

 **FEDERALNA
TELEVIZIJA**

FEDERALNA TELEVIZIJA je javni TV emiter kojim upravlja Radio - televizija Federacije BiH (RTVFBiH).

Federalna televizija ima za cilj prenijeti što više informacija, javnosti, gledaocima. Ali, s tim i privući pažnju gledaocima i tako povećati prosjek gledanosti. Te informacije prenosi da bih javnost bila upoznata s novim dešavanjima.

U analizu je uključeno:

12 informativno političkih programa (Dnevnik 2). 1 to 8 u decembru od 15.12. do 23. 12. 2014 godine.

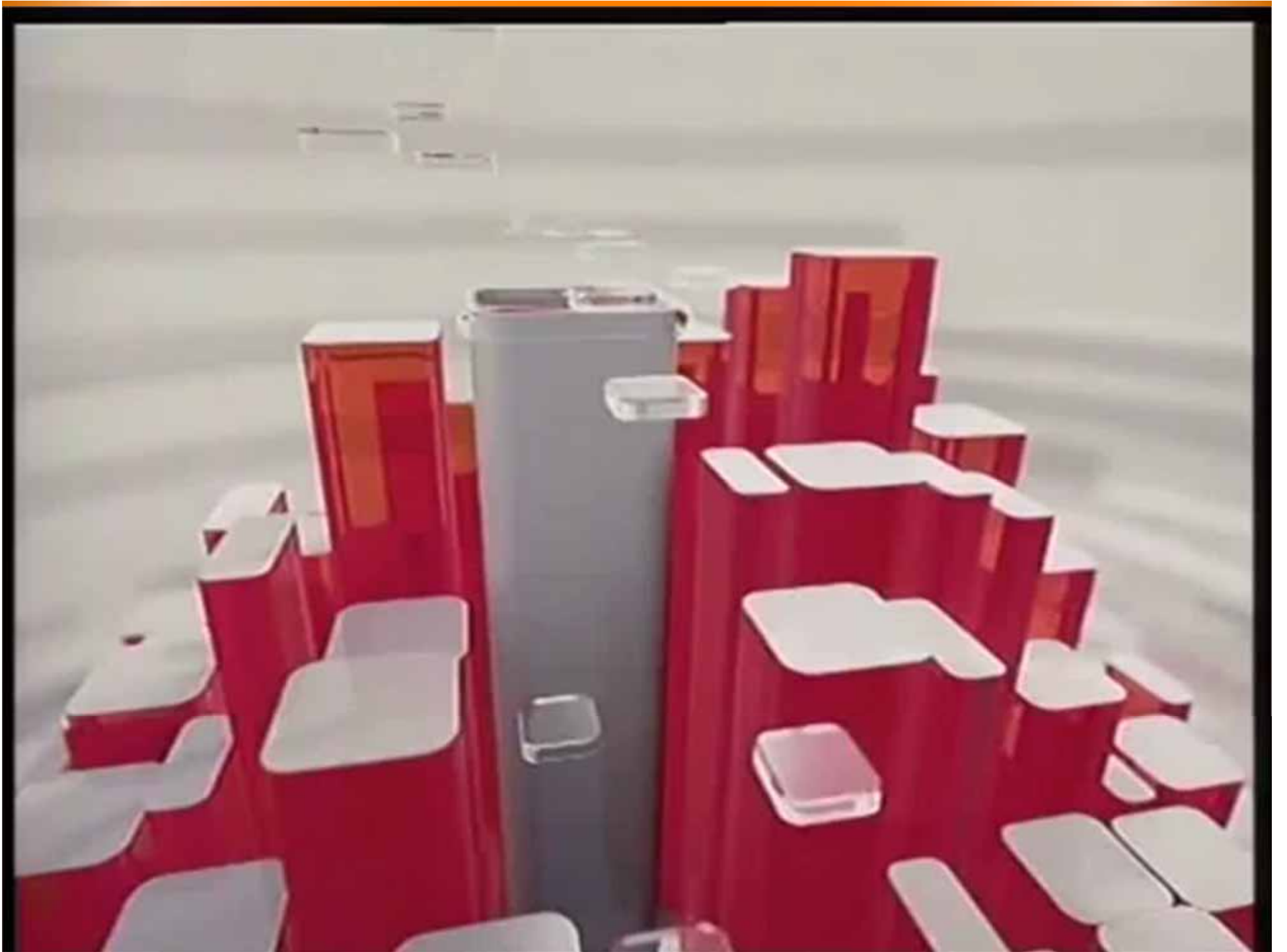
1 4 u januaru od 01.01. do 04.01. 2015. godine.

