korisnici iz čitavog sveta priključili su se diskusijskim grupama u razgovorima o mreži, politici, religiji i hiljadama drugih tema
- **Godine 1982.** po prvi put je upotrebljen termin Internet
- **Godine 1983.** TCP/IP je postao jedinstveni jezik Interneta

- **Godine 1984.** William Gibson prvi je put upotrebio naziv „Cyberspace“ u svom romanu „Neuromanser“. U to je vreme broj hostova Interneta prešao 1000
- **Od 1988.** godine Internet postaje jedno od osnovnih sredstava komunikacije, a počinju se javljati i pitanja privatnosti i sigurnosti u digitalnom svetu. Ta pitanja su postala još naglašenija 1. novembra iste godine, kada je program nazvan „internetski crv“ privremeno onesposobio između 6000 i 60 000 hostova Interneta
- **Godine 1990.** ARPANET prestaje postojati. Iste godine broj hostova prelazi 300 000
- **Godine 1991.** rođen je The World Wide Web. Na Univerzitetu u Minnesoti grupa istraživača koju je vodio programer Mark MaCahill stvara „Gopher“, prvi point-and-click način navigacije po datotekama na Internetu. Te iste, 1991. godine, Tim Berners-Lee, koji je radio u laboratoriju CERN u Švajcarskoj, izumeo je kod „alt.hypertekst“, koji je omogućio kombinovanje reči, slike i zvuka na stranicama weba
- **Godine 1993.** pušten je u upotrebu Mosaic, prvi grafički baziran browser weba
- **Godine 1995.** grupa programera iz Sun Microsystemsa na čelu s Jamesom Goslingom stvorila je program nazvan Java
- **Godine 1996.** postoji više od 10 miliona hostova
- ... Internet počinje nezaustavljiv rast i osvajanje planete...

## 4.2 Internet servisi

Dok se TCP/IP kao protokol najnižeg ranga brine za način međusobnih povezivanja i komunikacije računara, protokoli višeg ranga poput FTP-a, TELNET-a, NNTP-a i HTTP-a određuju način na koji se specifične vrste podataka prenose preko Interneta. Neki od najčešćih su:

**FTP - File Transfer Protocol (FTP)** - Servis kojim se služimo kako bismo prenosili datoteke preko Interneta. To je jedan od najranijih protokola Interneta, a sve do 1995. godine bio je prema obimu prenošenih podataka najkorišćeniji protokol Interneta. Od tada ga prestiže HTTP protokol odnosno World Wide Web. Premda manje popularan od weba još uvek se često koristi u Internet zajednici, ali ponajviše u kombinaciji sa webom.

**USENET - Network News Transfer (Transport) Protocol (NNTP)** - Protokol za prenošenje novinskih članaka između novinskih grupa na NEWS serveru pa sa servera na PC. Radi se po principu gde svako može učestvovati tako što postavi pitanje ili odgovori na neko u tačno određenom direktorijumu na NEWS serveru. U roku od nekoliko sati će na postavljeno pitanje neko verovatno odgovoriti. Novinske grupe su i zamišljene upravo radi razmene iskustava pa se tako u njima na relativno lagan način može doći do odgovora na postavljena pitanja. Za pregled novinskih grupa na PC-u potreban je program za njihovo pregledanje, a većina današnjih web pretraživača imaju integrisane vlastite programe za tu svrhu.

**E-MAIL** - Servis koji koristi SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) odnosno POP3 (Post Office Protocol 3) - protokole koji omogućavaju prenošenje elektronske pošte preko Interneta. Taj servis je od samih početaka Interneta jedan od najpopularnijih servisa.

**GOPHER** - Servis više-manje sličan webu sa tim da nema mogućnost zajedničkog prikazivanja teksta i slike. Pojavio se nešto pre weba pa je bio popularniji od njega sve do pojave prvih grafičkih browser-a.

**TELNET** - Protokol i softver za povezivanje korisničkog računara sa (obično udaljenim) računarom na Internetu. Korisnik na udaljenom računaru zadaje komande i izvršava programe a na korisnikovom računaru se prikazuju rezultati.

**HTTP** - HyperText Transfer Protocol je komunikacioni protokol koji se koristi za prenos dokumenata HTML-a preko Interneta. Drugim rečima to je protokol na kojem se zasniva Web. Dok jezik HTML omogućava istovremeno prikazivanje teksta i slike, protokol HTTP se brine kako će te slike i tekst biti prenošeni preko Interneta.

Pored gore navedenih servisa na Internetu postoji znatan broj drugih sandarda, protokola i servisa kao što su Internet telefon ili video konferencija.

**WORLD WIDE WEB (WWW, web)** World Wide Web je grafički hipertekstualni način upotrebe Interneta koji koristi protokol HTTP za prenošenje stranica i drugih podataka preko Interneta. Web stranice pisane su u HTML (Hypertext Markup Language) jeziku. Za taj način upotrebe Interneta posetioc mora upotrebljavati browser, koji omogućava pregledanje stranica pisanih u HTML jeziku. Bitne razlike po kojima se Web razlikuje od ostalih načina upotrebe Interneta je to što omogućava hipertekstualne veze između dokumenata, što omogućava kombinovano prikazivanje teksta, slika, zvuka i videa, dakle omogućava integraciju informacionih sadržaja.

Još jedan važan element weba je **Uniform Resource Locator (URL)**. To je način adresiranja koji se koristi u browser-ima. Pomoću URL-a može se pozvati svaki dostupan dokument ne samo na Web-u već i uopšteno na Internetu. URL adresa se sastoji od imena protokola koji se želi koristiti, imena servera kojem se želi pristupiti kao i od tačnog mesta (direktorijuma) na serveru na kojem se nalazi dokument kojem želimo pristupiti.

S obzirom da se može odabrati protokol koji želimo, to znači da se preko browser-a može pristupiti i FTP, GOPHER ili NEWS. Kako je Web ipak najčešći protokol današnjice, a za njega su i napisani browser-i, uobičajeni URL prefiks koji se koristi je http.

### 4.3 Internet tehnologije i jezici

Uobičajeni standardi URL, HTTP i HTML su omogućili širenje mreže kao i povezivanje kompanija i univerziteta širom sveta. Oni su poslužili kao osnova za razvoj novih tipova podataka, novih protokola kao i programskih jezika koji su omogućili pokretanje softvera na Internetu. Internet tehnologije i jezici koji su danas najčešće u upotrebi su:

**HTML (Hypertext Markup Language)** nije pravi programski jezik kao Pascal, Visual Basic ili C++, već je zamišljen kao standardni sistem namenjen opisivanju sadržaja i strukture stranica Weba. On definiše kako će se slika, tabela ili bilo koji drugi objekt na stranici Weba postaviti u odnosu na tekst a osnovu čine „tagovi“. Dokument napisan u jeziku HTML obično se naziva stranica HTML-a ili Weba.

**DHTML (Dynamic HTML)** određuje tačno kako će određeni elementi biti postavljeni na nekoj Web stranici. Sastoji se obično od HTML-a 4.x, CSS-a i JavaScript-a. Predstavlja „mix“ tehnologija koje imaju za cilj unapređenje HTML-a u pravcu interaktivnosti (dinamičan HTML).

**PHP (Hypertext Preprocessor)** jeste script jezik otvorenog koda (open source) koji se nalazi na strani servera, koji ima mogućnost da se koristi zajedno sa HTML kodom, i da za rezultat kreira dinamičke Web stranice. PHP se koristi jer statičke HTML strane imaju svoja ograničenja.

**ASP (Active Server Pages)** jeste script jezik koji se nalazi na strani servera, koji ima mogućnost da se koristi zajedno sa HTML kodom, i da za rezultat kreira dinamičke Web stranice. ASP je proizvod kompanije Microsoft.

**CGI (Common Gateway Interface)** predstavlja set pravila koji opisuje kako Web server komunicira sa delovima softvera na istom kompjuteru, i kako ovi delovi softvera (CGI

skriptovi) komuniciraju sa Web serverom. Bilo koji softver ili programski jezik može biti CGI program, ako poštuje set procedura (standarde) koje nalaže CGI skript jezik.

**CSS (Cascading Style Sheet)** predstavlja W3C specifikaciju prezentacije HTML dokumenata i funkcioniše po principu šablona (templates) koji omogućuju developer-ima da formiraju različite stilove na jednoj ili većem broju Web stranica.

**JAVA** je jednostavan i moćan objektno orijentisan programski jezik koji ne zavisi od operativnog sistema. Koristi se za kreiranje klijentskih applet-a i serverskih aplikacija. U poslednjih nekoliko godina, primena JAVA jezika fokusira se za kreiranje složenih serverskih aplikacija u Internet/intranet/ekstranet okruženju.

**JavaScript** je brz i jednostavan jezik koji služi za dodavanje interaktivnosti HTML dokumentu, kreiran od strane Netscape-a. Sintaksa JavaScript jezika je slična jeziku JAVA, ali je JAVA objektno orijentisan programski jezik, a JavaScript je scripting jezik (mali program u sklopu HTML stranice koji se izvršava sa strane browser-a - klijenta).

**Flash** – je aplikacija publikovana od strane firme Macromedia koja predstavlja vektorski baziranu animiranu grafiku koja se može prikazivati u HTML okruženju. Za razliku od ostalih tehnologija, Flash nije automatski podržan od strane browser-a, što uzrokuje potrebu instaliranja tzv. Plug-in-a.

**MySQL** je sistem za upravljanje bazama podataka. MySQL je relacioni sistem za upravljanje bazom podataka, što znači da se podaci čuvaju u odvojenim tabelama. Tabele su povezane relacijama koje omogućavaju kombinovanje podataka iz više tabela u okviru jednog upita.

**Oracle** je veoma moćan RDBMS koji se koristi za kreiranje složenih Web aplikacija.

**XML (eXtensible Markup Language)** je SGML baziran markup jezik koji služi za definiciju, prenos, validaciju i interpretaciju podataka između različitih aplikacija. XML omogućuje kreiranje posebnih tag-ova koji se upotrebljavaju za opis zasebnih procedura u različitim poslovnim procesima.

Osim pobrojanih, postoje i druge Internet tehnologije i jezici ali zanemarljivo malo zastupljeni na domaćem tržištu.

#### 4.4 Snaga Interneta

Od početka razvoja Interneta postajala je zabrinutost da će raznolikost Web standarda možda uništiti celovitost i univerzalnost protoka informacija u koje se toliko ulagalo. To je vodilo ka formiranju World Wide Web Konzorcijuma (W3C) 1994. godine. Danas Konzorcijum okuplja oko 150 članova uključujući glavne kompanije koje razvijaju Web tehnologije i mnoge druge čiji se posao inicijalno bazira na sveprisutnosti i funkcionalnosti Web-a. Baziran na Massachusetts Institute of Technology iz USA i Nationale pour la Recherche en Informatique et Automatique u Evropi, Konzorcijum omogućava neutralan forum na kome će konkurentske kompanije moći da se usaglase oko specifikacija u cilju opšteg dobra. Uopšteno govoreći, misija Konzorcijuma je da realizuje pun potencijal Web-a i odredi pravce razvoja.

Mreža je globalna, slobodna, neograničena i pruža neizmerne mogućnosti koje se svakim danom šire. Internet je duboko uticao na savremene društvene pojave, naročito na novinarstvo. Novinari se mogu služiti Mrežom kao izvorom podataka, sredstvom za razmenu informacija i mišljenja, za bolju i bržu komunikaciju, ali i kao medijem na kojem se mogu afirmisati. Mreža je već preplavljena hiljadama raznih oblika obaveštavanja javnosti: od elektronskih izdanja uglednih svetskih medija kao što su CNN, *The New York Times* pa do novih, specijalizovanih elektronskih novina.

Internet je snažan informacijski medij koji je drastično promenio mass media scenu u svetu. Klasični masovni mediji: novine, radio i televizija ne smeju više zanemarivati medijsku snagu i privlačnost Interneta. Internet može ravnopravno konkurisati klasičnim masovnim medijima, ali najveća je greška ako se poistoveti s nekim od njih. Internet ima svoje medijske karakteristike, koje treba uzeti u obzir podjednako kao i karakteristike novina, radija ili televizije. Stil i metode jednog medija nisu jednake drugim i obrnuto. Internet je istovremeno specifičan medij sa svojim stilskim odlikama, a istovremeno je i vrlo blizak klasičnim medijima i ima mnogo njihovih karakteristika.

Poruka se uglavnom čita, baš kao i u novinama. Tekst ima naslov, podnaslov, koriste se slike, ilustracije i ostale grafičke metode kao u novinama. Čak je i likovna prezentacija slična novinama. Ali, novine su ipak drugačije. Internet je ograničen na ekran računara. Radijsku poruku moguće je emitovati i na Internetu, što ima svoju draž, ali to nije pravo korišćenje medijem. Real audio je ipak samo radio. Internet može spojiti zvuk, sliku i tekst u celinu, ali to nije ni televizija. TV je sličan Internetu, glavna poruka nam se prenosi ekranom, ali puko reemitovanje TV programa na Internetu ne daje odgovarajuće rezultate. Znači, Internet ima svoje jasne odlike i ne treba ih mešati s karakteristikama klasičnih masovnih medija. Nešto se može preuzeti i adekvatno primeniti, ali kada se kreiraju WWW stranice prvenstveno treba uzeti u obzir stilske karakteristike Interneta.

