

NACIONALNA KAMPANJA


Za veću vidljivost ženskih sportova u elektroničkim medijima

Zagreb, 30. siječnja 2020.



ISTRAŽIVANJE

- Tijekom 2016. godine 7 članica The Mediterranean Regulatory Authorities Network, od ukupno 26, provele su istraživanje, studiju na temu kako pružatelji audiovizualnih usluga tretiraju sportske događaje ovisno o spolu sudionika.
- Tema je zapravo bila analiza prisutnost ženskog sporta u vijestima u sportskim programima najvažnijih javnih i privatnih televizijskih servisa.
- Agencija za elektroničke medije provela istraživanje o prisutnosti ženskog sporta u središnjim informativnim emisijama HRT-a te RTL-a i Nova TV.

- 
- Uzorak analize medijskog sadržaja bio je po tjedan složene analize za veljaču, ožujak i travanj 2016. godine (ukupno tri tjedna po televiziji).
 - HRT- analizirano 2 sata i 49 minuta sportskih vijesti
 - Nova TV - 2 sata i 29 minuta sportskih vijesti
 - RTL - analizirano 1 sat i 51 minuta sportskih vijesti

REZULTATI

- Analizirane su 63 emisije sportskih vijesti, u sklopu kojih je emitirano 370 priloga.
- Od 370 emitiranih priloga, svega njih 14 posvećeno je ženskom sportu, što ne čini ni 4 posto od ukupnog broja priloga.

| Spol | Broj priloga | % |
|-------------|---------------------|-------------|
| Muškarci | 319 | 86,30 |
| Žene | 14 | 3,76 |
| Svi | 37 | 9,94 |

- Podaci dobiveni analizom sportskih priloga u središnjim informativnim sportskim emisijama triju najgledanijih televizija s nacionalnom koncesijom u Hrvatskoj, ne razlikuju se znatno od podataka iz drugih zemalja/regulatora sudionika istraživanja.

| Regulator | Muškarci | Žene | Svi |
|------------|----------|-------|------|
| Andaluzija | 86,52 | 6,98 | 6,50 |
| Katalonija | 91,50 | 3,90 | 4,60 |
| Hrvatska | 86,30 | 3,76 | 9,94 |
| Španjolska | 98,30 | 1,55 | 0,15 |
| Maroko | 91,98 | 8,02 | 0 |
| Portugal | 95,46 | 3,18 | 1,36 |
| Srbija | 82,86 | 10,24 | 6,90 |

KAMPANJA

- S Hrvatskim olimpijskim odborom i Uredom za ravnopravnost spolova Republike Hrvatske u ožujku ove godine potpisali smo memorandum o suradnji na projektu „Za veću vidljivost ženskog sporta u elektroničkim medijima“





