

3

19. APRIL / MEDIJA CENTAR
DR DUBRAVKA VALIĆ NEDELJKOVIĆ

ŠTA PARTIJE NUDE

KOGA MEDIJI
BIRAJU



#2016izbori

MONITORING PREDIZBORNE KAMPANJE U MEDIJIMA

ORGANIZACIJA
9

GRADOVA
17

DANA MONITORINGA
30

ISTRAŽIVAČA
50

107
MEDIJA

40 TELEVIZIJA

8 RADIJSKIH STANICA

30 ŠTAMPANIH MEDIJA

29 PORTALA

ŠTA PARTIJE
NUDE
KOGA MEDIJI
BIRAJU



#2016izbori

PUBLICITET POLITIČKIH PARTIJA U MEDIJIMA

NEPLAĆENI

**DRŽAVNI
MARKETING**

**IZBORNI
BLOK**

PLAĆENI

SPOTOVI

**REKLAMNI
OGLASI,
BILBORDI**





IZVEŠTAVANJE O KAMPANJI

OSNOVNE
OSOBBNE



#2016izbori

OSNOVNE OSOBINE IZVEŠTAVANJA O KAMPANJI



KAMPANJA
PRE
KAMPANJE



KAMPANJA
VAN
KAMPANJE



NEGATIVNA
KAMPANJA



RAT
SAOPŠTENJIMA



OTVORENOST
KA ŽENAMA



INSTRUMENTA-
LIZACIJA KRIZNIH
SITUACIJA



NEDOSTATAK
BALANSA U
KAMPANJI



ONLAJN
KAMPANJE



NOVI FORMATI
I MEDIJI



#2016izbori



KAMPANJA PRE KAMPANJE

PTC



- ✓ Zastupljenost **stranaka na vlasti** u „Dnevniku 2” RTS-a je dvostruko veća od zastupljenosti **opozicionih partija** (dužina tonskih inserata 318:160 sekundi)
- ✓ **Nove, male i vanparlamentarne partije** su medijski „odsutne”.
- ✓ Na svaki **pseudodogađaj** kao vid promocije vodeće opozicione partije u „Dnevniku 2”, vladajuća SNS odgovara **pseudodogađajem**.

**PUBLIKACIJU MOŽETE PREUZETI NA SAJTU
NOVOSADSKE NOVINARSKE ŠKOLE:
NOVINARSKA-SKOLA.ORG.RS**



#2016izbori



KAMPANJA PRE KAMPANJE



PTB

РАДИО
ТЕЛЕВИЗИЈА
ВОЈВОДИНЕ



- ✓ Najviše medijskih inicijativa uočeno je u TV programu na srpskom jeziku (26%), dok ih je u radijskom programu i TV programu na mađarskom jeziku daleko manje (5%, odnosno 2%).
- ✓ Kampanja pre kampanje mahom se bazira na pseudodogađajima: krštenje rečnog kruzera, presecanje crvenih vrpca, poseta prvorođenoj bebi...
- ✓ Širok prostor za negativnu kampanju, čime se podstiče neargumentovana polemika i optužbe ad hominem.



PUBLIKACIJU MOŽETE PREUZETI NA SAJTU
NOVOSADSKE NOVINARSKE ŠKOLE:
NOVINARSKA-SKOLA.ORG.RS



#2016izbori



KAMPANJA VAN KAMPANJE

1 /

2



MEI TA
BARIĆ

3



ONKOLOGIJA,
KOS. MITROVIĆA

4 /

5



NOVA INVESTICIJA
LOZNICA - NAJAVA

6



NOVI VOJNI HANGAR
BATAJNICA

7



FABRIKA DELOVA ZA
AUTOMOBILE, V. HAN

8 /

9



NOVA INVESTICIJA
BOR - NAJAVA



KAMPANJA VAN KAMPANJE

10 /

11

KORIDOR 10 -
DEONICA (5,6KM)

12

ŽELEZARA
UGOVOR (NAJAVA)