„Svet je globalno selo“ konstatovao je Marshall McLuhan davno pre pojave Interneta, misleći naravno, na televiziju. Ali, televizija ipak ima neka tehnološka ograničenja u odnosu na Internet. Naime, televizija kao medij jeste globalna, ali pojedine TV kuće to nisu. Internet ne poznaje ograničenja. Onog trenutka kada imamo hardversku i softversku podršku za Internet, možemo otvarati bilo koju stranicu, iz bilo kojeg kraja sveta. Mreža je globalna i policentrična.

Vreme nije nikakvo ograničenje za Internet. Onog trenutka kada se priključimo možemo pregledati kako zastarele, tako i nove informacije koje se mogu menjati iz minuta u minut. Novine koje su stare nekoliko dana otvorićemo možda jednom i verovatno nikada više.

Jedna od najjačih komparativnih prednosti Interneta jesu njegove veze, (linkovi ili hypertext). Nijedan drugi medij ne može tako potpuno zadovoljiti želju za dodatnom informacijom, podatkom ili objašnjenjem kao što to može Internet. Dobro strukturirani linkovi mogu korisnika odvesti vrlo, vrlo daleko u proučavanju neke teme. Može se odmah stvarno studiozno proučiti sve što je relevantno za traženu temu, praktički se ne odvajajući od računara i ne izlazeći iz sobe, uz minimalni trošak.

## **4. 5 Sigurnost i Ecommerce**

S obzirom da svet funkcioniše kroz razmenu informacija i novca a Web omogućava razmenu informacija, sledeći logičan korak je bilo omogućavanje protoka novca. U suštini promet novca u smislu razmenjivanja novčanica je digitalno nemoguće ali je omogućen veliki broj drugih zaštićenih načina za digitalno plaćanje roba, usluga ili novčane transakcije. Sposobnost kriptografije da omogući poverljivost, autentičnost i integritet poruke nije nova stvar. Trenutno postoji veliki broj ponuda protokola koji nude sigurnost, a takođe se radi na uvođenju još raznovrsnijih i pouzdanijih protokola. Jedan od najzastupljenijih protokola je „Secure Socket Layer“, SSL razvijen od strane Netscape-a koji obezbeđuje poverljivost tokom sesije. U ime progresa W3C radi na razvijanju protokola koji će omogućavati potpunu sigurnost u plaćanju.

## 4.6 Etika i socijalni aspekt

Na prvoj međunarodnoj World Wide Web konferenciji održanoj u maju 1994. godine je konstatovano da bi inženjeri koji razvijaju Web tehnologije trebalo da obrate pažnju i na socijalne i etičke konsekvence koje njihov razvoj donosi. Od tog vremena studije o tome se sve češće pojavljuju.

Prvo se pojavila PICS (Platform for Internet Content Selection) inicijativa koja je pokazala da forma korišćenih protokola može uticati na društvo. PICS je razvijen od strane W3C-a kao odgovor vladi USA koja je nametala ograničenja na korišćenje Interneta i cenzuru, kroz predstavljanje novih elemenata protokola, nove tipove podataka i principe koji treba da se iskoriste u daljem razvoju. U suštini, PICS dozvoljava uglavnom roditeljima da kontrolišu informacije koje njihova deca dobijaju putem Interneta a samim tim i da sami odrede šta je to „neprirodno“ za njihovu decu.

Danas se najviše javlja nedoumica oko privatnosti na mreži. Da li je bolje komunicirati sa nekim uživo ili putem mreže? I jedan i drugi način imaju svojih prednosti i mana, međutim „virtuelna“ komunikacija nudi slobodu da se kaže sve što se poželi ali isto tako i relativna anonimnost koja je ponekad prednost a ponekad i mana. Takođe se javlja i pitanje intelektualne svojine jer je u digitalizovanom obliku vrlo lako moguće napraviti kopije i distribuirati autorizovane tekstove, softver i ostale sadržaje. Ta i slična pitanja su aktuelna i još uvek se traga za načinima zaštite privatnosti pojedinaca kao i njihovih ličnih ili autorizovanih digitalizovanih radova.

Na duže staze, može se postaviti pitanje šta će se desiti sa kulturama kada geografske barijere postanu nebitan faktor? Hoće li mreža voditi ka monolitskoj (Amerikanizovanoj) kulturi ili će negovati različitosti? Hoće li mreža stvarno omogućiti pravu demokratiju informišući birače o pozadini vladinih odluka ili će u praksi stvoriti izolovane grupacije koje će voditi emocije a ne razum. Na nama je da odlučimo kako ćemo se ponašati mada je teško odoleti udarima koje nove tehnologije nose sa sobom.

## 5. ANALIZA TV KUĆA NA INTERNETU

Pokušavajući da dođem do informacije o trenutnom broju TV stanica u Srbiji, uvidela sam da je tu informaciju nemoguće dobiti. Obraćajući se Republičkoj radiodifuznoj agenciji (RRA) koja je zadužena za kontrolu raspolaganja radiofrekvencija koje predstavljaju nacionalno dobro, nisam dobila nikakav odgovor. Pregledajući njihovu Internet prezentaciju, kao i ostale izvore, zaključila sam da osim što ne postoji centralizovana baza podataka o postojećim TV stanicama i njihovim frekvencijama, čak se dobija utisak da RRA kao državni organ nema nikakvog uvida o tačnom broju. Taj utisak sam stekla na osnovu poziva RRA za evidentiranje emitera na teritoriji Srbije. Poseban utisak na mene je ostavio „Upitnik za članove stručnog tima, udruženja emitera, udruženja novinara i emitera“ (dodatak 3.) koji je RRA ne tako davno uputila u nameri da od emitera i novinara dobije definiciju koliko je nacionalnih TV kuća potrebno, šta je region, kako se definišu emiteri civilnog servisa i dr. Takođe je poziv za registrovanje bio upućen i preko TV stanica. Na osnovu toga sam zaključila da RRA nema predstavu kako se raspolaže javnim dobrom – radio frekvencijama.

Prema neproverenim izvorima sam došla do informacije da ima otprilike 200 TV stanica u Srbiji. Vršeći istraživanje u kojem mi je Internet bio glavni izvor informacija, došla sam do spiska od 160 TV stanica u Srbiji (dodatak 1.).

Od ukupnog broja pronađenih TV kuća, 41 ima svoju Internet prezentaciju (dodatak 2.). To je relativno zadovoljavajući broj obzirom na razvijenost Interneta u Srbiji ali kako je najveći broj tih prezentacija ne funkcionalan, u fazi izrade, u okviru neke druge prezentacije ili svojim sadržajem predstavlja samo dokaz o postojanju neke TV kuće, broj „ozbiljnih“ prezentacije je realno dosta manji.

U ovom radu ću izvršiti analizu 20 prezentacija koje sam odabrala. Izabrala sam sledeće TV stanice:

	<b>TV kuća</b>	<b>Internet adresa</b>	<b>Status</b>
1.	Apolo	<a href="http://www.apolo.co.yu">www.apolo.co.yu</a>	Funkcionalan
2.	Art TV	<a href="http://www.arttv.co.yu">www.arttv.co.yu</a>	Funkcionalan
3.	B92	<a href="http://www.b92.net">www.b92.net</a>	U okviru druge prezentacije
4.	Banat	<a href="http://www.tvbanat.com">www.tvbanat.com</a>	Funkcionalan (uslovno)
5.	BK Televizija	<a href="http://www.bktv.com">www.bktv.com</a>	Funkcionalan
6.	Galaksija 32	<a href="http://www.tvgalaksija32.co.yu">www.tvgalaksija32.co.yu</a>	Funkcionalan (uslovno)
7.	Happy TV	<a href="http://www.happytv.tv">www.happytv.tv</a>	Funkcionalan
8.	K-54	<a href="http://www.k-54.co.yu">www.k-54.co.yu</a>	Funkcionalan
9.	Kanal D	<a href="http://www.tvkanald.co.yu">www.tvkanald.co.yu</a>	Funkcionalan (uslovno)
10.	Košava	<a href="http://www.kosava.co.yu">www.kosava.co.yu</a>	Funkcionalan
11.	Kragujevac	<a href="http://www.rtk.co.yu">www.rtk.co.yu</a>	Funkcionalan
12.	Nišava	<a href="http://rtvnisava.com">http://rtvnisava.com</a>	Funkcionalan
13.	Pink	<a href="http://www.rtvpink.com">www.rtvpink.com</a>	Funkcionalan
14.	Politika	<a href="http://www.rtvpolitika.co.yu">www.rtvpolitika.co.yu</a>	Funkcionalan (uslovno)
15.	Prima	<a href="http://www.rtvprima.com">www.rtvprima.com</a>	Funkcionalan
16.	RTS	<a href="http://www.rts.co.yu">www.rts.co.yu</a>	Funkcionalan
17.	SOS Kanal	<a href="http://www.soskanal.net">www.soskanal.net</a>	Funkcionalan
18.	Super	<a href="http://www.tvsubotica.co.yu">www.tvsubotica.co.yu</a>	Funkcionalan
19.	TV 5	<a href="http://www.tv5-ue.co.yu">www.tv5-ue.co.yu</a>	Funkcionalan (uslovno)
20.	Zaječar	<a href="http://www.rtz.co.yu">www.rtz.co.yu</a>	Funkcionalan



## 5.1 Evaluacija nastupa TV kuće na Internetu

Reč „evaluacija“ je latinskog porekla i u osnovi označava ocenu ili procenu. Nezavisno procenjivanje neke Web prezentacije od strane trećih lica predstavlja jedan od najjednostavnijih načina utvrđivanja da li sajt zadovoljava neke (ili sve) zadate kriterijume koji čine njegov cilj. Najčešći razlozi pristupanju ocenjivanja nekog sajta mogu se podeliti u nekoliko grupa:

1. **Svrha sajta, traženi odgovor (TO)** - Veoma često se dešava da se pri samoj izradi sajta negde izgubi osnovni cilj njegovog kreiranja ili da ne postoji nikakva interaktivnost. Određivanje cilja sajta i njegove mogućnosti predstavljanja onoga što se na njemu nudi, predstavlja jedan od osnovnih zadataka evaluacije Web prezentacije. Šta je to što bi ste najviše želeli da posetilac Vaše prezentacije uradi? Vlasnik sajta želi da ima potvrdu o pravom izboru sadržaja, dizajna, izvođača...
2. **Unapređenje sajta** - Sve izgleda veoma dobro, a povećanja posećenosti nema! Razlozi za ovakvo stanje su sigurno vidljivi na samom sajtu i evaluacija sajta daje odgovor na ovakva i slična pitanja. Najčešći razlozi za stagnaciju posećenosti sajtova su neredovno ažuriranje vesti kao i loš marketinški pristup kada sajt nije „brendiran“.
3. **Usklađenost s pretraživačima** - Da li pravilno registrovanje kod pretraživača može povećati broj posetilaca na sajtu? Procena sajta može za rezultat imati i akcioni plan prepravki u pravcu optimizacije sajta zahtevima različitih pretraživača.
4. **Ocenjivanje sadržaja i dizajna** - U opštem slučaju, sadržaj sajta direktno utiče na njegov kredibilitet (a njegov dizajn mu u tome pomaže). Kvalitetni saveti koji se odnose na ocenjivanje i predloge aktivnog i pasivnog sadržaja, kao i marketinških aspekata dizajna, direktno utiču na sve prethodno spomenute parametre, kao i na sam kredibilitet TV kuće koja se na sajtu predstavlja. Kada je potrebno uraditi dizajn ili redizajn sajta, treba uraditi i detaljnu analizu potrebnih intervencija koje imaju za cilj unapređenje prisustva firme na Internetu. U obzir se moraju uzeti i tehnike izrade sajta kao i usluge koje su dostupne posetiocu.

## 5.2 Apolo TV – [www.apolo.co.yu](http://www.apolo.co.yu)

Televiziju „Apolo“ je osnovala Skupština grada Novog Sada kako bi se građani potpunije informisali o svim značajnim događajima u gradu, zemlji i svetu. Od svog osnivanja, septembra 2000. godine, gradska Televizija "Apolo" neprekidno stiče poverenje građana Novog Sada. Okosnicu programa čine emisije informativnog karaktera, talk-show programi, emisije iz oblasti kulture, sporta, zabave...

TV Apolo Internet prezentacija obiluje informacijama različitog tipa i ima TV program čime je svrha njenog postojanja delimično ispunjena jer ne postoje vesti zabavnog, edukativnog, sportskog, dečjeg ili drugih sadržaja iako je TV Apolo deklarirana kao Novosadski javni informativni servis – znači, namenjena je porodici. Pored redovnog ažuriranja, takođe poseduje arhivu vesti za prethodna dva meseca, kontakt čitalaca i marketing kontakt, link ka Novosadskom zvaničnom sajtu čime su svoj sajt rasteretili od servisnih informacija. Predviđena je i prezentacija na engleskom jeziku ali je u fazi izrade.

