

Personalizacija medija na primjeru RTL Direkta Zorana Šprajca

Rihtarić, Antonia

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:232413>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

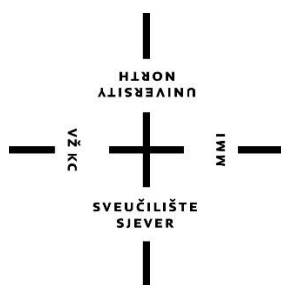
Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-18**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



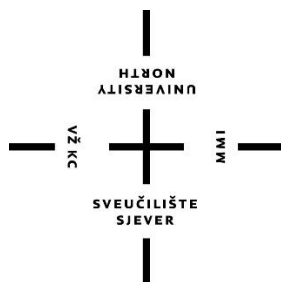


Sveučilište Sjever

Završni rad br. 140_NOV_2019

Personalizacija medija na primjeru RTL Direkta Zorana Šprajca

Antonia Rihtarić, 1401/336



Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 140_NOV_2019

Personalizacija medija na primjeru RTL Direkta Zorana Šprajca

Studentica

Antonia Rihtarić, 1401/336

Mentorica

Lidija Dujić, doc. dr. sc.

Koprivnica, lipanj 2019. godine

Predgovor

Na izbor teme ovoga završnog rada potaklo me predavanje doc. dr. sc. Lidije Dujić o personalizaciji medija te Zoran Šprajc kao ogledni primjer takvoga pristupa u hrvatskom televizijskom novinarstvu.

Prije svega, željela bih zahvaliti mentorici na pristanku za mentorstvo, dobroj volji, pomoći i potpori u izradi ovoga završnog rada. Zahvaljujem također i svim ostalim profesorima koji su mi predavali tijekom studiranja na Sveučilištu Sjever.

Sažetak

Nacionalna medijska kuća RTL komercijalna je televizija u Hrvatskoj koja nudi nekoliko informativnih emisija. U ovom završnom radu provedena je analiza interpretacije sadržaja RTL Direkta i RTL Danas na RTL televiziji – s početnom hipotezom da je RTL Direkt primjer personalizacije medija.

Sadržaji su analizirani prema sljedećim kriterijima: duljina trajanja emisije, broj emitiranih priloga, vremensko trajanje priloga, teme emitiranih priloga, zemljopisna važnost, način na koji je interpretirana najava te broj gostiju u emisiji. Analiza je provedena na uzorku od osam emisija u periodu od četiri dana (6.5., 7.5., 15.5., 16.5.2019.). Provedenom analizom potvrđena je početna teza ovoga završnog rada – RTL Direkt primjer je personalizacije medija.

Ključne riječi: televizija, informativna emisija, televizijski prilog, personalizacija medija,
Zoran Šprajc

Sadržaj

1.	Uvod	4
2.	Televizija.....	5
2.1.	Televizijsko novinarstvo i voditeljstvo	5
2.2.	Fenomen personalizacije	7
3.	Zoran Šprajc kao <i>brand</i>	11
4.	Analiza interpretacije sadržaja RTL Direkta i RTL Danas.....	17
4.1.	Analiza: RTL Direkt, RTL	17
4.2.	Analiza: RTL Danas, RTL	28
5.	Zaključak.....	39
6.	Literatura.....	41
7.	Popis slika	42

1. Uvod

Ovaj završni rad bavi se analizom sadržaja RTL Direkta i RTL Danas na nacionalnoj televiziji RTL. Analiza sadržaja provodi se u svrhu istraživanja hipoteze kako je emisija RTL Direkt primjer personalizacije medija. Parametri koji se promatraju metodom promatranja i zapisivanja viđenog i uočenog jesu: duljina trajanja emisije, broj emitiranih priloga, duljina trajanja pojedinog priloga, teme priloga, zemljopisna važnost priloga, način na koji je interpretirana najava priloga te broj gostiju u emisiji. Cilj ovoga rada jest usporediti objektivno i subjektivno novinarstvo informativnih emisija iste medijske kuće.

Prvi dio završnog rada uvod je u masovne medije i sam pojam televizije. U drugom dijelu završnog rada objašnjava se što je televizijsko novinarstvo, koja su njegova obilježja te što je voditeljstvo i koje su odlike TV voditelja. Također, opisuje se i fenomen personalizacije, kao i njezin kontekst (s čime je sve personalizacija danas povezana). Treći dio završnog rada posvećen je Zoranu Šprajcu i u njemu se objašnjava kako originalan i specifičan rad novinara može postati *brand*. Analiza sadržaja provodi se u trajanju od četiri dana (6.5., 7.5., 15.5., 16.5.2019.).¹ Analizira se svaka epizoda zasebno. Ukoliko postoji, prikazat će se razlika u načinu interpretacije sadržaja informativnih emisija RTL Direkta i RTL Danas. Ukupno se analizira osam emisija. Parametri bilježeni tijekom analize podijeljeni su na sljedeći način. Trajanje priloga podijeljeno je u tri kategorije: kratki prilog trajanja (do dvije minute), srednji prilog trajanja (između dvije i četiri minute) i dugi prilog trajanja (dulji od četiri minute). Teme promatranih priloga podijeljene su u sljedeće kategorije: politika, gospodarstvo, crna kronika, kriminal, obrazovanje, zdravstvo, religija, turizam, kultura, društvo. Po zemljopisnoj važnosti priloga se dijele na: lokalne (područje Republike Hrvatske), regionalne (područje Europe) i globalne (svijet). Način na koji je interpretirana najava dijeli se na: sarkastičan način, slikovit način i ozbiljan način.

U zaključku će se potvrditi ili opovrgnuti hipoteza ovoga završnog rada.

¹ Aplikacija RTL.play, pomoću koje su analizirane emisije, ukinula je emisije 8.5. i 9.5.2019., stoga su analizirane emisije 15.5. i 16.5.2019.

2. Televizija

„Današnji masovni mediji su poput pauka premrežili cijeli svijet.“ (Malović 2005: 93) Ništa se ne može dogoditi, a da se gotovo odmah ne objavi. Bez masovnih medija nije moguće ostvariti masovnu komunikaciju, a masovne medije čine: novine, časopisi, knjige, radio, film i televizija (Malović 2005: 51). Riječ televizija (engl. *television*, od *tele-* + lat. *visio*) znači: pojava; predstava. To je pojam s dva osnovna značenja:

1. tehnički sustav koji omogućuje stvaranje, obradbu, prijenos, odašiljanje i prijam električnih signala koji prenose pokretne slike, zvuk i pisane obavijesti;

2. masovni medij zasnovan na istoimenom tehničkom sustavu (<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=60748>). Televizija je postala najmoćniji medij dok su se novine i radio prilagodili novim okolnostima (Malović 2005: 334). Televizija kao masovni medij za gledateljstvo ispunjava tri glavne funkcije, a to je da obavještava, razonođuje i podučava. Ona gledateljima pruža važnu, korisnu i zanimljivu informaciju (Letica 2003: 33). Televizija je specifičan medij jer ne spaja samo zvuk i slike, nego i daje najsloženiju viziju svijeta, života i čovjeka. „Zahvaljujući ilustrativnim telopima, zatim ubrzavanjima i usporavanjima protoka, televizijske vijesti u punoj korespondenciji sa slikom uspijevaju istaknuti poruku bitovima, mobitima i hubitima. Radi svega toga prave TV-vijesti su upečatljivije od vijesti posredovanih u drugim medijima. One su na televiziji najzbijenije, ali i najreljefnije.“ (Sapunar 2004: 130) Kod televizije je bitno stvoriti jedinstvo slike, teksta i zvuka, stoga televizijski novinari moraju razmišljati vizualno, stvoriti odnos slike i zvuka te svoj tekst podrediti tim elementima (Malović 2005: 336). Glavna uloga joj je služiti društvu, a to može postići samo u onoj mjeri u kojoj uživa povjerenje svojih gledatelja (Letica 2003: 76).

2.1. Televizijsko novinarstvo i voditeljstvo

„Televizijsko novinarstvo prakticira se na mnogim područjima: od informativnog, političkog i kulturnog programa, specijaliziranih magazina do „dugopružnih“ emisija različitih oblika i trajanja o gospodarstvu, znanosti, kulturi i umjetnosti, medicini i sportu.“ (Letica 2003: 61) Važnost događaja određuje hoće li to biti udarna vijest za prve minute televizijskih vijesti, tzv. *breaking news* ili će se odbaciti kao nevažna i nepotrebna (Malović 2005: 93). Prema Maloviću (2005: 335-336) postoje četiri značajke televizijskog novinarstva:

Prva značajka govori da je pravodobnost iznad svih ostalih vrijednosti, odnosno vijest se objavljuje kada se nešto dogodilo. *Breaking news* dobivaju prvenstvo. Televizija pokreće rotaciju mnogo puta na dan te najvažnije pravilo glasi: sada. Druga značajka naglašava da je informacija

prije eksplanacije, to jest, izvijestiti, a ne objašnjavati. Budući da je vrijeme u eteru dragocjeno, vijest se oslanja na elemente kao što su: *što* i *gdje*, a manje na *zašto* i *kako*. Sekundama se mjeri dužina vijesti. Minuta vijesti je samo pola kartice novinskog teksta. Treća značajka televizijskog novinarstva objašnjava da vijest koja ima audio ili vizualni utjecaj, odnosno neke vijesti izabrane su isključivo za radio jer imaju zvučni zapis dok su neke vijesti isključivo za televiziju jer je slikovni prilog izniman. Kao posljednju, četvrtu, značajku naglašava da su ljudi prije koncepcije, drugim riječima, televizija koristi metodu: nađi problem, nađi osobu koja će se njime baviti i koja će ga moći pravodobno objasniti. Televizija stavlja čovjeka u pravi plan.

Malović također primjećuje da televizijski novinari sve više koriste takozvani govorni, odnosno konverzijski stil. „Vijest se sve manje čita, a sve više govori.“ (Malović 2005: 336) Govor televizijskih vijesti mora biti izravan, stoga je najbolje koristiti aktiv, a ne pasiv te što manje isticati prošla vremena. Prema Letici TV novinar mora izvršavati raznovrsne zadatke: izvještava o sjednici saborskog odbora na kojoj se raspravlja o zaštiti određenih ljudskih prava, izravno prenosi puštanje nove ceste u promet, surađuje u montaži snimke rasprave o mirovinama i standardu, vodi informativnu emisiju te pomaže pripremiti poseban prigodni program (Letica 2003: 61). Letica također u svojoj knjizi spominje kako je televizijski voditelj posljednja karika u lancu redakcijskog mehanizama o kojemu ovisi konačan izgled emisija. Za njega se može reći da je javno lice programa o kojemu ovisi uspjeh i gledanost emisije (Letica 2003: 323).

„Voditeljstvo podrazumijeva autorski najavljivanje.“ (Sapunar 2004: 134) A glavni smisao najave je da korisnika pripremi na gledanje priloga, emisije ili bloka emisija. Služi kao interpunkcija u razdvajanju rečenice (Sapunar 2004: 132). Za razliku od najave, odjava je mnogo kraća jer se u njoj samo naznačuje kraj priloga i pripremaju se slušatelji za slušanje ili neslušanje idućeg priloga (Sapunar 2004: 134). Voditelj stalno komunicira, to jest razgovara s gledateljima te kao dirigent poziva sudionike, reportere, građane i sve ostale koji sudjeluju u takvim emisijama. Uspješno voditeljstvo mora biti spontano, korektno u jezičnom smislu, i stručno jer se voditelj nerijetko mora i dublje upustiti u obradu teme. Prema Sapunaru (2004: 134) postoje tri tipa voditeljstva: američki, američko-europski i europski tip voditeljstva:

1. Američko voditeljstvo počiva na „star-načelu“, tj. tu je voditelj zvijezda oko koje se sve „vrti“ i autori, i slušatelji i gledatelji. Za ovaj tip voditeljstva bitne su glumačke sposobnosti i dobra komunikacija te svestrana naobrazba. Jedina slabost je to što se više pozornosti pridaje osobnim značajkama voditelja, nego sadržajima.
2. Iako američko-europski tip voditelja zadržava osobine „zvijezde“, kod njega se osobni *show* voditelja iz monologa pretvara u dijalog što je za publiku zanimljivije.
3. Europski tip voditelja je sinteza staroga spikerskog povezivanja s autorskim vođenjem programa, tj. emisije.

Budući da je novinarstvo definirano kao znanost prikupljanja, obrade i proučavanja povratne informacije, načelo objektivnosti ubraja se u red gnoseološko-etičkih načela, odnosno objektivnost se izvodi najviše iz spoznaje vrijednosti – istine. „Osim istina kao što su dan i mjesto događaja, ime i prezime sudionika, sve ostalo je prilično relativno i podložno subjektivnoj prosudbi samog novinara kao otkrivača i ovoga koji otkrivenu spoznaju priopćava milijunskom auditoriju.“ (Sapunar 2004: 74) Stoga se u tom smislu može zaključiti da je u tome odstupanju od istine najniža njena granica objektivnost. Objektivnost je i donja granica istinitosti, pa tu granicu novinar ne smije pomicati na niže jer tada prestaje biti novinar (Sapunar 2004: 74). Iako novinar mora biti objektivan, on mora stvoriti i imati svoj prepoznatljiv stil. To novinara čini kvalitetnim, a kvalitetu slijedi i prepoznatljivost te utjecaj i popularnost (Malović 2005:172). Tako primjerice *Zlatni studio* izdava najviše TV voditelje u Hrvatskoj koji imaju svoj prepoznatljiv stil, a to su: Ivana Parađiković (Nova TV), Zoran Šprajc (RTL) i Marko Šapit (HTV) (<https://www.jutarnji.hr/specijal/zlatni-studio-2019/tv-najbolji-tv-voditelj/>).

2.2. Fenomen personalizacije

Proces koji se javlja u fazi osobnog razvoja, čija je temeljna zadaća postići apsolutno razumijevanje društvenog života drugih, naziva se personalizacija. Proces personalizacije opisuje se kao transformacija subjekta u osobu koja je pronašla svoju individualnost. Ona je ujedno i najvažniji proces u oblikovanju posebnih vještina i sposobnosti, koji utječe na položaj osobe, inicijativu, objektivno procjenjuje njegov talent i sklonosti, te za sebe određuje glavnu ulogu u društvu (<https://hr.seamonkeyworship.com/315-personalization.html>).

Fenomen personalizacija prisutan je svuda oko nas. U današnje vrijeme susrećemo se s njom, a da možda i ne znamo za nju. U nastavku slijede primjeri personalizacije, neke od njih zasigurno ste vidjeli, kupili ili čuli, premda toga možda niste ni bili svjesni. Personalizacija je vidljiva na primjer u industriji u kojoj se proizvođači natječu u načinima na koje će svoje proizvode što više prilagoditi individualnim prohtjevima kupaca. Tako je recimo Coca Cola personalizirala svoje boce, odnosno – ponudila mogućnost graviranja osobnih imena na boce (<https://www.tportal.hr/autozona/clanak/personalizacija-jedini-put-do-originalnosti-20170608>).



Slika 2.2.1. Prikaz personalizirane boce Coca Cole

Prvi počeci personaliziranih dječjih knjiga pojavljuju se u Češkoj 1988. godine. Jedino što je bilo potrebno napraviti tijekom narudžbe knjige, jest navesti i ime djeteta (<https://franchising.hr/clanak/1151/usetaj-u-pricu/>).



Slika 2.2.2. Prikaz personaliziranih dječjih knjiga

Javne osobe poznate su (i) po tome što posjeduju personalizirane predmete. Primjerice, personalizirane kopačke napravljene su za Cristiana Ronalda, napadača nogometnog kluba Real Madrida (<https://www.24sata.hr/sport/ronaldo-ima-posebne-kopacke-za-nedjeljni-derbi-protiv-barce-410966>).



Slika 2.2.3. Prikaz personaliziranih kopački

Za sve ljubitelje mode hrvatski *brand* Indigo World omogućuje personalizirane torbe, koje su popularne i u Irskoj. Klijentice same odabiru boju, oblik, veličinu, ilustraciju i ukrase (<https://zadovoljna.dnevnik.hr/clanak/hrvatski-brend-torbi-indigo-world---473216.html>).



