

NOVO VRIJEME TRAJI PROMJENE

Televizija u sjeni Interneta

Ako želite dobru reklamu, onda je stavite na Internet • Posljednja ispitivanja su pokazala da u odnosu na TV veće rezultate daje Internet...

Nove tehnologije punim koracima grabe naprijed i sve je teže dobiti utrk u vremenu i imati nešto "naj" ili posljednji hit. Kažu da novi modeli kompjutera zastarijevaju za samo četiri mjeseca, a svaki dan izlaze novi i novi programi. Bolji, brži i sa mnogo više mogućnosti.

Gigabajti i megaherci već postaju svakodnevnica, a digitalna tehnologija obrade slike i to na je u punoj upotrebi u Švedskoj. Tako ni slika o klasičnom "starom dobrom radiju" više nije ni nalik. Spikeri iščezavaju sa javne scene, a ni tonci nisu više neophodni, jer novinar sam pomoću digitalnih programa i kompjutera, obrađuje svoje priloge (intervjue, reportaže ili telefonska javljanja). Sve više je "vožnje" programa direktno, ali bez "posade". Zato su tu kompjuteri i treba samo programirati.

Novine i TV gube rejting

To se isto dešava i sa televizijom, a i novine sve više gube na rejtingu i čitanost im opada (u Švedskoj su novine medij broj jedan i imaju snažan uticaj na javno mnijenje). Sva ova digitalizacija, automatizacija i perfektnost u realizaciji nisu ostavile ravnodušne vlasnike "klasičnih" medija, te im je dobrano prisutna glavobolja u zadnje vrijeme. Mnogi će se pitati, šta je sada razlog ovome. To čudo je pojava Interneta, koji je premostio sve barijere i u kojem je ukomponovano sve. Od teksta, slike, pa do video ili tonskog zapisa. Sve to možete lako, brzo i relativno jeftino dobiti, ako svoj personalni kompjuter prikopčate na Internet.

U Švedskoj postoji 2,5 miliona priključaka na Internet, a trenutni trend porasta je oko 100.000 priključaka svakog mjeseca. Vlasnici telefonskih kon-

cerna zabrinuti su sve većom upotrebom Interneta kojom se za male pare (tarifa lokalnog razgovora) upostavlja telefonska veza sa cijelim svijetom. Popularno je i uvezivanje u 'sijelo' i pričanje na Internetu. Tako se sve češće Bosanci nalaze na Internetu, pa se Sarajevo, Njujork, Kopenhagen i Malme povežu i priča može da otpočne. Često se nađe i slika (preko kamera koje su priključene na PC), pa veselju i zabavi nigdje kraja.

Svi koji žele da ostanu u koraku sa novim vremenom prilagodavaju se novonastaloj situaciji, a ni vlasnici medija ne sjede skrštenih ruku. Zato se ne treba čuditi najnovijim ispitivanjima koja su pokazala da je reklamna kampanja po Internetu dala mnogo bolje rezultate nego ona na televiziji. To je i bio razlog za najjaču privatnu TV kuću u Švedskoj TV 4, da i sama uvede svoju Web stranicu, preko koje želi da zadrži poziciju jedne od najuticajnijih informativnih kuća. Za samo mjesec dana oni su "imali posjetu" na svojoj stranici od 600.000 znatiželjnika. Odmah su se i ostale TV kuće uključile.

U ovoj zemlji živi samo oko 8,5 miliona stanovnika, ali je na prvom mjestu u svijetu po broju kompjutera u usporedbi na broj stanovnika. Ipak treba dodati i da kultura čitanja je ovdje veoma velika, tako da tiraži novina iznose i više od milion primjeraka, a uobičajni su tiraži regionalnih novinskih izdanja veći od 100.000 primjeraka. Gotovo svaki stanovnik ove zemlje pretplaćen je bar na jedne dnevne novine, a nije rijetkost i na više.

Da sve nije u domenu nagađanja ili pak kakvih špekulacija pokazuju pedantna ispitivanja i praćenja svih tokova na tržištu. Ona su opet u prvi plan izbacila Internet, jer za direktnu prodaju

i njenu reklamu na Internetu u prvih devet mjeseci prošle godine potrošeno je 43 miliona kruna (1DM - 4,6 kruna), a prema predviđanju završni zbir u 1998. godini će biti čak 73 miliona kruna.