Što se tiče usklađenosti sa pretraživačima, prezentacija nema meta-tagove koji bi povećali rang sajta. Iako je tako, i Google i Yahoo, kao najveći pretraživači, na zadati pojam „TV Apolo“ rangiraju njihovu prezentaciju na prvo mesto. Međutim, ukoliko se kao zadati pojam za pretraživanje stave „televizija Apolo“, „Apolo TV“ ili neki drugi, oba pretraživača ne rangiraju ovu TV kuću čak ni među prvih 5 što govori o lošoj usklađenosti sa Internet pretraživačima.

To je jedan od ređih sajtova čije je font ćirilica. Ceo sajt je pravljen u HTML-u uz korišćenje JavaScript-a, CSS-a čime sadržaj delimično dobio na dinamičnosti. Stranice su prilagođene promenljivoj ekranskoj rezoluciji što donekle podiže estetiku sajta. Najveće dostignuće prezentacije je postojanje internog pretraživača. Iako postoje gornji i donji glavni horizontalni meni, glavna stranica je neprimereno dugačka čime se gubi preglednost. Celokupan dizajn deluje dosta zastarelo što bi moralo da bude unapređeno.

Zbog ograničenosti tema i sadržaja Internet prezentacije, za razliku od TV programa koji obiluje svim tim, dovodi se u pitanje svrsishodnosti ove prezentacije. Kao rezime mogu da kažem da je prezentacija ove lokalne TV kuće u suštini relativno pristojno urađena jer barem prikazuje neki sadržaj, međutim, ni tako ne zadovoljava sve kriterijume moderne i kvalitetno urađene Internet prezentacije.

### **5.3 Art TV – [www.arttv.co.yu](http://www.arttv.co.yu)**

Program ART TV je jedini TV program na Balkanu specijalizovan za kulturu, osnovan 1991. godine. U programskoj šemi su u prvom planu emisije koje bave različitim oblastima umetnosti. U programu ART TV nalazi se veliki broj emisija koje se na popularan i atraktivan način bave svim onim što može da privuče pažnju gledalaca: popularna nauka, putopisne emisije, različiti zabavni sadržaji itd. Emitovanje traje 24 sata dnevno. Teritorija pokrivanja obuhvata Beograd sa širokim okruženjem, Vojvodinu sa Novim Sadom i nekoliko većih gradova u Srbiji - okvirno 3,5.miliona stanovnika.

Shodno zanimanju, ovaj Internet sajt je dizajnerski blistav, ali što se tiče njegove svrhe, moram primetiti da se svodi na sirovu objavu o postojanju i na TV program. Nije navedena nijedna vest niti događanje iz kulturno umetničke sfere već je dato samo par linkova koji upućuju na neke sajtove kulturno umetničkih institucija. Sama svrha sajta je promašena pa ni traženi odgovor nije moguće definisati.

Kako je i TV program dat kao TV shema koja važi možda za celu godinu pa se ne može saznati čak ni koji film će biti prikazan, posetilac nema ni potrebe da posećuje ovaj sajt više od jednog puta. Time je i potreba za ažuriranjem izlišna. Doduše, obraćajući se specifičnom krugu ljudi, ta TV kuća uspeva da predstavi svoj sajt u mnogo lepšem svetlu nego što to on realno zaslužuje.

Kako indeksiranje stranica putem meta-tagova uopšte ne postoji, prilikom pretraživanja Interneta putem Yahoo-a i Google-a, na standardne upite se ne dobijaju skoro nikakvi rezultati.

Sajt je pravljen u HTML-u, uz korišćenje CSS-a i skoro nepotrebno korišćenje JavaScript-a. Za potrebe pravljenja formulara u rubrici kontakt, upotrebljen je CGI. Dizajnerski, sajt je dobro urađen, ali izgleda da je to njegova jedina prednost. Sadržajno, ceo sajt predstavlja promašaj.

### **5.4 B92 – [www.b92.net](http://www.b92.net)**

B92 je osnovan 1989. kao omladinska radio stanica koja je program emitovala u Beogradu. S vremenom je narastao u kompaniju koja obuhvata regionalnu radijsku i nacionalnu televizijsku stanicu, Web sajt i servis za Internet provajding, književno izdavaštvo, muzičku etiketu i kulturni centar REX.

B92 Televizija počela je sa radom septembra 2000. Za nešto više od četiri godine na tržištu, od kojih samo dve sa nacionalnim pokrivanjem, stanica se kotira kao četvrta

najpopularnija u svojoj publici. Od decembra 2002. do istog meseca 2004. uspeła je da utrostruči gledanost. Danas pokriva više od 90% ukupnog stanovništva Srbije.

B92 Radio je lider u beogradskom etru od 1999. U ovom trenutku ima 400.000 slušalaca u beogradskoj regiji, što je udeo u ukupnom auditorijumu od oko 33% u konkurenciji sa više od 80 drugih stanica. Pokrivanje je nedavno prošireno na Vojvodinu i centralnu Srbiju.

B92 Net je najposećeniji domaći Internet sajt od 1996. Prosečan broj posećenih stranica dnevno je trenutno preko 500.000, dok je dnevni broj posetilaca u proseku 80.000. Alexa servis ([www.alexanet.com](http://www.alexanet.com)) rangirao je B92.net na 2.900. mesto među više od šest miliona sajtova širom sveta, po čemu je B92.net najbolje kotirani sajt u jugoistočnoj Evropi.

Prezentacija B92 se pre može smatrati portalom, nego prezentacijom TV kuće. Posmatrajući strukturu sajta možemo uvideti da je izdelaen na dosta celina od kojih je jedna i TV kuća. Generalno gledano svrha sajta je u potpunosti zadovoljena, a to je pružanje informacija posetiocima, prvenstveno vesti, servisnih informacija, kulturno-umetničkih sadržaja, zabavnih sadržaja...

Za pohvalu je svakodnevno ažuriranje tolike količine informacija, što čini tim od 27 ljudi, što govori da B92 ulaže veliku količinu sredstava u održavanje prezentacije. Takođe se trude da brendiraju svoj sajt putem neprekidnog oglašavanja na svojoj TV kući i na drugim Web prezentacijama.

Jako je čudno da celokupna prezentacija nema meta-tagove koji koriste pauci kod pretraživača, ali i pored toga na standardne upite i Google i Yahoo izbacuju prezentaciju B92 na prvo mesto. To se može zahvaliti jedino velikom broju linkova koji vode na tu prezentaciju.

Celokupna prezentacija je napravljena u PHP-u uz korišćenje CSS-a, Flash-a i JavaScript-a. Takođe imaju i WAP portal i korisnicima mobilne telefonije omogućeno da posećuju njihov sajt. Pored toga imaju i stranice namenjene PalmOS korisnicima, a takođe je tu i RSS (Really Simple Syndication) pisana u XML-u. Sve ovo govori o kompleksnosti prezentacije i ozbiljnom pristupu Web tima. Kada se to poveže sa brojem tema, sadržajem, modernim dizajnom i velikim brojem stranica prevedenim na engleski jezik, dobija se kompletna prezentacija koja može da parira velikim svetskim medijskim kućama.

Primetna je izuzetna komercijalnost ovog sajta što se ogleda u papreno visokim cenama banera. Uz to postoji i prodaja putem Interneta koja je trenutno u fazi rekonstrukcije. Vidi se i velika interaktivnost sa čitaocima kroz forum i komentare čitaoca koje je moguće postaviti na sajtu. Obilje servisnih informacija različite vrste kao i njihovo redovno ažuriranje navodi posetioca da ovaj sajt smatra centralnim izvorom informacija. Ukratko rečeno – sajt koji vredi imati u bookmark-u.

## 5.5 Banat – [www.tvbanat.com](http://www.tvbanat.com)

Televizija „Banat“ je regionalna televizija opšteg tipa, čiji se program emituje na 25. kanalu UHF područja, od 9. oktobra 1998. godine. Teritorijalna pokrivenost signala je u regionu čije okosnice čine Beograd, Zrenjanin, Smederevska Palanka i Temišvar. U planu je i povećanje gledanosti na još široj teritoriji putem mreže kablovske televizije. Program Televizije „Banat“ je definisan informativno-zabavnim sadržajima, kontakt programima, aktuelnim sportskim događajima i brojnim zabavnim sadržajima. Televizija "Banat" ima oko 140 sati mesečne sopstvene produkcije, što je oko 5 sati dnevno.

Tipičan primer potpuno promašene svrhe prezentacije. Ovaj sajt koji nije ažuriran od 2002. godine je ustvari samo dokaz o postojanju dotične TV kuće bez ikakvih vesti, pa čak ni

TV programa. Nešto malo servisnih informacija o autobuskom i železničkom redu vožnje u Višću ne popravlja utisak jer su te informacije po svemu sudeći zastarele.

O usklađenosti sa pretraživačima i postojanju meta-tagova je izlišno i govoriti. Sajt je pravljn u HTML-u, a stranice su opterećene minijaturnim kodom koji je trebao da bude ustvari u CSS fajlu. Takođe postoji i minijaturan JavaScript za koji ne shvatam funkciju. Linkovi u donjem horizontalnom meniju nisu uopšte funkcionalni. Da se ne bi duže zadržavala na opisu ovog loše dizajniranog i besmislenog sajta, mogu da kažem da je jedna poseta više nego dovoljna.

## 5.6 BK Televizija – [www.bk.tv](http://www.bk.tv)

BK televizija je počela sa radom 05. decembra 1994. godine u okviru BK grupe. Osnova je porodični program i pružaju kako informativni tako i dokumentarni, kulturni, sportski i filmsko serijski program. Signalom pokrivaju veliki deo zemlje a putem satelita Hot bird 3 i teritoriju cele Evrope, severne Afrike, Azije, severne Amerike i Australije.

Ova izuzetno loše urađena prezentacija sa vrlo zvučnim imenom obiluje pretežno vestima do kojih je malo teže doći zbog loše urađenog linkovanja kao i pogrešnim mail adresama (mailovi su mi se stalno vraćali). Zanimljivo je i to da linkovi u glavno meniju ponekad i rade, ali ja sam bila svedok toga samo jedan jedini put (nekim čudom). Kada posetilac nekako uspe da shvati koncepciju i funkcionalnost linkovanja, može da nađe izuzetno bogat sadržaj vesti, pa i arhivu klasifikovanu po danima. Takođe, tu je i TV program i opis emisija koje se emituju. Za pohvalu je to što imaju video stream, ali je to video stream njihovog satelitskog programa koji je različit od programa koji se emituje zemaljskim putem. U tu svrhu su oni razvili i svoj player. Iako dobro skriveni od čitalaca i na potpuno nerazumljivim mestima postoji i kontakti čitalaca kao i veoma opisan marketing kontakt. Postoji nešto malo linkova, ali su oni kompletno usmereni na BK grupaciju. Jako je čudno to da televizija koja pokriva skoro sve kontinente i pretenduje da stekne status internacionalne, nema nikakav sadržaj svoje Internet prezentacije na nekom svetskom jeziku. Interesantno je i to da postoji stranica na kojoj su predstavljena izdanja ove TV kuće koja su za prodaju, ali je zanimljivo to da se ne mogu kupiti direktno, on-line kupovinom, već tu stoji link koji upućuje čitaoca na drugi sajt gde se kupovina može obaviti. Važno je pomenuti da prezentacija sadrži vrlo dobro urađen, napredan pretraživač.

Prezentacija je pravljena u PHP-u uz standardno korišćenje CSS-a i JavaScripta. Nijedna strana nema urađene meta-tagove, ali na standardne upite i Yahoo i Google rangiraju njihov sajt na prvo mesto. Ceo sajt je urađen u ćirilici.

Smatram da je sadržaj zanimljiv međutim dizajnerski je potpuni promašaj. Osim što su neki linkovi nefunkcionalni, oni su takođe i postavljeni na vrlo nelogična mesta što stvara konfuziju. Dodatna konfuzija je u tome što satelitski program ima svoju ne zavisnu Internet prezentaciju (takođe na srpskom), koja sem TV programa nema nikakav sadržaj. Velika je konfuzija i nepovezanost između ta dva sajta. U suštini, da mi nije bio zadatak da detaljno pregledam ovaj sajt (sajtove ?!?!), ne bih se dugo zadržavala niti došla do bilo kakvog sadržaja, jer glavni linkovi nisu u funkciji, pa bih pretpostavila da je prezentacija nefunkcionalna. Ipak, uz nešto malo truda, boljeg dizajna, dodatnih sadržaja i pažljivije kontrole ovaj sajt može postati veoma privlačan.

Moram da primetim i to da sajt nije prilagođen svim tipovima browser-a pa je izgled prezentacije posmatran iz Internet Explorera mnogo drugačiji nego u Mozili koja je na mom računaru default browser.

## 5.7 Galaksija 32 – [www.tvgalaksija32.co.yu](http://www.tvgalaksija32.co.yu)

Prva privatna TV stanica na ovim prostorima, osnovana 1992. godine. Program se emituje na 34 kanalu UHF područja i trenutna pokrivenost televizijskim signalom obuhvata gradove Čačak, Gornji Milanovac, Kraljevo, Vrnjačka Banja, Trstenik, Lučani, Guča, Arilje, kao i deo područja Ivanjice, Požege i Kosjerića. TV Galaksija 32 je komercijalna televizija koja se finansira isključivo od reklama i prodaje vremena proizvodeći sopstveni program koji se svakodnevno emituje u vremenu od 08:30h do 03:00h.

