

Vuk Kešelj

Odsek za medijske studije, Filozofski fakultet, Univerzitet u Novom Sadu,
Novi Sad, Republika Srbija

Izveštavanje internet portala Telegraf u predizbornoj kampanji za parlamentarne izbore u Srbiji 2014. godine

Apstrakt: Ovaj rad bavi se izveštavanjem internet portala Telegraf tokom predizborne kampanje za parlamentarne izbore u Srbiji 2014. godine. U pitanju je medij koji nema „offline“ izdanje i koji je prvenstveno okrenut društvenim mrežama kao platformi na kojoj dolazi do publike. U analizu je ušlo ukupno 205 tekstova koji su objavljeni tokom 12 dana tokom februara i marta. Za analizu korpusa korišćena je kvantitativno-kvalitativna metoda. Kvantitativni deo analize odnosi se na popunjavanje tabele sastavljene na osnovu posebnog kodnog lista koji sadrži nekoliko desetina kategorija koje su bile obuhvaćene istraživanjem. Kvalitativni deo analize odnosi se na interpretaciju dobijenih podataka. Tokom prethodnih godina, brojna istraživanja pokazala su da su najpopularniji mediji uglavnom naklonjeni vladajućim strankama, zbog čega se javila potreba da se u tom kontekstu ispita i pisanje Telegrafa. Cilj ovog rada je bio da pokaže da li ovaj portal podstiče ravnopravnu i fer političku debatu, ili daje prednost određenim akterima, i po čemu su oni specifični.

Ključne reči: *Telegraf, parlamentarni izbori, predizborna kampanja, Srbija*