

PREDSTAVLJANJE HRVATSKIH TV KUĆA NA INTERNETU

Horvat, Darko

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Zagreb School of Business / Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:180:717997>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Repository ZSB - Final papers Zagreb School of Business](#)



VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB
s pravom javnosti

Darko Horvat

**PREDSTAVLJANJE HRVATSKIH TV KUĆA
NA INTERNETU**

(završni rad)

Zagreb, rujan 2016.

VISOKA POSLOVNA ŠKOLA ZAGREB

s pravom javnosti

Stručni studij marketinga i komunikacija

Smjer manager marketinga

**PREDSTAVLJANJE HRVATSKIH TV KUĆA
NA INTERNETU**

(završni rad)

MENTOR:

dr. sc. Ivana Greguric, pred.

STUDENT:

Darko Horvat

MBS: 28/13 MI

ZADATAK ZAVRŠNOG RADA

Zadatak ovog završnog rada je napraviti komparativnu analizu najznačajnijih televizijskih kuća u hrvatskoj sa gledišta njihovog prisustva na internetu. Prikazati razvoj televizije i interneta kao medija kroz povijest kao i analizirati hrvatsko televizijsko tržište.

S obzirom da se televizija, radio i tisak sve više oslanjaju na Internet kao pomoćno sredstvo pokušat ću objasniti važnost kvalitetne web stranice u predstavljanju najznačajnijih hrvatskih televizijskih kuća i analizirati njihove internet prezentacije.

U Zagrebu, 02.09.2016. godine

I Z J A V A

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom "**Predstavljanje hrvatskih TV kuća na Internetu**" izradio samostalno pod nadzorom i uz stručnu pomoć mentora
dr. sc. Ivane Greguric.

Izjavljujem i da sam suglasan da se trajno pohrani i objavi moj završni rad "**Predstavljanje hrvatskih TV kuća na Internetu**" u javno dostupnom institucijskom repozitoriju Visoke poslovne škole Zagreb i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju. NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14 i 60/15).

Ime i prezime studenta:

Darko Horvat

OIB: **50785065687**

(potpis)

SAŽETAK

Osnovni zadatak ovog diplomskog rada bio je analizirati trenutno stanje hrvatskih televizijskih kuća na internetu. Pokušao sam opisati i definirati televiziju i internet kao medije, objasniti važnost predstavljanja na Internetu i analizirati najznačajnije televizijske kuće u hrvatskoj s ciljem dobijanja kompletnije slike u sadašnjem vremenu.

Internet se u sve većoj potražnji za informacijama nameće kao brz i jeftin način razmjene informacija. Televizija i ostali mediji se sve više oslanjaju na internet kao pomoćno sredstvo dok sam Internet sve češće postaje osnovni izvor informiranja. Postoji težnja ka integraciji medija a Internet će biti osnova toga. Stoga je danas neophodno da televizijske kuće budu prisutne i kvalitetno prezentirane u jednom tako važnom i sve važnijem mediju kao što je internet.

Cilj je iz dobivenih spoznaja izvesti i istaknuti zaključke koji mogu biti smjernica za kvalitetniju prezentaciju televizijskih kuća na stranicama weba u budućnosti.

Ključne riječi: *televizija, internet, mediji, tehnologija, TV kuće.*

SUMMARY

The main task of this thesis was to analyze the current state of the croatian TV stations on the Internet. This paper gives a description of television and Internet as well as an explanation of the importance of Internet presentation and a breakdown of the most important croatian TV stations.

Low cost and nearly instantaneous sharing of information, ideas and knowledge make Internet highly popular. Taking into account the fact that there is a tendency towards integration of media with Internet as the basis of that integration it is vital that the TV stations are well presented on such an important medium.

The objective is to use the acquired information as guidelines for a better presentation of TV stations on the Internet in the future.

Key words: *television, Internet, media, technology, TV stations.*

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. DEFINICIJA, POVIJEST I RAZVOJ TELEVIZIJE	2
2.1. Kronologija televizije	3
2.2. Razvoj televizije u Hrvatskoj	5
2.3. Utjecaj televizije kao masovnog medija	7
3. ANALIZA HRVATSKOG TV TRŽIŠTA	10
3.1. Tehnička opremljenost kućanstava	10
3.2. Klasifikacija TV kuća	11
3.3. Ponuda kanala na hrvatskom tržištu	13
4. RAZVOJ INTERNETA I WORLD WIDE WEB-a	14
4.1. Povijest Inteneta u Hrvatskoj	15
4.2. Kronologija razvoja Interneta	17
4.3. Snaga Interneta kao masovnog medija	19
5. VAŽNOST PREDSTAVLJANJA NA INTERNETU I WEB-u	21
6. ANALIZA TV KUĆA NA INTERNETU	24
6.1. Kriteriji evaluacije internet prezentacije TV kuća	25
6.2. Hrvatska radiotelevizija (HRT) - www.hrt.hr	26
6.3. Nova TV i Doma TV - www.dnevnik.hr	27
6.4. RTL, RTL 2 I RTL Kockica - www.rtl.hr	29
6.5. Sportska televizija - www.sptv.hr	30
6.6. Croatian music chanel (CMC) - www.cmc.com.hr	31
6.7. Televizija Slavonije i Baranje - www.stv.hr	32
6.8. Osječka televizija - www.osjecka.com	33
6.9. Slavonskobrodska televizija - www.sbtv.hr	33

6.10. Srce TV - www.srce.tv.....	34
6.11. Varaždinska televizija - www.vtv.hr.....	34
6.12. Jabuka TV - www.jabuka.tv.....	35
6.13. Mreža TV - www.mreza.tv.....	35
6.14. Kanal RI - www.kanal-ri.hr.....	36
6.15. TV Istra - www.tvistra.hr	36
6.16. TV Nova - www.tvnova.hr.....	37
6.17. Televizija Jadran - www.tvjadran.hr.....	37
6.18. Dubrovačka televizija - www.dutv.hr.....	38
6.19. Z1 televizija - www.z1.com.hr	38
6.20. Televizija Šibenik - www.tvs.hr	39
6.21. Televizija Zapad - www.zapad.tv.....	39
7. TABELARNI PRIKAZ	40
7.1. Tabela prikaz elemenata Internet prezentacije.....	40
7.2. Tabela prikaz sadržaja Internet prezentacije	42
8. ZAKLJUČAK.....	43
9. POPIS LITERATURE I DRUGIH IZVORA	44

1. UVOD

Osnovni zadatak ovog diplomskog rada je analizirati trenutno stanje hrvatskih televizijskih kuća na Internetu. Pokušat ću obuhvatiti najznačajnije televizijske kuće u hrvatskoj s ciljem dobivanja kompletnije slike trenutnog stanja.

U poglavlju 2. ću definirati televiziju kao medij i opisati kronološki razvoj televizije kao i povijesni razvoj televizije u Hrvatskoj. Također ću opisati i utjecaj televizije kao masovnog medija.

U poglavlju 3. ću analizirati televizijsko tržište u hrvatskoj kroz tehničku opremljenost kućanstava i ponudu programa na hrvatskom tržištu te opisati klasifikaciju televizijskih kuća.

Poglavlje 4. će biti posvećeno detaljnijem opisu razvoja Interneta počevši od samog nastanka računala. Opisat ću povijest Interneta u Hrvatskoj te značaj i snagu globalne mreže koju danas Internet ima kao i moguće pravce razvoja Interneta u budućnosti.

U poglavlju 5. će biti riječi o važnosti predstavljanja na Internetu i WEB-u, između ostalog dotaknut ću se razloga koji objašnjavaju zašto je na internetu jeftinije, brže i općenito jednostavnije prezentirati nove proizvode i usluge.

Poglavlje 6. će predstavljati glavni dio rada u kojem ću se baviti analizom Internet prezentacija domaćih TV stanica. Obradit ću 30 kanala sa zemaljskim emitiranjem odnosno 24 internet prezentacije. Prvo ću ukratko predstaviti svaku TV kuću kroz njenu povijest, razvoj i vrstu programa koju emitira, a zatim ću vršiti analizu prema sadržaju prezentacije, dizajnu, korisničkim uslugama i drugim aspektima koje te prezentacije imaju.

U poglavlju 7. ću tabelarno prikazati rezultate analize koje sam proveo u poglavlju 6. Na osnovu njih će se lako moći izvršiti usporedba izabranih Internet prezentacija prema kriterijima koje smo ranije zadali.

Na kraju, u poglavlju 8. dati ću svoj rezime.

2. DEFINICIJA, POVIJEST I RAZVOJ TELEVIZIJE

Televizija (prema grčki *tele*: daleko + latinski *visio*: viđenje), pojam s dva osnovna značenja: 1. tehnički sustav koji omogućuje stvaranje, obradu, prijenos, odašiljanje i prijam električnih signala koji prenose pokretne slike, zvuk i pisane obavijesti; 2. masovni medij zasnovan na istoimenom tehničkom sustavu; 3. uobičajeni naziv za privatne ili javne pravne osobe koje se bave produkcijom i emitiranjem TV programa.¹

Televiziju se može definirati kao tehničko sredstvo koje omogućuje prijenos slike i zvuka na daljinu putem radio difuzije. Nastala je krajem 19. stoljeća kao rezultat mnogobrojnih otkrića različitih izumitelja i znanstvenika. Prema riječima Damira Matkovića Televizija je izum koji je nedvojbeno obilježio naše stoljeće. Zahvaljujući čudesnoj sposobnosti da u trenutku preskače vremenske i zemljopisne daljine, televizijska tehnologija pretvorila je svijet u "globalno selo".²

Kako je u početku sama TV tehnologija bila izrazito skupa samim tim je bila i nedostupna velikom krugu gledatelja. Naglu ekspanziju je ostvarila pedesetih godina dvadesetog stoljeća i od tada počinje suvereno vladati kao najmoćniji masovni medij. Pokretna slika je ta koja ima glavnu i presudnu ulogu u stvaranju moći ovog medija. Za razliku od radija, televizija pruža novu dimenziju prijenosa različitih sadržaja, pa čak i onih koje radio prijenos ne može omogućiti. Glavne karakteristike televizije koje su joj omogućile da postane najutjecajniji medij su masovnost, dostupnost i visok stupanj komercijalizacije čime je ostvaren veliki društveno-politički utjecaj. To se najjednostavnije može opisati putem izreke „slika – tisuću riječi, a kadar – milijun“.

Televizija je tehnologija kojom se bave tehničke znanosti, no naći ćemo je i u području kulture i umjetnosti. Nadalje, televizija je sredstvo priopćavanja pa se njome bave teorija informacija i teorije komunikacije. Ona je masovni medij i sredstvo koje utječe na društvo pa se njome bavi sociologija. Očito, televizija nalaže multidisciplinarni pristup i stoga bi se moglo govoriti o mogućem studiju televizije na kojem bi student birao između niza predmeta od tehničko-informatičkih do proizvodnje, produkcije novinarskih i nenovinarskih žanrova te socioloških, psiholoških, komunikacijskih i informacijskih aspekata toga medija.³

¹ Novak, B., ur. (2006) *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: HRT i Masmedia. str. 443

² Matković, D. (1995) *Televizija igračka našeg stoljeća*. Zagreb: AGM. str. 13

³ Perišin, T. (2010) *Televizijske vijesti*. Zagreb: Medijska istraživanja. str. 15-16

2.1. Kronologija televizije

- Godine 1884. Nijemac Paul Nipkow izumio način za mehaničko rastavljanje slike na crte (Nipkowljev disk)
- Godine 1890. Francuz Edouard Branly otkrio način za primanje Hertzovih valova
- Godine 1884./89. Talijan Guglielmo Marconi u Velikoj Britaniji obavlja prve pokusne bežične telegrafije
- Godine 1897. Nijemac Karl Braun konstruirao katodnu cijev
- Godine 1907. U američkom časopisu *American Scientific* prvi put se pojavljuje riječ "televizija"
- Godine 1907. Rus Boris Rosing patentirao sustav televizije s katodnom cijevi kao prijemnikom
- Godine 1925. Britanac John Logie Baird izradio prvi "televisor" (slika od 30 crta)
- Godine 1927. Vladimir Zworykin konstruirao Iconoscope, prvu pravu elektronsku kameru
- Godine 1928. tvrtka *General Electric* u New Yorku emitira prvu eksperimentalnu emisiju
- Godine 1928. John Logie Baird ostvario prvi prijenos slike preko Atlantika
- Godine 1930. Amerikanac Philo T. Farnsworth patentira sustav elektronske televizije
- Godine 1931. Rene Barthelemy ostvario prvi prijenos slike u Francuskoj
- Godine 1931. u Njemačkoj konstruiran uređaj za televizijsko emitiranje filma (telekino)
- Godine 1931. tvrtka *RCA* postavlja odašiljač na vrhu Empire State Buildinga
- Godine 1935. u Njemačkoj počinje emitiranje tv-programa
- Godine 1936. BBC počinje emitirati redovni televizijski program
- Godine 1937. BBC usvaja normu od 405 crta
- Godine 1937. Počinje emitiranje programa za područje Pariza
- Godine 1938. u Moskvi i Lenjingradu počinje emitiranje programa
- Godine 1939. u Njemačkoj puštena u rad videotelefonska veza Berlin – Munchen
- Godine 1940. CBS prikazuje sustav televizije u boji
- Godine 1941. u SAD prihvaćena norma od 525 crta
- Godine 1941. CBS i NBC počinju emitirati redovni program
- Godine 1948. u SAD se postavljaju prve kableske mreže
- Godine 1948. u Francuskoj prihvaćena norma slike od 819 crta
- Godine 1951. CCIR preporučio europskim zemljama normu slike od 625 crta