Izgleda da je svrha postojanja ovog sajta TV program za koji čak i ne zna kada je poslednji put ažuriran. Osim toga, tu su i standardne informacije o adresi, brojevima telefona i e-mail-ovima.

Nakon dinamičnog i lepog početka prezentacije koji je urađen u Flash-u kao animirani intro, sledi neprijatno razočarenje. Prezentacija je rađena u HTML-u uz korišćenje JavaScript-a da bi se dobio „dinamičan“ meni. Ostale tehnike i mogućnosti nisu korišćene.

Uz pomalo zastareo dizajn i sadržaj koji je sam po sebi besmislen, stiče se utisak o velikoj ne profesionalnosti.

## 5.8 Happy TV – [www.happytv.tv](http://www.happytv.tv)

TV stanica namenjena deci koja je osnovana 2002. godine.

Pomalo je teško definisati cilj i svrhu ove prezentacije. Po dizajnu bi se stekao utisak da je namenjena deci, ali sadržajno nema dodirnih tačaka sa decom. Poredeći ovu prezentaciju sa npr. prezentacijom Cartoon Network-a, ostaje se bez teksta. Postavlja se pitanje da li decu interesuje istorijat ove TV kuće, mapa pokrivenosti ili marketing kontakt koji su istaknuti u prvi plan. Jedino što bi decu realno moglo da zainteresuje je TV program koji je čak i zanemaren. Prezentacija se redovno ažurira TV programom kao jednim korisnim informacijama.

Dizajnerski, prezentacija je biser. Početna stranica nema nikakvu naznaku gde se nalazimo već ima link ka engleskom i srpskom jeziku. Link ka srpskoj verziji i nije uvek funkcionalan, ali treba biti uporan pa će u nekom od narednih dana i biti. Ulaskom na srpsku verziju se otvara novi window, ograničen na 820\*600 piksela, dok prozor sa indeksnom stranom još uvek ostaje uključen. To stvara izuzetno zbunjujuću situaciju koja se kasnije nastavlja kroz konfuzan sadržaj.

Izrađena je u HTML-u, sa menijem urađenim u Flash-u i sa JavaScript-om. Indeksna strana čak poseduje meta-tagove sa „description“ i „keywords“ koji bi trebalo da podignu rejting sajta što se ne dešava jer klasični upiti ne daju nikakav rezultat. Izuzetak je bio upit na „happytv“ gde je Google rangirao sajt na drugo mesto, ali je opis dat na engleskom jeziku. Potpuno bez smisla jer bi sajt trebao ipak biti namenjen deci u Srbiji za koju ne verujem da još uvek znaju engleski jezik. Kratko rečeno, smatram da je svrha sajta pomalo promašena.

## 5.9 K-54 – [www.k-54.co.yu](http://www.k-54.co.yu)

Televizija K54 sa sedištem u Somboru je počela sa radom 1994. godine.

Svrha i ove prezentacije je TV program, kontakti, marketing kontakt i dokaz o postojanju. Najveći domet je postojanje mailing liste na koju TV kuća šalje vesti o programskoj šemi. Doduše, nisam proveravala da li je stvarno i funkcionalna a na sajtu se ne može videti kada je prezentacija poslednji put ažurirana.

Simpatičan, ali skroman dizajn je urađen u HTML-u sa menijem napravljenim u JavaScriptu. Tu su i granice ovog sajta. Klasičan domaći zadatak za nekog početnika Sombor.info informatičke kuće koja im je napravila ovu prezentaciju koju Google i Yahoo sa različitim upitima dosta promenljivo rangiraju.

### **5.10 Kanal D – [www.tvkanald.co.yu](http://www.tvkanald.co.yu)**

Kanal D je televizija osnovana aprila 2002. godine. Program Kanala D emituje se na 9 VHF, 44 i 55 UHF kanalu za šire područje Beograda i na 47 UHF kanalu za područje Vojvodine, a namenjen je najmlađima, osnovcima ali i tinejdžerima.

Osnivači imaju nameru da proizvodnjom sopstvenog i emitovanjem kupljenog programa, kroz kulturno-obrazovne, zabavne, sportske emisije, popularne strane serije, igrane i crtane filmove i slične programe, informiše, zabavi i pouči mlade. Kanal D je samostalan, živi od svojih projekata, i deo je poslovnog sistema Kreditnog Instituta Strujini iz Beča.

Prezentacija ove TV kuće se po svom besmislenom dizajnu i nelogičnosti može takmičiti sa prezentacijom Happy TV. Sadržaj sajta uopšte nije prilagođen deci kao ciljnoj grupi a ni stranica sa TV programom nije funkcionalna. Dizajnerski promašaj je pravljen u HTML-u uz korišćenje JavaScripta kojim je napravljen horizontalni meni. Zanimljivo je da na svim stranicama postoje meta-tagovi za „description“ i „keywords“ ali oni ustvari opisuju Turističku organizaciju opštine Gornji Milanovac, pa se postavlja pitanje šta je dizajner uopšte radio. Opštu konfuziju nadopunjuju i drečave boje su toliko napadne da je zamorno duže posmatrati u ekran.

### **5.11 Košava – [www.kosava.co.yu](http://www.kosava.co.yu)**

TV Košava je najmlađi član Kanal1 Media Group sa potencijalom da osvoji simpatije različitih struktura društva sa svoji informativnim i zabavnim sadržajem.

Prezentacija ove TV kuće predstavlja prošireni TV program sa dodatnim komercijalnim sadržajima. Osim nekoliko banera ne razlikuje se mnogo od većine prosečnih satova ostalih TV kuća, ali posmatrajući programsku šemu TV Košave zaključujemo da pošto se ona uglavnom i ne bavi informativnim programom, možemo reći da je svrha sajta uglavnom ispunjena. Uopšteno gledano, stiče se utisak da je prezentacija napravljena uglavnom iz komercijalnih pobuda, što se ogleda kroz SMS oglase, prodaju melodija i animacija za mobilne telefone, Internet shop, reklamiranje produkcije TV kuće itd.

Moderan i lep dizajn je ostvaren u ASP-u uz korišćenje JavaScript-a i CSS-a. Svaka stranica poseduje obimno urađene meta-tagove što rangira ovaj sajt uvek na prvo mesto pri standardnom upitu.

Treba istaći da je kompletan sajt preveden ma engleski jezik, a ima i guestbook gde posetioци mogu ostaviti svoje komentare. Može se izdvojiti još samo anketa kojom se ostvaruju neka interaktivnost sa posetiocima. U suštini prezentacija nije naročito ostvarenje jer je uglavnom posvećena komercijalizaciji TV Košave.

### **5.12 Kragujevac – [www.rtk.co.yu](http://www.rtk.co.yu)**

Podataka o osnivanju, vlasničkim odnosima i koncepciji ove TV kuće nema na sajtu jer je sajt još uvek u izgradnji. Ova pomalo konfuzna i haotična prezentacija ustvari ima neki cilj tj. informisanje građana Kragujevca. Na njoj se mogu naći aktuelne i servisne vesti. Uz

TV program i opis autorskih emisija, kao i standardne kontakte, ova prezentacija ima zaokruženu celinu.

Pisana je u HTML-u i može se primetiti korišćenje meta-tagova međutim oni ne pomažu da se pri pretraživanju ova prezentacija rangira među prvih deset. Korišćen je i VBscript, međutim pokušaj korišćenja JavaScript-a je ispao totalni promašaj pa se na svakoj strani pojavljuje deo JS koda koji kviri estetiku celokupne prezentacije. Takođe gomila linkova i tekstova treperi što zna da iritira posetioca, ali mi nije jasno da li je to učinjeno sa namerom ili je upitanju greška.

Kako sadržajno ova prezentacija i ima nekog smisla tako dizajnerski predstavlja veliki neuspeh. Najveća mana je popuno nelogično linkovanje i izrada menija, tako da posetilac ne zna kako da se vrati na „home page“. Postoji nelogičan raspored linkova i stranice su previše dugačke jer je prezentacija prilagođena rezoluciji 800\*600. Takođe zastareo dizajn i loš izbor boja otežavaju snalaženje. Generalno gledano ovoj prezentaciji je najviše potreban mnogo bolji dizajn čime bi ona dobila i na većem značaju.

### **5.13 Nišava – <http://rtvnisava.com/>**

U cilju ispunjenja zahteva i potreba romske zajednice, eksperimentalno emitovanje TV programa je počelo u aprilu 2001. godine i time "NIŠAVA" postaje prva romska RTV stanica u Evropi. Od juna 2002. godine, televizijskim signalom se pokrivaju Nišavski, Jablanički i Toplički okrug, i time "NIŠAVA" postaje treća regionalna RTV stanica u jugoistočnoj Srbiji. Zastupljenost romskog jezika u TV programu je oko 25%, u najvećem delu informativnog i zabavnog, dok se edukativne emisije uglavnom snimaju na srpskom jeziku.

Ovo je lep primer kako TV stanica može imati funkcionalan i smislen sajt. Obzirom da je ovaj sajt namenjen prvenstveno maloj populaciji Roma, svrha postojanja ovog sata je i vise nego ispunjena. Iako ne bas redovno ažuriran sajt ima vesti o dešavanjima u romskoj populaciji, programsku šemu i kontakte čime je te TV kuće zaokruženo.

Vidi se da je prezentacija profesionalno urađena, modernog dizajna i prilagođena pretraživačima putem meta-tagova. Međutim na standardan upit samo Yahoo visoko rangira ovaj sajt dok ga Google zanemaruje, što govori da prezentacija po svemu sudeći nije registrovana kod Google-a. Pisana je u PHP uz korišćenje CSS-a, Java Script-a i Flash-a. Time je dobijen dinamičan i vrlo privlačan izgled.

Iako je sadržaj meni potpuno ne zanimljiv smatram da ima svoju ciljnu grupu čime je svrha postojanja ispunjena. Dizajnerski, korišćene su različite tehnike kao npr. mailing lista, Java chat, slanje TV program na e-mail, download muzičkog hita dana kao i drugih da bi se ostvarila interaktivnost sa posetiocem. Vredno je napomenuti da je celokupan sajt urađen na tri jezika- srpskom, engleskom i naravno romskom. Još kao pohvalu mogu reći da su jedna od retkih TV kuća koja mi uzvratila na mail i to u roku od 2 dana, doduše moram i spomenuti njihovo neprofesionalno ponašanje, jer mail nije sadržao tražene odgovore. I pored toga smatram ovaj sajt jednim od solidnih na domaćem prostoru.

### **5.14 Pink – [www.rtvpink.com](http://www.rtvpink.com)**

Televizija Pink je vodeća televizijska stanica na području Srbije. U konkurenciji državne televizije i par privatnih TV stanica, nekoliko godina za redom je u svim istraživanjima najgledanija televizija. Po sadržaju je kulturno-zabavnog karaktera sa jakim filmskim, muzičkim, informativnim i sportskim programom. Pokrivenost na teritoriji Srbije je oko 90 %.

Postavlja se pitanje – šta je svrha sajta najgledanije televizije u Srbiji? Po svemu sudeći oni smatraju da je to predstavljanje istorije te TV kuće kao i TV program. Iako oni žele da budu medijska kuća sa jakim informativnim programom uz zabavne i obrazovni program, sa njihove Internet prezentacije se to ne može zaključiti jer svih tih sadržaja nema. Time je, po mom mišljenju, ova prezentacija u rangu prosečnih lokanih televizijskih prezentacija u Srbiji.

Iako reklamiran i sa zvučnim imenom, ovaj sajt je ispod kriterijuma dobre Web prezentacije. Vidi se da je Web tim (koji me nije udostojio odgovora na moj mail) koristio dosta CSS-a i JavaScript-ova da bi u kombinaciji sa PHP-om prezentaciji udahnuli dinamičnu izgled. Pored toga implementiran je i Java Chat čime je ostvarena veća interaktivnost sa posetiocima. Međutim prezentacija nije usklađena sa Mozilom, pa dolazi do grešaka pri prikazivanju stranica. Iako meta-tagovi ne postoje, pretraživači na standardne upite rangiraju ovu prezentaciju na prvo mesto.

Dizajnerski, sajt je prihvatljiv, međutim sadržajno predstavlja samohvaljenje ove TV kuće i njenih ostalih TV kompanija. Osim TV programa se ne mogu naći neke druge korisne informacije. Uz sve što je ranije navedeno, treba pomenuti i postojanje foruma, stranica na engleskom jeziku kao i WAP prezentacije međutim to ne podiže značajno kvalitet sajta. Mogu samo da rezimiram – vrlo prosečna Internet prezentacija.

## **5.15 Politika – [www.rtvpolitika.co.yu](http://www.rtvpolitika.co.yu)**

RTV Politika je medij na prvom mestu informativnog karaktera, sa dokumentarnim, edukativnim, kulturnim, zabavnim i sportskim sadržajem. Televizija Politika je osnovana 28. juna 1990. godine.

Internet prezentacija TV politike je po svemu sudeći u trenutku pisanja ovog rada bila u fazi rekonstrukcije. Informativni sadržaj koji je u suštini obilan je dosta zastareo. TV program i opisi emisija uopšte ne postoje. Sadržajno, prema postojećem meniju, može se zaključiti da je prezentacija zamišljena kao sveobuhvatna uz korišćenje naprednih Web tehnika. Na žalost, sve to nije realizovano već je ceo projekt negde stao.