Pod pokroviteljstvom
Središnjeg državnog ureda za šport



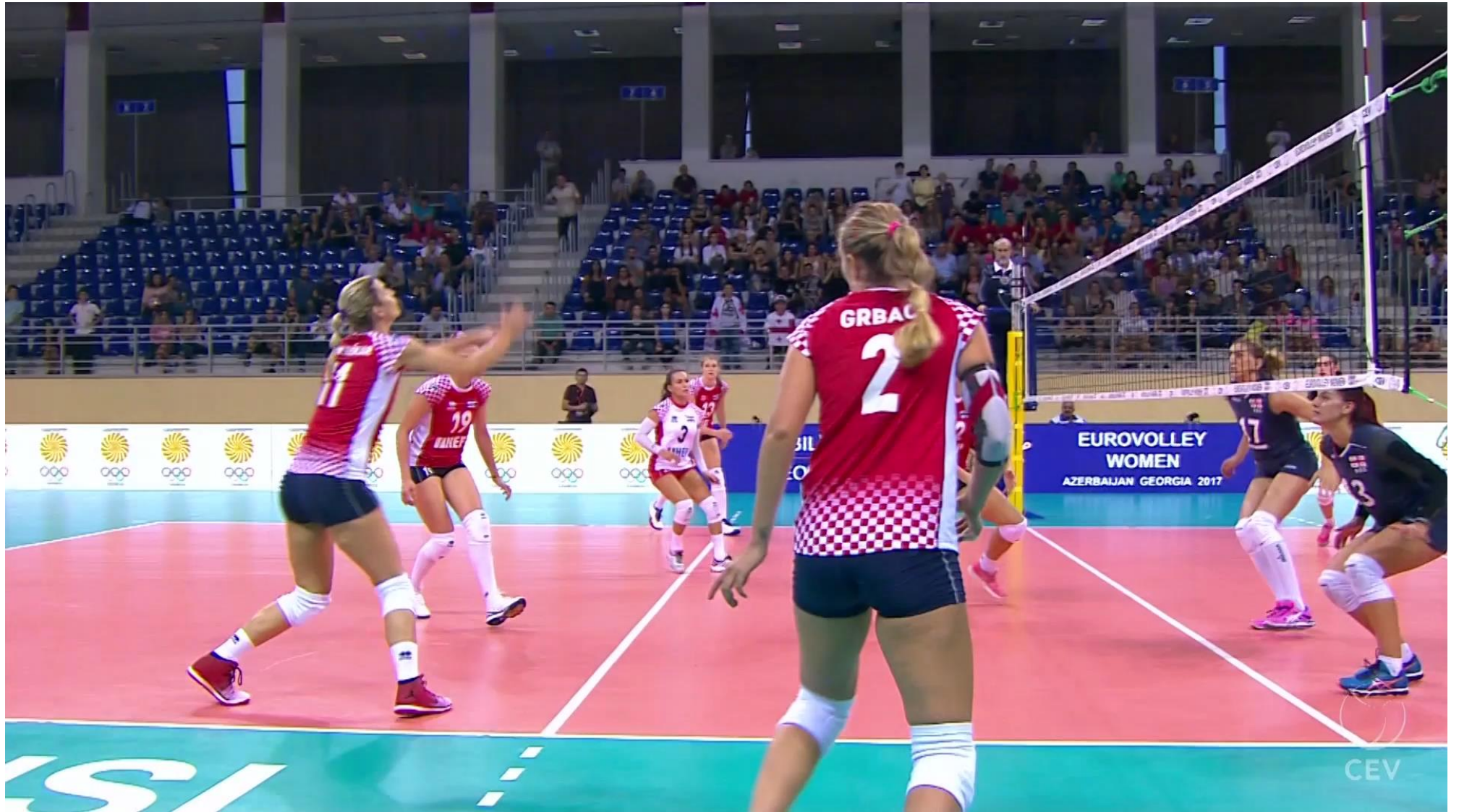
- Budući pri samoj agenciji djeluje radna skupina „Žene i mediji” odabran je i logo ne samo ove kampanje već i svih drugih koji će se ticati teme žene i mediji.



- 
- Agencija za elektroničke medije osigurala je budžet od cca 40 000 eura.
 - Cilj je bio uraditi prije svega TV i radijske spotove i PR kampanja projekta
 - Agencija je raspisala javni natječaj za izradu TV i radijskih spotova – dva TV i dva radijska spota i svaki traje po 30 sekundi
 - Pristiglo je 5 prijava, a odabran je koncept tvrtke FADE. IN u iznosu od cca 24 000 eura.
 - Odabrana je i PR agencija ARGAN koja je pratila ovu kampanju – 10 000 eura.

- 
- Slogan kampanje je „Sto posto strasti za sto posto ponosa”
 - Prvi dio kampanje održan je u svibnja, drugi u studenom 2018. i spotovi su emitirani na tri nacionalne televizije, 23 lokalnih televizija i preko 100 radijskih postaja
 - Svi spotovi emitirani su u programima besplatno
 - Pokrenuta je i Facebook stranica koja danas ima preko 2000 pratitelja, a nastavit će se s njezinom promocijom

TV SPOT 1



TV SPOT 2



- U kampanju su se uključili i istaknuti sportaši i sportašice kao ambasadori projekta