13

MASTERPLAST
SUBOTICA

14

IKEA
BEOGRAD

15

KULA BEOGRAD -
KAMEN TEMELJAC

16

ASTER TEKSTIL
NIŠ

17

HOTEL HILTON
BEOGRAD

18

ŽELEZARA -
UGOVOR



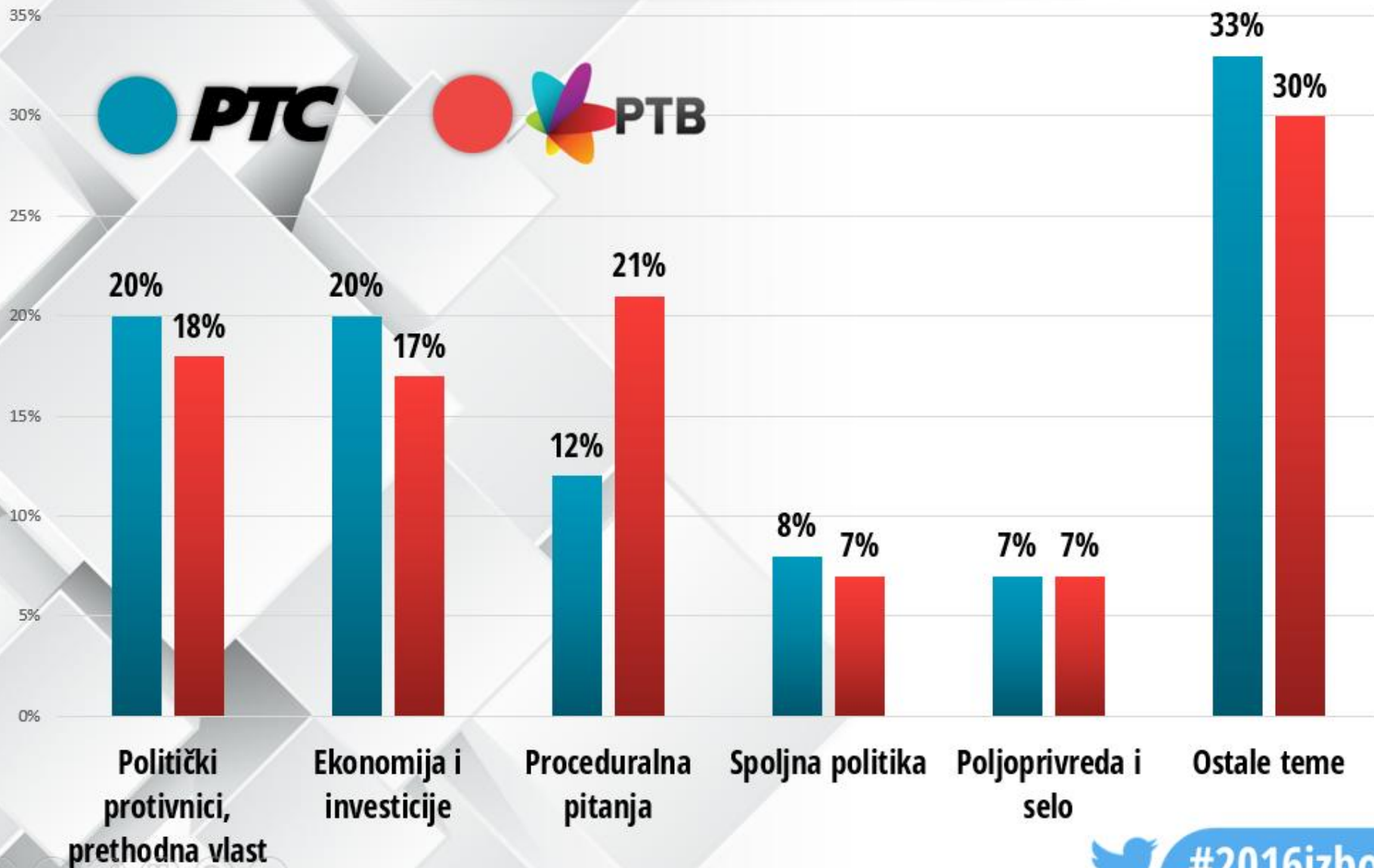
IZVEŠTAVANJE O KAMPANJI

—
PROCENTI