Sajt je pisan u ASP-u. Pokušano je stvaranje dinamičnog HTML-a, međutim, smatram da je to nestručno urađeno jer je CSS kod ubačen u sam HTML kod, umesto da bude sadržan u zasebnom fajlu. Time su stranice dodatno opterećene. Korišćenje JavaScripta je vrlo ograničeno. Takođe ni meta-tagovi ne postoje pa se prezentacija pri klasičnim upitima ne pojavljuje uvek među prvih deset.

Takođe, od video klipova, postoji samo link ka jednom koji je moguće gledati u RealMedia Player-u, ali pošto je u pitanju video snimak samo jedne TV emisije, smatram da video sadržaj uopšte nije zastupljen. U okviru prezentacije je predviđena arhiva audio i video vesti, međutim, još uvek nije realizovana. Audio i video stream ne postoje. Kontakt čitalaca i marketing kontakt su objedinjeni i vrlo loše organizovani. Fotografije postoje u okviru arhive, međutim ne postoje fotografije skorijeg datuma. Jedina naprednija opcija na sajtu je pretraživač u okviru sajta. Od servisnih informacija je moguće jedino naći vremensku prognozu.

Smatram da ova tvorac ove prezentacije u suštini ima dobru ideju ali da je nije dovršio. Dizajnerski se odlikuje jednostavnošću ali layer-i nisu dobro podešeni pa prezentacija „šeta“. Uz malo truda i ubacivanje naprednih tehnika i dodatnih sadržaja i uz rešenje blage konfuzije u meni-ju ova prezentacija bi mogla da dostigne zadovoljavajući nivo. Čudno je kako prva i najveća medijska kuća na Balkanu (kako sami kažu) ne ulaže sredstava u svoj razvoj.



## 5.16 Prima – [www.rtvprima.com](http://www.rtvprima.com)

TV PRIMA emituje svoj program od 15. maja 1997. godine na teritoriji Bajine Bašte.

Na prvi pogled, ova prezentacija je simpatičan sajt namenjen stanovnicima Bajine Bašte uz obilje lokalnih i servisnih vesti kao i mnoštvo kulturno umetničkih i zabavnih sadržaja. Time je svrha ovog sajta zaokružena.

Međutim, na drugi pogled, vidi se da je osim bogato osmišljenog menija, prezentacija u sustini nefunkcionalna jer nije ažurirana skoro pola godine, a i većina stranica je prazna. Takođe, vidi se da TV program i ne postoji. Sve to utiče da je ova prezentacija posle početnog interesovanja izazvala razočaranje. To se nastavilo analizom HTML koda, kada sam videla da je JavaScript sasvim neprofesionalno upotrebljen a CSS-vi i ne postoje. Od meta-tagova nema ni traga što pri pretraživanju Web-a, Yahoo ovaj sajt rangira ispod petog mesta pri standardnim upitima dok ga Google uopšte i ne nalazi među prvih deset.

Pomalo zastareo dizajn samo pojačava utisak nedovršenosti sajta. Iako je prema meniju predviđeno dosta sadržaja, od „naprednijih“ usluga funkcioniše jedino forum dok sve ostale ne rade. Opšte rečeno, dobra ideja sa odlično osmišljenim sadržajima, planirana kao interaktivna prezentacija sa komercijalnim duhom, ali na žalost ne realizovana.

## 5.17 Radio televizija Srbije – [www.rts.co.yu](http://www.rts.co.yu)

RTS je dobro znana domaća nacionalna televizija koja je doživela mnoge uspone i padove tokom svog postojanja. Kao institucija od opšteg društvenog značaja RTS ima informativnu, edukativnu, kulturološku i zabavnu misiju.

Internet prezentacija ove TV kuće pokriva četiri TV programa i šest radio programa. To u suštini govori o bogatstvu sadržaja prezentacije. Osim najrazličitijih vesti, programske šeme i servisnih informacija u tekstualnom obliku koje možemo pretraživati po arhivi, možemo koristiti audio stream, video stream, pregledati video klipove prošlih emisija, učestvovati u anketama ili forumima, ili prosto tražiti slanje vesti na e-mail. Na sajtu se mogu naći i lepo urađeni kontakti čitalaca i marketing kontakt. Iako postoji pretraživač, on nije napredan i ne omogućava pretraživanje sa određenim uslovima a ovako bogata prezentacija ipak zahteva napredan pretraživač. Takođe, iako linkovi postoje, oni vode ka drugim kompanijama koje su u okviru RTS-a. Prezentaciji najčešće nedostaju fotografije čime bi vest bila kompletnija kao i komentari čitalaca čime bi se stekla interaktivnost. Možda izgleda čudno, ali ovoj prezentaciji uopšte ne fale baneri i podrška za neki svetski jezik zato što smatram da nacionalna televizija državnog tipa ne treba čitaoce da usmerava na druge izvore informacija.

Ceo sajt je napisan putem ASP-a, uz obilno korišćenje CSS-a i JavaScript-a i mestimični korišćenje Flash-a čime je ostvarena u ovom slučaju puna dinamičnost. Takođe, vredno je napomenuti i WAP prezentaciju, kao i RSS pisane u XML-u. Iako meta-tagovi nisu pisani, pretraživači RTS uvek ran giraju na prvom mestu.

Sadržajno prezentacija je izvrsna i pokriva veliki broj tema. Koriste se različite tehnike plasiranja informacija i to prosto vezuje posetioca za sajt. Međutim, glavnu manu predstavlja relativno loš dizajn i prilagođenost rezoluciji 800X600 što kviri opšti utisak o prezentaciji. Generalno sajt naše nacionalne televizije je izuzetno dobar, sem dizajnerskog momenta. Pravi primer dobre prezentacije koja se trudi da održi kontakt sa posetiocima.

### **5.18 SOS Kanal – [www.soskanal.net](http://www.soskanal.net)**

SOS kanal je prva Srpska TV kuća koja je posvećena samo sportu i sportskim informacijama. Počela je da radi kao TV kuća bez svoje frekvencije, sa zakupljenim terminima na drugim TV stanicama. Posle više godina truda su dobili svoju frekvenciju i od tada imaju stalnu ekspanziju. Svojim signalom pokrivaju teritoriju Beograda i Vojvodine.

Pregledanje sadržaja Internet prezentacije ove TV kuće je izuzetno zanimljivo. Aktuelne vesti su predstavljene u obliku telopa (marquee) dok su zastarele vesti arhivirane po mesecima. Moguće je i pretraživanje vesti unutar prezentacije pomoću implementiranog pretraživača. Detaljno je dat sadržaj TV programa kao i emisija koje su aktuelne. Osim lepo definisanog kontakta čitalaca i marketing kontakta, na prezentaciji se nalaze i forum, anketa, uputstvo za nagradnu igru i linkovi čime se posetiocu sajta pružaju dodatni sadržaji koji čine sajt boljim i zanimljivijim. Okosnicu sajta čini i veliki broj banera što ukazuje na komercijalnost ove Internet prezentacije. Sadržajno, za ljude koji vole sport, ova prezentacija je pravi pogodak.

Sajt je pisan u PHP-u uz korišćenje JavaScript-a i Flash-a. CSS-a je dosta skromno iskorišćen što me je i pomalo začudilo, ali izgleda da je Web programer slab u toj oblasti. Međutim, na ovom sajtu se može videti vrlo bogato korišćenje meta-tagova ali pri standardnom pretraživanju sajt nije uvek rangiran među prvima. Na žalost to je zbog toga što je slabo linkovan od strane drugih prezentacija.

Uz par dodatnih opcija kao što su audio i video stream ili komentari čitalaca, kao i obogaćivanje sportskih vesti (sporta nikad dosta!!!!) ova Internet prezentacija bi bila kompletna sa stanovišta potreba regionalne TV kuće. Međutim, čak i ovako, smatram da prezentacija zadovoljava sve potrebe posetilaca kojima su neophodne aktuelne sportske informacije. Moram da pohvalim i Web tim koji mi je za manje od 24 h dao vrlo sadržajan i kompletan odgovor na moja pitanja upućena mailom. To samo govori o profesionalnosti te TV kuće i nadam se da će biti sve bolja i bolja.

### **5.19 Super – [www.tvsubotica.co.yu](http://www.tvsubotica.co.yu)**

Ova TV kuća je počela sa radom decembra 2004. godine. Žanrovski je orijentisana kao televizija opšteg tipa, uređivački samostalna. Pokriva teritoriju cele Vojvodine i Beograda. Nudi program od informativnih i političkih emisija, preko emisija iz kulture i sporta, do zabavnog i muzičkog programa. Pored vesti na srpskom i mađarskom jeziku, filmova i serija, okosnicu programa čine autorske emisije.

I opet prezentacija čije je jedina svrha da dokaže postojanje neke TV kuće, uz nezaobilazne kontakte, istoriju nastanka iste i marketing cenovnik. Takođe kao i kod ostalih, ne moguće je odrediti poslednji dan ažuriranja.

Sajt je pisan u HTML-u uz vrlo obilno korišćenje CSS-a i JavaScript-a. Doduše sadržaj i nije baš dinamičan, iako je sve to upakovano u pristojan i moderan dizajn. Čak su upotrebljeni i meta-tagovi ali pri standardnim upitima, zbog specifičnog imena (super TV), pretraživači ili ne rangiraju ovaj sajt ili ga izbacuju među prvih deset.

Iako dizajnerski prihvatljivo, sadržajno ova prezentacija predstavlja promašaj tako da se neću više zadržavati na njenom predstavljanju.

### **5.20 TV 5 – [www.tv5-ue.co.yu](http://www.tv5-ue.co.yu)**

TV5 je privatna nezavisna medijska kuća iz Užica. Koja postoji od jula 1994. Danas TV5 pokriva teritoriju sa oko 320.000 potencijalnih gledalaca. TV5 Užice je ima za informativni, obrazovni, kulturno-umjetnički i zabavni program.

Ova dizajnerski zanimljiva prezentacija namenjena stanovnicima Užica je još uvek u fazi izrade ali se na osnovu postojećeg menija mogu izvući neki zaključci. Vidi se postojanje prošlonedeljnih vesti i nekih informacija o nastanku i razvoju te TV kuće, kao i kontakta ali ono što je čudno ne postoji TV program.

Prezentacija je pravljena u HTML-u uz ne profesionalno korišćenje CSS-a i JavaScript-a čime je kod stranice nepotrebno opterećen. Takođe je korišćen i Flash čime je prezentacija dodatno dobila na dinamičnosti. Meta-tagovi nisu korišćeni pa prezentacija nije rangirana među prvih 10 pri bilo kakvom standardnom upitu.

Sve u svemu, iako je dizajnerski veoma zanimljiva i moderna sadržajno ova prezentacija ne pobuđuje veliku pažnju.

### **5.21 Zaječar – [www.rtz.co.yu](http://www.rtz.co.yu)**

Podataka o osnivanju, vlasničkim odnosima i koncepciji ove TV kuće nema na sajtu jer je sajt još uvek u izgradnji.

Prezentacija ove lokalne TV kuće je usmerene ka stanovnicima Zaječara ali osim uobičajenog TV programa i kontakta, na prezentaciji se mogu naći vrlo kratke i skromne vesti o dešavanjima u lokalnoj sredini. Primetan je nedostatak servisnih informacija koje bi eventualno mogle da podignu rang ove prezentacije na nivo prosečne. Takođe, na osnovu ne funkcionalnosti pojedinih stranica mogu samo da zaključim da je prezentacija možda još uvek u fazi izrade.

Iako je PHP kod dopunjen neprofesionalnim korišćenjem CSS- a i JavaScript-a, nije postignut efekat dinamičnosti. Ali i pored toga vidi se redovno ažuriranje stranice a i dizajn je prihvatljiv. Meta-tagovi koji su napravljeni daju polovične rezultate jer pretraživači na standardne upite daju promenljiv rezultate.

Opšte rečeno, ovo je jedna ispod proseka prezentacija sa natprosečnim dizajnom. Da ne postoji nešto malo vesti iz lokalni sredine moglo bi se postaviti pitanje svrhe postojanja ove prezentacije.

## 6. TABELARNI PRIKAZ

Zbog lakše preglednosti sadržaja, tehnologije izrade i elemenata na Internet prezentaciji izvršila sam tabelarni prikaz tih činilaca za sve Internet prezentacije odabranih TV kuća.

### 6.1 Tabelarni prikaz sadržaja

	Sadržaj u TV programu										Sadržaj na Internet prezentaciji												
	Informativni	Filmski	Sportski	Zabavni	Muzički	Dečji	O kulturi	Obrazovni	Naučni	Za odrasle	Dokumentarni	Informativni	Filmski	Sportski	Zabavni	Muzički	Dečji	O kulturi	Obrazovni	Naučni	Za odrasle	Dokumentarni	
Apolo	X		X	X			X				X												
Art TV		X			X		X				X												
B92	X	X	X								X	X	X	X	X		X	X					X
Banat	X		X	X																			
BK Televizija	X	X	X	X							X	X											
Galaksija 32	X			X	X	X																	
Happy TV						X		X															
K-54	X																						
Kanal D						X		X															
Košava	X			X	X					X													
Kragujevac	X		X	X							X												
Nišava	X			X	X						X												
Pink	X	X		X	X																		
Politika	X	X		X	X						X	X					X						
Prima	X			X	X		X				X												
RTS	X		X				X	X			X	X	X	X		X	X	X			X		X
SOS Kanal	X		X										X										
Super	X		X	X			X																
TV 5	X			X			X	X			X												
Zaječar	X	X		X	X						X												

Slika 1. Tabelarni prikaz sadržaja u TV programu i na Internet prezentaciji

U gornjoj tabeli dala sam tabelarni prikaz sadržaja u TV programu i na Internet prezentaciji odabranih TV kuća. Pri opisu sadržaja TV programa sam kao smernicu uzimala tekstove koje su te TV kuće same o sebi napisale na svojim prezentacijama a ograničila sam izbor na najviše četiri sadržaja koji najviše karakterišu rad te TV kuće.

