Sport kao medijski sadržaj

Barišić, Nikolina

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:251:700194

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU U OSIJEKU

THE ACADEMY OF ARTS AND CULTURE IN OSIJEK

Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMET
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ MEDIJSKE KULTURE

Nikolina Barišić

SPORT KAO MEDIJSKI SADRŽAJ

ZAVRŠNI RAD

MENTORICA:
doc.dr.sc. Marina Đukić

Osijek, 2019.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMET
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ MEDIJSKE KULTURE

Nikolina Barišić

SPORT KAO MEDIJSKI SADRŽAJ

ZAVRŠNI RAD

MENTORICA:
doc.dr.sc. Marina Đukić

Osijek, 2019.

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

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Nikolina Barišić potvrđujem da je moj završni rad
(diplomski/završni)
pod naslovom Sport kao medijski sadržaj
te mentorstvom doc.dr.sc. Marine Đukić
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 diplomskog 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

_____

SAŽETAK

Sportski se novinar u teoriji ne razlikuje puno od ostalih novinara. Od njega se očekuje da zna vladati tehnikama javnoga komuniciranja, da bude empatičan i da sve ono što radi bude vjerodostojno i istinito. Jer sportsko novinarstvo nije samo izvještavanje o statistikama i golovima, nego i o životnim pričama mnogih sportaša. Analizom sportskih medijskih sadržaja u razdoblju od 10.6. do 16.6.2019. pokazalao je da se najviše pažnje pridaje nogometu, rubrike su u velikoj mjeri sportskoga karaktera, ali na naslovnicama odabranih medija sportske se novosti ne pojavljuju često, dok novinari za način izvještavanja najčešće koriste: vijesti (blic vijesti), intervjue i članke. Kada je riječ o autorima tekstova, oni su uglavnom u svome pisanju nepristrani, koriste se izvorima i svoje tekstove nadopunjavaju izjavama, a tekstovi su najčešće u rasponu od 100 do 1000 riječi. Govoreći o etici u sportskome novinarstvu, sportski događaji su plodno tlo za nerede pa tako novinari moraju znati pristupiti načinu izvještavanja, a glavni razlog zbog kojega čitatelji biraju negativne vijesti – Wilke odgovara: „zbog neposredne želje za djelovanjem“. Iako se o nasilju ili smrti treba izvještavati tako da se ne utječe na čast i ugled, izvršne sportske organizacije savjetuju medijima da takvim vijestima ne daju medijski prostor.

Ključne riječi: sport, analiza, sadržaj, etika, nasilje

ABSTRACT

In theory, sports journalist is no different than the rest of journalists. It is expected from him to know how to publicly communicate, to be empathic and that every work is done in a credble and truthful way. Because sports journalism isn't only about statistics and goals, but it is also about life stories of many athletes. By analyzing media content in the period from June 10th to June 16th 2019. it is shown how the most of attention goes to football, columns are usually about sport itself, but on the front pages sports news aren't frequently posted, whilst the sports journalists for the writing genre use: news (flash news), interviews and articles. When it comes to the authors of the texts, they are for the most of the time impartial, they use sources and complement their texts with statements, and the texts themselves are commonly in the range from 100 to 1000 words. When it comes to ethics in sports journalism, it is known that sports events are potential with riots so journalists need to know how to approach that type of situation and how to report about it, and the main reason why readers choose negative news like those – Walke answers „because of immediate desire to act.“ Though, reporting about violence and death shouldn't affect one man's reputation, executive sports organizations advise media houses to not give media space to that type of news.

Key words: sports, analysis, content, ethics, violence

SADRŽAJ

SAŽETAK 4
ABSTRACT 5
1. UVOD 7
2. SPORTSKO NOVINARSTVO 8
2.1. OSOBINE NOVINARA 9
2.1.1. OSTALE KOMPETENCIJE 9
2.2. KRITERIJ ZA ODABIR SPORTSKIH DOGAĐAJA 10
3. ANALIZA MEDIJSKIH SADRŽAJA 11
3.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA 12
3.2. OBRADA PODATAKA I RASPRAVA 12
3.2.1. POPULARNOST SPORTOVA U MEDIJIMA 13
3.2.2. SPORTSKE RUBRIKE I NASLOVNICA 15
3.2.3. NOVINSKI RODOVI I DUŽINA TEKSTOVA 19
3.2.4. (NE) PRISTRANOST AUTORA 24
3.2.5. BROJ IZJAVA 26
4. ETIKA U SPORTSKOM NOVINARSTVU 28
4.1. ZAŠTO NASILJE IMA PREDNOST? 30
5. ZAKLJUČAK 32
LITERATURA 33
POPIS SLIKA 35
POPIS GRAFIKONA 35

1. UVOD

Sport kao „raširena i popularna društvena pojava, sastavni je dio kulture suvremenoga društva“(enciklopedija.hr), a početci sporta mogu se pronaći od kada postoji i čovjek. Kako je raslo zanimanje za sport i njegove sudionike tako se i novinarstvo počelo specijalizirati i stvarati granu sportskoga novinarstva.

Dakle, danas su mediji i sport nerazdvojni, „a globalizacija je najvećoj mjeri doprinijela medijskoj ekspanziji sporta ... mediji su postali njegov sastavni dio, a on (sport) je postao sastavni dio njihova sadržaja.“ (Vasilj, 2014:18)

Cilj završnoga rada je analiza medijskoga sadržaja koji je vezan uz sport pa je tako u prvome dijelu rada teorijski opisano sportsko novinarstvo, kakav sportski novinar treba biti te koji kriteriji moraju biti zadovoljeni pri odabiru sportskih događaja.

Glavni dio rada prikazat će podatke dobivene analizom medijskih sadržaja Večernjeg lista, Jutarnjeg lista i Net.hr u razdoblju od sedam dana. Stoga će se kroz tu analizu prikazati razlike između tiskovnog i online sportskog novinarstva i pokušati uvidjeti razlikuje li se sportsko novinarstvo previše u svojoj teoriji i praksu.

Već na samome kraju rada obradit će se tema etike u sportskome novinarstvu i objasniti zašto vijesti koje sadrže bilo koju vrstu nasilja dobivaju više medijskoga prostora od, primjerice, sportskoga uspjeha kluba ili sportaša.

Rad je, osim na prikupljenim sportskim člancima za analizu, temeljen na stručnoj literaturi iz područja novinarstva i internetskih baza podataka.

2. SPORTSKO NOVINARSTVO

Da bi se medijski sadržaj sporta lakše analizirao i shvatio, važno je prvo teorijski objasniti sportsko novinarstvo – kako se postaje sportski novinar, koje su poželjne osobine te koji su načini izvještavanja u takvome novinarstvu kao i druge važne sastavnice koje će se pojavljivati nadalje u ovome radu.

Općenito, ako se spomene pojam *novinarstvo* vjerojatno se velikoj većini ljudi koji, bilo da su novinari ili studenti novinarstva, u glavi javlja ona školska definicija koja novinarstvo naziva strukom, koja prije svega prikuplja i obrađuje informacije te ih pokušava na najjednostavniji način plasirati u javnost publici pritom zadržavajući istinost i vjerodostojnost informacija.(enciklopedija.hr)

I upravo ova 'školska' definicija vrijedi za svaku vrstu novinarstva, bilo da je riječ o sportskom, poslovnom ili čak vjerskom novinarstvu pa tako Sapunar zaključuje da je novinarstvo profesija čija je glavna funkcija „obavještavanje javnosti o svim bitnim činjenicama iz zbilje, nužnim za spoznavanje svijeta u kojem živimo.“ (2000:143)

No, sportsko novinarstvo koje je glavno u ovome radu, a Vasilj ga definira kao „posebnu vrsta novinarstva koja sportske događaje i s njima povezane teme najavljuje, izravno prenosi, komentira te ih analizira nakon što završe, a neizostavni dio tog procesa su: sportski događaji i njihovi sudionici, predmet informacije, mediji i sportski novinari te recipijenti.“ (2014:23)

Iako sport kao svoje medije bira tisak, radio, televiziju i nove medije (kao što je npr. online novinarstvo), ovaj rad će analizirati tiskovno i online sportsko novinarstvo. Tiskovno novinarstvo kao najstariji oblik novinarstva je, kako smatra Vasilj (2014:22), najviše specijalizirano za najavu sportskih događaja, ali i analizu nakon što se završe i to koriste kao najjači adut koji dostavlja s dobrom prezentacijom i informiranošću. A s druge strane, taj isti autor nove medije opisuje kao vrlo značajne čimbenike u sportskom izvještavanju, a najveće vrline novih medija su brzina plasiranja vijesti, bolja povezanost i lakše uočavanje povratne informacije.

2.1. OSOBINE NOVINARA

Osim što svaki novinar, neovisno o vrsti novinarstva kojom se bavi, mora biti odvažan, hrabar, obrazovan i inteligentan Sapunar također naglašava (2000:143) da novinar mora znati vladati kulturom javnoga komuniciranja jer će u protivnome zbog svoga neznanja stvarati šumove u komunikaciji, a to je od izričite važnosti u sportskome novinarstvu.

Možda se na sam spomen sportskoga novinarstva često javljaju asocijacije kako je to samo statističko izvještavanje i analiza udaraca na gol, pa se zaboravlja da upravo sportski novinari ne izvještavaju samo o utakmicama i mečevima, nego i o stradanjima sportaša, politici, gdje protok informacija treba biti čist i jasan.

Sapunar (2000:144) također naglašava kako novinar mora imati empatijske sposobnosti, a to predstavlja sposobnost uživljavanja u psihu drugoga, pokušati se staviti u cipele osobe o kojoj se izvještava kako bi se bolje i lakše shvatilo o čemu se radi, a u sportskom novinarstvu je to vrlo bitno pogotovo kada se rade intervjui velikih sportskih zvijezda koji su izgubili člana obitelji, prošli kroz tešku automobilsku nesreću ili su pak pri završetku karijere.

