

# Komparativna analiza naslova novinskih članaka u tiskanom i online izdanju

---

Jukić, Ivan

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:829179>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-01**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU

ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT

DIPLOMSKI STUDIJ MEDIJI I ODNOSI S JAVNOŠĆU

IVAN JUKIĆ

**KOMPARATIVNA ANALIZA NASLOVA  
NOVINSKIH ČLANAKA U TISKANOM I *ONLINE*  
IZDANJU**

DIPLOMSKI RAD

MENTOR:

izv. prof. dr. sc. Borko Baraban

SUMENTOR:

Tomislav Levak, predavač

Osijek, 2023.

**SAŽETAK**

Tema je ovoga diplomskog rada analiza i usporedba naslova jednakih tekstualnih sadržaja, odnosno novinarskih članaka, objavljenih u dnevnim novinama *24sata* i *Jutarnji list* te na internetskim portalima *24sata* i *Jutarnji list*. Cilj je rada bio istražiti sličnosti i razlike između digitalnog i tiskanog novinskog sadržaja te utvrditi obilježja korištenih naslova.

U teorijskom dijelu rada ukratko su predstavljeni pojmovi novina i novinarstva te pojava konvergencije medija, s posebnim naglaskom na *online* novinarstvo i vrste naslova koji se mogu uočiti u tiskanim i internetskim novinskim izdanjima. U istraživačkom dijelu rada korištene su metode analize sadržaja i komparativne analize. Analize su pokazala kako naslovi u tiskanim izdanjima, protivno prethodnim pretpostavkama, najčešće ipak nisu kreirani u skladu s pravilima novinarske struke. Naslovi u tiskanom izdanju *24sata* i na njihovom internetskom portalu, korišteni za predstavljanje istoga medijskog sadržaja, većinom su gotovo identični. U slučaju dnevnog lista i portala *Jutarnji list* naslovi se međusobno uglavnom razlikuju i manje su senzacionalistički u odnosu na *24sata*. Zaključuje se kako su naslovi novinarskih članaka na internetskim portalima u pravilu dulji, detaljniji i otkrivaju više informacija u odnosu na one u dnevnim novinama, ali su skloniji senzacionalističkom pristupu u svrhu privlačenja čitatelja, odnosno njihovih „klikova“, radi ostvarivanja zarade.

**Ključne riječi:** internetski portali, „klikovi“, naslovi, novine, novinarstvo, senzacionalizam, tisak

## ABSTRACT

The topic of this master's thesis is the analysis and comparison of headlines above identical textual content, specifically newspaper articles published in the daily newspapers "24sata" and "Jutarnji list," as well as on the websites of "24sata" and "Jutarnji list." The objective of the study was to investigate the similarities and differences between digital and print news content and to determine the characteristics of the headlines used.

In the theoretical part of the thesis, concepts of newspapers and journalism are briefly introduced, along with the phenomenon of media convergence, with a particular focus on online journalism and the types of headlines that can be observed in print and online newspaper editions. In the research part of the thesis, content analysis and comparative analysis methods were employed. The analyses revealed that headlines in print editions, contrary to previous assumptions, are most often not created in accordance with journalistic standards. Headlines in the print edition of "24sata" and on their website, used to present the same media content, are mostly almost identical. In the case of the daily newspaper and website "Jutarnji list," headlines mostly differ from each other and are less sensationalistic compared to "24sata." It is concluded that headlines of newspaper articles on online portals are generally longer, more detailed, and reveal more information compared to those in daily newspapers, but they are more inclined towards a sensationalistic approach to attract readers or their "clicks" for the purpose of revenue generation.



**Keywords:** „clicks“, headlines, internet portals, newspapers, press, print, sensationalism

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU AKADEMIJA  
ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

**IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI**

kojom ja Ivan Jukić potvrđujem da je moj diplomski rad pod naslovom *Komparativna analiza naslova novinskih članaka u tiskanom i online izdanju* te mentorstvom izv. prof. dr. sc. Borka Barabana i sumentorstvom Tomislava Levaka, predavača, rezultat isključivo mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio završnog rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranog rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga završnog/diplomskog rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanove.

U Osijeku, \_\_\_\_\_

Potpis

---

# SADRŽAJ

<b>1. Uvod.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Novine i novinarstvo .....</b>	<b>2</b>
1. <i>Pojam novina .....</i>	2
2. <i>Novinarstvo kao profesija .....</i>	3
<b>3. Konvergencija medija u novinarstvu .....</b>	<b>5</b>
3.1. <i>Online novinarstvo i novine u digitalnom dobu.....</i>	6
3.2. <i>Sličnosti i razlike između tiskanih novina i internetskih portala .....</i>	8
3.3. <i>Vrste naslova u tiskanom i internetskom izdanju novina .....</i>	11
<b>4. Analiza i usporedba naslova novinskih članaka u tiskanom i online izdanju – 24sata i Jutarnji list.....</b>	<b>13</b>
4.1. <i>Metodologija i cilj istraživanja .....</i>	14
4.1.1. <i>Odabrane dnevne novine i internetski portali .....</i>	15
4.2. <i>Rezultati istraživanja .....</i>	16
4.2.1. <i>Kategorizacija analiziranih naslova novinskih članaka .....</i>	30
4.2.2. <i>Analiza odabranih naslova novinskih članaka .....</i>	32
4.3. <i>Rasprava .....</i>	42
<b>5. Zaključak .....</b>	<b>43</b>
<b>6. Literatura i izvori .....</b>	<b>44</b>
<b>7. Popis slika.....</b>	<b>46</b>

## 1. Uvod

Od početaka novinarstva i novinstva sve do dolaska digitalnog doba i razvoja internetskih portala naslovi novinskih članaka imali su jednu od ključnih uloga u informiranju te poticanju interesa publike za čitanje sadržaja. S druge strane, zbog globalizacije i razvoja tehnologije te pojave digitalnih platformi vijesti iz jednog kraja svijeta na drugi stižu u samo nekoliko trenutaka. To daje prednost korištenju internetskih portala, odnosno elektroničkog izdanja novina, u odnosu na dnevni tisak koji zbog svoje specifičnosti nema tu mogućnost kao niti opciju stalnog ažuriranja dnevnih novosti. U suvremenom medijskom okruženju i dalje traje borba na tržištu za kupnju novina te dobivanje „klikova“ na portalu pa se tako unatoč velikoj konkurenciji na tržištu uvode i digitalne pretplate za određeni sadržaj na portalima. Sve to dovelo je do toga da vijesti moraju biti postavljene na portal što prije iako nisu provjerene, a naslovi medijskih sadržaja nerijetko moraju biti „bombastični“ u svrhu privlačenja velikoga broja čitatelja, kako na portalu tako i na društvenim mrežama. Zašto su naslovi novinskih članaka često senzacionalistički? Zašto oni u pravilu privlače više čitatelja nego naslovi u skladu s pravilima struke? Kreiraju li se takvi naslovi samo kako bi se ostvario veći profit na tržištu? Za davanje odgovora na ova i slična pitanja potrebne su detaljnije analize i praćenje trendova, što se mnogo lakše može provesti u digitalnom obliku, odnosno u slučaju internetskih izdanja. Naime, kada je riječ o tiskanim novinskim izdanjima, izdavači i urednici najčešće ne znaju na kojoj se stranici čitatelj najviše zadržao i što ga je zaintrigiralo pa se odlučio na kupnju novina.

Ovaj rad analizira dvije konkurentne nacionalne medijske kuće u Hrvatskoj s naglaskom na naslove istih sadržaja u novinama koje svakodnevno izlaze te portala koji naslove korigira iz minute u minutu. Cilj provedenoga istraživanja bio je analizirati naslove novinskih članaka s naslovnih stranica dnevnih novina *24sata* i *Jutarnji list* te usporediti s onima koji su objavljeni na njihovim internetskim portalima kako bi se utvrdilo jesu li naslovi na portalima najčešće jednaki ili se razlikuju te koliko se razlikuju u odnosu na dnevne novine. Također, željelo se utvrditi jesu li naslovi novinskih članaka na portalima više senzacionalistički u odnosu na dnevne novine te u kojoj se mjeri koriste tzv. *clickbait* naslovi, odnosno naslovi koji svojim rečeničnim konstrukcijama čitatelje mame na „klikanje“.

## **2. Novine i novinarstvo**

Prema Mihoviloviću (2007: 28), tehnologija je uvijek igrala veliku ulogu u razvoju medija, a budući da se tehnologija sada razvija brže nego ikad prije, brže se razvijaju i mediji. Kako se razgranjuje tehnologija tako se razgranjuju i mediji. Danas postoje četiri različite tehnološke medijske platforme pa tako i četiri medijske grane: tisak, radio, televizija i internet. Te se četiri platforme u svojem načinu operiranja dosta razlikuju, ali imaju i mnogo toga zajedničkog. Njihova je glavna zadaća informiranje društva o događajima koji se zbivaju oko njih (Bešker i Obad, 2002: 29). Jukka i Kaale (2010: 56) pak ističu kako je jezgra medija novinarstvo, ali se proteže na zabavu i umjetnost, kao i na obrazovanje i poslovanje. Funkcije su medija obrazovanje, informiranje i zabava, dok društveni i ekonomski doprinosi razvoju medija ovise o prirodi sadržaja na medijskoj platformi po izboru. Kako Inoslav Bešker piše u knjizi *Istraživačko novinarstvo*, samo je novinarstvo djelatnost prikupljanja i ažurnog objavljivanja istinitih informacija o događajima i trendovima koji su pojedincu važni za orijentiranje i, eventualno, odlučivanje u njegovoj društvenoj zajednici (Bešker i Obad, 2004: 16).

### **1. Pojam novina**

Novine su periodične publikacije koje sadrže pisane informacije o aktualnim događajima i često su ispisane crnom tintom s bijelom ili sivom pozadinom. Novine mogu pokrivati širok raspon područja kao što su politika, posao, sport, umjetnost i znanost. Često uključuju materijale kao što su kolumne mišljenja, vremenske prognoze, recenzije lokalnih službi, osmrtnice, obavijesti o rođenju, križaljke, uredničke karikature, stripovi i kolumne sa savjetima (Tomić, 2021). Prema Turrowu (2011), novine su tiskani proizvodi koji se stvaraju redovito (tjedno ili dnevno) i izdaju se u više primjeraka. Quinn (2005) kao prednost ističe da su novine prenosive i fleksibilne te daju čitateljima priliku da uđu u detalje o temi i otkriju stvari o kojima nisu znali. Ako čitatelj posjeduje dostatan stupanj obrazovanja, lako ih je čitati i snalaziti se. Novine imaju sposobnost pružiti refleksivan i analitički način komentara koji nedostaje u većini drugih medija. Prema definiciji Turrowa (2011), novine nisu postojale prije nego što je Johannes Gutenberg izumio tiskarski stroj sredinom 1400-ih i, iako je to omogućilo proizvodnju novina, posjedovanje

tehničkih sredstava za to nije odmah rezultiralo eksplozijom novinskog izdavaštva. Gutenbergova tiskara počela je tiskati 1453. godine, a prve novine na engleskom jeziku pojavile su se oko 1620. godine. No, da bi novine opstale na tržištu, moraju ostvariti profit. Svaki posao, da bi bio profitabilan, mora prodavati neku robu ili uslugu i na tome zarađivati. Roba koju novine prodaju su informacije, a ključna stvar u tome kakva će biti prodaja i profit nekih novina jest kolika je zainteresiranost čitatelja za te novine i za informacije koje one objavljuju (Mihovilović, 2007: 23). No, kako smatra Malović (1995: 4) profesionalni novinarski rad potvrđuje se na tržištu jer kupci odlučuju jednostavnim činom kupnje novina je li uređivačka politika lista ono što oni prihvaćaju ili nije. Ako je list neobjektivan, navijački ili laže, kazna je brza i neminovna. List propada na tržištu.

## **2. Novinarstvo kao profesija**

Novinarstvo se definira kao zanat prikupljanja, obrade, sortiranja i objavljivanja informacija, u funkciji javnog interesa definiranoga ljudskim pravom na obuhvatnu, ažurnu i, prije svega, točnu informaciju (Bešker i Obad, 2004: 20 – 21). Prema Stjepanu Maloviću (1995: 4) novinar je svojevrsna savjest društva, osoba koja istražuje i ukazuje na negativnosti, razotkriva nepravilnosti, ističe dobro i, prije svega, izvješćuje zbivanjima. No, novinar nije nadčovjek, nije netko iznad i izvan društva, već je pripadnik jedne profesije koja djeluje u sklopu financijski vrlo snažnog, ali i profitabilnoga posla, podložnog krutim zakonitostima tržišta. Budući da se novinarstvo dosta razlikuje od države do države, različita su iskustva sa školovanjem novinara u svijetu. U knjizi *Profesionalni novinar* Mihovilović (2007: 266) ističe kako postoje značajne razlike u školovanju novinara u raznim dijelovima svijeta jer postoji nekoliko pristupa školovanja novinara. Prema Mihoviloviću (2007), Hrvatskoj treba sasvim drukčiji studij novinarstva od onoga što se do sada nudilo. Iz novinarske prakse zna da mladi ljudi koji ulaze u novinarske redakcije trebaju znati što više o svijetu u kojem žive, trebaju znati barem osnovne stvari o tome kako funkcioniraju mediji te kako su se razvijali i moraju imati što bolju i izdašniju praksu u radu u bilo kakvom mediju tijekom studija (Mihovilović, 2007: 272). Naučiti novinarstvo moguće je, ali kombinirajući nauk i vježbu. Ono je vrsta posla koja se teže u praksi,

radeći, stječući umijeće vježbom. Nauk pritom sigurno pomaže, u novinarstvu više nego u tesarstvu, odnosno ne manje nego u matematici (Bešker i Obad, 2004: 21). Glavna funkcija novinarstva jest informiranje, a ono mora biti ažurno, objektivno, uravnoteženo i privlačno. Ažurnost se u ovom kontekstu odnosi na objavljivanje informacija odmah po njihovoj provjeri i pripremi. Dakle, s točnim i provjerenim informacijama nikada ne treba čekati, osobito ako se to radi razmišljajući kome bi one mogle naštetiti ili koristiti. Objektivnost nalaže da priča mora biti ispričana u cijelosti, bez izostavljanja elemenata i bez favoriziranja. Događaju o kojem se izvještava mora se dati upravo onoliki značaj koliki ima, bez napuhivanja ili ublažavanja priče, što objašnjava uravnoteženost. Kao što svaka roba na tržištu mora biti privlačna kupcu, tako i informacija mora privlačiti medijskog korisnika. To se najbolje postiže zanimljivošću i kvalitetom te analiziranjem ciljane publike. Profesionalna načela ne smiju se zanemarivati, no kako smatra autor, postoje i iznimke, kao što su ažurnost pred točnošću. No, u pravilu je bolje točnu i provjerenu informaciju objaviti kasnije, nego što prije objaviti nešto neprovjereno, neutemeljeno i netočno (Bešker i Obad, 2004: 29 – 30).