Danira Bilić, bivša košarkašica
srebrna olimpijka

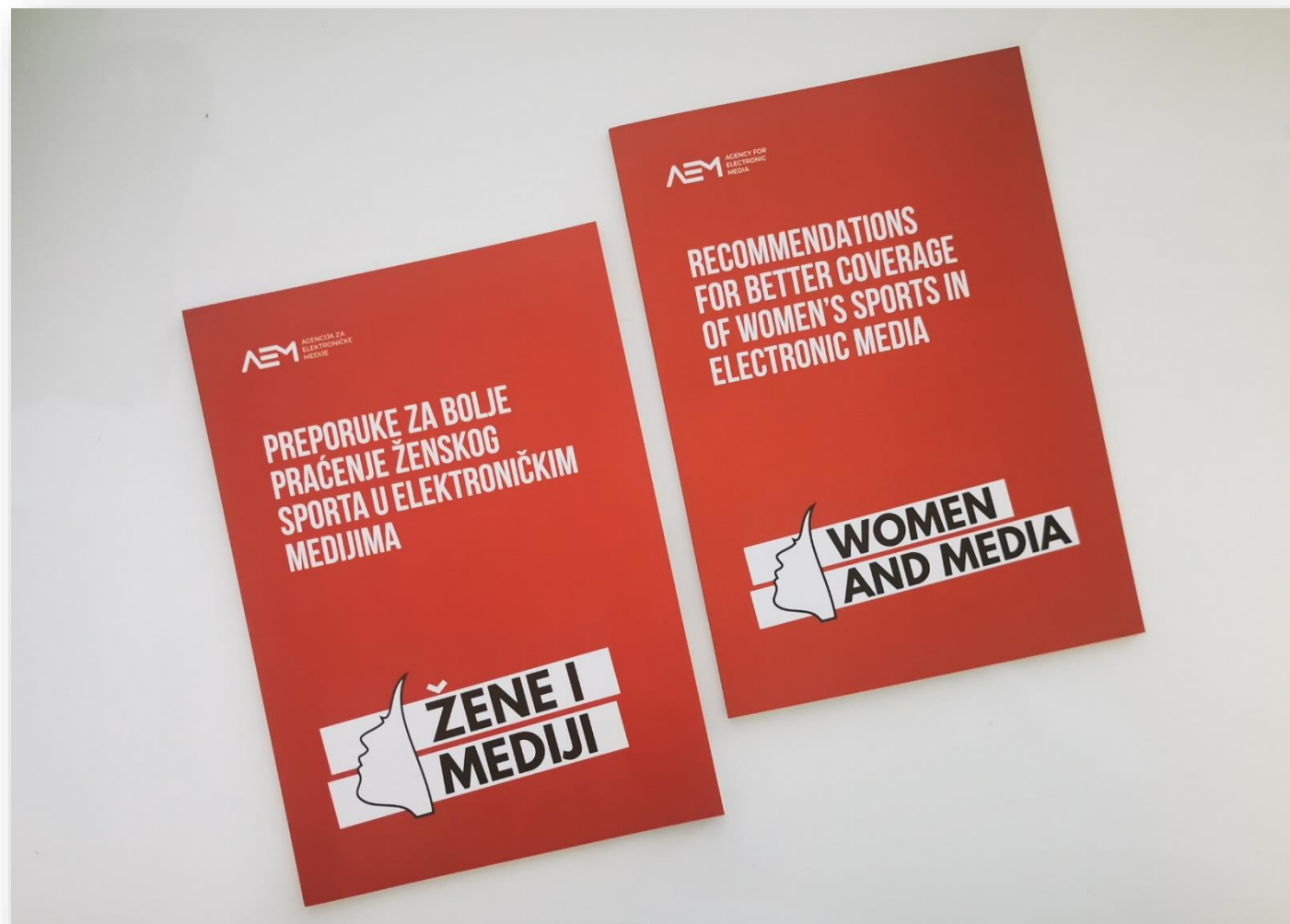


Anđa Jelavić, izbornica hrvatske
ženske košarkaške reprezentacije



Braća Sinković, zlatni olimpijci u veslanju

PREPORUKE





WEB STRANICA

www.zeneimediji.hr



Projekt za Olimpijske igre 2020.



TOKYO 2020



Hvala na pozornosti!



Jagićeva 31
10000 Zagreb
Republika Hrvatska
info@aem.hr
www.aem.hr