Analiza je obuhvatila tri ključna pitanja :

1. Predstavljanje žena

2. Predstavljanje pripadnika različitih nacija

3. Predstavljanje pripadnika LGBT populacija



12.000.000 0.70 1 4000 20 100.000.00

SARAJEVO ROMA

2 DNEVNIK

FEDERALNA TELEVIZIJA

1.00000 000000 0000 000000 000000 000000 0000

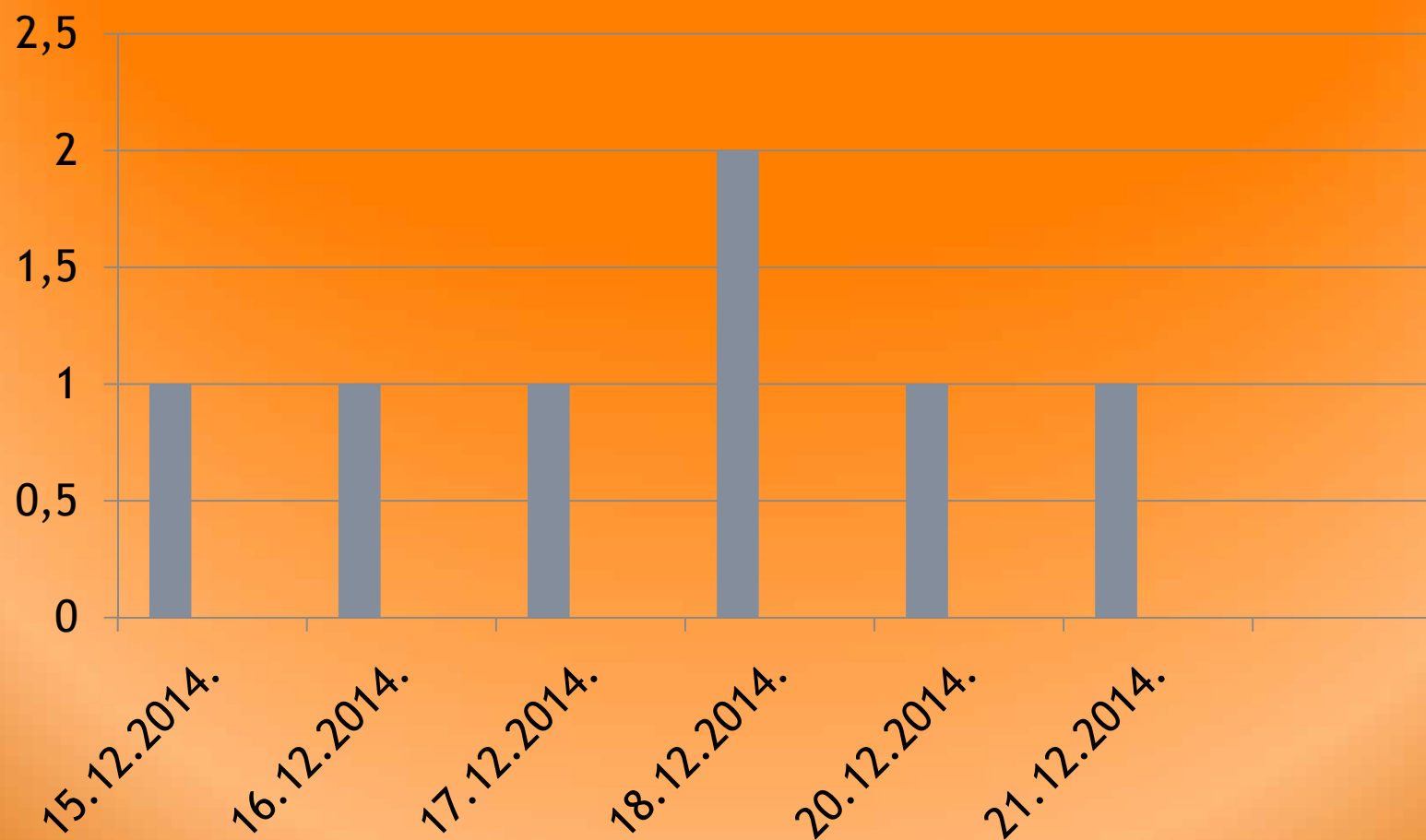


Od 15.12.2014. do 23.12.2014.,

i od 01-04.01.2014.,

priloga o ženama

U DNEVNIKU 2 je bilo 7 i to:

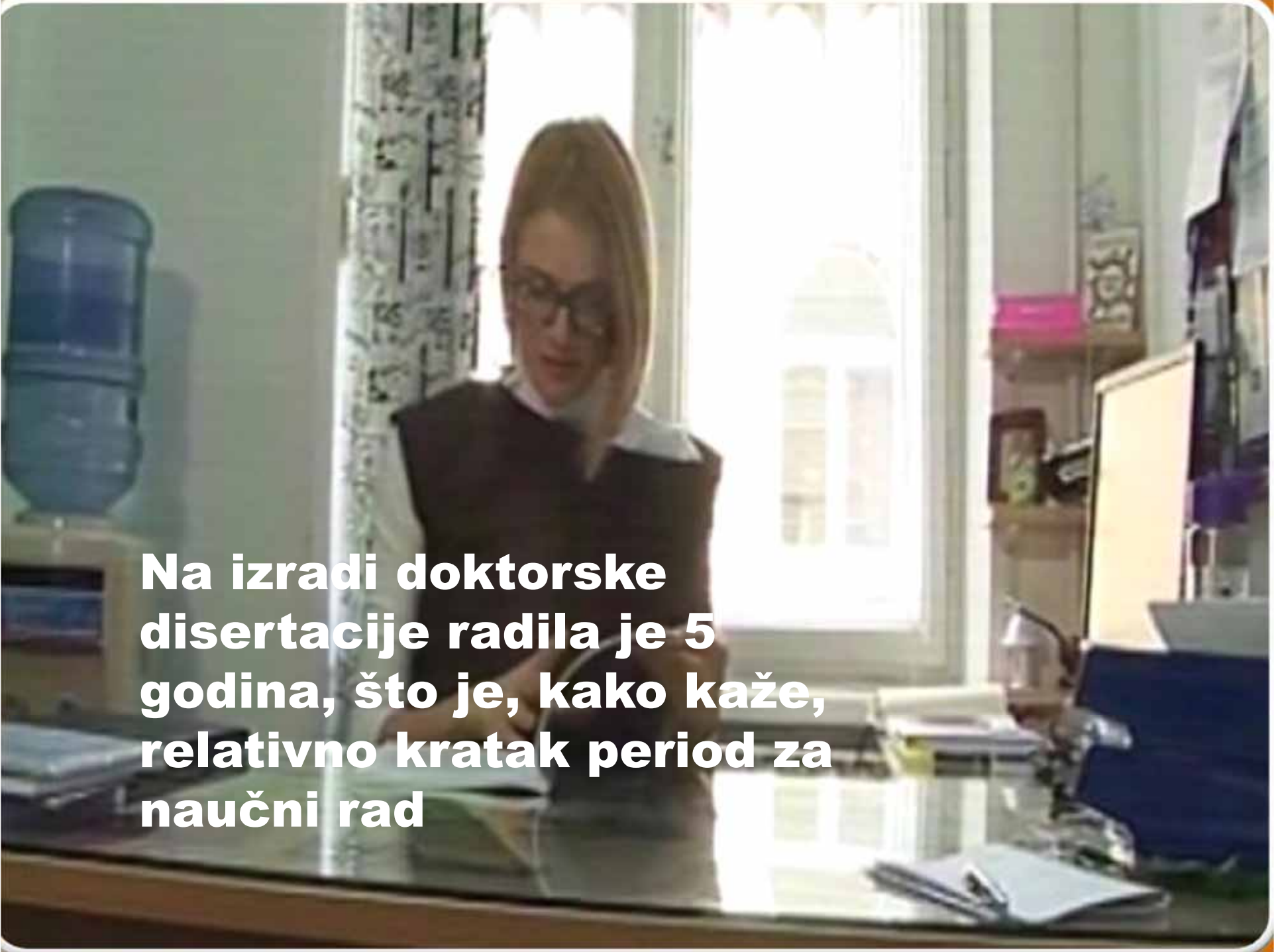


Studij učenja na daljinu

Distance Learning.
Studiranje sopstvenim
tempom. Studiranje
uz posao.

SELMA KADIĆ- MAGLAJLIĆ
Najbolji docentski rad u Evropi



A woman with blonde hair and glasses, wearing a dark vest over a white collared shirt, stands in an office. She is looking down at a document she is holding. The office environment includes a desk with papers, a computer monitor, a water dispenser, and a window with patterned curtains in the background.

**Na izradi doktorske
disertacije radila je 5
godina, što je, kako kaže,
relativno kratak period za
naučni rad**

KLJUČNE RIJEČI	KLJUČNA PITANJA	KLJUČNI KONCEPTI
Autorstvo	Ovu poruku kreira FTV, Dnevnik 2	Sve medijske poruke su konstruirane
Format	Prilog koji svojim sadržajem privlači pažnju, video poruke, bombastične izjave	Medijske poruke su konstruirane uz upotrebu kreativnog jezika prema određenim pravilima
Publika	Mnogi ovu poruku mogu shvatiti pozitivno, kao dobar primjer da i žena može uspjeti, ali postoje i oni koji će pogrešno shvatiti značenje	Različiti ljudi istu medijsku poruku doživljavaju na različite načine
Sadržaj		Mediji i medijski sadržaji prezentiraju određene vrijednosti i načine ponašanja/razmišljanja
Namjera/Cilj	Poruka je poslana kao znak da uspjeti može svako	Medijske poruke su, uglavnom, kreirane s ciljem da ostvare profit

U DNEVNIKU 2. od

15-23.12.2014. i

od 01-04.01.2015.

objavljen je samo jedan prilog

O LGBT-i populaciji, 20.12.2014.



PRIJEDLOG ZA
ODRŽAVANJE GAY
PARADE U BiH

Njemačka zastupnica u Europskom parlamentu Terry Reintke, koja se između ostalog bavi pravima LGBT osoba (lezbijke, gay, biseksualne i transrodne/transseksualne osobe), u intervjuu za Agenciju Fena izrazila je nadu da će se, kao u Hrvatskoj i Srbiji pravo na organiziranje Parade ponosa ubrzo omogućiti i u BiH.



A photograph of Thomas 'Tom' Neuwirth performing on stage. He is wearing a long-sleeved, light-colored, lace-trimmed dress and has long, dark hair. He is holding a microphone and singing with his mouth open. The background is a warm, reddish-orange color.