U svijetu digitalizacije i globalizacije, informacije se s jednog kraja svijeta u drugi prenose za nekoliko sekundi, a to se odrazilo i na cijelu struku. U današnje vrijeme sve je manje istraživačkih novinara. Novinarsko istraživanje dobiva na važnosti osobito u tiskanim novinama, a poglavito u tjednicima te periodicima s još duljim intervalom. Naime, televizijske i radijske informativne emisije, a odnedavna i televizijski mediji, sve se jasnije iskazuju kao pogodna sredstva za neposrednu, ali nužnu površnu obavijest – pa se novinarska istraživanja u tiskanim medijima pojavljuju kao primjeren odgovor na težnje onih korisnika koji žele znati više i potpunije (Bešker i Obad, 2004: 26 – 27). Istraživački novinari u priču ulaze detaljnije kako bi doznali nešto što se pokušava sakriti, a ima velik javni interes. Autori knjige *Istraživačko novinarstvo* navode da je uzrok tome zato što novinari u Hrvatskoj malo istražuju i zato što oko ideje i instrumentarija istraživačkog novinarstva vlada pojmovna zbrka; nije to što nema talentiranih ili zainteresiranih, nego je uzrok u organizaciji redakcije. Mnogi urednici očekuju velika novinarska otkrića u jednom, dva ili najviše tri radna dana (Bešker i Obad, 2004: 11). Istraživačke priče zamijenile su površne informacije. Danas se mnogo govori o tabloidima, o tabloidizaciji novinarstva i to kao da je riječ o nekoj lošoj pojavi, što je sasvim pogrešno.

Takozvana tabloidizacija novinarstva sasvim je prirodan trend u dijelu novina, u skladu s potrebama i navikama njihovih čitatelja. Niti su tabloidi nešto loše sami po sebi, niti je tabloidizacija novinarstva nešto loše, pod uvjetom da se to obavlja po pravilima struke i po specifičnim pravilima koja vladaju u takvoj vrsti novina (Mihovilović, 2007: 214).

### **3. Konvergencija medija u novinarstvu**

Iako se čini da ga moderne tehnologije potiskuju, guše pa čak i uništavaju, čemu bi trebao biti dokaz globalni pad naklada novina, tisak, dakle, tiskani mediji, novine otisnute na papiru, ostaju i dalje ključna, najvažnija grana novinarstva jer od novina sve počinje, one i danas diktiraju profesionalne novinarske standarde, te najkompletnije dubinski informiraju javnost (Mihovilović, 2007: 29). Neki od načina na koje se tiskano novinarstvo nosilo s novonastalom situacijom i padom popularnosti tiskanih medija bili su dugački članci, s dubljom analizom određenog događaja te uvođenje senzacionalističkih tema. Ljudi su sve manje čitali novine jer su osnovnim informacijama o događajima u svijetu lakše pristupali preko radija pa su novine morale analitičkim člancima, u kojima se detaljnije priča o događaju te koji daju njegovu pozadinu i povezuju ga s prijašnjim događanjima, vratiti svoje čitatelje. S druge strane, neke su novine ovaj problem odlučile riješiti senzacionalističkim temama, čime je započela takozvana „era tabloida“ (Kovach i Rosenstiel, 2010: 28). Zgrabljic-Rotar (2017: 64) smatra da su digitalizacija i nova komunikacijska tehnologija rezultirali raznolikošću medija i medijske komunikacije. Konvergirani tradicionalni masovni mediji, koji su nastali na internetu kao novoj univerzalnoj platformi, koji su donijeli promjene u medijski sustav su novinski portali, radio na zahtjev i televizija na zahtjev. Svi nabrojani mediji omogućuju publici povratnu komunikaciju upućenu medijima. Međutim, specifičnost je kod njih ta da oni još uvijek sadrže komponente masovnih medija kao što su zakonska regulacija, uredništvo i periodičnost proizvodnje medijskog sadržaja za publiku, a opstaju zbog publike ili oglašavanja i/ili sličnih financijskih izvora. Također, ono po čemu su konvergirani tradicionalni masovni mediji karakteristični jest



oblik komuniciranja, a to je oblik „jedan prema mnogima“. Ne tako dugo nakon pojave radija i televizije, novinarstvo je potresao još jedan veliki izum – internet. Internet je rođen 60-ih godina prošlog stoljeća, a njegova šira uporaba započela je pojavom *World Wide Weba* 1990. godine. Tog je trenutka ono dotad nezamislivo postalo moguće. Bilo kakve poruke, dokumenti, zvučni ili video zapisi te fotografije putovale su brzinom munje. Sve je to bilo moguće uz, za prosječnog čovjeka, prihvatljivu cijenu. Internet je, u krajnjem slučaju, omogućio svakom pojedincu s mobitelom ili računalom, da sa širom javnosti podijeli neku vijest (Boyd, 2002: 547 – 548). Transformacija medija ubrzava se u 21. stoljeću kao posljedica digitalizacije sadržaja i njegove globalne distribucije preko digitalnih platformi do digitalnih uređaja. Digitalna transformacija nadopunjuje tradicionalne modele i platforme te mijenja distribuciju i proizvodnju sadržaja novim uređajima (Locksley, 2009: 2). Prema Livingstoneu i Bovillu (1999.), jedina opcija koju je masovna publika imala bila je odabrati koji će kanal gledati ili slušati i koliko će gledati, ali sve je bilo ograničeno na to. Uvođenjem novih medija moguće je birati i kontrolirati medijske sadržaje.

### **3.1. *Online* novinarstvo i novine u digitalnom dobu**

*Online* novinarstvo zaseban je oblik novinarstva jer se ostvaruje putem interneta kao medija, a samim time ima neke posebnosti u načinu prezentacije sadržaja i rutinama rada (Brautović, 2011: 11). Pojam *online* novinarstva vrlo je širok, obuhvaća različite oblike novinskih sadržaja na internetu, od jednostavnog prebacivanja klasičnog sadržaja novina s papira na *web-site* do inovativnih novih oblika pisanja isključivo za internet, kao što su to moderni blogovi. *Online* novinarstvo vrlo je mlado. Za njegov početak obično se uzima 1994. godina, kada je redakcija lokalnog lista *The News And Observer* iz grada Raleigha u američkoj državi Sjevernoj Karolini odlučila svoje glavne vijesti staviti na internet, ali ih stalno nadopunjavati i ažurirati kako su dolazile nove informacije (Mihovilović: 2007: 233). S pojavom interneta ljudi su izrazili zabrinutost za tradicionalne medije te su smatrali kako novinarstvo izumire. Mnogi vjeruju da kultura kakva je postojala brzo prelazi u većinom digitalni svijet (Sullivan, 2012). Stjepan Malović navodi kako je najmlađi masovni medij pravo čudo jer se razvija u golemim skokovima, a kraj mu se još ne naslućuje. To je istodobno i najslobodniji medij jer nije nadziran, pa svatko

može vrlo jednostavno i jeftino pokrenuti svoju web stranicu i javno djelovati (Malović, 2005: 337). S druge strane, Biagi (2012) smatra kako su internetski mediji postali novi masovni medij, kao i integrirani sustav isporuke za tradicionalne tiskane, audio, video i interaktivne medije. Novinske organizacije razmišljaju o načinima proizvodnje vijesti na različite načine i pokušavaju osigurati da vijesti koje proizvode budu najprikladnije za publiku svakog medija ili formata koji se koristi za distribuciju vijesti. Mihovilović tvrdi kako najmlađa medijska informativna platforma jest internet, koji se snažno razvija, a kuda će taj razvoj ići nemoguće je predvidjeti, pa nije moguće procijeliti niti kako će se razviti internetsko *online* novinarstvo. Internet je snažan i privlačan medij jer može ujediniti najbolje od svih triju medijskih platformi nastalih prije njega (Mihovilović, 2007: 30). Digitalizacijom je došlo do novog svijeta medija, ali i odnosa između medija i publike. No, prema sredstvima masovne komunikacije, odnosno prema načinu prijenosa medijskih sadržaja, imamo elektroničke i tiskane medije, a zatim i internet kao posebnu vrstu medija, novih medija (Peruško, 2011: 16). U Hrvatskoj se prema zakonu internet ne definira kao masovni medij, nego se spominje kao elektronička publikacija (Jurišić, 2007: 108).

Prema Jamesu G. Stovallu, internetsko novinarstvo nudi neposrednost koju klasični mediji ne mogu postići i to kroz: raznovrsnost, širenje, kvalitetu i kontekst. Za pojam raznovrsnosti navodi kako je u internetskom novinarstvu najvažnije da su priče obrađene na takav način da se nude velikom broju različitih ljudi i mnogo događaja vezanih za temu. Za širenje smatra kako internet ima sposobnost arhiviranja i ponovnog prikaza informacija. Kad nove informacije o nekom slučaju postanu dostupne, njima se samo dopunjuju prethodne informacije. Time se korisnicima pruža mogućnost cjelovitog informiranja ako su neku informaciju propustili. Nadalje, za kvalitetu navodi da se eventualne pogreške u internetskom novinarstvu mogu vrlo lako ispraviti te nanovo objaviti ispravnu informaciju. Internet omogućuje davanje cijelog konteksta određenoj temi u trenutku događaja, što je posebno važno pri izvještavanju uživo (Stovall, 2004 cit. prema Brautović, 2011: 44 – 45). Unatoč svemu, funkcija novinara uglavnom je ostala nepromijenjena čak i uz promjene trendova u novinarstvu. Poboljšanja tehnologije također su pridonijela porastu očekivanja publike. Više nije dovoljno otići na mjesto događaja i zabilježiti neke bilješke i napisati priču. Publika sada očekuje fotografije s mjesta događaja ili izravan prijenos s mjesta događaja (Craig, 2005). Podaci o publici iz izvješća Merrill Brown (2005) za *Carnegie*

*Corporation* iz New Yorka o promjeni digitalnih medija pokazali su zabrinjavajuće podatke za koje se smatralo da su alarmantni za održivost novina. Iako su lokalne televizije možda najpristupačniji izvor vijesti za ljude između 18 i 34 godina, internetski portali brzo su postali njihovo omiljeno odredište za vijesti. Čak 44 posto ispitanika istraživanja reklo je da portal koristi svaki dan za vijesti, u usporedbi sa samo 19 posto ljudi koji svakodnevno koriste tiskane novine. Projekcija za sljedeće tri godine nakon istraživanja pokazala je da će sve više ispitanika koristiti internet kako bi se informiralo, dok samo 8 posto vjeruje da će koristiti tradicionalne novine (Stuart, 2010). Stuart (2010) dodaje i kako mladi ljudi najviše traže vijesti koje se stalno ažuriraju jer žele saznati cijelu pozadinu priče koja se iznosi u medijima, žele čitati o vijestima koje mogu utjecati na njihov svakodnevni život. Brautović kao glavnu prednost novih medija u odnosu na klasične medije vidi u tome što u *online* svijetu ne postoje vremenska i prostorna ograničenja, što nije slučaj u tiskanim izdanjima i televiziji. U vrijeme globalizacije internet je omogućio da nekoliko trenutaka nakon događaja ili u stvarnom vremenu objave sadržaj. No, glavni je problem sama isporuka informacije jer, da bi se do informacije došlo, potrebno je posjedovati računalo ili mobilni uređaj s vezom na internet kako bi se pristupilo sadržajima na web stranicama (Brautović, 2011: 11).

### **3.2. Sličnosti i razlike između tiskanih novina i internetskih portala**

Čitatelj odlučuje hoće li kupiti novine, ne samo zbog navike ili naslovne stranice, nego i zbog ostalog sadržaja. No, često naslovna stranica u novinama ima ključnu ulogu kod kupnje, dok su za ulazak u sadržaj na portalu najviše važni naslov i fotografija vezana za sadržaj. Internetski portali i tiskane novine dvije su vrste novina među kojima postoje sličnosti i razlike. Internetski portali imaju svoje prednosti. Jedna od prednosti je što se vijesti mogu ažurirati vrlo brzo. S druge strane, ažuriranje najnovijih vijesti nije moguće u slučaju tiskanih novina. Drugim riječima, čitatelj mora čekati još jedan dan da dobije najnovije vijesti. To je razlog zašto internetski portali postaju sve popularniji (Tomić, 2021). Prema Mihoviloviću, već na početku pri prebacivanju novinskih informacija na internet zamijećene su dvije tendencije. Dio novinskih i drugih informativnih kuća na internetu samo je radio puku kopiju vlastitog sadržaja iz novina

na papiru te ga inovirao onako često kao što su novine na papiru izlazile. No, drugi su se ponašali mnogo ambicioznije te su na svojim stranicama počeli objavljivati nove informacije i sadržaje kako su oni dolazili u redakciju, neovisno o tome kada će novine na papiru izaći. Tako su se prvi internetski portali počeli odvajati od svojih matičnih medija, a potom su se počeli pojavljivati i internetski portali s vijestima koji nisu bili podružnice nekih postojećih medija, nego su djelovali sasvim autonomno, po internetskim pravilima (Mihovilović, 2007: 233).

