

NASLOVNA STRANA SA OSNOVNIM PODACIMA:

UNIVERZITET MEGATREND
FAKULTET ZA KULTURU I MEDIJE
Goce Delčeva 9a, 11070, Beograd.

Seminarski rad iz Medijske analitike

Tema: Stari i novi mediji

Student/kinja: (ime, prezime, broj indeksa)

Voditelj: Prof. Dr XXXXXX XXXXXXXX

Beograd, mart – jun 2011.

ZAJEDNIČKI DEO SVIH RADOVA TREBA DA BUDE UVOD KOJI SLEDI:

1. UVOD

Studentski istraživački tim Fakulteta za kulturu i medije Univerziteta Megatrend u saradnji sa TNS Medium Gallupom sproveo je opsežno istraživanje pod radnim nazivom **Stari i novi mediji**.

Osnovna pitanja koja pokreću ovo istraživanje su: ko čini korisnike određenih medija – u socio-demografskom smislu; da li je njihov način života drugačiji od onih koji ne prate istu vrstu medija? Kakav je njihov sistem vrednosti? Ko je od njih manje srećan i zadovoljan svojim životom od ostalih?

Osnovni cilj ovog istraživanja je prevashodno statistički opis ponašanja korisnika medija u Srbiji, starosti od 18 i više godina.

2. METODOLOGIJA:

Istraživanje se ostvaruje metodom ispitivanja. Primenjuje se kvotni uzorak prema polu, starosti i danima u nedelji. Svaki student je bio dužan da ispita po 10 osoba, kao i da potom unese svoje podatke u posebno razvijen program za unos. Uzorak treba da bude sastavljen po sledećim kriterijumima:

POL	18-23	24-30	31-40	41-50	51-60	61 i više	Ukupno
Žensko	1	1	1	1	1	1	6
Muško	1	1	1	1	1	1	6
Ukupno							12

Uzorkom je obuhvaćeno 2.400 ispitanika. Terenski deo istraživanja sproveden je u aprilu 2011. godine.

KRAJ UVODA

DEO KOJI PIŠETE SAS TOJI SE OD SLEDEĆEG:

2. OBRADITI DODELJENE TABELE

a) glavni zadatak: Izvesti (rekonstruisati) hipotezu koja stoji iza prikazane tabele

Primer:

TABELA: IK1. M2. Koju TV stanicu najcesce gledate? * D1. Pol ispitanika
Crosstabulation

		D1 D1. Pol ispitanika		Total
		1 Muskarac	2 Zena	
M2 M2. Koju TV stanicu najcesce gledate?	1 RTS	29,9%	21,6%	25,8%
	2 B92	23,2%	23,0%	23,1%
	3 Pink	13,9%	28,5%	21,1%
	4 Avala	0,5%	0,9%	0,7%

	5 Fox	8,5%	8,1%	8,3%
	6 Studio B	3,6%	4,4%	4,0%
	7 Lokalna stanica	0,4%	0,3%	0,4%
	8 Nesto drugo	19,9%	13,2%	16,6%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Ova tabela prikazuje podatke o procentu ljudi koji gledaju pojedine TV stanice, ukrštene sa polom, tj. ona pokazuje da li postoje i koliko su izražene razlike između muškaraca i žena u praćenju pojedinih TV kanala.

Hipoteza (na osnovu koje se došlo do odluke da se postave ta dva pitanja i da se međusobno ukrste, tj. da se uradi ovakva tabela) glasi:

„Postoji povezanost između polne pripadnosti (tj. između muškaraca i žena) u stepenu praćenja pojedinih TV kanala“

Naravno, hipotezu morate formulisati zavisno od toga šta se u tabeli ukršta i ne morate da koristite baš iste reči kao u ovom slučaju.

b) Opišite – prepričajte tačno šta nam pokazuje tabela:

U ovom slučaju to bi se ovako prikazalo:

Muškarci više prate RTS nego žene, a žene su naklonjenije Televiziji Pink: blizu 30 odsto muškaraca načešće gleda RTS, dok tu stanicu najčešće prati 21,6% žena; s druge strane, 28,5% žena najčešće gleda TV Pink, dok je među muškarcima taj procenat 13,9%. U gledanosti drugih TV stanica ne postoje značajne razlike između muškaraca i žena.

c) IZVEDITE ZAKLJUČAK: Da li je i u kojoj meri hipoteza potvrđena ili odbačena?