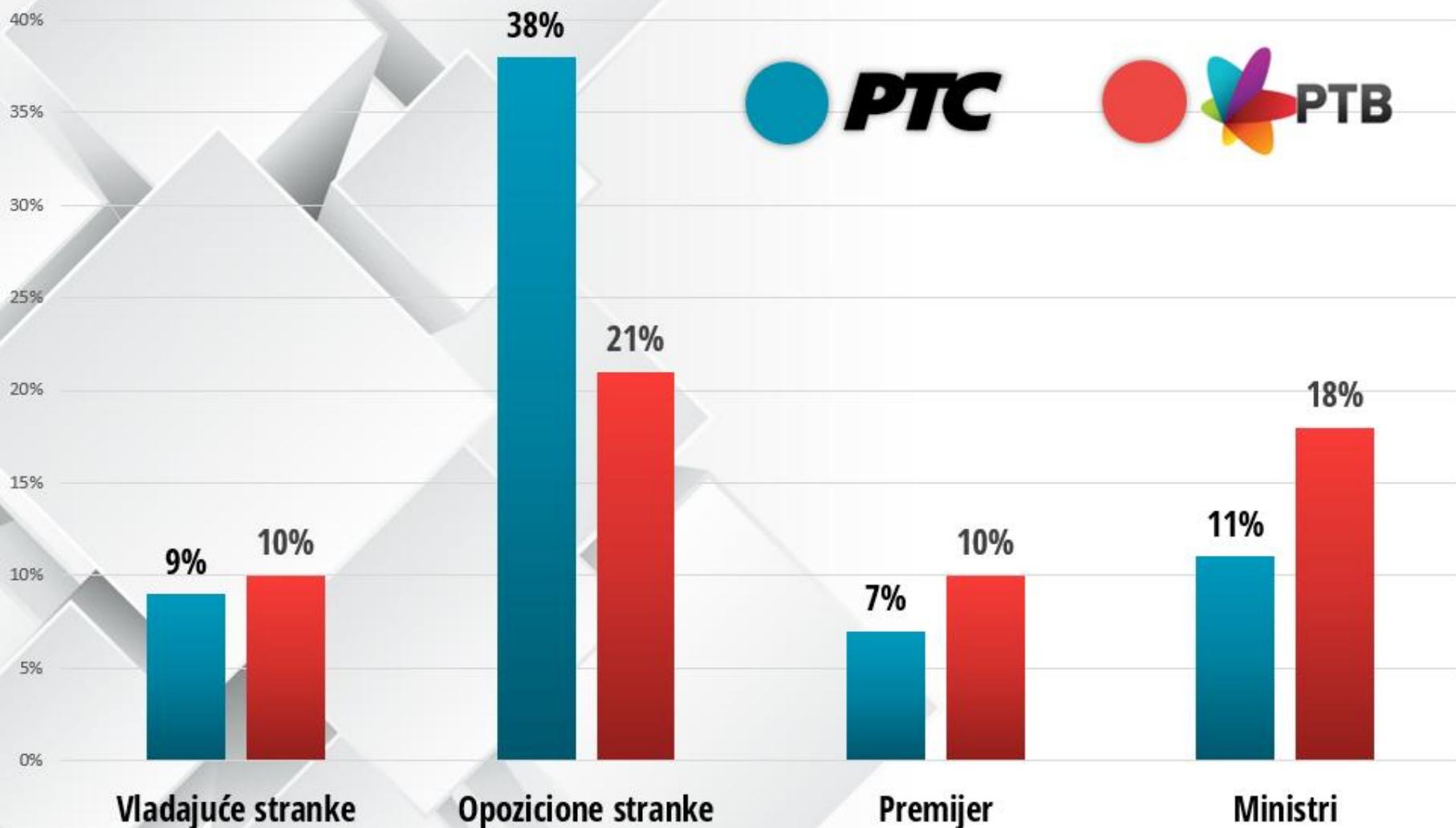
#2016izbori

NAJZASTUPLJENIJE TEME NA JAVNIM SERVISIMA



#2016izbori

NAJZASTUPLJENIJI SUBJEKTI NA JAVNIM SERVISIMA

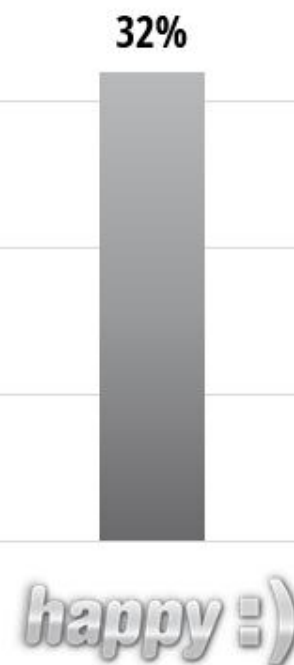
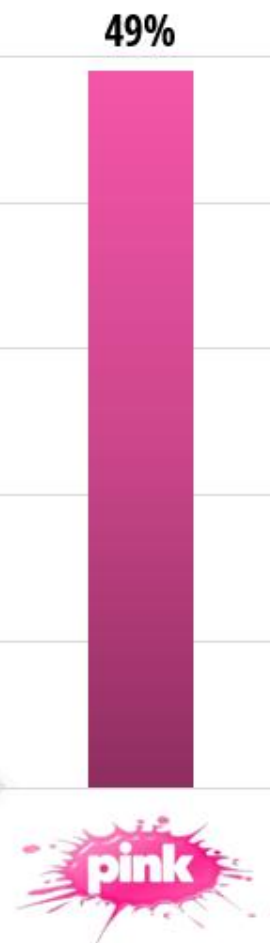