„Sveznajući neznalica“ (Mikulčić,1996:101) jedan je od zahtjeva kakav novinar treba biti. No, može li se to očekivati od sportskoga novinara? Odgovor na to pitanje daje Vasilj (2014:24) koji kaže da novinar treba/mora dobro poznavati sport o kojemu izvještava i da je poželjno ako se u prošlosti tim sportom bavio, amaterski ili profesionalno. O poznavanju sporta, Malović ističe da novinar sport mora poznavati u cjelini „od teorijskog pristupa, povijesti i rezultata, poznavati sve o sportašima, trenerima, klubovima ... On živi životom tog sporta, stalno je s njima u vezi, odlazi na treninge, posjećuje sva natjecanja.“ (1996,132)

2.1.1. OSTALE KOMPETENCIJE

Od osim već navedenih znanja i vještina koje sportski novinar treba posjedovati, Vasilj (2014:24) još navodi i sljedeće (koja ne zahtijevaju dodatna proširivanja i objašnjenja):

1. Razumijevanje potreba recipijenata
2. Poznavanje retoričkih pravila
3. Poznavanje specijalnih vještina
4. Tehnika pisanja i dobro poznavanje medija
5. Opća naobrazba

6. Razvijanje osobnosti i vlastitoga stila rada
7. Korištenje statistikom
8. Pridržavanje zadanih rokova

2.2. KRITERIJ ZA ODABIR SPORTSKIH DOGAĐAJA

Nakon što je objašnjeno kakvi sportski novinari u teoriji trebaju biti, postavlja se pitanje o kriteriju odabira sportskih događaja. Koji sportski događaji imaju prednost i kakva će vijest sigurno završiti na naslovnici – uspjeh reprezentacije ili nešto iz crne kronike?

Pa tako Miroslav Vasilj (2014:36) u svojoj knjizi navodi 18 kriterija od kojih ćemo neke izdvojiti i ukratko objasniti:

1. ELITNI SPORTOVI/NATJECANJA

U kategoriju elitnih sportova prema mnogim hrvatskim, ali i europskim medijima spadaju nogomet, tenis i košarka koji imaju ogromnu prednost nad ragbijem, veslanjem i gimnastikom, a kao elitna natjecanja navode se Svjetsko nogometno prvenstvo, Liga prvaka, teniski Grand Slamovi, ali i Olimpijske igre koje uspiju na medijsku scenu probiti i manje poznate sportove.

2. VRHUNSKI SPORTAŠI/CE

U ljudskoj je prirodi zanimati se za živote poznatih i slavnih, za nekoga tko je ostvario veliki uspjeh ili pokazao veliko srce pa je to upravo plodno tlo za mnoge sportaše.

3. ELITNI KLUBOVI I NACIJE

Kako postoje elitni sportovi i natjecanja pa tako postoje i elitni klubovi i nacije koje izazivaju više planetarne pažnje od ostalih. Ako se malo pogleda svjetska scena, svoj prostor na TV prijenosu imat će meč prvog tenisača svijeta, a na hrvatskoj sportskoj sceni veće zanimanje i popraćenost donijet će prvak HNL-a.

4. REKORDI

Veliki sportski pothvati koji su praćeni nekakvom osobnom pričom sportaša primjerice siromašno djetinjstvo ili ozljeda, uvijek će naći svoje mjesto medijima i biti popraćeni od velikog broja ljudi.

5. RIVALSTVO

Nema zanimljivije stvari nego gledati primjerice dva kluba iz istoga grada kako se bore za trofej pa će tako gradski derbi Real Madrida i Atletico Madrida pratiti veliki broj ljudi i pridonijeti čitanosti članka o njima.

6. KONFLIKT

„Konflikt sam po sebi izaziva radoznalost.“(Vasilj,2000:40) pa je nebitno je li to samo neslaganje igrača i sudaca ili je pak konflik u redovima kluba.

7. HUMOR

A osim negativnih stvari poput konflikta, čitatelji reagiraju na humor. No, usprkos tome, Vasilj napominje kako „sportski novinari trebaju biti oprezni da nekoga ne bi povrijedili.“(2000,42)

8. FAVORIZIRANJE MUŠKOG U ODNOSU NA ŽENSKI SPORT

Prateći sportske prijenose vrlo je jasno kako muški, pogotovo ekipni, sportovi imaju veću prednost nad ženskima pa na taj način onda funkcionira i pisanje članaka. Gdje će se više medijskoga prostora posvetiti muškom ekipnom sportu.

A kao ostali čimbenici navedeni su: pravodobonost, sportska blizina, neizvjesnost, značaj, edukacijska vrijednost, neuobičajenost, negativnost, utjecaji

3. ANALIZA MEDIJSKIH SADRŽAJA

Glavni dio ovoga rada je analiza medijskih sadržaja, točnije, što sadrže sportske vijesti i na koji su način koncipirane. Kao glavna usporedba, bit će razlika između tiskovnog i online novinarstva, a glavni čimbenici koji će se promarati su: koliko članaka ima o kojem sportu, u koju rubriku pripadaju članci, pojavljuje li se taj članak na naslovnici, koji novinski rod prevladava, je li autor pri pisanju teksta bio pristran ili nepristran, koliko izvora koristi, koja je dužina teksta i koliko izjava koriste u svojim člancima.

Mediji koji će se promatrati za tiskovno novinarstvo su Večernji list i Jutarnji list, a za online novinarstvo portal Net.hr. Izabrane su informativno-političke novine jer one nude i vijesti iz politike, gospodarstva pa i sporta i na taj način je bio izabran i online portal, gdje se vodilo

računa da takav portal nema tiskovno izdanje kao, primjerice, 24 sata.

Kriterij za odabir navedenih medija bilo je promatranje okoline pa tako kroz razgovor s nekolicinom ljudi, što u krugu obitelji, a što u javnim ustanovama dobio se dojam da najčešće posežu za upravo odabranim medijima.

3.1. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Kao metodologija istraživanja koristilo se prikupljanje podataka koji su naposljetku bili analizirani od strane jednoga procjenjivača. Prikupljali su se Večernji i Jutarnji list i, također, spremali članci koje je objavio Net.hr u razdoblju od 10.lipnja do 16. lipnja 2019. godine.

Analiza se provodila tako što je procjenjivač (u ovome slučaju autor završnoga rada) procjenjivao zastupljenost određenih varijabla koje je unosio u Excel tablicu. Radi lakše analize podataka bilo je potrebno izraditi kodnu knjgu po kojoj će se procjenjivati podatci

Riječ je o ukupno 333 članaka koji su nastali u navedenome tjednu.

3.2. OBRADA PODATAKA I RASPRAVA

Ovaj dio rada posvećen je rezultatima koji su dobiveni obradom podataka te će se ovdje rezultati analizirati i raspravljati. Prvo će se početi s općenitom analizom sadržaja, gdje će se obraditi stavke poput medija, sporta, rubrike i naslovnice, a zatim će se više pozornosti posvetiti detaljnoj analizi članaka, kao što su: novinski rod, ton teksta, izvori i slično.

Svi će rezultati biti prikazani brojčano (u obliku grafa) te također popraćeni s tekstovnom analizom dobivenoga rezultata.

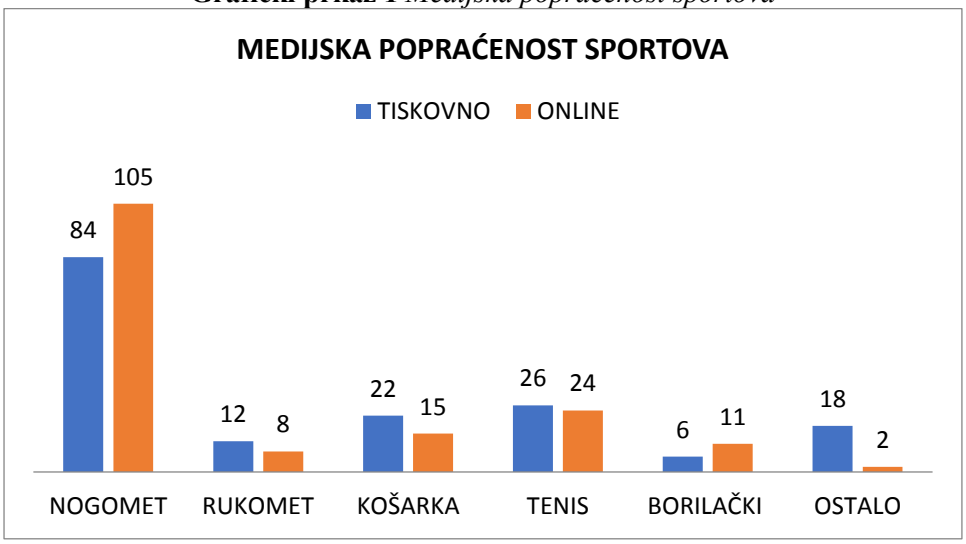
Pa će tako ova rasprava započeti s analizom odabranih medija, točnije, koliko prostora informativno-političke novine pridaju sportu te jesu li stvarno elitni sportovi u zadanome tjednu oni koje smo već naveli – nogomet, košarka i tenis.

3.2.1. POPULARNOST SPORTOVA U MEDIJIMA

Početna hipoteza koja se postavlja kada je riječ o popraćenosti sportova je da hrvatsko novinarstvo ne odskače od trendova europskoga novinarstva i da je upravo najpraćeniji sport nogomet, a nakon njega košarka, tenis, rukomet pa borilački sportovi.

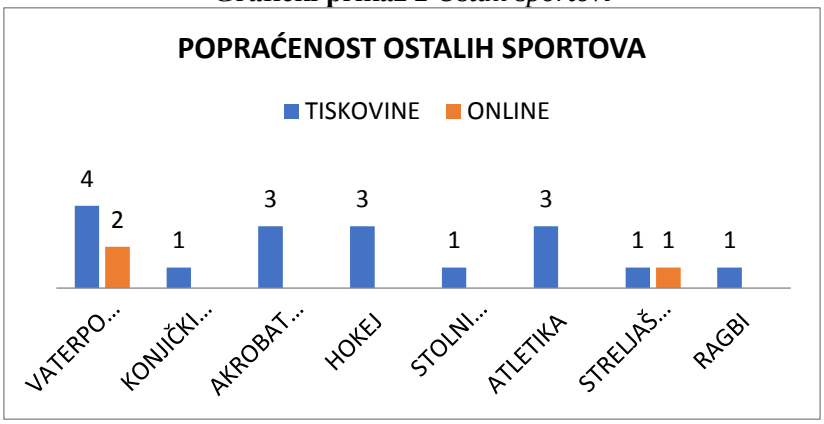
No, dobiveni podatci pokazuju sljedeće: (vidi graf 1) od ukupno 333 članaka koji su bili analizirani, tiskovni su mediji u sedam dana napisali 84 članaka o nogometu, dok je online medij napisao za 21 više. Nakon nogometa, u Hrvatskoj vlada mišljenje kako je košarka drugi najpraćeniji sport, ali se zapravo pokazalo da je to tenis, a nakon tenisa dolazi košarka pa rukomet i borilački sportovi.