Iz table se vidi velika razlika između tematskih sadržaja na TV programu i na sajtu, kod skoro svih prezentacija. Najčešće je na prezentaciji zastupljen siromašan ili nikakav informativni sadržaj što govori da te prezentacije nemaju smisao. Svega nekoliko TV kuća teži obogaćivanju sadržaja svojih prezentacija ali su ti pokušaju dosta slabi. Tako npr. BK TV ima bogat informativni i sportski sadržaj ali je ograničena samo na to, dok npr. TV Politika

ima osmišljen mnogo bogatiji sadržaj ali prezentacija nije ažurirana pa samim je tim i ne korisna. Kao jedina dva svetla primera imamo prezentacije B92 i RTS-a koje su sadržajno izuzetno bogate i redovno ažurirane što ih čini veoma posećenim. Time su te dve prezentacije, po mom kriterijumu, jedine ispunile svoju svrhu.

## 6.2 Tabelarni prikaz tehnologija izrade

	Tehnologije izrade prezentacija								
	HTML	PHP	ASP	CGI	CSS	JAVA	JavaScript	Flash	XML
Apolo	X				X		X		
Art TV	X			X	X				
B92		X			X		X	X	X
Banat	X								
BK Televizija		X			X		X		
Galaksija 32	X						X	X	
Happy TV	X						X	X	
K-54	X						X		
Kanal D	X						X		
Košava			X		X		X		
Kragujevac	X						X		
Nišava		X			X	X	X	X	
Pink		X			X	X	X		
Politika			X		X		X		
Prima	X						X		
RTS			X		X		X	X	X
SOS Kanal		X					X	X	
Super	X				X		X		
TV 5	X				X		X		
Zaječar		X			X		X		

Slika 2. Tabelarni prikaz tehnologija izrade Internet prezentacija

U ovoj tabeli sam dala prikaz upotrebljenih tehnologija pri izradi prezentacija odabranih TV kuća. Normalno, lista tehnologija i programskih jezika je mnogo veća, ali ja sam u tabelu stavila samo one koje su upotrebljavane pri izradi prezentacija koje sam analizirala. Do podataka o tehnici izrade sam došla pregledajući source kod pošto nisam dobila nikakav odgovor (osim jednog časnog izuzetka) na moja pitanja upućena Web masterima dotičnih prezentacija. Kroz saznanje o upotrebljenim tehnologijama, kao i načinu kako se one upotrebljavaju, može se izvući zaključak o stručnosti Web tima koji izrađuje i ažurira prezentaciju. Samim tim se može proceniti i količina sredstava koju TV kuća odvaja za razvoj svoje Internet prezentacije a samim tim i želja da se ostvari neki ozbiljniji prodor na polju novih medija i novih načina komunikacije.

Iz tabele se može videti da su prezentacije obično pisane u HTML-u sa upotrebom JavaScript-a i CSS-a u želji da se prezentaciji doda dinamičan efekat. Na žalost, kako sam videla, korišćenje CSS-a i JavaScript-a je najčešće dosta ne profesionalno čime je HTML kod nepotrebno opterećen. Ostale tehnologije su najčešće zanemarene i iz tog se da zaključiti da TV kuće ne upošljavaju stručne Web timove koji iziskuju dosta novca. I opet, dva svetla primera su prezentacije B92 i RTS-a koji su pravljani u PHP-u i ASP-u, respektivno, veliko uz korišćenje CSS-a i JavaScript-a, kao i XML-a da bi dobili RSS prezentaciju.

### 6.3 Tabelarni prikaz elemenata Internet prezentacija

	Elementi Internet prezentacija																		
	Vesti	Servisne informacije	Arhiva	Fotografije	Audio stream	Video stream	Video klipovi	Nagradne igre	Forumi	Ankete	Komentari	Pretraživač sajta	Baneri	On-line kupovina	Kontakt	Marketing kontakt	Slanje vesti na e-mail	Linkovi	Drugi jezik
Apolo	X	X	X									X			X	X			
Art TV															X	X		X	X
B92	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Banat		X													X	X			
BK Televizija	X		X			X						X			X	X	X	X	
Galaksija 32															X	X			
Happy TV															X	X			X
K-54															X	X	X		
Kanal D															X	X		X	
Košava						X			X	X		X			X	X			
Kragujevac	X	X													X	X		X	
Nišava	X		X			X						X	X		X	X	X	X	X
Pink		X						X							X	X			X
Politika	X		X	X								X			X	X			
Prima	X	X						X				X			X	X		X	
RTS	X	X		X	X	X		X	X		X				X	X	X	X	
SOS Kanal	X		X				X	X	X		X	X			X	X		X	
Super												X			X	X		X	
TV 5	X														X	X			
Zaječar	X														X	X			

Slika 3. Tabelarni prikaz elemenata Internet prezentacija

U poslednjoj tabeli sam dala prikaz najčešćih elemenata koje se pojavljuju na Internet prezentacijama odabranih TV kuća. Oni služe da bi animirali posetioca sajta, povećaju posećenost, ostvare interaktivnost sa posetiocima sajta i navedu ga da se ponovo vrati. Kroz broj i vrstu upotrebljenih elemenata se može proceniti ideja Web tima o svrsi sajta, želji da se

uspostavi interaktivnost sa posetiocima sajta i dobije traženi odgovor od njih. Takođe, upotrebljeni elementi govore o veštini Web tima, tj. o količini sredstava koje neka TV kuća odvaja za razvoj svoje Internet prezentacije, odnosno o želji da se osvoji Internet tržište.

Iz ove tabele se vidi da su kontakti i marketing kontakti prioritet svih TV kuća. Samo polovina prezentacija poseduje kakve takve vesti, dok druga polovina nema baš nikakve informativne sadržaje. Obzirom da je većini odabranih TV kuća informativni sadržaj prioritet, nepojmljivo je to da se na njihovim Internet prezentacijama ne odražava njihova primarna delatnost. Na osnovu analize svih upotrebljenih Internet elemenata možemo zaključiti da kod većine TV kuća skoro da i ne postoji nikakv interes da se posetioci njihovih prezentacija animiraju, da se sa njima uspostavi interakcija i da se navedu na ponovnu posetu sajta. I opet su prezentacije B92 i RTS-a jedine koje se ističu i gde se vidi uložena sredstva u Web timove i njihov napor u predstavljanju na Internetu kao novom mediju.

## 7. ZAKLJUČAK

Na osnovu analiza koje su rađene u svetu može se pretpostaviti da je Internet medij budućnosti koji će na neki način objединiti TV, radio i novine u jednu celinu, jer pruža sve pogodnosti koje ovi mediji pojedinačno nude. Već sada je Internet medij koji bogatstvom informacija nadmašuje sve ostale medije, a obiljem sadržaja može da zadovolji svačiji ukus i potrebe.

Istraživajući predstavljenje naših TV stanica na Internetu došla sam do cifre od 41 Internet prezentacije na 160 pronađenih TV kuća. Uz činjenicu da postoji tako mali broj stanica predstavljenih na Internetu i da je većina prezentacija ne funkcionalna ili u fazi izrade, dolazim do poražavajuće činjenice da je u Srbiji izuzetno slabo medijsko predstavljanje TV stanica u odnosu na procenjeni broj od oko 200 TV kuća.

Kriterijum moje analize se bazirao prvenstveno na smislu prezentacije, tj. na sadržaju koji je posetilac mogao da nađe. Kako su u pitanju prezentacije TV kuća, moja pretpostavka je bila da su one sadržajno prvenstveno informativnog karaktera, mada postoje i TV kuće čija programska koncepcija nije informativnog karaktera, pa se samim tim ni od njihovih prezentacija ne može očekivati informativni sadržaj. Potom sam analizirala usklađenost sa pretraživačima, dizajn, tehnologiju izrade...

Posmatrajući Internet prezentacije domaćih TV stanica, stiče se utisak da TV kuće imaju potpuno pogrešan pristup u svom predstavljanju na Internetu, jer poseduju samo informacije o kontaktu i marketing kontaktu. Takođe, česti sadržaji su i ne potrebni istorijati o razvoju TV kuće i cenovnici reklamnog prostora koji uopšte ne interesuju prosečnog posetioca. Primarna uloga TV stanica o informisanju na njihovim Internet prezentacijama i ne postoji. Time se prezentovanje svodi samo na dokaz o njihovom postojanju.

Na osnovu analize u radu, uvidela sam da kod većine TV kuća skoro da i ne postoji nikakav interes da se posetioци njihovih prezentacija animiraju, da se sa njima uspostavi interakcija i da se navedu na ponovnu posetu sajtu. Sa takvim stavom i nastupom, ne moguće je očekivati bilo kakav ozbiljan napredak i razvoj kao i zauzimanje značajnijeg mesta na Internet tržištu.

B92 i RTS su jedine dve TV kuće koje se ističu i gde su očigledna velika ulaganja kako u čitave Web timove tako i u napor da se na što bolji način predstave na Internetu kao novom mediju i time steknu što veći broj stalnih posetilaca.



## 8. LITERATURA

- [1.] Briggs A., Burke P.: *From Gutenberg to the Internet*, Blackwell Publishing Ltd., Malden, USA, 2002.
- [2.] Gaković A.: *Mediji na Internetu – projekat*, Viša elektrotehnička škola, Beograd, 2005.
- [3.] Graber D. A.: *Processing Politics: Learning from Television in the Internet Age (Studies in Communication, Media, and Public Opinion)*, The University of Chicago Press, Chicago, USA, 2001.
- [4.] <http://arhiva.glas-javnosti.co.yu/arhiva/2005/01/22/srpski/D05012101.shtml>
- [5.] <http://ben.home.cern.ch/ben/TCPHIST.html>
- [6.] <http://history.acusd.edu/gen/recording/television1.html>
- [7.] <http://history.acusd.edu/gen/recording/television1.html>
- [8.] <http://host.sezampro.yu/ptt/video/tv.html>
- [9.] <http://svezaweb.dzaba.com/Razvoj/yunet/index.htm>
- [10.] <http://svezaweb.dzaba.com/Razvoj/yunet/index.htm>
- [11.] <http://www.anem.org.yu/clanice/index.html#101>
- [12.] <http://www.angelfire.com/in/Jeknic/Komunikologijasrp.html>
- [13.] <http://www.b92.net/link/index.php?view=195>
- [14.] <http://www.beograd.org.yu/cms/view.php?id=2641>
- [15.] <http://www.bgsvetionik.com/mainstream/arhiva.php>
- [16.] <http://www.bgsvetionik.com/mainstream/televizija.php>
- [17.] [http://www.economy.co.yu/biznis\\_imenik/index.php?action=mediji&subcat=tv&page=2](http://www.economy.co.yu/biznis_imenik/index.php?action=mediji&subcat=tv&page=2)
- [18.] <http://www.fpnsa.edu.ba/manuals/Media%20History%20-%20Internews%20BiH.pdf>
- [19.] <http://www.kartografija.hr/obrazovanje/diplomski/popovic/2.htm>
- [20.] <http://www.mediacenter.org.yu/code/navigate.asp?Id=43>
- [21.] <http://www.nuns.org.yu/srp/mlink/?conid=133>
- [22.] <http://www.nyu.edu/classes/stephens/Collier's%20page.htm>
- [23.] [http://www.pretraga.co.yu/usluge/ponuda/strana.php?s=evaluacija\\_sajta](http://www.pretraga.co.yu/usluge/ponuda/strana.php?s=evaluacija_sajta)
- [24.] [http://www.rastko.org.yu/isk/isk\\_20.html](http://www.rastko.org.yu/isk/isk_20.html)
- [25.] <http://www.sk.co.yu/2004/11/sknt01.html>
- [26.] <http://www.srpsko-nasledje.co.yu/sr-l/1998/07/article-15.html>
- [27.] <http://www.tvhistory.tv>
- [28.] <http://www.twingine.com>
- [29.] <http://www.w3.org/People/Berners-Lee>
- [30.] Pocajt V., Tošić D.: *Internet poslovanje posle 2000*, Industrijski inženjering, Beograd, 2003.
- [31.] Starr P.: *The Creation of the Media*, Basic Books, New York, USA, 2004.