#2016izbori

DIREKTNI CITATI: UDEO DRŽAVNOG MARKETINGA U POLITIČKIM SADRŽAJIMA

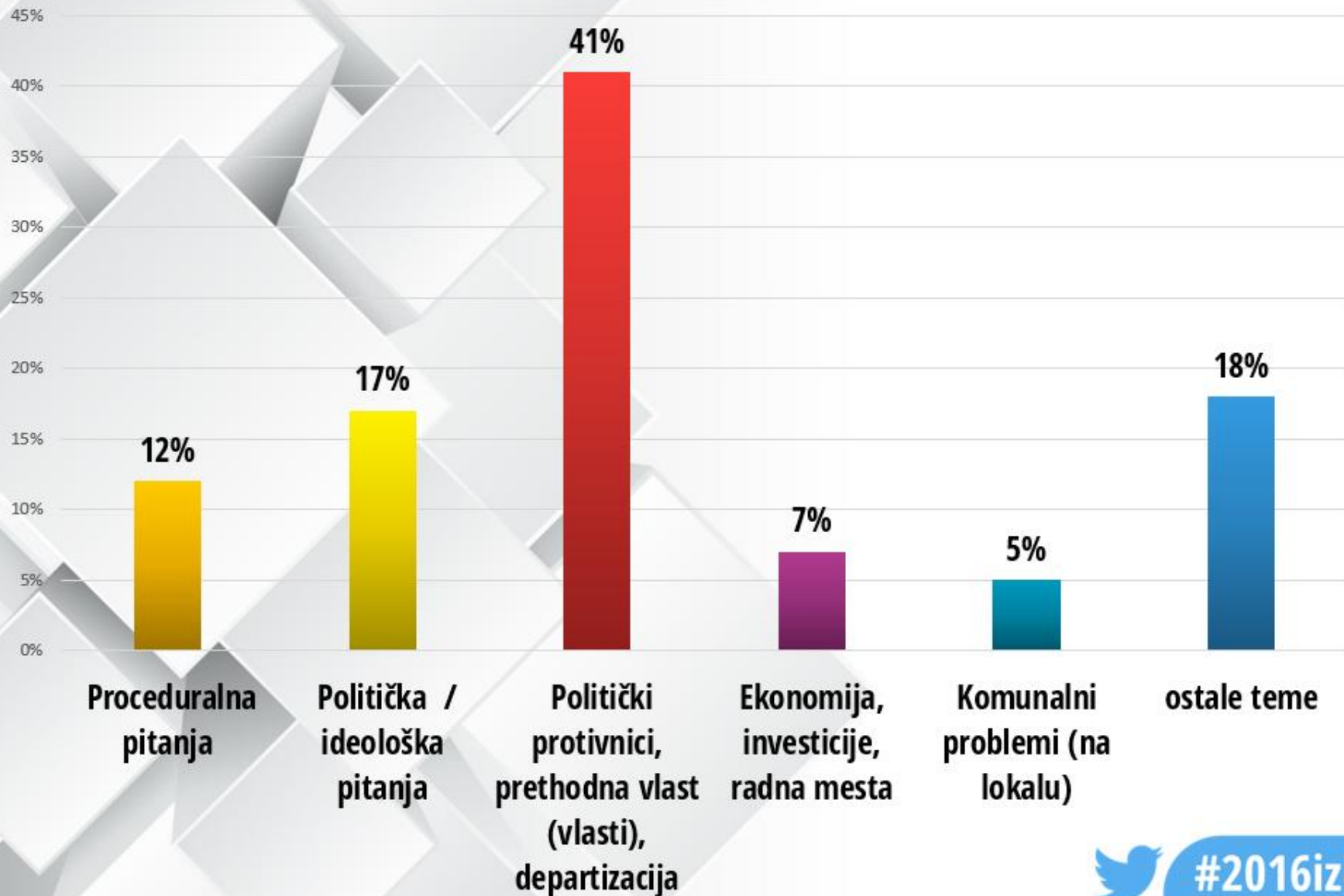
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%