- Godine 1952. krunjenje kraljice Elizabete II, prvi pravi međunarodni izravni prijenos
- Godine 1953. SAD prihvatile sustav u boji NTSC
- Godine 1956. tvrtka *Ampex* predstavila magnetoskop
- Godine 1959./61. Henri de France razvio sustav televizije u boji SECAM
- Godine 1961./63. u Njemačkoj razvijen sustav televizije u boji PAL
- Godine 1962. lansiran *Telestar*, prvi komunikacijski satelit koji je prenosio televizijsku sliku
- Godine 1965. lansiran satelit *Early Bird* koji je omogućio prvi izravni prijenos tv-programa preko Atlantika
- Godine 1966. u okviru svemirskog projekta *Apollo* razvijena prijenosna elektronska kamera
- Godine 1967. *Mondovizija*, prvi globalni svjetski izravni tv-prijenos
- Godine 1968. konstruirana tonska filmska 16mm kamera
- Godine 1969. ostvaren izravan prijenos spuštanja američkih astronauta na Mjesec
- Godine 1970. *Matushita*, *Sony*, *Philips* i *Grundig* predstavili prve kućne magnetoskope
- Godine 1973. japanska javna televizija (NHK) počinje razvoj sustava HDTV od 1125 crta
- Godine 1977. u Europi počinje široka uporaba ENG kamera
- Godine 1988. NHK počeo satelitski emitirati HDTV (Hivision)
- Godine 1988. lansiran francuski TDF 1 i njemački TVSat, prvi sateliti za izravno emitiranje
- Godine 1989. privatni konzorcij SES lansirao satelit za izravno emitiranje Astra 1A
- Godine 1989. u Brightonu predstavljen HD-MAC europski sustav HDTV od 1250 crta
- Godine 1990. prihvaćen novi svjetski format televizijskih ekrana 16/9
- Godine 1993. Europa i Japan napustili daljnji razvoj svojih analognih sustava HDTV
- Godine 1994. tzv. Velika alijansa, konzorcij američkih i europskih tvrtki (*North American Philips*, *Thompson Consumer Electronics*, *Zenith*, *General Instruments*, *David Sarnoff Research Laboratories (RCA)*, *AT&T* i *Massachusetts Institute of Technology*) u veljači objavio da je potpuno digitalni sustav HDTV dovršen i pripravan za testiranje
- Godine 1994. američka tvrtka *DirectTV* iz Los Angelesa počela satelitsko digitalno emitiranje televizijskog programa⁴

⁴ Matković, D. (1995) *Televizija igračka našeg stoljeća*. Zagreb: AGM. str. 611-613

2.2. Razvoj televizije u Hrvatskoj

U Hrvatskoj su početci razvoja televizije vezani uz eksperimente Josipa Lončara u 1930-ima na tadašnjem Tehničkom fakultetu u Zagrebu. U to su se doba iz nekoliko središta u Europi odašiljale pokusne emisije na osnovi mehaničke televizije. S uređajima koje je sam gradio, Lončar je uspio primiti televizijsku sliku iz Londona i Berlina, o čemu je 17.08.1930. izvijestio u zagrebačkim dnevnim novinama. O rezultatima svojih pokusa izvijestio je i svjetsku stručnu javnost. Od uredništva časopisa *Television* iz Londona dobio je 1931. priznanje za svoj rad i bio zamoljen da ponovno pošalje podatke o svojim pokusima primanja televizijskih slika, te da ih obogati shemama i fotografijama sklopova i uređaja koje je pritom rabio. Prateći tadašnji razvoj televizije, Lončar je 1937. objavio knjigu *O savremenoj televiziji*.

Prvu demonstraciju televizije u Hrvatskoj priredila je 1939. nizozemska tvrtka Philips. Emitiranje domaćega televizijskog programa u Hrvatskoj započelo je 15.05.1956. iz Tomislavova doma na Sljemenu, najvišem vrhu Medvednice, s odašiljačem snage 50 W. Emitiran je bio program primljen iz Austrije, a građani Zagreba mogli su ga gledati na televizorima postavljenima u izlozima trgovina. Svečano otvorenje Zagrebačkoga velesajma na južnoj obali Save 07.09.1956. izravno je prenosila Televizija Zagreb. Emitiranje eksperimentalnoga programa Televizije Zagreb iz studija u Jurišićevoj ulici započelo je 29.11. iste godine. Već 12.05.1957. bio je ostvaren prvi izravni televizijski prijenos nogometne utakmice sa stadiona u Maksimiru, a 14.07. izravno se prenosila Gimnaestrada, kada su s radom započela i prva reportažna kola. U idućih desetak godina sagrađene su velike odašiljačke postaje Sljeme, Pšunj, Učka, Čelevac i Labinštica, kojima su odašiljači radili u području VHF. God. 1962. u Šubićevoj ulici u Zagrebu započeo je s radom nov, moderno opremljen televizijski studio, a 23.07. iste godine prvi se put putem satelita *Telstar* preuzeo inozemni televizijski program. Početkom 1963. Televizija Zagreb počela se služiti magnetoskopima.

Povodom 10. obljetnice emitiranja televizijskoga programa sa Sljemena, 15.05.1966. započelo je emitiranje televizijskoga signala u boji u sustavu PAL. Program je bio emitiran uporabom novopostavljenog odašiljača na Sljemenu snage 10 kW, koji je ujedno bio i prvi odašiljač u Hrvatskoj koji je radio u području UHF. Program se emitirao iz studija Talijanske radiotelevizije u Rimu i bio preuziman izravnom vezom preko Učke.

Velik doprinos razvoju televizije u Hrvatskoj dao je u to doba Z. Smrkić, koji je kao profesor na Elektrotehničkom fakultetu u Zagrebu utemeljio kolegij Televizija te sudjelovao u školovanju prvih diplomiranih inženjera stručnjaka za televizijsku tehniku, a 1969. objavio udžbenik *Uvod u televiziju*.

Povremeno eksperimentalno emitiranje 2. programa Televizije Zagreb započelo je 1972., a 3. programa 1988. Od 1988. televizijski se program u potpunosti pripremao u novosagrađenom objektu na Prisavlju, 1990. bio je uveden teletekst kao stalna televizijska usluga, na Prisavlju je bila puštena u rad prva odašiljačko-prijamna satelitska postaja, 29. VI. 1990. Radiotelevizija Zagreb preimenovana je u Hrvatsku radio-televiziju, 1991. započelo je odašiljanje analognih televizijskih signala putem satelita *Eutelsat 1*, a 1992. prešlo se na emitiranje putem satelita *Eutelsat 2*.

U početku Domovinskoga rata bio je zaposjednut ili uništen velik broj odašiljačkih objekata, a raketiran je bio i središnji odašiljač na Sljemenu. Televizijski programi odašiljali su se s pričuvnih lokacija. Većina dostupnih objekata obnovljena je tijekom 1992. Zemaljska satelitska postaja za emitiranje digitalnih televizijskih i radijskih programa preko satelita *Eutelsat Hot Bird 3* u pogonu je od 1997., što je omogućilo programsko pokrivanje Europe, Bliskog istoka i sjeverne Afrike. Od sredine 1990-ih započelo se s uvođenjem komercijalnih televizija na regionalnoj i lokalnoj razini, pa je npr. 2005. radilo 14 takvih televizijskih postaja. Prva hrvatska komercijalna televizija s nacionalnom koncesijom, Nova TV, započela je s emitiranjem 2000., a RTL 2004. godine.

2.3. Utjecaj televizije kao masovnog medija

Televizija je prema riječima Hrvoja Turkovića ipak najprisutnija od svih sredstava javnog sporazumijevanja, razvijajući intimnost i privatnost svog odnosa s gledateljem do stupnja nedohvatljiva radiju i novinama: pretpostavke koje to omogućuju sadržane su u naravi televizije. Novinski tisak zadržava uvijek svoj tiskovni karakter i sva sugestivnost pisanja ne može pokriti svjesnost da je to što čitamo tek prilično apstraktan tiskani podatak o nekoj pojavi. Slušnost, odnosno zvukovna materijalnost govora čini radio životnijim i perceptivno punijim; radio je živo svjedočanstvo živa zvuka i svega što taj zvuk sa sobom i u sebi nosi; glas ljudi koji na radiju nastupaju njihov je stvarni glas i oni su u njemu osobno prisutni. No slušnost je uvijek perceptivno parcijalna. Televizija je poput filma, fotografske naravi, predočujući živahnom vjernošću, video-slušnom potpunošću prizore životnosti. Sve što televizija prikazuje bit će prikazano perceptivno potpunije, vjernije, životnije, tražit će od nas potpun perceptivni angažman. Bit će stoga sposobnija da nas zaokupi nego radio ili novine.⁵

Kao masovni medij, televizija se pojavila potkraj 1920-ih, godine 1928. počela su pokusna emitiranja u SAD-u, 1929. u Njemačkoj i Velikoj Britaniji, a 1931. u Francuskoj i SSSR-u. Redovito emitiranje televizijskoga programa započelo je u Njemačkoj 1935., u Velikoj Britaniji 1936., a u SAD-u 1939. Isprva se program često gledao javno (prijamnici u izlozima i javnim prostorijama), dok je kućno gledanje postalo prevladavajućim obrascem praćenja televizijskoga programa od druge polovice 1940-ih (danas je javno gledanje iznimka). Među važnim događajima koje je televizija prenosila u tom razdoblju bile su Olimpijske igre u Berlinu 1936. te otvorenje Svjetske izložbe u New Yorku 1939 (govor američkoga predsjednika F. D. Roosevelta na tom događaju bio je prvi istup nekoga državnog poglavara na televiziji).

Nakon prekida za II. svjetskog rata, od druge polovice 1940-ih televizija se sve više širila te je 1950-ih postala prevladavajući prošireni medij. Televizijski program razvio se u okvirima radijskih mreža (CBS, NBC i ABC u SAD-u, BBC u Velikoj Britaniji, RAI u Italiji i dr.), a usporedno s nastankom televizijskoga medija pojavila su se i dva programska modela televizije po uzoru na radio: američki model komercijalne televizije, financirane reklamama, i europski model javne televizije financirane pretplatom. Prva europska privatna televizija osnovana je 1954. u Velikoj Britaniji (ITV), u SAD-u je pak 1969. osnovana javna televizija PBS.

⁵ Turković, H. (2008) *Narav televizije - Ogledi*. Zagreb: Meandarmedia. str. 17-18

Tijekom 1950-ih razvila se i oblikovala većina televizijskih vrsta, i to najprije u SAD-u pa američka televizija u tom smislu ima ključnu ulogu u razvoju medija. U to su se doba usavršili oblici televizijskoga novinarstva. Već 1948. u SAD-u je započelo emitiranje prvih redovitih televizijskih vijesti na mreži CBS (u Europi 1952. na BBC-u), a iz njih se razvio koncept središnjega televizijskoga večernjega dnevnika, koji je postao jedna od prepoznatljivih televizijskih emisija, zatim posebnih informativnih emisija - televizijskih intervjua političara, panel-emisija i televizijskih magazina, koji kombiniraju izvještaje i komentare. Takve su emisije pokazivale rastući utjecaj medija na javno mnijenje, pa su primjerice potkraj 1960-ih televizijske reportaže imale znatnu ulogu u okretanju američkoga javnog mnijenja protiv rata u Vijetnamu).

Specifičnost televizijskoga medija (izravan prijenos slike i zvuka) prvi je put sveobuhvatno pokazana 1953. u prijenosu krunidbe britanske kraljice Elizabete II., kada je televizija prvi put privukla više publike od radija. Vrhunac gledanosti izravnih prijenosa dosegnut je 1969., kada je oko 600 milijuna gledatelja pratilo prijenos spuštanja čovjeka na Mjesec. Novo je ključno razdoblje nastupilo 1990-ih izravnim prijenosima s ratišta (u Perzijskom zaljevu, u Hrvatskoj i BiH).

U istom su se razdoblju pojavile popularne mozaične emisije te različiti žanrovi koje je televizija preuzela s radija: razgovorne emisije (*talk-show*), kviz emisije i emisije vodviljskoga tipa. Vrhunec popularnosti ali i formalne razrađenosti upravo su na televiziji dosegnula dva specifična žanra potekla sa radija: situacijska komedija (*sitcom*) i *soap opera*. Prvi od samih početaka ima jasne narativne formule i trajanje (pola sata) te je stalno u vrhu najgledanijih programa *Seinfeld*, *Prijatelji – Friends*, *Mučke – Only Fools and Horses*). Soap opera je s vremenom znatnije modificirala poetiku, a vrhunac je popularnosti dosegnula 1980-ih, tom je žanru srodna telenovela, najpopularniji žanr latinskoameričkih televizija (od 1970-ih njihov svjetski uspješan izvozni proizvod). Tijekom 1950-ih bilo je tzv. zlatno doba televizijske drame, kako adaptacija (u Velikoj Britaniji započele su od tada česte adaptacije, osobito Shakespeareovih drama), tako i drama prema izvornim scenarijima, a afirmaciji žanra pridonijeli su mnogi poznati filmski glumci koji su nastupali u vlastitim ciklusima).