Slika 2.2.4. Prikaz personaliziranih torbi

Personalizacija je vidljiva i na primjeru automobila. Mi prilagođavamo svoje vozačko iskustvo ako prilikom sjedanja za upravljač moramo namjestiti sjedalo i retrovizore, visinu i udaljenost od upravljača te podesiti klimu i radiostanicu. Personalizacija postoji onda kada sjednemo u

automobil, on nas prepozna i sve navedeno automatski podesi. Turistički vodiči su primjer da se ne personaliziraju samo proizvodi već i usluge. Oni mogu skrojiti aranžman upravo prema individualnim željama klijenata.

Osim proizvoda i usluga, personaliziraju se i mediji. Nekada se omiljenu emisiju moralo gledati u točno određeno vrijeme ili čekati da na radiju puste novi hit. Danas je sav taj sadržaj dostupan kada to publika želi (<https://www.tportal.hr/autozona/clanak/personalizacija-jedini-put-do-originalnosti-20170608>). Primjerice, Iskon TV omogućuje personalizirani sadržaj koji redovno pratite te njegove preporuke temeljem dosad odabranog (<https://www.vidilab.com/vijesti/najave/3305-iskon-predstavio-novu-personaliziranu-tv-uslugu-i-smart-wi-fi>). Prema Nikolovskom (2018: 99-103) ključno je pritom ne zaboraviti da se može vladati i voditi društvo putem medija jer mediji su javna dužnost – *res publica*. Mediji nas informiraju o onome što nas osobno zanima i čiji smo navijači, trudeći se pri tome da pogode naše interese. Program personalizira sadržaj za nas, odnosno on bira i snima sadržaje koji odgovaraju našim željama. I onda gledamo sve ono što možda i nije objektivna već subjektivna, samo naša istina. RTL televizija personalizirani sadržaj nudi i na potpuno prilagođenoj *online* platformi RTL.play. Na RTL.play moguće je gledanje i *live stream* svih RTL kanala: RTL (glavni kanal), RTL2, RTL Kockica, RTL Passion, RTL Crime i RTL Living te ekskluzivni sadržaj pojedinih formata (<https://www.rtl.hr/tv-novosti/2768265/rtlplay-bilo-gdje-i-bilo-kada-uz-kanale-rtl-a/>).

Iduće poglavlje nadovezuje se na fenomen personalizacije medija – na primjeru Zorana Šprajca, koji nudi sadržaj na način na koji želimo. Voditelj RTL Direkta čak i najdosadniju vijest pretvara u zanimljivu, iako je nerijetko u pitanju gorka istina koja se dotiče svih vas.

3. Zoran Šprajc kao *brand*

Zoran Šprajc hrvatski je voditelj, producent i televizijski novinar. Rođen je u Slavonskom Brodu 1968. godine. Diplomirao je na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu. U Zagrebu počinje i raditi na HRT-u. Uprava HRT-a trajno ga je udaljila iz Dnevnika zbog njegovoga javnog odgovora Programskom Vijeću HRT-a na prilog o Vukovaru 18.12.2011. godine., što su nadređeni urednici i Uprava HRT-a ocijenili neprimjerenim i nazvali zlouporabom javnog prostora. Zatim je kao voditelj radio na informativnom kanalu N1. Godine 2015. prelazi na RTL televiziju gdje i danas vodi emisiju RTL Direkt (<https://www.biografija.org/televizija/zoran-sprajc/>). Šprajcove legendarne najave i izjave pomno prate i internetski portali. Navodimo nekoliko zanimljivih primjera – kronološki, prema datumu objave:

1. Zagreb.info, 19.11.2015.



Slika 3.1. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu, Zagreb.info

Komentar Zorana Šprajca, koji je postao hit, vezan je uz privođenje Zdravka Mamića, a glasi: „Evo ponovo smo čuli dobar razlog zašto se i danas ne bi smjelo hapsiti ljude osumnjičene za teški

kriminal. Jer je obljetnica pada Vukovara pa to kao, nije primjereno. Zadnji put kada se tako privodilo moglo se čuti da to nije primjereno jer će uskoro parlamentarni izbori. Predzadnji put kad se nekog drugog privodilo nije bilo primjereno jer su bili predsjednički. Sutra neće biti primjereno jer će Božić i Nova godina, pa nije primjereno da USKOK dobrim ljudima kviri blagdane.

Nezgodno je hapsiti i nedjeljom, dan je to kada ljudi trebaju biti u Crkvi, a ne u Remetincu. U godini uglavnom ima jako mnogo dana kada bi uvijek netko mogao reći da privođenje osumnjičenih kriminalaca nije primjereno. Ali kada bi postojao samo jedan jedini dan u godini kada bi bilo primjereno privoditi ljude osumnjičene da su pokrali hrvatsku državu, kada bi postojala samo jedna jedina noć koju bi oni trebali prespavati u ćeliji, oni za koje se sumnja da su hrvatskoj državi utajili desetke milijuna kuna poreza onda bi to sasvim sigurno taj dan trebao biti danas – 18. studeni.

I to baš zato što je to dan kada se prisjećamo onih koji su poginuli za tu istu državu, dan koji se u stvaranju te iste države pretvorio u njihovu zadnju noć. Pa ako se i pokaže da su svi ti tajkuni i milijuneri stasali na hrvatskoj državi nevini kao jaganjci, već sama bezobraznost da se oni i njihovi financijski, medijski i politički ljubavnici usude poistovjetiti s vukovarskim žrtvama, zaslužuje bar jednu jedinu besanu noć u hladnoj ćeliji. Jer možda bi onda i svi oni na vukovarskom groblju večeras mogli mirnije spavati“. (<https://www.zagreb.info/ritam-grad/magazin/televizija/sprajcova-izjava-ponovo-postala-hit-video/23444>)

2. Dnevno.hr, 8.3.2016.



Slika 3.2. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu, Dnevno.hr

U emisiji RTL Direkt, Zoran Šprajc nije imao nikakav prilog o testisima, stoga se može zaključiti kako je jednostavno poželio poslati poruku onima koji se prepoznaju. Odjava je glasila: „Tu i tamo se počesite po testisima, tko ih ima i laka vam noć...“ (<https://www.dnevno.hr/vijesti/hrvatska/sprajcova-dubokoumna-poruka-gledateljima-tu-tamo-se-pocesite-po-testisima-901573/>)

3. Index.hr, 7.9.2017.



Slika 3.3. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu, Index.hr

Budući da je CRO Demoskop o društvenim i političkim preferencijama pokazao da je najpopularniji hrvatski političar „nitko“, to jest niti jedan političar, Zoran Šprajc ugostio je nikoga te vodio s nikim intervju: „Gospodine Nitko, dobra vam večer, dobrodošli u 'RTL Direkt'. Kako se osjećate kao najpopularniji hrvatski političar? Da, vi se kao Nitko osjećate nikako, a zamislite kako se tek sad osjećaju oni koji su dosad mislili da su netko", rekao je Šprajc praznoj stolici preko puta sebe.

„Ali kako ste uspjeli u tako relativno kratkom roku napraviti ovako dobar politički rezultat, osobito, kako ste uspjeli prestići dosad izuzetno popularnu predsjednicu? Mislite da je tajna vašeg uspjeha što, za razliku od nje, vi pazite što govorite, tj. ne govorite ništa? Dobro, predsjednica možda govori sve i svašta, nekad možda bolje da i ne govori, ali evo prestigli ste i premijera koji govori malo, a kad govori, kao da ništa ne govori? Kako ste to uspjeli pobijediti?“ (<https://www.index.hr/magazin/clanak/sprajcu-u-emisiju-dosao-najpopularniji-hrvatski-politicar-nitko/992922.aspx>)

4. Večernji.hr, 11.10.2018.



RJEŠENJE ZA NESANICU

Zoran Šprajc ponovno oduševio! Pogledajte što je sada napravio u emisiji

Slika 3.4. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu, Večernji.hr

U emisiji RTL Direkt tema posljednjega priloga bila je nesanica. Zoran Šprajc demonstrirao je kako se riješiti toga problema pustivši jedan od premijerovih govora sa sjednice Vlade. Voditelj nije mogao odjaviti emisiju jer je nakon minute i pol premijerova govora zaspao.

„Ako patite od nesanice, nadam se da ste u ovom prilogu našli nešto za sebe. Ako niste, imamo rješenje i za najteže slučajeve nesanice. Na web-stranicama Vlade RH kliknete na kućicu sjednice

Vlade i izaberete neki od uvodnih govora Andreja Plenkovića, tko od toga ne zaspi, nikad neće“ – poručio je Zoran Šprajc (<https://www.vecernji.hr/showbiz/zaspao-u-studiju-pogledajte-kako-je-zoran-sprajc-odjavio-rtl-direkt-1275518>).

5. Net.hr, 27.2.2019.



Slika 3.5. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu, Net.hr

Povodom dviju nadrealnih izjava hrvatskih svećenika o parfemima koji se rade od abortirane djece te o ženi koja je zauvijek izgubila menstruaciju vidjevši oca kako gleda pornografiju, Zoran Šprajc uputio je gledateljima sljedeći komentar: „Da, dobro ste čuli da se od mesa abortirane djece rade parfemi, reče ovaj siroti božji poslanik kojemu je bog dao kuću, stan, auto, super fensi odijelo, časne sestre, zlato i briljantin, ali eto izgleda oduzeo pamet. Od mesa abortirane djece ne rade se parfemi, što god vam govorio biskup, ali zato se od posteljice koja se nakon poroda baca negdje rade kreme za lice pa je siroti biskup možda samo pomiješao posteljicu, djecu, parfeme i kreme. Nije on znanstvenik pa da zna što je dijete, a što posteljica.“

(<https://net.hr/danas/hrvatska/urnebesni-sprajc-o-suludim-izjavama-svecenika-bog-mu-je-dao-auto-fensi-odijelo-i-zlato-ali-eto-oduzeo-pamet/>)

4. Analiza interpretacije sadržaja RTL Direkta i RTL Danas

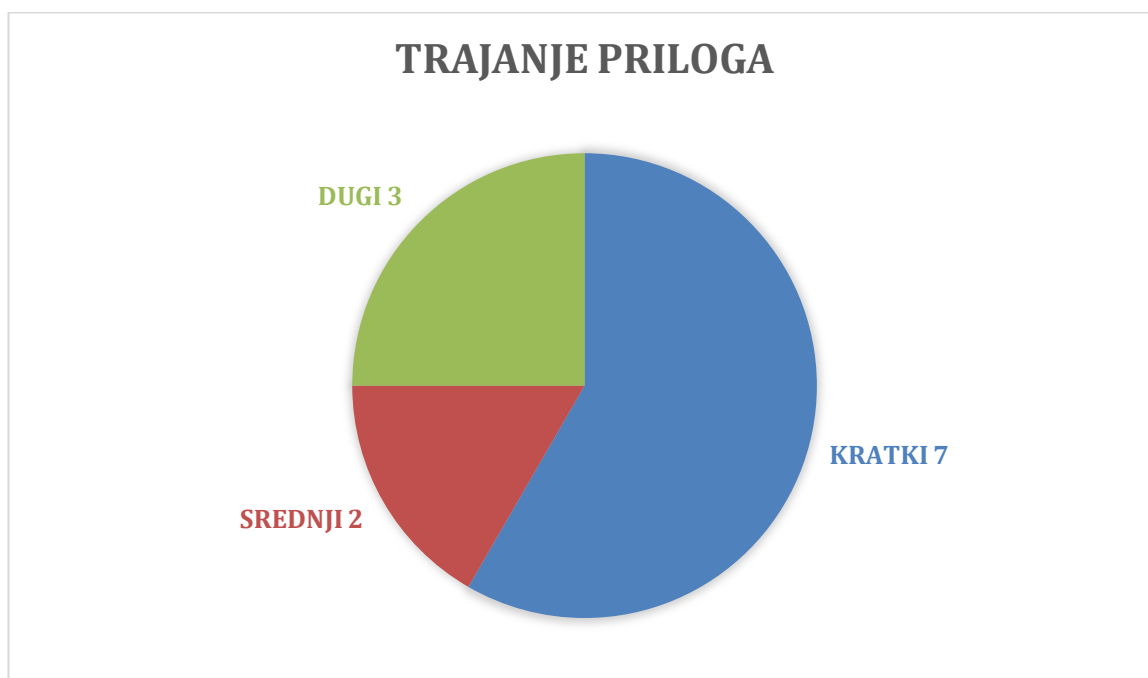
Analiza sadržaja provodi se na informativnim emisijama RTL Direkt (RTL) i RTL Danas (RTL) u razdoblju od četiri dana (6.5.2019., 7.5.2019., 15.5.2019., 16.5.2019.) metodom promatranja i zapisivanja viđenog i uočenog. Promatraju se ovi parametri: duljina trajanja emisije, broj emitiranih priloga, duljina trajanja priloga, teme priloga, zemljopisna važnost priloga, broj gostiju u emisiji te način na koji je interpretirana najava priloga. Prilog koji traje do dvije minute jest kratki prilog, onaj koji traje između dvije i četiri minute jest srednji prilog, a prilog koji traje duže od četiri minute jest dugi prilog. Teme promatranih priloga podijeljene su u nekoliko kategorija: politika, gospodarstvo, crna kronika, kriminal, obrazovanje, zdravstvo, religija, turizam, kultura i društvo. Prilozi se dijele i po zemljopisnoj važnosti: na lokalne (područje Republike Hrvatske), regionalne (područje Europe) i globalne (svijet). Način na koji je interpretirana najava priloga dijeli se na sljedeće kategorije: sarkastičan način, ozbiljan način i slikovit način. Informativna emisija RTL Direkt primjer je personalizacije medija – početna je teza ove analize. Emisije iste medijske kuće sadržajem su jednake, no načinom interpretacije sadržaja su različite. RTL Danas primjer je objektivnog novinarstva dok je RTL Direkt primjer subjektivnog novinarstva, odnosno prikaz personalizacije medija. Provedenom analizom potvrdit će se ili opovrgnuti početna teza. Analiza se provodi emisiju po emisiju za obje informativne emisije.

4.1. Analiza: RTL Direkt, RTL

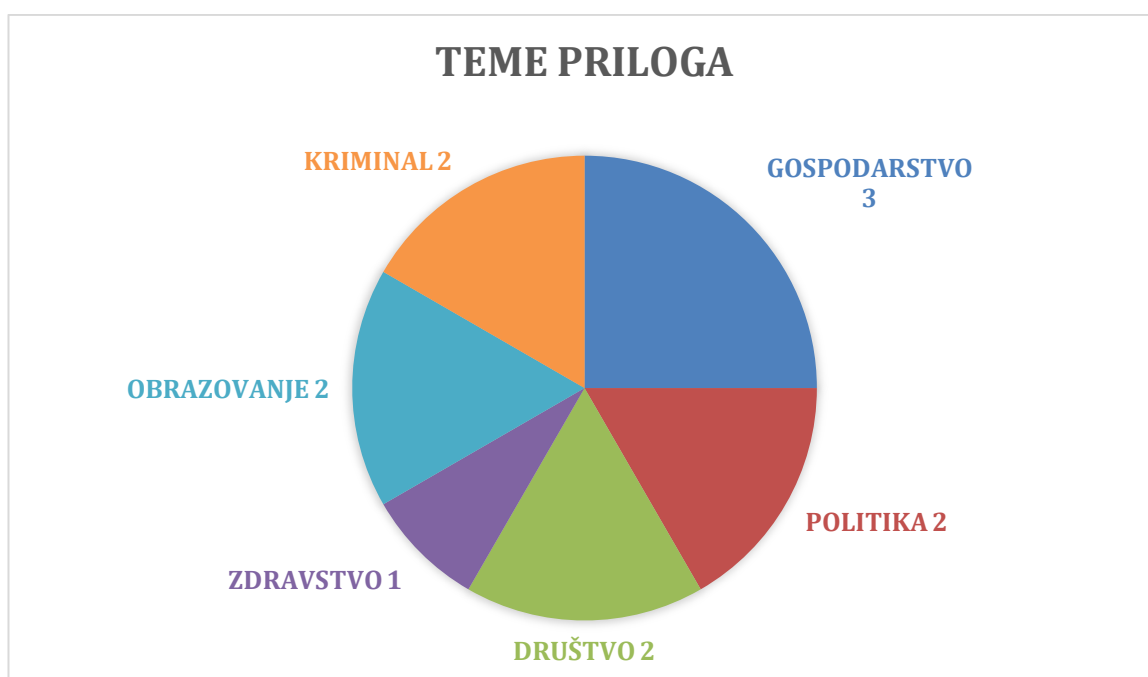
RTL Direkt jest informativna emisija koja se emitira od ponedjeljka do četvrtka točno u 22 sata i 15 minuta po lokalnom vremenu. Zoran Šprajc, televizijski urednik i voditelj, donosi najvažnije dnevne događaje direktno i sa stavom. RTL Direkt je prisutan svugdje i izvještava o svemu. Ne sadrži informacije o vremenskoj prognozi te nema sportskog novinara/voditelja² koji posvećuje nekoliko minuta sportu u jednom dijelu emisije. Voditelj na početku predstavlja sebe, zatim i emisiju. Zoran Šprajc sjedi za velikim bijelim stolom te čita glave svih priloga. Za to vrijeme iza njega na ekranu izmjenjuju se *infotainment* slike vezane uz prilog koji slijedi.

