



Beogradski izbori - Kampanja **pre** kampanje?



23. januar 2018. godine

Beogradski izbori - Kampanja **pre** kampanje?

Kako se informišu građani u Beogradu?

- Građani u Beogradu se najviše informišu o političkim, ekonomskim i društvenim temama putem tradicionalnih medija (televizija, štampa, radio);
- 82% građana se informiše putem televizije, 34% putem štampanih medija i 33% putem internet portala;
- Beograđani se najviše informišu putem TV kanala: RTS , zatim TV Pink , TV Prva , TV O2 , TV N1 ;
- Od štampanih medija najviše se informišu putem: Blica , Večernjih novosti , Kurira, Informera, Politike ;
- Od internet portala građani se najviše informišu putem: Blic.rs, b92.net , kurir.rs .



Metodologija

- **Period : 2. oktobar 2017. - 15. januar 2018. godine**
- **Mediji obuhvaćeni monitoringom:**
 - TV: RTS (Beogradska hronika, Dnevnik 2, Jutarnji program - Prelistavanje), PINK (Nacionalni dnevnik, Jutarnji program - Prelistavanje), PRVA (Dnevnik u 18h), N1 (Dnevnik u 19h, Jutarnji program - Prelistavanje), Studio B (Vesti u 19h);
 - Press: Blic, Večernje novosti, Politika, Kurir, Informer;
 - Web: blic.rs, b92.net, kurir.rs.
- **Ukupan broj medijskih objava: 2.215**



Metodologija

Šta je obuhvaćeno monitoringom:

Akteri: predstavnici vladajuće većine i opozicije (lideri), gradski funkcioneri, državni funkcioneri, stranke i pokreti.

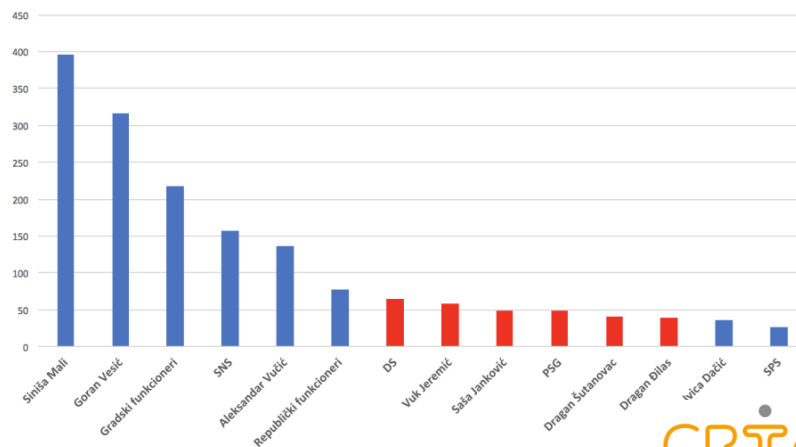
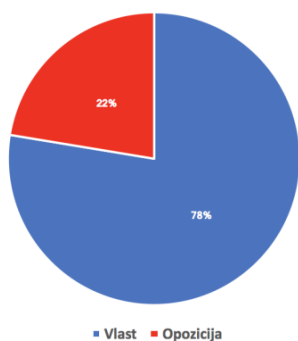
- Medijska zastupljenost aktera;
- Tonalitet medijskih izveštaja;
- Tip poruka;
- "Subjekti" i "objekti" plasiranja negativnih poruka i verbalnih napada;
- Teme;
- Funkcionerska kampanja;



Medijska zastupljenost - vlast i opozicija

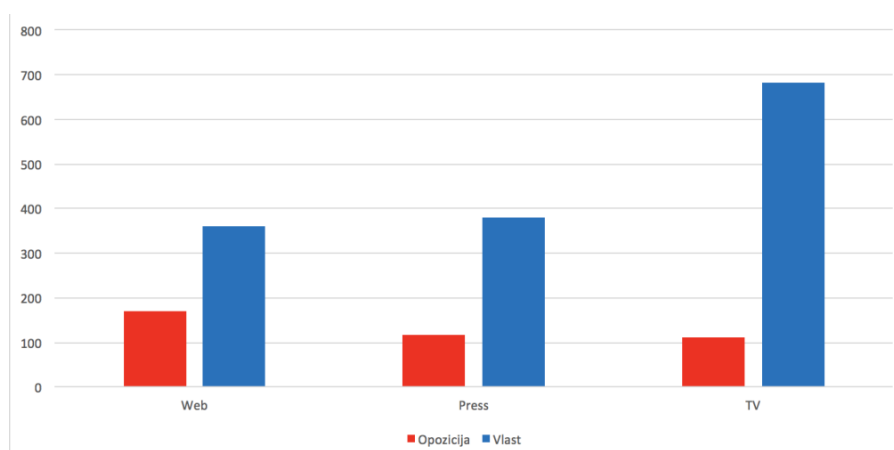
Predstavници vlasti su gotovo četiri puta više bili zastupljeni u medijima od predstavnika opozicije