Tomić (2021) navodi kako su tiskani mediji oblik masovnih medija, kako naziv sugerira da se vijesti ili informacije dijele putem tiskanih publikacija. Tiskani mediji najstariji su način razmjene informacija/vijesti. U tiskanim se medijima vijest ili informacija objavljuje u tiskanom obliku, a zatim se pušta u javnost što je ugodnije za čitanje. Za Brautovića, arhiva je velika prednost *online* medija. On smatra kako je nemoguće na internetu ne pronaći neku informaciju jer se prikazuje velika količina informacija u bilo kojem trenutku. Na njemu su smještene cjelokupne enciklopedije, arhivski podaci, sudske odluke, katastarski podaci, različiti registri i dr. Međutim, na njemu se nalazi i niz nepotrebnih informacija. Kako bismo pronašli ono što nas zanima, koristimo se tražilicama koje omogućuju pretraživanje na temelju ključnih riječi (Brautović, 2011: 50 – 51).

Prednosti tiskanih medija (Tomić, 2021):

- Opipljivost: tiskani mediji nude fizičku kopiju sadržaja koju čitatelji mogu držati i čitati kad im odgovara,
- Vjerodostojnost: tiskani mediji, kao što su novine i časopisi, smatraju se vjerodostojnijima od elektroničkih medija zbog rigoroznog procesa provjere činjenica kojem prolaze,
- Ciljana publika: tiskani mediji mogu se usmjeriti prema određenim demografskim skupinama, što tvrtkama olakšava dosezanje ciljane publike,
- Dulji vijek trajanja: tiskani mediji imaju dulji vijek trajanja od elektroničkih jer se mogu pohraniti dulje vrijeme i mogu se čitati više puta.

Nedostatci tiskanih medija (Tomić, 2021):

- Ograničeni doseg: tiskani mediji imaju ograničen doseg jer se distribuiraju samo na određene lokacije i onima koji kupe ili se pretplate na publikaciju,
- Trošak: proizvodnja medija za ispis može biti skupa jer uključuje troškove ispisa, distribucije i skladištenja,
- Vremenska ograničenja: tiskani mediji imaju duži proizvodni ciklus jer je potrebno vrijeme za pisanje, uređivanje, ispis i distribuciju sadržaja.

Digitalno novinarstvo oblik je masovnih medija u kojemu se vijesti ili informacije dijele putem elektroničkih medija. Digitalno je novinarstvo napredno sredstvo dijeljenja informacija/vijesti. U elektroničkim medijima, vijesti ili informacije učitavaju se ili emitiraju, a zatim se mogu pogledati putem elektroničkih medija koji su gledateljima prihvatljiviji (Stephens, 2017).

Prednosti digitalnog novinarstva (Tomić, 2021):

- Širi domet: digitalno novinarstvo ima širi domet od tiskanih jer mu se može pristupiti bilo gdje u svijetu putem internetske veze,
- Interaktivnost: digitalno novinarstvo omogućuje veću interaktivnost s publikom, poput komentara, dijeljenja na društvenim mrežama i prijenosa uživo,
- Isplativi: digitalno novinarstvo često je jeftinije za proizvodnju i distribuciju od tiskanih medija,
- Ažuriranja u stvarnom vremenu: digitalno novinarstvo može se ažurirati u stvarnom vremenu, što ga čini idealnim za najnovije vijesti i događaje uživo.

Nedostatci digitalnog novinarstva (Tomić, 2021):

- Kratak vijek trajanja: digitalno novinarstvo ima kraći vijek trajanja od tiskanog jer sadržaj može brzo zastarjeti ili biti zakopan u moru drugog digitalnog sadržaja,
- Pitanja vjerodostojnosti: zbog lakoće proizvodnje i distribucije elektroničkih medija, postoji zabrinutost oko vjerodostojnosti informacija koje se prezentiraju,
- Fragmentacija publike: uz toliko dostupnih elektroničkih medija, poduzećima može biti teško učinkovito ciljati ciljanu publiku,
- Ometanje: digitalno novinarstvo može biti ometanje jer korisnici mogu biti u iskušenju prebacivanja između različitih web stranica, aplikacija i platformi društvenih medija, umjesto da se usredotoče na jedan dio sadržaja.

Prema Tomiću (2021), sličnosti digitalnog novinarstva i tiskanog medija jest u tome što: oboje pružaju način priopćenja informacije široj publici, koriste se u marketinške i reklamne svrhe, nude slične formate za predstavljanje informacija, kao što su tekst, slike i video zapisi, zahtijevaju stvaranje sadržaja od strane pisaca, urednika i drugih kreatora sadržaja. Nadalje navodi, oba imaju potencijal utjecati na javno mnijenje i oblikovati društveni diskurs, mogu se koristiti u zabavne i obrazovne svrhe, mogu se unovčiti putem pretplata, oglašavanja ili drugih izvora prihoda i oba zahtijevaju korištenje tehnologije, bilo da se radi o tiskarskim strojevima ili digitalnim uređajima.

### **3.3. Vrste naslova u tiskanom i internetskom izdanju novina**

Novinski naslov ima za cilj privući pozornost čitatelja. On mora biti kratak, ravan, pozitivan, narativan, osoban, aktivan, radan i intrigantan. Mnogo je to zahtjeva za sklop od samo nekoliko riječi, od kakvog je obično sastavljen naslov. Nisu svi ti zahtjevi obavezni za svaki naslov, ali je dobro da ih se urednik ipak u većini drži (Mihovilović, 2007: 201).

Ono po čemu se novinarski stil razlikuje od svih ostalih funkcionalnih stilova (znanstveni, administrativno-poslovni, novinarsko-publicistički, književno-umjetnički i razgovorni) jesu, između ostaloga, i naslovi. Njihova je uloga takva da vrlo često samo o njima ovisi hoće li se novine pročitati. Zato se i opremaju tako da privuku čitatelja: posebnim pismom, na posebnu (udarnu) mjestu, s ključnim riječima (napisa), s riječima ekspresivna značenje, s karakternim rečenicama i interpunkcijskim znakovima i tako dalje (Silić, 2006: 89). Važno je razlikovati naslove koji se nalaze na portalima i one koji su nalaze na naslovnici portala i sadrže poveznicu na članak te one koji su u samom članku i nemaju poveznicu. Prema Siliću, naslovi se dijele u tri kategorije. Po svom sadržaju i po načinu na koji je taj sadržaj ostvaren dijelimo ih na nominativne, informativne i reklame (Silić, 2006: 89). Svaki od njih ima svoju značajku. Tako nominativni naslovi u središtu imenuju sadržaj, pa u njima glavnu ulogu imaju imenice i pridjevi. Informativni naslovi prenose sadržaj, u njima glavnu ulogu imaju glagoli, glagolski oblici, glagolska vremena, upitne riječi i načini prijenosa vijesti o sadržaju (prvenstveno) rečeničnim znakovima (često i bez njih). Reklamni naslovi nude sadržaj, pa u njima glavnu ulogu imaju poticajne (sugestivne) riječi, poticajna sredstva (različitih karaktera) i načini iskazivanja poticajnosti (imperativi, upitnici, uskličnici, crtice i tako dalje) (Silić, 2006: 90). Na internetskim portalima novinski naslovi mogu se mijenjati iz minute u minutu. Brautović smatra kako je upravo to nedostatak jer zbog lagane izmjene ne postoji kontrola informacija kao u tradicionalnim medijima te se stoga i obradi informacija ne pridaje tolika pozornost (Brautović, 2011: 45). Internetski portali često imaju članke uživo gdje sadržaj prate i objavljuju iz minute u minutu, stoga se i naslov često mijenja.

Neizostavni su i *clickbait* naslovi koji su sve češći na internetskim portalima kako bi se povećala čitanost nakladnika. Smatra se kako takvi naslovi ne daju konkretnu informaciju već tehnikama mame čitatelja da klikne na sadržaj (Rony i sur., 2017: 232). Prema Silićevoj osnovnoj podjeli i njihovim obilježjima, *clickbait* naslovi ponajprije bi pripadali u kategoriju reklamnih naslova. Smatra se da takvu tehniku koriste tabloidi. Pri opremanju tekstova u tabloidima postoje, također, specifična pravila. Naslovi moraju biti što kraći kako bi se mogli ispisati što većim slovima. U naslovima su dopuštene kojekakve jezične ekshibicije, ako su efektne, duhovite i plijene pozornost. Po mogućnosti naslov treba biti vezan uz osobu. Oprema mora sugerirati

čitatelju da je ono što će on u tekstu pročitati senzacionalno (Mihovilović, 2007: 216). Često se takvi naslovi nazivaju i senzacionalistički naslovi.

#### **4. Analiza i usporedba naslova novinskih članaka u tiskanom i *online* izdanju – *24sata* i *Jutarnji list***

Analizom dnevnih novina *24sata* i *Jutarnji list* te internetskih portala *24sata* i *Jutarnji list*, odnosno internetskoga izdanja navedenih novina utvrdit će se postoje li i u kojoj mjeri razlike



između naslova u tiskanom i *online* izdanju, za identičan medijski sadržaj, odnosno novinske članke. Sadržaj je analiziran od 1. lipnja 2023. do 30. lipnja 2023. godine.

#### **4.1. Metodologija i cilj istraživanja**

**Predmet** ovog istraživanja jest promatranje i analiza novinskih članaka u tiskanom i *online* izdanju *24sata* i *Jutarnjeg lista*. Tijekom 30 dana kontinuirano su promatrani odabrani portali i dnevne novine koje su, prema podacima Agencije za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN, 2023) najprodavanije novine u Hrvatskoj, a imaju različitog izdavača – Styria Grupu (*24sata*) i Hanza Media Grupu (*Jutarnji list*). Njihovi internetski portali, odnosno *online* izdanja, ujedno su i u vrhu nacionalnih portala. Odabrani članci za analizu su oni koji su u razdoblju analize bili na naslovnica dnevni novina i pripadali su u kategoriji novosti (*news*), dakle koji su se bavili društvenim, političkim i gospodarskim pitanjima. Ujedno, to su i najzastupljenije teme na portalima i naslovnica dnevni novina. Tijekom 30 dana analizirano je ukupno 120 novinskih naslova objavljenih na naslovnica tiskanom i *online* izdanju navedenih novina.

**Cilj** je istraživanja bio analizirati i usporediti aktualne naslove koji su zastupljeni na naslovnica tiskanih i *online* izdanja odabranih dnevni novina te utvrditi jesu li naslovi na internetskim portalima *clickbait* ponajprije zbog postizanja više „klikova“ na objavu, što se u novinama ne može postići. Također, željelo se utvrditi jesu li naslovi novinskih članaka u tiskanom i *online* izdanju jednaki ili se razlikuju te koliko se razlikuju naslovi u *24sata* i *Jutarnjem listu*. Istraživanje će pokušati dokazati da se naslovi istih novinskih članaka u tiskanom i internetskom izdanju razlikuju te da u tiskanom izdanju u novinskim člancima prevladavaju informativni naslovi, dok se u internetskom izdanju primarno koriste senzacionalistički naslovi, odnosno reklamni i *clickbait* naslovi koji povećavaju čitanost portala. Razdoblje od 1. do 30. lipnja 2023. godine odabrano je jer se u tom mjesecu na nacionalnoj razini dogodilo nekoliko velikih i važnih događaja, a koji su bili snažno zastupljeni na naslovnica dnevni novina, pa tako i portala. To su, primjerice: slučaj posvajanja djece iz

Zambije, teške prometne nesreće u Zagrebu, posjet hrvatskog premijera Andreja Plenkovića Srbiji i drugi.

**Jedinica analize** jedan je novinski naslov u tiskanom i internetskom izdanju. Prikupljanje uzoraka obavljeno je pregledavanjem tiskanih i elektroničkih izdanja dnevnih novina *24sata* i *Jutarnji list* u odabranom razdoblju. Prilikom pregleda naslovnih stranica novina popisivale su se ključne teme i bilježili naslovi. Potom se jednak sadržaj pronašao i na internetskom portalu, zapisao naslov te analizirao i usporedio s onim u tiskanom izdanju.

**Metodološki instrumenti** koji su korišteni u ovoj analizi su kvantitativna i kvalitativna analiza sadržaja te komparativna analiza. Analiza sadržaja može biti kvantitativna ili kvalitativna, a mnoštvo istraživanja kombinira pristupe. Kvalitativnom analizom sadržaja otkriva se i bilježi određeni sadržaj te se analiziraju obilježja tog sadržaja. Kvantitativnom analizom utvrđuje se, primjerice, koliko je naslova bilo identičnih, a koliko sličnih te koliko je naslova analizirano i slično (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić i Pološki Vokić, 2010: 92).

#### **4.1.1. Odabrane dnevne novine i internetski portali**

Za istraživanje su odabrane dvije konkurentske nacionalne medijske kuće koje imaju dnevno tiskano izdanje i internetski portal, odnosno *24sata* i *Jutarnji list*. Osnovni kriterij bili su da odabrani medijski nakladnici imaju dnevne novine i portal, djeluju nacionalno, imaju veliku čitanost, međusobno su konkurenti (nisu iz iste grupacije) te da djeluju minimalno 10 godina na tržištu.

*24sata* djeluje od 2005. godine u Hrvatskoj. Izdaje dnevne novine te djeluje na internetskom portalu. Imaju nakladu od oko 30 000 primjeraka. Iza medijske kuće stoji austrijska Styria Media Group AG.