Ponedjeljak, 6.5.2019.

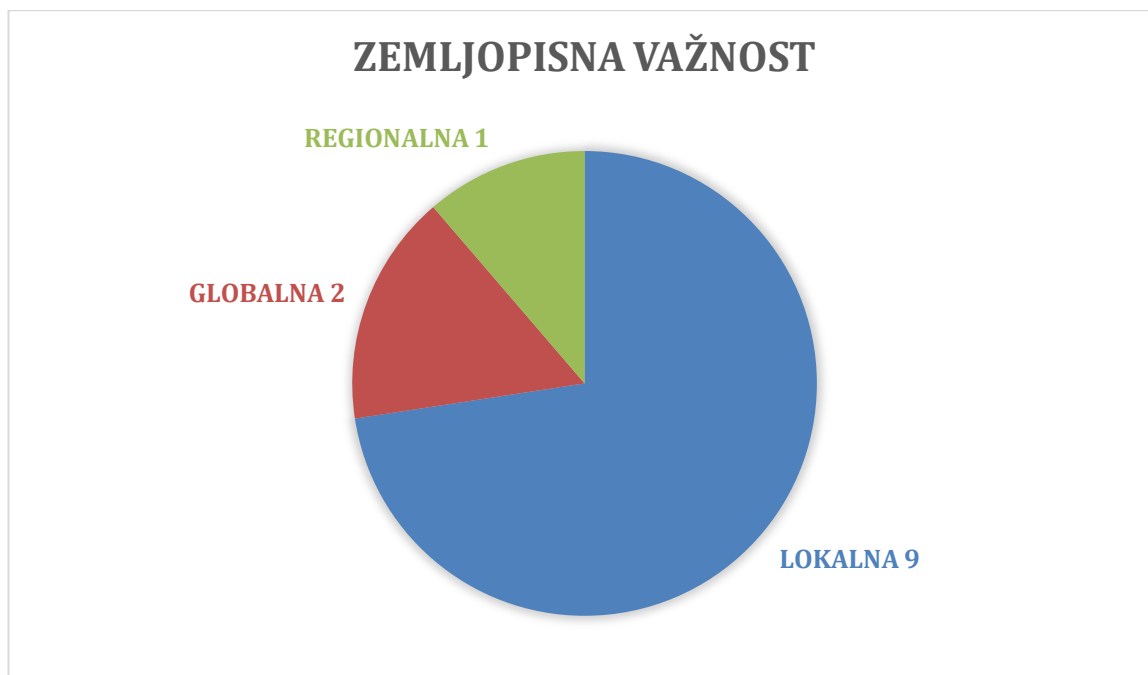
² Imenica novinar/voditelj odnosi se na oba spola.



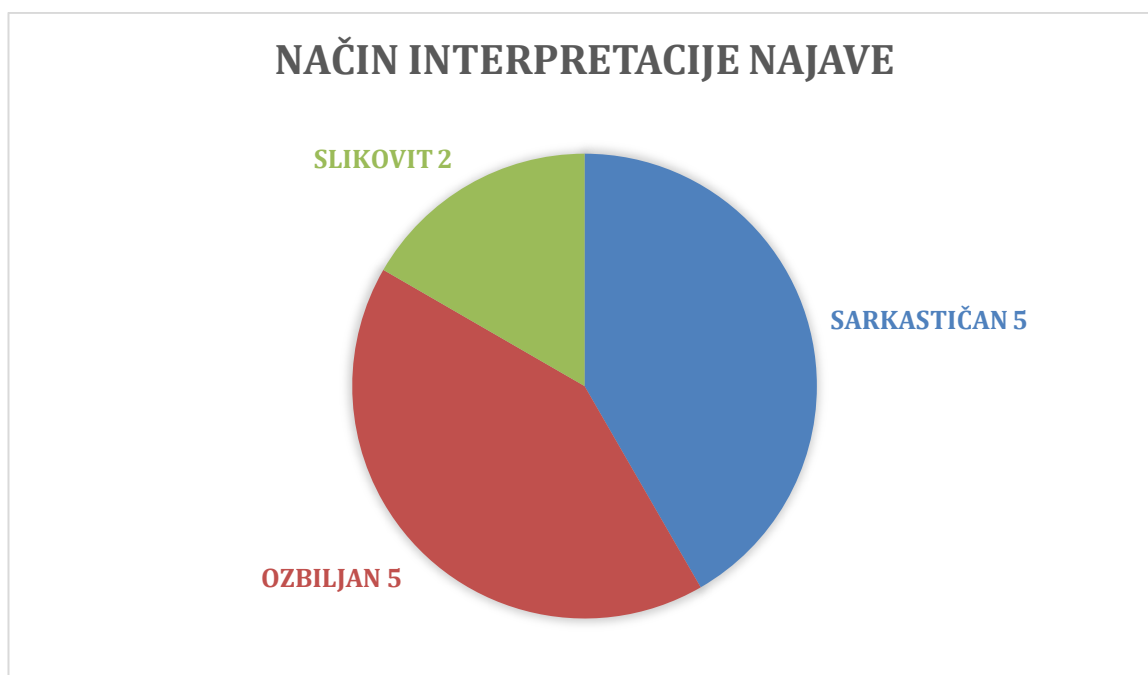
Slika 4.1.1. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, ponedjeljak



Slika 4.1.2. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, ponedjeljak



Slika 4.1.3. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, ponedjeljak

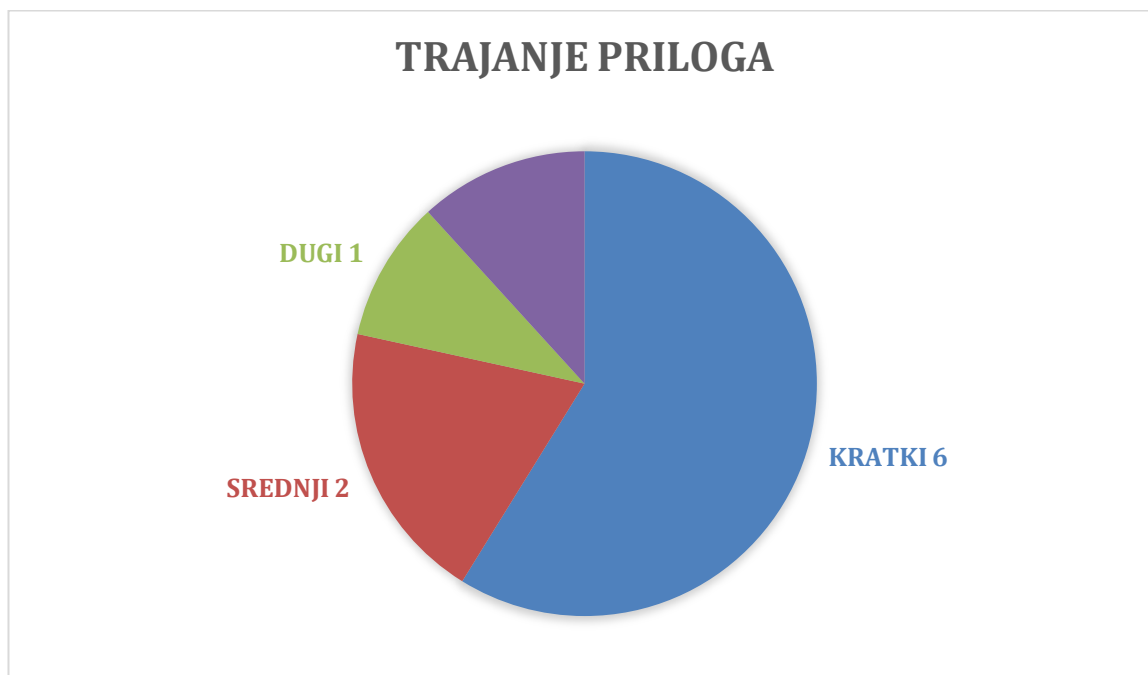


Slika 4.1.4. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, ponedjeljak

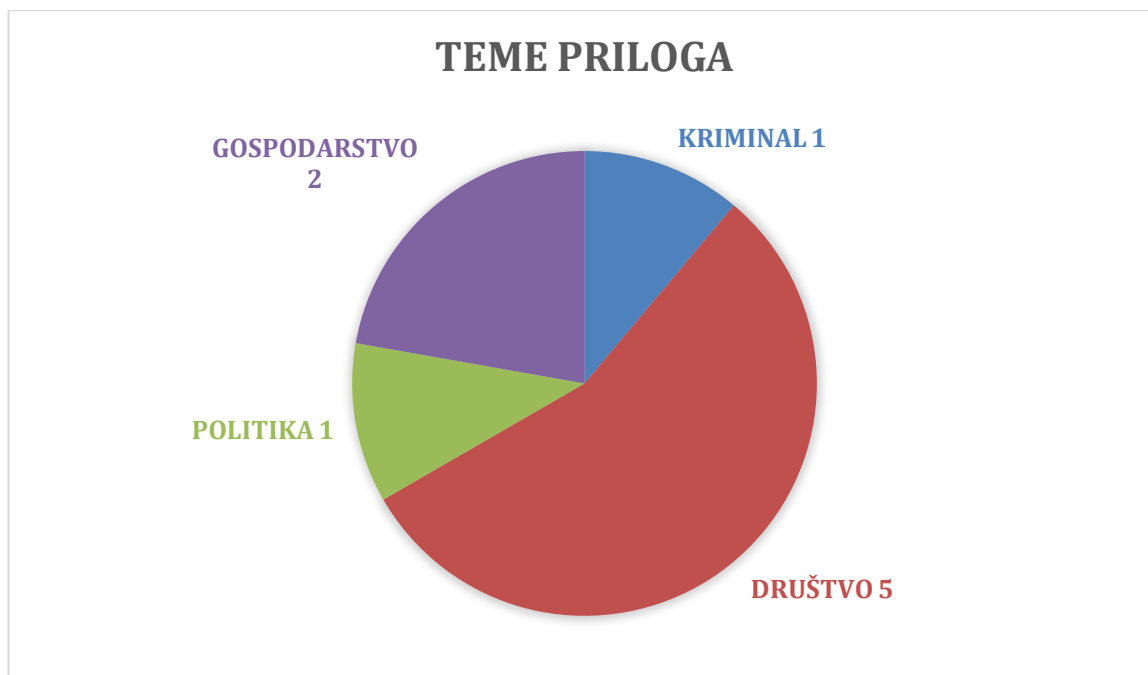
Zoran Šprajc vodio je emisiju u ponedjeljak, 6.5.2019. Emisija je trajala 34 minute. Emisiju čini 12 priloga od kojih je sedam kratkih priloga, dva srednja priloga te tri duga priloga. Prema slici 4.1.2. vidljivo je da su najviše zastupljene teme bile su iz područja gospodarstva, a najmanje

područje zdravstva. Tema dana jest slab odaziv na sindikalni referendum čime je Zoran Šprajc i započeo emisiju. Lokalnu zemljopisnu važnost ima devet priloga, globalnu zemljopisnu važnost imaju dva priloga dok regionalnu zemljopisnu važnost ima jedan prilog, što se može iščitati iz slike broj 4.1.3. Globalne vijesti vezane su uz rođenje prvoga sina Megan Markl i princa Harryja, a regionalne uz obavezno cijepljenje u Njemačkoj. Prema slici 4.1.4. vidljivo je kako Zoran Šprajc pet najava najavljuje sarkastično, pet ozbiljno te dvije najave slikovito. U emisiji se najviše ističu sarkastične najave, kao na primjer: „I konačno rodilo se i to dijete, čije su rođenje svjetski, ali i hrvatski mediji tjednima iščekivali, kao da se u najmanju ruku čeka rođenje novog Messija... Dječak težak 3kg i 260g oduševio je naravno svoje roditelje, kako i ne bi kada su mu roditelji, ali i obožavatelje Britanskog kraljevskog dvora, koji jedva čekaju doznati je li Megan rodila kod kuće, u obližnjoj bolnici, je li rodila carskim rezom, u bazenu ili u rađaoni... Roditelji i dalje drže cijelu Hrvatsku u neizvjesnosti!“ Jedini gost emisije bio je Željko Kerum.

Utorak, 7.5.2019.



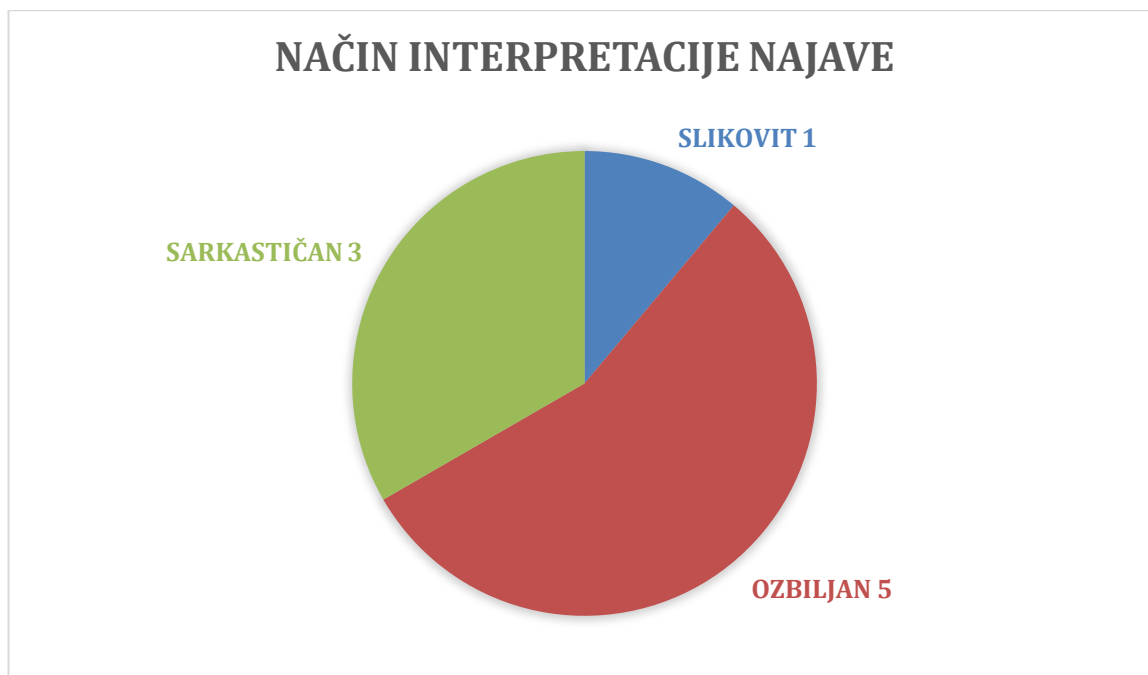
Slika 4.1.5. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, utorak