**Dodatak 1. – Spisak TV stanica u Srbiji**

1.	<b>10</b>	VHF 10	Kraljevo		
2.	<b>3. Kanal RTS</b>	UHF 28 UHF 31 UHF 33 UHF 56	Milentija Popovića 9, 11070 Beograd	011/3113-510	www.rts.co.yu kanal3@ptt.yu
3.	<b>Alt</b>		Dušana Trivunca 5-11, 18220 Aleksinac	018/872-525	
4.	<b>Apolo</b>	UHF 60	Trg Slobode 3, 21000 Novi Sad	021/47-22-344	www.apolo.co.yu office@apolo.co.yu
5.	<b>APR</b>		Rožaje		
6.	<b>ART Televizija</b>	UHF 38 UHF 42 UHF 44 UHF 54 UHF 58	Vladete Kovačića 6, 11000 Beograd	011/648-299	www.arttv.co.yu arttv@eunet.yu
7.	<b>AS</b>		Nebojše Jerkovića 91, 15000 Šabac	015/341-464	arstv@ptt.yu
8.	<b>B92</b>	UHF 8 UHF 11 UHF 33 UHF 44 UHF 62	Bulevar AVNOJ-a 64, 11 000 Beograd	011/30-12-000	www.b92.net tvb92@b92.net
9.	<b>Bačka Palanka</b>		Žarka Zrenjanina 74/2, 21400 Bačka Palanka	021/751-055	
10.	<b>Bahtalo Drom</b>		Beograd		www.bahtalodrom.org.yu
11.	<b>Bajina Bašta</b>	UHF 26 UHF 48	Svetosavska 34, 31250 Bajina Bašta	031/851-968	www.bajinabasta.org
12.	<b>Banat</b>		Podvršanska 146, 26300 Vršac	013/822-922	www.tvbanat.com info@tvbanat.com
13.	<b>Banker</b>	UHF 24	Niš		
14.	<b>Barajevo</b>	UHF 27 UHF 36 VHF 4 VHF 5	Ratka Jeftica 133, 11000 Barajevo	011/830-1932	
15.	<b>Batočina</b>		Trg Dušana Petrovića Šaneta, 34227 Batočina	034/842-145	duksi@ptt.yu
16.	<b>BB Kanal 4</b>		Kneza Milana Obrenovića 24/2, 31250 Bajina Bašta	031/852-640	
17.	<b>Belle Amie</b>	VHF 12	Trg oslobođenja 6/XV, Hotel Ambasador, 18 000 Niš	018/547-122	www.belleamie.co.yu belleamie@medianis.net
18.	<b>Beočin</b>		Trg Cara Lazara 1, 21300 Beočin	021/870-230	
19.	<b>Biser</b>		Požarevac		
20.	<b>BK Televizija</b>	VHF 12 UHF 46 UHF 50 UHF 58	Bulevar Nikole Tesle 42a, 11070 Beograd	011/3013-555	www.bktv.com office@bktv.com
21.	<b>Blace</b>		Blace		
22.	<b>Bor</b>	UHF 57	Moše Pijade 19, 19210 Bor	030/421-655	tvbor@ptt.yu
23.	<b>BS</b>		Parobrodska 22000 Sremska Mitrovica	022/221-739	stan5@ptt.yu
24.	<b>Bubamara</b>	UHF 47	Niš		
25.	<b>Čačak</b>	UHF 22 UHF 37 UHF 50 UHF 58	Župana Stracimira 35/2, 32000 Čačak	032/341-442	dirglas@eunet.yu
26.	<b>Čajetina</b>	UHF 36	Zlatiborska 8, Čajetina	031/832-256	cajetina@ptt.yu
27.	<b>Caribrod</b>	UHF 51	Balkanska bb., 18320 Caribrod	010/360-444	rtvc@ptt.yu

28.	<b>Caričin grad</b>		Cara Dušana 79, 16230 Lebane	016/846-460	radiocg@bankerinter.net
29.	<b>Ćuprija</b>	UHF 46	Cara Lazara 3/2, 35230 Ćuprija	035/470-934	rtvcup@yahoo.com
30.	<b>Dečja televizija</b>		Miloja Zakića 13, 11000 Beograd	011/391-62-26	www.dtv.co.yu maremar@yubc.net
31.	<b>Delta</b>		Milana Simina 16, 21000 Novi Sad	021/414-014	www.rtvdelta.tv
32.	<b>Dević</b>	UHF 37 UHF 53 UHF 63	Ive Bajazita 2, 11420 Smederevska Palanka	026/322-999	rtvdevic@eunet.yu
33.	<b>Duga</b>	UHF 39	Požarevac		
34.	<b>Dunav</b>		Odžaci		
35.	<b>Ekran</b>		Novi Pazar		
36.	<b>Elta</b>		Novi Sad		
37.	<b>EM</b>	UHF 23	Miloša Obilića 6, 19350 Knjaževac	019/732-807	rtvem@ptt.yu
38.	<b>Fan</b>	UHF 27 UHF 50	Beograd		
39.	<b>F-kanal</b>		Zaječar		
40.	<b>Galaksija 32</b>	UHF 34	Skadarska 1/2, 32000 Čačak	032/227-357	www.tvgalaksija32.co.yu
41.	<b>Glas komune</b>		Apatin		
42.	<b>Glas Obilićeve</b>		Karađorđeva 80, 23330 Novi Kneževac	0230/82-164	perrasa@eunet.yu
43.	<b>Globus</b>	UHF 35	Omladinska 63, 36000 Kraljevo	036/311-777	
44.	<b>Gornji Milanovac</b>		Trg Kneza Mihaila 1, 32300 Gornji Milanovac	032/713-010	tvgm@eunet.yu
45.	<b>GRK</b>	UHF 50 UHF 22	Hajduk Veljkova 35, 18400 Prokuplje	027/325-555	tvgrk@ptt.yu
46.	<b>Happy TV</b>	UHF 21 UHF 27 UHF 32 UHF 34 UHF 39 UHF 59 UHF 63	Admirala Geprata 14, 11000 Beograd	011/36-13-495	www.happytv.tv program@happytv.tv
47.	<b>Herc</b>	UHF 35	38236 Štrpce	0290/70-774	rtvherc@yahoo.com
48.	<b>Ibarske novosti</b>	UHF 23 UHF 28 UHF 48	Kraljevo		
49.	<b>IBC Kanal</b>		Narodnih heroja 43 b, 11070 Beograd	011/3112-217	kopshare@icg.co.yu
50.	<b>Info 24</b>	UHF 40 UHF 46 UHF 57 UHF 63 UHF 64 UHF 33 UHF 36 UHF 52 UHF 36 UHF 40 UHF 47	Omladinskih Brigada 1, 11000 Beograd	011/3117-355	www.novatv.co.yu
51.	<b>Ivanjica</b>	UHF 31 UHF 35	Venijamina Marinkovića bb., 32250 Ivanjica	032/660-200	tvi@eunet.yu
52.	<b>Jagodina</b>	UHF 21	Vuka Karadžića 5, 35000 Jagodina	035/220-881	rtvjagodina@milnet.co.yu
53.	<b>Jasta</b>	UHF 49	Karadjordjeva 29, 11550 Lazarevac	011/8129-371	arasin@absolutok.net
54.	<b>Jedinstvo</b>	UHF 26 UHF 29 UHF 47 UHF 60	Karađorđeva 80, 23330 Novi Kneževac	020/314-633	jedinstvo@ptt.yu
55.	<b>Jefimija</b>	12 UHF	Kruševac		
56.	<b>Jesenjin</b>		Sutjeska 2 (SPENS) II sprat, 21000 Novi Sad	021/623-095	www.jesenjin.tv

57.	<b>Jumbo</b>		Niš		
58.	<b>K-28</b>	28 UHF	Kraljevo		
59.	<b>K54</b>		Petefi brigade 2, 24300 Bačka Topola	024/714-965	www.k-54.co.yu tvk54@toplanet.co.yu
60.	<b>K-54</b>		Trg Republike 1, Hotel Sloboda, 25000 Sombor	025/22-454	tvk54@topolanet.co.yu
61.	<b>Kab TV</b>		Petefi Sandora 57, 24430 Ada	024/853-195	
62.	<b>Kanal 3</b>		Pmjavor		
63.	<b>Kanal 9</b>	VHF 9	Kragujevac		
64.	<b>Kanal Banker TV</b>	UHF 24	Niš		
65.	<b>Kanal D</b>				www.tvkanald.co.yu
66.	<b>Kanal K – 21</b>	UHF 21	Jagodina		
67.	<b>Kanjiža</b>		Maršala Tita 16, 24420 Kanjiža	024/874-697	www.panon-kabtv.co.yu office@panon-kabtv.co.yu
68.	<b>Khירו e Romengo</b>		Beograd		
69.	<b>Klik</b>	VHF 6	Trg partizana 10, 31230 Arilje	031/894-962	tvklik@yahoo.com
70.	<b>Knjaževac</b>	UHF 35	Cara Dušana 29, 19350 Knjaževac	019/731-346	rtk_desk@formanet.co.yu
71.	<b>Kodal</b>		Bosilegrad		
72.	<b>Košava</b>		Adresa: Masarikova 5/X, 11000 Beograd	011/306-14-91	www.kosava.co.yu office@kanal1.co.yu
73.	<b>Kovačica</b>	UHF 46	Maršala Tita 46, Kovačica	013/662-616	rtvok@panet.co.yu
74.	<b>Kragujevac</b>	UHF 31	TPC Radnički, 2. sprat, 34000 Kragujevac	034/335-579	www.rtk.co.yu tvk@eunet.yu
75.	<b>Kragujevac</b>		27. marta 19, 34000 Kragujevac	034/301-490	tvkg@eunet.yu
76.	<b>Krajina</b>	UHF 21	Trg Đorđa Stanojevića 1, 19300 Negotin	019/544-190	smj@formanet.co.yu
77.	<b>Kraljevo</b>	UHF 23 UHF 28 UHF 48	Hajduk Veljkova 2/6, 36000 Kraljevo	036/312-405	tvkv@tron-inter.net
78.	<b>Kruševac</b>	UHF 53 UHF 30	Trg kosovskih junaka bb., 37000 Kruševac	037/438-491	
79.	<b>Kuršumljija</b>	UHF 31 VHF 8	Palih Boraca 79, 18430 Kuršumljija	027/381-301	tvkursumljija@ptt.yu
80.	<b>Lasta</b>		Bačka Palanka		
81.	<b>Lastavica</b>	UHF 51	Kruševac		
82.	<b>Lav</b>	UHF 46	Vršac		
83.	<b>Leskovac</b>	UHF 43	Bulevar oslobođenja bb., 16000 Leskovac	016/252-127	www.tvleskovac.co.yu tvldesk@ptt.yu
84.	<b>Loznica</b>		Gimnazijska ulica 6, 15300 Loznica	015/875-853	
85.	<b>Luna</b>		Svetozara Markovića 4, 23000 Zrenjanin	023/62-477	tv_luna@yahoo.com
86.	<b>M</b>		Nemanjina bb., 35250 Paraćin	035/568-111	www.mihajlovic.co.yu/rtv rtv@mihajlovic.co.yu
87.	<b>M</b>	UHF 37	Trg Cire Milekića 5, 22000 Sremska Mitrovica	022/211-166	rtvm@ptt.yu
88.	<b>M Plus</b>	UHF 45	Kralja Petra Prvog 241, 11400 Mladenovac	011/8226-175	rtvplus@infosky.net
89.	<b>Majdanpek</b>	UHF 27	Nikole Tesle 2-4, 19250 Majdanpek	030/81-502	tvmppek@ptt.yu
90.	<b>Maraton</b>	UHF 23	Desanke Maksimović 54, 21000 Novi Sad	021/393-555	maraton@ns-media.co.yu
91.	<b>Marsh</b>		Valjevo		www.marsh.co.yu
92.	<b>Media Plus</b>		Novi Sad		
93.	<b>Melos</b>	UHF 37	Kraljevo		
94.	<b>Metropolis</b>	UHF 35	Terazije 27/II, 11000 Beograd	011/334-6434	www.tvmetropolis.co.yu office@tvmetropolis.com

