Lažne vijesti u sportskom novinarstvu

Pejković, Milan

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:122:463370

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

University North Digital Repository

Sveučilište Sjever

Završni rad br. 245_NOV_2022

Lažne vijesti u sportskom novinarstvu

Milan Pejković, 0177052401

Koprivnica, rujan 2022. godine

Sveučilište Sjever

Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 245_NOV_2022

Lažne vijesti u sportskom novinarstvu

Student

Milan Pejković, 0177052401

Mentor

doc. dr. sc. Željko Krušelj

Koprivnica, rujan 2022. godine

Predgovor

Već gotovo 20 godina imam veliki interes za sportom, a posebice nogometom i njegovim proučavanjem, pa i ne čudi da sam izabrao jedan od rijetkih smjerova koji omogućuju da mi to postane i zanimanjem.

Novinarstvo sam upisao s ciljem da postanem sportski novinar pa je zato i tema ovog rada upravo sportsko novinarstvo kojim se želim baviti i čijem poboljšanju želim pridonijeti. No, iako sam jako zainteresiran za ovu granu novinarstvo, također sam i jako razočaran njegovim stanjem u Hrvatskoj i inozemstvu. Zbog toga sam odlučio napraviti rad kojim ću se potruditi prikazati stanje sportskog novinarstva na primjeru domaćih i inozemnih (španjolskih) portala i time napraviti osobni uvid na dubinu problema ovog zanimanja, ali i upozoriti na pad standarda u njemu.

Ovim putem želim zahvaliti svojoj obitelji koja mi je uvijek bila podrška u obrazovanju i putu prema ostvarenju mojih snova, ali i prijateljima, profesorima, profesoricama i drugim djelatnicima Sveučilišta Sjever. Za kraj želim posebno zahvaliti svom mentoru doc. dr. sc. Željku Krušelju na njegovom strpljenju i izlascima u susret pri izradi ovog rada, ali i tijekom čitavog dosadašnjeg procesa obrazovanja na Sveučilištu Sjever.

Sažetak

Ovaj završni rad bavi se temom netočnih informacija u sportskom novinarstvu tijekom izvještavanja o nogometnom prijelaznom roku. Rad postavlja teoretski okvir koji obrađuje teme potrebne za njegovo razumijevanje. U najvažnijem dijelu rada provedeno je istraživanje tekstova objavljenih tijekom zimskoga nogometnoga prijelaznog roka 2022. godine (1. siječnja 2022. godine – 31. siječnja 2022. godine) u dva hrvatska portala (*Index.hr* i *Gol.hr*) i dva španjolska portala (*Marca* i *Mundo Deportivo*) s ciljem utvrđivanja količine prisutnosti neistinitih informacija u njima. Istraživanje je provedeno kvantitativnom metodom, a nakon opisa podataka provedene su usporedbe portala *Index.hr* i *Gol.h*r, *Marca* i *Mundo Deportivo* te međusobna usporedba španjolskih i hrvatskih portala.

Ključne riječi: sportsko novinarstvo, portali, prijelazni rok, transferi

Summary

This final paper deals with the topic of false information in sports journalism while reporting about the football transfer window. The paper sets the theoretical framework in which it deals with topics needed for its understanding. In the most important part of the paper a study was conducted about articles that have been published on two Croatian (*Index.hr* and *Gol.hr*) and two Spanish (*Marca* and *Mundo Deportivo*) news web portals during the football winter transfer window with the aim of establishing the amount of false information that is present in them. The study was carried out using the quantitative method and after data collection, comparisons were conducted between *Index.hr* and *Gol.hr*, *Marca* and *Mundo Deportivo* and finally between Croatian and Spanish web portals.

Key words: sports journalism, web portals, transfer window, transfers

Popis korištenih kratica

MD	Mundo Deportivo
DJV	Deutscher Journalisten-Verband
HINA	Hrvatska izvještajna novinska agencija
HND	Hrvatsko novinarsko društvo
FIFA	Fédération internationale de Football Association

Sadržaj

1. Uvod 1
2. Sportsko novinarstvo 3
   2.1. Povijest sportskog novinarstva 3
   2.2. Elementi sportskog novinarstva 7
   2.3. Izvještavanje o nogometnom prijelaznom roku 8
3. Načela i etika novinarstva 11
   3.1. Kodeks časti hrvatskih novinara 11
   3.2. Lažne vijesti 13
4. Analizirani portali 15
5. Metodologija 20
6. Opis podataka 23
7. Usporedba podataka domaćih portala 31
8. Usporedba inozemnih portala 33
9. Usporedba domaćih i inozemnih portala 35
10. Interpretacija podataka 37
11. Zaključak 41
12. Literatura 43
13. Popis slika 46
14. Popis grafova 47

1. Uvod

U ovom radu istraživat ću fenomen lažnih vijesti u sportskom novinarstvu u obliku medijskog istraživanja. Netočne informacije su veliki problem s kojim se suočava svaka grana novinarstva, pa tako i sportsko novinarstvo. Također, lažne vijesti u sportskom novinarstvu manifestiraju se na poseban način u odnosu na druge grane ove discipline te su općeprihvaćene kao njezin sastavni dio.