Slika 4.1.6. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, utorak



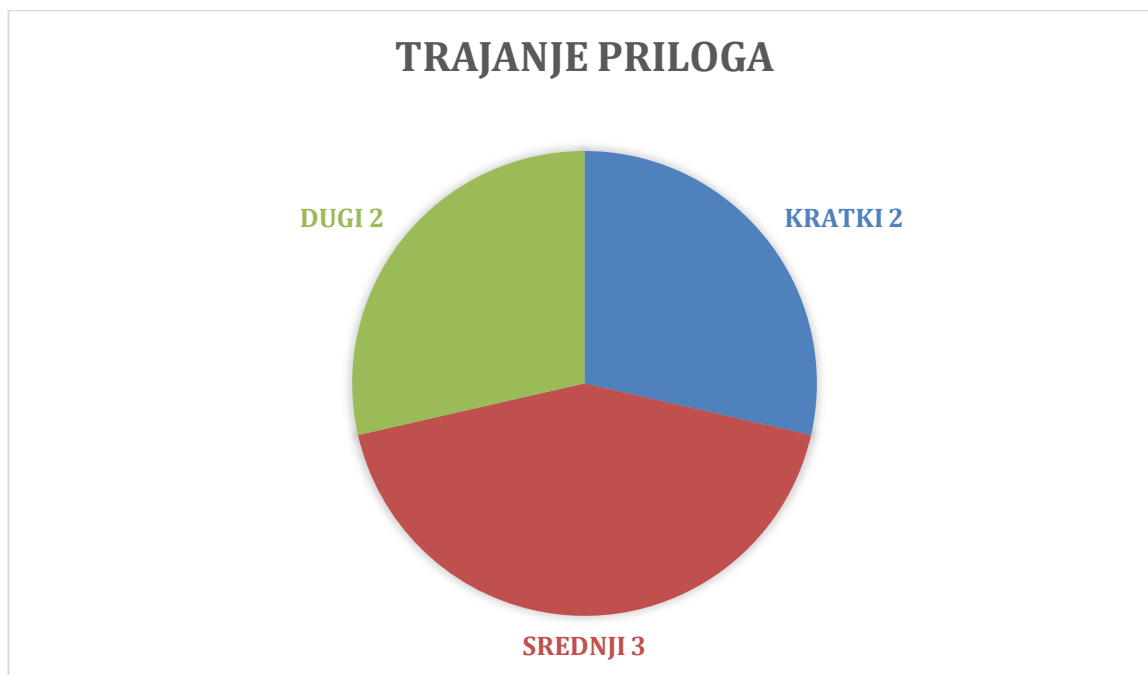
Slika 4.1.7. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, utorak



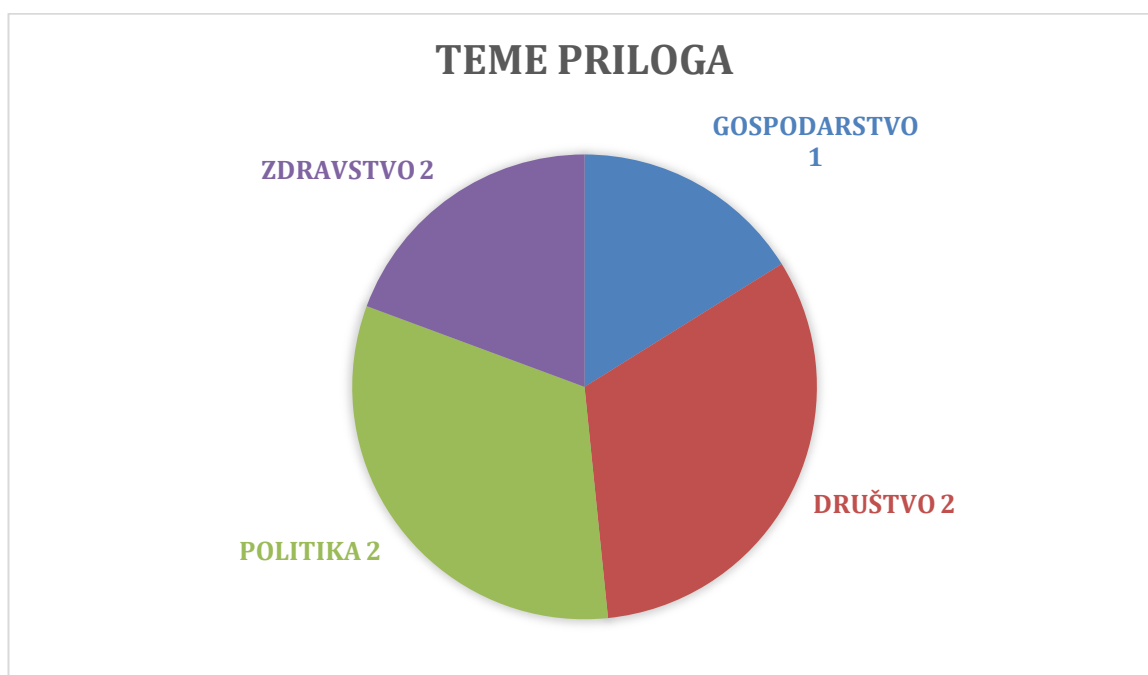
Slika 4.1.8. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, utorak

Emisiju u utorak, 7.5.2019. vodio je Zoran Šprajc. Emisija je trajala 31 minutu te su gostovala dva gosta: Marko Pavić, koji je otkrio koliko je potrošio na kampanju protiv sindikata „Sve je transparentno“, i Tomislav Debeljak, koji je komentirao stradavanje dvojice radnika u tvornici u Kninu. Naspram ponedjeljka, prikazano je devet priloga. Šest priloga je kratkog trajanja, dva priloga su srednjeg trajanja, a jedan dugog trajanja. Prema slici 4.1.6 većina priloga jest vezana uz društvo, a najmanje uz kriminal i gospodarstvo. Šest priloga ima lokalnu zemljopisnu važnost, a samo tri priloga globalnu zemljopisnu važnost. Globalne teme vezane su uz Met Galu, izgradnju parka te uz propast prirode zbog nas ljudi. Tema dana vezana je uz ministra poljoprivrede, Tomislava Tolušića, koji je pokušao objasniti zašto je u imovinskoj kartici upisao kuću veličine 165 četvornih metara dok podaci iz katastra svjedoče kako je njezina stvarna veličina 330 četvornih metara te zašto u imovinskoj kartici nije spomenuo još jednu kuću od 120 kvadrata na istoj čestici. Najavu priloga o Met Gali povezao je s odjavom u kojoj se ismijava odjevenu kombinaciju poznate pjevačice Katty Parry: „(...) pjevačica Katty Parry je obukla recimo luster. Eto s lusterom smo završili. Vidimo se sutra, laka vam noć, gasimo svjetla i lustere!“

Srijeda, 15.5.2019.



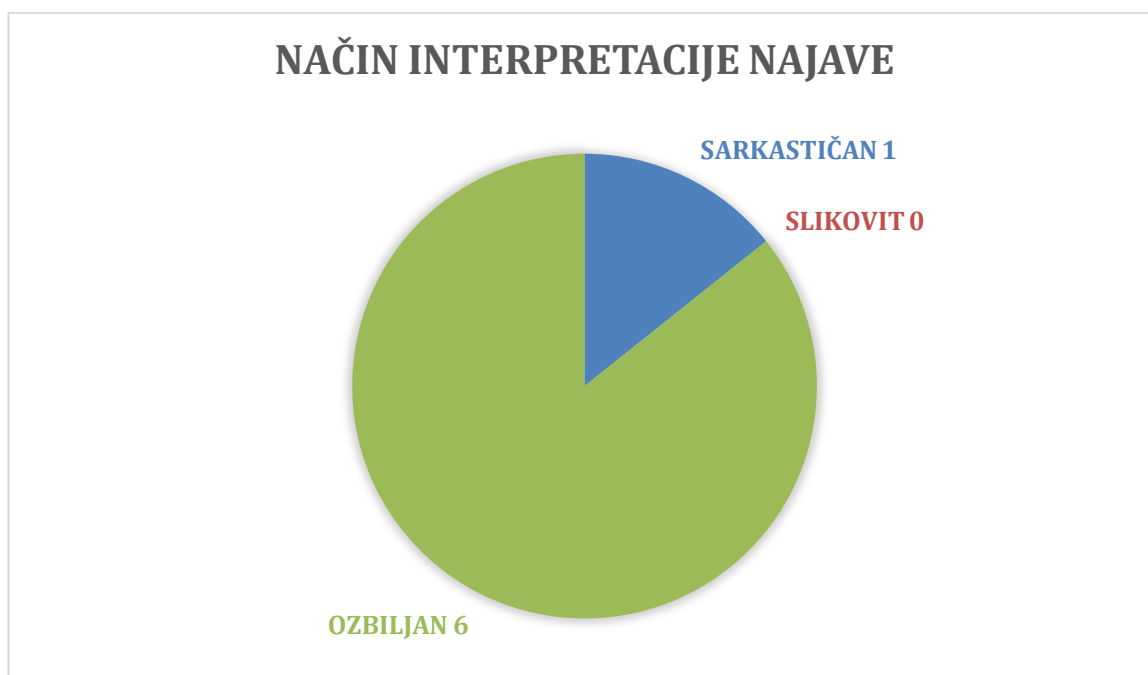
Slika 4.1.9. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, srijeda



Slika 4.1.10. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, srijeda



Slika 4.1.11. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, srijeda

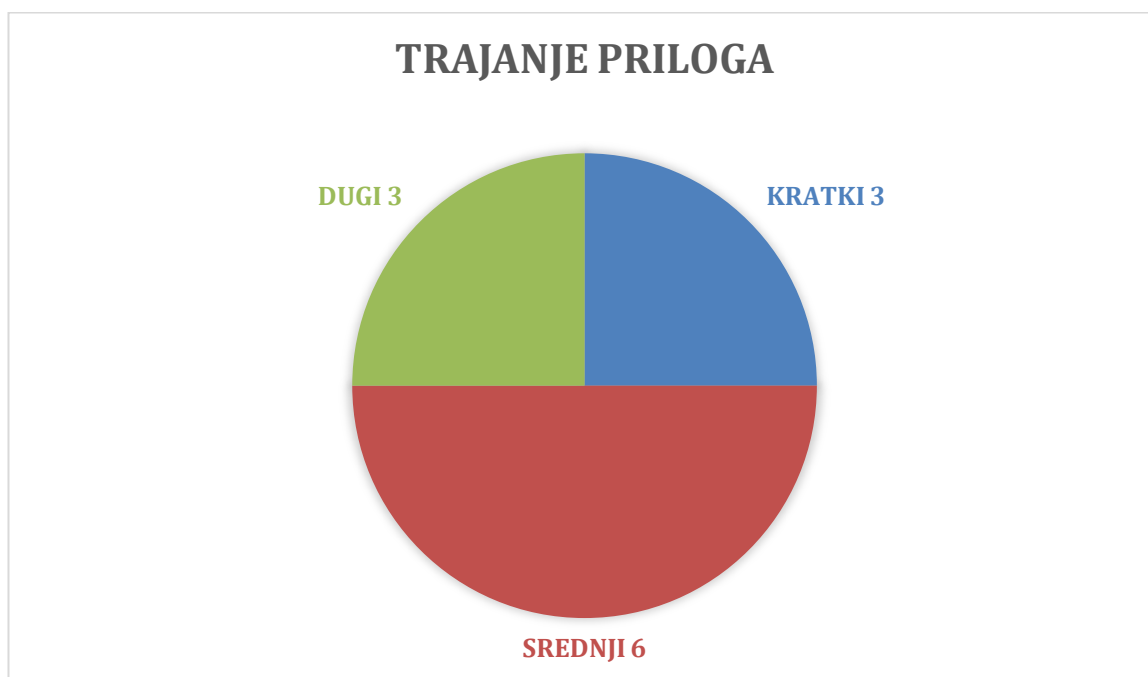


Slika 4.1.12. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, srijeda

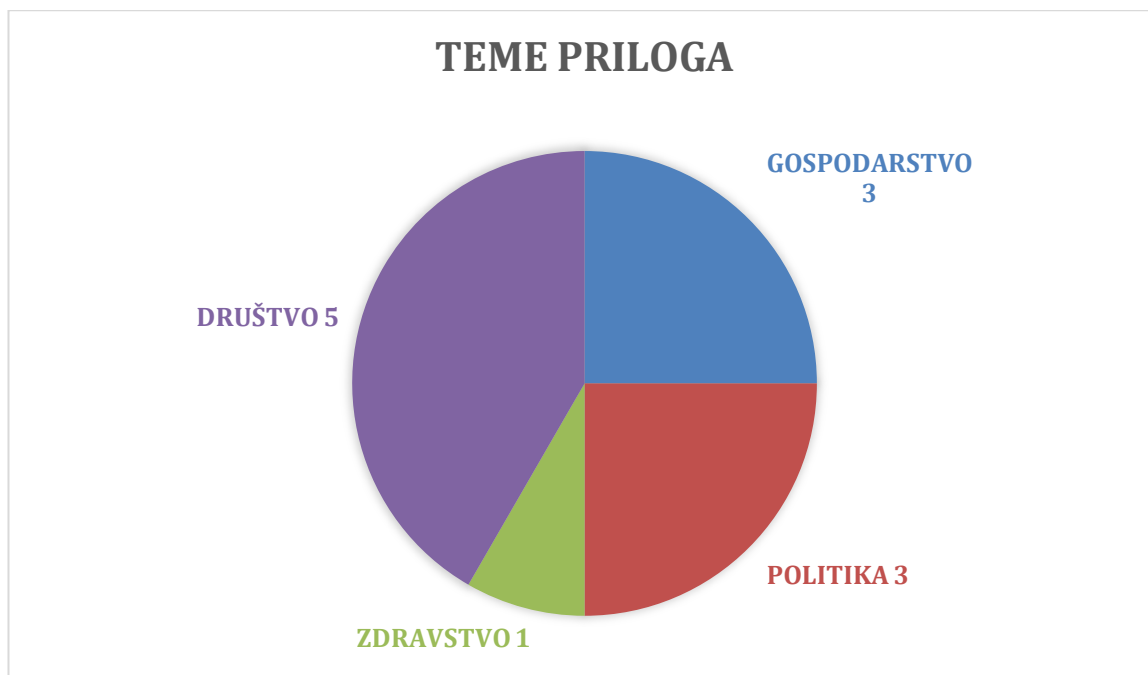
I ovaj put emisiju RTL Direkt vodio je Zoran Šprajc. U emisiji, koja je trajala 32 minute, prikazivano je sedam priloga. Kratkog trajanja i dugog trajanja bila su po dva priloga. Tri priloga bila su srednjeg trajanja. Također, po dva priloga bili su društvene, političke te zdravstvene

tematike. Samo jedan prilog bio je vezan uz gospodarstvo. Ovaj put, u emisiji su svi prilozi bili lokalne zemljopisne važnosti kako je i prikazano na slici 4.1.11. U RTL Direktu gostovali su Danko Mikulić, kirurg iz KB Merkur i Ruža Grizelj, pročelnica Zavoda za neonatologiju. To su liječnici koji su odvojili sijamske blizanke, što je bila i tema dana u emisiji. U emisiji se moglo zapaziti kako je tema dirnula i samoga voditelja te da se o njoj dugo raspravljalo. Izrazito emotivno Zoran Šprajc idući prilog najavio je tako što je predstavio krivoga novinara, na kraju priloga se ispričao i rekao kako ga je priča o sijamskim blizankama raznježila te da se zbog toga zabunio. Zanimljivo je kako je u emisiji od sedam priloga samo jedan prilog najavljen na sarkastičan način, a vezan je uz državna odličja: „Osim izjave o tome da se Hrvatska trudi postati jedna od najuspješnijih zemalja na svijetu, što je najvjerojatnije bila posljedica iscrpljenosti dugotrajnim letom do Kanade, predsjednica je dala zanimljivu inicijativu, da se jedan od državnih odličja nazove imenom prvog hrvatskog predsjednika Franje Tuđmana...”

Četvrtak, 16.5.2019.