Grafički prikaz 1 *Medijska popraćenost sportova*



Ostali sportovi koji su se spominjali bili su: vaterpolo, konjički sport, akrobatski sportovi, hokej, stolni tenis, atletika, streljaštvo i ragbi. (vidi graf 2)

Grafički prikaz 2 *Ostali sportovi*



Vrlo je zanimljiva činjenica da osim što su završile sve nogometne lige, utakmica skoro pa i nema osim par kvalifikacijskih za Europsko prvenstvo, nogomet i dalje dominira na medijskoj sceni, dok u drugim sportovima kao npr. u tenisu traje jedan od najstarijih i najpopularnijih Grand Slamova – Wimbledon, nema ni upola članaka kao onih iz nogometnoga svijeta.

No, postavlja se pitanje zašto nogomet dobiva najveću pozornost čitatelja? A odgovor leži upravo u financijama i marketingu. Ono što dosta ljudi zaboravlja, a kako Vasilj navodi u svojoj knjizi je da najveću ulogu u popularnosti sporta ima televizija te „zbog televizije se mijenjaju pravila u mnogim sportovima. Zahtjevima televizije prilagođavaju se termini sportskih, a televizija u sprezi s marketingom osniva i vlastite sportske lige“. (Vasilj, 2014:18) I također joj pridaje status globalnoga stadiona.

Pa se upravo zbog televizije i njezine politike utakmice Lige prvaka igraju utorkom i srijedom, a Europska liga se igra četvrtkom. Također, nekadašnji termin Lige prvaka koji je bio u 20:45 pomjeren je na 21:00, a to sve ureduje televizijska politika.

Kao što se nekada na HRT 2 mogla gledati svaka utakmica HT Prve lige (što bi bilo logično jer je financirana iz državnoga proračuna!), Hrvatska radio televizija gubi svoja prava te ju otkupljuje Arena Sport koja je u vlasništvu Srbije. No, europski klubovi su od toga sebi smislili prihod financija pa su počeli prodavati televizijska prava i povećati si prihode u klubu.

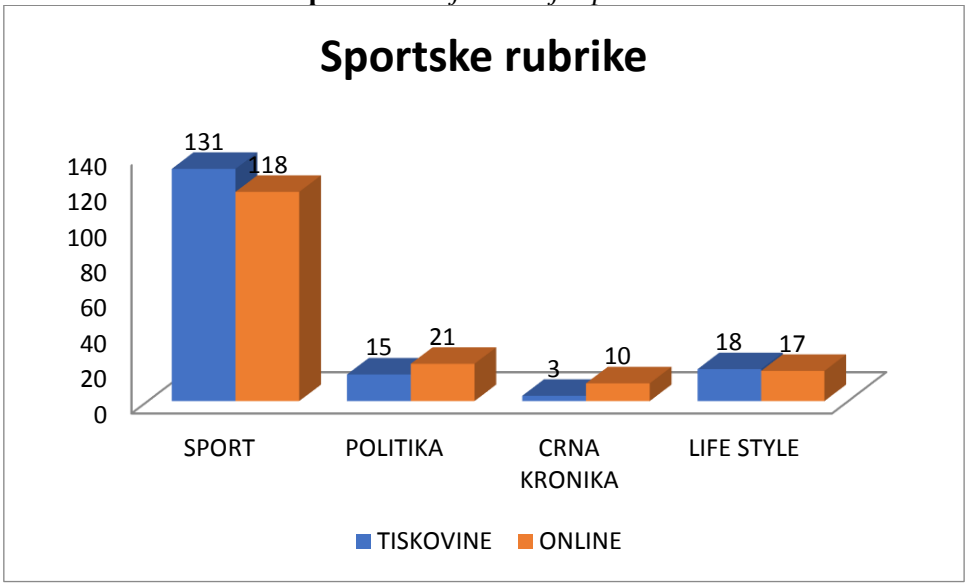
A upravo pet najvećih liga koja prodaju televizijska prava su La Liga (Španjolska), Premier League (Engleska), Bundesliga (Njemačka), Serie A (Italija) i Ligue 1 (Francuska).

Ako se zaborave financije i marketing na trenutak, zasigurno je da nogomet svoju popularnost crpi iz duge i bogate povijesti. No, prevelikih razlika u odabiru sporta između tiskovnog i online novinarstva nema jer se iz grafa 1 može vidjeti kako o spomenutim sportovima izvještavaju u jako sličnoj mjeri, što bi značilo da koriste jednake kriterije pri odabiru sportskih događaja.

3.2.2. SPORTSKE RUBRIKE I NASLOVNICA

Kada je riječ rubrikama koje obilježavaju sportski sadržaj, početna hipoteza bila je da bi što više članaka moglo dolaziti iz rubrike life style jer su gotovo svi sportovi bili pri kraju sezone, a sportaši su odlazili na godišnje odmore pa sportskih vijesti i najava nije bilo puno, no rezultati pokazuju drukčije:

Grafički prikaz 3 *Najučestalije sportske rubrike*



Upravo suprotno početnoj hipotezi, najviše sadržaja bio je sportski sadržaj. Tiskovni mediji posvetili su nešto više pažnje sportskim analizama nego što je to činio online medij. Kada je riječ o politici i crnoj kronici, online članci pružaju više takvoga sadržaja, a life style tematike identično zanima tiskovno i online novinarstvo.

Iako sportskih najava nije bilo mnogo, novinari su uglavnom pisali analitičke sadržaje u kojima bi komentirali prethodnu sezonu, pojedinoga igrača ili bi se prisjećali određenog uspjeha ili pothvata.

Često su vijesti iz life-style rubrike obuhvaćale teme poput sportaša koji su na godišnjem odmoru i što rade ondje, a s druge strane pisalo se i o ljubavnoj tematici. Pa je tako bilo članaka poput:

- „Rakitić u Dubaiju hranio medvjeda“ (Večernji list, 13.6.2019.)
- „PORNOGLUMICA OPASNO ZAPELA ZA NAJVEĆU NADU PORTUGALSKOG NOGOMETA: Stalno mu šalje poruke i ne pušta ga na miru“ (Net.hr, 15.6.2019.)

- „POJAVLI SE NOVI DETALJI SLUČAJA: Manekenka koja optužuje Neymara za silovanje iznijela skandalozne tvrdnje o brazilskoj megazvijezdi“ (Net.hr, 10.6.2019.)

Iako se dosta političkih problema prodaje u rubrikama sporta, članci često govore o pronevjerama novca, smjenjivanjima ljudi i često stvarima koje uopće nemaju veze sa sportom, a jedina im je poveznica ta što su one organizacije zaslužne za provođenje regulativa u sportskim klubovima.

Pa je tako jedna politička vijest iz Jutarnjeg lista od 16.6.2019. s naslovom „Kako su poklekli Šukerovi volonteri“ (vidi sliku 1), objavljena je u rubrici sporta, s ostalim sportskim vijestima, a mogla je biti dio unutrašnje politike jer je tekst koncipiran kao financijski prikaz, koji objašnjava gdje su dobiveni novci od Svjetskog nogometnog prvenstva kao i spominjanje političkih stranki i njihovih ljudi.

Slika 1 *Prikaz političke vijest u sportskoj rubrici*



izvor: Jutarnji list, 16.6.2019.

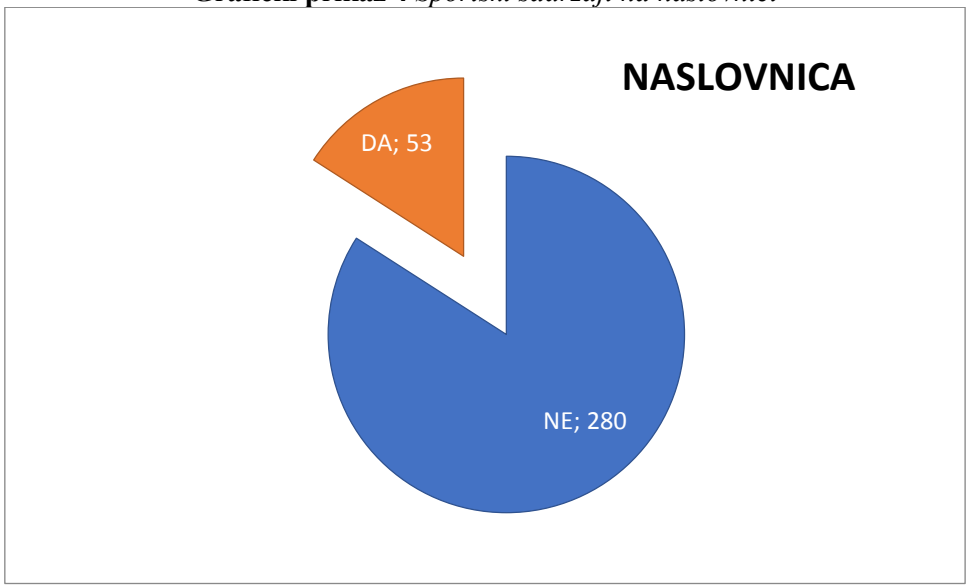
Kako u svakoj vrsti novinarstva postoji sezona kiselih krastavaca, tako postoji i u sportskome novinarstvu, a to je najčešće ljetno razdoblje. „Ali i tada dobar novinar, uvijek može naći zanimljivu priču koja će pobuditi zanimanje čitatelja. Upravo u tom vremenu sezona je transfera igrača iz jednoga u drugi klub. Prilika je ... i za profil-priče o njima, njihovom djetinjstvu, sportskom putu.“ (Vasilj, 2014:217)

Većina članaka koji su bili analizirani nudili su sadržaje o transferima igrača, analizi kola, ali su i često puta dopuštali čitateljima da izaberu sportaša/sportašicu sezone. No, to su najčešće

prakticirali novinari online medija jer im je lakše bilo dobiti povratnu informaciju samo jednim klikom. Kada je riječ o ostalim aspektima, opet ne postoji velika razlika između tiskovnih i online sadržaja u odabiru rubrike o kojima pišu. Jedino je zamjetno da online medij izvještava više o vijestima iz crne kronike.