Rad ću započeti teorijskim okvirom u kojem ću obraditi povijest i glavne elemente sportskog novinarstva čije je poznavanje ključno za razumijevanje njegovog današnjeg stanja. Sljedeći dio teorijskog okvira bit će posvećen novinarskoj etici. Fokusirat ću se na definiranje načela novinarstva, lažnih vijesti te ću prikazati Kodeks časti hrvatskih novinara čijih se odredbi sportski novinari u Hrvatskoj trebaju pridržavati. U posljednjem dijelu kratko ću predstaviti četiri portala koja će biti analizirana u istraživačkom dijelu ovog rada. Radi se hrvatskim portalima *Index.hr* i *Gol.hr* te španjolskim portalima *Marca* i *Mundo Deportivo* (*MD*).

Sljedeći dio rada započet ću objašnjenjem metodologije koju ću primijeniti u istraživanju. Zatim slijedi analiza sadržaja u kojoj ću kvantitativnom metodom obraditi podatke prikupljene sa spomenutih internetskih portala. Cilj je istražiti u kojoj količini se netočne informacije pojavljuju u njihovim objavama povezanima s transferima u nogometu. To ću postići uočavanjem broja tekstova o transferima igrača objavljenima u tim listovima tijekom odabranoga vremenskog razdoblja (1. siječnja 2022. godine – 1. veljače 2022. godine) koji su se zaista ostvarili.

Podatke ću prvo ukratko prikazati za čitav uzorak. Zatim ću opisati dobivene rezultate za svaki analizirani portal zasebno. U sljedećem koraku ću napraviti usporedbu između dva hrvatska portala kako bih utvrdio postoji li razlika između njih, a isto ću učiniti sa španjolskim portalima. Naposljetku, usporedit ću podatke između domaćih i inozemnih portala kako bi se utvrdile sličnosti i razlike koje među njima postoje. Nadalje, u narednom dijelu rada interpretirat ću dobivene rezultate analize sadržaja s obzirom na teorijski okvir. U zaključku ću se osvrnuti na rad u cjelini.

Povodom definiranja svrhe i cilja ovog istraživanja postavio sam sljedeće hipoteze:

H1: Postoji značajni udio lažnih vijesti u ukupnom broju tekstova koji tematiziraju nogometne transfere tijekom zimskog prijelaznog roka.

H2: Postoje razlike u prisutnosti netočnih informacija između dva različita medija iz iste države.

H3: Postoje razlike u prisutnosti netočnih informacija između sportskog novinarstva Hrvatskoj i Španjolskoj.

2. Sportsko novinarstvo

Sportsko novinarstvo jedna je od najpopularnijih grana novinarstva koja se po mnogočemu razlikuje od drugih. Zbog toga, u njemu postoji određena sloboda u izvještavanju koju ne možemo pronaći u drugim područjima novinarstva. Neke od tih sloboda su pozitivne, ali većinom se radi o slobodama koje su sportskom novinarstvu osigurale loše reputaciju. Sportsko novinarstvo se često smatra niže vrijednim već zbog tematike kojom se bavi, ali i lošijih novinarskih standarda u odnosu na druge grane novinarstva poput istraživačkog novinarstva. Iako su neke kritike neutemeljene, sportsko novinarstvo ima brojne mane, jedna od kojih je i tema ovog rada. Ipak, ono drži važno mjesto u modernom medijskom prostoru zbog čega je važno razumjeti povijest, osobine te znanja i vještine potrebne za rad u njemu (Vasilj 2014: 23).

„Za veliko značenje sporta u suvremenom društvu, za njegovu privlačnost kod svih slojeva društva i njegovu globalnu popularnost velikim su dijelom zaslužni i mediji. Živimo u svijetu medija i oni uvelike prožimaju našu svakodnevicu i permanentno nas konfrontiraju s raznim informacijama. Uz pomoć medija sport nadilazi samo mjesto na kojem se sportski događaj odvija, kao i sudionike tog događanja i postaje konzumna roba za široki krug korisnika unutar, a često i izvan nacionalnih granica“ (Rodek 2018: 108).