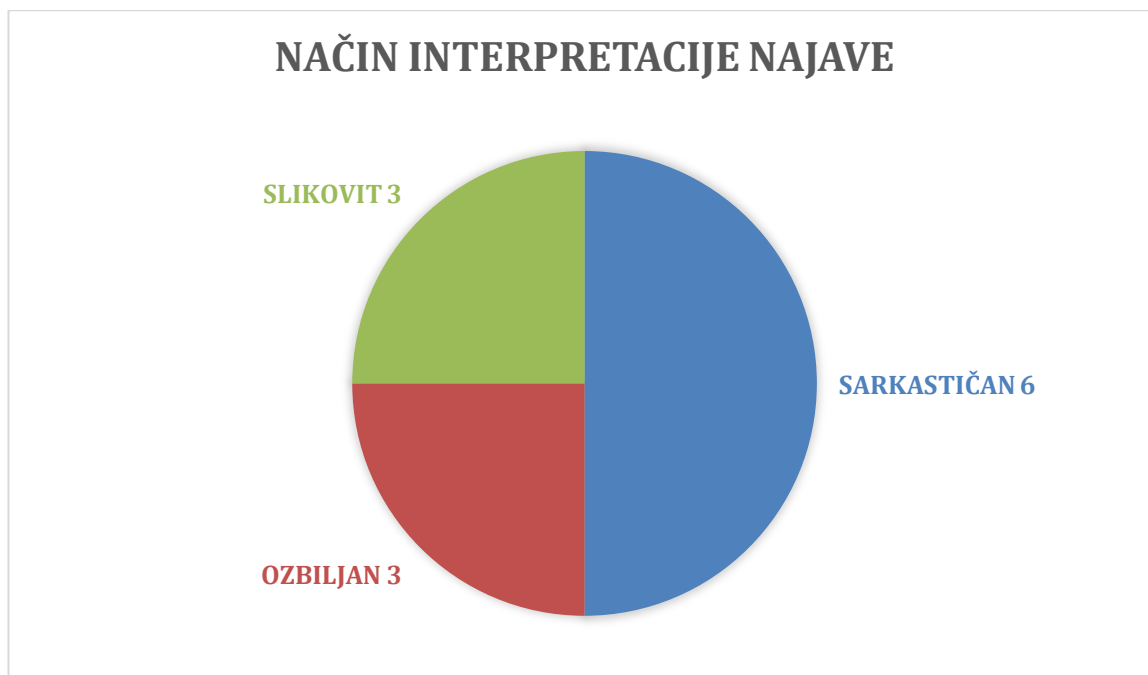
Slika 4.1.13. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, četvrtak



Slika 4.1.14. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, četvrtak



Slika 4.1.15. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, četvrtak



Slika 4.1.16. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, četvrtak

U 32 minute emisije, Zoran Šprajc predstavio je 12 priloga. Prema slici 4.1.13. može se zaključiti kako je bilo po tri priloga kratkog i dugog trajanja. Dominiraju prilozima društvene tematike te prilozima lokalne zemljopisne važnosti kako je i prikazano na slikama broj 4.1.14. i 4.1.15. Na sarkastičan način voditelj Zoran Šprajc najavio je šest priloga, na slikovit način tri priloga, također tri priloga najavio je na ozbiljan način. Jedna od slikovitih najava glasi: „A sada evo podatka za kojeg smo se nadali da će donijeti bar malo svjetla u taj demografski mrak. Prošlo je, dame i gospodo, deset mjeseci od nogometne euforije sa Svjetskog prvenstva u Rusiji, deset mjeseci od dočeka Vatrene i deset mjeseci od kolektivne nacionalne euforije. I deset mjeseci od euforije testosterona i estrogena po spavaćim sobama. Pa smo očekivali da će sva ta euforija devet mjeseci kasnije donijeti značajan demografski pomak na bolje. Ali nažalost manje zečeva ne može donijeti više zečića ma koliko im hormoni radili, ma koliko golova zabili Perišić, Mandžukić i Modrić...” Tema dana i gošća emisije bila je Severina koja je i zapjevala u javljanju uživo.

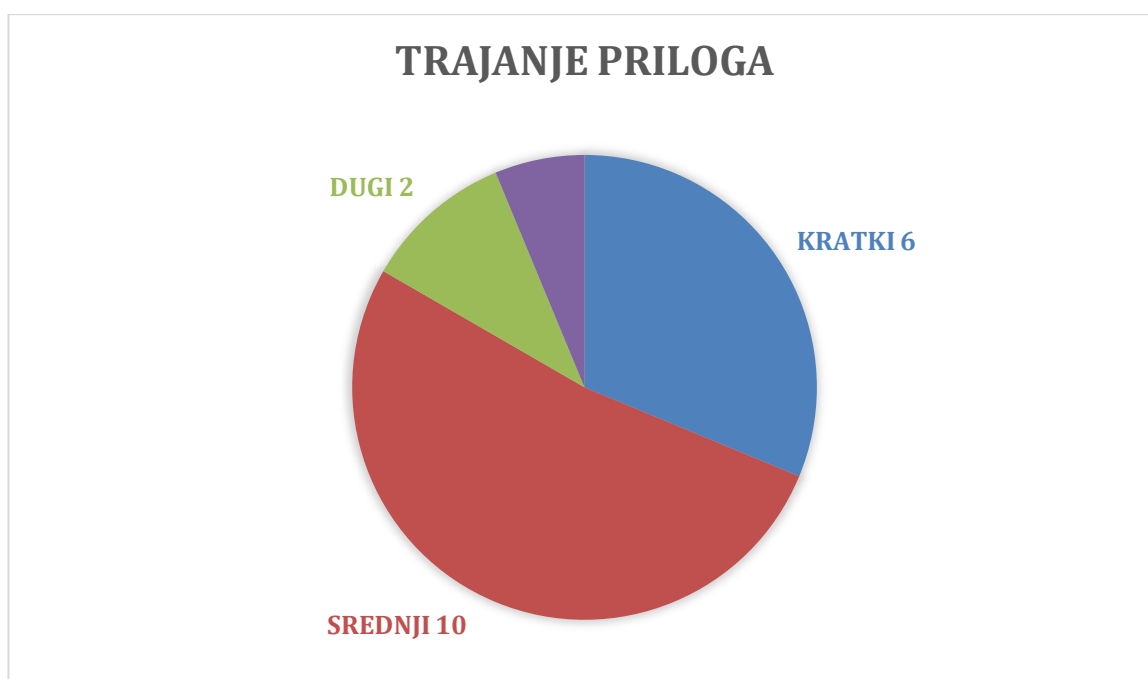
Na temelju analize četiri epizode emisije RTL Direkt, RTL televizije, možemo izvesti sljedeće zaključke: prosjek trajanja emisije je 32 minute, u svakoj je prosječno deset priloga od kojih je većina kratkog trajanja, prilozima su izrazito lokalnoga zemljopisnog značaja, a najčešće teme koje se pojavljuju u emisiji jesu gospodarstvo, politika, društvo i zdravstvo. Emisija svaki dan ima gosta te ne sadrži informacije o vremenskoj prognozi niti o sportu. Jedinu voditelj je Zoran Šprajc, koji

u prosjeku četiri priloga najavljuje na sarkastičan način. Slike na ekranu iza voditelja izmjenjuju se konstantno – nisu klasične, već *infotainment* slike.

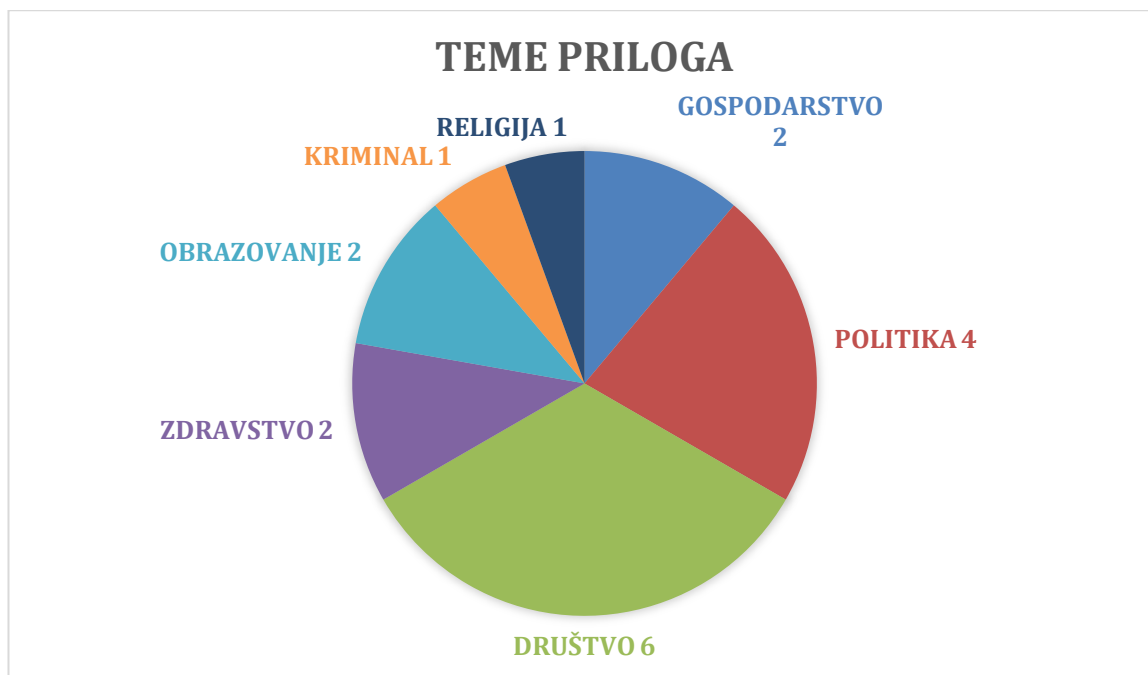
4.2. Analiza: RTL Danas, RTL

RTL televizija uz RTL Direkt emitira još jednu informativnu emisiju RTL Danas. Emitira se svaki dan u 18 sati i 30 minuta po lokalnom vremenu te donosi aktualne, istinite i objektivne informacije uz etablirano uredništvo i voditelje. RTL Danas je prvi, neovisan i nepristran informativni program (https://play.rtl.hr/rtl-danas-p_7450). Za razliku od RTL Direkta, emisiju vodi muško-ženski par. Voditelji koji se izmjenjuju jesu: Ana Bradarić-Boljat, Jelena Pajić, Tomislav Jelinčić i Ivan Vrdoljak. Voditelji se sami predstavljaju i naizmjenično čitaju glave svih priloga koji se prikazuju u emisiji.

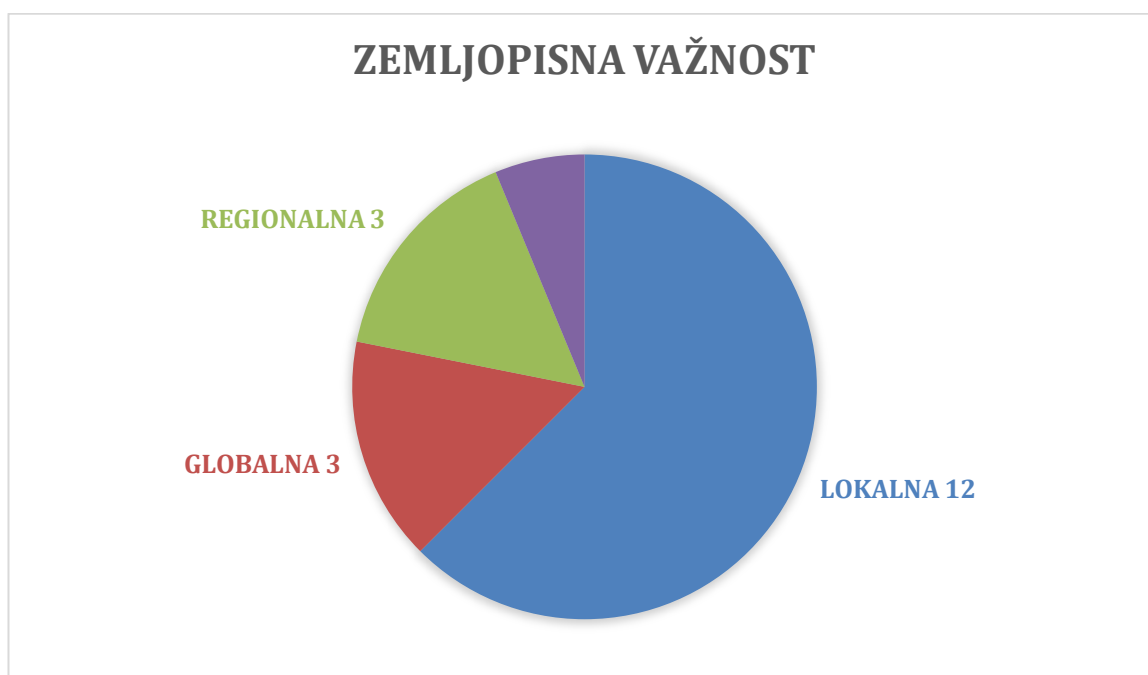
Ponedjeljak, 6.5.2019.



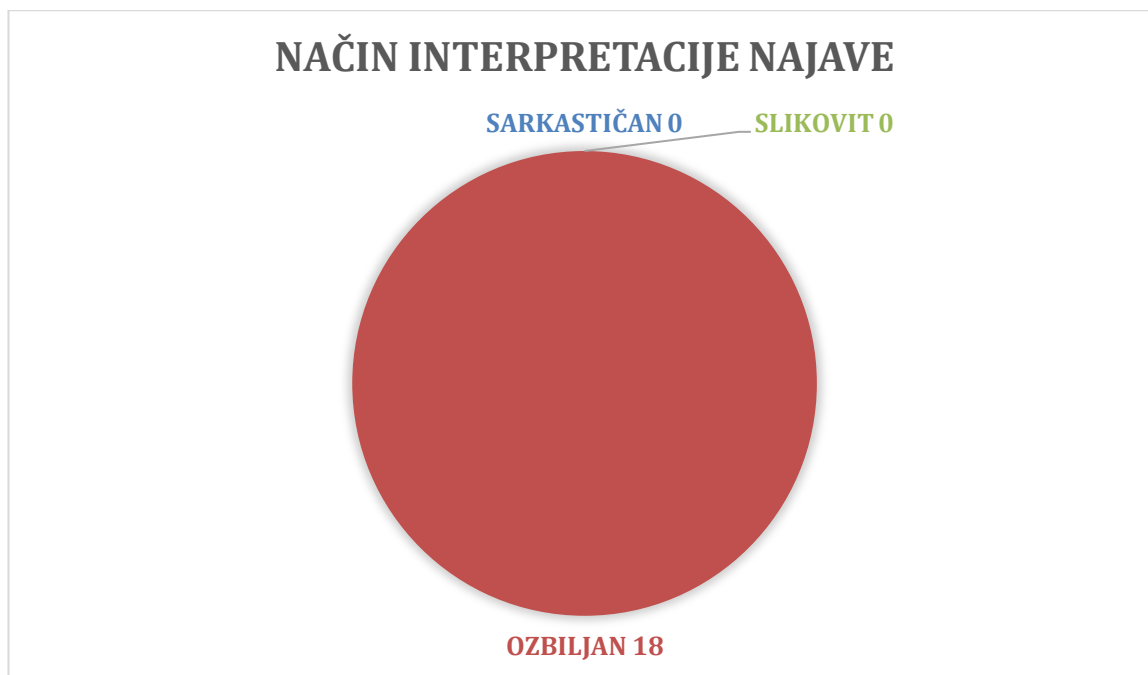
Slika 4.2.1 Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, ponedjeljak



Slika 4.2.2. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Danas, ponedjeljak



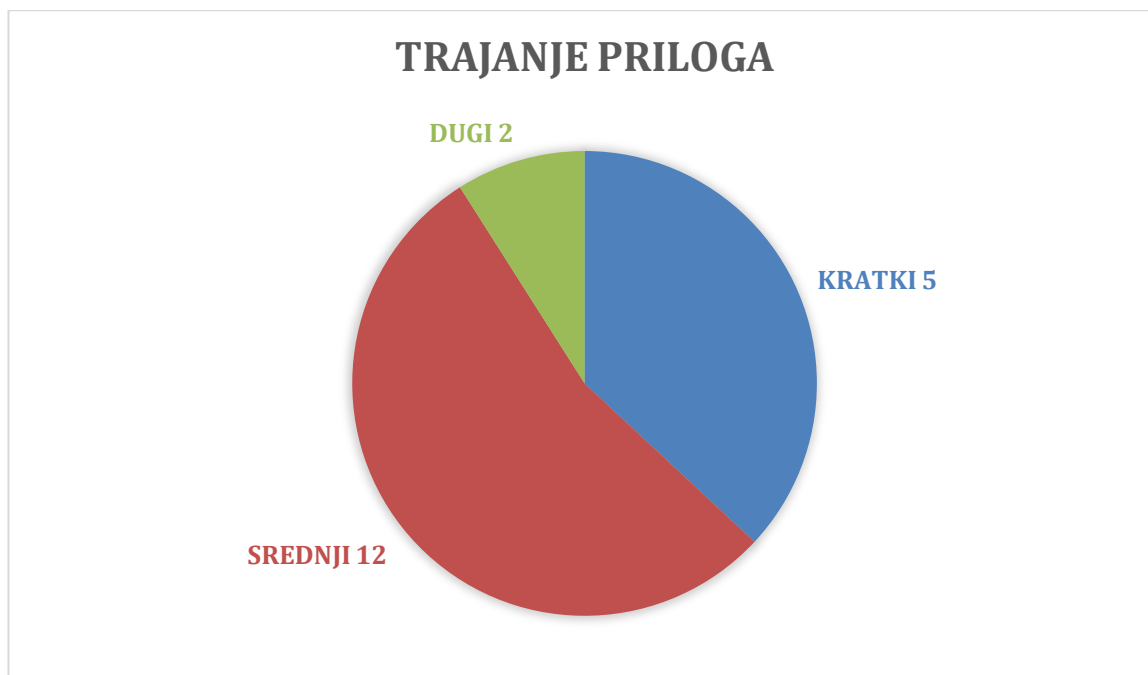
Slika 4.2.3. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Danas, ponedjeljak