Udeo direktnih citata članova tehničke Vlade Srbije (premijera i ministara) u priložima posvećenim političkim sadržajima: centralne informativne emisije



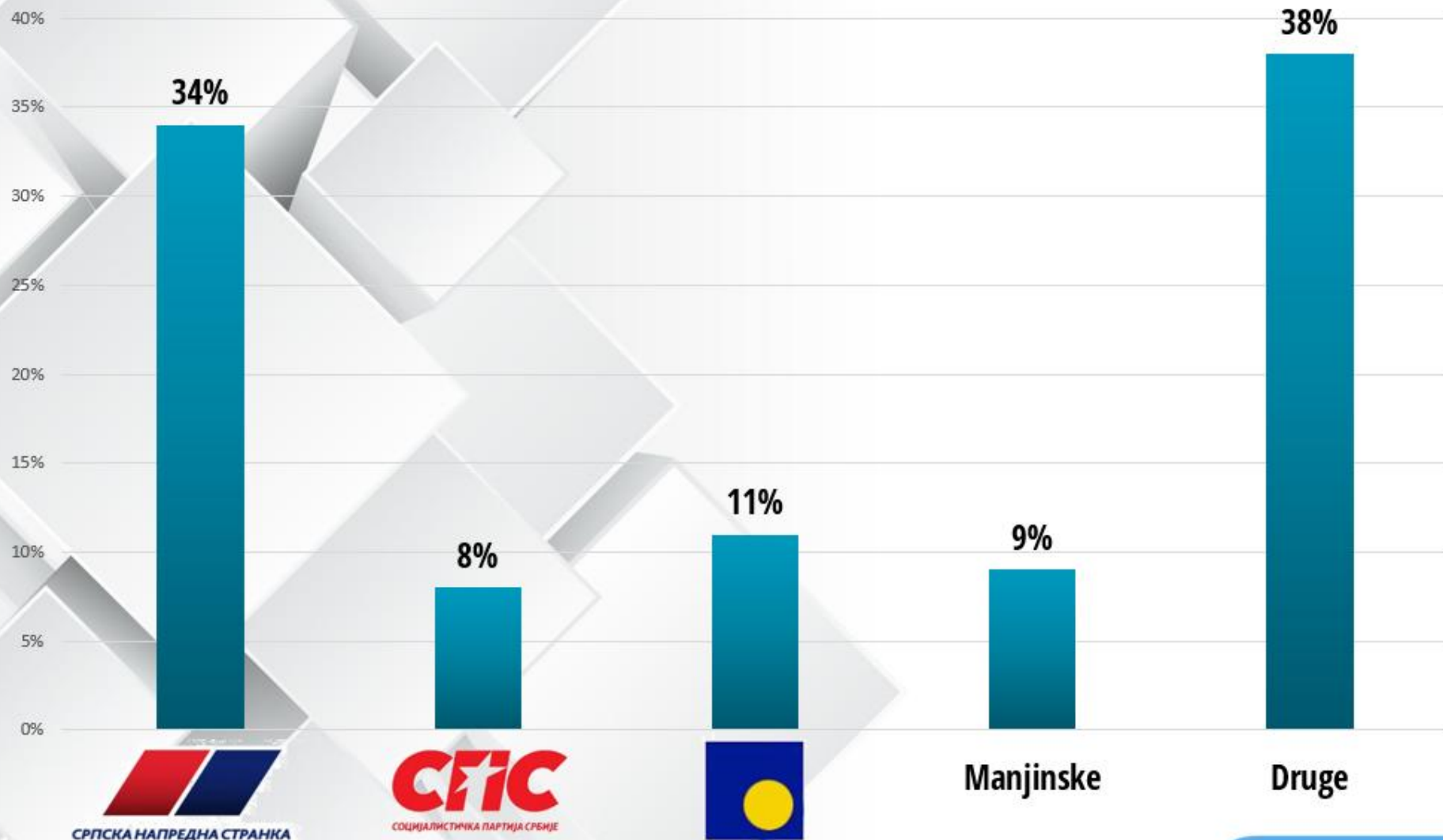
#2016izbori

NAJZASTUPLJENIJE TEME NA LOKALNIM INTERNET PORTALIMA



#2016izbori

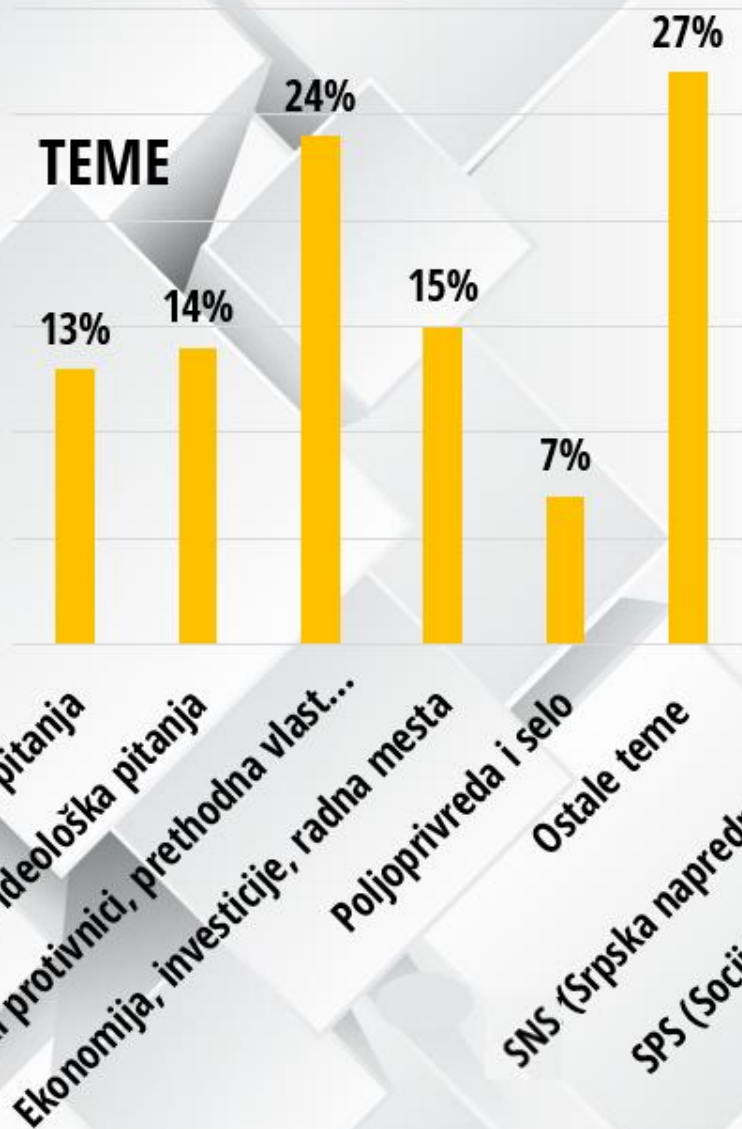
STRANAČKA IDENTIFIKACIJA SUBJEKATA NA LOKALNIM PORTALIMA