*Jutarnji list* djeluje od 1998. godine u Hrvatskoj. Novine izdaje svakodnevno u nakladi od oko 25 000 primjeraka te ima internetski portal. Vlasnik je Hanza Media.

## 4.2. Rezultati istraživanja

Dana 1. lipnja 2023. analiziran je natpis o ilegalnoj kući potpredsjednika splitskog HDZ-a, Ivice Budimira. Naslov u dnevnim novinama *24sata* glasi „Stanujem u ilegalnoj kući, ali tata je gradio, a ne ja...“, dok na internetskom portalu za isti sadržaj naslov je „Potpredsjednik splitskog HDZ-a živi u ilegalnoj kući: 'Otac mi je sagradio, pa svi su tako radili'“. Nadnaslov je jednak u novinama i na portalu „Za njega zakon ne vrijedi“. Naslov u dnevnim novinama kreiran je od izjave političara koji živi u ilegalnoj kući, a za fotografiju je postavljen njegov ilegalni objekt te pri dnu stranice njegova fotografija. Naslov na portalu detaljniji je jer daje podatak o kome se radi i što je glavni cilj priče, u ovom slučaju ilegalna kuća, a u nastavku je i njegova izjava na sve to. Urednik je u novinama za naslov koristio samo izjave političara. Naslov u tisku spada u nominativnu, a na portalu informativnu kategoriju naslova.

Istog dana u *Jutarnjem listu* objavljen je članak s naslovom „Krivi su i za ratni zločin u Hrvatskoj“. Portal *Jutarnji list* na tu temu otvorio je članak uživo koji prati cijelu situaciju i nadopunjuje, a naslov glasi „Miloševićevi šefovi tajnih službi osuđeni na teške kazne: 'Krivi su i zbog Hrvatske!'“, uz nadnaslov „zadnja presuda HAAG-A“. Tiskano izdanje, kao ni portal ne otkriva sve potrebne informacije iz naslova, no naslov na portalu sadrži ipak više informacija nego naslov u novinama. Naslov s internetskog portala pripada informativnoj kategoriji, dok naslov iz tiska nominativnoj kategoriji.

Drugi analizirani naslov iz dnevnih novina i portala *24sata* govori o posvojiteljima iz Afrike koji su bili uhićeni tijekom procesa posvajanja. Slučaj je u javnosti praćen o samog početka, no 1. lipnja 2023. dobio je i svoj epilog. Tako je naslov u dnevnim novinama kratak i jasan „Oslobođeni“ uz fotografiju posvojiteljice i djeteta iz Afrike. Posvojitelji su oslobođeni 1. lipnja 2023. godine u popodnevnim satima, a 2. lipnja 2023. godine to je bila naslovnica dnevnih novina uz riječ „Sloboda!“. Značaj samog sadržaja je u tome što je objavljen na naslovnici, a u novinama je zauzeo osam stranica. Na portalu naslov istog autora i sadržaja glasi „Prvi

doznajemo! Zambijska sutkinja oslobodila je osmero Hrvata! Odmah ih puštaju“. Naslov iz tiskanog izdanja pripada kategoriji nominativnih naslova, a s internetskog portala informativnoj kategoriji.

Naslovna stranica dnevnih novina *Jutarnji list* na istu temu ima naslov „Dok ih ne ugledamo, ne vjerujemo, znali smo da su optužbe sulude“ što je citat obitelji oslobođenih posvojitelja. Cijeli sadržaj objavljen je u tiskanom izdanju na dvije stranice s naslovom „Oslobođeni! Vraćaju se s mališanima“. Naslov na portalu *Jutarnjeg lista* glasi „Hrvati se s djecom u naručju ukrkali u avion za Dubai: Pogledajte dirljivu snimku susreta!“. Oba naslova, prema Siliću, pripadaju u informativnoj kategoriji.

Dana, 3. lipnja 2023. godine objavljena je priča koja za cilj ima emotivno potaknuti čitatelja. Naime, radi se o djevojci koja je zbog prometne nesreće postala invalid. U dnevnim novinama i na portalu objavljen je gotovo jednak naslov koji ima efektivan i emocionalan učinak na čitatelja zbog životne priče. Naslov u novinama glasi „Sa 17 sam ostala nepokretna, ali se ne predajem“, dok na portalu piše „Splićanka Maša treba pomoć: 'Ostala sam nepokretna sa 17 godina, ali se ne predajem!“ Naslov na portalu je detaljniji te otkriva područje djevojke, dok se u novinama mora pročitati cijeli tekst kako bi se saznale te informacije. Obilježja ovog naslova su da je osoban, efektivan i kratak jer citat djevojke dobro upućuje čitatelje na temu. Osim naslova, i ostali elementi opremljeni su uz fotografije koje prikazuju svakodnevni život djevojke koja je invalid. Oba naslova pripadaju u informativnu kategoriju.

Naslovnica dnevnih novina *Jutarnji list*, 3. lipnja 2023. godine glasi „Štrajk na sudovima od ponedjeljka“. Cijeli sadržaj objavljen je uz naslov „U ponedjeljak počinje štrajk na sudovima“ gdje čitatelj dobiva jasnu informaciju tko, što, gdje i kada. Naslov je napisan u skladu s pravilima struke bez senzacionalizma. Portal *Jutarnjeg lista* za isti sadržaj ima naslov „Štrajk počinje u ponedjeljak u 7 sati; Oglasili se suci: ‘Mi bez tih ljudi ne možemo funkcionirati““. Naslov na portalu čitateljima daje više informacija nego li u tiskanom izdanju, napisano je i točno vrijeme te poruka ključnih aktera priče. Oba naslova pripadaju u informativnu kategoriju.

Emotivna priča objavljena je 4. lipnja 2023. godine u dnevnom novinama te 16. lipnja 2023. godine na portalu *24sata* o nestalim ljudima iz Domovinskog rata u Vukovaru. „Moj sin mi sve više nedostaje“ naslov je u tiskanom izdanju, dok je na portalu naslov „Na životu me još drži samo nada da će mi sin Zoran doći...“. Nadnaslov u tisku i na portalu je „Nestao u Vukovaru“. Iz nadnaslova i naslova je jasno kako se radi o čovjeku koji je nestao za vrijeme rata, a kojeg majka još uvijek čeka. Naslov na portalu, kao ni u dnevnom novinama ne otkriva puno podataka već samo emotivni citat koji će zaintrigirati čitatelja da pročita cijeli sadržaj. Tekst je opremljen fotografijom žene koja u ruci drži fotografiju sina. Vizualno je priča sasvim jasna, no za više informacija potrebno je pročitati cijeli sadržaj. Nema velike razlike u naslovu objavljenom u novinama i na portalu, a oba prapadaju u informativnu kategoriju.

„Uspon i pad Milanovićeve donatora“, naslov je objavljen 4. lipnja 2023. u dnevnom novinama *Jutarnji list* gdje je naslov prekrio gotovo pola stranice novina, te naslov „Otkrivamo kako se obogatio tajkun koji je postao simbol bespravne gradnje u Hrvata“ na portalu *Jutarnji list*. Naslov u dnevnom novinama je kratak i nejasan te pripada u nominativnu kategoriju, dok je naslov na portalu senzacionalistički i *clickbait*.

„Žena se zbog uboda ose zabila u tramvaj?“ naslov je iz tiska objavljen 5. lipnja 2023. godine uz fotografiju prometne nesreće u kojoj su sudjelovali automobil i tramvaj u Zagrebu. Isti sadržaj objavljen je i na portalu „Tragedija na Maksimiru: Ženu ubola osa pa se autom zabila u tramvaj? Umrla je u bolnici...“. Naslov iz novina jasno ukazuje kako se ne radi o službenoj informaciji već mogućem scenariju, sličan je objavljen i na portalu samo uz više informacije, kao što je mjesto nesreće te smrt žene. Naslov je senzacionalan te je upitna relevantnost informacija s obzirom na to da su neslužbene. Oba naslova pripadaju u informativnu kategoriju.

„Opet kaos na sudovima, nema ročišta, upisa tvrtki...“ naslov je iz tiskanog izdanja *Jutarnjeg lista* dana 5. lipnja 2023. godine. Isti sadržaj na internatskom portalu *Jutarnjeg lista* ima naslov „Plenković objavio koliko se povećava plaća za 219.000 ljudi, pravosudni službenici nastavljaju štrajk: ‘Ovo je povijesni dan!’“. Naslov iz tiskanog izdanja pripada nominativnoj, a naslov s portala informativnoj kategoriji.

„Guske na sudu!“ primjer se senzacionalnog naslova u tisku dnevnog lista *24sata*, 6. lipnja 2023. godine. U naslovu je istaknuto ono najvažnije, najzanimljivije i najzabavnije. Naslov je sastavljan od tri riječi, ali je maksimalno iskorištena grafička slika i naslovna poruka. Nije se štedjelo i na tiskarskom crnilu ni bojama. Naslovna stranica upravo je s patkama i napisom „Guske na sudu! Krive jer su krale kukuruz“. Isti sadržaj na portalu ima naslov „Guske na sudu! Josipu su pojele kukuruz, tri sudska vještaka na očevidu: 'Vidi se trag izmeta...“.

Naslov na portalu otkriva više informacije nego li iz naslova u tisku. Cinizam je karakterističan za tabloidne novine i portale, a to se osjeti i na ovom primjeru. Naslov iz novina pripada u nominativnu kategoriju, dok naslov s portala pripada informativnu kategoriju.

„Silovana 25 puta, 7 puta svjedočila. Premalo za osudu?!“, stoji na naslovnici dnevnih novina *Jutarnji list*, 6. lipnja 2023. godine. Cijela objava zauzela je stranicu u novinama s naslovom „Oteta, drogirana i silovana. Ni sedam ispitivanja žene nije bilo dovoljno za osudu“.

Naslov na internetskom portalu glasi „Oteta, drogirana i silovana 25 puta. Ni sedam ispitivanja žene nije bilo dovoljno za osudu“. Senzacionalistički pristup vidi se u naslovima, no oba naslova pripadaju informativnoj kategoriji.

Naslov „Prekidamo godišnji ako treba pomoć“ i nadnaslov „Liječnici žrtvuju svoje vrijeme“ objavljeni 7. lipnja 2023. godine u dnevnim novinama *24sata* pripadaju nominativnoj kategoriji.

Naslov objavljen na portalu glasi "Liječnici za 24sata: 'Godišnji nam često oстане neiskorišten“ i pripada informativnoj kategoriji.

„Propao projekt od 800.000 eura“, naslov je u dnevnim novinama *Jutarnji list* 7. lipnja 2023. godine, dok na njihovom internetskom portalu stoji nešto detaljniji naslov „Potpuni fijasko projekta vrijednog 800.000 eura: MUP dobio novac iz Fonda, tvrdi da ga neće morati vratiti“. U tiskanom izdanju pripada nominativnoj kategoriji. Naslov na internetskom portalu je djelomično detaljniji te pripada informativnoj kategoriji.

„USKOK je Mamićeve suce optužio za mito“ naslov je u dnevnim novinama *24sata* objavljen 8. lipnja 2023. godine uz fotografije sudaca koji su sudili Zdravku Mamiću. Naslov na portalu „Uskok podigao optužnicu protiv osječkih sudaca i braće Mamić: 'Podmićivao satovima i

novcem“. Naslov na portalu je detaljniji s više informacija. U oba slučaja radi se o naslovima informativne kategorije.

„USKOK: Sudac Vekić primio 370.000 € mita“ stoji na naslovnoj stranici dnevnih novina *Jutarnji list*, 8. lipnja 2023. godine. Sadržaj u novinama je objavljen tek na pola stranice s naslovom „USKOK: Sudac Vekić primio 370.000 € mita, a Krušlin uzeo skupi sat“. Na internetskom portalu stoji naslov „USKOK podigao optužnicu protiv Mamića i osječkih sudaca: ‘Podmićivao ih je satovima, novcem, putovanjima‘“. Naslov na portalu *Jutarnjeg lista* detaljniji je u odnosu na onaj u tiskanom izdanju, no oba su jasna uz iznošenje činjenica objavljenih od strane USKOK-a bez senzacionalističkog pristupa te pripadaju informativnoj kategoriji.

„Ćaća 70. rođendan proslavio u zatvoru“ naslov je objavljen u tisku dana, 9. lipnja 2023. godine. Naslov na portalu proširen je i glasi „Ćaća 70. rođendan proslavio u zatvoru, prijatelj Luka Bebić nije mogao biti s njim iako je želio“. Sadržaj objavljen u tisku i na portalu ima identičnu sliku na kojoj se vidi Ivo Sanader. Nakladnik *24sata* ovdje se koristi cinizmom i nazivom „ćaća“ za političara koji služi zatvorsku kaznu. Naslov na portalu proširen je u odnosu na onaj u novinama te oba pripadaju informativnoj kategoriji.

„Zapošljavanje u državnoj službi“ naslov je objavljen u dnevnim novinama *Jutarnji list*, 9. lipnja 2023. godine. Identičan sadržaj na portalu *Jutarnji list* objavljen je pod naslovom „I stranci će raditi u državnoj službi, umjetna inteligencija bira pitanja na testovima!“ . Naslov u tiskanom izdanju kratak je te pripada nominativnoj kategoriji, dok na portalu sam naslov daje više informacija i pripada informativnoj kategoriji.

Emotivan sadržaj naslova „Duša plače za našim dragim sestricama...“ objavljen je 10. lipnja 2023. godine u dnevnim novinama *24sata*. Radi se o senzacionalnom izvještavanju o tragediji u kojoj su poginule dvije sestre tijekom rođendanskog slavlja. Sadržaj na portalu, kao i novinama, objavljen je uz uznemirujuće fotografije s mjesta prometne nesreće, ali s naslovom „Duša plače za našim dragim sestricama. Zavijeni smo u crno“. Naslovi su slični, na portalu je proširen još jednom rečenicom. Izjave ljudi koji su dali mišljenje o nesreći su korištene u naslovu, stoga,

zaključujemo da se i nesreće koriste za senzacionalno izvještavanje, bez pijeteta prema žrtvama i obitelji. Oba naslova su *clickbait*.