2.1. Povijest sportskog novinarstva

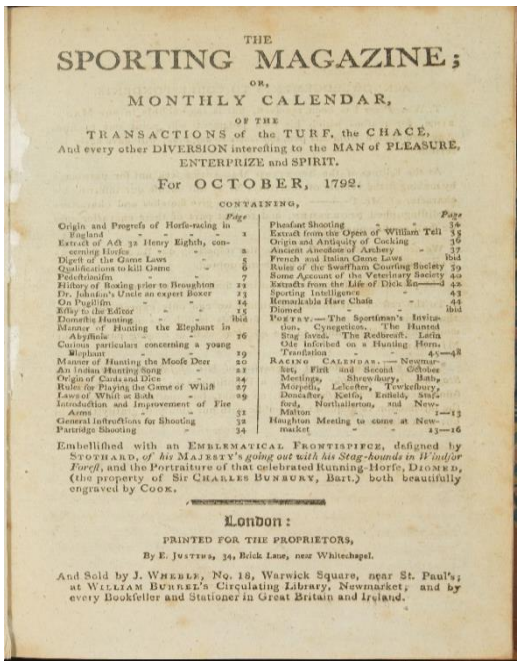
Danas je teško zamisliti novinarstvo bez sporta, ali i sport bez novinarstva. Zajedno, oni stvaraju neku vrstu obostrano korisne simbioze. No, mnogo vremena i izuma bilo je potrebno da bi se oba dijela ove simbioze razvile na današnju razinu. Prve tragove sportskog novinarstva Vasilj pronalazi već u antici gdje Homera navodi kao jednog od prvih „izvjestitelja“ sportskih događanja (Vasilj 2014: 18). Daljnji razvoj sportskog novinarstva ovisio je o tehnološkim izumima koji su uopće omogućili razvoj novinarstva. Pojavom novih izuma razvijali su se i novi mediji koji su bili alat sportskog novinarstva. Tako se novinarstvo s tiskanih medija proširilo na radio, televiziju i internet. Kako su se mijenjali mediji tako se i mijenjao način izvještavanja o sportskim događajima, ali i način na koji publika doživljava sportske događaje. Od čitanja, preko slušanja i gledanja došli smo do najvišeg stupnja interaktivnosti kakvog danas

sport i novinarstvo zajednički omogućuju. Na taj način su se sportsko novinarstvo i sport zajedno razvijali i jedno drugom omogućili pristup većoj publici. Stoga, ne čudi da je stoljeće najvećih izuma za novinarstvo (radio, televizija i informatičke inovacije) ujedno i stoljeće razvoja sporta kao jedne od najpopularnijih industrija na svijetu.

2.1.1. Tiskani mediji

Do prvih konkretnih oblika sportskog novinarstva došlo je nakon izuma tiskarskog stroja koji je omogućio nastanak novina, medija u kojem se pojavljuju prvi članci namijenjeni sportu (Rodek: 2018: 110).

Izvještavanje o sportskim događanjima u svojim je počecima bilo rezervirano za elitu. Jačanjem popularnosti tradicionalnih sportova, kao i nastankom novih, dolazi do sve većeg interesa za ovom granom novinarstva. Tako nastaju prvi specijalizirani sportski listovi, a Rodek navodi engleski *The Sporting Magazine* iz 1792. godine kao prvi sportski magazin ikada objavljen. Devetnaesto stoljeće donosi veliki napredak u sportskom novinarstvu diljem svijeta. U Velikoj Britaniji brojni listovi uvode stalne sportske rubrike kao što je *Sporting Intelligence* koju je londonski *Times* uveo 1829. godine. Rodek navodi i druge primjere poput *Morning Heralda* koji to čini 1817. godine te *The Globe* 1818. godine (Rodek 2018: 110).



THE
SPORTING MAGAZINE;
OR,
MONTHLY CALENDAR,
OF THE
TRANSACTIONS of the TURF, the CHACE,
And every other DIVERSION interesting to the MAN of PLEASURE,
ENTERPRIZE and SPIRIT.
For OCTOBER, 1792.
CONTAINING,

