

РДУ РАДИО-ТЕЛЕВИЗИЈА СРБИЈЕ

**ОСНОВЕ ЗА ИЗРАДУ
СТРАТЕГИЈЕ ЗА ПРЕЛАЗАК СА АНАЛОГНОГ НА ДИГИТАЛНО
ЕМИТОВАЊЕ ПРОГРАМА**

**ПРЕДЛОГ
ЈАВНОГ МЕДИЈСКОГ СЕРВИСА СРБИЈЕ**

**Београд
Фебруар, 2009.**

САДРЖАЈ

I УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

II УЛОГА ЈАВНОГ МЕДИЈСКОГ СЕРВИСА У ПРОЦЕСУ ПРЕЛАСКА СА АНАЛОГНОГ НА ДИГИТАЛНО ЕМИТОВАЊЕ ПРОГРАМА

1. Европска искуства

III МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ - ПРЕПОРУКЕ

1. Савет Европе

IV ЕЛЕМЕНТИ ЗА ИЗРАДУ СТРАТЕГИЈЕ ЗА ПРЕЛАЗАК СА АНАЛОГНОГ НА ДИГИТАЛНО ЕМИТОВАЊЕ ПРОГРАМА – ПРЕДЛОГ РТС

1. Регулаторни оквир

2. Техничка питања

3. Програмски садржаји

4. Економска питања

5. Промоција дигитализације

V ЗАКЉУЧАК

VI ПРИЛОГ 1 - Извод из Препоруке Рес (2003) 9 Комитета министара Савета Европе земљама чланицама *о мерама за промовисање демократског и друштвеног удела у дигиталном емитовању - Принципи који се примењују на јавни РТВ сервис*

VII ПРИЛОГ 2 – Извод из Препоруке Рес (1999) 1 Комитета министара Савета Европе земљама чланицама *о мерама за унапређење медијског плурализма – Медијски садржај – Јавни радиодифузни сервис*

VIII ПРИЛОГ 3 – Препорука Рес (2007) 3 Комитета министара Савета Европе земљама чланицама *о улози јавног медијског сервиса у информационом друштву*

I

УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Радиодифузна установа Србије поштујући законску обавезу примене и развоја савремених технолошких стандарда у производњи и емитовању програма, припреме и реализације планова преласка на нову, дигиталну технологију у емитовању програма, почела је емитовање дигиталног ТВ програма 2005. године. После израде неопходне документације и плана Пилот пројекта, у априлу те године почело је емитовање дигиталног сигнала са Авале на 27. UHF каналу и новембра исте године са предајника на Фрушкој гори на 31. UHF каналу. У пакету се од тада континуирано емитују РТС1, РТС2, од укидања ЗК, ТВ Авала, експериментални дигитални канал и програми Радио Београда.

После више од три године емитовања информација о дигиталној телевизији, њених техничких карактеристика и могућности, концепт експерименталног дигиталног канала унапређен је новим програмским садржајем. Поводом обележавања пола века ТВ Београд Радио-телевизија Србије почела је експериментално дигитално емитовање програма културе и уметности. За гледаоце тек тада је овај развојни пројекат РТС добио прави смисао и значај, јер су добили конкретан мотив и прилику да прате квалитетне програмске садржаје из области музике, примењене и ликовне уметности, архитектуре, културног наслеђа, археологије, кроз документарне, образовне, школске емисије домаће и стране продукције, серијски и филмски програм.

Почетком дигиталног емитовања експерименталног некомерцијалног програма културе и уметности, Радио-телевизија Србије покренула је и веома значајан процес промоције дигиталне телевизије у Србије чиме је почела припрему гледалаца за највећу технолошку промену у историји овог медија којој ће и они морати технички да се прилагоде. И поред тога што се експериментални дигитални програм за сада емитује само са два предајника у Србији, грађани и из осталих делова земље су веома заинтересовани за овај процес. Добро осмишљеном, у овој фази, углавном програмском кампањом, кроз одговоре на значајна питања која се тичу, на првом месту, техничких услова за пријем дигиталног сигнала, јавни медијски сервис Србије успешно је најавио гледаоцима процес транзиције у области радиодифузије чији ће и они бити активни учесници.