Tragedija o smrti dvije sestre zauzela je poziciju i na naslovnoj stranici tiskanog izdanja *Jutarnji list* 10. lipnja 2023. godine, a naslov glasi „Dvije sestre slavile rođendan, na povratku ih pokosio 19-godišnjak“. Sadržaj je zauzelo pola stranice u novinama, a naslov s cijelim sadržajem glasi „Dvije sestre slavile rođendan pa ih na povratku kući pokosio Mercedes“. Portal ima naslov „Vraćale su se s proslave rođendana: ‘Udarac je bio strahovit, auto je odletio 30 metara...‘“, uz nadnaslov „poginule sestre“. Naslov iz tiskanog izdanja i internetskog portala informativnog je karaktera.

Naslovnica dnevnih novina *24sata* 11. lipnja 2023. ima priču o posvajanju iz Zambije, ovog puta je objavljena fotografija obitelji s posvojenom kćeri uz naslov „Zbog kćeri je sve vrijedilo“. „Osmijeh naše Kone zaliječi sve rane...“ naslov je teksta objavljenog na četiri stranice u tiskanom izdanju, uz podnaslov „Ekskluzivna ispovijest za *24sata*“. Naslov je zauzeo 1/3 stranice, dok je na portalu *24sata* tema bila objavljena pod naslovom „Napokon kod kuće: ‘Kažnjavali su nas, plakali smo, bojali se. Ali sad je sve dobro. Ona je tu‘“. Naslov iz tiska pripada nominativnoj kategoriji, dok onaj s portala je *clickbait*.

„Imala sam rak dojke, a onda su me u državnoj bolnici unakazili“ stoji veliki naslov na naslovnoj stranici tiskanog izdanja *Jutarnjeg lista*, 11. lipnja 2023. godine. Cijeli sadržaj u tiskanom izdanju objavljen je na četiri stranice s gotovo identičnim naslovom „Imala sam rak dojke, a onda su me unakazili u državnoj bolnici“. U naslovu nisu stavljeni interpunkcijski znakovi kako bi se moglo zaključiti da se radi o izjavi pacijentice koja je to kazala. Dok na internetskom portalu naslov stoji „‘Imala sam rak dojke, a onda su me u državnoj bolnici unakazili! Uništena sam, a on se smijao‘“ te je stavljen uz interpunkcijske znakove gdje se jasno vidi da je ona to rekla. Naslov u tiskanom i *online* izdanju senzacionalistički je te *clickbait*. Oba naslova kreirana su isključivo od izjave žene koja je doživjela neugodno iskustvo u bolnici, no u tiskanom izdanju nisu stavljeni interpunkcijski znakovi kao što su na internetskom portalu.



Senzacionalistički naslov objavljen je 12. lipnja 2023. na naslovnici dnevnih novina *24sata* „Bacio me na tlo i grizao“ uz nadnaslov „Napad zvijeri u Lokvama“. Fotografija na samoj naslovnici dinamična je jer prikazuje medvjeda otvorenih usta. Cijeli članak u tiskanom izdanju objavljen je na tri stranice pod naslovom „Medvjed me ščepao i izgrizao mi nogu“. Naslov je stavljen bez interpunkcijskih znakova te se tek da naslutiti kako je to izjava čovjeka koji je doživio susret s medvjedom. Naslov je zauzeo više od pola stranice u novinama, dok je na portalu dan ranije objavljen naslov „Napao ga medvjed u Lokvama: 'Iskočio je iz grma, zgrabio me za nogu, bacio na tlo i grizao““. Portal *24sata* ima detaljniji naslov, no i dalje senzacionalistički, ali ne u mjeri kao što je u dnevnim novinama. Oba naslova su kreirana od čovjeka kojega je napao medvjed, u tiskanom izdanju nisu stavljeni interpunkcijski znakovi kao što su na internetskom portalu. Naslov iz tiskanog izdanja pripada kategoriji *clickbait*, a naslov s portala informativnoj.

„Zbog "švicarca" podneseno 40.000 tužbi“ naslov je u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista*, 12. lipnja 2023. godine. Dok naslov na njihovom internetskom portalu vrlo je sličan „Zbog ‘švicarca‘ je već podignuto 40.000 tužbi protiv banaka, sutra je za to zadnja prilika“. Naime, naslov na portalu je sličan, ali dodaju novu informaciju čitateljima. Oba naslova pripadaju informativnoj kategoriji.

„Sami smo u školi“ naslov je na naslovnoj stranici dnevnih novina *24sata* 13. lipnja 2023. uz nadnaslov "Ekipa sa Zlarina“. Cijeli je tekst u tiskanom izdanju objavljen pod naslovom „Učiteljica Nina, Sara i Luigi: Baš nam je lijepo, ali nam fali društva“. Naslov bez nadnaslova i podnaslova ne daje nikakvu informaciju, no detaljniji je i jasniji sam naslov na portalu *24sata* „Sara i Luigi su jedini učenici škole na Zlarinu: 'Učiteljica Nina nam dolazi brodom na nastavu““. Naslov koji se nalazi na portalu pripada informativnoj kategoriji, dok onaj iz tiska nominativnoj.

Dana 13. lipnja 2023. godine u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista* objavljen je sadržaj naslova „550. mil. eura za rješavanje nepravde stare trideset godina“, dok na internetskom portalu naslov glasi „Država pronašla rješenje od pola milijarde eura za vlasnike stanova i

zaštićene najmoprimce!“). Naslov u tiskanom izdanju je kratak i nominativni, a naslov s portala *clickbait*.

„Husić slao poruke, ali nisu raspravljali o Ini“ naslov je u tiskanom izdanju *24sata* 14. lipnja 2023. gdje je se još jednom u naslovu koristi dio izjave uz interpunkcijske znakove. Internetski portal ima naslov „Sporna prepiska s Filipovićem: 'Husić je slao poruke, ali nisu raspravljali o Ini i cijeni plina““. Naslov na portalu pripada informativnoj kategoriji, a naslov iz tiska nominativnoj.

„Plenković prvi put kao premijer posjećuje Srbiju“ stoji u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista*, 14. lipnja 2023. godine. Naslov na portalu glasi „Plenković prvi put kao premijer posjećuje Srbiju: Otkrivamo što je u pozadini odlaska u Suboticu“. Oba naslova pripadaju informativnoj kategoriji.

Naslovnica tiskanog izdanja *24sata*, 15. lipnja 2023. imala je kratak naslov „Uzmite zlato!“ koji bi bez fotografije bio potpuno nejasan. Naime, radi se o tome kako su Vatreni igrali u finalu gdje su se borili za zlato. U rubrici *news* tog dana na tri stranice, s velikim naslovom, objavljena je priča „Planirao je napad, a pištolj uzeo djedu“. Na internetskom portalu objavljen je sadržaj naslova „Mještani Lukavca za 24sata: 'U šoku smo! Izbacili su ga iz škole, prijetio je da će im se osvetiti““ te se doznaje gdje se dogodilo te se može naslutiti kako se radi o učeniku škole koji se osvetio. Naslov iz tiska je nominativni, a s internetskog portala *clickbait*.

Naslovnica *Jutarnjeg lista* 15. lipnja 2023. godine imala je kratak naslov „To je Hrvatska!“, a sve zbog potpora nogometašima u finalnoj utakmici. Rubrika *news* na pola stranice ima vijest naslova „Osnovnoškolac (15) se došao osvetiti pa upucao nastavnika“. Portal naslov „Učenik (13) u BiH ustrijelio profesora, procurio i motiv zločina; Poznati političar: ‘Upucao mi je sina““. Jasno se vidi kako u dnevnom tisku piše kako učenik ima 15 godina, dok na portalu ima 13 što dovodi do zaključka da se pojavila dezinformacija u jednom od naslova. Oba naslova su informativnoj karaktera.

Sadržaj naslova „Pet sati spašavali Miroslava čudesnim zahvatom“ objavljen je 16. lipnja 2023. godine u tiskanom uz nadnaslov „Revolucija u KB-U Dubrava“. Senzacionalni naslov zauzeo je

više od pola stranice uz fotografiju na dvije stranice. Dok je na internetskom portalu *24sata* objavljen sadržaj s naslovom „Pet sati spašavali su Miroslava čudesnim zahvatom: 'Ovo je po prvi put izvedeno u Hrvatskoj““. Oba naslova pisana su senzacionalističkim pristupom te pripadaju kategoriji *clickbait* naslova.

Bombastičan naslov „Presedan oko 'švicarca““ stoji u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista*, 16. lipnja 2023. godine, a na internetskom portalu naslov glasi „Presedan oko 'Švicaraca': Varaždinski sud srušio sve tužbe za konvertirane kredite! Na obeštećenje se može zaboraviti“ te je puno jasniji uz više informacija u samom naslovu jer naslov u tisku je vrlo kratak. Naslov na portalu detaljniji je te pripada informativnoj kategoriji, dok onaj iz tiskanog izdanja nominativnoj.

„Doktore, vrati se iz penzije!“ naslov je koji je zauzeo 1/3 naslovne stranice u tiskanom izdanju *24sata*, 17. lipnja 2023. godine. Cijeli sadržaj objavljen je na četiri stranice uz naslov „Liječnica sam u mirovini, penzija je mala, pa radim“. Dok je na internetskom portalu objavljen sadržaj „Kritično nedostaje liječnika u Hrvatskoj pa rade umirovljeni: 'Penzija mi je mala pa radim““, uz nadnaslov „Liječnika ni za lijeka“. Naslov koji je objavljen na portalu pripada informativnoj kategoriji, dok onaj iz tiskanog izdanja pripada nominativnoj kategoriji.

Senzacionalistički naslov „Strašna istina o posvajanju djece iz Afrike“ objavljen je na naslovnici dnevnih novina *Jutarnji list*, 17. lipnja 2023. godine uz nadnaslov „Ekskluzivno: Dokumenti iz velike istrage Jutarnjeg“. Cijeli sadržaj u tiskanom izdanju objavljen je na četiri stranice uz ogroman naslov „Suci protiv djece“. Portal *Jutarnji list* za isti sadržaj ima naslov „Imamo spise: ekspresni sud u Zlataru, odabrani suci, sve gotovo u 10 minuta, zatajeni roditelji...“. Naslovima se pristupilo senzacionalistički te pripadaju nominativnoj i *clickbait* kategoriji.

„Dao gas do daske i pokosio sve redom“ objavljen je sadržaj 18. lipnja 2023. godine u tiskanom izdanju *24sata* na četiri stranice. Samo naslov je zauzeo pola stranice u tiskanom izdanju, a radi se o još jednom senzacionalističkom pristupu sadržaju uz izraze „gas do daske“ te „pokosio sve“. Naslov glasi „Jan (23) u bijesnom Mercedesu u Zagrebu je naletio na masu ljudi“, a na internetskom portalu piše „Obijesni vozač stisnuo je gas do daske, a Mercedes je 'zaplesao' i uletio među ljude kao metak!“. Oba naslova koriste stilske figure kako bi se naslovom dočarala

tragedija koja se dogodila, a naslovi su različiti. Radi se o naslovu iz *clickbait* i informativne kategorije.

Novine *Jutarnji list* 18. lipnja 2023. godine objavile su sadržaj naslova „Deset sekundi užasa u Buzinu“. Dok je na internetskom portalu objavljen sadržaj naslova „Doznali smo koliko je točno prošlo otkad je Supernova pozvala policiju do trenutka nesreće“. Naslov iz tiska pripada nominativnoj, a onaj s portala *clickbait* kategoriji.

Dana 19. lipnja 2023. godine slijedi nastavak priče u *24sata* o prometnoj nesreći u Zagrebu, a naslov u novinama glasi „Žao mi je što sam ozlijedio te ljude“ uz nadnaslov „Pokosio pješake u Buzinu“. U novinama je korištena izjava mladića koji je autom udario ljude, no ovog puta su korišteni i interpunkcijski znakovi kako bi čitatelji shvatili da se radi o izjavi, no nigdje ne piše tko je to izjavio. Tekst je objavljen na tri stranice, a gotovo pola stranice zauzeo je naslov uz fotografiju mladića. Na internetskom portalu *24sata* objavljen je sadržaj s naslovom „Mladić koji je sa zvijeri od 500 konja pokosio pješake branio se šutnjom, Mercedes će vještačiti!“. Naslov na portalu u ovom slučaju je detaljniji, no koriste se izrazi poput „zvijeri“ umjesto auto te „pokosio“ umjesto udario. Na internetskom portalu sadržaj je objavljen uz nadnaslov „Žali zbog svega“ što daje zaključiti da su naslovi i podnaslovi slični, no na internetskom portalu u naslovu čitatelj dobiva više informacija.

U tiskanom izdanju dnevnih novina *Jutarnji list* 19. lipnja 2023. godine objavljen je članak naslova „Dopušteni minus mora se slati ugovoriti online ili dolaskom u poslovnicu“, dok tog dana na njihovom internetskom portalu stoji naslov „Stiže velika promjena za sve koji imaju minuse na računima!“. Na portalu je postavljen *clickbait* naslov, u tiskanom izdanju sadrži sve informacije i nije senzacionalističkog karaktera. Naslov u novinama se nalazi na sredini stranice i zauzeo je dosta prostora kako bi bio upečatljiv čitateljima.

Dana 20. lipnja 2023. godine u *24sata* objavljen je članak naslova „Klade se na divlje utrke“. No, cijeli je sadržaj objavljen na tri stranice uz izjavu koja je korištena u naslovu „Tate im kupili aute pa onda ovdje jure“. Dok je na internetskom portalu istog izdavača naslov „Skupljaju se po parkiralištima i prave kaos: 'Tate im kupili aute pa onda ovdje dolaze divljati...'“. Naslov u

tiskanom i internetskom izdanju je senzacionalan te vrlo sličan, no čitatelji ne dobivaju nikakvu informaciju (5W), a u oba slučaja su korištene izjave za naslov.