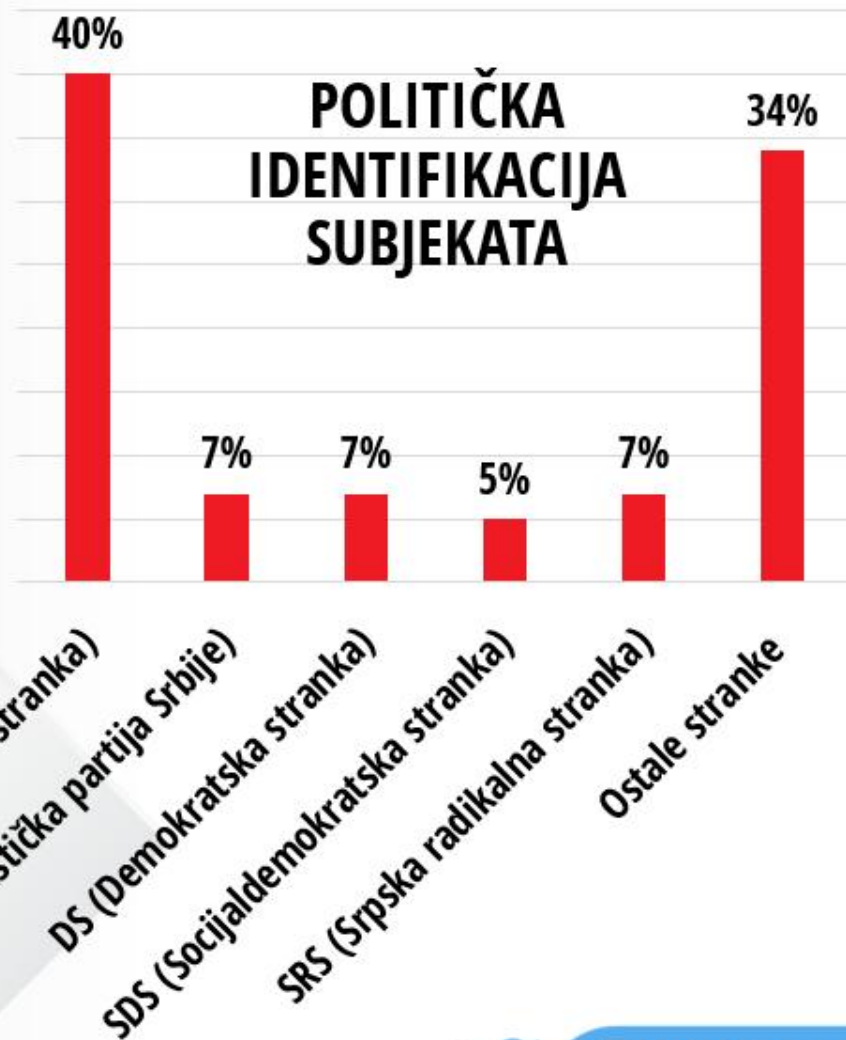
#2016izbori

KOMERCIJALNE TV STANICE SA NACIONALNOM POKRIVENOŠĆU

TEME



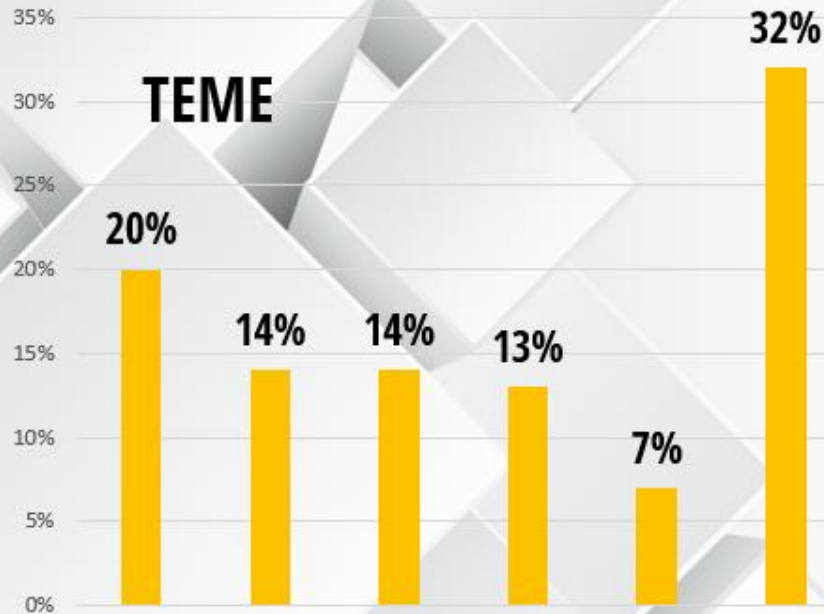
POLITIČKA IDENTIFIKACIJA SUBJEKATA



#2016izbori

KOMERCIJALNE TV STANICE SA LOKALNOM POKRIVENOŠĆU

TEME



POLITIČKA IDENTIFIKACIJA SUBJEKATA



#2016izbori



NOVI FORMATI I MEDIJI

Frekvencija piratskog Radija Grmeč sada je prazna, zahvaljujući prigovoru Novosadske novinarske škole i Nezavisnog društva novinara Vojvodine. Ovaj radio je, mimo bilo kakvih pravila, emitovao reklame Narodnog pokreta Dinara-Drina-Dunav, nazivajući lidera stranke Dragoslava Bokana "liderom lavljeg srca".



radio
GRMEC
96,9 mhz



#2016izbori

HVALA NA PAŽNJI

SLEDEĆI PRESEK:
24. APRIL / MC



#2016izbori