Поред редовних тематских ТВ пакета из ове области, грађани имају могућност да на сајту Радио-телевизије Србије добију све неопходне информације које се тичу преласка са аналогног на дигитално емитовање програма и техничких услова за гледање дигиталне телевизије.

На питања гледалаца, која стижу на адресу РТС одговарају стручњаци из области телекомуникација, комуникологије, односно, информационо комуникационих система.

II

УЛОГА ЈАВНОГ МЕДИЈСКОГ СЕРВИСА У ПРОЦЕСУ ПРЕЛАСКА СА АНАЛОГНОГ НА ДИГИТАЛНО ЕМИТОВАЊЕ ПРОГРАМА

У недостатку законске регулативе у Србији, али јасно наглашеним стратешким опредељењима и обавезама за примену дигиталне технологије у области радиодифузије, Радио-телевизија Србије, ушла је у веома захтеван процес дигитализације и спремна је да у њему не само активно учествује, обављајући обавезе које има као носилац јавног сервиса, већ и да буде носилац техничког развоја и имплементације дигиталног емитовања ТВ кроз мрежу земаљских предјаника као и креатор и носилац медијске промоције у транзиционом периоду. Као медијски јавни сервис који има посебне обавезе према грађанима, од ње гледаоци то и очекују.

Према препорукама Комитета министара Савета Европе јавни РТВ сервиси треба да имају централну улогу у процесу транзиције у дигитално земаљско емитовање. Судаћи по искуству земаља чланица ЕУ, ове се препоруке поштују.

1. Европска искуства

До краја 2008.године у једанаест европских земаља успешно је завршен процес преласка са аналогног на дигитално емитовање програма (Луксембург, Холандија, Финска, Андора, Шведска, Швајцарска, Аустрија, Немачка, Белгија, Шпанија и Малта). У свим овим земљама посебну улогу у процесу преласка са аналогне на дигиталну радиодифузију имали су јавни медијски сервиси.

И у Великој Британији где је тај процес најпре почео, али још увек није окончан, ВВС има посебну улогу у промотивној кампањи и подстицају прихватања нове технологије. И у осталим земљама у којима је у току овај процес, државно тело које је његов носилац, главно медијско упориште у овом развојном пројекту од широког друштвеног значаја има у јавном медијском сервису.

III

МЕЂУНАРОДНЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ И ИНСТИТУЦИЈЕ - ПРЕПОРУКЕ

1. Савет Европе

Препоруке Комитета министара Савета Европе у више наврата, од 1999. године јасно дефинишу улогу медијског јавног сервиса, његове обавезе, али и нове улоге које има у периоду припрема за прелазак на дигиталну радиодифузију и време саме транзиције (паралелног емитовања аналогног и дигиталног сигнала).

Посебном препоруком одређене су и смернице у стварању услова за обављање нове, проширене функције коју ће јавни медијски сервис имати у информационом друштву. Тако препорука о мерама за промовисање демократског и друштвеног удела у дигиталном емитовању указује на

„централну улогу медијског јавног сервиса при транзицији у земаљско дигитално емитовање“ предлажући да владе земаља чланица „поново потврде улогу јавних РТВ сервиса, прилагођавајући ако је потребно њихова средства новом дигиталном окружењу,...успостављајући финансијске, техничке и друге услове који ће им омогућити да испуне своје задатке на најбољи могући начин.“ (Прилог 1).

Препоруком Комитета министара Савета Европе о медијском плурализму и разноврсности медијског садржаја наводи се да „земље-чланице треба да обезбеде да постојећи јавни сервиси заузимају видљиво место у новом медијском пејзажу“, као и да омогуће јавном радиодифузно сервису „да се развија, како би могао да искористи све могућности које нуде нове комуникационе технологије и сервиси. (Прилог 2).