„Cijena posvajanja: 120.000 kuna...“ naslov je u novinama *Jutarnjeg lista*, dok je na portalu isti sadržaj naslovljen „ Otkrivamo koliko jedan bračni par košta posvajanje djeteta i kome tu sve treba platiti“. Radi se o nominativnom naslovu u tisku, a naslov na portalu je i *clickbait* jer nikakva informacija nije dostupna u naslovu.

„Cijene više i do 100%, turisti nas spašavaju!“ piše na naslovnoj stranici tiskanog izdanja *24sata*, 21. lipnja 2023. godine. Sav sadržaj objavljen je na četiri stranice uz naslov „Od prošlog ljeta cijene i duplo više“ uz nadnaslov „Ponuda na tržnicama je raznolika, ali je manje kupaca“. Na internetskom je portalu objavljen sadržaj uz naslov „Velika inspekcija na 11 tržnica. Od prošlog ljeta cijene i duplo više: 'Lošije je nego u koroni““. Naslov na portalu detaljniji i otkriva više sadržaja nego u tiskanom izdanju. Naslovi su senzacionalistički te je za naslov korištena izjava prodavatelja s tržnice koji nije zadovoljan prodajom te se generalizira da prodavači nisu zadovoljni i da su cijene svemu duplo veće.

„Kaos u bolnici Sveti Duh“ naslov je u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista* koji je zauzeo gotovo pola stranice. Naslov je kratak i bombastičan, a iz njega čitatelj ne doznaje ništa. Za kontekst cijele priče potrebno je pročitati ostalu opremu, ali na portalu je naslov detaljniji „Žena koja se na Svetom Duhu ugušila pecivom imala takve dijagnoze da je nisu smjeli ostaviti samu!“. Naslov na portalu je detaljan i potpuno jasan čitatelju za razliku od onog iz tiskanog izdanja koji je bombastičan i senzacionalan.

Na naslovnoj stranici tiskanog izdanja *24sata* 22. lipnja 2023. godine stoji senzacionalistički naslov „Poginuli na obuci“, tek u nadnaslovu su detaljnije informacije „Čikola: Pao mađarski helikopter“. Cijeli je tekst objavljen s naslovom „Mađari na obuci pali u kanjon Čikole“ i nadnaslovom „Dvojica poginula, za trećim se traga“. Na internetskom portalu *24sata* izrađen je uživo članak gdje se situacija pratila kako navodi portal iz minute u minutu, a sve je objavljivano u isti članak naslova „FOTO 'Mađari će u četvrtak pregledati letjelicu, moguće da je treće tijelo ispod helikoptera““. Kako se radilo o uživo članku sadržaj se mijenjao često te je naslov detaljniji od onog klasičnog koji je u tiskanom izdanju.

Tiskano izdanje *Jutarnjeg lista* 22. lipnja 2023. godine glasi „Mađarski vojni helikopter zapeo za žicu *ziplinea*, poginula trojica pilota“. Naslov na internetskom portalu glasi „Srušio se mađarski vojni helikopter, nađena dva tijela: Zapeo je za kabel *ziplinea*?“. Oba naslova spadaju u informativnu kategoriju.

„Pregazila ih hitna: Kako ih nisam vidio?“ naslov je objavljen u tiskanom izdanju dnevnih novina *24sata* 23. lipnja 2023. godine uz nadnaslov „Noćna drama na Bundeku“. Naslov na portalu glasi „Detalji užasa: Hitna na Bundek došla zbog cure koja se napila. Vozač je pregazio maloljetnike“. Naslov je u tiskanom izdanju zauzeo pola stranice s kratkim, nejasnim i senzacionalističkim pristupom prema tragediji koja se dogodila. Takav pristup korišten je i na internetu gdje se stavlja što više kratkih informacija u naslovu kako bi on bio dramatičan i *clickbait*.

„Svjedokinja: Vikala sam 'U rikverc! Idete na djecu!“ naslov je u novinama *Jutarnjeg lista* 23. lipnja 2023. godine. Isti je sadržaj objavljen na portalu s naslovom „Vozač je ponavljao samo dvije rečenice, a ozlijeđena djevojka vikala ‘spasite mi prijatelja‘“. Oba su naslova senzacionalistička te se koriste dramatične izjave svjedoka nesreća. U tiskanom izdanju za naslov je korištena izjava svjedokinje, dok je na portalu stavljeno nekoliko informacija.

Tiskano izdanje dnevnih novina *24sata* 24. lipnja 2023. godine sadrži članak naslova „Rješavamo pitanja u smirenom ozračju“, s nadnaslovom „Plenković u susjedstvu“. Internetski portal ima isti sadržaj s naslovom „Plenković: 'Otvaranje Hrvatske kuće je važan iskorak za hrvatsku manjinu u Srbiji““. Naslovi su stavljeni u dva različita konteksta, no čitajući tekst radi se o istome sadržaju. U novinama je naslov mnogo kraći nego na portalu, ali izjave koje su stavljene u naslov su različite. U slučaju portala naslov je konkretniji i daje jasniju informaciju od onoga koji se nalazi u tiskanom izdanju.

Ista vijest objavljena je i u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista* 24. lipnja 2023. godine, s naslovom „Plenković u Srbiji otvorio Hrvatski dom“. Naslov na internetskom portalu glasi „Plenković s Brnabić otvorio Hrvatski dom: ‘Svjesni smo kompleksnosti odnosa sa Srbijom, razgovarali smo i o pitanju nestalih““. Naime, ovo je još jedan slučaj gdje je naslov na

portalu detaljniji uz izjavu, za razliku od naslova u tiskanom izdanju koji je kratak i daje informaciju čitatelju.

„Udar na Moskvu“ veliki je naslov na naslovnoj stranici dnevnih novina *24sata* objavljenog 25. lipnja 2023. godine. Cijeli sadržaj objavljen je u tiskanom izdanju uz naslov „Putinov kuhar zakuhao puč“. Naslov na portalu glasi „Tko su glavni akteri kaosa u Rusiji: Putinovom kuharu Prigožinu vojni vrh stao na žulj“. Naslov je u tiskanom izdanju kraći te zauzima veliki dio dvije stranice u novinama, dok je na portalu naslov *clickbait* gdje se ne otkrivaju ključne informacije.

„Vojni udar na Putina“ nalazi se na naslovnoj strani *Jutarnjeg lista* 25. lipnja 2023. godine. Isti naslov objavljen je i uz tekst na četiri stranice. Naslov na portalu glasi „Vojni seniori bijesni, vojska u problemima, a Kremlj je posebno šokirala reakcija – građana“. Naslovi su senzacionalistički te se u tiskanom izdanju kratki.

Dnevne novine *24sata* 26. lipnja 2023. godine objavile su priču s istaknutim naslovom „Mom sinu ne daju da ide u vrtić“. Cijela je priča u tiskanom izdanju zauzela tri stranice, a naslov glasi „Nijedan vrtić ne želi upisati našeg sina“, uz podnaslov „Bešćutna birokracija“. Naslov na portalu glasi „Zašto Mateo ne može u vrtić? 'Mom djetetu su prekršena sva prava, nisu ni primili zahtjev!'“. Naslov je u tiskanom izdanju kratak te ne otkriva puno informacija, a nema ni navodne znakove kako bi se dalo zaključiti da su to kazali njegovi roditelji, što nije slučaj i na internetskom portalu.

„Koliko ljudi zapravo živi u Hrvatskoj“ naslov je u tiskanom izdanju dnevnih novina *Jutarnji list* 26. lipnja 2023. godine. Naslov na njihovom portalu glasi „Koliko ljudi zapravo živi u Hrvatskoj? Razlika u službenim podacima je nevjerojatna...“. Radi se o senzacionalističkom naslovu na internetskom portalu.

Dana 27. lipnja 2023. godine na naslovnicu u tiskanom izdanju *24sata* objavljen je naslov „Najmoćniji nosač aviona u Splitu“, dok je cijeli tekst objavljen na dvije stranice uz naslov „Nosač aviona odabrala sam i zbog novca...“. Sličan naslov objavljen je i na internetskom portalu, a on glasi „Čak 4000 američkih mornara stiglo je u Split: 'Nosač aviona odabrala sam i zbog novca...'“. Razlike u naslovu nema, osim dodatne informacije da je stiglo i 4 000 mornara. U ovom slučaju u naslovu je korištena izjava sugovornice.

„U utrobi najvećeg ratnog broda“ stoji na naslovnici tiskanog izdanja *Jutarnjeg lista*, 27. lipnja 2023. godine. Cijeli sadržaj objavljen je na dvije stranice uz naslov „Nosач Gerald Ford u Splitu“. Sadržaj na portalu je objavljen uz naslov „Moj pradjed parobrodom je otišao u Ameriku, a evo mene natrag u nuklearnom nosaču aviona“. Naime, na portalu je za naslov korišten citat člana posade, dok se naslov u tiskanom izdanju razlikuje i koristi stilske figure.

„Naš je Jozo najljepši na svijetu...“ naslov je objavljen na glavnoj stranici dnevnih novina *24sata* 28. lipnja 2023. godine. Cijeli je sadržaj objavljen na dvije stranice uz naslov „Naš je Jozo opet pomeo konkurenciju“. Naslov na portalu *24sata* glasi „Naš je Jozo kralj lijepog držanja i zato je opet odnio pobjedu“, uz nadnaslov „Pijevac iz Pitomače“. Oba senzacionalistička i nejasna naslova koristila su izjave sugovornika iz teksta. Čitatelj na osnovu samog naslova ne može zaključiti ništa, tek nakon nadnaslova i fotografije cijeli sadržaj dolazi do izražaja.

„Možemo! odbio SDP-ov savez“ naslov je iz tiskanog izdanja *Jutarnjeg lista* 28. lipnja 2023. godine. Dok je na portalu objavljen detaljniji naslov „Možemo! prelomilo: ‘Na parlamentarne izbore 2024. izlazimo samostalno!’“. Oba su naslova jasna i razumljiva bez senzacionalističkog pristupa.

Naslovna stranica *24sata* 29. lipnja 2023. godine ima naslov „Pljačkaju i nestaju za 80 sekundi“, dok je cijeli sadržaj u novinama objavljen na tri stranice s istim naslovom. Na portalu je sadržaj objavljen uz naslov „Očistili trgovinu mobitelima u malo više od minute: Bilo ih je šest, jedan je držao stražu“. I u ovom je slučaju naslov na portalu detaljniji od onog u tiskanom izdanju, no i dalje se radi o senzacionalističkom naslovu sa što više informacija u naslovu, dok je onaj u novinama jednostavniji, no ne daje nikakvu informacije sve dok čitatelj ne pročita i nadnaslov „Banda opustošila trgovinu mobitela kraj Jastrebarskog“. Sam naslov u tiskanom izdanju, iako je kratak, zauzeo je gotovo pola stranice.

*Jutarnji list* 29. lipnja 2023. godine objavio je naslov „Zašto turistički kreveti nisu puni“ bez interpunkcijskog znaka. Sadržaj je na portalu objavljen uz naslov „Iznajmljivači su spustili cijene i do 60 posto! Pa pogledajte koliko sada traže za Brač...“. Na portalu se radi o *clickbait* naslovu, dok u tiskanom izdanju senzacionalan naslov je zauzeo najveći dio teksta.



„Pucao mu u glavu na ulici“ jedan je od naslova na naslovnoj stranici dnevnih novina *24sata*, 30. lipnja 2023. godine uz nadnaslov „Trogir: Velika potjera“. Cijeli je sadržaj objavljen na tri stranice s naslovom „Upucao mladića u glavu i vrat...“. Na internetskom je portalu na ovu temu otvoren uživo članak, gdje se situacija kako portal navodi, pratila iz minute u minutu. Naslov na portalu glasi „Upucani muškarac je stabilno. Policija objavila sliku bjegunca i upozorila: 'Ne približavajte se'“. Iako se radi tragičnom događaju i ovdje je u pitanju *clickbait* i senzacionalistički naslov, kako u tiskanom tako i na portalu.

„Ljubomorni bivši policajac upucao mladića i pobjegao“ naslov je u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista* 30. lipnja 2023. godine. „Ljubomorni bivši policajac vidio je poruke u mobitelu supruge, uzeo oružje i sjeo na motor...“ naslov je na internetskom portalu *Jutarnji list*. Oba su naslova senzacionalistička, no onaj je na portalu detaljniji te čitateljima otkriva više informacija nego u tiskanom izdanju.

#### 4.2.1. Kategorizacija analiziranih naslova novinskih članaka

U drugom dijelu provedene analize sadržaja i komparativne analize napravljena je kategorizacija promatranih naslova novinskih članaka, a temelj je bila Silićeva podjela iznesena u teorijskom dijelu. Uz nominativne, informativne i reklamne naslove, dodana je i kategorija *clickbait* naslova koja bi po svojim obilježjima ponajprije pripadala u skupinu reklamnih naslova.

U tablici 1. prikazan je broj ukupno analiziranih naslova u *24 sata* i *Jutarnjem listu*. Radi se o 120 naslova, 60 iz *24sata*, od toga 30 u novinama i 30 na internetskom portalu. Isto tako, 60 naslova *Jutarnjeg lista*, također, 30 u dnevnim novinama i 30 na internetskom portalu.

