

# **1.UVOD**

## **1.1.Predmet rada**

Predmet ovog rada je prezentacija filmske umetnosti na programima radija, kao i marketing proizvoda filmske industrije. U radu ćemo pokazati kako se, koliko često i na koji način na domaćim radio-programima predstavlja filmska umetnost, i to na primerima radio-emisija posvećenih isključivo filmu ili filmu kao segmentu emisija o kulturi. Pokazaćemo i kako i koliko se reklamiraju filmovi u bioskopskoj distribuciji i koliko je radio zastupljen kao medij i kakvo mesto zauzima u marketinškim kampanjama filmskih distributerskih kuća. Takođe, objasnićemo i koliko i na koji način su filmovi kao proizvod zastupljeni u komercijalnoj produkciji radio-stanica. Upoređićemo kako se i koliko efikasno radio koristi u ove svrhe kod nas i u svetu i šta se može učiniti da radio i film, kao dva različita medija koji se u mnogim slučajevima obraćaju istim ciljnim grupama konzumenata, što pozitivnije utiču jedan na drugi.

Da bismo što bolje objasnili načine interakcije filma i radija kao medija, prvo moramo uporediti njihove medijske osobine, pokazati njihove sličnosti i razlike i ukazati na prednosti i mane radija kao jednog od marketinških alata za prezentaciju i reklamiranje filma u odnosu na ostale medije i metode. Zatim, objasnićemo način funkcionisanja sistema marketinške i PR kampanje filma, mesto koje u njemu zauzima radio i opisati na koji se sve način radio-marketing primenjuje pri reklamiranju filma. U delu posvećenom prezentaciji filmske umetnosti na programima radija pokazaćemo, na primerima radio-emisija sa domaćih stanica, koliko se radio kao medij koristi u informisanju i edukovanju auditorijuma o filmskoj umetnosti.

Ovde razlikujemo marketing filma (kao proizvoda) kao tržišnu aktivnost usmerenu na prodaju bioskopskih ulaznica, video kasete i DVD-a i prezentaciju filma kao umetnosti usmerenu na edukaciju i informisanje slušalaca. Takođe, pokazaćemo i kako se, u slučaju ozbiljnih filmskih marketinških kampanja, ove dve vrste medijskih aktivnosti međusobno dopunjuju i prepliću i kako mogu ispuniti oba cilja: informisanje i edukaciju slušalaca i

podsticanje potencijalne publike na akciju (odlazak u bioskop, kupovinu VHS i DVD izdanja i pratećih proizvoda).

## 1.2. Cilj rada

Cilj ovog rada je, bar teoretsko, unapređenje prezentacije i marketinga filma na radiju. Oduvek poznat kao najjeftiniji medij za reklamu, radio može da se mnogo bolje upotrebi nego što se to na programima naših radio-stanica čini, u smislu reklamiranja i prezentacije filmske umetnosti i industrije. Poznato je da radio-reklama može mnogo više da utiče na podsvest slušalaca od bilo kog drugog oblika reklame.

Od ostalih ciljeva ovog rada ističemo:

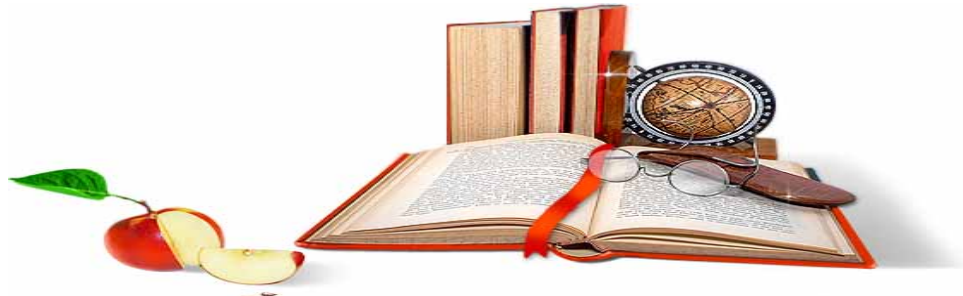
- istražiti interakciju između radija i filma;
- analizirati aktuelnu praksu u produkciji programa radio-stanica i načine na koje je film zastupljen u njihovim programima;
- analizirati zastupljenost korišćenja radio-programa od strane filmskih distributerskih kuća kao sredstva i medija za promociju i prezentaciju njihovih proizvoda;
- razmotriti i predložiti moguće mehanizme za unapređenje rezultata marketinških kampanja distributerskih kuća i programa radio-stanica u korist obe strane i
- analizirati i unaprediti radio-programe kao platformu za prezentaciju filmske umetnosti u edukativne i informativne svrhe.

## 1.3. Polazne hipoteze

Među polaznim hipotezama koje smo postavili u istraživanju ističemo:

- Radio i film su u potpunosti raznorodni mediji, ali savremena produkcija, tržište i način poslovanja može da ih poveže tako da radio može u značajnoj meri da pomogne da film, posebno bioskopski, prebrodi krizu u našim trenutnim uslovima;
- Putem radija slušaoci se mogu edukovati i informisati o značajnim filmskim ostvarenjima, pravcima i događajima u ovoj umetnosti, kako starim (klasičnim), tako i najnovijim, a posebno manje poznatim filmovima koji se retko ili nikada ne pojavljuju na našem tržištu, osim na festivalima;

**GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST**  
**RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I**  
**DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**



**[WWW.SEMINARSKIRAD.ORG](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)**  
**[WWW.MAGISTARSKI.COM](http://WWW.MAGISTARSKI.COM)**  
**[WWW.MATURSKIRADOVI.NET](http://WWW.MATURSKIRADOVI.NET)**  
**[WWW.MATURSKI.NET](http://WWW.MATURSKI.NET)**

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](mailto:MATURSKIRADOVI.NET@GMAIL.COM)**