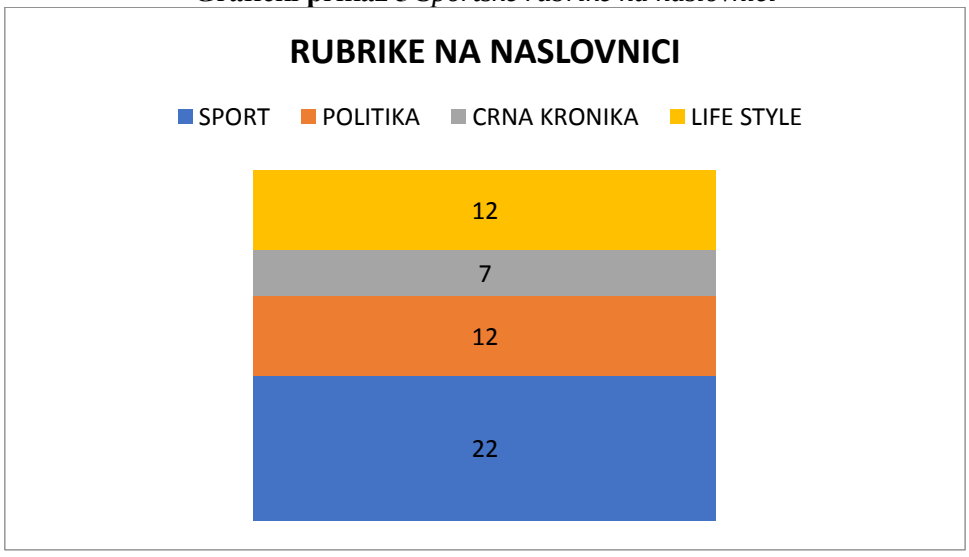
Ali, koliko je sportskih članaka dospjelo na naslovnicu?

Grafički prikaz 4 *Sportski sadržaji na naslovnici*



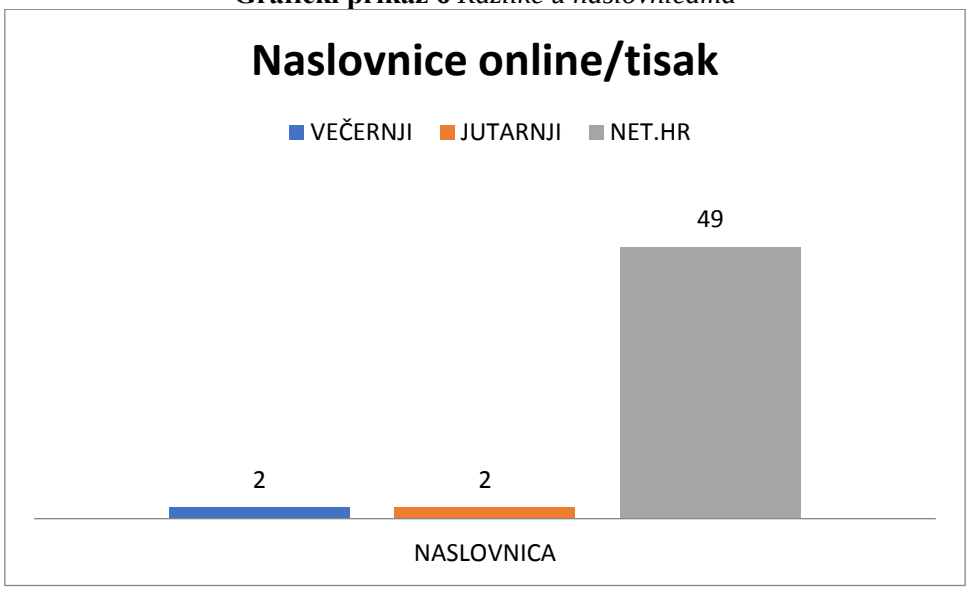
U zadanome tjednu, iako je bilo preko 300 sportskih članaka, samo ih je 53 završilo na naslovnici. A sljedeći grafički prikaz pokazat će iz koja je rubrika najviše zauzimala mjesto na naslovnici.

Grafički prikaz 5 *Sportske rubrike na naslovnici*



Jedna od većih i bitnijih razlika između tiskovnih medija i online medija je ta što tiskovni mediji ne mogu ažurirati svoje članke i naslovnice nakon što su isprintane, a online mediji imaju tu mogućnost. Pa se tako i naslovnica sportskih sadržaja u online medijima mijenjala svakih nekoliko sati pa da nije ni čudno kako je 49 online članaka našlo mjesto na naslovnici, dok su u tiskovnim medijima samo 4 sportska sadržaja u tjedan dana bila na naslovnoj stranici.

Grafički prikaz 6 *Razlike u naslovnicama*



Sportske teme koje su zaslužile mjesto na naslovnicama Jutarnjeg i Večernjeg (vidi sliku 2) bile su vijesti iz nogometa – intervju Andreja Kramarića, povratak Zvonimira Bobana u Milan, intervju Igora Štimca i analiza utakmice Hrvatska – Wales.

S druge strane, sportske teme na naslovnici net.hr-a kojih je brojčano bilo više, također su najčešće vrtili vijesti koje su se govorile o nogometu ili o ljudima iz nogometa stoga su ovdje prikazani neki od primjera vijesti:

- „DALIĆ NAJAVIO PLANOVE ZA UTAKMICU S TUNISOM: Izbornik je komentirao i slučaj mladog reprezentativca koji je podigao prašinu“ (10.6.2019.)
- „HNS-OVA OBJAVA ZAPALILA DRUŠTVENE MREŽE: Navijači Hajduka i Hrvatske jasno rekli što misle o Vatrenima na Poljudu i – nije dobro!“ (12.6.20.19)
- „PROZIVANJE TALIJANSKOG TRENERA 'USTAŠOM' I GAĐANJE IGRAČA U GLAVU: Ništa čudno, samo još jedan derbi Partizana i Crvene Zvezde“ (15.6.2019.)

- „ZARAĐUJE MILIJUNE, ALI IMA LOŠIJI MOBITEL OD SVIH VAS: Hrvatski reprezentativac hit na Instagramu; 'Što će ti više...'“ (16.6.2019.)

Slika 2 *Sportske vijesti na naslovnicama VL i JL*



izvor: Jutarnji list, 10. i 11. 6. 2019.:
Večernji list, 13. i 15. 6. 2019.

Zašto su neke teme zastupljenije na naslovnici – Almir Elezović u svome radu objašnjava kako najveći utjecaj na taj odabir ima uređivačka politika te se kroz predstavljanje određenih tema može utjecati na društvene vrijednosti i poželjno ponašanje i kako „hijerarhija zastupljenosti tema sugerira dominantne javne interese, uređivačku politiku, razumijevanje javnog interesa i tržišne kriterije.“ (2012:85)

Iako mnogo čitatelja poseže za sportskim stranicama, mediji koji su bili analizirani za ovaj rad, najčešće nude političke sadržaje kako bi što bolje privukli publiku, imajući na umu da sportski sadržaj svakako dolazi pri samom kraju novina, prije tzv. zabavnog sadržaja.

3.2.3. NOVINSKI RODOVI I DUŽINA TEKSTOVA

Sljedeće predstavljeni podatci, pokušat će dokazati hipotezu koja postavlja pitanje je li tiskovno/online novinarstvo isto u teoriji i u praksi i koje su mu glavne razlike i sličnosti.

Kada je riječ o tiskovnome novinarstvu i kako je predstavljeno u knjizi, Vasilj (2014:51) tvrdi kako se bogatstvo novinskih rodova prikazuje u sportskome novinarstvu, a najčešći oblici izražavanja su: vijest, intervju, komentar (analiza), izjava i članak.

Vijest se definira kao elementarni novinski izraz, a ono treba znati odgovoriti na čuvena novinarska pitanja: što?, tko?, gdje?, kada?, zašto?, kako?, a Vasilj nadodaje kako je veliku ulogu igra izvor, a zaključuje kako u sportskom novinarstvu „vijest najčešće započinje pitanjima „što“ i „tko“, ponekad „kako“ i „zašto“, a vrlo rijetko „gdje“ i „kada“.“ (Vasilj, 2014:52)

Primjer vijesti koja odgovara na novinarska pitanja te tako pruža sve važne informacije, upotpunjene izjavama, koje bi čitatelja mogle zanimati:

> *„Luka Jović (21) jučer je potpisao za madridski Real, a nakon toga klub je predstavio svoje 60 milijuna vrijedno pojačanje. -Sad kad sam potpisao za Real, mogu reći da sam najsretniji čovjek na svijetu. Dat ću sve od sebe da Real osvoji trofeje – rekao je Jović, a nadovezao se klupski predsjednik Florentino Perez. -Ispred nas je jedan od najboljih napadača u Europi, koji je ispunio svoj san i došao u Real. Hvala ti što si odabrao ovaj klub – poručio je Perez. Nakon pojavljivanja pred novinarima, srbijanski nogometaš istrčao je na Santiago Bernabeu pred pet tisuća te ih malo zabavljao, žonglirao je s loptom, a nakon toga lopte je ispucavao u publiku kako bi navijačima ostale za uspomenu.“* Večernji list, 13.6.2019.: **Luka Jović predstavljen navijačima**

Ali, kada je riječ o online člancima postavlja se pitanje kakve oni novinske rodove koriste? No, u svojoj knjizi autor ističe da i online novinarstvo treba odgovarati na već navedenih 6 novinarskih pitanja i da online novinarstvo nije puno drukčije od tiskovnoga jer prate obrnutu piramidu pisanja vijesti.