Udeo u medijima po akterima



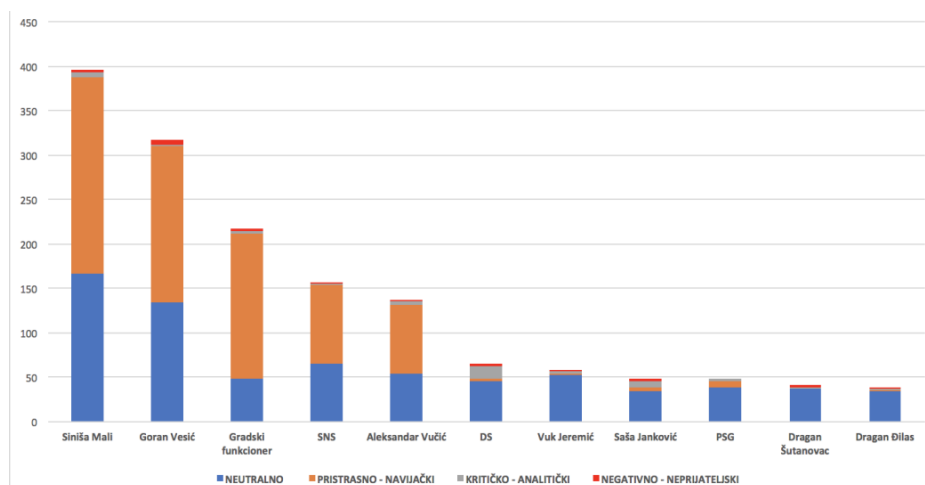
Zastupljenost predstavnika vlasti i opozicije po tipu medija

Predstavници vlasti su najviše medijskog prostora imali na televizijama, dok su predstavnici opozicije najviše zastupljeni u online medijima.



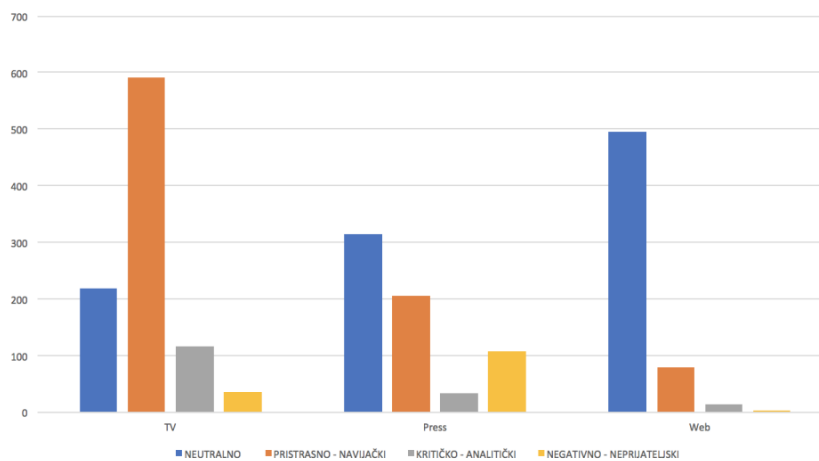
Tonalitet medijskih objava po akterima

U svojstvu subjekata, predstavnici vlasti su dominantno predstavljeni u "pristrasno-navijačkom" tonu, a predstavnici opozicije u "neutralnom".



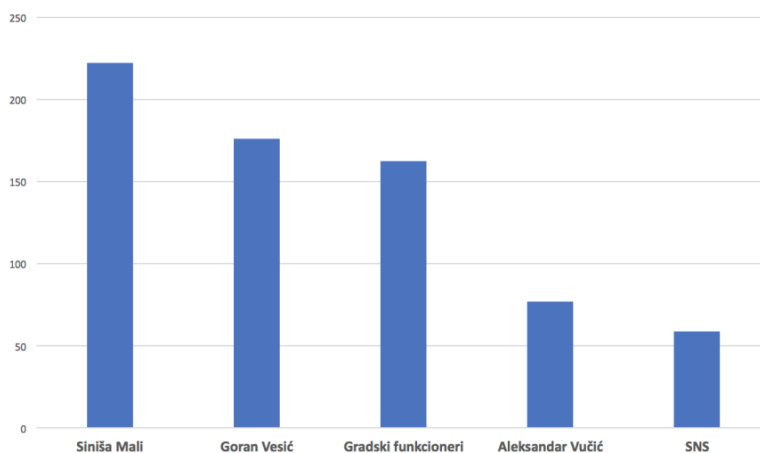
Tonalitet medijskih objava po tipu medija

Na televizijama je bilo najviše pristrasno-navijačkog sadržaja, dok u štampanim i online izdanjima medija - neutralnog



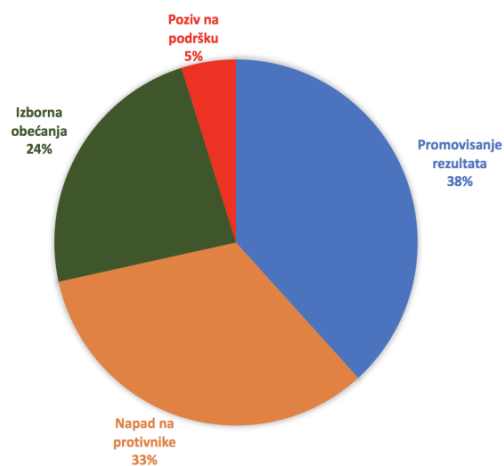
Tonalitet medijskih izveštaja po medijima i akterima

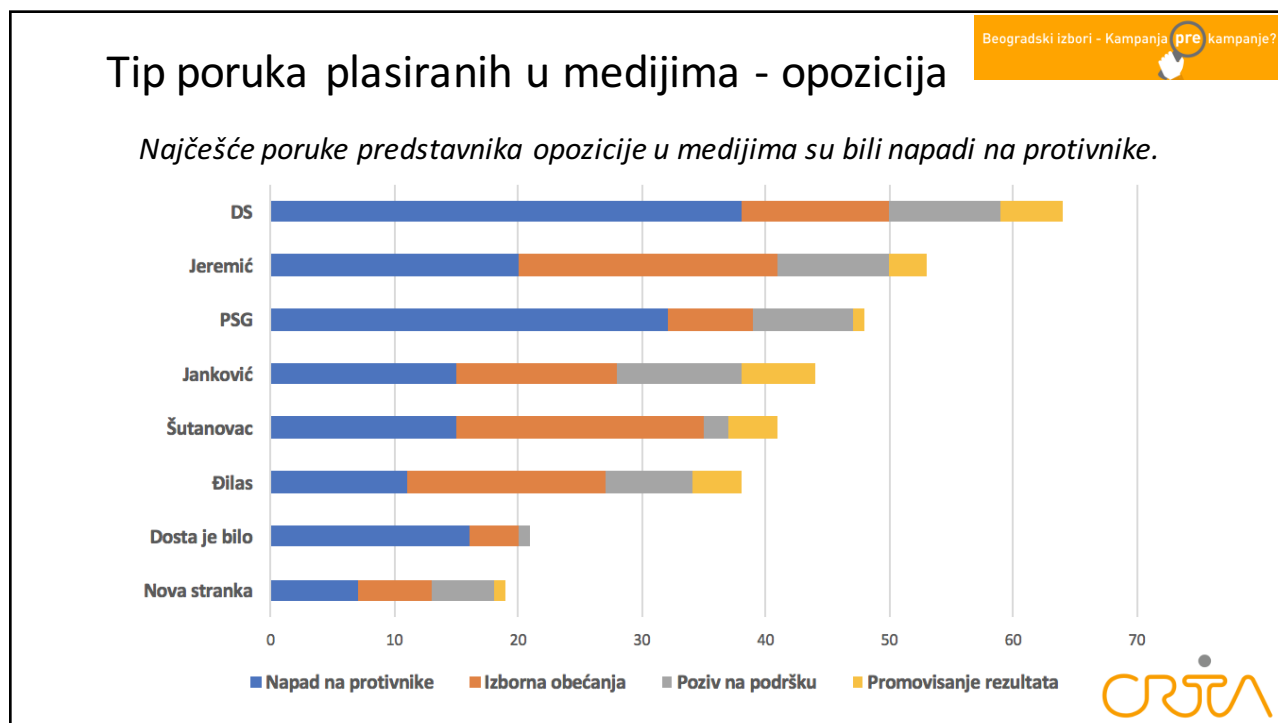
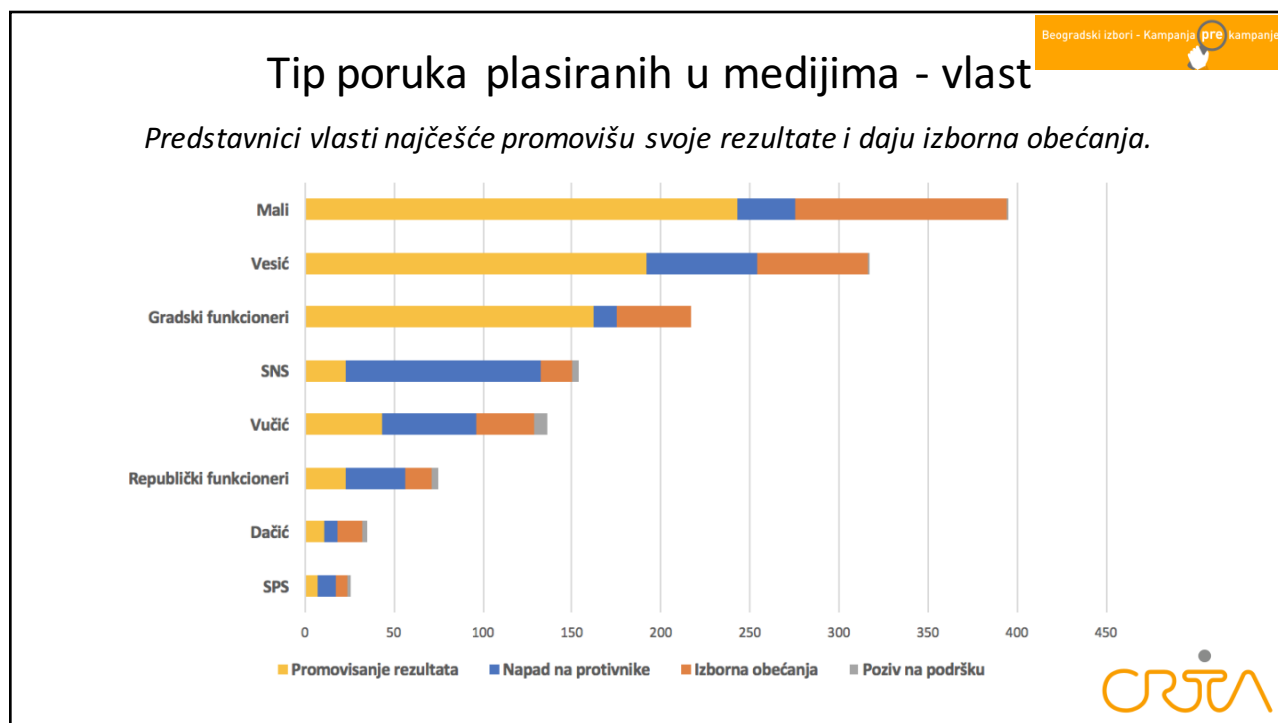
Najviše navijačkih priloga je bilo u korist predstavnika vlasti i to na Studiju B, Beogradskoj hronici RTS, Večernjim novostima i Kuriru i to pretežno u korist sledećih aktera:



Tip poruka koje su akteri plasirali u medijima

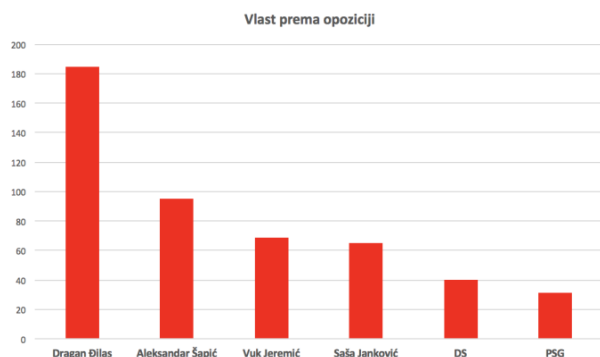
Akteri su dominantno promovisali svoje rezultate i napadali protivnike, dok su najmanje iznosili izborna obećanja i pozivali na podršku na predstojećim izborima.