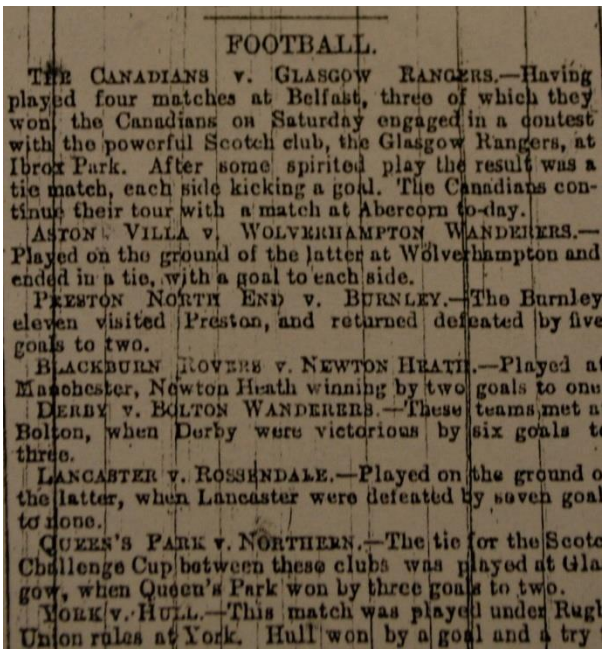
	Page		Page
Origin and Progress of Horse-racing in England	1	Pheasant Shooting	32
Extract of Act 33 Henry Eighth, concerning Horses	3	Extract from the Opera of William Tell	35
Digest of the Game Laws	5	Origin and Antiquity of Cocking	36
Qualifications to kill Game	6	Ancient Anecdote of Archery	37
Pedestrianism	7	French and Italian Game Laws	Ibid
History of Boxing prior to Broughton	12	Rules of the Swaffham Coursing Society	39
Dr. Johnson's Uncle an expert Boxer	13	Some Account of the Veterinary Society	40
On Pugilism	14	Extracts from the Life of Dick Ea——d	42
Riddy to the Editor	15	Sporting Intelligence	43
Dorothy Hunting	Ibid	Remarkable Hare Chase	44
Manner of Hunting the Elephant in Abyssinia	16	Diomed	Ibid
Curious particulars concerning a young Elephant	19	POETRY.—The Sportsman's Invitation. Cynegetica. The Hunted Stag found. The Redbreast. Lelia. Ode inscribed on a Hunting Horn. Translation	45—48
Manner of Hunting the Moose Deer	20	RACING CALENDAR.—Newmarket, First and Second Octobers	
An Indian Hunting Song	23	Meetings, Shrewsbury, Bath, Morpeth, Leicester, Tewkesbury, Doncaster, Keith, Enfield, Stafford, Northallerton, and Newmarket	1—13
Origin of Cards and Dice	24	Malton	13
Rules for Playing the Game of Whist	27	Houghton Meeting to come at Newmarket	13—16
Laws of Whist at Both	29		
Introduction and Improvement of Fire Arms	31		
General Instructions for Shooting	32		
Partridge Shooting	34		

Embellished with an EMBLEMATICAL FRONTISPIECE, designed by STOTHARD, *of his* MAJESTY'S *going out with his Stag-hounds in Windsor Forest*, and the Portraiture of that celebrated Running-Horse, DIOMED, (the property of Sir CHARLES BUNBURY, Bart.) both beautifully engraved by COOK.

London:
PRINTED FOR THE PROPRIETORS,
By E. JUSTICE, 34, Brick Lane, near Whitechapel.

And Sold by J. WHEBLE, No. 18, Warwick Square, near St. Paul's; at WILLIAM BURKEL'S Circulating Library, Newmarket; and by every Bookseller and Stationer in Great Britain and Ireland.

Slika 2. The Sporting Magazine (1799.) Izvor: digital-exhibits.library.nd.edu



FOOTBALL.

THE CANADIANS v. GLASGOW RANGERS.—Having played four matches at Belfast, three of which they won, the Canadians on Saturday engaged in a contest with the powerful Scotch club, the Glasgow Rangers, at Ibrox Park. After some spirited play the result was a tie match, each side kicking a goal. The Canadians continue their tour with a match at Abercorn to-day.

ASTON VILLA v. WOLVERHAMPTON WANDERERS.—Played on the ground of the latter at Wolverhampton and ended in a tie, with a goal to each side.

PRESTON NORTH END v. BURNLEY.—The Burnley eleven visited Preston, and returned defeated by five goals to two.

BLACKBURN ROVERS v. NEWTON HEATH.—Played at Manchester, Newton Heath winning by two goals to one.

DERBY v. BOLTON WANDERERS.—These teams met at Bolton, when Derby were victorious by six goals to three.

LANCASTER v. ROSSENDALE.—Played on the ground of the latter, when Lancaster were defeated by seven goals to none.

QUEEN'S PARK v. NORTHERN.—The tie for the Scotch Challenge Cup between these clubs was played at Glasgow, when Queen's Park won by three goals to two.

YORK v. HULL.—This match was played under Rugby Union rules at York. Hull won by a goal and a try

Slika 1. Tekst rubrike Sporting Intelligence Izvor: www.sportingintelligence.com

U 19. stoljeću dolazi do porasta popularnosti sportskih događanja, a time i sportskog novinarstva. Uzrok tome su novi sportovi poput bejzbola te košarke, ali i tzv. zlatno doba novinarstva koje je utjecalo na njegove različite grane. Ubrzo brojne publikacije otvaraju posebne sportske redakcije, a važnost sportskog novinarstva prepoznao je i veliki Joseph Pulitzer koji je 1883. godine zaposlio prvoga sportskog urednika.[1]

2.1.2. Radio

Tehnološki razvoj novinarstva pratio je i razvoj sportskog novinarstva. Tehnologija radija omogućila je izvještavanje o sportskim događajima, a kasnije i njihov izravni prijenos što je revolucioniralo sportsko novinarstvo.[2]