Jedino što je najuočljivija razlika su naslovi koji često budu prenapuhani s naznakom senzacionalizma pa upravo zbog takvih naslova većina online medija gubi svoju vjerodostojnost. Takvi naslovi često se nazivaju u online svijetu *clickbait*. Kao primjer, navest ćemo neke od takvih naslova koji su se pojavljivali kako bi se lakše razumjelo o čemu je riječ:

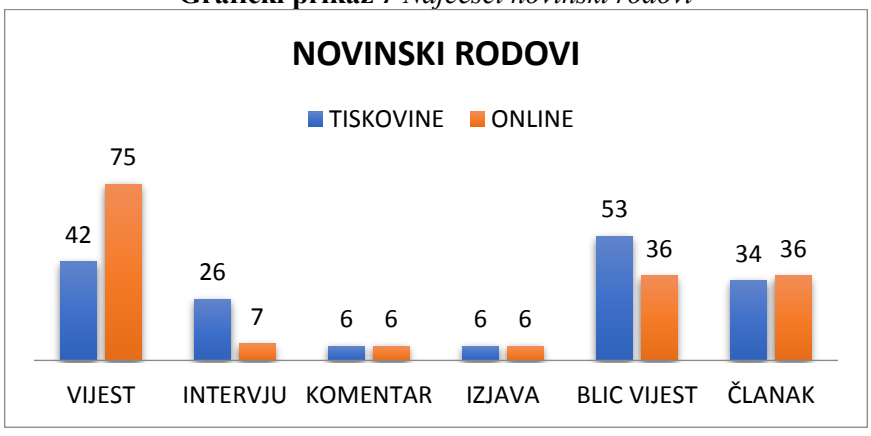
- „EVO ZAŠTO MILAN VIŠE NIJE MOĆAN KAO NEKAD: Objavljeni financijski rezultati talijanskoga velikana, podatci su frapantni“ (net.hr,10.6.2019)
- „POBIJEDILI SVJETSKE PRVAKE PA DOŽIVJELI OGROMNU NEUGODNOST: Turci bjesne zbog ovoga poteza Islanđana“ (net.hr,10.6.2019)
- „MAMIĆU SE VLASTIE RIJEČI OBILE O GLAVU: Pogledajte kakve su poruke osvanule na Maksimiru“ (net.hr,10.6.2019)
- „NAVIJAČI ZVEZDE BRUTALNO ODGOVORILI SAVIČEVIĆU: Je**m te u usta škrbava!“ (net.hr,15.6.2019)

S druge strane, ovako uglavnom izgledaju naslovi tiskovnih medija, prikazani kako bi se moglo usporediti sa senzacionalističkim:

- „Trešnjevka izborila Trophy II“ (Večernji list, 11.6.2019.)
- „Real Madrid već potrošio više od 300 mil. eura“ (Jutarnji list, 12.6.2019.)
- „Dinamo i Lokomotiva sastaju se u prvom kolu“ (Večernji list, 15.6.2019.)
- „Fonesca preuzeo Romu“ (Jutarnji list, 12.6.2019.)

Dakle, kada je riječ o brojčanome prikazu najčešće korištenih novinskih rodova, ovako to izgleda:

Grafički prikaz 7 *Najčešći novinski rodovi*

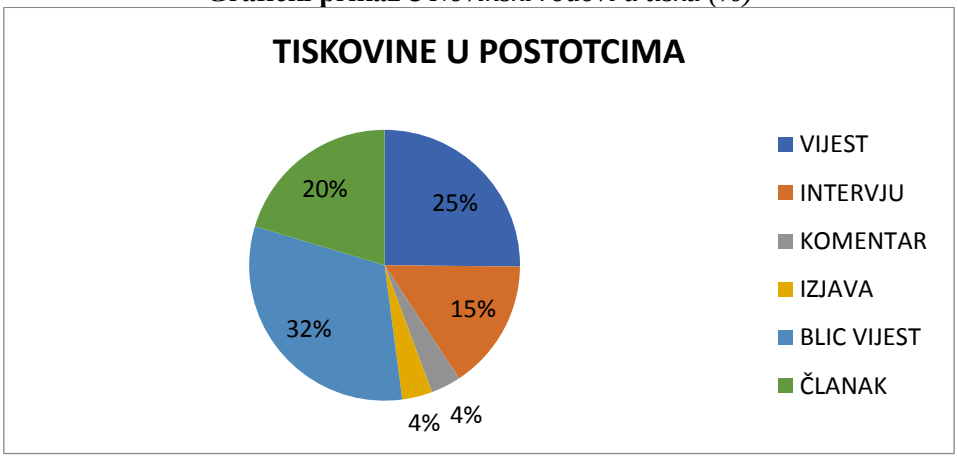


Vijest, kao što je već navedeno, odgovara na novinarska pitanja pa u postotcima zauzima 25% u tiskovinama, a 45% u online člancima. Drugi najčešće korišteni oblik pisanja je blic vijest koja se smatra podvrstom vijesti i u postotcima, takvim načinom pisanja više se koristi tiskovno novinarstvo s čak 32% članaka, dok online za 10% manje (vidi graf 8 i 9).

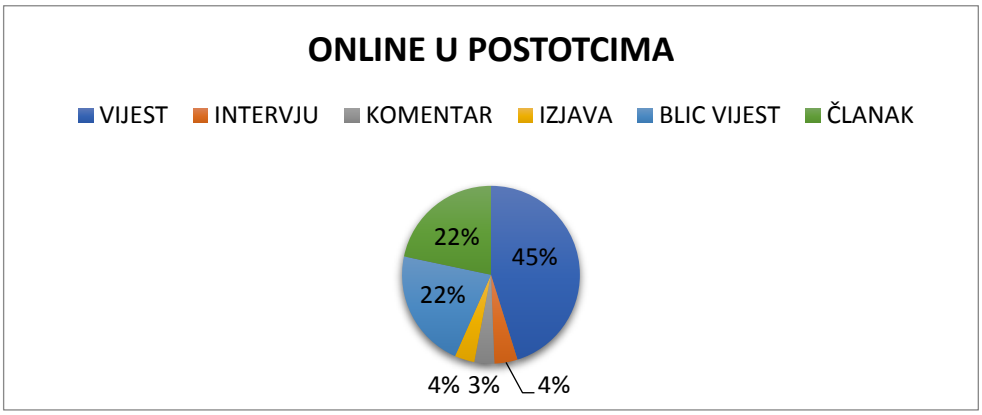
Kada je riječ o člancima ono se definira kao „cjelovit i samostalan prozni sastavak objavljen u dnevnim i nedjeljnim novinama ... Članak temeljitije obrađuje neku činjenicu ili je, pak, brza i informativna reakcija na kakav aktualan problem.“ (enciklopedija.hr) Ono što ga najčešće krasi je objektivnost i korištenje dvaju izvora.

Komentar i izjave, kao novinske rodove, i tiskovni i online mediji koriste u jednakoj mjeri, dok intervjue ipak više prakticiraju novinari tiskovnih medija, mnogo više kada je sezona „kiselih krastavaca“ i kada je lakše napraviti intervju nego najavu sportskoga događaja koji se trenutno ne odvija ili ne postoji. Stoga odgovor na početnu hipotezu je pozitivan, odnosno, novinari u svome radu ne odskaču od teorijskog načina izvještavanja.

Grafički prikaz 8 *Novinski rodovi u tisku (%)*

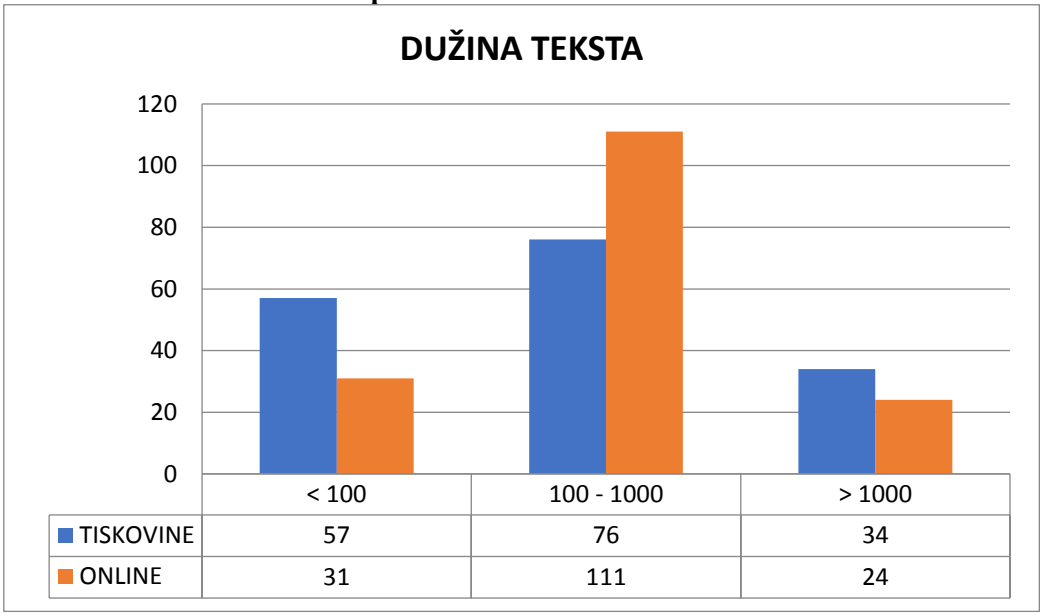


Grafički prikaz 9 *Novinski rodovi online (%)*



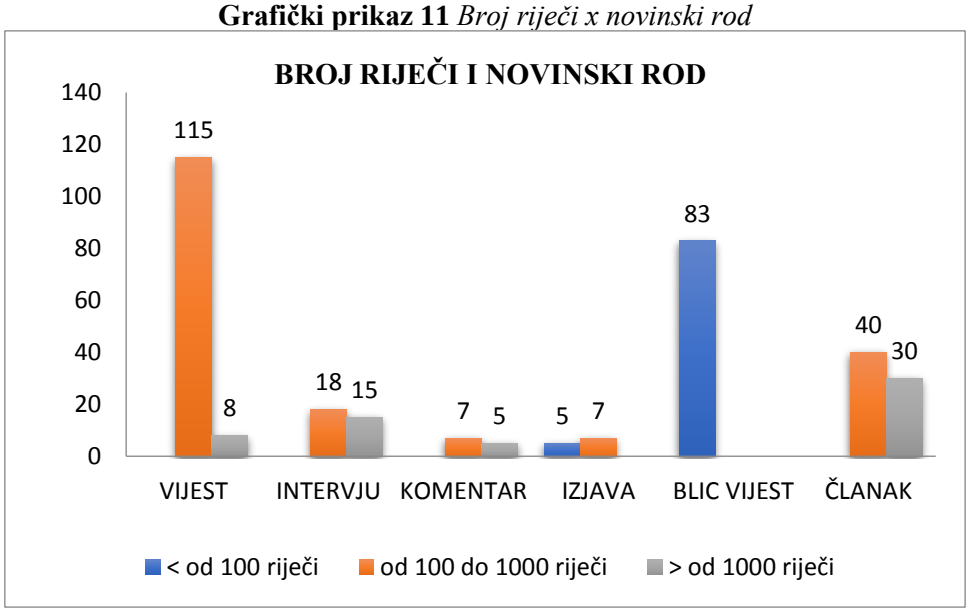
Koliko su uglavnom dugački novinski članci o sportu prikazat će sljedeći graf.