U 1960-ima došlo je do širenja televizije i izvan zapadnoga kruga, kako se stalno povećavao udjel zabavnog aspekta programa, počele su se javljati i sve oštrije kritike (govor *Newtona Minowa* o američkom televizijskom programu kao nepreglednoj pustinji), ali je istodobno obrazovni (i dječji) program postao trajnom sastavnicom javnih televizija te su se javile i kulturno-znanstvene serije kojima su autori bili istaknuti stručnjaci. U tom se razdoblju definitivno uobličila uloga televizije kao medija sportskih prijenosa pa su mnogi sportovi od tada proširili popularnost zahvaljujući televiziji, koja je do kraja XX. st. postala i znatan financijski izvor masovnih sportova te utjecala na profesionalizaciju sporta.

U 1960-ima svoje je najpoznatije radove objavio najistaknutiji teoretičar medija *M. McLuhan*, koji je televiziju proglasio najznačajnijim medijem zbog mogućnosti poticanja više osjetila te je popularizirao krilaticu o *svjetskom selu* kao posljedici razvoja televizije.

Razdoblje od kraja 1960-ih u programskom smislu predstavlja tek varijacije do tada uspostavljenih obrazaca. Kontinuirano je razvidan trend komercijalizacije, koji se u Europi očitovao pojavom odnosno širenjem privatnih, komercijalnih televizija i sve većom komercijalizacijom sadržaja javnih televizija, pojavom tzv. *infotainmenta* (većeg unošenja zabavnih sadržaja u informativne emisije) te tzv. *reality* televizije potkraj 1990-ih i početkom 2000-ih, oblici koje povezuju televiziju s novim komunikacijskim medijima (Internet, mobilna telefonija).

Razdoblje od sredine 1980-ih napose je obilježeno fragmentacijom gledateljstva, što je posljedica širenja specijaliziranih kanala koji emitiraju cjelodnevno (zahvaljujući tehnikama kabelske i satelitske televizije) pa nastaju isključivo filmski, glazbeni (npr. MTV), informativni (npr. CNN), sportski, dokumentarni i drugi kanali, a od početka 2000-ih digitalizacijom te suodnosom televizije i novih medija, iako je televizija još uvijek dominantan masovni medij.

Danas, na početku 21. stoljeća, televizija je istodobno najpopularnije sredstvo zabave i najvažnije sredstvo informiranja, ona je središte mreže digitalnih tehnologija koja donosi revolucionarne promjene i u medije masovne komunikacije. Kompjutorska tehnologija i digitalizacija te gonvergencija medija nose sa sobom promjene koje se očituju i u prijenosu informacija kroz medijske i televizijske sadržaje.

3. ANALIZA HRVATSKOG TV TRŽIŠTA

Nakon digitalizacije Hrvatske, što predstavlja jedan od najznačajnijih događaja u posljednjih šest godina na hrvatskom TV tržištu, otvorena je mogućnost bolje iskoristivosti i kapitalizacije transmisijskog prostora. Od 2012. godine možemo govoriti o potpunoj digitalizaciji Hrvatske, a uočljivi su i jasni trendovi sve veće i veće penetracije alternativnih distribucijskih platformi, prije svega IPTV-a i digitalne kabelaške televizije. S novim platformama dolaze i novi izazovi za “free to air” kanale, paralelno s porastom penetracija alternativnih platformi raste i udio u gledanosti tzv. ostalih, odnosno grupe kanala dostupne na naplatnim platformama. Ovakav razvoj situacije povećava pritisak na nacionalne kanale.

3.1. Tehnička opremljenost kućanstava

Prema načinu isporuke signala možemo razlikovati IPTV, kabelašku, satelitsku ili zemaljsku distribuciju, a po pitanju vrste signala analogni ili digitalni signal. Definicija različitih platformi slijedi u nastavku.

- IPTV (Internet Protocol television) sistem je distribucije u sklopu kojega su televizijske usluge isporučene pomoću skupa internetskih protokola (TCP/IP) i to putem mreže bazirane na razmjeni paketa podataka.
- Kabelaška televizija sistem je distribucije televizijskih programa putem RF signala, a pomoću koaksijalnih kabela ili svjetlosnih signala putem optičkih vlakana.
- Satelitska televizija isporučuje se pomoću komunikacijskih satelita, a krajnji korisnik prima je korištenjem tzv. satelitske antene, odnosno paraboličnog reflektora te dedicanog uređaja za prihvatanje signala (*receiver*).
- Zemaljska televizija oblik je distribucije televizijskog signala koji koristi radio signal i to kroz sustav odašiljača i antena.

Kao što sam već naveo, najznačajniji događaj na hrvatskom TV tržištu u posljednjih šest godina svakako je ukidanje analognog zemaljskog signala 2010. godine. Prva zemlja svijeta koja je isključila analogni signal bila je Nizozemska još 2006. godine, a u Hrvatskoj je ugašen u tzv. četvrtom valu. Iste godine analogni signal isključile su i Australija, Belgija, Estonija, Latvija, Luksemburg, San Marino, Slovenija i Španjolska. Zadnja država koja planira izvršiti tranziciju s analognog na digitalni signal je Kuba i to 2024. godine.

Digitalni signal u usporedbi s analognim efikasnije koristi raspoloživu protočnost (*bandwidth*) te omogućuje jednostavnu integraciju s ostalim digitalnim uslugama i servisima. Za krajnjeg korisnika najveća prednost su svakako zvuk i slika veće rezolucije te veća ponuda kanala. S druge strane država „oslobađa“ dio analognog spektra te ga može prenamijeniti, a najčešća prenamjena je u svrhu telekomunikacijskih usluga (tzv. digitalna dividenda).⁶

3.2. Klasifikacija TV kuća

Prema načinu distribucije radiodifuznog signala, TV stanice možemo klasificirati u nekoliko grupa:

- Zemaljska
- Kablovska
- Satelitska
- Internet (Web TV)

Dok prema zemljopisnoj zastupljenosti možemo izdvojiti slijedeće grupe:

- Lokalne televizije
- Regionalne televizije
- Nacionalne televizije
- Internacionalne televizije

⁶ MediaHUB (2013). *Analiza TV tržišta* [online] Zagreb: Agencija za elektroničke medije. Dostupno na: http://www.e-mediji.hr/files/repozitorij/Analiza_TV_trzista.pdf [13. lipnja 2016.]

Lokalne TV kuće su televizijske postaje koje emitiraju program na nivou manje zemljopisne površine. Nekada znaju biti na nivou čak jedne zgrade. Najčešće su u privatnom vlasništvu. Kako su to komercijalne TV stanice koje žive od marketinga, njihov program je obično ciljno usmeren na određenu grupu (obiteljski kanali, zabavni kanali, dječji kanali...). Takve TV kuće imaju veliki značaj u pružanju lokalnih servisnih informacija kao i obavještavanju stanovništva o lokalnim događanjima koje velike TV kuće najčešće zanemaruju.

Regionalne TV kuće emitiraju signal na većim zemljopisnim površinama ali putem zemaljskih odašiljača nemaju pokrivenost čitave teritorije neke države. Uglavnom se radi o pokrivenošću nekoliko većih gradova ili općina koje su na određen način povezane. Takve TV kuće su najčešće u privatnom vlasništvu i komercijalnog karaktera. Po sadržaju programa su usmjerene na porodicu pa su stoga zabavnog karaktera. Regionalne postaje često imaju za cilj da postanu nacionalne TV kuće, tj. da TV signalom pokriju teritorij čitave države.

Pod pojmom nacionalne TV kuće podrazumijevamo TV postaje sa jednim ili više TV kanala čiji je osnivač najčešće država i koja ima pokrivenost državne teritorije putem zemaljskih odašiljača. Uredničku politiku određuje odbor čiji se članovi biraju iz redova političkih stranaka koje su na vlasti. Zamisao je da nacionalna TV kuća bude najmoćniji državni instrument za plasiranje vijesti a pored informativne uloge, da ima i edukativnu, kulturološku i zabavnu ulogu. Postoje i privatne nacionalne televizije, koje svojom rasprostranjenošću uspijevaju da steknu status nacionalne i pretežno su komercijalno zabavnog karaktera. Njihovu uređivačku politiku kontrolira samo vlasnik.

Internacionalne TV kuće su one koje svojim signalom pokrivaju nekoliko država ili čak kontinenta. Internacionalnost tih kuća se ogleda u razmjeni informacija, aktivnostima, suradnji, emitiranju i razmjeni programa na internacionalnom nivou. Internacionalne televizije najčešće imaju više TV kanala prilagođenih različitim geografskim područjima, ali programska koncepcija najčešće ostaje ista. Tematski sadržaj takvih kanala je najčešće jednoobrazan i usmjeren na određenu ciljnu grupu, pa tako možemo razlikovati strogo informativne kanale, glazbene kanale, dječje kanale, kanale za odrasle, zabavne kanale itd.

3.3. Ponuda kanala na hrvatskom tržištu

Republika Hrvatska podijeljena je na devet digitalnih regija (engl. allotment). Unutar svake digitalne regije odašiljanje DVB-T signala se obavlja u SFN načinu rada.

Dovršetkom MUX A mreže ostvareno je pokrivanje preko 98% stanovništva Republike Hrvatske (preko 95% pokrivenosti svake digitalne regije). Signalom MUX B mreže pokriveno je preko 95% stanovništva svake digitalne regije.

Signalom MUX D mreže ostvareno je pokrivanje cca 90% stanovništva za nacionalne programe, odnosno pokrivanje od najmanje 70% stanovništva regionalnim i lokalnim programima unutar pojedine digitalne regije, u skladu s dodijeljenom koncesijom.⁷

U Hrvatskoj je trenutno na zemaljskoj platformi dostupno jedanaest kanala s nacionalnom koncesijom (HTV1-4, Nova TV, Doma TV, RTL, RTL 2, RTL Kockica, Sportska televizija i Croatian Music Channel), te 19 kanala s lokalnim ili regionalnim koncesijama. Na alternativnim distribucijskim platformama dostupno je još oko 600 kanala najrazličitijih profila.

Zemaljski kanali s nacionalnom pokrivenošću:

Javni kanali: HRT 1, HRT 2, HRT 3, HRT 4

Privatni komercijalni opći i specijalizirani kanali: Nova TV, Doma TV, RTL, RTL 2, RTL Kockica, Croatian Music Channel, Sportska televizija.

Zemaljski kanali s regionalnom pokrivenošću:

Vinkovačka televizija, Televizija Slavonije i Baranje, Osječka televizija, Slavonskobrodska televizija, Srce TV, Varaždinska televizija, Jabuka TV, Mreža TV, Kanal Ri, TV Istra, RITV, Televizija Nova, VOX televizija, Televizija Jadran, Dubrovačka televizija.

Zemaljski kanali s lokalnom pokrivenošću:

Televizija 4 rijeke, Z1 Televizija, Televizija Šibenik, Televizija Zapad.

⁷ DVB-T Televizija novog doba: Aktualno stanje DVB-T-a u Hrvatskoj [online] Dostupno na: http://www.oiv.hr/broadcasting/terrestrial/dtv/dtv_hr.aspx [13. kolovoza 2016.]

4. RAZVOJ INTERNETA I WORLD WIDE WEB-a

Internet možemo definirati kao svjetsku računalnu informacijsku mrežu, sastavljenu od velikog broja manjih međusobno povezanih računalnih mreža, koja omogućava prijenos informacija između računala koji čine mrežu. Dakle internet bismo mogli definirati kao mrežu svih mreža. To doslovce znači da je to najveća mreža koja povezuje milijune osobnih računala, lokalne (LAN) i raširene (WAN) mreže u zajedničku mrežu. Računala i pojedine mreže pritom su u internet povezani na različite načine. Tako razlikujemo više vrsta veza kojima se služi internet. Razvoj Interneta kao globalne mreže najprije je ovisio od razvoja sredstava komunikacije. Izumi telegrafa, telefona, radija i računala bili su tako podloga za pojavu Interneta.

Internet je nastavak računalne mreže uspostavljene u Sjedinjenim Američkim Državama tijekom 1960. godine od Advanced Research Projects Agency (ARPA), koja je povezivala nekoliko računala u četiri sveučilišta u državama Kalifornija i Utah. Ta prva računalna mreža uopće, nazvana je ARPANET (ARPA NETwork). Znanstvenici su izgradili ARPANET s namjerom da to bude mreža koja će još uvijek uspješno raditi i u slučaju da dio mreže bude oštećen. Takav koncept bio je važan vojnim organizacijama koje su proučavale načine da održe komunikacijske mreže u funkciji i u slučaju nuklearnog rata. Bilo je to vrijeme hladnog rata, i upravo ta stalna ratna opasnost i želja da se uvijek bude ispred protivnika, donijela je svijetu mnoge proizvode i tehnološke inovacije kojih nebi bilo bez Hladnog rata. Prvotno zamišljen kako bi omogućio visoku učinkovitost u komunikaciji između istraživačkih centara, sveučilišta i vladinih agencija SAD-a internet je ubrzo prerastao u internacionalnu mrežu dostupnu svima. Kako je ARPANET rastao u 1970-ima, sa sve više i više sveučilišta i institucija koji su se spajali na njega, korisnici su uvidjeli potrebu razvijanja standarda za put kojim će podaci biti prenošeni internetom.