Radio je znatno brži medij od tiskovina zbog čega rezultati sportskih događaji dolaze do publike znatno brže nego kod tiskanih medija, što gotovo uvijek privlači publiku. Publika više nije morala samo čitati/slušati o rezultatima sportskih događaja koji su se već dogodili nego i aktivno sudjelovati u njima. Radio je ponudilo novi doživljaj sportskoj publici koja je osjećala kao da prisustvuje događaju koji se prenosi. „Prijenos uživo stvara dojam kod slušatelja da se nalazi na mjestu događaja. Slušatelji intenzivnije, s više emocija, prate sportski događaj koji postaje dinamičniji i atraktivniji“ (Rodek. 2018. str. 115).

Radio je postalo dominanti medij prve polovine 20. stoljeća. Unatoč pojavi naprednijih medija, ono i danas ima svoju publiku u sportskom novinarstvu.

2.1.3. Televizija

Televizija je dominantni medij postala sredinom 20. stoljeća. Ranije spomenuti doživljaj sportskog događaja koji je radio omogućio, televizija je dovela do vrhunca emitiranjem slike uz zvuk. Sada su gledatelji uistinu mogli prisustvovati sportskim događajima iz svojih naslonjača (Rodek. 2018. str. 115).

[1] https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Sports_journalism

[2] www.history.com

Vezu između televizije i sportskog novinarstva pronalazimo u njezinim samim početcima, pa je tako prvi izravni prijenos putem televizije bio upravo sportski događaj. Radilo se o prijenosu Olimpijskih igara u Berlinu 1936. godine kad smo po prvi put vidjeli potencijal koji televizija ima kao medij sportskog novinarstva.[3]

„Svojim prednostima pred ostalim medijima i povećanim brojem recipijenata, televizija otvara prostor pojavi masovnog konzumerizma“ (Rodek 2018: 115). Televizija je postala glavni medij za prijenos sportskih događaja, a time i glavni medij sportskog novinarstva. Ubrzo je započeo otkup televizijskih prava za prijenos sportskih događaja, a to je omogućilo bolju organizaciju i veća novčana sredstva za sudionike u sportu. Ovim je simbioza između medija i sporta dostigla svoj vrhunac (Rodek. 2018: 115).

2.1.4. Internetski mediji

„Kasnih devedesetih godina prošlog stoljeća i početkom 2000. godine internet je od specijaliziranog medija kojim su se većinom koristili sveučilišni i računalni stručnjaci prerastao u masmedij“ (Kovačić 2021: 23). Rodek pod pojmom internetskih medija ubraja „društvene mreže, razne profesionalno i redakcijski organizirane medijske ponude, sportske internetske portale, blogove itd“ (Rodek 2018: 118). Iako većina ovih medija (a posebice društvene mreže) ima svoju ulogu u izvještavanju u prijelaznim rokovima, zbog teme ovog rada fokus će biti na internetskim portalima.

Portali zbog svoje naravi gotovo pa i spajaju tri ranije spomenuta medija (tiskani, televizija i radio) u jedan. Usto, odlikuju se brzinom i interaktivnošću zbog čega ne čudi da se radi o najpopularnijem načinu informiranja javnosti u 21. stoljeću (Novosel 2006: 5). Sve to ih je učinilo savršenim medijem za izvještavanje o nogometnom prijelaznom roku, jer je čitateljima najvažnija upravo brzina.

[3]https://artsandculture.google.com/story/live-broadcasting-the-olympic-games-the-olympic-museum/PQWBLZwQTYN6Jg?hl=en

2.2. Elementi sportskog novinarstva

Svaka grana novinarstva je posebna i zahtijeva određena znanja i vještine koje novinar treba poznavati kako bi u njima mogao raditi. Takav je slučaj i kod sportskog novinarstva. Miroslav Vasilj naglašava devet najvažnijih vještina koje svaki sportski novinar mora imati. To su: poznavanje sporta, razumijevanje potreba recipijenta, poznavanje retoričkih pravila, poznavanje specijalnih vještina, tehnika pisanja i dobro poznavanje medija, korištenje statistikom i pridržavanje zadanih rokova (Vasilj 2014: 24).

Iako su ovo vrlo važne vještine možda je ipak najvažnije poznavati temu o kojoj se piše. Sportski novinar mora biti potpuno upoznat s pravilima sporta o kojem piše/govori te ga razumjeti. Čest je slučaj da su novinari dobro upoznati s većim broj sportova, iako je na današnjem tržištu dovoljno poznavanje samo jednog. Svjetski popularni sportovi poput nogometa ili košarke imaju toliko veliku publiku da postoji posebno tržište za svaki sport. Najveće takvo tržište je nogometno zbog čega je borba za čitateljstvom nemilosrdna. U tome možemo pronaći i jedan od glavnih razloga učestalosti neistinitog izvještavanja u ovoj grani novinarstva (Vasilj 2014: 24).