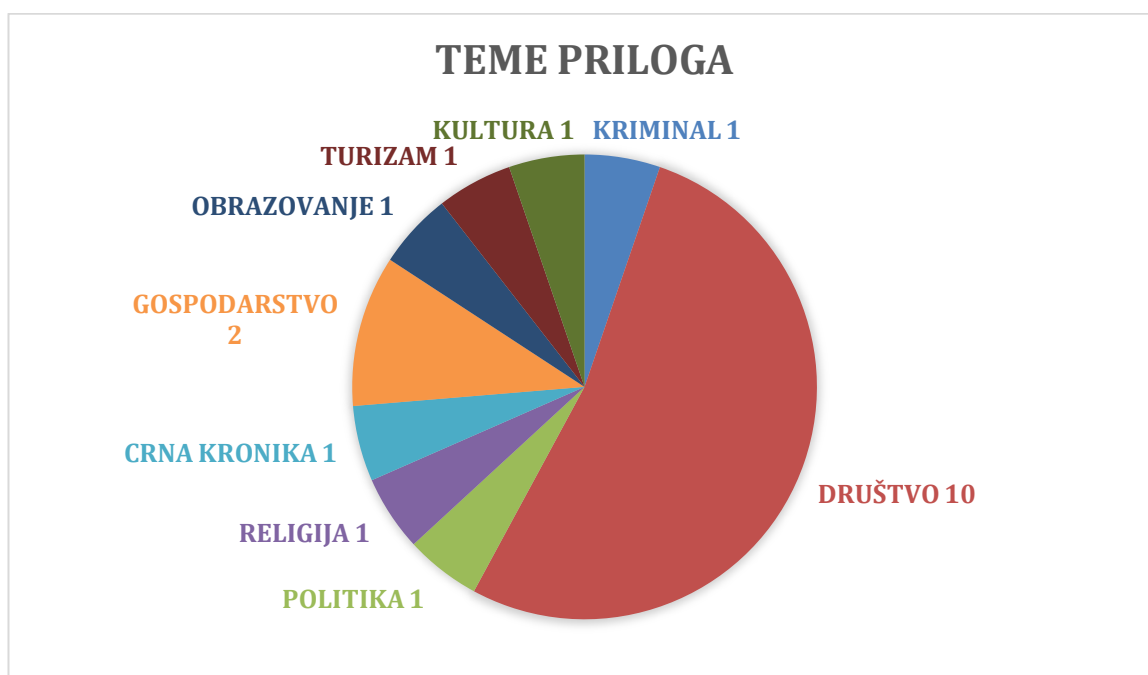
Slika 4.2.4. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, ponedjeljak

Emisiju 6.5.2019. u ponedjeljak vodili su Jelena Pajić i Tomislav Jelinčić. Emisija traje 1 sat i 20 minuta po lokalnom vremenu. U emisiji je prikazano 18 priloga, od čega je šest kratkih priloga, deset srednjih priloga te dva duga priloga, što se može iščitati na slici 4.2.1. Najviše priloga vezano je uz društvo, a najmanje uz kriminal i religiju. Tema dana bio je slab odaziv na sindikalni referendum radi čega su, pred kraj emisije, na svojoj Facebook stranici postavili anketu javnosti, a na kraju su i čitali ostavljene komentare. 12 priloga ima lokalnu zemljopisnu važnost, tri priloga imaju globalnu zemljopisnu važnost i tri priloga također imaju regionalnu zemljopisnu važnost, prema slici 4.2.3. Globalne vijesti vezane su uz rođenje prvoga sina Megan Merkel i princa Harryja, a regionalne uz obavezno cijepljenje u Njemačkoj. Emisija prije zadnjega priloga daje prostor za istraživački materijal pod nazivom „Potraga“ u trajanju od 15 minuta. Zatim slijede informacije o vremenskoj prognozi te informacije o sportu o kojemu izvještava sportski novinar. Voditelji su sve priloge najavili vrlo ozbiljno, bez ikakvih sarkastičnih ili slikovitih komentara, kao na primjer: „A tjedan dana nakon termina prvo djeteta Megan Merkel i Harryja u 5 sati i 26 minuta stiglo je na svijet. Dječak težak 3kg i 260g oduševio je roditelje. Dok Britanci slave, o prvim trenucima sa svojim sinom progovorio je ponosni otac.“ U emisiji nije bilo gostiju.

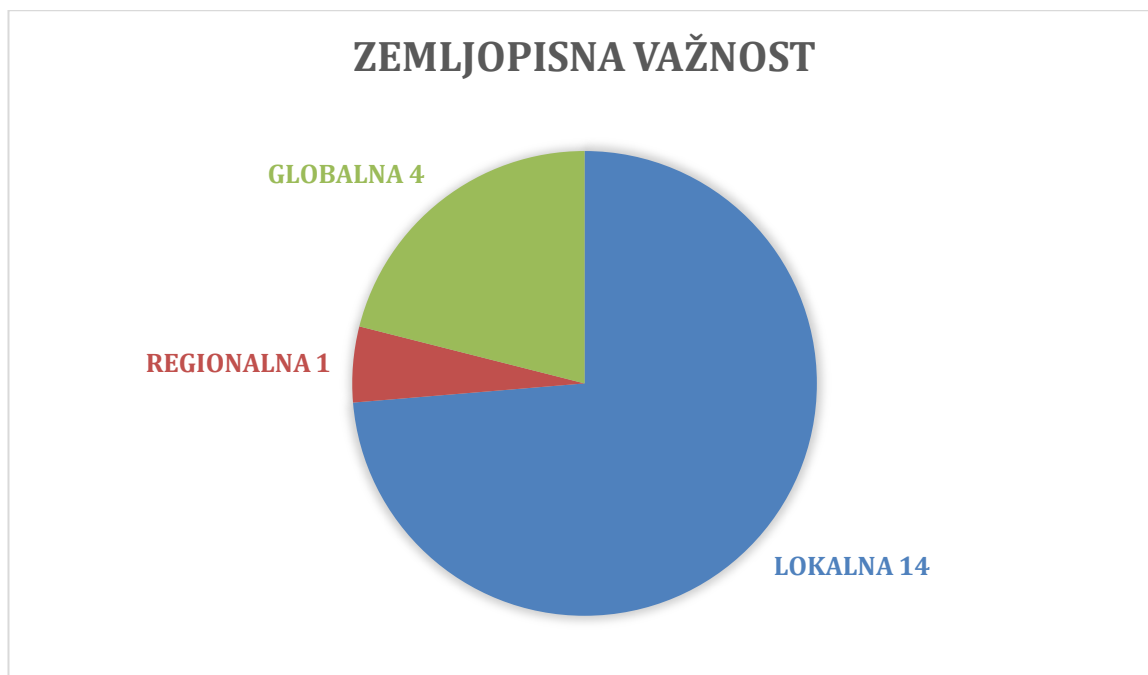
Utorak, 7.5.2019.



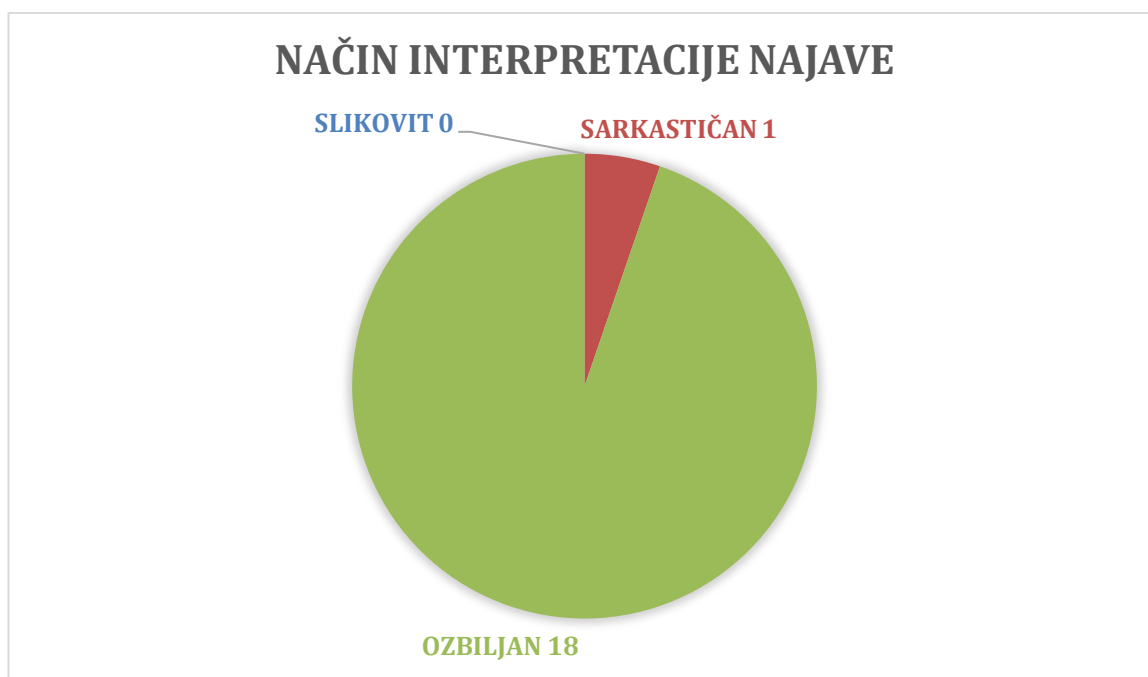
Slika 4.2.5. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, utorak



Slika 4.2.6. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Danas, utorak



Slika 4.2.7. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Danas, utorak

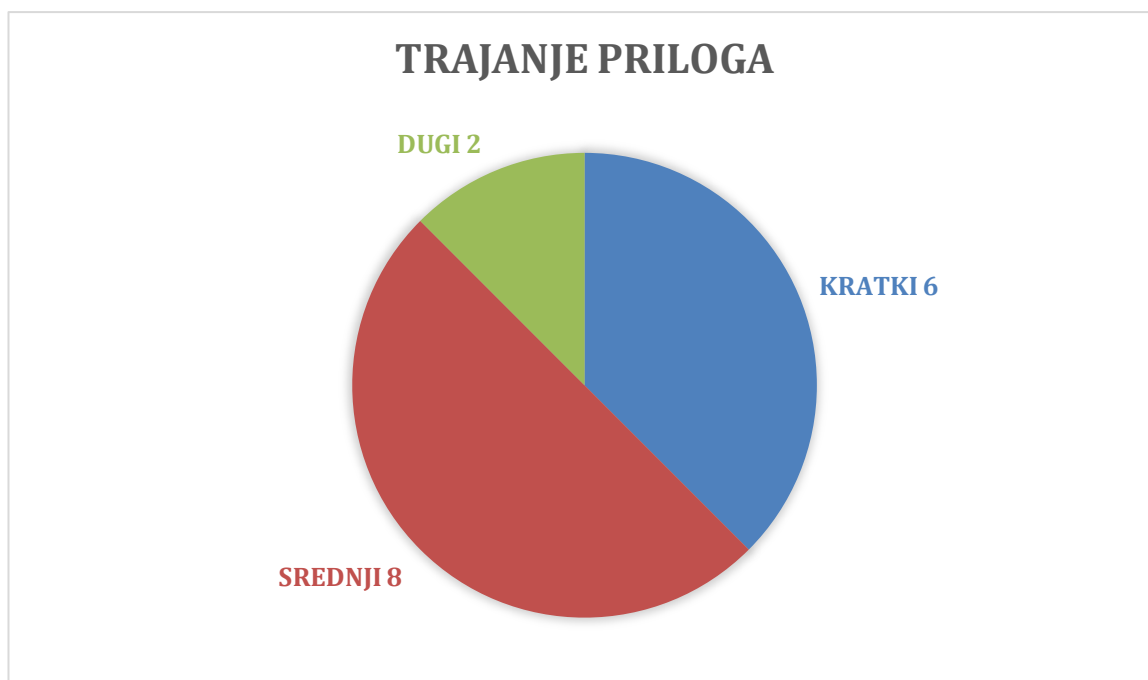


Slika 4.2.8. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, utorak

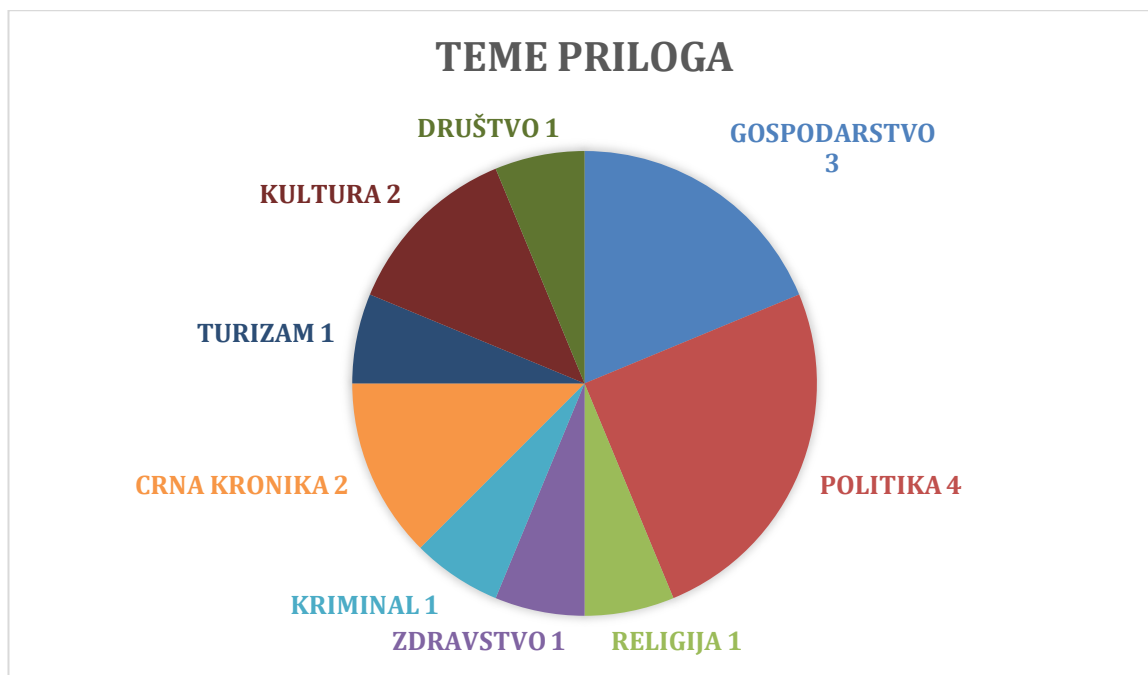
Emisija 7.5.2019., u utorak, trajala je 1 sat i 18 minuta, a voditelji su bili Jelena Pajić i Tomislav Jelinčić. Kao i u ponedjeljak, emisija nije nikoga ugostila. RTL Danas emitirao je 19 priloga, od čega je pet kratkog, 12 srednjeg te dva dugog trajanja. Najviše priloga društvene su tematike, zatim

i gospodarstva. 14 priloga ima lokalnu zemljopisnu važnost, jedan prilog ima regionalnu zemljopisnu važnost, a četiri priloga imaju globalnu zemljopisnu važnost. Glavni prilog globalne zemljopisne važnosti bio je vezan uz Met Galu koja se održava svake godine, prvi ponedjeljak u mjesecu svibnju. Kako je prikazano i na slici 4.2.8. voditelji su samo jedan prilog najavili sarkastično, a ostatak priloga na ozbiljan način. Uz podsmijeh i sarkazam najavili su prilog vezan uz Met Galu: „Još od daleke 1948., prvi ponedjeljak u svibnju rezerviran je za najprestižniji svjetski modni događaj (...). Šteta što nismo tamo! Khmm, da, samo što nismo bili!“ Emisiju opet prekida istraživački materijal „Potraga“, sportske informacije te informacije o vremenskoj prognozi. Slijedi tema dana, odnosno pitanje za javnost: „Vjerujete li ministru Tolušiću?“ Voditelji čitaju ostavljene komentare i odjavljuju emisiju na ozbiljan i korektan način.