Godine 1982. po prvi put je upotrebljen termin Internet i u bliskoj budućnosti postaje jedna od osnovnih sredstava komunikacije, a počinju se javljati i pitanja privatnosti i sigurnosti u digitalnom svetu. Vremenom broj host-ova neprekidno raste a pojavom World Wide Web-a 1991. godine kao i pojednostavljivanjem korisničkog interfejsa popularnost Interneta postaje sve veća. Danas Internet predstavlja najpopularniji, najsadržajniji i najlakši način razmene informacija, komunikacije, prenosa elektronskih dokumenta i izvor zabave.⁸

⁸ Popović, M. (2002) *Prikaži nacionalnih parkova na webu*. Diplomski rad, Zagreb: Geodetski fakultet, 2002.

4.1. Povijest Interneta u Hrvatskoj

Ideja o uvođenju Interneta u Republici Hrvatskoj rodila se 1991. godine. Te je godine Ministarstvo znanosti i tehnologije na inicijativu Predraga Palea pokrenulo projekt CARNet. 3. listopada 1991. godine osnovano je koordinacijsko tijelo za uspostavu hrvatske edukacijske računalne mreže. Bio je to početak rada Hrvatske akademske i istraživačke mreže - CARNet, prvog pružatelja internetskih usluga (Internet Service Provider - ISP) u Hrvatskoj. Sljedećih nekoliko godina CARNet je bio jedini pružatelj internetskih usluga u Hrvatskoj koje je pružao bez nadoknade, ne samo akademskoj zajednici, već svim građanima Republike Hrvatske.

U studenom 1992. godine uspostavljena je prva međunarodna komunikacijska veza koja je CARNetov čvor u Zagrebu povezala s Austrijom. Time je Hrvatska postala dio svjetske računalne mreže Internet. Također, tijekom 1992. godine nabavljena je prva oprema i izgrađena jezgra CARNet mreže. Ustanove unutar Hrvatske bile su spojene vezom brzine 19-200 kbps, a čitava se mreža spajala na Internet preko Austrije brzinom od 64 kbps.

Prve ustanove spojene na Internet bile su:

- Sveučilišni računski centar - Srce
- Fakultet elektrotehnike i računarstva u Zagrebu
- Institut Ruđer Bošković
- Prirodoslovno-matematički fakultet
- Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje u Splitu
- Tehnički fakultet u Rijeci
- Ekonomski fakultet u Osijeku
- Ministarstvo znanosti i tehnologije.

U prvim mjesecima 1993. godine međunarodna organizacija Internet Assigned Number Authority (IANA) dodijelila je CARNetu administraciju nad vršnom .hr domenom. U listopadu 1994. godine CARNet počinje održavati prve tečajeve o Internetu za svoje korisnike. S vremenom je edukacija korisnika postala jedna od najbitnijih djelatnosti CARNeta pa je u siječanju 2001. godine uspostavljen CARNetov edukacijski centar Edupoint zbog organiziranog oblikovanja i diseminacije znanja o informacijsko-komunikacijskim tehnologijama.

Vlada Republike Hrvatske 1. ožujka 1995. godine svojom Uredbom osniva ustanovu CARNet. Godine 1996. jezgra CARNet mreže nadograđuje se uvođenjem ATM tehnologije koja omogućuje prijenos slike i zvuka u stvarnom vremenu, s osnovnom brzinom od 155 Mbps. Usporedbe radi, 1992. godine Hrvatska je po uporabi Interneta išla ukorak s ostalim zemljama Srednje i Istočne Europe da bi 1996. godine bila ispred svih zemalja EU, a tada je tek Velika Britanija upotrebljavala ATM tehnologiju.

U siječnju 1997. godine putem CARNetove ATM jezgre realizirano je, prvo u Hrvatskoj, predavanje na daljinu između Rektorata Sveučilišta u Osijeku i Fakulteta elektrotehnike i računarstva. Prvog dana mjeseca prosinca 2001. godine puštena je u rad paneuropska akademska i istraživačka mreža GEANT na koju se spaja i CARNet. Riječ je o mreži koja povezuje više od 3000 istraživačkih i obrazovnih ustanova u više od 30 europskih zemalja, a po svojoj infrastrukturi i aplikacijama predstavlja najrazvijeniju računalno komunikacijsku mrežu te vrste u svijetu.

U suradnji sa Sveučilišnim računskim centrom CARNet 2003. godine pokreće projekt Giga CARNet kako bi pomoću gigabitnih tehnologija razvio visoko kvalitetnu infrastrukturu namijenjenu CARNetovim članicama, fakultetima i istraživačkim institutima. U okviru projekta Giga CARNet CARNetu je u veljači 2004. godine omogućeno da preko spoja na mrežu GEANT bude dvostruko brže povezan sa sličnim akademskim i istraživačkim mrežama u Europi i svijetu (brzinom od 1.2 Gbp/s umjesto dosadašnjih 622 Mbp/s). Kao pretpostavka daljnje suradnje CARNeta i svjetske akademske i istraživačke zajednice u lipnju 2007. godine brzina spoja CARNeta prema GEANT mreži se povećala na 10 Gb/s.⁹

⁹ Povijest CARNeta [online] Dostupno na: https://www.carnet.hr/o_carnetu/o_nama/povijest_carneta [13. kolovoza 2016.]

4.2. Kronologija razvoja Interneta

- Godine 1957. Sovjetski savez je lansirao u svemir Sputnik - prvi satelit, a SAD su odgovorile formiranjem Agencije za projekte naprednih istraživanja (Advanced Research Projects Agency - ARPA) pri ministarstvu obrane SAD.
- Godine 1961. L. Kleinrock razvio je prospajanje paketa tj. način rada računalne mreže u kojem se poruke dijele na pakete, a svaki paket traži svoj put do cilja.
- Godine 1965. u SAD-u je uspjelo prvo povezivanje dvaju računala.
- Godine 1969. ARPANET povezuje prva četiri sveučilišta u Sjedinjenim Američkim Državama, tako što su istraživači u četiri kampusa u Sjedinjenim Državama stvorili prve servere ARPANETA, povezujući *Stanford Research Institute*, *University of California*, *Santa Barbara* i *University of Utah*. Na taj način je nastao Internet.
- Godine 1972. U okviru ARPANET mreže je povezano 23 hosta, pronađen je i prvi program elektroničke pošte.
- Godine 1982. po prvi put je upotrebljen termin Internet
- Godine 1983. TCP/IP protokol postaje obvezan u okviru ARPANET mreže
- Godine 1983. uspostavljena je Europska akademska i istraživačka mreža
- Godine 1984. u SAD-u je stvorena temeljna mreža (backbone) s brzinom prijenosa od 56Kbps
- Godine 1988. na Internet bilo spojeno samo 8 zemalja i to: SAD, Kanada, Danska, Finska, Francuska, Island, Norveška i Švedska.
- Godine 1989. brzina temeljne mreže proširuje se na 1,544 Mbps (T1)
- Godine 1990. u Ženevi Tim Berners Lee (CERN) pronašao je hipertekstualni sistem (HTML) koji omogućuje efikasan pristup informacijama.
- Godine 1991. Hrvatska se uključuje na Internet i razvijen je multimedijски World Wide Web (WWW) servis.
- Godine 1992. Hipertekstualni sistem (HTML) objavljen je kao WWW i tada na Internetu ima 1 milijun hostova.
- Godine 1993. razvijen je software sa dobrim grafičkim korisničkim sučeljem koji je uspješno čitao WWW prezentacije.

- Godine 1994. prvi put se pojavila mogućnost da se naruči pizza preko web stranice, iste godine je otvorena i prva Cyber banka i radio postaja, a broj hostova se popeo na 4 milijuna.
- Godine 1994/1995 razvijeni su prvi pretraživački servisi za Intenet (Altavista) te katalozi (Yahoo).
- Godine 1995. nastaje programski jezik Java za dinamičko programiranje te VMRL za modeliranje virtualne stvarnosti.
- Godine 1996. brzina prijenosa kroz temeljnu mrežu porasla je desetak tisuća puta (danas i preko 1000 Mbps).
- Godine 2000. zabilježeno 315 milijuna Internet sufrera, na Intenet je spojeno 214 zemalja, te ima oko 114 milijuna hosting računala.

4.3. Snaga Interneta kao masovnog medija

Zabrinutost da će raznolikost Web standarda uništiti cjelovitost i univerzalnost protoka informacija postoji od samog početka razvoja Interneta. To je vodilo ka formiranju World Wide Web Konzorcija (W3C) 1994. godine. Danas Konzorcij okuplja oko 150 članova uključujući glavne kompanije koje razvijaju Web tehnologije i mnoge druge čiji se posao inicijalno bazira na sveprisutnosti i funkcionalnosti Web-a. Baziran na Massachusetts Institute of Technology iz USA i Nationale pour la Recherche en Informatique et Automatique u Europi, Konzorcij omogućuje neutralan forum na kojem će konkurentske kompanije moći usuglasiti oko specifikacija u cilju općeg dobra. Misija Konzorcija je realizirati pun potencijal Web-a i odrediti pravce razvoja.

Mreža je globalna, slobodna, neograničena i pruža neizmjerne mogućnosti koje se svakim danom šire. Internet je duboko utjecao na suvremene društvene pojave, naročito na novinarstvo. Novinari se mogu služiti Mrežom kao izvorom podataka, sredstvom za razmjenu informacija i mišljenja, za bolju i bržu komunikaciju, ali i kao medijem na kojem se mogu afirmirati. Mreža je preplavljena tisućama raznih oblika informiranja javnosti: od elektronskih izdanja uglednih svjetskih medija kao što su CNN, *The New York Times* pa do novih, specijaliziranih elektronskih novina.

Internet je snažan informacijski medij koji je uvelike promjenio mass media scenu u svijetu. Klasični masovni mediji: novine, radio i televizija nebi smjeli zanemarivati medijsku snagu i privlačnost Interneta. Internet ne samo da ravnopravno konkurira klasičnim masovnim medijima, već ih je u zadnjih nekoliko godina i pretekao kao izvor informacija. Ta situacija uveliko podsjeća na situaciju kada je televizija svojevremeno svojim pojavljivanjem kao novi medij zadala težak udarac filmovima, časopisima i stripovima.¹⁰ Internet ima svoje medijske karakteristike, koje treba uzeti u obzir podjednako kao i karakteristike novina, radija ili televizije. Stil i metode jednog medija nisu jednake drugim i obrnuto. Internet je istovremeno specifičan medij sa svojim stilskim odlikama, a istovremeno je i vrlo blizak klasičnim medijima i ima mnogo njihovih karakteristika.

¹⁰ McLuhan, M. (2008) *Razumijevanje medija - mediji kao čovjekovi produžeci*. Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga; s engleskoga preveo David Prpa; pogovor Nada Zgrabljčić Rotar. str. 276

Poruka se uglavnom čita, baš kao i u novinama. Tekst ima naslov, podnaslov, koriste se slike, ilustracije i ostale grafičke metode kao u novinama. Čak je i likovna prezentacija slična novinama. Ali, novine su ipak drugačije. Internet je ograničen na ekran računala. Radijsku poruku moguće je emitirati i na Internetu, što ima svoju draž, ali to nije pravo korištenje medijem. Real audio je ipak samo radio. Internet može spojiti zvuk, sliku i tekst u cjelinu, ali to nije ni televizija. TV je sličan Internetu, glavna poruka nam se prenosi ekranom, ali puko reemitiranje TV programa na Internetu ne daje odgovarajuće rezultate. Znači, Internet ima svoje jasne odlike i ne treba ih miješati s karakteristikama klasičnih masovnih medija. Nešto se može preuzeti i adekvatno primijeniti, ali kada se kreiraju WWW stranice prvenstveno treba uzeti u obzir stilske karakteristike Interneta.

„Svijet je globalno selo“ konstatirao je Marshall McLuhan davno prije pojave Interneta, misleći naravno, na televiziju. Ali, televizija ipak ima neka tehnološka ograničenja u odnosu na Internet. Naime, televizija je kao medij globalna, ali pojedine TV kuće to nisu. Internet ne poznaje ograničenja. Onog trenutka kada imamo hardversku i softversku podršku za Internet, možemo otvarati bilo koju stranicu, iz bilo kojeg kraja svijeta.

Vrijeme nije nikakvo ograničenje za Internet. U svakom trenutku možemo pregledavati kako zastarjele, tako i nove informacije koje se mogu mijenjati iz minute u minutu dok Novine stare nekoliko dana otvorimo možda jednom i vjerojatno nikada više.

Jedna od najjačih komparativnih prednosti Interneta jesu njegove veze, (linkovi ili hypertext). Nijedan drugi medij ne može tako potpuno zadovoljiti želju za dodatnom informacijom, podatkom ili objašnjenjem kao što to može Internet. Dobro strukturirani linkovi mogu korisnika odvesti vrlo, vrlo daleko u proučavanju neke teme.

5. VAŽNOST PREDSTAVLJANJA NA INTERNETU I WEBU

Danas živimo u vremenu u kojem ako želimo prezentirati svoj proizvod ili uslugu i biti dostupni široj masi, ali i čitavom svijetu moramo imati kvalitetnu, ali prije svega sadržajnu i interesantnu web stranicu. Nema bolje prezentacije neke tvrtke, ustanove, nogometnog kluba ili televizijske kuće od onoga koji se nalazi online dostupan širokom auditoriju 24 sata na dan.