Grafički prikaz 10 *Razlike u dužini tekstova*



Iz prikazanog, može se zaključiti da novinari svoje tekstove često pišu u rasponu od 100 do tisuću riječi, a odmah nakon toga slijede kratki članci koji uglavnom imaju do 100 riječi. Budući da i novinski rod utječe na količinu riječi koje će se upotrijebiti, sljedeći graf prikazat će dužinu teksta u usporedbi s novinskim rodom članka.

Grafički prikaz 11 *Broj riječi x novinski rod*



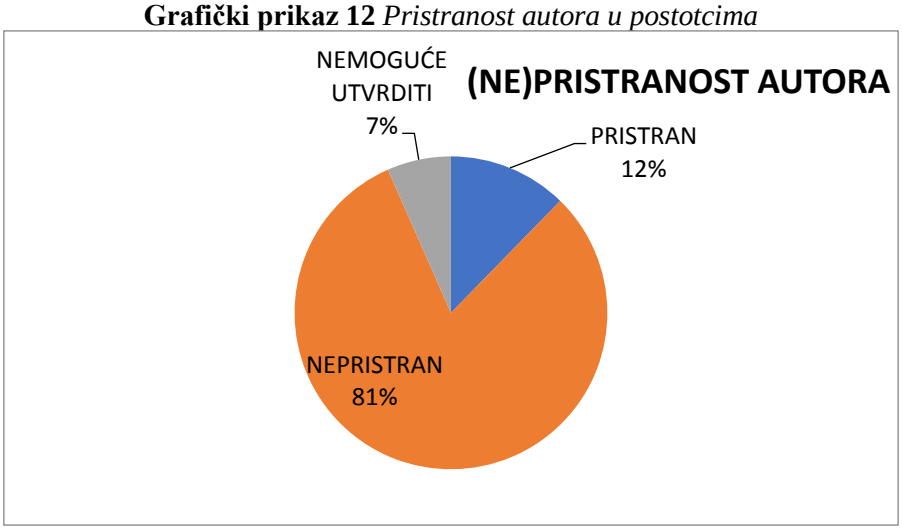
Nakon što su se križali rezultati broja riječi i novinskoga roda, rezultat je koji se i dao naslutiti. S manje od 100 riječi novinari su pisali blic vijesti, kojima je i opisu što kraće iznijeti informaciju i s druge strane nalaze se izjave s isto manje od 100 riječi koje su se uglavnom koristile za popunjavanje praznoga prostora na stranicama Večernjeg i Jutarnjeg. Dok u online člancima, takvi kratki tekstovi često su se kombinirali s videozapisima ili fotografijama. Iako ne postoji pisano pravilo koje naređuje koliko koji tekst treba imati riječi, ali ipak vrijedi sveopće pravilo jezične kulture, gdje je najbolje u što manje riječi izreći najbitnije kako se ne bi u pola teksta izgubila čitateljeva zainteresiranost.

Od 100 do 1000 riječi, kao i očekivano, pisale su se vijesti, intervjui, komentari, članci pa čak i neke poduže izjave. A tekstovi koji su imali više od 1000 riječi bili su vijesti, članci i intervjui koji bi se uglavnom bavili politikom ili analizom prethodne sportske sezone.

3.2.4. (NE) PRISTRANOST AUTORA

Nakon što su analizirani tekstovi, u vidu tematike, sporta, naslovnice i novinskoga roda još jedna vrlo važna stavka treba se analizirati. A to su autori teksta, točnije, pristranost autora o temi o kojoj piše. U 81% slučajeva autori su tekstove pisali na vrlo objektivan način, dok ih je samo 12% imalo izričitu pristranost jednoj strani priče, a u 7% slučajeva nije bilo moguće to utvrditi jer bi autor naginjao na obje strane priče.

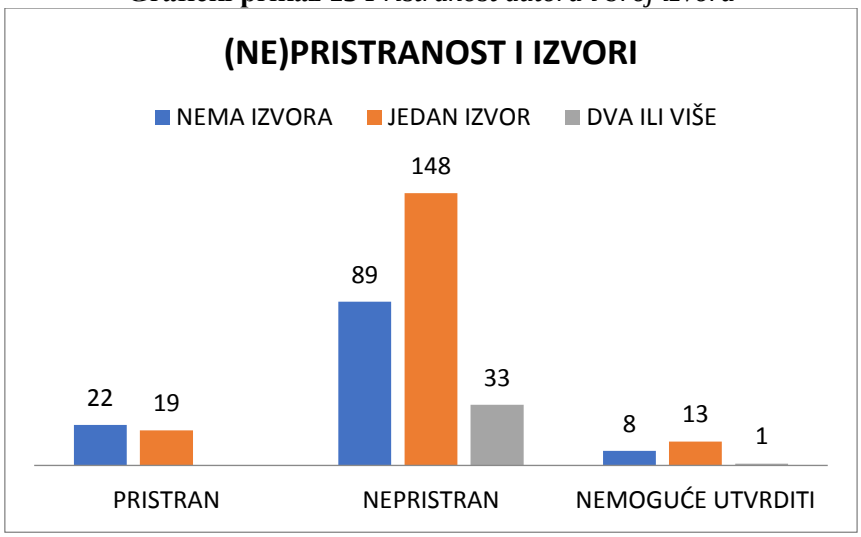
Grafički prikaz 12 *Pristranost autora u postotcima*



Nepisano pravilo kaže, kako bi svaki članak bio smatran što objektivnijim potrebno je imati

dva ili više izvora s toga je od ukupnih 333 članaka pristran novinar u 22 slučaja imao nula izvora i u 19 samo jedan. Oni autori koji su bili procijenjeni kao nepristrani 89 članaka bilo je s nula izvora, 148 s barem jednim, a 33 s dvama ili više izvora. A kod autora gdje je bilo nemoguće utvrditi, 8 članaka bilo je bez izvora, 13 s jednim izvorom i jedan s dva ili više pa to i prikazuje sljedeći graf.

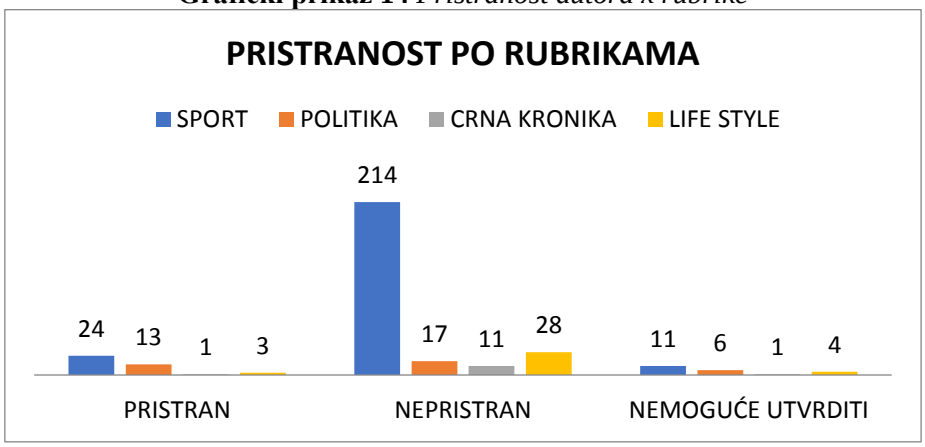
Grafički prikaz 13 *Pristranost autora i broj izvora*



No, nepisano pravilo o izvorima koje smo naveli odstupa od toga kada autor izvještava o, primjerice, teniskome meču pa ako je sam pratio meč zna statističke podatke poput osvojenih poena, forsiranih pogrešaka i slično za što mu i ne treba neki drugi izvor.

Ako se pokuša analizirati u kojim točno rubrikama su autori pokazivali pristranost, situacija je sljedeća:

Grafički prikaz 14 *Pristranost autora x rubrike*



Rubrika u kojoj je nepristranost autora pokazana kao najveća je upravo sportska rubrika, kao što je već spomenuto, uglavnom su članci bili vezani za analizu sportske sezone, određenoga sportaša i slično, a autori su tome pristupali vrlo objektivno i ozbiljno.

Dok s druge strane, također, osim u sportu, najveća pristranost autora prikazuje se u rubrici politike, što i nije iznenađujuće. Po pitanju sportske rubrike, sasvim je jasno da i autor teksta ima svoj najdraži klub ili sportaša pa mu često zna promaknuti poneka rečenica koja odaje njegovu pristranost kao primjerice pretjerani epiteti. Ali kada je riječ o reprezentaciji zemlje iz koje autor dolazi, načelo objektivnosti dvosjekli je mač pa upravo ako u vezi toga novinar postane pomalo subjektivan, ne biva strogo osuđen.

Ali, nastaje problem ako novinar po pitanju politike pokazuje svoju pristranost. U sportskome svijetu kada je riječ o politici najviše se spominje cjelokupni Hrvatski nogometni savez, Zdravko Mamić i Davor Šuker pa je često vrlo tanka granica između objektivnosti i prikazivanja svoga mišljenja.