Brzina je izrazito važan element, a u sportskom novinarstvu možda i najvažniji. Novinar može napisati izrazito kvalitetan tekst u kojeg je uložio desetke sati rada, ali najčešće će glasina o prijelaznom roku imati veću čitanost. Čitatelje zanimaju ekskluzivne vijesti o novim destinacijama nogometnih zvijezda, a pronalaženje takvih informacija je izrazito izazovno zbog čega listovi nerijetko izmišljaju takve vijesti (Rojas Torrijos, Mello 2021: 625-626).

Radi se o neprihvatljivoj praksi koja krši sve standarde kvalitetnog novinarstva. Može se reći da je to najveća etička dilema modernoga sportskog novinarstva. Unatoč kršenju etike novinarstva, radi se o fenomenu koji je općeprihvaćen od strane brojnih novinara, ali i čitatelja. U brojnim listovima možete pronaći „glasine“ koje su čista izmišljotina. Čudi stoga da su takvi tekstovi gotovo uvijek među najčitanijima (Rojas Torrijos, Mello 2021: 625-626).

Prema Vasilju, problem lažnih vijesti u novinarstvu spada pod etičku dilemu propusta u provjeravanju informacija. On navodi i druge slične dileme kojih treba biti svjestan prilikom obavljanja novinarskih zadataka. U to se ubraja nezavisnost novinara, pristranost klubovima i sportašima te zadiranje u privatnost sportašica/sportaša (Vasilj 2014: 32-34).

2.3. Izvještavanje o nogometnom prijelaznom roku

Odnos između nogometaša i klubova definiran je ugovorom prema kojem igrač zastupa klub u službenim natjecanjima u određenom vremenskom razdoblju u zamjenu za novčani prihod. Prvi i najjednostavniji način da igrač napusti/promijeni klub je pričekati istek ugovora i potpiše za novi klub. Takvu vrstu transfera nazivamo besplatni prelazak jer kod njega ne postoji nikakva vrsta novčane kompenzacije između dva kluba, a igračev agent pregovara izravno s novim klubom o plaći, dužini, bonusima i drugim pojedinostima ugovora. Igrač ima pravo započeti takvu vrstu pregovora samo u slučaju kada mu aktualni ugovor ističe u sljedećih šest mjeseci. Drugi način prelaska je raskid ugovora nakon čega je igrač u gotovo istoj poziciji kao i kod isteka ugovora. Ipak, u ovom slučaju igrač ima pravo pregovarati s novim klubovima odmah nakon raskida. U slučaju raskida ugovora bez opravdanog razloga odgovorna stranka dužna je isplatiti novčanu kompenzaciju, a mogu joj biti propisane i sportske sankcije.[4]

Sljedeća opcija je posudba koja, kao što samo ime govori, znači da klub igrača (s kojim ima ugovor) može posuditi drugom klubu na određeno vrijeme. U ovom slučaju je moguća novčana kompenzacija koja nije obavezna, a klubovi međusobno dogovaraju detalje o strukturi igračeve plaće, odnosno koji postotak plaće svaka stranka podmiruje za vrijeme posudbe. Nakon isteka posudbe, igrač se vraća matičnom klubu osim ako postoji klauzula o kupnji. U klauzuli je određena novčana kompenzacija koju je potrebno platiti kako bi igrač trajno prešao u klub kod kojeg je bio na posudbi. Klauzula o kupnji može biti obveza ili opcija[5]

Transfer igrača je proces dogovora između dva kluba o novčanoj kompenzaciji u zamjenu za igrača. Dva kluba moraju doći do dogovora o visini iznosa potrebnog za „kupnju“ igrača čemu prethodi razdoblje pregovora. Nakon što dva kluba dođu do dogovora, igrač mora dati vlastiti pristanak na transfer nakon čega s novim klubom dogovara detalje ugovora. No, ovo je uglavnom formalnost jer najčešće igrač dogovori detalje ugovora prije početka pregovora između klubova iako ova praksa nije dopuštena.[6]

„Klub koji namjerava započeti pregovore o ugovoru s igračem mora pisanim putem o toj namjeri informirati njegov trenutni klub prije početka pregovora.“[7]

[4] Regulations on the Status and Transfer of Players, str. 11, 16-17.
[5] Isto, str. 13.
[6] Isto. str. 51-52, 11, 16, 19.
[7] Isto, str. 19.