Brojke koje pokazuju koliko brzo je rastao broj ljudi koji imaju pristup internetu daju naslutiti kolike potencijale pruža internet. Pomoću interneta može se poboljšati mnogo toga u životu svakog pojedinca koji ga koristi. Lista pogodnosti koje nudi internet je dugačka. Nabrojat ćemo samo neke: komunikacija (dopisivanje s ljudima iz cijelog svijeta, telefoniranje u svijet po vrlo niskim cijenama); zabava (preko interneta može se pročitati televizijski program, pa čak i gledati televiziju, slušati radio i to onaj koji emitira svoj program samo preko interneta); korisne informacije (na internetu se mogu pronaći telefonski brojevi, vidjeti raspored vožnje autobusa, avionski raspored letova...); posao (na internetu se može pogledati kurs moneta neke banke, reklamirati neki proizvod); vijesti (na internetu se mogu čitati novine). Možete kupiti knjigu, auto ili računalo preko weba. Možete studirati, gledati filmove, možete pomoću robota uzgajati vrtove, pregledavati VRML slike stana kojeg želite kupiti, igrati igre sa tridesetak ljudi istovremeno, izmjenjivati sve vrste informacija. Svakoga dana svjedoci smo vijesti o ljudima koji ne izlazeći iz sobe po godinu dana pokušavaju dokazati da pomoću interneta mogu obavljati sve. Jednom riječju mogućnosti interneta su neograničene, a njegova je najveća prednost u tome što je sve informacije moguće pronaći tražeći samo na jednom mjestu (ekranu) i što se do njih može doći za vrlo kratko vrijeme (nekoliko sekundi). Stranica weba danas postaje izlog u svijet koji je 24 sata otvoren bilo kojem korisniku interneta. One su zahvaljujući prednostima interneta postale neizostavan medij preko kojega se plasiraju najrazličitije vrste informacija s najrazličitijim ciljevima. Sadržaji koji se mogu pronaći na webu dolaze iz svih područja ljudske djelatnosti pa tako ogromna količina stranica weba nosi sadržaje kojima je krajnji cilj propaganda, reklamiranje, trgovina i na koncu profit. Profit koji se ostvaruje direktno preko interneta broji se u desecima milijardi dolara, a stopa rasta mu je isto tako ogromna kao i povećanje broja korisnika. Već sada je za mnoge tvrtke poslovanje bez interneta nezamislivo i nemoguće jer to je najbrži i najjednostavniji način prezentiranja svojih poslovnih ponuda i onoga čime se tvrtka bavi.

Moderne stranice weba ne sadrže samo informacije o proizvodima i uslugama koje se nude, već omogućuju i interakciju između onoga tko nudi neku uslugu i onoga tko je želi koristiti.

Pod pojmom interaktivnosti podrazumijevamo mogućnost ne samo primanja informacija, kao primjerice kod čitanja knjige ili prijema televizijskog programa, već i mogućnost odgovora, kao kod telefonskog razgovora. Interaktivnost kod telefonskog razgovora ograničena je samo na zvučne podatke (govor), dok je kod interneta ona proširena na sve vrste audiovizuelnih podataka.

Meteorski uspon weba zasjenjuje većinu drugih aspekata najnovije medijske povijesti. Deset godina poslije Clintonove i Goreove simbolične geste, Fortune je opisao Internet kao "stare vijesti", njegovih 700 milijuna korisnika preobražavali su poslovanje i društvo tako brzo te je ponekad bilo teško držati korak.¹¹

Imajući na umu činjenicu da je za pridobijanje 50 milijuna slušatelja, radiju trebalo 38 godina, za 50 milijuna gledatelja televizija se trudila 13 godina a za 50 milijuna korisnika interneta trebalo je samo 4 godine, uza sve navedene činjenice potreba postavljanja sadržaja na internet radi promidžbe i poslovanja postaje sama po sebi razumljiva. Internet postaje nezaobilazan medij koji proširuje mogućnosti klasičnih oblika promidžbe i poslovanja. Ipak, zašto poslovati na webu? Brojne statistike nepobitno dokazuju da je započelo vrijeme elektroničkog poslovanja i da klasične načine poslovanja sve više gazi vrijeme.

Ulaskom na globalno tržište, poduzetnik ima priliku vrlo jednostavno i brzo upoznati kvalitetu, cijene usluga i asortiman ponude konkurencije što mu otvara mogućnosti i daje smjernice za usavršavanje vlastite ponude. Prodorom na takvo tržište, poduzetnik se rješava ograničenja lokalnog tržišta, ali i preuzima rizike novog načina poslovanja. No rizik poslovanja je manji ako poduzetnik objektivno procijeni svoje mogućnosti i na globalno tržište iznese odabrane, provjerene i kvalitetne proizvode, jer za poslovni uspjeh na webu na prvom mjestu je sposobnost poduzetnika, a sve drugo je tehnologija. Internet samo pruža mogućnosti koje treba znati iskoristiti. Na internetu je mnogo jeftinije, brže i općenito jednostavnije prezentirati nove proizvode.

Reklamirati na webu može se na mnogo načina jednako kao i u drugim elektronskim medijima, naprimjer televiziji, osim što je internet znatno jeftiniji, reklama se može bolje usmjeriti željenom profilu publike, a osim toga još nijedna televizija na svijetu nema toliko gledatelja koliko internet korisnika.

¹¹ Briggs, A. i Burke, P. (2011) *Socijalna povijest medija - Od Gutenberga do Interneta*. Zagreb: Pelago; s engleskog preveo Marko Gregorić

Snižavanje troškova poslovanja ogleda se u snižavanju troškova komunikacije, troškova marketinga i istraživanja tržišta, snižuju se troškovi imovine, logistike proizvodnje i povećava se produktivnost djelatnika. Troškovi imovine su niži jer u slučaju elektroničkog poslovanja nisu potrebni veliki poslovni prostori, skladišta, skupa uredska oprema i parkirališta jer potencijalni kupac vidi samo web stranicu, a dobavljači koji i sami posluju na internetu, spremni su pratiti dinamiku poslovanja. Marketinški materijali se nalaze na webu 24 sata dnevno, svaki dan u godini, a količina informacija koja se može dati je praktički neograničena. Osim toga moguće je istovremeno provesti anketiranje potencijalnih kupaca.

Već sama prisutnost na internetu stvara ugled i povećava vjernost potrošača, a kvalitetan prikaz na stranicama weba stvara ugled i značaj firme, prikazuje profesionalnost te otvara vrata daljnjim aktivnostima. Dizajnom i sugestijama na svom sajtu, firma privlači potencijalne kupce i s vremenom ih odvlači od klasičnog načina kupovanja.¹²

¹² Popović, M. (2002) *Prikazi nacionalnih parkova na webu*. Diplomski rad, Zagreb: Geodetski fakultet, 2002.

6. ANALIZA TV KUĆA NA INTERNETU

Prema informacijama koje pružaju Odašiljači i veze i Agencija za elektroničke medije u hrvatskoj se, kao što sam već naveo, emitira 30 kanala sa zemaljskim emitiranjem, 11 kanala sa nacionalnom pokrivenošću i 19 kanala sa regionalnom i lokalnom pokrivenošću.

U ovom radu ću izvršiti analizu svih kanala sa zemaljskim emitiranjem, dakle 20 internet prezentacija s obzirom da neke prezentacije objedinjuju više kanala (primjerice www.hrt.hr objedinjuje sva 4 programa nacionalne televizije), a internet stranice nekih TV kuća nisu u funkciji (Vinkovačka TV i RITV), a VOX televizija je u međuvremenu ugašena.

	TV kuća	Internet adresa	Status
1.	HTV1	www.hrt.hr	Funkcionalan
2.	HTV2		
3.	HTV3		
4.	HTV4		
5.	Nova TV	www.dnevnik.hr	Funkcionalan
6.	Doma TV		
7.	RTL	www.rtl.hr	Funkcionalan
8.	RTL2		
9.	RTL Kockica		
10.	Sportska Televizija	www.sptv.hr	Funkcionalan
11.	Croatian music channel	www.cmc.com.hr	Funkcionalan
12.	Vinkovačka televizija	www.vinkovacka.tv	Nije u funkciji
13.	Televizija Slavonije i Baranje	www.stv.hr	Funkcionalan
14.	Osječka televizija	www.osjecka.com	Funkcionalan
15.	Slavonskobrodska televizija	www.sbtv.hr	Funkcionalan
16.	Srce TV	www.srce.tv	Funkcionalan
17.	Varaždinska televizija	www.vtv.hr	Funkcionalan
18.	Jabuka TV	www.jabuka.tv	Funkcionalan
19.	Mreža TV	www.mreza.tv	Funkcionalan
20.	Kanal Ri	www.kanal-ri.hr	Funkcionalan
21.	TV Istra	www.tvistra.hr	Funkcionalan
22.	RITV	www.ritv.hr	Nije u funkciji
23.	Televizija Nova	www.tvnova.hr	Funkcionalan
24.	VOX televizija	www.voxportal.hr	Ugašena televizija
25.	Televizija Jadran	www.tvjadran.hr	Funkcionalan
24.	Dubrovačka televizija	www.dutv.hr	Funkcionalan
27.	Televizija 4 rijeke	www.trend.com.hr	U okviru druge prezentacije
28.	Z1 Televizija	www.z1.com.hr	Funkcionalan
29.	Televizija Šibenik	www.tvs.hr	Funkcionalan
30.	Televizija Zapad	www.zapad.tv	Funkcionalan

Tablica 1. Popis kanala sa zemaljskim emitiranjem

6.1. Kriteriji evaluacije Internet prezentacije TV kuća

Neovisno procjenjivanje neke internet prezentacije od strane trećih osoba predstavlja jedan od najjednostavnijih načina utvrđivanja da li internet prezentacija zadovoljava neke (ili sve) zadane kriterije koji čine njen cilj. U ovom slučaju prilikom vršenja analize internet prezentacija hrvatskih televizijskih kuća kao najmjerodavnije kriterije vrednovanja sam odabrao sljedeće:

1. **Sadržaj internet prezentacije** - Sadržaj na internet stranici igra ključnu ulogu u formiranju poruke s kojom posjetitelji odlaze nakon posjeta stranici i direktno utječe na njen kredibilitet dok mu njen dizajn mu u tome uveliko pomaže. Kvalitetni savjeti koji se odnose na ocjenjivanje i prijedloge aktivnog i pasivnog sadržaja, kao i marketinških aspekata dizajna, direktno utječu na sve prethodno spomenute parametre, kao i na sam kredibilitet TV kuće koja se predstavlja na internetu.
2. **Dizajn internet prezentacije** - Uz kvalitetan sadržaj na stranici potrebno je osigurati i atraktivan dizajn. Web stranica je proizvod poslovanja i reflektira način na koji radimo. Ukoliko je stranica spora, prepuna grešaka u kodu, natrpana i komplicirana posjetitelji će steći isti osjećaj za poslovanje i samim time se smanjuje šansa za pridobivanjem novog klijenta. Nakon što dožive jedinstveno iskustvo dizajna i jednostavnosti na stranici korisnici odnosno posjetitelji će formirati jako dobro mišljenje o određenoj TV kući.

6.2. Hrvatska radiotelevizija (HRT) - www.hrt.hr

HRT je dobro poznata nacionalna televizijska kuća koja je nastala kao slijednik nekadašnje Televizije Zagreb. HRT je pravna osoba koja ima status javne ustanove. Kao institucija od općeg društvenog značaja HRT ima širok spektar televizijskih emisija od informativnih, dokumentarnih, edukativnih, kulturnih i zabavnih emisija.¹³

Internet prezentacija HRT-a objedinjuje četiri zemaljska televizijska programa, jedan satelitski televizijski program, tri nacionalne radio postaje i osam regionalnih radiopostaja. Osim najrazličitijih vijesti, servisnih informacija i TV rasporeda na stranici se se uz pomoć multimedijske platforme HRTi mogu gledati i slušati programi HRT-a u znatno boljoj kvaliteti i uz dodatne funkcionalnosti. HRTi uključuje: televizijske i radijske kanale, emisije na zahtjev, interaktivni programski vodič, dijeljenje i komentiranje putem društvenih mreža i atraktivne sadržaje u HD kvaliteti. Za gledanje i slušanje sadržaja na multimedijskoj platformi HRTi potrebna je registracija, a sav sadržaj je potpuno besplatan.

Hrvatska radiotelevizija nastoji pratiti trendove moderne komunikacije sa svojom publikom pa je osim multimedijske platforme HRTi svoje programske sadržaje približila publici i putem drugih aplikacija odnosno podstranica kao što su *Juhuhu* (za pristup dječijim programskim sadržajima u suradnji sa UNICEF-om), zatim *Dani Ponosa* (posvećen očuvanju spomena na Domovinski rat), *Školski HRT* (za siguran, jednostavan i lagan pristup školskim sadržajima za djecu i mlade), *Glas Hrvatske* (za informiranje međunarodne javnosti kao i izvještavanje Hrvata u svijetu). Na stranici se nalaze i prečaci za još neke portale odnosno podstranice u sklopu HRT-a kao *Vremeplov* (povodom obljetnice 90 godina Hrvatskog radija i 60 godina Hrvatske televizije), zatim *The Voice Hrvatska*, *Potjera*, *Alpe Dunav Jadran* i mnogi drugi koji programske sadržaje približavaju publici.¹⁴

Stranica ima svoj pretraživač kojim se može pretražiti arhiva vijesti sa samog portala kao i online pristup Teletekstu. Sadržajno je izvrsna i pokriva veliki broj tema, obiluje velikim brojem slika i videozapisa čime se omogućuje interakcija posjetiteljima stranice. Ono što bih naveo kao jedinu manu je preglednost koja je mogla biti malo bolja. U svakom slučaju stranica je izrazito kvalitetna i moderna, dostojna reputaciji nacionalne televizije.