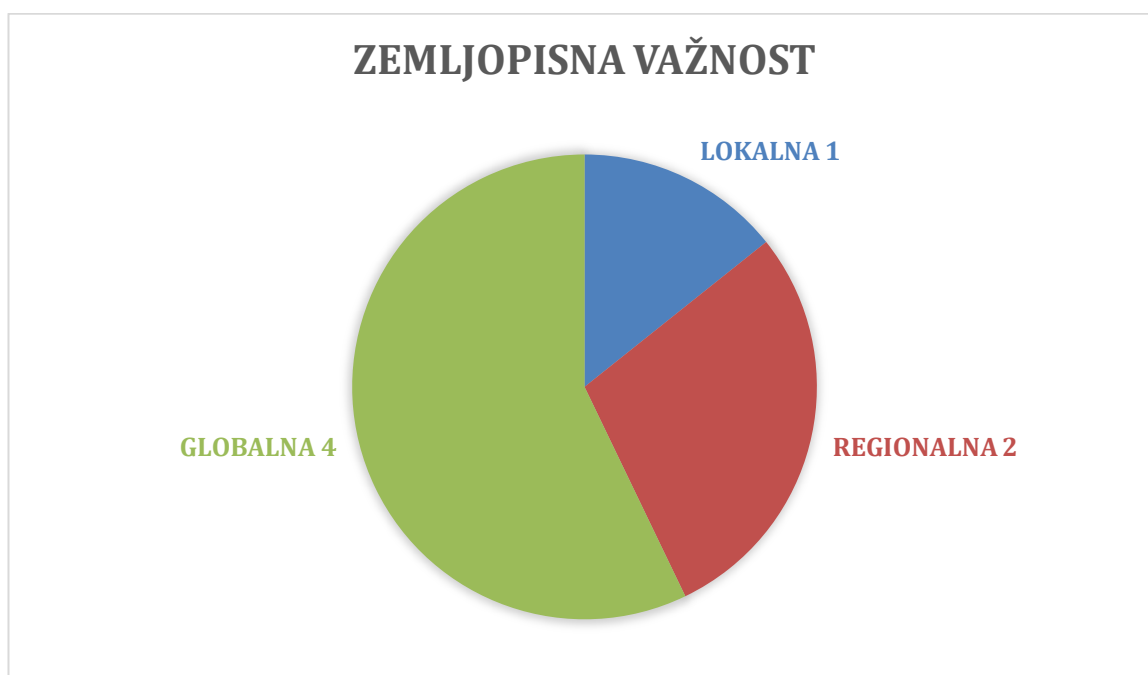
Srijeda, 15.5.2019.



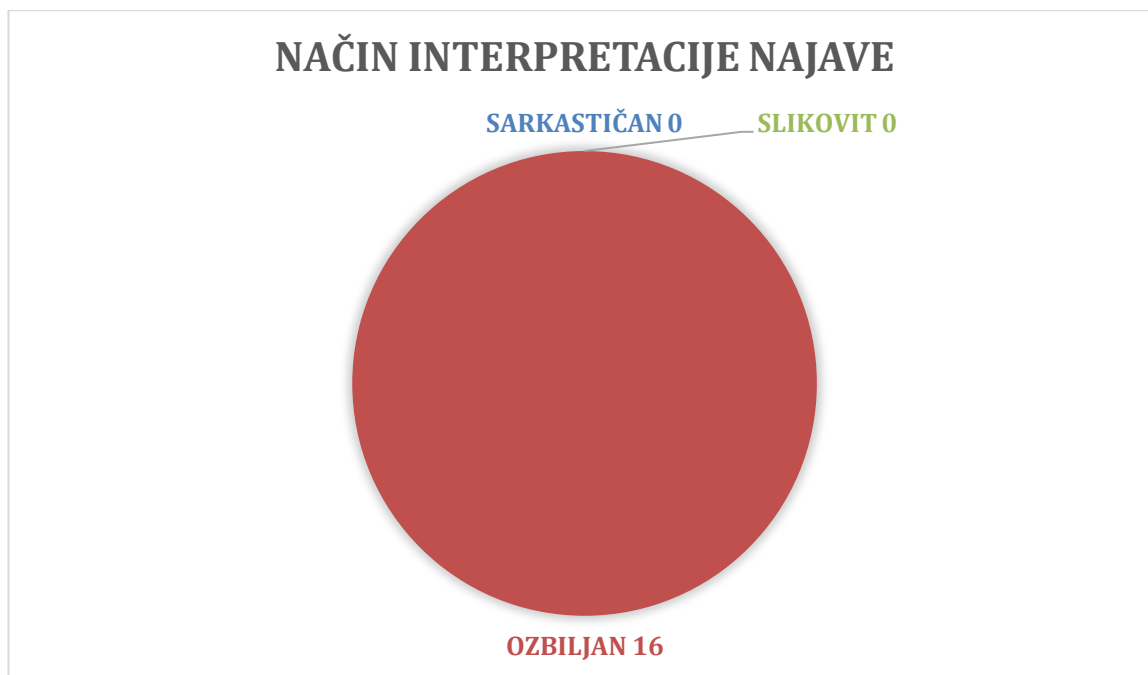
Slika 4.2.9. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, srijeda



Slika 4.2.10. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Danas, srijeda



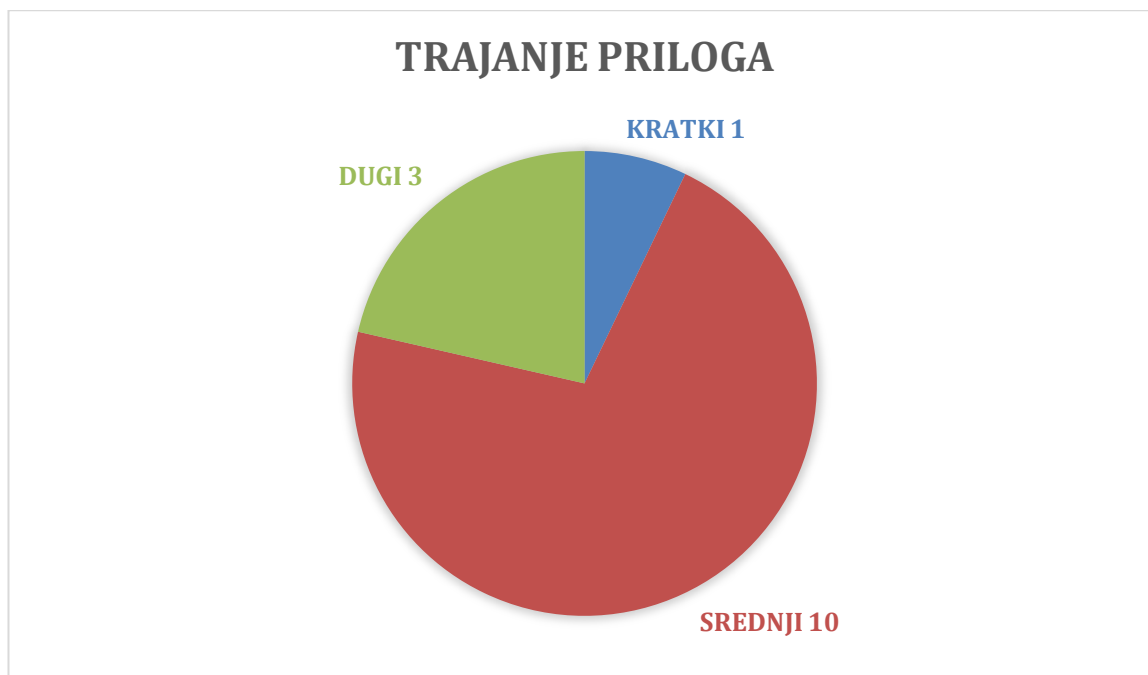
Slika 4.2.11. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Danas, srijeda



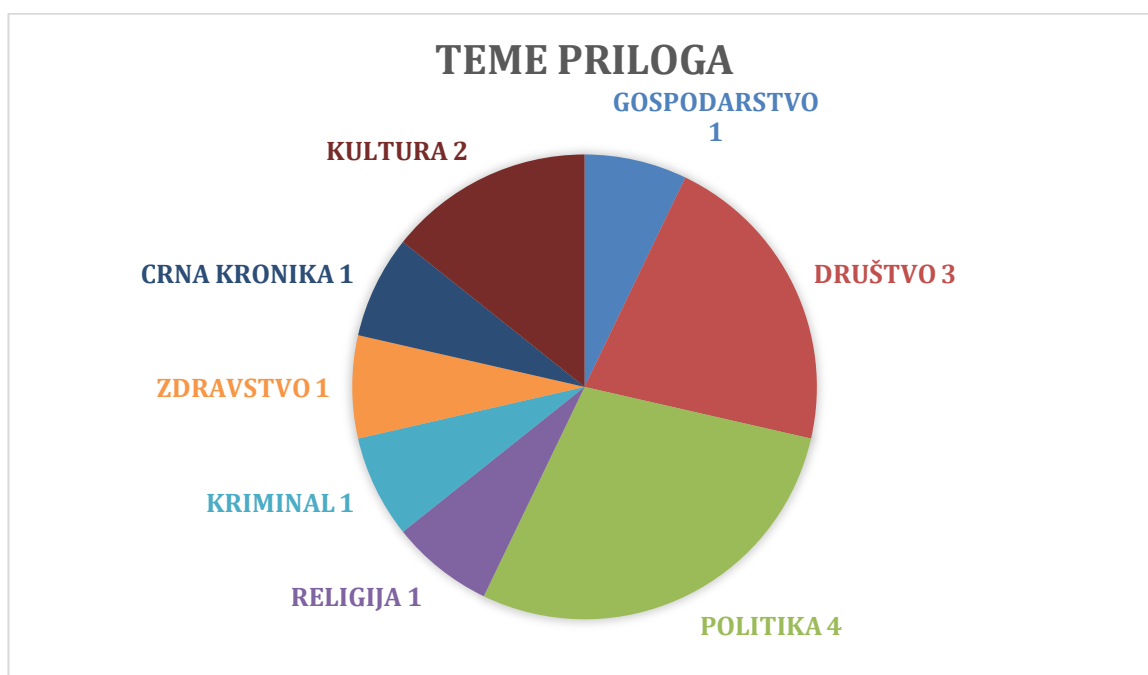
Slika 4.2.12. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, srijeda

RTL Danas u srijedu, 15.5.2019., u roku od 1 sat i 20 minuta emitirao je 16 priloga, od čega je šest bilo kratkog trajanja, osam srednjeg trajanja te dva priloga dugog trajanja, što je i vidljivo na slici broj 4.2.9. Jelena Pajić i Tomislav Jelinčić svaki prilog najavljuju na ozbiljan i profesionalan način. Prilozi su bili različite tematike: iz područja gospodarstva, politike, religije, zdravstva, kriminala, crne kronike, turizma, kulture i društva. Što se tiče zemljopisne važnosti, prevladavaju prilozi lokalne zemljopisne važnosti, zatim globalne i regionalne. Emisiju prekida „Potraga“ s temom vezanom uz smrtonosne osvježivače zraka. Slijede informacije o vremenskoj prognozi i o sportskim događajima. Kao temu dana izdvojili su obranu od poplava u Hrvatskoj i pitali javnost „Napreduje li Hrvatska u obrani od poplava?“ na svojoj Facebook stranici Vijesti.hr. U emisiji nije nitko gostovao.

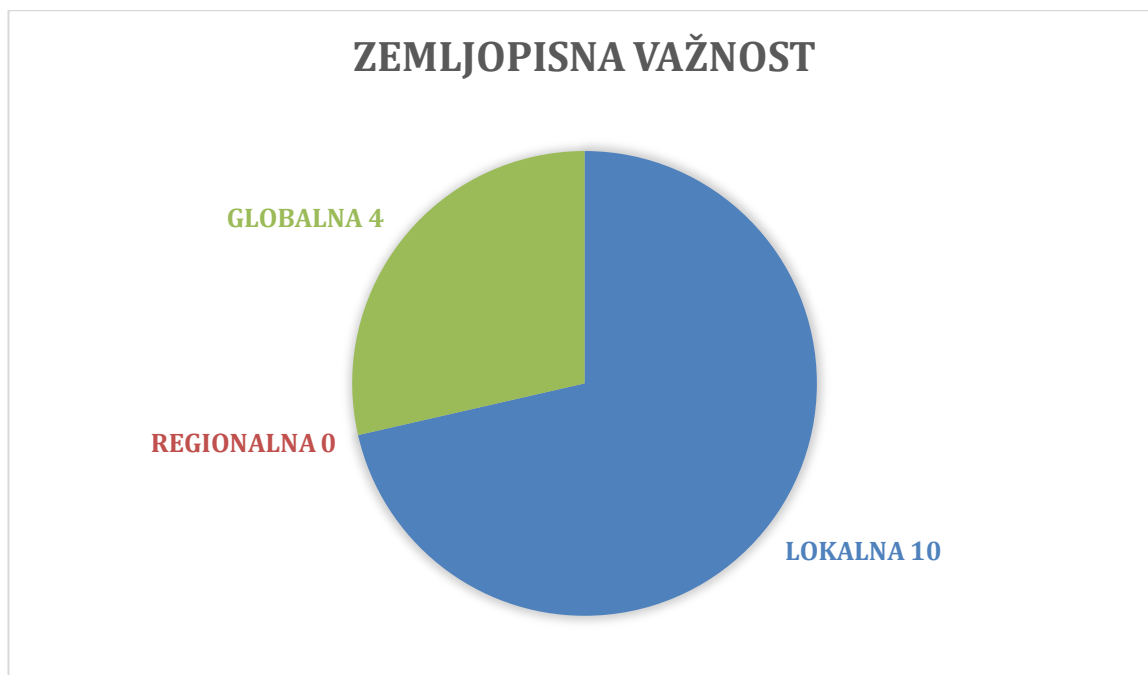
Četvrtak, 16.5.2019.



