

Gandul

CNA propune din nou TVR să subtitreze emisiuni, pentru hipoacuzici

Consiliul Național al Audiovizualului a decis să trimită televiziunii publice recomandarea de a subtitra anumite emisiuni care să vină în sprijinul persoanelor care suferă de hipoacuzie. Membrii Consiliului au luat decizia ținând cont de necesitatea asigurării de către SRTv a „accesului neîngrădit al persoanei cu handicap la mediul informațional”.

În plus, Attila Gasparik, vicepreședintele CNA, susține că ar trebui să se introducă în Legea audiovizualului o prevedere ca postul public să subtitreze anumite emisiuni, care să vină în sprijinul celor care suferă de hipoacuzie. (D.P.)

Evenimentul zilei

CNA a fost dat in judecata

Radio 21 a dat in judecata Consiliul National al Audiovizualului (CNA) pentru aprobarea transferului unor licente Mix FM intre companiile Canaris si Canet, controlate de omul de afaceri Aristotel Cancescu.

Dupa acest transfer, licentele au ajuns in proprietatea grupului SBS. Reprezentantii trustului Lagardere, care detine si postul de radio Europa FM, sustin ca au facut o oferta mai valoroasa pentru achizitionarea acelorasi licente decat SBS. Radio 21 cere despagubiri consiliului de un milion de lei si cheama institutia in instanta pe 15 iunie.

ARMA-SEMINAR / ARMA organizează un seminar dedicat măsurării audienței

București (MEDIA EXPRES) / 29 mai 2007 / Asociația Română pentru Măsurarea Audienței (ARMA) organizează la 29 mai, la București, un seminar internațional având scopul de a aduce la cunoștință pieței din România ultimele evoluții din acest domeniu în Europa.

La seminar participă Alessio Fattore, de la Starcom Italia (institutul de măsurare a audienței italian), Rudolf Bretschneider de la Gfk Austria și Bernhard Engel, de la televiziunea ZDF din Germania.

Seminarul a fost de schis de președintele ARMA, Lucia Romaniuc, care a spus că televiziunea digitală de înaltă definiție HDTV, televiziunea prin internet IPTV sau televiziunea digitală terestră DVBT modifică necesitatea măsurării audienței pe diverse medii.

„Mediile încep să se suprapună, vizionarea TV pe internet începe să devină și în România un subiect, ecranele mici portabile adaugă alte posibilități. De aceea rezultă complexitatea măsurării vizionării TV. ARMA are nevoie să-și lărgescă perspectiva, fapt pentru care am organizat acest seminar destinat schimbului de informații și opinii”, a spus Romaniuc.

Attila Gasparik, vicepreședintele CNA a spus că instituția pe care o prezintă salută această conferință. „CNA consideră foarte importantă măsurarea obiceiurilor publicului în fața televizorului. În anii 30 în SUA era un singur canal, se măsura audiența prin proba de apă. Contorizau câtă apă se consuma și așa se plăteau banii pentru publicitate. Ar fi bine ca și în România să avem un contract cu Aqua Nova să știm cum stăm cu audiența, a spus Gasparik. CNA are nevoie de o viziune clară a obiceiurilor telespectatorilor. De ce? Pentru că apare dopajul cu publicitatea, e acesta corect? Ar fi bine ca publicitatea să fie difuzat calitativ, să fie dată punctual acolo unde trebuie și efectul să fie mai mare. Televiziunile vor avea astfel mai mulți bani și vor fi mai independente.”

Vicepreședintele CNA a reamintit sloganul CNA, care este „ARMA noastră este transparența.” Președintele comitetului tehnic al ARMA, Nicu Laiță, a făcut un istoric al măsurării audienței în România, plecând din 1994, când CSOP a lansat primul studiu de audiență pentru televiziune cu jurnale, raportate din 15 în 15 minute, trecând prin intrarea pe piață în 1998 a AGB Data Research, care a intrat în competiție cu TNS/CSOP, introducerea Ratingului pe minut zilnic, monitorizarea calupurilor de publicitate și sfârșindu cu perioada 2001 – 2004, reprezentând tranziția către o monedă unică de măsurare a audienței tv.

În prezent ARMA colaborează cu cele două institute - pentru menținerea panelului vechi cu TNS/AGB și setupul panelului nou, ce va funcționa din 2008, cu Gfk.