Tablica 1. Prikaz analiziranih novinskih naslova po medijima

	<b>24SATA</b>	<b>JUTARNJI LIST</b>
Analizirano novinskih naslova u dnevnim novinama	30	30
Analizirano novinskih naslova na internetskom portalu	30	30

Izvor: Izrada autora

U tablici 2. vidljivo je kako su se analizirani naslovi mogli podijeliti u tri glavne kategorije: informativni, nominativni i *clickabit*. Klasičnih reklamnih naslova nije bilo, a najviše je bilo informativnih i nominativnih koji su najzastupljeniji u dnevnim novinama. Informativni naslovi najčešće su zastupljeni na internetskim portalima. Nakladnik *24 sata* u tiskanom i internetskom izdanju imao je 25 informativnih, 20 nominativnih i 15 *clickbait* naslova. *Jutarnji list*, za razliku od *24sata*, imao je više informativnih naslova, ukupno 34, potom 17 nominativnih i 9 *clickbait* naslova.

Tablica 2. Prikaz naslova prema kategoriji

	<b>24SATA</b>	<b>JUTARNJI LIST</b>
Informativni	25	34
Nominativni	20	17
Reklamni	0	0
Clickbait	15	9

Izvor: Izrada autora

Na naslovnici tiskanog izdanja *Jutarnji list* najčešće su objavljena četiri naslova, dok su na naslovnici dnevnih novina *24sata* uglavnom bile dvije novosti, čime se daje prednost većim i upečatljivijim naslovima i fotografijama u odnosu na *Jutarnji list*.

Tablica 3. Prikaz identičnih i sličnih naslova u tiskanom i internetskom portalu

	<b>24SATA</b>	<b>JUTARNJI LIST</b>
Naslovi identični u dnevnim novinama i portalu	0	0
Naslovni slični u dnevnim novinama i portalu	8	6

Izvor: Izrada autora

Kako je vidljivo u tablici 3., od 60 naslova na jednakim sadržajima, *24sata* je imao osam naslova sličnih u tiskanom i internetskom izdanju. Najčešće se to odnosilo na to da je naslov na portalu

dopunjen s nekoliko riječi ili detalja. Dok je na primjeru *Jutarnjeg lista* bilo šest sličnih naslova koji su također na portalu dopunjeni s nekoliko informacije u odnosu na one u tiskanom izdanju.

#### 4.2.2. Analiza odabranih naslova novinskih članaka

Nekoliko novinskih članaka u 30-dnevnom razdoblju bilo je istoga dana na naslovnoj stranici tiskanog izdanja *24sata* i *Jutarnji list* te na internetskim portalima. Neke teme ponavljale su se i više puta. Radi se o nacionalnim temama koje su imale velik javni interes te su dominirale u medijskom prostoru. Teme koje su se ponavljale i usporedive su: slučaj posvajanja u Zambiji, prometna nesreća u kojoj su poginule dvije sestre, srušen vojni helikopter, vojni udar na ruskog predsjednika Vladimira Putina, veliki nosač aviona u Splitu te vozač hitne pomoći koji je pregazio ljude u Zagrebu.



Slika 1. Naslov iz novina *24sata*

Glava tema 2. lipnja 2023. godine bila je o posvojiteljima iz Zambije u tiskanom izdanju *24sata*, a članak je objavljen uz nominativni naslov „Oslobodeni“, kao što je vidljivo na slici 1.; dok na internetskom portalu naslov za isti sadržaj je nešto detaljniji i glasi „Prvi doznajemo! Zambijska sutkinja oslobodila je osmero Hrvata! Odmah ih puštaju“, kao što je vidljivo na slici 2.



Slika 2. Naslov s portala *24sata*

Naslov objavljen na internetskom portalu pripada informativnoj kategoriji te sadrži više detalja u odnosu na onaj u novinama. Naslov sličnog sadržaja uz više informacija objavljen je i u novinama *Jutarnjeg lista* „Oslobođeni! Vraćaju se s mališanima“ što pripada nominativnoj kategoriji naslova. Portal *Jutarnjeg lista* objavio je sadržaj s naslovom „Hrvati se s djecom u naručju ukrkali u avion za Dubai: Pogledajte dirljivu snimku susreta!“ što pripada informativnoj kategoriji.

**KRAJ NOĆNE MORE**

## Hrvati se s djecom u naručju ukrkali u avion za Dubai: Pogledajte dirljivu snimku susreta!

Njihov povratak u Hrvatsku očekuje se tijekom sutrašnjeg dana - potvrdio je za Jutarnji glasnogovornik Vlade Marko Milčić

Piše: Goran Penić    Objavljeno: 02. lipnja 2023. 18:08

Slika 3. Naslov s portala *Jutarnji list*

Naslovi u tiskanim izdanjima *24sata* i *Jutarnji list* kratki su i bez puno informacija, a na portalima su detaljniji i jasniji. Zaključno, na primjeru ovih naslova oba portala i dnevna lista imaju sličan pristup sadržaju i kreiranju naslova.



Slika 4. Naslov iz novina *Jutarnji list*

Drugi primjer sadržaja u dnevnim novinama *24sata* dana 8. lipnja 2023. godine ima naslov „USKOK je Mamićeve suce optužio za mito“. Internetski portal ima naslov „Uskok podigao optužnicu protiv osječkih sudaca i braće Mamić: 'Podmićivao satovima i novcem“.

**OBJAVILI DETALJNO PRIOPĆENJE**

## Uskok podigao optužnicu protiv osječkih sudaca i braće Mamić: 'Podmićivao satovima i novcem'

Piše Bogdan Blotnej, srijeda, 7.6.2023. u 15:40

Slika 5. Naslov s portala *24sata*

Ovaj primjer pokazuje kako naslov na portalu je detaljniji s više informacija te, prema Siliću, pripada informativnoj kategoriji naslova.



Slika 6. Naslov iz novina *24sata*

Naslov toga dana u *Jutarnjem listu* za sadržaj iste tematike glasi „USKOK: Sudac Vekić primio 370.000€ mita, a Krušlin uzeo skupi sat“, a na portalu naslov „USKOK podigao optužnicu protiv Mamića i osječkih sudaca: ‘Podmićivao ih je satovima, novcem, putovanjima‘“.



Slika 7. Naslov iz novina *Jutarnji list*

*Jutarnji list* na internetskom je portalu kreirao detaljniji naslov u odnosu na onaj u tiskanom izdanju, kao što je vidljivo usporedivši sliku 7. i sliku 8. Nadalje, *Jutarnji list* i *24sata* imaju sličan pristup kreiranju naslova po pitanju ove tematike.



Slika 8. Naslov s portala *Jutarnji list*



Slika 9. Naslov iz novina *24sata*

Tragedija u kojoj su dvije sestre poginule tijekom rođendanskog slavlja u tiskanom izdanju *24sata* dana 10. lipnja 2023. godine ima naslov „Duša plače za našim dragim sestricama...“. Za naslov je korištena izjava, no sam po sebi, naslov je nejasan bez ostale opreme.



Slika 10. Naslov s portala *24sata*

Portal *24sata* za isti sadržaj objavio je naslov „Duša plače za našim dragim sestricama. Zavijeni smo u crno“. Naslov na portalu je proširen jednom rečenicom u odnosu na naslov u tiskanom izdanju, a za oba naslova su korištene izjave. Naslov u tiskanom izdanju *Jutarnjeg lista* drugačijeg je sadržaja „Dvije sestre slavile rođendan pa ih na povratku kući pokosio Mercedes“, kao što je vidljivo na slici 11.

U stravičnoj prometnoj nesreći u noći s četvrtka na petak na državnoj cesti D1 u Dicmu poginule mlade djevojke

## Dvije sestre slavile rođendan pa ih na povratku kući pokosio Mercedes

Slika 11. Naslov iz novina *Jutarnji list*

Naslov na portalu glasi „Vraćale su se s proslave rođendana: ‘Udarac je bio strahovit, auto je odletio 30 metara...’“. Naslov u tiskanom izdanju i na portalu *Jutarnjeg lista* nije senzacionalan kao što je to na primjeru *24sata*.

**POGINULE SESTRE**

### Vraćale su se s proslave rođendana: ‘Udarac je bio strahovit, auto je odletio 30 metara...’

Kada su namjeravale uključiti se u promet, na njih je naletio Mercedes kojega je vozio 19-godišnji vozač

Piše: Vladimir Urukalo/SD Objavljeno: 09. lipanj 2023. 10:14

Slika 12. Naslov s portala *Jutarnji list*

Oba tiskana izdanja objavila su sadržaj uz fotografije s mjesta nesreće, dok se na ovim primjerima vidi sasvim različit pristup sadržaju, točnije objavi naslova.



Slika 13. Naslov iz novina *24sata*

„Planirao je napad, a pištolj uzeo djedu“, naslov je u tiskanom izdanju *24sata* dana 15. lipnja 2023. godine, a isti sadržaj je na njihovom portalu objavljen s naslovom „Mještani Lukavca za 24sata: 'U šoku smo! Izbacili su ga iz škole, prijetio je da će im se osvetiti'“.

TUGA KRAJ TUZLE PLUS+

## Mještani Lukavca za 24sata: 'U šoku smo! Izbacili su ga iz škole, prijetio je da će im se osvetiti'

Piše [Helena Tkalčević](#), [Franjo Lepan](#), srijeda, 14.6.2023. u 18:15

Slika 14. Naslov s portala *24sata*

Radi se o još jednom primjeru gdje naslov u tiskanom izdanju je kratak i senzacionalistički napisan, a naslov na portalu je detaljniji s više informacija. U novinama *Jutarnji list* istoga dana sadržaj je objavljen u tiskanom izdanju uz naslov „Osnovnoškolac (15) se došao osvetiti pa upucao nastavnika“.



**Horor u  
Lukavcu u BiH  
Osnovnoškolac (15)  
se došao osvetiti pa  
upucao nastavnika**

Slika 15. Naslov iz novina *Jutarnji list*

Portal *Jutarnji list* za isti sadržaj objavio je naslov „Učenik (13) u BiH ustrijelio profesora, procurio i motiv zločina; Poznati političar: 'Upucao mi je sina'“. Naslovi su u *Jutarnjem listu* manje senzacionalistički u odnosu na one *24sata* te odgovaraju na ključna novinarska pitanja u naslovu.



**DETALJI UŽASA U BIH**

## **Učenik (13) u BiH ustrijelio profesora, procurio i motiv zločina; Poznati političar: 'Upucao mi je sina'**

Slika 16. Naslov s portala *Jutarnji list*

„Dao gas do daske i pokosio sve redom“ naslov je objavljen 18. lipnja 2023. godine u tiskanom izdanju *24sata*.



Slika 17. Naslov iz novina *24sata*

Istog dana na internetskom portalu *24sata* naslov glasi „Obijesni vozač stisnuo je gas do daske, a Mercedes je 'zaplesao' i uletio među ljude kao metak!“, kao što je vidljivo na slici 18.

**DETALJI NESREĆE KOD BUZINA**

## **Obijesni vozač stisnuo je gas do daske, a Mercedes je 'zaplesao' i uletio među ljude kao metak**

Slika 18. Naslov s portala *24sata*

Oba naslova su senzacionalistička te ne daju odgovor na ključna pitanja. *Jutarnji list* objavio je sličan naslov u novinama „Deset sekundi užasa u Buzinu“, a na internetu „Doznali smo koliko je točno prošlo otkad je Supernova pozvala policiju do trenutka nesreće“.



Slika 19. Naslov iz novina *Jutarnji list*

Naslovom na internetu nakladnik želi postići ekskluzivnost naslova kako bi imao veću „klikanost“. Uspoređujući naslove konkurentskih medijskih kuća, u tiskanom izdanju i internetskom izdanju, zaključuje se kako kod ovakvog sadržaja imaju sličan pristup kreiranju naslova, kratak, bombastičan i *clickbait*.

**JELI BILO VREMENA?**

## **Doznali smo koliko je točno prošlo otkad je Supernova pozvala policiju do trenutka nesreće**

Kako je točno tekla dojava i kako su se dalje prenosile informacije bit će dio kriminalističkog istraživanja

Piše: Dušan Milić Objavljeno: 18. lipanj 2023. 09:51

Slika 20. Naslov s portala *Jutarnji list*

Portal *24sata* dana 23. lipnja 2023. godine objavio je na internetskom portalu sadržaj s naslovom „Detalji užasa: Hitna na Bundek došla zbog cure koja se napila. Vozač je pregazio maloljetnike“.

**NIJE IH VIDIO**

## **Detalji užasa: Hitna na Bundek došla zbog cure koja se napila. Vozač je pregazio maloljetnike**

Slika 21. Naslov s portala *24sata*

U tiskanom izdanju *24sata*, za isti sadržaj i istog dana, naslov glasi „Pregazila ih hitna: Kako ih nisam vidio?“, kao što je vidljivo na slici 22.



Slika 22. Naslov iz novina *24sata*

Naslov u novinama *24sata* zauzeo je gotovo pola stranice, dok je na internetu proširen te samim time otkiva više informacija. Različiti naslovi nalaze se na portalu i novinama *Jutarnji list*. „Svjedokinja: Vikala sam 'U rikverc! Idete na djecu!“, naslov je u novinama.



Slika 23. Naslov iz novina *Jutarnji list*

Naslov na portalu *Jutarnji list* za isti sadržaj glasi „Vozač je ponavljao samo dvije rečenice, a ozlijeđena djevojka vikala ‘spasite mi prijatelja‘“. Prilikom kreiranja oba naslova korištena je izjava svjedoka s mjesta nesreće te su potpuno nejasna bez ostatka opreme.

ISPOVIJEST S BUNDEKA

## Vozač je ponavljao samo dvije rečenice, a ozlijeđena djevojka vikala ‘spasite mi prijatelja’

‘Odmah su krenuli u reanimaciju, stavili mu braunilu, masku. Bilo je to strašno za gledati’

Piše: Ivana Krenić Objavljeno: 22. lipanj 2023. 12:02

Share Twitter Email

Slika 24. Naslov s portala *Jutarnji list*

Razlike između naslova u tiskanom izdanju *24sata* i *Jutarnjeg lista* gotovo da nema, oba su nejasna bez ostale opreme. Naslov na portalu *24sata* u odnosu na portal *Jutarnjeg lista*, u ovom slučaju, otkriva više ključnih informacija, na primjer lokacija događaja.