3.2.5. BROJ IZJAVA

Kada je riječ o izjavama sportaša ili bilo koje druge poznate ličnosti, ono se uglavnom povezuje s televizijskim novinarstvom. „Izjavu daje osoba iz svijeta sporta, u svoje osobno ime ili u ime kluba, reprezentacije, saveza, odbora, skupine ljudi, navijača, te u njoj iznosi mišljenje, informaciju, stav ili sud o nekom pitanju.“ (Vasilj, 2014,186)

U dobivenom rezultatu (vidi graf 13), čak 24% članaka koristilo je barem jednu izjavu, 41% dvije ili više izjave, a 35% tekstova nije sadržavalo nikakvu izjavu. Izjave se često koriste kako bi upotpunile prazan prostor ili prirodale na vjerodostojnosti pitanja o kojemu je riječ.

U tiskovnome, ali i online novinarstvu većina autora preuzima izjave pronađene na Youtube-u ili televizijskim programima određenog medija, uz naravno, navođenje izvora. To mnogo olakšava posao novinarima jer od od izjave lako načine vijest.

Grafički prikaz 15 *Broj korištenih izjava*



Često se od izjava prave i naslovi, a to izgleda ovako:

- Ana Konjuh: „Nažalost, ja sam ovdje bila i previše“ (Jutarnji list, 10.6.2019.)
- „Plasman smo već osigurali, a sad idemo izboriti lakši ždrijeb“ (Jutarnji list, 11.6.2019.)
- VATRENE PORAZ NIJE NITI MALO DIRNUO: „To je život. Fina opomena i još bolja motivacija.“ (net.hr,12.6.2019.)
- HRVATSKI RUKOMETAŠI OTPUTOVALI U ŠVICARSKU „Nismo znali s kojom ćemo reprezentacijom ići. Imamo problema, ali..“ (net.hr,16.6.2019.)

Miroslav Vasilj (2014,187) izjave dijeli na informativne i emotivne. Informativne, kao što i sam pojam kaže, informiraju javnost o nečemu što do sada već nije poznato. Primjerice, Dani Olmo pred kamerama govori o novim vježbama koje se provode na treningu ili komentira uvođenje VAR sustava na Maksimir.

Dok s druge strane, one emotivne izjave su puno važnije od informativnih, pogotovo nakon velike utakmce ili meča pa tako sa svojom izjavom Novak Đoković razgovara o svojim dojmovima, nekim dubljim osjećajima koji su ga prožimali te tako samoj vijesti daje novu dimenziju i perspektivu.

4. ETIKA U SPORTSKOM NOVINARSTVU

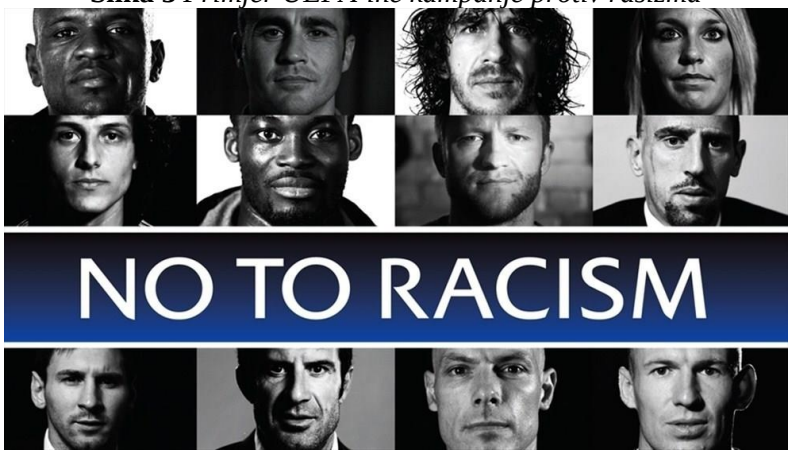
Najvažnija stvar u bilo kojoj vrsti novinarstva, a koja se često, bilo to namjerno ili nenamjerno krši je etičnost u izvještavanju. Enciklopedija.hr (*n.d.*) etiku definira kao „skup načela moralnoga ponašanja nekoga društva koja se zasniva na temeljnim društvenim vrijednostima: poštenje, istina, ljudskost itd.“

U sportskome novinarstvu, kako navodi i Vasilj, etičke probleme čine „ovisnost novinara o vlasniku medija, sukob interesa, propusti u provjeravanju informacija, prikazivanje informacija koje daju prednost klubu ili sportašu, zadiranje u privatnost sportaša ili sportašice, prikazivanje nasilja i pogibeljnih scena, govor mržnje i plagijat.“ (2014,32)

Upravo tu ovisnost o vlasniku medija spominje i Malović koji tvrdi kako su novinari uvelike ovisni o svojim nakladnicima te novinare uspoređuje s radnicima u tvornici obuće, gdje za razliku od njih, novinari snose odgovornost za proizvod (napisanu vijest) da bude odrađen u skladu s etičkim standardima, što nije slučaj kod proizvođača cipela. (Malović,1995:29)

Kao najčešća vijest zbog koje se krše etička načela su prikazivanje nasilja i pogibeljnih scena, posebice kada je riječ o navijačkome nasilju. Takva vrsta nasilja najčešće je prisutna na nogometnim tribinama pa su taj problem prepoznale i izvršne nogometne organizacije poput FIFE I UEFA-e. Osim što nasilje (u što ubrajaju paljenje baklji, rasistička i nacionalna vrijeđanja, tuče) pokušavaju istrijebiti novčanim kaznama klubovima čiji navijači čine takve stvari, počeli su također provoditi i razne medijske kampanje (vidi sliku 3 i 4).

Slika 3 *Primjer UEFA-ine kampanje protiv rasizma*



izvor: UEFA.com

Slika 4 *Županijsko vijeće protiv nasilja; Svjetsko nogometno prvenstvo*



izvor: cambridgeshire.gov.uk

Osim navedenih kampanji protiv nasilja, UEFA i FIFA također traže od medijskih kuća da nasilje počinjeno od strane navijača ne objavljuju jer samim time ohrabruju takve pothvate i njima plijene još više pozornosti.

Iako Kodeks časti hrvatskih novinara navodi da se pri izvještavanju o nesrećama i nasilnim djelima posebno mora pristupiti, s velikom dozom obazrivosti i odgovornosti, neki hrvatski novinari se ipak ogluše na ovakva pravila. Pa je tako Net.hr 10.6.2019. objavio članak s naslovom koji glasi „UZNEMIRUJUĆE (18+): Policajac ostao ležati u lokvi krvi nakon huliganskog pira, scene iz Rumunjske lede krv u žilama“.

Osim što je naslov vrlo lako vizualizirati u glavi, članak prikazuje fotografiju policajca kao i video gdje mu se pruža prva pomoć. Mnogi medijski stručnjaci opravdavaju objavljivanje ovakvih članaka s objašnjenjem kako je recipijentima potrebno prikazati što se stvarno događa u svijetu kad zapravo sve učestalijim objavljivanjem ovakvih vijesti društvo postaje neosjetljivo na nasilje te ga počinje doživljavati kao svakodnevicu.
Kao jedan od najvećih kaosa na nogometnim tribinama navodi se nasilje na finalu Kupa

prvaka (danas Liga pravaka) iz 1985. između Juventusa i Liverpoola. Iako je tada poginulo oko 40-ak ljudi, a više ih je bilo ozlijeđeno, Večernji list 12.lipnja 2019. ponovno objavljuje vijest pod naslovom *Večernjak o danu kada je umro nogomet* i to na duplerici (vidi sliku ispod)

Slika 5 *Prikaz duplerice Večernjeg lista*



izvor: Večernji list, 12.6.2019.

O ovome događaju moglo se izvijestiti i na drugi način, kao pimjerice odati počast žrtvama te ukratko objasniti što se dogodilo odgovarajući na novinarska pitanja, objasniti koje je sankcije protiv huliganizma poduzela UEFA i kritički se osvrnuti na tadašnju nogometnu politiku.

4.1. ZAŠTO NASILJE IMA PREDNOST?

Bez obzira na razne regulative, kodekse časti, smjernica raznih sportskih izvršnih organizacija – vijesti koje govore o nekoj vrsti nasilja ili vrijeđanja uvijek će se dobro prodati i često zaslužiti mjesto na naslovnim stranicama. Stoga je prirodno tražiti odgovore i objašnjenja od medijskih teoretičara i pitati zašto je situacija takva kakva je.

Kao moguće odgovore Kunczik i Zipfel navode četiri moguća objašnjenja (*n.d.* 169-170):

1. „Negativni događaji bolje odgovaraju kriteriju frekvencije ... (frekvencija je razdoblje koje nekom događaju treba da se razvije – što ono više odgovara načinu izlaska medija, to je veća vjerojatnost da će događaj postati vijesti).

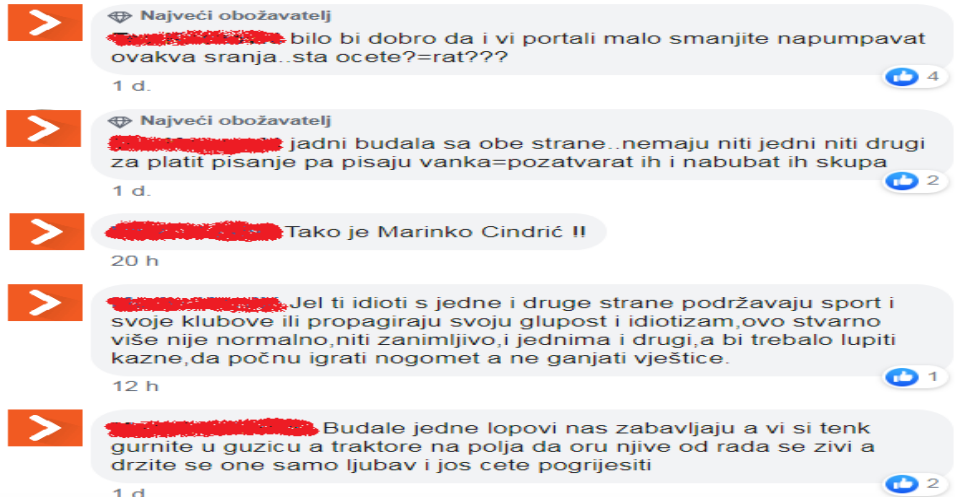
2. Negativni su događaji jednoznačni, tj. o interpretaciji događaja kao negativnog postoji velik konsenzus.
3. Negativni su događaji konsonantni, tj. odgovaraju svjetonazoru koji prevladava kod mnogih ljudi i
4. Negativni događaji u usporedbi s pozitivnim događajem najčešće nastupaju neočekivano i iznenadno.“

Ono što se također navodi kao dodatno objašnjenje je „neposredna potreba za djelovanjem“ (Wilke u Kunczik, *n.d.* 170) a u sportskom novinarstvu to je vrlo izraženo. Primjerice, ne mora biti ozbiljna tuča ili nered, nego samo vrijeđanje trenera/suca/igrača izazvat će pozornost publike.