95.	<b>Mir</b>	UHF 23	Vojske Jugoslavije bb., 38218 Leposavić	028/83-275	ninoristic@yahoo.com
96.	<b>Mladenovac</b>		Kralja Petra Prvog 175, Radnički univerzitet, 11400 Mladenovac	011/8222-338	tvmladenovac@ptt.yu
97.	<b>Mlava</b>		Petrovac na Mlavi		rtvmlava@ptt.yu
98.	<b>Mlava</b>		Petrovac na Mla		
99.	<b>Most</b>	UHF 57	Novi Sad		
100.	<b>Nais</b>	UHF 50	Ljube Didića 15, 18000 Niš	018/532-766	www.rtvnais.co.yu info@rtvnais.co.yu
101.	<b>Naša televizija</b>		Novosadska 2, 21470 Bački Petrovac	021/782-402	www.ntv.co.yu ntv@eunet.yu
102.	<b>Nemanja</b>	UHF 60	Paljane		
103.	<b>Niš</b>	UHF 57 UHF 59	Vojvode Mišića 50/I, 18000 Niš	018/321-471	www.ntv.medianis.net tvnis@yahoo.com
104.	<b>Nišava</b>		Niš		http://rtvnisava.com
105.	<b>Novi Pazar</b>		Kompleks "Jezero" 32, 36300 Novi Pazar	020/311-467	
106.	<b>Novi Sad</b>	UHF 41 UHF 56 UHF 48 UHF 43 UHF 40	Dr Ilije Đuričića 3, 21000 Novi Sad	021/422-829	
107.	<b>Oko sokolovo</b>	UHF 59	Miloša Obilića 31, 18240 Gadžin Han	018/861-271	okos@bankerinter.net
108.	<b>Palma</b>	UHF 34 UHF 32 UHF 53	Teodora Drajzera 19, 11000 Beograd	011/3670-022	www.rtvpalma.co.yu tvpalma@rtvpalma.co.yu
109.	<b>Palma Plus</b>	UHF 43	Prvomajska 6, 35000 Jagodina	035/232-398	palmaplus@ptt.yu
110.	<b>Pančevo</b>	UHF 37	Trg Kralja Petra I 8, 13000 Pančevo	013/47-568	www.rtvpa.panline.co.yu tvpancevo@ptt.yu
111.	<b>Panonija</b>		Novi Sad		
112.	<b>Panovizija</b>	UHF 32	Dimitrija Tucovica 6a, 26300 Vršac	013/814-756	gagi@hemo.net
113.	<b>Petrovac</b>		Industrijska zona bb., 21470 Bački Petrovac	021/786-950	jgma@eunet.yu
114.	<b>Pi kanal</b>		Pirot		
115.	<b>Pink</b>	UHF 26 UHF 29 UHF 34 UHF 47 UHF 52 UHF 56 UHF 57 UHF 59	Neznanog junaka 1, 11000 Beograd	011/306-34-00	www.rtvpink.com
116.	<b>Pirot</b>		Trg Pirotskih oslobodilaca 30, 10000 Pirot	010/313-800	
117.	<b>Pirot</b>	UHF 50 UHF 28 UHF 37 UHF 42	Branka Radičevića 1, 10000 Pirot	010/332-236	tvpi@opennet.org
118.	<b>Pobeda</b>		Trg kosovskih junaka 6, 37000 Kruševac	037/420-110	stanax@hotmail.com
119.	<b>Politika</b>	UHF 21 UHF 24 UHF 26 UHF 43 UHF 44 UHF 47 UHF 60 UHF 62	Makedonska 29, 11000 Beograd	011/3224-968	www.rtvpolitika.co.yu
120.	<b>Požega</b>	UHF 33 UHF 37 VHF 10 VHF 6	Knjaza Miloša 8, 31 000 Požega	031/812-421	tvpozega@eunet.yu
121.	<b>Priboj</b>	UHF 27	Sandžačkih brigada 8, 31330 Priboj	033/52-886	rtvpriboj@ptt.yu

122.	<b>Prima</b>	UHF 26 UHF 48	Svetosavska 34, 31250 Bajina Bašta	031/851-968	www.rtvprima.com office@drina.net
123.	<b>Ris</b>	UHF 41	Cara Dusana bb., Lebane	016/844-844	
124.	<b>Ritam</b>	UHF 31	Pančevo		
125.	<b>Rosulja</b>		Vlasotince		
126.	<b>RTS</b>		Takovska 10, 11000 Beograd	011/321-20-00	www.rts.co.yu rtstv@rts.co.yu
127.	<b>Šabac</b>		Moše Pijade 1, 15000 Šabac	015/320-555	glaspodrinja@elvod.co.yu
128.	<b>Samostalna TV</b>		12. septembra 3, 19300 Negotin	019/542-642	stvngt@ptt.yu
129.	<b>San</b>		Novi Pazar		
130.	<b>Senta</b>		Petefi Sandor 8, 24400 Senta	024/811-488	pansat@sksyu.net
131.	<b>Sigma</b>		Štrpce		
132.	<b>Smederevo</b>	UHF 32 UHF 59	Goricka bb., 11300 Smederevo	026/223-672	tvسد@sezampro.yu
133.	<b>Soko</b>	UHF 28	Alekse Markišića 6, 18230 Sokobanja	018/830-814	sokotv@medianis.net
134.	<b>SOS Kanal</b>	UHF 36 UHF 68 UHF 31 UHF 39 UHF 40	Ljutice Bogdana 1a, 11000 Beograd	011/3671-165	www.soskanal.net redakcija@soskanal.com
135.	<b>Spektar</b>	UHF 37	Trg Svetog Trojstva 1, 25000 Sombor	025/442-442	office@rtvspektar.co.yu
136.	<b>Spektrum</b>	UHF 40	Cačak		
137.	<b>Sremska televizija</b>		Svetog Save b.b., 22240 Šid	022/710-240	sremskatv@ptt.yu
138.	<b>Stankom</b>				www.stankom.co.yu
139.	<b>Studentska Televizija</b>		Studentski grad 2f, Tošin bunar 179, 11070 Beograd	011/694-987	
140.	<b>Studio A</b>		Svetog Ahilja 1, Hotel Elen, 31230 Arilje	031/891-100	
141.	<b>Studio B</b>	UHF 32 UHF 40 UHF 49 UHF 53 UHF 57 UHF 21 UHF 47	Masarikova 5, 11000 Beograd	011/361-30-38	www.studio-b.co.yu
142.	<b>Studio Sunce</b>	UHF 31	Arandelovac		
143.	<b>STV Negotin</b>	UHF 40 UHF 29	12.septembra 3, 19300 Negotin	019/542-642	stvngt@ptt.yu
144.	<b>Super</b>		Jovana Mikića 12, 24000 Subotica	024/552-080	www.tvsubotica.co.yu tvsubu@yunord.net
145.	<b>Šumadija</b>	UHF 46	Knjaza Mihajla 108, 34300 Arandelovac	034/713 383	office@rtvsumadija.co.yu
146.	<b>Surdulica</b>		Kej Rada Cvetkovića 12, 17530 Surdulica	017/813-200	
147.	<b>Takovske novine</b>	UHF 68	Karađorđeva 21, 32300 Gornji Milanovac	032/713-010	tvgm@ptt.yu
148.	<b>Tanuki</b>		Pirot		
149.	<b>Tisa</b>		Bečej		
150.	<b>Toni</b>	UHF 40	Petra Drapšina 3, 17250 Bujanovac	017/653-029	radiotoni@yahoo.com
151.	<b>TOP3</b>	UHF 24	Prokuplje		
152.	<b>Trstenik</b>	UHF 36 UHF 44 UHF 32 VHF 12	Knjeginje Milice bb, 37000 Trstenik	037/711-200	rtvmarketing@yahoo.com
153.	<b>TV 5</b>	UHF 34 UHF 54 UHF 64	Kneza Lazara 7, 31 000 Užice	031/517-555	www.tv5-ue.co.yu tv5ue@eunet.co.yu

154.	<b>TV 5</b>	UHF 29	Braće Tasković 19/19, 18000 Niš	018/332-646	www.rtv5.co.yu marketng@rtv5.co.yu
155.	<b>Valjevo</b>	UHF 32 UHF 12	Portoroška bb, 14000 Valjevo	014/221 534	tva@verat.net
156.	<b>Vesela televizija</b>	UHF 22	Taušanovićeve 1, 18220 Aleksinac	018/873-330	www.mamut.com/vtv mdobrica@bankerinter.net
157.	<b>VK TV</b>	UHF 39 UHF 54	Mihajla Pupina 11, 23 300 Kikinda	0230/34-343	vktvjet@vkjetnet.co.yu
158.	<b>Vranje</b>		Partizanska 17a, 17500 Vranje	017/22-632	rtvranje@ptt.yu
159.	<b>Vrnjačka Banja</b>	UHF 55	Hotel Fontana, 36210 Vrnjačka Banja	036/665-616	
160.	<b>Zaječar</b>	UHF 28 UHF 45 UHF 50	Ljube Nešića 38, 19000 Zaječar	019/422-630	www.rtz.co.yu rtz@verat.net

**Dodatak 2. – Spisak Internet prezentacija TV stanica u Srbiji**

1.	www.apolo.co.yu	<b>Apolo</b>	Funkcionalan
2.	www.arttv.co.yu	<b>Art TV</b>	Funkcionalan
3.	www.happytv.tv	<b>Happy TV</b>	Funkcionalan
4.	www.k-54.co.yu	<b>K-54</b>	Funkcionalan
5.	www.kosava.co.yu	<b>Košava</b>	Funkcionalan
6.	www.rtk.co.yu	<b>Kragujevac</b>	Funkcionalan
7.	www.rts.co.yu	<b>RTS, Treći kanal</b>	Funkcionalan
8.	www.rtvpink.com	<b>Pink</b>	Funkcionalan
9.	www.rtvprima.com	<b>Prima</b>	Funkcionalan
10.	www.soskanal.net	<b>SOS Kanal</b>	Funkcionalan
11.	www.tvsbotica.co.yu	<b>Super</b>	Funkcionalan
12.	http://rtvnisava.com/	<b>Nišava</b>	Funkcionalan
13.	www.rtz.co.yu	<b>Zaječar</b>	Funkcionalan
14.	www.bktv.com	<b>BK Televizija</b>	Funkcionalan
15.	www.belleamie.co.yu	<b>Belle Amie</b>	Funkcionalan (uslovno)
16.	www.mamut.com/vtv	<b>Vesela televizija</b>	Funkcionalan (uslovno)
17.	www.rtv5.co.yu	<b>TV 5</b>	Funkcionalan (uslovno)
18.	www.rtvdelta.tv	<b>Delta</b>	Funkcionalan (uslovno)
19.	www.rtvpolitika.co.yu	<b>Politika</b>	Funkcionalan (uslovno)
20.	www.tv5-ue.co.yu	<b>TV 5</b>	Funkcionalan (uslovno)
21.	www.tvgalaksija32.co.yu	<b>Galaksija 32</b>	Funkcionalan (uslovno)
22.	www.tvkanald.co.yu	<b>Kanal D</b>	Funkcionalan (uslovno)
23.	www.tvmetropolis.co.yu	<b>Metropolis</b>	Funkcionalan (uslovno)
24.	www.tvbanat.com	<b>Banat</b>	Funkcionalan (uslovno)
25.	www.marsh.co.yu	<b>Marsh</b>	Funkcionalan (uslovno)
26.	www.rtvpa.panline.co.yu	<b>Pančevo</b>	Ne funkcionalan
27.	www.tvleskovac.co.yu	<b>Leskovac</b>	Ne funkcionalan
28.	www.rtvnais.co.yu	<b>Nais</b>	Ovaj sajt je stopiran zbog neplacenog Web Hostinga.
29.	www.bahtalodrom.org.yu	<b>Bahtalo Drom</b>	Ovaj sajt je stopiran zbog neplacenog Web Hostinga.
30.	www.dtv.co.yu	<b>Dečja televizija</b>	U fazi izrade
31.	www.jesenjin.tv	<b>Jesenjin</b>	U fazi izrade
32.	www.novatv.co.yu	<b>Info 24</b>	U fazi izrade
33.	www.ntv.co.yu	<b>Naša televizija</b>	U fazi izrade
34.	www.ntv.medianis.net	<b>Niš</b>	U fazi izrade
35.	www.panon-kabtv.co.yu	<b>Kanjiža</b>	U fazi izrade
36.	www.rtvpalma.co.yu	<b>Palma</b>	U fazi izrade
37.	www.studio-b.co.yu	<b>Studio B</b>	U fazi izrade
38.	www.b92.net	<b>B92</b>	U okviru druge prezentacije
39.	www.bajinabasta.org	<b>Bajina Bašta</b>	U okviru druge prezentacije
40.	www.mihajlovic.co.yu/rtv	<b>M</b>	U okviru druge prezentacije
41.	www.stankom.co.yu	<b>Stankom</b>	U okviru druge prezentacije



**Dodatak 3. – Upitnik Republičke radiodifuzne agencije****Упитник за чланове стручног тима, удружења емитера,  
удружења новинара и емитере**

1. Колико је потребно зона сервиса са националним покривањем у складу са законским критеријумима?
2. Шта је регион? Да ли је то округ или су то две општине? Колико емитера са зоном сервиса регионалног покривања треба да постоји и који је проценат покривености потребан на општем нивоу (10%, 20%...).
3. Колика је минимална зона сервиса за локално покривање - по броју становника или по територији? Колико локалних емитера треба да постоји? (постоји 100 општина са више од 20.000 становника - то може бити минимум критеријума).
4. Како се дефинишу емитери цивилног сервиса? Шта треба да раде? Шта ако промене иницијалну намену?
5. Који су програмски критеријуми за емитере са националним, регионалним и локалним покривањем? (дефинисати по групама емитера)
6. Који су технички критеријуми за све врсте зона покривања по зонама покривања? (студио, емисиона техника, линкови...)
7. Који су кадровски критеријуми по зонама покривања? Колико минимално људи мора бити запослено и у којим својствима? (техничари, новинари...)
8. Економска исплативост (по зонама покривања).
9. Шта са емитерима који су се појавили после доношења Закона о радиодифузији? Казнити их или оставити до расписивања конкурса?
10. Дефинисати критеријуме економске самоодрживости на свим нивоима - локалном, регионалном и националном. Како јасно дефинисати финансирање станица цивилног сектора?

СВА ПИТАЊА СЕ ОДНОСЕ И НА РАДИО И НА ТВ СТАНИЦЕ!

**Молимо вас да одговоре пошаљете Републичкој радиодифузној агенцији најкасније до 16. маја 2005. на е-mail или факс.**

Е-mail: [rra@eunet.yu](mailto:rra@eunet.yu)

Тел/факс: (011) 3284-232, 3284-242, 3033-245