¹³ O HRT-u [online] Dostupno na: <http://www.hrt.hr/hrt/o-hrt-u/> [13. kolovoza 2016.]

¹⁴ HRT-ove aplikacije osvajaju tržište [online] Dostupno na: <http://magazin.hrt.hr/321855/hrt-ove-aplikacije-osvajaju-trziste-2> [13. kolovoza 2016.]

6.3. Nova TV i Doma TV - www.dnevnik.hr

Nova TV je prva hrvatska komercijalna televizija s nacionalnom koncesijom, s emitiranjem je počela počela 28. svibnja 2000. godine i vrlo brzo postala popularna među gledateljima. Godine 2004. u vlasništvu je medijske grupacije CME.

Nova TV u svojoj internetskoj grupi okuplja niz portala, od news portala *dnevnik.hr*, tematskih portala *GOL.hr*, *zadovoljna.hr*, *zimo.hr* do najvećeg blogerskog servisa *blog.hr*. SVOD servis OYO prvi je internet servis u Hrvatskoj koji omogućuje gledanje video sadržaja na zahtjev, a unutar grupacije su i dva internetska kanala, prvi hrvatski filmski kanal na Internetu *OYO cinema* te *OYO family*.¹⁵

Video news portal *dnevnik.hr* objedinjuje četiri kanala, *Nova TV*, specijalizirani kanal za zabavu *Doma TV*, internacionalni *Nova World* i dječiji kanal *Mini TV*. Stranica *dnevnik.hr* je trenutno najposjećenija televizijska internet prezentacija u hrvatskoj prema mjerenju *Audience.com.hr* (u čijem istraživanju sudjeluje 300 najrelevantnijih portala koji su se dobrovoljno priključili tom istraživanju).

Središnji dio stranice posvećen je društveno-političkim i gospodarskim vijestima u hrvatskoj i svijetu te vijestima iz svijeta sporta i showbuzz-a, tu je i *Igre & Fun* zona sa velikim brojem brojem igara, fotogalerija, anketa, viceva itd. Na stranicama portala omogućeno je čitateljima da iznose svoje komentare i stavove o objavljenim informacijama što dodatno povećava interakciju sa posjetiteljima stranice. Na stranici se možete registrirati ili prijaviti putem postojećeg facebook profila. U zaglavlju stranice su poveznice za već spomenute tematske portale kao i za podstranice *Nova TV* i *Doma TV* na kojima se mogu pronaći informacije o programu, emisijama, TV raspored i video linkovi za pojedine emisije koje ste propustili pogledati pa to želite naknadno učiniti.

Stranica ima svoj pretraživač koji omogućuje pretragu arhive vijesti sa samog portala, prilično je sadržajna i dinamična, obiluje mnoštvom slika i videozapisa. Reklamni baner zauzima veliki dio stranice, ali ga je vrlo jednostavno isključiti i onemogućiti. Ono što bih naveo kao jedine mane je nedostatak edukativnog sadržaja za djecu i mlade te preglednost same stranice. Moderan dizajn, pregršt sadržaja i brojni tematski portali omogućuju ovoj multimedijskoj platformi da parira najboljim europskim medijskim kućama.

¹⁵ O nama [online] Dostupno na: <http://novatv.dnevnik.hr/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

Što se tiče mobilne aplikacije tu je *Dnevnik.hr* putem koje se mogu pratiti vijesti iz Hrvatske i svijeta, a svoj doživljaj vijesti možete obogatiti kvalitetnim video priložima te bogatim fotogalerijama. Na raspolaganju nam stoji mogućnost kreiranja vijesti uz opciju MojReport koja omogućuje da u jednom potezu pošaljete fotografiju, video snimku ili priču koju želite objaviti. Dnevnik.hr aplikacija omogućuje pregled svakodnevnih političkih i gospodarskih vijesti, jednominutni sažetak dnevnih zbivanja u Flash vijestima, ali i brojne zanimljivosti te lagane showbizz teme.

Grupa Nova TV sa svojim profilima iznimno je aktivna na društvenim mrežama putem kojih održava redovnu komunikaciju i interakciju s gledateljima te kombinira nove medije s TV ekranom.

6.4. RTL, RTL2 i RTL Kockica - www.rtl.hr

RTL je hrvatska komercijalna televizijska postaja u 99,9 postotnom vlasništvu RTL Grupe koja emitira svoj program od 30. travnja 2004. RTL prva je televizijska postaja u Hrvatskoj koja je počela stalno emitiranje u formatu 16:9, i to 31. prosinca 2010. godine. Od 4. rujna 2015., RTL Televizija postaje samo RTL.

RTL.hr objedinjuje sedam programa RTL, RTL2, RTL Kockica, RTL Croatia World te RTL Living, RTL Passion i RTL Crime koji se emitiraju na satelitu i IPTV mrežama. U svojoj internetskoj grupi RTL okuplja niz portala, od news portala *vijesti.hr*, tematskih portala *Autozona* i *Tri, dva, jedan - kuhaj* te specijalizirani portali *Ultrafit*, *InDizajn*, *Igre* i *RTL Kockica* namjenjen djeci.¹⁶

Pri otvaranju stranice prvo što upada u oči je preagresivna wallpaper animirana reklama koju je jako teško ili gotovo nemoguće ugasiti i koja stvara ogromne probleme pri surfanju i prgledavanju stranice. Zaglavlje prezentacije nudi poveznice na tematske portale, a sa lijeve strane je padajući izbornik koji vodi na vijesti, tv raspored i foto galeriju.

Stranica obiluje mnoštvom članaka informacija vezanim uz emisije koje se emitiraju na RTL-u kao i vijestima iz svijeta televizije i filma. Pri dnu stranice se nalazi kontakti, uvjeti oglašavanja, impressum, opći uvjeti poslovanja i poveznica na portal humanitarne udruge *RTL pomaže djeci*. Stranica ima svoj pretraživač koji omogućuje pretragu arhive vijesti sa samog portala, obiluje mnoštvom slika, videozapisa i ostalih interaktivnih sadržaja. Međutim osim nepreglednosti i slabijeg dizajna kao najveću manu naveo bih mnoštvo reklama koje uveliko otežavaju pregledavanje ove internet prezentacije.

Nova verzija RTL mobilne aplikacije sada ima redizajnirano i za navigaciju jednostavnije sučelje, mogu se pratiti sve najnovije vijesti iz Hrvatske i svijeta, opremljene povezanim foto i video sadržajem. Vremenska prognoza u novom dizajnu nudi izvještaj za sve najveće hrvatske gradove za aktualni i sljedeća tri dana. Gledateljima RTL Televizije sada je na jednom mjestu dostupan još bolji i kompletniji vodič kroz filmove, serije i emisije te pregledni TV raspored.

Sve u svemu dosta slabije od dvije konkurentske TV kuće (HRT i NovaTV).

¹⁶ Zašto RTL [online] Dostupno na: <http://www.rtl.hr/rtl-hrvatska/posao-i-karijera/zasto-rtl/131978/zasto-rtl> [13. kolovoza 2016.]

6.5. Sportska televizija - www.sptv.hr

Sportska televizija je specijalizirani športski program u vlasništvu HOO-a. Počeo je sa emitiranjem u zemaljskoj mreži na državnoj razini 4. travnja 2011. godine. Kao prva nacionalna sportska televizija, za cilj ima pružiti sveobuhvatnu informaciju o hrvatskom i međunarodnom sportu, educirati i zabaviti, pružiti program koji će zadovoljiti apetite cijele obitelji.¹⁷ Televizija je u početnoj fazi emitirala dnevno 6 do 8 sati redovitog programa, a ostalo vrijeme je išao Info-kanal koji sadrži sve relevantne športske, političke, gospodarske i servisne informacije, a realizira se u suradnji sa Sportskim novostima, HINA-om, Privrednim vjesnikom i DHMZ. Već prvog dana emitiranja gledatelji su mogli uživati u prvom prijenosu, bila je to košarkaška utakmica A1 lige za prvaka između Alkara i Zadra.

Stranica je jednostavna i vrlo pregledna, dizajnerski dosta solidno urađena. Nudi mogućnost besplatnog live stream-a. Na stranici se mogu pročitati vijesti iz svijeta sporta, naročito "manje popularnih" sportova. U zaglavlju stranice je izbornik koji nudi informacije o samoj televizijskoj kući, emisijama, TV rasporedu, blog kutak i kontakt informacije. Stranica ima i svoju tražilicu za pretragu arhive vijesti sa samog portala.

Nedostaje malo interakcije, ali u globalu prezentacija je vrlo dobra.

¹⁷ SPTV *O nama* [online] Dostupno na: <http://www.sptv.hr/o-nama/misija> [13. kolovoza 2016.]

6.6. Croatian Music Channel (CMC) - www.cmc.com.hr

Prvog dana lipnja 2005. godine na televizijskim ekranima pojavio se novi, isključivo glazbeni kanal koji od tada emitira glazbu i glazbene sadržaje 24 sata na dan, 7 dana u tjednu, 365 dana u godini. 28. ožujka 2011. postaje jedina nacionalna glazbena televizija. CMC je osnovala i pokrenula tvrtka Autor d.o.o., ujedno i većinski vlasnik vodeće hrvatske diskografske kuće - Croatia records. Osim glazbenih spotova, svojim gledateljima svakodnevno donose vijesti iz svijeta domaće i strane glazbe. Cilj CMC-a je ne samo informirati o hrvatskoj glazbenoj kulturi i događanjima na hrvatskoj glazbenoj sceni, već pridonijeti i njezinoj afirmaciji, te stvarati poticajnu atmosferu za njezin kreativan razvoj. CMC emitira program na nacionalnoj razini u zemaljskoj mreži, a prisutan je i na skoro svim kabelskim i IPTV mrežama u Hrvatskoj, Makedoniji, BiH i Sloveniji.¹⁸

Stranica obiluje vijestima iz svijeta glazbe, krase ju jednostavnost i preglednost. U zaglavlju stranice se nalazi izbornik koji nudi informacije o novostima, emisijama, TV rasporedu te poveznice za webshop i stranicu CMC festivala. Središnji dio stranice rezerviran je za vijesti i događanja iz svijeta glazbe te fotogaleriju. Stranica ima svoju tražilicu za pretragu arhive vijesti sa samog portala U dnu stranice se nalaze informacije o televizijskoj kući, kontakt i poveznica na službenu facebook stranicu CMC-a.

Osim mogućnosti pregledavanja spotova i live stream-a, stranici nedostaje malo više interaktivnosti, ali sveukupno dostojna je reputaciji nacionalne glazbene televizije.

¹⁸ O CMC-u [online] Dostupno na: <http://cmc.com.hr/o-nama/>

6.7. Televizija Slavonije i Baranje - www.stv.hr

Televizija Slavonije i Baranje ili Slavonska televizija (STV) počela je s emitiranjem 07.10.1992. godine kao treća lokalna televizija u Hrvatskoj. Program Slavonske televizije regionalnog je karaktera i temelji se na vlastitoj proizvodnji. STV već godinama djeluje u Osječko-baranjskoj županiji, a zajedno sa drugim lokalnim televizijama djelovala je u i nacionalnom eteru stvaranjem i radom projekata Mreža i CCN. Program Slavonske televizije danas digitalnim signalom pokriva Osječko-baranjsku, Vukovarsko-srijemsku i dio Brodsko posavske županije, nalazi se i u ponudi najznačajnijih kablovskih televizija, a i globalno je dostupan putem live streaminga na web stranicama televizije.¹⁹

Prezentacija namjenjena stanovnicima Slavonije i Baranje nudi lokalne i servisne vijesti, međutim loš utisak ostavlja pomalo zastarjeli dizajn. U zaglavlju stranice se nalazi izbornik koji nudi informacije o TV kući, emisijama, TV rasporedu kao i poveznicu za live stream koji je nefunkcionalan. Središnjim dio stranice rezerviran je za vijesti iz regije Slavonije i Baranje, a pri dnu stranice su tražilica i poveznica na službenu facebook stranicu televizije.

Ovo je jedna ispodprosječna prezentacija, da ne postoji ono malo vijesti iz lokalne sredine moglo bi se postaviti pitanje svrhe postojanja ove prezentacije.

¹⁹ STV *O nama* [online] Dostupno na: <http://www.stv.hr/o-nama.html> [13. kolovoza 2016.]

6.8. Osječka televizija - www.osjecka.com

Osječka televizija (OSTV) je gradska televizija grada Osijeka. S emitiranjem je započela 10. rujna 2007. godine. Osječka televizija signalom pokriva područje digitalne regije D1, odnosno županije Osječko-baranjsku, Vukovarsko-srijemsku, te dio Brodsko-posavske županije, s oko 600.000 potencijalnih gledatelja.²⁰

Prezentacija obiluje lokalnim i regionalnim vijestima iz područja politike, sporta, gospodarstva i kulture. Zaglavlje stranice sa klasičnim informacijama o TV kući, emisijama i TV rasporedu. Za razliku od ostalih prezentacija sličnog karaktera ova stranica ne posjeduje tražilicu, ali nudi video vijesti kao i mogućnost live stream-a koji je nefunkcionalan. U dnu stranice je poveznica na društvene mreže i kontakt informacije. Stranica je relativno sadržajna po pitanju vijesti, ali dizajnerski ne odskaje od stranica ostalih regionalnih i lokalnih TV postaja.