Nominativan naslov „Putinov kuhar zakuhao puč“ stoji u novinama *24sata* 25. lipnja 2023. godine.



Slika 25. Naslov iz novina *24sata*

Isti sadržaj je na portalu objavljen uz potpuno drugačiji naslov „Tko su glavni akteri kaosa u Rusiji: Putinovom kuharu Prigožinu vojni vrh stao na žulj“.

POBUNA U RUSIJI

## **Tko su glavni akteri kaosa u Rusiji: Putinovom kuharu Prigožinu vojni vrh stao na žulj**

Piše [Denis Mahmutović](#), subota, 24.6.2023. u 18:15

Slika 26. Naslov s portala *24sata*

*Jutarnji list* u tiskanom izdanju istoga dana, za sadržaj iste tematike, naslov glasi „Vojni udar na Putina“, a na internetskom portalu „Vojni seniori bijesni, vojska u problemima, a Kremlj je posebno šokirala reakcija - građana“.



Slika 27. Naslov iz novina *Jutarnji list*

Na primjeru tiskanih izdanja naslovi su kratki te je fotografija zauzela najveći dio stranice. Naslovi na konkurentskim portalima su *clickbait*.

**PUTIN JE POLJULJAN**

## **Vojni seniori bijesni, vojska u problemima, a Kremlj je posebno šokirala reakcija - građana**

Putin je poljuljan, a na površinu su isplivale mnoge proturječnosti unutar kremaljske elite

Slika 28. Naslov s portala *Jutarnji list*

### **4.3. Rasprava**

Analizirajući naslove novinskih članaka u tiskanom i internetskom izdanju, istoga sadržaja, nakladnika *24sata* i *Jutarnji list* utvrđeno je kako su naslovi u dnevnim novinama nominativni, što znači da su kratki, senzacionalni i dramatični pa samim time zauzimaju veliki dio stranice u tisku. Glavna razlika u naslovima objavljenim u novinama i na internetskim portalima je ta što naslovi na portalu sadrže više informacija što pridonosi boljem kontekstu cijelog sadržaja. Pokazalo se kako naslovi u novinama uglavnom nisu pisani u skladu s pravilima struke za razliku od onih na internetskim portalima. *24sata* je često imao slične naslove u tiskanom i online izdanju, dok na primjeru *Jutarnjeg lista* to nije čest slučaj. Naslovi u tiskanim izdanjima *Jutarnjeg lista* uglavnom su nominativnog, a oni na internetskom portalu informativnog karaktera. *24sata* sav sadržaj iz novina drži zaključan na portalu te ga mogu pročitati samo

njihovi pretplatnici što nije slučaj na primjeru *Jutarnjeg lista* gdje je samo neki sadržaj bio za njihove pretplatnike, a velik dio dostupan svim korisnicima. Valja napomenuti kako za razliku od novina, portali za jednu tematiku objave nekoliko naslova i sadržaja, no u ovom radu nisu analizirani svi naslovi i sadržaji nego oni koji su bili u novinama i na portalu. U ovom istraživačkom radu kroz 30 dana analizirano je 120 naslova, 60 u novinama te 60 na internetskom portalu. Nakladnik *24sata* imao je osam naslova koji su bili gotovo identični u tiskanom izdanju i na internetskom portalu. *Jutarnji list* je imao šest takvih naslova koji su na portalu proširenje uz nekoliko informacija, u odnosu na one u tiskanom izdanju. Kada su u pitanju *clickbait* naslovi, i tu je u prednosti *24sata*, u odnosu na *Jutarnji list*. Prilikom kreiranja naslova za novine, oba medija imaju prilično sličan pristup, što nije slučaj na primjeru internetskih portala koji su uvelike razlikuju.

## 5. Zaključak

Dnevne novine i internetski portali ističu te kreiraju naslove na poprilično sličan način, uz određena proširenja i korekcije. Prednost digitalnog svijeta je ta što priče koje su danas objavljene na portalu će tek sutra biti na naslovnici novina. Fleksibilnost koja dolazi s portalima daje internetskom čitatelju priliku da odabere priču koja ga zanima za čitanje za razliku od čitanja sadržaja u dnevnim novinama; što znači da se priče mogu lako postaviti na internetu što ih stvara i prilično nepouzdanima za razliku od tiska. Novine se objavljuju, tiskaju i distribuiraju dovoljno rano da na vrijeme stignu do odredišta te se nemaju priliku ažurirati kao portali. Cilj istraživanja bio je usporediti jesu li aktualni naslovi u tiskanom i internetskom izdanju jednaki te jesu li naslovi u novinama pisani u skladu s pravilima struke u odnosu na one na portalima koji se često nazivaju senzacionalistički ili *clickbait*.

Rezultati istraživanja novinskih naslova u novinama i internetskom portalu na primjeru *24sata* i *Jutarnji list* ukazuju kako su naslovi u tisku i na portalu često slični. Tijekom analiziranog 30-dnevnog razdoblja, nakladnik *24sata* češće je imao sličan naslov na internetskom portalu i

novinama nego nakladnik *Jutarnji list*. Naslovi na portalima često su prošireni s nekoliko informacija u odnosu na one objavljene u novinama. Kod oba nakladnika u tiskanom izdanju naslovi su bili kratki što, prema Siliću, pripada nominativnoj kategorij, dok su naslovi na portalu često bili informativnog karaktera. Valja napomenuti kako je sam naslov u novinama često bio nejasan i nije davao potrebnu informaciju te je zbog toga bilo nužno pogledati i ostatak opreme (nadnaslov, podnaslov i fotografiju) u novinama koji doprinosi shvaćanju informacije.

Razvojem digitalizacije i dolaskom novih medija na tržište konkurencija se bori za svaki prodani primjerak novina i svaki klik na internetskom portalu, pa je iznenađujuće kako su naslovi u novinama kratki i dramatični te izazivaju veću pozornost od onih na portalima. Nedostatak je što se naslovi na portalima ne mogu grafički oblikovati kao u tiskanom izdanju te samim time nominativni naslov nema isti učinak na portalu i u novinama. Pretpostavka je kako čitatelji koji kupuju novine ne mogu utjecati na izbor sadržaja u tisku kao na portalu, zbog čega se na internetskim portalima kreiraju naslovi s više ključnih informacija koji će potaknuti korisnike da klikne i pročita cijeli sadržaj.

## 6. Literatura i izvori

1. Bešker, I., Obad, O. (2004) Istraživačko novinarstvo, Zagreb: PressData, medijska agencija HND
2. Boyd, A. (2002) Novinarstvo u elektronskim medijima. Beograd: Clio
3. Brautović, M. (2011) Online novinarstvo. Zagreb: Školska knjiga
4. Broom, G. M. (2010) Učinkoviti odnosi s javnošću. Zagreb: MATE
5. Craig, R. (2005) Online Journalism: Reporting, Writing & Editing for New Media. Thomson Wadsworth Publishers
6. Jukka, P. & Kaale, N. (2010) Media as a Mirror of Change. University of Tampere Press  
Katz, E. et al. The public Opinion Quarterly
7. Jurišić, J. (2007) Definiranje masovnih medija – tisak i internet. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu
8. Kovach, B., Rosenstiel, T. (2010) Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload, New York: Bloomsbury USA

9. Livingstone, S. & Bovill, M. (1999) Young people, New Media: Report of the London School of Economics and Political Science, London
10. Locksley, G. (2009) The Media and Development; What's the story? The World Bank Working paper No. 158, Washington
11. Malović, S. (2005) Osnove novinarstva. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga
12. Malović, S. (1995) Novine. Zagreb: InterGrafika
13. Mihovilović, M. (2007) Profesionalni novinar. Zagreb: Profil
14. Peruško, Z. (2011) Uvod u medije. Zagreb: Hrvatsko sociološko društvo
15. Zgrabljic-Rotar, N. (2017) Novi mediji digitalnog doba. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu
16. Silić, J. (2006). Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika. Zagreb: Disput
17. Stephens J.M. (2017) How to cheat and not feel guilty: cognitive dissonance and its amelioration in the domain of academic dishonesty. Theory Into Practice
18. Stuart, A. (2010). Online News: Journalism & the Internet. United Kingdom: Open University Press
19. Sullivan, A. (2012). Media Convergence of Newspapers: A Content Analysis of the Houston Chronicle Print and Web Based Content. Liberty University
20. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. i Pološki Vokić, N. (2010) Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje. Zagreb: M.E.P. d.o.o.
21. Tomić, Z. (2007) Odnosi s javnošću i novinarstvo. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu
22. Tomić, Z., Tomić, I. (2021) Odnosi s medijima - perspektiva novinara - Novinarstva i odnosa s javnošću, Mostariensia
23. Turrow, J. (2011). Media Today: An introduction to Mass Communication (4th ed. Routledge Publishers. New York
24. Quinn, S. (2005). Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting. New York: Library of Congress Peter Lang publishers



## 7. Popis slika

Slika 1. Naslov iz novina *24sata*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 2. 6. 2023)

Slika 2. Naslov s portala *24sata*. Izvor: <https://www.24sata.hr/news/ekskluzivno-zambijska-sutkinja-oslobodila-je-osmero-hrvata-913992> (pristup: 2. 6. 2023)

Slika 3. Naslov s portala *Jutarnji list*. Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/hrvati-se-s-djecom-u-narucju-ukrali-u-avion-za-dubai-pogledajte-dirljivu-snimku-susreta-15342243> (pristup: 2. 6. 2023)

Slika 4. Naslov iz novina *Jutarnji list*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 2. 6. 2023)

Slika 5. Naslov s portala *24sata*. Izvor: <https://www.24sata.hr/news/uskok-podigao-optuznicu-protiv-osjeckih-sudaca-i-brace-mamic-915263> (pristup: 8. 6. 2023)

Slika 6. Naslov iz novina *24sata*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 8. 6. 2023)

Slika 7. Naslov iz novina *Jutarnji list*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 8. 6. 2023)

Slika 8. Naslov s portala *Jutarnji list*. Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/uskok-podigao-optuznicu-protiv-mamica-i-osjeckih-sudaca-podmicivao-ih-je-satovima-novcem-putovanjima-15343750> (pristup: 8. 6. 2023)

Slika 9. Naslov iz novina *24sata*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 10. 6. 2023)

Slika 10. Naslov s portala *24sata*. Izvor: <https://www.24sata.hr/news/dusa-place-za-nasim-dragim-sestricama-zavijeni-smo-u-crno-915677> (pristup: 10. 6. 2023)

Slika 11. Naslov iz novina *Jutarnji list*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 10. 6. 2023)

Slika 12. Naslov s portala *Jutarnji list*. Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/crna-kronika/vracale-su-se-s-proslave-rodendana-udarac-je-bio-strahovit-auto-je-odletio-30-metara-15344198> (pristup: 10. 6. 2023)

Slika 13. Naslov iz novina *24sata*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 16. 6. 2023)

Slika 14. Naslov s portala *24sata*. Izvor: <https://www.24sata.hr/news/mjestani-lukavca-za-24sata-u-soku-smo-izbacili-su-ga-iz-skole-prijetio-je-da-ce-im-se-osvetiti-916671> (pristup: 16. 6. 2023)

Slika 15. Naslov iz novina *Jutarnji list*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 16. 6. 2023)

Slika 16. Naslov s portala *Jutarnji list*. Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/ucenik-13-ubih-ustrijelio-profesora-procurio-i-motiv-zlocina-poznati-politicar-upucaomi-je-sina-15345597> (pristup: 16. 6. 2023)

Slika 17. Naslov iz novina *24sata*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 18. 6. 2023)

Slika 18. Naslov s portala *24sata*. Izvor: <https://www.24sata.hr/news/objesni-vozac-stisnuo-je-gas-do-daske-a-mercedes-je-zaplesao-i-uletio-medu-ljude-kao-metak-917263> (pristup: 18. 6. 2023)

Slika 19. Naslov iz novina *Jutarnji list*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 18. 6. 2023)

Slika 20. Naslov s portala *Jutarnji list*. Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/crna-kronika/doznali-smo-koliko-je-tocno-proslo-otkad-je-supernova-pozvala-policiju-do-trenutka-nesrece-15346876> (pristup: 18. 6. 2023)

Slika 21. Naslov s portala *24sata*. Izvor: <https://www.24sata.hr/news/uzas-na-bundeku-dosli-su-zbog-jednog-decka-koji-se-napio-sjeli-su-iza-hitne-nije-ih-vidio-918173> (pristup: 23. 6. 2023)

Slika 22. Naslov iz novina *24sata*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 23. 6. 2023)

Slika 23. Naslov iz novina *Jutarnji list*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 23. 6. 2023)

Slika 24. Naslov s portala *Jutarnji list*. Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/crna-kronika/vozac-je-ponavljao-samo-dvije-recenice-a-ozlijedena-djevojka-vikala-spasite-mi-prijatelja-15348175> (pristup: 23. 6. 2023)

Slika 25. Naslov iz novina *24sata*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 25. 6. 2023)

Slika 26. Naslov s portala *24sata*. Izvor: <https://www.24sata.hr/news/tko-su-glavni-akteri-kaosa-u-rusiji-putinovom-kuharu-prigozinu-vojni-vrh-stao-na-zulj-918643> (pristup: 25. 6. 2023)

Slika 27. Naslov iz novina *Jutarnji list*. Izvor: [www.pressreader.com](http://www.pressreader.com) (pristup: 25. 6. 2023)

Slika 28. Naslov s portala *Jutarnji list*. Izvor: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/vojni-senioribijesni-vojska-u-problemima-a-kremlj-je-posebno-sokirala-reakcija-gradana-15349303> (pristup: 25. 6. 2023)