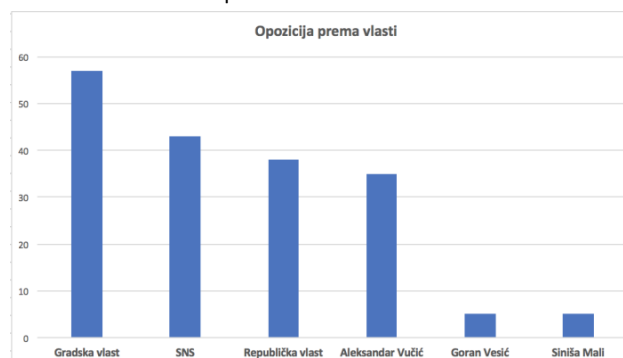


Akteri prema kojima je usmereno najviše negativnih poruka i verbalnih napada

SNS, Vesić, Vučić, republički funkcioneri i Mali su prednjačili u negativnim porukama i verbalnim napadima na sledeće opozicione aktere:

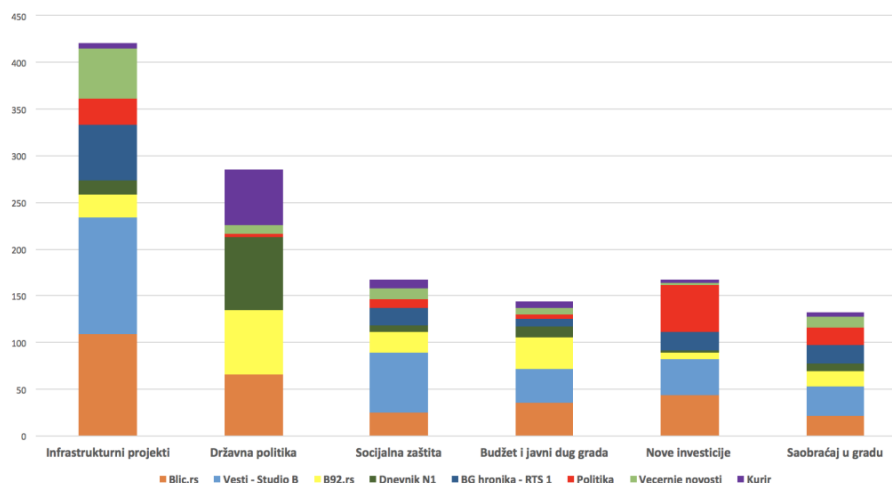


DS, PSG, Jeremić, DJB, Janković i Šutanovac su prednjačili u negativnim porukama i verbalnim napadima na sledeće predstavnike vlasti:



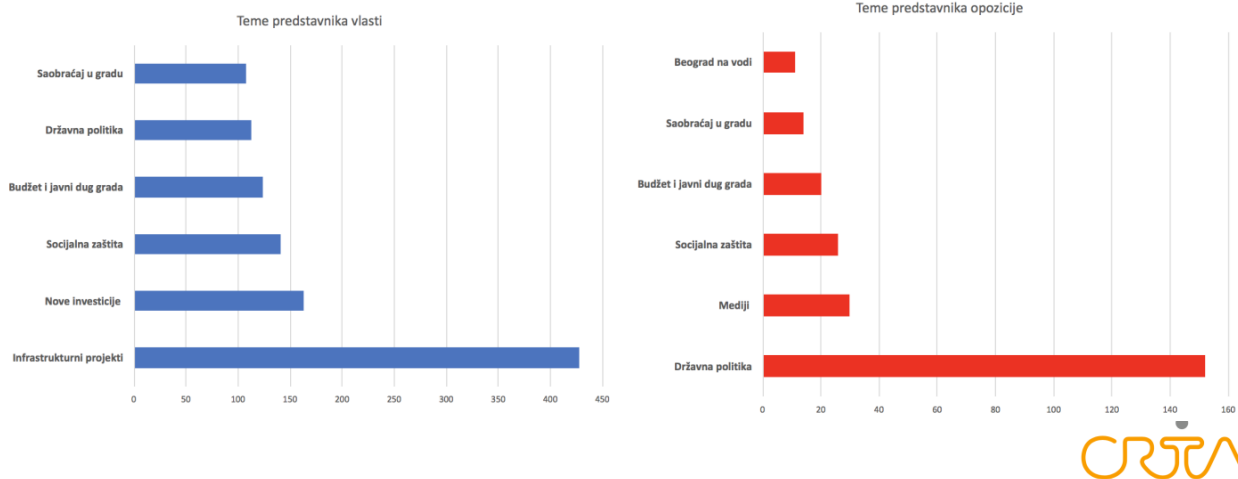
Teme u kontekstu beogradskih izbora

Infrastrukturni projekti, državna politika i socijalna zaštita su najzastupljenije teme u kontekstu beogradskih izbora.