Besplatne pretplate

Usporedbe radi u istom periodu ove godine na radiju se reklamiralo u vrijednosti od 200 miliona kruna. Ovo pokazuje ponajviše za koga "vrijeme radi". Sada se nude i besplatne pretplate na Internet, ali korisnici bi

trali kako preko granice prelaze paketi puni cigareta i alkohola (što je ovdje veoma skupo), a da nisu mogli ništa uraditi. Ipak, država je to okarakterisala zaštićenom trgovinom.

Ako za cigarete i alkohol ima 'granica', granica za Internet nema. Rezervacija i kupovina karata za avion, pozorište ili bioskop postaje uobičajena. Preko Interneta i vaš bankovni račun je dostupan i uvijek na usluzi. Berzovne transakcije se sada najviše obavljaju na Internetu, a na njima su najaktivniji baš mladi do 25 godina. Oni rade 'brzu'

ma, reklamama, posebnim dodacima i atraktivnosti. Rezultat je bio 39 : 34 u korist *Nokie*. Automobilska industrija *SAAB* intenzivno radi na prodaji posredstvom Interneta. Prodavači u salonima automobila pozvani su na preobuku, tako da ništa više nije kao nekad.

I još jedan primjer u prilog ovome je spuštanje sonde na Mars. Tada je NASA posredstvom Interneta odaslala slike Marsa u svijet. Kako nije bilo direktnog prenosa na TV, to je izazvalo pravu najezdu posjetilaca na Internet stranicu NASA-e. Posjeta je bila rekordna i za samo sat vremena bilo je čak 20 miliona posjetilaca. Jedino je samo izvjesno da Internetu nema kraja.

Sada je to digitalna tehnologija koja mijenja druge sfere ljudskog djelokruga rada. Radio i TV su ovdje u transformaciji. Čovjek će moći samo ispisati na displeju svoga prijemnika šta želi slušati (npr. vijesti, meteorološku prognozu) i odmah će dobiti radio-stanicu koja u to vrijeme emituje te sadržaje. Ili kad bude slušao pjesmu imaće ispisan naziv melodije i ime izvođača na displeju. Ne treba se pitati zašto je cijena običnih televizora drastično pala, samo par stotina DM.

Glavna švedska telefonska kuća *Telia* odlučila je da stavi kompletan telefonski katalog sa svim pretplatnicima iz cijele zemlje na Internet. U katalogu je obrađeno oko 4,5 miliona korisnika telefona, a pojednici će moći da se izjasne i kažu »ne« ako ne žele da njihovo ime bude na Internetu. Elektronski katalog treba biti gotov u prvoj polovini ove godine. Uzgred da kažemo, svaki telefonski pretplatnik dobija besplatni štampani katalog za lokalna područja svake godine.

Miram PERVIŽOVIĆ



Internet: neslućene mogućnosti

u toku rada (surfanja) na Internetu, svakih dvije minute dobivali po neku reklamnu poruku direktno u program. Tako Internet sve više izbija u fokus tržišnih zbivanja i sigurno je da će on zapravo dati mogućnost izgradnji potpuno novih formi trgovine. Kupci već sada ne moraju ići u trgovinu ili putovati čak u druge zemlje da bi nešto kupili. Dovoljno je samo preko Interneta izvršiti narudžbu i roba će vam biti dostavljena na kućnu adresu. Ovakav način prodaje zadaje glavobolje carinicima koji su do nedavno nijemo proma-

kupovinu, tako da najviše 15 minuta zadržavaju akcije u posjedu i odmah prodaju. Sve je manje onih koji kupuju i muzičke kasete ili CD, jer se sve može naći na Internetu, a kad se tu doda i mogućnost direktnog snimanja na vlastiti CD...

Nokia ispred Eriksona

Iako je domaći *Erikson* (telefon i telekomunikacije) izgubio duel sa *Nokiom*, gdje se ispitivao njihov kvalitet prezentovanja na Internetu, od izgleda, dizajna, informacija o proizvodi-