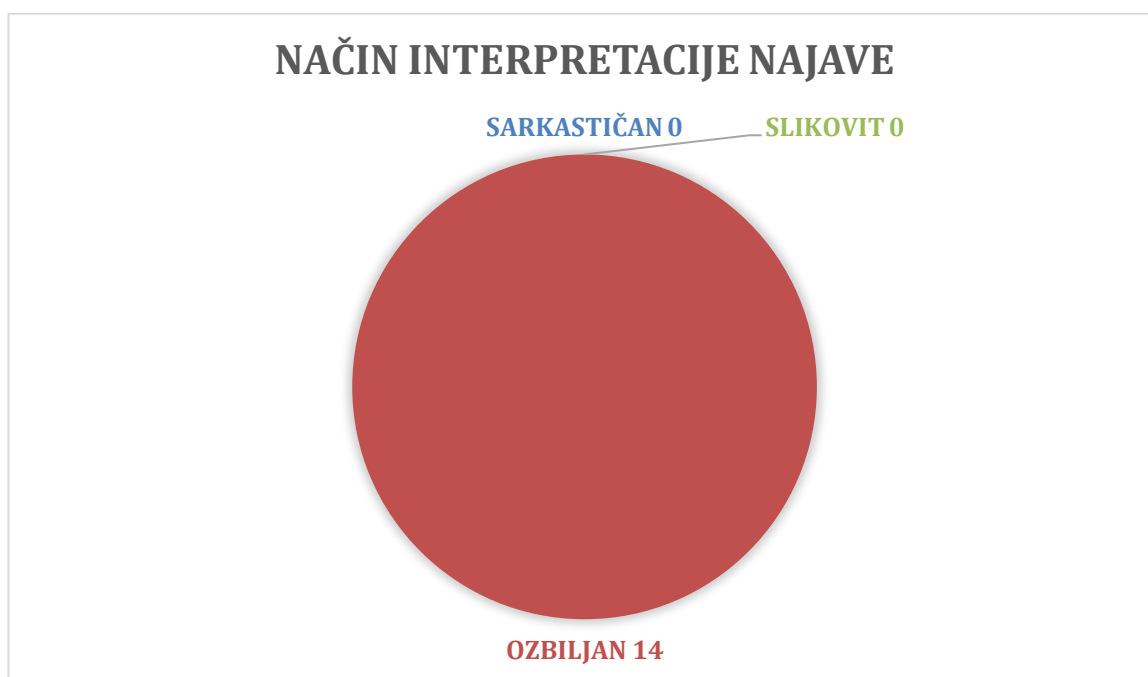
Slika 4.2.13. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, četvrtak



Slika 4.2.14. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, četvrtak



Slika 4.2.15. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, četvrtak



Slika 4.2.16. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, četvrtak

Jelena Pajić i Tomislav Jelinčić u emisiji RTL Danas u četvrtak, 16.5.2019., predstavili su 14 priloga. Kako je i prikazano na slici 4.2.13., jedan prilog bio je kratkog trajanja, deset priloga bilo je srednjeg trajanja, a tri priloga bila su dugog trajanja. Prilozi su različitih tematika: po jedan prilog vezan je uz gospodarstvo, religiju, crnu kroniku, kriminal, zdravstvo, tri priloga vezana su uz društvo, četiri priloga političke su tematike, a dva priloga vezana su uz kulturu. Kao i prethodno, svih 14 priloga voditelji su najavili na ozbiljan način: „A Hrvatska večeras nastupa na Eurosongu. Devetnaestogodišnji Roko Blažević i njegov tim sanjaju o finalu pjesmom The Dream...“ Od 14, njih deset je lokalne zemljopisne važnosti dok je četiri globalne zemljopisne važnosti. I u ovoj emisiji nitko nije gostovao. Emisiju prekida „Potraga“, zatim vremenska prognoza i informacije o sportu. Za kraj su ostavili temu dana vezanu uz sijamske blizanke te pitaju javnost: „U čemu je tajna uspjeha hrvatskih liječnika?“ Ostavljene komentare na njihovoj Facebook stranici čitaju i prikazuju na velikom ekranu.

Na temelju analize četiri epizode emisije RTL Danas, RTL televizije, možemo zaključiti: emisija u prosjeku traje 1 sat i 21 minutu, za to se vrijeme emitira prosječno 17 priloga, većinom srednjega trajanja koji su vezani uz različite teme kao što su gospodarstvo, politika, društvo, zdravstvo, kriminal, crna kronika, turizam, kultura, obrazovanje. U prosjeku voditelji 16 priloga najavljuju na ozbiljan način. Emisiju svaki dan prekida informativni materijal/prilog pod nazivom „Potraga“, zatim informacije o vremenskoj prognozi i sportskim događajima. Na kraju emisije predstavlja se tema dana s upitnikom za javnost, koji objavljuju na svojoj Facebook stranici i zatim čitaju ostavljene komentare. Voditeljski parovi izmjenjuju se na tjednoj bazi. Zanimljivo je kako u emisiji nikada nema gostiju, prevladavaju javljanja uživo.

5. Zaključak

Nakon provedene analize na uzorku od osam emisija u trajanju od četiri dana (6.5., 7.5., 15.5., 16.5.2019.), potvrđena je početna hipoteza ovoga završnog rada kako je informativna emisija RTL Direkt primjer personalizacije medija. Interpretacija sadržaja u emisiji RTL Direkt znatno je drugačija od interpretacije sadržaja u emisiji RTL Danas. Za početak, informativne emisije, iste medijske kuće, razlikuju se u duljini trajanja. Emisija RTL Danas u prosjeku traje 1 sat i 21 minutu, odnosno dulje od emisije RTL Direkt, koja u prosjeku traje 32 minute. Zbog velike razlike u duljini trajanja emisija, najviše priloga emitira RTL Danas (prosječno 17) dok RTL Direkt emitira 10. Također, razlika je u tome što se RTL Danas na komercijalnoj RTL televiziji emitira od ponedjeljka do nedjelje, a RTL Direkt od ponedjeljka do četvrtka. Teme na koje se prilozi odnose jednake su, samo što RTL Danas ima opsežniji sadržaj naspram RTL Direkta. Teme dane poklapale su se gotovo svaki dan: slab odaziv na sindikalni referendum, ministar Tolušić, poplave u Hrvatskoj, uspjeh hrvatskih liječnika.

Emisije su usredotočene na društvo, politiku i gospodarstvo. RTL Danas puno pažnje posvećuje sportu. Taj zaseban dio vode sportski novinari: Filip Brkić, Marko Vargek, Ana Strizić i Ivona Hemen. Za razliku od RTL Danas, RTL Direkt sport ne prikazuje, sport je u ovom slučaju samo sporedna stvar uz neku temu. Na primjer, Zoran Šprajc spomenuo je sport samo jedanput u četiri dana jer je istražio demografski porast nakon euforije sa Svjetskog prvenstva u nogometu, koje se održalo u Rusiji 2018. godine. Također, budući da RTL Danas emitira više priloga nego RTL Direkt, prilozi se dotiču i tema vezanih uz kulturu, društvo, crnu kroniku i turizam. Ključna razlika jest i u vremenskoj prognozi. RTL Direkt uopće ne donosi informacije o vremenskoj prognozi dok RTL Danas svaki dan izdvoji nekoliko minuta kako bi uputio gledatelje u vremenske (ne)prilike. RTL Danas izdvoji u emisiji i vrijeme za „Potraga“ te temu dana. „Potraga“ je prilog, tj. primjer istraživačkog novinarstva, koji daje zanimljivosti i prikazuje probleme društva zbog „rupa“ u zakonu. Temu dana RTL Danas izdvaja na samom kraju emisije, a obilježena je anketom koju novinari postavljaju javnosti na svojoj službenoj stranici Vijesti.hr na Facebooku te onda čitaju ostavljene komentare. S druge strane RTL Direkt temu dana obilježi gostom u emisiji. Svaki put Zoran Šprajc ugosti neku javnu osobu i posveti joj punu pažnju. Svojim stavom i svojim argumentima te „govorom naroda“ uspije izvući sve informacije od gosta uz pojedinu temu. Ne suzdržava se išta komentirati i to pred gostom da se gost gotovo „crveni“ pred kamerom. Također, goste voli hvaliti pa i „veličati“, kao na primjer Severinu zato što je napokon nakon sedam godina izdala najiščekivaniji album. RTL Danas nema gostovanja u emisiji.

Iako je RTL Danas na RTL televiziji, a RTL je hrvatska komercijalna televizija koja veću pažnju posvećuje zabavi, emisija zna biti monotona, što dovodi do zamora gledatelja. Svaki dan

znate što očekivati u emisiji i točno kojim redoslijedom. U četiri dana analize voditelji su samo jedan prilog najavili na sarkastičan način uz podsmijeh. Sve ostale priloge najavili su na ozbiljan način. To je čisti primjer objektivnog novinarstva. Nije se mogao uočiti niti jedan subjektivni komentar, odnosno voditelji su bili suzdržani te su pravi primjer „školskoga“ novinarstva. Zoran Šprajc, predstavlja suprotnost Jeleni Pajić i Tomislavu Jelinčića, ne suzdržava se osobnih komentara. Kao urednik emisije RTL Direkt sam stvara kreativan i zanimljiv sadržaj. Također njegove legendarne objave internetski portali preuzimaju te od njih čine vijesti. Subjektivnost se mogla primijetiti i u priložima njegovih kolega kao što je Dario Todorović, koji je prilog vezan uz slab odaziv na sindikalni referendum ismijavao i slikovito prikazao. Zanimljivo je kako je cijela emisija napravljena profesionalno, ali „govorom naroda“ što joj dodatno daje na vjerodostojnosti. Zoran Šprajc na ozbiljan način najavio je samo priloge vezane uz crnu kroniku ili kulturu. Dinamici emisije RTL Danas pridonosi vođenje informativne emisije u muško-ženskom voditeljskom paru. Što se tiče zemljopisne važnosti, u RTL Direktu prevladavaju prilozi lokalne zemljopisne važnosti, kao i u emisiji RTL Danas.

Iz svega navedenoga može se zaključiti da je RTL Danas opširna središnja informativna emisija. Gledatelje informira o događajima iz cijeloga svijeta uz naglasak na teme lokalne zemljopisne važnosti. Redovno informira o sportu i vremenskoj prognozi, uz gospodarstvo, društvo, politiku i crnu kroniku. Tema dana je uvijek naglašena – njome ostvaruju interakciju s javnošću. RTL Direkt, informativna emisija, donosi aktualne, istinite informacije na personaliziran način. Naglasak stavlja na teme vezane uz politiku i gospodarstvo. Sport je sporedan, a vremenska prognoza je u potpunosti izostavljena. Veći dio emisije posvećen je gostima u emisiji. Zaključujemo stoga da je RTL Direkt primjer personalizacije medija.

U Koprivnici, 19. srpnja 2019. godine

6. Literatura

.

Knjige:

- [1] Letica, Z. 2003. *Televizijsko novinarstvo*. Zagreb: Disput.
- [2] Malović, S. 2005. *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
- [3] Sapunar, M. 2004. *Osnovne znanosti o novinarstvu*. Zagreb: ITG Digitalni tisak.

Časopisi:

- [4] Nikolovski, J. 2018. „Personalizacija medija jača ili slabi demokraciju? – fenomen *dnevni ja*.“ *Medijski dijalozi*. Vol 11, No 30, Podgorica: Istraživački medijski centar, str. 99-103.

Internetski izvori:

- [5] <https://www.biografija.org/televizija/zoran-sprajc/>, dostupno 12.06.2019.
- [6] <https://www.dnevno.hr/vijesti/hrvatska/sprajcova-dubokoumna-poruka-gledateljima-tu-tamo-se-pocesite-po-testisima-901573/>, dostupno 12.06.2019.
- [7] <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=60748>, dostupno 11.06.2019.
- [8] <https://franchising.hr/clanak/1151/usetaj-u-pricu/>, dostupno 19.06.2019.
- [9] <https://hr.seamonkeyworship.com/315-personalization.html>, dostupno 19.06.2019.
- [10] <https://www.index.hr/magazin/clanak/sprajcu-u-emisiju-dosao-najpopularniji-hrvatski-politicar-nitko/992922.aspx>, dostupno 12.06.2019.
- [11] <https://www.jutarnji.hr/specijal/zlatni-studio-2019/tv-najbolji-tv-voditelj/>, dostupno 11.06.2019.
- [12] <https://net.hr/danas/hrvatska/urnebesni-sprajc-o-suludim-izjavama-svecenika-bog-mu-je-dao-auto-fensi-odijelo-i-zlato-ali-eto-oduzeo-pamet/>, dostupno 12.06.2019.
- [13] https://play.rtl.hr/rtl-danas-p_7450, dostupno 09.06.2019.
- [14] <https://www.rtl.hr/tv-novosti/2768265/rtlplay-bilo-gdje-i-bilo-kada-uz-kanale-rtl-a/>, dostupno 19.06.2019.
- [15] <https://www.tportal.hr/autozona/clanak/personalizacija-jedini-put-do-originalnosti-20170608>, dostupno 13.06.2019
- [16] <https://www.vecernji.hr/showbiz/zaspao-u-studiju-pogledajte-kako-je-zoran-sprajc-odjavio-rtl-direkt-1275518>, dostupno 12.06.2019.
- [17] <https://www.vidilab.com/vijesti/najave/3305-iskon-predstavio-novu-personaliziranu-tv-uslugu-i-smart-wi-fi>, dostupno 19.06.2019
- [18] <https://zadovoljna.dnevnik.hr/clanak/hrvatski-brend-torbi-indigo-world---473216.html>, dostupno 19.06.2019.
- [19] <https://www.zagreb.info/ritam-grad/magazin/televizija/sprajcova-izjava-ponovo-postala-hit-video/23444>, dostupno 12.06.2019.
- [20] <https://www.24sata.hr/sport/ronaldo-ima-posebne-kopacke-za-nedjeljni-derbi-protiv-barce-410966>, dostupno 19.06.2019.

Popis slika

- Slika 2.2.1. Prikaz personalizirane boce Coca Cole. Izvor: https://www.coca-cola.co.uk/content/dam/journey/ie/en/hidden/History/heritage/Non-Hero%20article%20images/the_logo_story_01122014_2013_2014_970x704.rendition.598.336.jpg 8
- Slika 2.2.2. Prikaz personaliziranih dječjih knjiga. Izvor: https://www.jabooka.net/img/site/snippets/novosti_sve_zajedno_000.jpg...8
- Slika 2.2.3. Prikaz personaliziranih kopački. Izvor: <https://www.24sata.hr/media/img/ac/26/4c0adaf726da9d6b22a6.jpeg>9
- Slika 2.2.4. Prikaz personaliziranih torbi. Izvor: http://extravagant.com.hr/sites/extravagant.com.hr/files/upload/930x570/37373433_1776891329024784_3674380822791585792_o.jpg 9
- Slika 3.1. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu. Izvor: <https://www.zagreb.info/ritam-grad/magazin/televizija/sprajcova-izjava-ponovo-postala-hit-video/23444>11
- Slika 3.2. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu. Izvor: <https://www.dnevno.hr/vijesti/hrvatska/sprajcova-dubokoumna-poruka-gledateljima-tu-tamo-se-pocesite-po-testisima-901573/>12
- Slika 3.3. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu. Izvor: <https://www.index.hr/magazin/clanak/sprajcu-u-emisiju-dosao-najpopularniji-hrvatski-politicar-nitko/992922.aspx>13
- Slika 3.4. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu. Izvor: <https://www.vecernji.hr/showbiz/zaspao-u-studiju-pogledajte-kako-je-zoran-sprajc-odjavio-rtl-direkt-1275518> 14
- Slika 3.5. Prikaz vijesti o Zoranu Šprajcu. Izvor: <https://net.hr/danas/hrvatska/urnebesni-sprajc-o-suludim-izjavama-svecenika-bog-mu-je-dao-auto-fensi-odijelo-i-zlato-ali-eto-oduzeo-pamet/> 15
- Slika 4.1.1. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, ponedjeljak 18
- Slika 4.1.2. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, ponedjeljak 18
- Slika 4.1.3. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, ponedjeljak. 19
- Slika 4.1.4. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, ponedjeljak 19

Slika 4.1.5. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, utorak	20
Slika 4.1.6. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, utorak	21
Slika 4.1.7. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, utorak	21
Slika 4.1.8. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, utorak.....	22
Slika 4.1.9. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, utorak	23
Slika 4.1.10. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, srijeda	23
Slika 4.1.11. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, srijeda	24
Slika 4.1.12. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, srijeda	24
Slika 4.1.13. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Direkt, četvrtak	25
Slika 4.1.14. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Direkt, četvrtak	26
Slika 4.1.15. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Direkt, četvrtak	26
Slika 4.1.16. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Direkt, četvrtak	27
Slika 4.2.1. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, ponedjeljak	28
Slika 4.2.2. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Danas, ponedjeljak	29
Slika 4.2.3. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Danas, ponedjeljak	29
Slika 4.2.4. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, ponedjeljak	30
Slika 4.2.5. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, utorak	31

Slika 4.2.6. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Danas, utorak	31
Slika 4.2.7. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Danas, utorak	32
Slika 4.2.8. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, utorak	32
Slika 4.2.9. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, srijeda	33
Slika 4.2.10. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Danas, srijeda	34
Slika 4.2.11. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Danas, srijeda	34
Slika 4.2.12. Prikaz podjele emitiranih priloga prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, srijeda	35
Slika 4.2.13. Prikaz podjele emitiranih priloga prema trajanju, RTL Danas, četvrtak	36
Slika 4.2.14. Prikaz podjele emitiranih priloga prema temama, RTL Danas, četvrtak	36
Slika 4.2.15. Prikaz podjele emitiranih priloga prema zemljopisnoj važnosti, RTL Danas, četvrtak	37
Slika 4.2.16. Prikaz podjele emitiranih priloga prema prema načinu na koji je interpretirana najava priloga, RTL Danas, četvrtak	37