За дефинисање будуће улоге јавног медијског сервиса, која је далеко сложенија, имајући у виду мултимедијалне и интерактивне карактеристике дигиталне телевизије, али и потребе гледалаца, посебно је значајан сет препорука Комитета министара Савета Европе о новим комуникационим улогама јавног медијског сервиса у информационом друштву, из 2007. године.(Прилог 3).

IV

ЕЛЕМЕНТИ ЗА ИЗРАДУ СТРАТЕГИЈЕ ЗА ПРЕЛАЗАК СА АНАЛОГНОГ НА ДИГИТАЛНО ЕМИТОВАЊЕ ПРОГРАМА – ПРЕДЛОГ РТС

1. Регулаторни оквир

Овде се свакако морају дефинисати следећи детаљи:

- **Датум коначног гашења аналогног сервиса (*Switch off 1.1.2012. или...?*)** - Ми у РТС сматрамо да се мора наћи начин да се коначан прелазак на дигитално емитовање заврши истовремено са осталим земљама у окружењу, а најкасније до датуме који је европска комисија препоручила својим чланицама (1.1.2012.)
- **Начин преласка са аналогног на дигитално емитовање (*дигитализацијом одређених острва или преласком целе земље истовремено уз вишемесечни simulcast*)**. Сматрамо да је једино могућа комбинација ова два начина, тако што ће се истовремено емитовати дигитални и аналогни сервис на одређеној територији уз агресивну, позитивну промотивну кампању, па када број становника који могу да примају дигитални сигнал пређе жељени проценат (око 90%), гасе се аналогни предајници у тој зони и креће са дигиталним емитовањем према Плану расподеле.
- **Носилац свих послова** око формирања мултиплекса, њиховог преноса и емитовања у току прелазног периода мора да буде држава преко јавних сервиса тј. њихових целина које се баве

преносом и емитовањем програма или државно привредно друштво (Емисиони систем Србије) када буде основано

- Када се обави комплетан прелазак на дигитално емитовање може се предвидети могућност да се мрежни оператери за остале мултиплексе бирају конкурсом
- Посебно треба предвидети како се добијају дозволе за емитовање (ко улази у мултиплекс) у току прелазног периода а како кад се заврши прелазни период односно када се обави Switch off. Сматрамо да јавним сервисима треба Законом доделити потребан број канала.
- У току прелазног периода РТС свакако мора да добије право на најмање 4 програмска садржаја а у коначној варијанти на бар 8 програма стандардне дефиниције, два програма у високој дефиницији (HDTV) и неколико програма (музика, спорт, вести...) у пакету за мобилни пријем на ручним уређајима (DVB-H)
- У току прелазног периода, сем програма ЈС (РТС у сваком случају и РТВ у жељеној зони сервиса) треба у мултиплекс убацити и програме неког од комерцијалних емитера (можда оне који традиционално имају највећу гледаност, што свакако мора бити дефинисано Акционим планом) ради веће мотивације грађана за куповину СТБ
- За коначно решење, после Switch off-а, треба тачно дефинисати врсту и жанр програма који ће бити емитовани у оквиру слободне отворене понуде а посебно врсту програма који ће моћи да се гледају само ако се посебно плати.

2. Техничка питања

- ДВБ-Т или ДВБ-Т2, МПЕГ 2 или МПЕГ 4, треба одабрати оно што ће обезбедити најбржи и најекономичнији прелаз, са становништва емитера али пре свега са становништва гледалаца. Сматрамо да коначна одлука треба да буде дефинисана Акционим планом.
- На основу међународних препорука, али и европске праксе, имајући у виду садашњу, али и нове комуникационе улоге, Радио-телевизија Србије сматра да је неопходно да добије на коришћење 2 мултиплекса (UHF опсег) и један (VHF опсег).
- Конфигурација мреже SFN или MFN или комбинација мора бити технички оптимално решење.

3. Програмски садржаји

Радио-телевизија Србије има интерес за емитовање два општа програма (РТС1 и РТС2), 8 тематских, DVB-H и посебне интерактивне платформе.

Тематски програми:

1. Програм културе и уметности,
2. Спортски програм
3. Инфо канал
4. Музички програм
5. Образовно-научни и школски програм
6. Документарни програм
7. Серијски и филмски програм
8. Регионално-мањински програм

Медијски јавни сервис треба и да одговори на потребе гледалаца са посебним потребама и да им обезбеди сервисе који ће им омогућити праћење програмског садржаја у дигиталном окружењу (звучни описи, титлови (који се могу и одвојено додавати на слику), говорни титлови итд.).

4. Економска питања

Припреме за прелазак на дигитално емитовање и сам процес преласка ће се обављати на неколико колосека и у неколико фаза што мора да прати финасирање.

Већ сада треба почети (а са усвајањем Стратегије преласка и интензивирати) са промотивном кампањом дигитализације за шта треба обезбедити одређена финансијска средства.

Када буде усвојена Стратегија биће потребно изградити комплетну мрежу за формирање бар једног мултиплекса, без обзира на начин преласка, систем за пренос сигнала до локација на којима се налазе предајници, набавити и инсталирати антенске системе, комбајнере, каблове и коначно предајнике за планиране локације. Основна инфраструктура (комбајнери, каблови и антенски системи) мора се одмах градити у складу са Планом расподеле, па ће у овој фази бити потребно доста средстава, мрежа за пренос мора да буде довољног капацитета да пренесе све планиране мултиплексе а динамика набавке предајника зависиће од усвојеног концепта преласка на дигитално емитовање и брзине ширења мреже.

Истовремено са активирањем првог мултиплекса биће потребна и средства за субвенционисање куповине СТБ, ако то Стратегијом буде предвиђено.

Потом, потребна је финансијска подршка за успостављање будућег јавног медијског сервиса који ће у далеко већем програмском обиму и сервисним интерактивним понудама морати да одговори на потребе гледалаца, поштујући међународну законску регулативу, односно будуће медијске законе који ће бити са њом усклађени.

На основу препорука Комитета министара Савета Европе (у прилогу) наводи се да јавним медијским сервисима треба обезбедити стабилно финансирање, па се уз претплату, финансирање из буџета и од рекламирања и оглашавања, препоручује и наплаћивање посебне накнаде.

Европска искустава указују да субвенционирање грађана треба да буде везано за РТВ претплату, што би омогућило повећање стопе наплате. То би донело нове приходе и олакшало неопходне инвестиције.

- **Финансирање промоције дигитализације**

У зависности од Акционог плана за промотивну кампању потребно је планирати средства за њено финансирање.

Најпре, треба дефинисати ко је стратешки медијски партнер регулаторном телу које је носилац процеса преласка са аналогног на дигитално емитовање програма. Имајући у виду територијалну покривеност сигналом, али и праксу да је медијски јавни сервис главни промотер ДТТ, а самим тим и да има посебну одговорност у процесу подстицаја грађана на прихватање нове технологије, неопходно је планирати финансијска средства за реализацију овог значајног пројекта. Осим тога, медијски јавни сервис Србије поседује стручан и креативан тим који може да да велики допринос стратешком позиционирању и подстицају преласка на дигиталну технологију.

5. Промоција дигитализације

Промоција дигитализације, која је захваљујући напорима Радио-телевизије Србије већ почела, одвијаће се по фазама. Њена динамика и сегменти промоције зависе од одлуке на који начин, у ком року и којим редоследом и интензитетом ће се одвијати процес преласка са аналогног на дигитално емитовање програма.

V

ЗАКЉУЧАК

Стратегија би требало да дефинише стратешке циљеве свих учесника у процесу, смернице које се тичу садржаја и динамике задатака, активности и рокова њиховог испуњења.

Битно је омогућити да јавни медијски сервис буде носилац процеса преласка на ДТТ због доминантне позиције на тржишту емитовања у Србији и водеће улоге коју има. Стратегија мора јасно да дефинише улогу националног емитера који у служби јавног сервиса активно учествује у процесу. Он је, на основу страног искуства, обично главни промотер овог процеса за шта од државе добија финансијску подршку.

Стратегија мора да дефинише у које законе морају бити унете измене или допуне које би регулисале дигиталну радиодифузију и да прецизира рокове до када законска регулатива треба да буде усклађена.