6.9. Slavonskobrodsko televizija - www.sbtv.hr

Slavonskobrodsko televizija (SBTV) je utemeljena rujna 2003. godine, a prvi program emitiran je 1. srpnja 2004. godine. Televizija emitira cjelodnevni program, može se pratiti na cijelom području digitalne regije D2 koji obuhvaća dio Bjelovarsko-bilogorske, Virovitičko-podravske, Požeško-slavonske, dio Brodsko-posavske, dio Osječko-baranjske i dio Sisačko-moslavačke županije.²¹

Prezentacija obiluje informacijama različitog tipa, deklarirana je kao javni informativni servis građana Slavonskog Broda. Posjeduje svoju tražilicu preko koje se mogu pretraživati vijesti iz arhive, zatim video vijesti, fotogaleriju, oglase, nagradne igre itd. Sadržajna je relativno solidnog dizajna s obzirom da se radi o lokalnoj TV postaji pa je samim tim i zadovoljena svrha njenog postojanja.

²⁰ OsječkaTV [online] Dostupno na: <http://osjecka.com/osjecka-tv/> [13. kolovoza 2016.]

²¹ O SBTV-u [online] Dostupno na: <http://sbtv.hr/o-sbtv-u> [13. kolovoza 2016.]

6.10. Srce TV - www.srce.tv

Srce TV je regionalna televizija koja emitira iz grada Čakovca za područje digitalne regije D3. Srce TV nekada poznata kao Čakovečka televizija program emitira od 2002. godine. Većina programa je lokalne tematike. Ima preko 20 vlastitih emisija. U programu se često mogu naći reportaže ili emisije o važnim događajima, kulturnim ili sportskim manifestacijama u Međimurju.

Ova stranica je ustvari samo dokaz postojanja dotične TV kuće bez ikakvih vijesti, pa čak i osnovnih informacija o samoj televizijskoj kući. Bez ikakvog sadržaja i dosta lošeg dizajna, jedna posjeta ovoj stranici je sasvim dovoljna.

6.11. Varaždinska televizija - www.vtv.hr

Utemeljena je 1992. godine sa svrhom proizvodnje i emitiranja televizijskog programa, do 1999. godine uspješno posluje kao produkcijska kuća i marketinška agencija. 1. veljače 1999. započinje emitiranje vlastitog programa s koncesijom za područje Varaždinske županije, a vrlo brzo VTV televizija postaje jedan od najutjecajnijih medija sjeverozapadne Hrvatske. Varaždinska Televizija se može pratiti na cijelom području digitalne regije D3 koji obuhvaća Međimursku, Varaždinsku, Koprivničko-križevačku, dio Bjelovarsko-bilogorske županije i dio Krapinsko-zagorske županije. Sjedište VTV televizije je u centru Varaždina.²²

Stranica nudi vijesti različitog tipa. U zaglavlju stranice se klasični izbornik sa informacijama o emisijama, video galerija, raspored emitiranja i kontakt. U dnu stranice poveznica na društvene mreže i informacije o televizijskoj kući. Osim lokalnih vijesti stranica je sadržajno dosta štura, a kada tome pridodamo i loš dizajn dolazimo do zaključka da ničim ne može zadržati pozornost svojih posjetitelja.

²² VTV Televizija [online] Dostupno na: <http://www.vtv.hr/component/k2/itemlist/category/55-o-nama> [13. kolovoza 2016.]

6.12. Jabuka TV - www.jabuka.tv

Jabuka TV (nekoć Otvorena televizija, OTV), regionalna TV postaja koja emitira program na području Grada Zagreba i Zagrebačke županije. Jabuka TV (OTV) osnovana je 25.5.1989. godine. Bila je to prva nezavisna televizija bivše Jugoslavije, osnovana izvan državnoga televizijskog sustava JRT-a. Jabuka TV se može pratiti na cijelom području digitalne regije D4 (Zagrebačka županija, Krapinsko-zagorska županija, dio Sisačko-moslavačke županije i dio Karlovačke županije) na kojem živi oko milijun i pol gledatelja.²³

Stranica je što se tiče dizajna dosta solidno napravljena, međutim osim osnovnih informacija o TV kući, emisijama i TV rasporedu je sadržajno potpuno razočaranje. Treba napomenuti kako postoji mogućnost live stream-a koji funkcionira dosta dobro. Svrha postojanja stranice je očigledno pružiti najosnovnije i najbitnije informacije o TV kući.

6.13. Mreža TV - www.mreza.tv

MrežaTV je zajednički projekt koji objedinjuje dvije televizije, Nezavisnu televiziju i TV Dalmaciju, koje pokrivaju zemaljskim odašiljačima dvije najveće regije u Hrvatskoj. Svoj program emitiraju u sklopu ovih televizija od 1. listopada 2012.godine. Mreža TV-Zagreb se može pratiti na cijelom području digitalne regije D4 (Zagrebačka županija, Krapinsko-zagorska županija, dio Sisačko-moslavačke županije i dio Karlovačke županije) na kojem živi oko milijun i pol gledatelja, a Mreža TV-Split dostupna je u čitavoj digitalnoj regiji D8 (Splitsko-dalmatinska županija i dio Dubrovačko-neretvanske županije).²⁴

Već na prvi pogled se vidi kako stranica obiluje mnoštvom vijesti i servisnih informacija. U središnjem dijelu nalazi se izbornik sa vijestima, TV rasporedom, emisijama i videotekom, a ispod toga je dio rezerviran za razne vijesti iz svijeta politike, sporta, gospodarstva te razne servisne informacije. U dnu stranice su kontakt informacije, anketa i poveznica na službene stranice ove TV kuće na društvenim mrežama. Stranica je solidnog dizajna, pregledna je i može se reći da spada među bolje internet prezentacije među kanalima sa regionalnom pokrivenošću.

²³ Jabuka TV *O nama* [online] Dostupno na: <http://jabukatv.hr/o-nama/> [13. kolovoza 2016.]

²⁴ Mreža TV *O nama* [online] Dostupno na: <http://mreza.tv/televizija/o-nama/> [13. kolovoza 2016.]

6.14. Kanal Ri - www.kanal-ri.hr

Kanal Ri je regionalna televizija koja svoj program emitira od 3. prosinca 1999. godine u početku za šire područje grada Rijeke i okolice, a sredinom siječnja 2003. Kanal Ri je počeo s emitiranjem na višoj koncesijskoj razini pa ga može pratiti više od pola milijuna potencijalnih gledatelja, od Mošćeničke Drage, pa sve do Zadra, tako i s područja Istre, te otoka Krka, Cresa, Lošinja i Raba, te većeg dijela otoka Paga. S novim odašiljačima pokrivena je Primorsko-goranska te dijelovi Istarske i Ličko-senjske županije.

Stranica ove TV kuće je dinamična i dizajnerski dosta dobro napravljena. U zaglavlju se nalazi horizontalni navigacijski izbornik koji nudi vijesti, informacije o emisijama, poveznicu na arTVision projekt te tražilicu za pretraživanje arhive vijesti. Središnji dio odnosno slider je rezerviran za video vijesti koje se svakih par sekundi izmjenjuju i prekrivaju čitavu stranicu što je ujedno i mala zamjerka urednicima stranice. Vertikalni izbornik je rezerviran za vijesti iz kulture, sporta, TV raspored, mozaik i emisije. U dnu stranice su kontakt informacije i poveznice na društvene mreže. Sve u svemu stranica srazmjerna reputaciji TV kuće.

6.15. TV Istra - www.tvistra.hr

TV Istra je regionalna televizija sa sjedištem u Pazinu. Od 1. siječnja 2011. godine ima koncesiju za D5 digitalnu regiju u kojoj živi više od 500 000 stanovnika, a obuhvaća Istarsku, Primorsko-goransku i dio Ličko-senjske županije. Tv Istra dnevno emitira 15 sati programa, od toga 10 sati iz svoje produkcije. Ostalo vrijeme ispunjavaju videostranice, pa program neprekidno traje 24 sata.²⁵

Jednostavnost i preglednost odlikuju ovu internet stranicu. Klasično zaglavlje sa logom TV kuće i reklamnim banerom, a nakon toga horizontalni navigacijski izbornik sa vijestima, agro prognozom, informacijama o TV kući i emisijama i kontakt informacijama. Središnji dio stranice je rezerviran za vijesti, a bočna traka odnosno sidebar je namijenjena reklamnim banerima. Stranica posjeduje tražilicu za pretragu vijesti. U dnu stranice su kontakt informacije i poveznice na društvene mreže ove TV kuće. Generalno gledano dizajno stranica zadovoljava i dizajnerski i sadržajno.

²⁵ TV Istra *O nama* [online] Dostupno na: <http://www.tvistra.hr/o-nama/> [13. kolovoza 2016.]

6.16. TV Nova - www.tvnova.hr

TV Nova je regionalna tv postaja koja svojim signalom na 29. Kanalu DVBT-a sa Učke, pokriva Istru i Primorsko-goransku županiju te Kvarnerske otoke. Na tom području živi oko 500000 stanovnika. Program emitira od 26. travnja 1996. i svoj program opisno može s pravom nazvati lokalni. U strukturi programa njeguju sve tv forme, ali u emisijama vlastite produkcije bave se isključivo lokalnim temama jer upravo takav sadržaj osigurava postignuti visoki postotak gledanosti.²⁶

U zaglavlju stranice se nalazi logo televizije i horizontalni navigacijski izbornik sa informacijama o TV kući, produkciji, TV rasporedu, fotogalerijom i kontakt informacijama. Središnji dio odnosno slider je poveznica na službenu facebook stranicu televizije i na interaktivni kalendar emitiranja koji nudi mogućnost gledanja emisija koje ste propustili. Usprkos tome što stranica nema nikakve vijesti i sadržajno je relativno štura, dobar dizajn, jednosavnost i preglednost je svrstavaju među bolje stranice regionalnih televizijskih kuća.

6.17. Televizija Jadran - www.tvjadran.hr

Televizija Jadran osnovana je 2003. godine sa sjedištem u Splitu, a nositelj je koncesije za televizijsku djelatnost na području Splitsko dalmatinske županije od 2004. godine. Svoj program započela je s emitiranjem točno u prvim minutama iza ponoći 05.01.2004. godine. Također, od Siječnja 2011. godine Televizija Jadran televizijski je koncesionar za digitalnu regiju D8 koja uključuje šire područje Splitsko dalmatinske županije, te dio Dubrovačko neretvanske županije. Televizija Jadran svakodnevno emitira vlastiti program.²⁷

Potpuno zastarjelog dizajna i bez ikakvih sadržaja svrha postojanja ove prezentacije je dokazati postojanje dotične TV kuće uz nezaobilazne kontakte, povijest nastanka i marketing cijeni. Sve u svemu jako loša prezentacija s obzirom da se dotična TV kuća voli pretenciozno reklamirati kao najveća i jedina televizija regije.

²⁶ TV Nova *O nama* [online] Dostupno na: <http://tvnova.hr/o-nama/> [13. kolovoza 2016.]

²⁷ TV Jadran *O nama* [online] Dostupno na: http://www.tvjadran.hr/09/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=54 [13. kolovoza 2016.]

6.18. Dubrovačka televizija - www.dutv.hr

Dubrovačka televizija (DUTV) je regionalna televizija koja emitira za grad Dubrovnik. Signalom sa odašiljača Srđ u multipleksu MUX D na K28 UHF-a DU TV se može pratiti na cijelom području digitalne regije D9.

Interesantno je kako su informacije o ovoj TV kući jako šture i nemoguće ih je pronaći na samoj prezentaciji koja obiluje vijestima i servisnim informacijama međutim pomalo zasterjeli dizajn ostavlja dojam nedovršenosti stranice. U zaglavlju stranice je logo postaje i horizontalni izbornik sa videotekom, vijestima i kontakt informacijama. Stranica nema svoju tražilicu i ne nudi mogućnost video stream-a. Sve u svemu dojma sam da je to moglo i moralo puno bolje.

6.19. Z1 televizija - www.z1.com.hr

Z1 televizija (nekad Zagrebačka televizija i TV Sljeme) je lokalna komercijalna TV postaja iz grada Zagreba u Republici Hrvatskoj. Druga zagrebačka televizija – TV Sljeme – s eksperimentalnim emitiranjem započela je 30. srpnja 2004. godine s koncesijom za grad Zagreb. Početkom 2006. godine Z1 televizija promijenila je vlasničku strukturu i uvela novu programsku shemu u kojoj se posebna pozornost obraća informativnom i zabavnom programu. Z1 se može pratiti u tri objedinjene digitalne lokalne podregije koje obuhvaćaju:

- d44 - Grad Zagreb, Velika Gorica, Sveta Nedelja, Stupnik i dio općine Samobor
- d45 - Jastrebarsko, Klinča Sela, Krašić i Pisarovina
- d46 - Karlovac, Lasinja, Ozalj, Žakanje, Draganić, Netretić, Duga Resa, Generalski Stol, Barilovići, Krnjak, dio općine Vojnić i Bosiljevo

Internet stranica Z1 televizije je potpuno automatizirana i putem RSS feeda u dobroj namjeri Vas odvodi do objava na Internetu. To je razlog zašto se na stranici mogu pronaći jedino vijesti bez ikakvih ostalih sadržaja. Uglavnom svrha prezentacije je da dokaže postojanje istoimene TV kuće.