Najčešće teme - vlast i opozicija

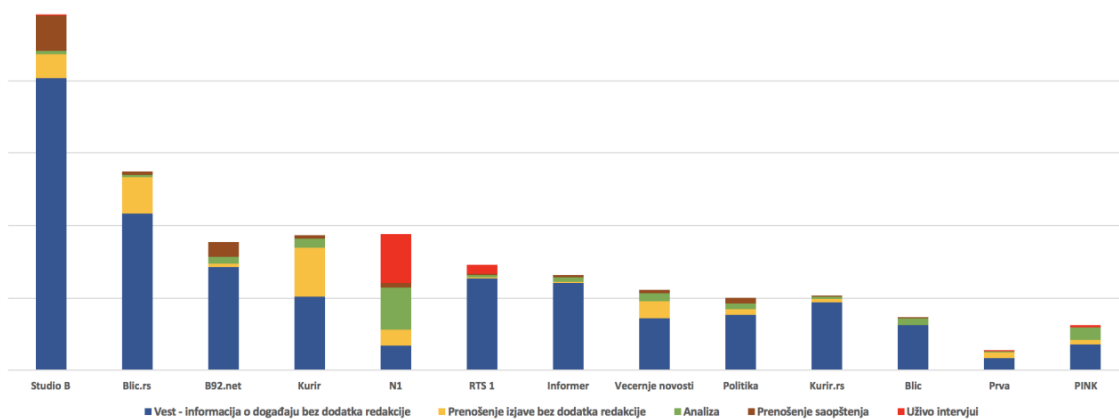
Predstavnici vlasti su se najviše bavili infrastrukturnim projektima i novim investicijama, dok su se predstavnici opozicije fokusirali na državnu politiku i medije.



Format medijskog izveštavanja

Beogradski izbori - Kampanja **pre** kampanje?

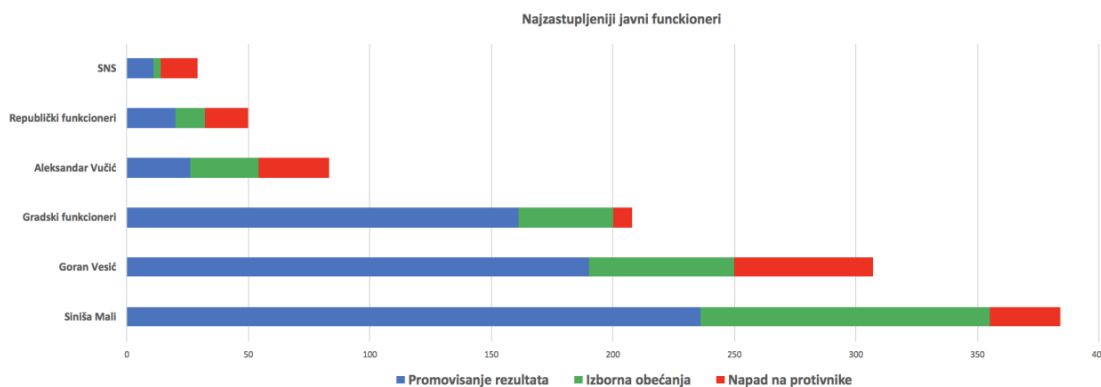
O BG izborima najviše vesti i saopštenja preneo je Studio B, bez redakcijskih dorada najviše članaka je objavljivao Kurir, dok je analitičkih priloga i uživo intervjua bilo najviše na N1.



Javni funkcioneri u kampanji

Beogradski izbori - Kampanja **pre** kampanje?

U 55% medijskih nastupa javni funkcioneri su najavljeni kao republički ili gradski funkcioneri (ne kao stranački), gde su svaki četvrti put davali izborna obećanja, a svaki šesti put napadali protivkandidate.



CRJA

Beogradski izbori - Kampanja **pre** kampanje?

HVALA NA PAŽNJI

CRJA