Prijelazni rok nije vremensko razdoblje u kojem je moguće iskoristiti ove opcije (većina može biti iskorištena tijekom čitave godine), već se radi o roku unutar kojeg je moguće registrirati nove igrače kako bi mogli nastupati u službenim mečevima. Pravila o održavanju tih rokova regulira FIFA koja propisuje dva dopuštena registracijska roka unutar jedne godine. Datumi početka i kraja prijelaznog roka ne određuje FIFA već je ta odluka prepuštena nadležnom tijelu svake pojedinačne lige. No, FIFA propisuje razdoblje unutar kojeg se moraju održati kao i njihovo trajanje.[8]

Prema FIFA-inim regulacijama prvi rok održava se između kraja prethodne i početka nove sezone te ne smije trajati duže od dvanaest tjedana. Ovaj rok nazivamo ljetni prijelazni rok jer se on najčešće održava tijekom ljeta. Drugi prijelazni rok održava se u sredini sezone te ne smije trajati duže od četiri tjedna.[9] Ovaj rok najčešće se održava u siječnju, pa ga zovemo zimski prijelazni rok. U španjolskoj *La Ligi* on započinje 2. siječnja i traje do 31. siječnja.[10] Ovaj rok klubovi najčešće koriste za tzv. „hitne transfere" kako bi pojačali slabe točke u momčadi uzrokovane neuspješnim ljetnim rokom ili zbog ozljeda.

Prijelazni rokovi imaju svoje vremensko razdoblje, ali izvještavanje sportskih novinara o njima nema. Kao što sam ranije spomenuo, pregovori svih vrsta mogu se voditi tijekom čitave godine, pa tako postoji neprestana potreba za informiranjem javnosti o njima. Potvrđeni transferi najčešći su tijekom samih prijelaznih rokova i ove vijesti dolaze od klubova pa se radi o potvrđenim i točnim vijestima. No, javnost sve želi znati ranije, pa se sportski novinari često oslanjaju na glasine i špekulacije povjerljivih i nepovjerljivih izvora kako bi upravo oni donijeli ekskluzivnu vijest o mogućem transferu (Rojas Torrijos, Mello 2021: 625).

„U nogometu, sportu poznatom po svojem *post-truth* širenju glasina o transferima, izvori vijesti ponekad pokrivaju neprovjerene tvrdnje, internetske tračeve i *viral* sadržaj i tako pridonose širenju laži putem svih digitalnih platformi" (Rojas Torrijos, Mello 2021: 625-626).

Borba za čitateljima u novinarstvu uvijek postoji, a na digitalnim platformama ona dolazi do ekstrema. Posebice je takav slučaj u sportskom novinarstvu koje se (osim s drugim novinarima/portalima) mora boriti za čitatelje s *Twitterom* koji je postao jedan od najpopularnijih načina informiranja javnosti o događajima u svijetu nogometnih transfera. Zbog toga novinari često koriste neprovjerene informacije, senzacionalističke naslove,

[8] Isto, str. 10-11.
[9] Isto, str. 11.
[10] https://www.espn.com/soccer/soccer-transfers/story/4583159/when-does-the-summer-transfer-window-close-premier-leagueserie-alaligabundesligaligue-1

clickbait, manipulaciju i zavaravanje kako bi privukli čitatelje na svoje portale (Rojas Torrijos, Mello 2021: 626).

Iako se čini da ovakva praksa jedino može naštetiti portalima i novinarima, često nije tako. Unatoč svemu, upravo su takve senzacionalističke vijesti najpopularniji tekstovi na sportskim portalima, a tome pridonosi interes navijača za glasine vezane uz njihove klubove, bez obzira koliko nevjerojatne one zvučale (Rojas Torrijos, Mello 2021: 626).

„*Clickbait* ojačava stvaranje sadržaja za koje sportski novinari i sportske medijske kuće vjeruju da njihova publika preferira što će generirati promet na njihovim portalima, a time i prihod putem oglasa. Zbog toga, kompleksne priče padaju u drugi plan u korist onih koje mogu biti lako napisane i konzumirane“ Rojas Torrijos, Mello 2021: 626).

3. Načela i etika novinarstva

„Etika (pojam se izvodi od *ethos*, grč. = običaj) je dio filozofije koji pokušava opisati i objasniti moralne osjećaje te kriterije i mjerila za dobro i pravedno djelovanje“ (Kunczik, Zipfel 2006: 104). Kao i kod svakog drugog zanimanja postoje određeni standardi kojih se novinari moraju pridržavati. Dok su u pojedinim zanimanjima pravila rada strogo određena pa i zakonski propisana, u novinarstvu postoji slobodnija interpretacija etičkih dilema. Iako se „pravilno“ obavljanje novinarskog posla može subjektivno definirati, načela i etika novinarstva definirana su kodeksima časti. Brojne zemlje imaju vlastite kodekse časti novinarstva koji se nerijetko razlikuju. Ipak, etika novinarstva počiva na određenim temeljima što potvrđuje činjenica da se u različitim kodeksima često pojavljuju slična načela.