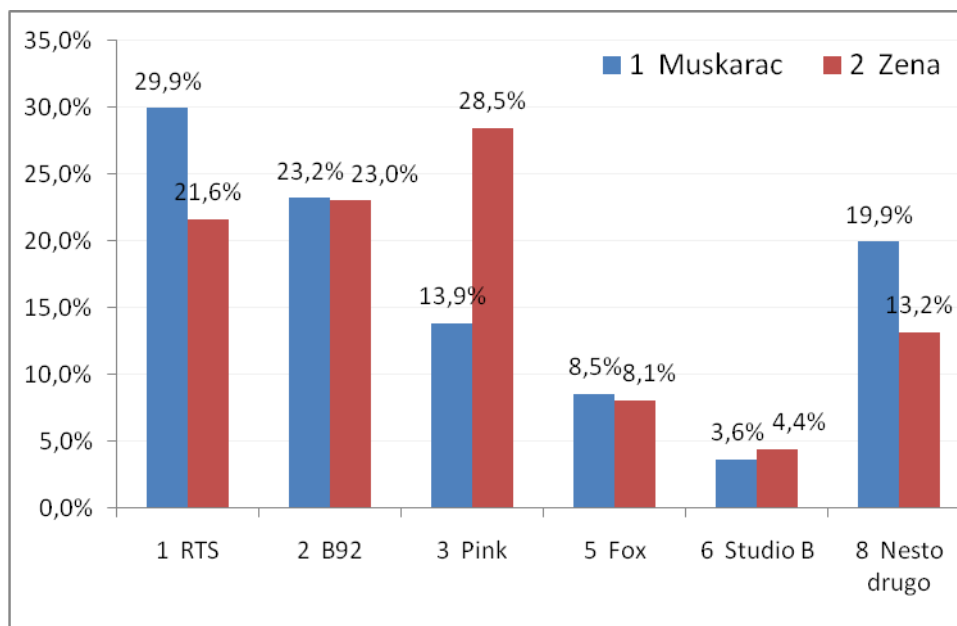
U ovom slučaju zaključak bi bio: hipoteza je samo **delimično potvrđena**, budući da osetnija razlika među polovima postoji samo u praćenju RTS i TV Pink, dok u praćenju drugih TV kanala nema većih razlika između muškaraca i žena.

NAPOMENA: I NALAZ DA HIPOTEZA NIJE DOKAZANA JE VALIDAN NALAZ! DAKLE, NE TREBA PO SVAKU CENU TRAŽITI DOKAZE DA HIPOTEZA VAŽI.

d) Uradite grafikon koji prikazuje vaše podatke

Npr. za gornju tabelu grafikon bi izgledao ovako:

Grafikon: *Procenat onih koji imaju mobilni, u grupi korisnika interneta i onih koji ne koriste internet*



Druga vrsta nalaza koju treba da komentarišete su prosečna vremena i prosečne ocene koje ispitanici navode u odgovorima, što je dato u primeru koji sledi:

Starost - 7 kategorija = 1 18-24

Descriptive Statistics(a)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
A2.1 A2.1 Koliko vremena ste u proteklih 24 sata proveli u: U gledanju TV	332	0	600	98,84	101,26
A2.2 A2.2 ...U slusanju radija	316	0	1.200	70,82	157,48
A2.3 A2.3 ...U citanju novina	332	0	120	14,68	18,78
A2.4 A2.4 ...U razgovoru mobilnim telefonom, raucunajuci i slanje i primanje poruka	332	0	600	65,21	78,88
A2.5 A2.5 ...U razgovoru fiksnim telefonom	324	0	400	26,32	44,77
A2.6 A2.6 ...U razgovoru licem u lice s drugim ljudima	332	0	1.020	287,54	202,47
A2.7.1 A2.7.1 ...Na internetu	252	0	800	102,60	144,56
Valid N (listwise)	241				

a. STAROST6 Starost - 7 kategorija = 1 18-24

Starost - 7 kategorija = 7 71+

Descriptive Statistics(a)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
A2.1 A2.1 Koliko vremena ste u proteklih 24 sata proveli u: U gledanju TV	463	0	650	215,60	128,58
A2.2 A2.2 ...U slusanju radija	456	0	600	33,21	93,95
A2.3 A2.3 ...U citanju novina	463	0	320	38,96	48,56
A2.4 A2.4 ...U razgovoru mobilnim telefonom, raucunajuci i slanje i primanje poruka	451	0	60	2,34	6,20
A2.5 A2.5 ...U razgovoru fiksnim telefonom	463	0	120	22,05	24,47
A2.6 A2.6 ...U razgovoru licem u lice s drugim ljudima	463	0	600	159,69	120,58
A2.7.1 A2.7.1 ...Na internetu	378	0	60	0,36	3,03
Valid N (listwise)	373				

a. STAROST6 Starost - 7 kategorija = 7 71+

Kod ovakvih tabela tumačite **samo zacrnjene brojeve u koloni Mean**. Oni u ovom slučaju pokazuju **prosečno vreme** (broj minuta) koje pripadnici neke starosne grupe **u toku jednog dana** provedu u praćenju pojedinih medija. Iz sadržaja tabele, koja poredi dve krajnje starosne grupe (18-24 godie i 71 i više godina), vidimo da se prati vreme koje ove dve grupe provode u praćenju TV, radija, štampe, na internetu.

Hipoteza bi bila: *pripadnici različitih starosnih grupa imaju različite navike u praćenju medija, tj. različitu količinu vremena posvećuju pojedinim medijima.*

Poredeći ove dve tabele, moglo bi se reći da je ova hipoteza potvrđena: dok najstarija grupa (71 i više godina) u praćenju televizije provedu 215,6 minuta dnevno, a na internetu svega 0,36 minuta, generacija 18-24 godine televiziju gleda svega 98,84 minuta, a na internetu provodi 102,6 minuta dnevno.

3. ZAKLJUČAK: Izvedite kraći zaključak na osnovu SVIH podataka koje ste obradili.

BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RAD.

**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI
MATERIJALI.**



WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MATURSKIRADOVI.NET

WWW.MATURSKI.NET

WWW.SEMINARSKIRAD.INFO

WWW.MATURSKI.ORG

WWW.ESSAYSX.COM

WWW.FACEBOOK.COM/DIPLOMSKIRADOVI

NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **[SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI](#)** ILI **[MATURSKI](#)** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **[GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#)** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **[BAZI](#)** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **[IZRADA RADOVA](#)**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **[FORUMU](#)** ILI NA **MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM**