



# Pada gledanost televizije, a raste

**Novost je Metricom** Presscut i Medianet predstavili su novu metodu praćenja medija koji i

**P**rvi puta otkada se u Hrvatskoj mjeri gledanost, porastao je broj onih koji uopće ne gledaju televiziju. Prema istraživanju koje je u srijedu u Hrvatskom novinarskom domu predstavila Darja Kupinić Guščić, direktorica Media neta, broj ljudi koji uopće ne gledaju televiziju u veljači ove godine iznosio je gotovo šest posto. "To je statistički vrlo značajan pad gledanosti, jer je broj onih koji uopće ne gledaju televiziju u rujnu iznosio 3,5 posto. Ne znamo koji je razlog tome ni je li to privremeni trend. Ni je to nešto alarmantno, ali prvi puta dogodilo da pada televizija koja je do sada uvijek rasla", poručila je Kupinić Guščić dodajući kako je na pad gleda-

nosti najviše utjecao pad nacionalnih programa, a primijećen je rast gledanosti televizija koje se bave sportskim sadržajem. Generalno gledajući, pozicije gledanosti televizija podjednake. Nova TV još uvijek drži prvu poziciju, dok je slijede RTL, HRT1 te HRT2 i 3, te HRT4 koji je tek krajem godine počeo s emitiranjem i ubrzo se popeo na visoku poziciju.

"Ostali kanali, kojih je sve više, imaju manje od 50 tisuća gledatelja", kaže Kupinić Guščić. Kada su pak u pitanju tiskani mediji i portali, trivijalni sadržaji i sport postali su ono što najviše zanima čitatelje.

"U usporedbi s rujnom prošle godine, u veljači 2013., čitanost je najviše

rasla ženskom časopisu Cospolitani to za te žutim, "tračerskim" magazinima - neka se nitko ne uvrijedi što ih tako nazivam, jer su dobri u tome što rade - Storyju i Gloriji te Sportskim novostima", kazala je Kupinić Guščić. Ozbiljne novine doživjele su pad u odnosu na lani, a Kupinić Guščić razlog tome pronalazi u krizi i količinah loših vijesti koje nas okružuju.

"Ljudi su prezasićeni takozvanim ozbiljnim temama koje bacaju u depresiju i okreću se laganijim, trivijalnijim i zabavnijim sadržajima", smatra Kupinić Guščić. Ipak, vodeće mjesto uvjerljivo drži dnevnik 24 sata, a slijede ga Jutarnji te Večernji list. Na portalima vlada slična situacija što se tiče



# čitanost tračerskih novina

stovremeno prati društvene mreže, portale i komentare na portalima

**Darja Kupinić  
Guščić,  
direktorica  
Media neta**

GORAN STANTL/PXL



praćenja sadržaja pa je čitanost najviše rasla sportskim portalima i portalima onih novina koje puno pažnje pridaju sportu. Media net je do ovih podataka došao istraživanjima koje provode telefonskim anketama sa pitanjima otvorenog tipa što znači da ispitanik sam navodi medije i učestalost kojom ih prati. Osim najnovijih kretanja u medijima, Presscut i Media net, na konferenciji za medije predstavili su nove metode praćenja medija i doseg čitelja.

Najveća novost tako je usluga praćenja društvenih mreža, Metricom koji je jedini alat koji istovremeno prati društvene mreže, forume, portale i komentare na portalima. *mž*