6.20. Televizija Šibenik - www.tvs.hr

Televizija Šibenik gradska je televizija koja je s radom započela u listopadu 2005. godine, a kojoj je osnovni cilj proizvodnja programa u interesu građana Šibenika. Na prvom mjestu je informativni program kojim svakodnevno u formi emisije *Aktualnosti iz grada* gledatelje upoznajemo s aktualnim događajima u Šibeniku i županiji. Televizija Šibenik se može pratiti na području digitalne lokalne podregije d72 koji pokriva grad Šibenik.²⁸

Vrlo jednostavna i pregledna stranica, a pritom i dosta solidnog dizajna. Obiluje vijestima iz grada i županije. U zaglavlju je logo TV postaje i horizontalni navigacijski izbornik. Središnji dio stranice je rezerviran za najnovije vijesti, a bočna traka odnosno sidebar vode nas na youtube kanal TV postaje. Podnožje stranice rezervirano je za kontakt informacije i marketing kontakt. Dosta dobra prezentacija s obzirom da se radi o maloj lokalnoj televizijskoj postaji.

6.21. Televizija Zapad - www.zapad.tv

Televizija Zapad je nasljednica Televizije Zaprešić koja je 2009. započela s radom kao lokalna kablovska televizija. U travnju 2015. godine Televizija Zapad dobila je koncesiju za zemaljsko emitiranje na širem području Zaprešića (Grad Zaprešić te općine Bistra, Brdovec, Dubravica, Jakovlje, Luka, Marija Gorica i Pušća). Putem odašiljača kod Svete Nedelje može se pratiti i puno šire. Time se od kablovske televizije pretvaramo u televiziju sa zemaljskim emitiranjem putem antene.²⁹

Ovo je najbolji primjer kako TV postaja može imati funkcionalnu i smislenu internet stranicu. Obzirom da je ova stranica namenjena prvenstveno maloj populaciji koja prati ovu lokalnu TV postaju, svrha postojanja stranice je i više nego ispunjena. Jednostavna i pregledna, vrlo modernog dizajna. U zaglavlju se nalazi logo i horizontalni navigacijski izbornik, središnji dio rezerviran za lokalne vijesti i događanja. Bočni sidebar namjenjen je reklamama i poveznici na službenu facebook stranicu TV postaje dok su u podnožju kontakt informacije. Vidi se da je prezentacija profesionalno urađena, modernog dizajna, vrlo jednostavna, sadržajna i oku ugodna.

²⁸ TV Šibenik *O nama* [online] Dostupno na: <http://tvs.hr/o-nama/> [13. kolovoza 2016.]

²⁹ TV Zapad *Onama* [online] Dostupno na: <http://www.zapad.tv/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

7. TABELARNI PRIKAZ

Radi lakše preglednosti elemenata i sadržaja na Internet prezentaciji napravio sam tabelarni prikaz tih činitelja za sve Internet prezentacije odabranih TV kuća.

7.1. Tabelarni prikaz elemenata Internet prezentacije

	Elementi Internet prezentacije															
	Vijesti	Servisne informacije	Arhiva	Fotogalerija	Video klipovi	Video stream	Nagradne igre	Forumi	Ankete	Komentari	Pretraživač stranice	Baneri	Online kupovina	Kontakt	Marketing kontakt	Drugi jezik
HTV1																
HTV2																
HTV3	X	X	X	X	X	X	X		X		X			X	X	
HTV4																
Nova TV																
Doma TV	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X			X	X	
RTL																
RTL2	X	X	X	X	X	X	X			X	X			X	X	
RTL Kockica																
Sportska Televizija	X	X	X		X	X					X			X	X	
CMC	X	X	X	X	X	X	X				X		X	X	X	
STV	X	X	X		X	X					X			X	X	
Osječka televizija	X	X			X	X								X	X	
Slavonskobrodsko TV	X	X	X	X			X				X			X	X	
Srce TV	X	X			X									X	X	
Varaždinska TV	X	X	X		X									X	X	
Jabuka TV						X							X	X	X	
Mreža TV	X	X			X				X					X	X	
Kanal Ri	X	X	X	X	X						X			X	X	
TV Istra	X	X	X							X	X			X	X	
Televizija Nova				X	X									X	X	
Televizija Jadran					X	X								X	X	
Dubrovačka TV	X	X			X							X		X	X	
Z1 Televizija	X		X								X	X		X	X	
Televizija Šibenik	X	X	X		X						X			X	X	
Televizija Zapad	X	X	X											X	X	

Tablica 2. Tabelarni prikaz elemenata Internet prezentacija

U posljednjoj tabeli sam dao prikaz najčešćih elemenata koji se pojavljuju na Internet prezentacijama odabranih TV kuća. Oni služe da bi animirali posjetiteljaa stranice, povećaju posejćenost, ostvare interaktivnost sa posjetiteljima stranice i navedu ga da se ponovo vrati. Kroz broj i vrstu upotrebljenih elemenata se može procjeniti ideja Web tima o svrsi stranice, želji da se uspostavi interaktivnost sa posjetiteljima i dobije traženi odgovor od njih. Također, upotrebljeni elementi govore o vještini Web tima, tj. o količini sredstava koje neka TV kuća odvaja za razvoj svoje Internet prezentacije, odnosno o želji da se osvoji Internet tržište.

7.2. Tabela prikaz sadržaja Internet prezentacije

	Sadržaj Internet prezentacije							
	Informativni	Sportski	Zabavni	Glazbeni	Dječiji	Kulturni	Obrazovni	Znanstveni
HTV1								
HTV2	X	X	X	X	X	X	X	X
HTV3								
HTV4								
Nova TV	X	X	X	X	X	X	X	X
Doma TV								
RTL								
RTL2	X	X	X	X	X		X	
RTL Kockica								
Sportska Televizija	X	X	X					
Croatian music channel	X		X	X				
STV	X	X						
Osječka televizija	X	X				X	X	
Slavonskobrodska televizija	X	X		X		X		
Srce TV	X							
Varaždinska televizija	X	X						
Jabuka TV	X							
Mreža TV	X	X						
Kanal Ri	X	X		X				
TV Istra	X	X						
Televizija Nova	X							
Televizija Jadran	X							
Dubrovačka televizija	X			X				
Z1 Televizija	X	X						
Televizija Šibenik	X	X				X	X	
Televizija Zapad	X					X		

Tablica 3. Tabela prikaz sadržaja

U gornjoj tabeli dao sam tabelarni prikaz sadržaja na Internet prezentaciji odabranih TV kuća. Pri opisu sadržaja TV programa sam kao smjernicu uzimao tekstove koje su te TV kuće same o sebi napisale na svojim prezentacijama. Najčešće je na prezentaciji zastupljen siromašan ili nikakav informativni sadržaj. Svega nekoliko TV kuća teži obogaćivanju sadržaja svojih prezentacija ali su ti pokušaju dosta slabi.

8. ZAKLJUČAK

Cilj ovog diplomskog rada bio je ocijeniti trenutno stanje prikaza na internet stranicama hrvatskih televizijskih kuća. Analize i zajedničke usporedbe najbolje svjedoče o kvaliteti pojedinih elemenata na pojedinim stranicama, a kvaliteta stranica varira unutar postaja ovisno o promatranom elementu tako da je nemoguće dati opću kvalitativnu ocjenu svih stranica u cjelini.

Ipak tri najveće TV kuće sa nacionalnom pokrivenošću znatno odskaču od ostalih, a očigledna su velika ulaganja kako u čitave Web timove tako i u napor da se na što bolji način predstave na Internetu kao novom mediju i time steknu što veći broj stalnih posjetitelja.

Promatrajući internet prezentacije ostalih TV kuća dobijam dojam da TV kuće imaju pogrešan pristup u svom predstavljanju na Internetu, velikom broju njih je jedina svrha postojanja internet prezentacije dokazati postojanje TV kuće, jer posjeduju samo kontakt informacije i marketing kontakt. Tu su također česti i nepotrebni sadržaji koji ne interesiraju prosječnog posjetitelja. U današnje vrijeme modernih tehnologija gdje Internet kao medij nadmašuje sve ostale medije takvo stanje je nedopustivo. Sa takvim stavom i nastupom, nemoguće je očekivati bilo kakav ozbiljan napredak i razvoj kao i zauzimanje značajnijeg mjesta na Internet tržištu. Međutim neke Internet prezentacije popravljaju dojam i daleko su ispred reputacije svojih TV kuća što ohrabruje i dokaz je kako potencijal postoji samo ga treba iskoristiti i uložiti dodatni trud.

Analize koje su rađene u svijetu pretpostavljaju da je Internet medij budućnosti koji će na neki način objediniti TV, radio i novine u jednu cjelinu, jer pruža sve pogodnosti koje ovi mediji pojedinačno nude. Već sada je Internet medij koji bogatstvom informacija nadmašuje sve ostale medije, a obiljem sadržaja može zadovoljiti svačiji ukus i potrebe.

9. POPIS LITERATURE I DRUGIH IZVORA

Primarna literatura:

- Briggs, A. i Burke, P. (2011) *Socijalna povijest medija - Od Gutenberga do Interneta*. Zagreb: Pelago; s engleskog preveo Marko Gregorić
- Matković, D. (1995) *Televizija igračka našeg stoljeća*. Zagreb: AGM.
- Perišin, T. (2010) *Televizijske vijesti*. Zagreb: Medijska istraživanja.
- Peruško, Z. (2011) *Uvod u medije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo
- Turković, H. (2008) *Narav televizije - Ogleđi*. Zagreb: Meandarmedia.

Sekundarna literatura:

- Castells, M., (2003) *Internet galaksija*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk; prijevod Neven Dužanec
- McLuhan, M. (2008) *Razumijevanje medija - mediji kao čovjekovi produžeci*. Zagreb: Golden marketing - Tehnička knjiga; s engleskoga preveo David Prpa; pogovor Nada Zgrabljic Rotar
- Novak, B., ur. (2006) *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: HRT i Masmedia.

Izvori s elektroničkih medija:

- MediaHUB (2013). *Analiza TV tržišta* [online] Zagreb: Agencija za elektroničke medije.
Dostupno na: http://www.e-mediji.hr/files/repozitorij/Analiza_TV_trzista.pdf
[13. lipnja 2016.]
- DVB-T Televizija novog doba: *Aktualno stanje DVB-T-a u Hrvatskoj* [online] Dostupno na: http://www.oiv.hr/broadcasting/terrestrial/dtv/dtv_hr.aspx [13. kolovoza 2016.]
- Gaković A. (2005). *Prisustvo medija na Internetu*. [online], Dostupno na: http://www.eposlovanje.org/diplomski/prisustvo_medija_na_internetu_televizija.pdf
[13. kolovoza 2016.]

Popović, M. (2002). *Prikaz nacionalnih parkova na Webu*. [online], Dostupno na: http://www.kartografija.hr/old_hkd/obrazovanje/diplomski/popovic/pocetna.htm [13. kolovoza 2016.]

Povijest CARNeta [online] Dostupno na: https://www.carnet.hr/o_carnetu/o_nama/povijest_carneta [13. kolovoza 2016.]

O HRT-u [online] Dostupno na: <http://www.hrt.hr/hrt/o-hrt-u> [13. kolovoza 2016.]

NovaTV *O nama* [online] Dostupno na: <http://novatv.dnevnik.hr/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

Zašto RTL [online] Dostupno na: <http://www.rtl.hr/rtl-hrvatska/posao-i-karijera/zasto-rtl/131978/zasto-rtl> [13. kolovoza 2016.]

SPTV *O nama* [online] Dostupno na: <http://www.sptv.hr/o-nama/misija> [13. kolovoza 2016.]

O CMC-u [online] Dostupno na: <http://cmc.com.hr/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

STV *O nama* [online] Dostupno na: <http://www.stv.hr/o-nama.html> [13. kolovoza 2016.]

OsječkaTV [online] Dostupno na: <http://osjecka.com/osjecka-tv> [13. kolovoza 2016.]

O SBTV-u [online] Dostupno na: <http://sbtv.hr/o-sbtv-u> [13. kolovoza 2016.]

VTV Televizija [online] Dostupno na: <http://www.vtv.hr/component/k2/itemlist/category/55-o-nama> [13. kolovoza 2016.]

Jabuka TV *O nama* [online] Dostupno na: <http://jabukatv.hr/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

Mreža TV *O nama* [online] Dostupno na: <http://mreza.tv/televizija/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

TV Istra *O nama* [online] Dostupno na: <http://www.tvistra.hr/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

TV Nova *O nama* [online] Dostupno na: <http://tvnova.hr/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

TV Jadran *O nama* [online] Dostupno na: http://www.tvjadrans.hr/09/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=54 [13. kolovoza 2016.]

TV Zapad *O nama* [online] Dostupno na: <http://www.zapad.tv/o-nama> [13. kolovoza 2016.]

POPIS TABLICA

Tablica 1. – Popis kanala sa zemaljskim emitiranjem

Tablica 2. – Tabelarni prikaz elemenata Internet prezentacija

Tablica 3. – Tabelarni prikaz sadržaja