Transeksualac
pobjednik
Eurosonga 2014

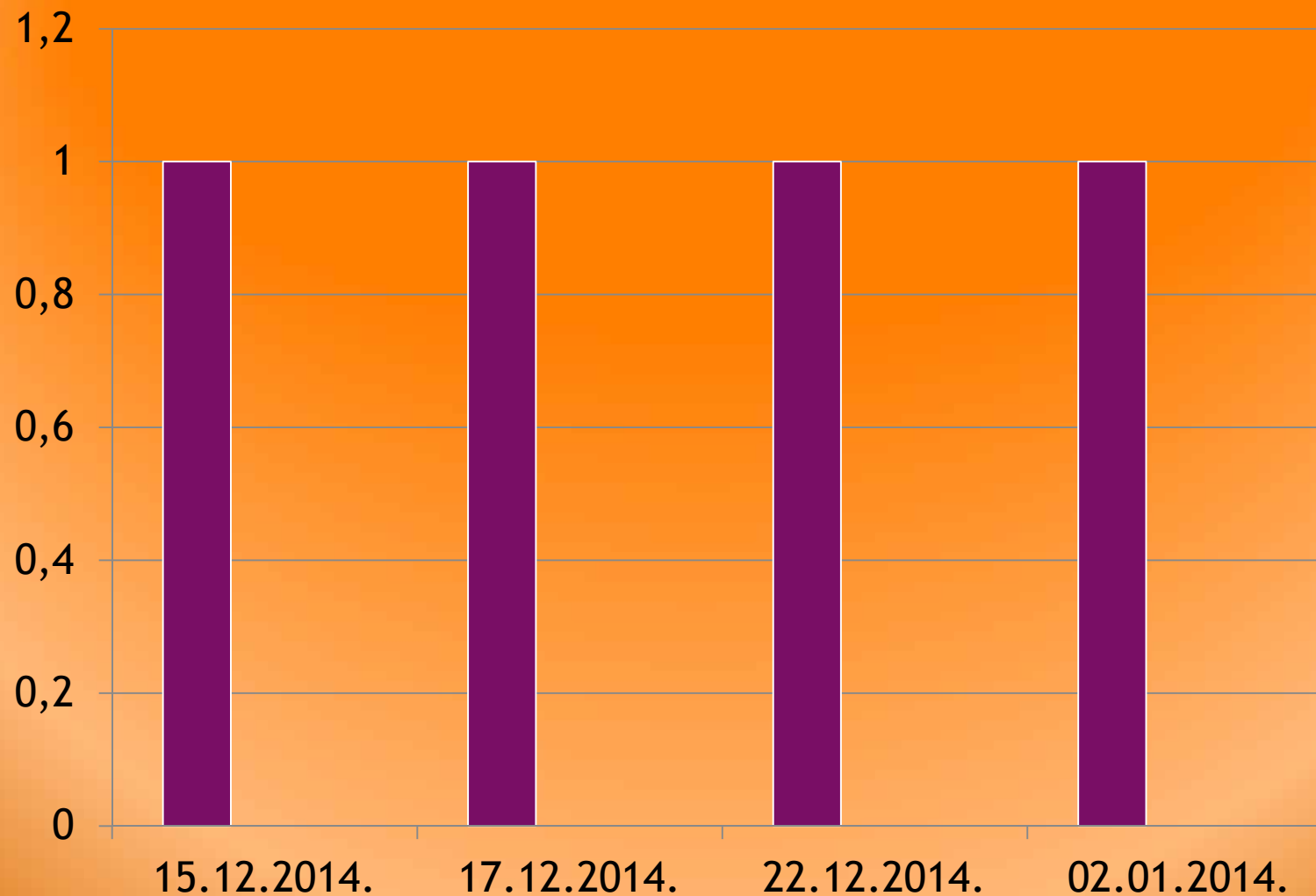
Predstavnik Austrije Thomas "Tom" Neuwirth, poznatiji kao Conchita Wurst. Poznat je po tome što se na svojim nastupima oblači kao ženska osoba, ali i pored šminke ostavlja svoju muževnu bradu.



KLJUČNE RIJEČI	KLJUČNA PITANJA	KLJUČNI KONCEPTI
Autorstvo	Ovu poruku kreira FTV, Dnevnik 2	Sve medijske poruke su konstruirane
Format	Video poruke, bombastične izjave, fotografije	Medijske poruke su konstruirane uz upotrebu kreativnog jezika prema određenim pravilima
Publika	LGBT populacije će ovu poruku shvatiti pozitivno, uvjereni da ih neko podržava. Dok će ostali biti protiv toga, nastojiti da se to ne dogodi.	Različiti ljudi istu medijsku poruku doživljavaju na različite načine
Sadržaj	Mnogi stilovi života, LGBT osobe, sloboda	Mediji i medijski sadržaji prezentiraju određene vrijednosti i načine ponašanja/razmišljanja
Namjera/Cilj	Cilj ove poruke je da svako bude upoznat sa dešavanjima unutar države	Medijske poruke su, uglavnom, kreirane s ciljem da ostvare profit



Od 15-23.12.2014. i od 01-04.01.2014. priloga o nacijama u BiH u DNEVNIKU 2, je bilo četiri i to:





**Tito, Draža, Karadžić i
Boško Buha ravnopravni
kao eksponati**

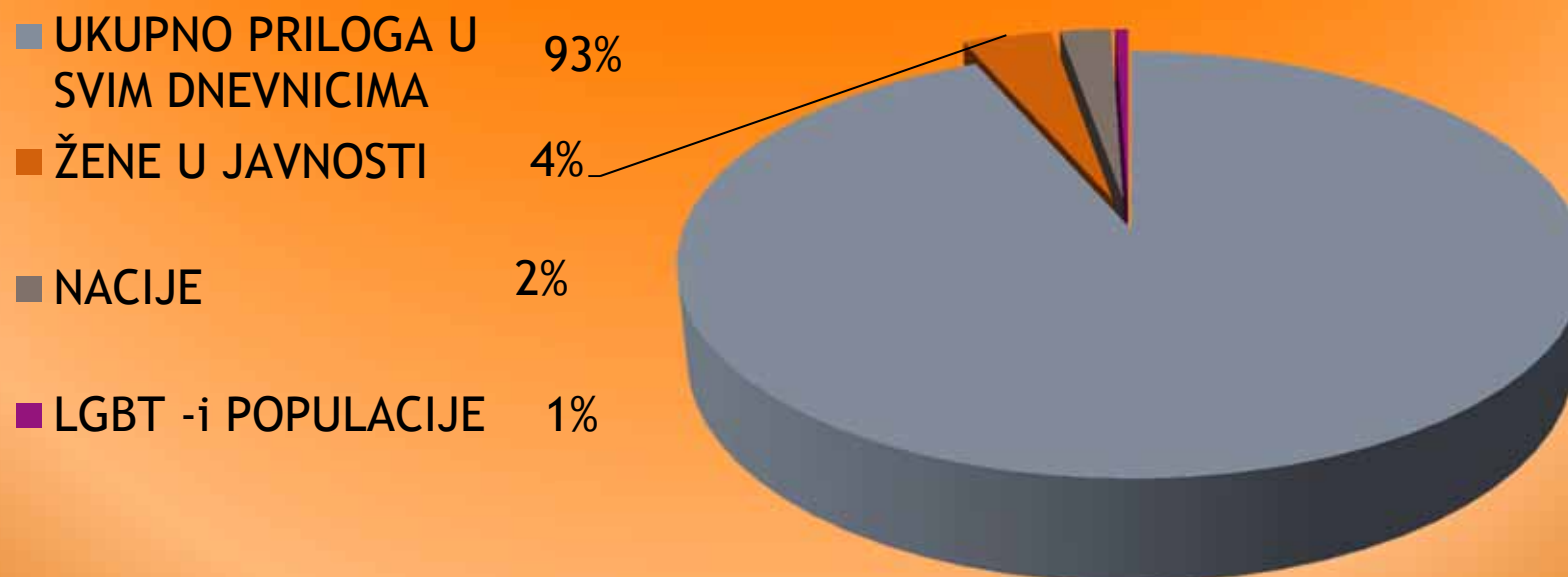
KLJUČNE RIJEČI	KLJUČNA PITANJA	KLJUČNI KONCEPTI
Autorstvo	Ovu poruku kreira FTV, Dnevnik 2	Sve medijske poruke su konstruirane
Format	Izjave, video poruke, fotografije	Medijske poruke su konstruirane uz upotrebu kreativnog jezika prema određenim pravilima
Publika	Ova poruka može donijet zaključak da historijski velikani različitih strana, mogu sada biti ravnopravni	Različiti ljudi istu medijsku poruku doživljavaju na različite načine
Sadržaj		Mediji i medijski sadržaji prezentiraju određene vrijednosti i načine ponašanja/razmišljanja
Namjera/Cilj	Povećanje gledanosti	Medijske poruke su, uglavnom, kreirane s ciljem da ostvare profit

Ukupno 172 priloga u svih 12 dnevnika.

Vremenski to je trajalo 384 minute.



Od 172 priloga, 7 priloga je bilo o ženama u javnosti, 3 priloga o nacijama u BiH, i samo 1 prilog o LGBT-i populaciji.



HVALA NA PAŽNJI !

Mirsada

Edina

Jasmina

Azra

Ajša

Emina

Amra

Armina