Kao potrebu za djelovanjem, koju Wilke nije dublje definirao, ostavio je veliki prostor za dešifriranjem. Takva potreba može se definirati kao potreba svakoga recipijenta da prokomentira događaj, bude dio njega, da djeluje i da bar na trenutak pokuša promijeniti stvari (makar to bilo ostavljanje komentara na Facebook profilu, vidi sliku 6).

Pa upravo zbog toga nije čudno što ispod članaka na društvenim mrežama se može naći more komentara, svađa među čitateljima gdje svatko iznosi svoji mišljenje te zauzima stranu priče, a upravo komentari i povratna informacija čitatelja dovoljan je dokaz koji pokazuje kako čitatelji odgovaraju na negativne vijesti, a kako na one pozitivne.

Slika 6 *Primjer neposredne potrebe za djelovanjem*



izvor: Facebook net.hr

5. ZAKLJUČAK

Analizirajući preko 300 sportskih vijesti, evidentno je da sportske vijesti imaju veliki utjecaj na publiku te da osim sportskih vijesti poput najave sportskoga događaja ili analize prethodne utakmice, sportske vijesti mogu imati i politički karakter te također utjecati na kreiranje javnoga mnijenja.

Iako je glavna hipoteza bila prikazati razlike između online i tiskovnog novinarstva kao i postoje li razlike u teoriji i praksi takvoga izvještavanja, podatci su prikazali kako su razlike minimalne u načinu izvještavanja, kao i u izboru sportskih tema. No, kada je riječ o razlikama u teoriji i praksi, ono što je najproblematičnije je upravo etičnost izvještavanja.

Bez obzira pokušavaju li novinari izbjeći škakljive teme iz politike ili crne kronike, na kraju dana nisu oni ti koji donose pravila hoće li nešto objaviti ili ne. Iako postoje jasna pravila i regulacije novinske profesije, ne postoje nikakve kazne za kršenje etičkih kodeksa. Jedini način kako možda obustaviti kršenje kodeksa je konstantna novinarska i medijska naobrazba. Jer se jedino nakon usvojene teorije i dovoljne informiranosti može dalje razvijati i rasti u stvarnome radu.

Sport kao sport će uvijek mamiti pozornost čitatelja bez obzira je li to samo vijest o transferu igrača ili o raspadu braka poznate tenisačice. Važno je samo od strane novinara tu vijest predstaviti na što objektivniji i nikako senzacionalistički način.

Čitatelji mogu voditi razne rasprave o tome koja je vijest zaslužila biti na naslovnici ili imati veći medijski prostor, ali Umberto Eco je davno nešto zaključio kada je napisao da „ne čine vijesti novine, nego novine čine vijesti.“ (2015: *n.p*)

LITERATURA

1. Eco, U. (2015): Nulti broj, PROFIL, Zagreb
2. Elezović, A. (2012): 'O čemu pišu novine? Analiza sadržaja novinskih naslovnica (siječanj – lipanj 2011.)', *Medijska istraživanja*, 18(1), str. 61-88. Preuzeto s: https://hrcak.srce.hr/85381 (Datum pristupa: 20.08.2019.)
3. Kunczik, M., Zipfel, A. *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zaklada Friedrich Ebert
4. JUTARNJI LIST

   10.6.2019. Ana Konjuh: „Nažalost, ja sam ovdje bila i previše“; Povratak Perišića i Kovačića, Kramarić na udaru

   11.6.2019. Andrej Kramarić: Ne, nisam sebičan; Plasman smo već osigurali, a sad idemo izboriti lakši ždrijeb

   12.6.2019. Fonesca preuzeo Romu; Real Madrid već je potrošio više od 300 mil. Eura

   16.6.2019. Kako su poklekli Šukerovi volonteri
5. Malović, S. (1995): *Novine;* Zagreb
6. Malović, S., Ricchiardi, S. (1996): *Uvod u novinarstvo*: Damir Mikulćić, *Novinar – sveznajući neznalica*, Zagreb
7. Sapunar, M. (2000): *Osnove znanosti o novinarstvu*, III. Izdanje, „NAPRIJED“, Zagreb
8. Vasilj, M. (2014): *Sportsko novinarstvo*, Synopsis, Zagreb/Sarajevo/Mostar
9. VEČERNJI LIST

   11.6.2019. Trešnjevka izborila Trophy II

   12.6.2019. Večernjak o danu kada je umro nogomet

   13.6.2019. Luka Jović predstavljen navijačima; Budim nogometnog diva, već se govori o novoj Indiji; Rakitić u Dubaiju hranio medvjeda

   15.6.2019. Sretan sam što se vraćam u voljeni Milan; Dinamo i Lokomotiva sastaju se u prvom kolu

   INTERNETSKI IZVORI
10. http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44283 Hrvatska enciklopedija: novinarstvo (pristupljeno 14.8.2019.)
11. http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=13444 Hrvatska enciklopedija: članak (pristupljeno 22.8.2019.)

12. http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=59859 Hrvatska enciklopedija: šport (pristupljeno 2.9.2019.)
13. https://net.hr/sport/na-rubu-sporta/pornoglumica-opasno-zapela-za-najvecu-nadu-portugalskog-nogometa-stalno-mu-salje-poruke-i-ne-pusta-ga-na-miru/(pristupljeno 22.8.2019.)
14. https://net.hr/sport/nogomet/manekenka-koja-optuzuje-neymara-za-silovanje-iznijela-skandalozne-tvrdnje-o-brazilskoj-megazvijezdi/ (pristupljeno 22.8.2019.)
15. https://net.hr/sport/nogomet/dalic-najavio-planove-za-utakmicu-s-tunisom-izbornik-komentirao-i-slucaj-mladog-reprezentativca-koji-je-podigao-prasinu/(pristupljeno 22.8.2019.)
16. https://net.hr/sport/hns-ova-objava-zapalila-drustvene-mreze-navijaci-hajduka-i-hrvatske-jasno-rekli-sto-misle-o-vatrenima-na-poljudu-i-nije-dobro/(pristupljeno 22.8.2019.)
17. https://net.hr/sport/kosarka/prozivanje-talijanskog-trenera-ustasom-i-gadanje-igraca-u-glavu-nista-cudno-samo-jos-jedan-derbi-partizana-i-crvene-zvezde/(pristupljeno 22.8.2019.)
18. https://net.hr/sport/na-rubu-sporta/vlasicev-prastari-mobitel-preko-noci-je-postao-hit-sta-ce-ti-vise/ (pristupljeno 22.8.2019.)
19. https://net.hr/sport/nogomet/evo-zasto-milan-vise-nije-mocan-kao-nekad-objavljeni-financijski-rezultati-talijanskog-velikana-podaci-su-frapantni/(pristupljeno 22.8.2019.)
20. https://net.hr/sport/nogomet/pobijedili-svjetske-prvake-pa-dozivjeli-ogromnu-neugodnost-turci-bjesne-zbog-ovog-poteza-islandana/ (pristupljeno 2.9.2019.)
21. https://net.hr/sport/ispuni-obecanje-popij-otrov-piko-maksimir-isaran-porukama-za-zdravka-mamica/ (pristupljeno 2.9.2019.)
22. https://net.hr/sport/nogomet/navijaci-zvezde-brutalno-odgovorili-savicevicu-jem-te-u-usta-ta-skrbava/ (pristupljeno 2.9.2019.)
23. https://net.hr/sport/hrvatski-reprezentativci-ne-cine-se-previse-razocarani-nakon-poraza-od-tunisa-to-je-zivot-fina-opomena-i-jos-bolja-motivacija/(pristupljeno 2.9.2019.)
24. https://net.hr/sport/rukomet/hrvatski-rukometasi-otputovali-u-svicarsku-nismo-znali-s-kojom-cemo-reprezentacijom-ici-imamo-problema-ali/ (pristupljeno 2.9.2019.)

POPIS SLIKA

Slika 1 Prikaz političke vijest u sportskoj rubrici

Slika 2 Sportske vijesti na naslovnicama VL i JL

Slika 3 Primjer UEFA-ine kampanje protiv rasizma

Slika 4 Županijsko vijeće protiv nasilja; Svjetsko nogometno prvenstvo

Slika 5 Prikaz duplerice Večernjeg lista

Slika 6 Primjer neposredne potrebe za djelovanjem

POPIS GRAFIKONA

Grafički prikaz 1 Medijska popraćenost sportova

Grafički prikaz 2 Ostali sportovi

Grafički prikaz 3 Najučestalije sportske rubrike

Grafički prikaz 4 Sportski sadržaj na naslovnici

Grafički prikaz 5 Sportske rubrike na naslovnici

Grafički prikaz 6 Razlike u naslovnicama

Grafički prikaz 7 Najčešći novinski rodovi

Grafički prikaz 8 Novinski rodovi u tisku (%)

Grafički prikaz 9 Novinski rodovi online (%)

Grafički prikaz 10 Razlike u dužini tekstova

Grafički prikaz 11 Broj riječi x novinski rod

Grafički prikaz 12 Pristranost autora u postotcima

Grafički prikaz 13 Pristranost autra i broj izvora

Grafički prikaz 14 Pristranost autora x rubrike

Grafički prikaz 15 Broj korištenih izjava