Te sličnosti Kunczik i Zipfel prikazali su preko istraživanja Tine Laitile iz 1995. godine. Laitila je u svoje istraživanje uključila 31 europski kodeks novinarske etike s ciljem da odredi učestalost pojavljivanja sličnih profesionalnih načela. Prema tom istraživanju, u kodeksima su se najviše spominjali:

- odanost prema istini tijekom prikupljanja i plasmana informacija,
- obrana slobode mišljenja i govora,
- zabrana diskriminacije zbog rasnih, spolnih, religijskih i drugih razloga,
- čestitost uz isključivo korištenje poštenih metoda tijekom prikupljanja informacija,
- poštovanja integriteta izvora i autorskih prava,
- nezavisnost/integritet odbijanjem podmićivanja i ostalih eksternih utjecaja na rad te pozivanje na klauzulu u savjesti“ (Kunczik, Zipfel 2006: 109).

3.1. Kodeks časti hrvatskih novinara

Aktualna verzija Kodeksa usvojena je na 50. skupštini Hrvatskog novinarskog društva 27. studenog 2009. godine, a završna odredba naglašava da:

„Novinar koji radi u skladu s ovim Kodeksom uživa podršku svog uredništva i svoje profesionalne organizacije. Statutom Hrvatskoga novinarskog društva određene su sankcije za povredu Kodeksa. Redakcijskim se aktima utvrđuje i odgovornost za primjenu Kodeksa na

novinare koji nisu članovi HND-a. Za zaštitu i primjenu Kodeksa nadležno je Novinarsko vijeće časti HND-a.“[11]

U Kodeksu se prvo navodi načelo o protoku informacija što se odnosi na „odanost prema istini tijekom prikupljanja i plasmana informacija“, „poštovanja integriteta izvora i autorskih prava“ i „čestitosti uz isključivo korištenje poštenih metoda tijekom prikupljanja informacija“. Ipak, hrvatski Kodeks daje određenu slobodu pri prikupljanju informacija (ako je to jedini način da se pribave), ali osuđuje nedopustive načine istoga. Nedopustivi su pokušaji iznude informacije zastrašivanjem, prijetnjama, ucjenama i drugim oblicima prisile. Osim toga, u njemu se potiče zastupanje svih strana i propisuje pravilna procedura ispravljanja netočno objavljenih informacija.[12]

Nadalje, važno je spomenuti načelo kojim se zabranjuje bilo kakva vrsta diskriminacije u novinarstvu. U Kodeksu se naglašava poštivanje temeljnih ljudskih prava i sloboda, privatnosti te pravila izvještavanja o osjetljivim temama i slično.[13]

Novinarima se ipak ostavlja prostor samostalnog prosuđivanja prema kojem on mora ostati nepristran i neovisan te ne smije podleći podmićivanju i ucjenjivanju. „Novinar je dužan oduprijeti se svim oblicima pritisaka pojedinaca ili skupina da utječu na njegovo izvještavanje te o takvim pokušajima ima pravo obavijestiti javnost.“ Time se naglašava pravo na opredjeljenje s preduvjetom održavanja objektivnosti u radu, odbacivanja osobnog interesa pri izvještavanju i smjernica oko oglasnog materijala.[14]

Za temu ovog rada potvrdili smo da Kodeks, kao dokument kojeg Hrvatski zbor sportskih novinara smatra temeljem sportskog novinarstva, osuđuje bilo kakvu vrstu objavljivanja neistinitih i neprovjerenih informacija što je postala praksa u toj grani.

„U novinarstvu etika znači pitanje o novinarski ispravnom i dobrom. Pri tome su ključne i funkcije koje se unutar nekog društva pripisuju masovnim medijima. Novinarstvo u demokraciji ima javnu zadaću. Ono treba pribaviti i širiti informacije o stvarima od javnog interesa, o tome zauzeti stav i kritizirati kako bi se utjecalo na proces formiranja mišljenja“ (Kunczik, Zipfel 2006: 104).

[11] https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara1
[12] Isto.
[13] Isto.
[14] Isto.

3.2. Lažne vijesti

„Lažne vijesti su vijesti koje sadržavaju ili prenose lažne i netočne informacije.“[15] Ovakve vijesti mogu dezinformirati i obmanjivati javnost, a koriste se u različite svrhe. U novinarstvu se njima često želi privući pozornost senzacionalističkim naslovima i tekstovima, ali mogu biti korištene i kao alat za obmanu i manipulaciju.

Dina Vozab u Političkim analizama definira tri vrste lažnih vijesti:

1. „lažne vijesti kao hibridni žanr koji miješa fikciju s informativnim sadržajem
2. lažne vijesti kao namjerno širenje neistina s ciljem propagande i obmanjivanja javnosti
3. lažne vijesti kao sadržaj hiperpristranih medija konstruiran da odgovara određenom političkom svjetonazoru“ (Kovačić 2021: 120).

Pojam lažne vijesti kao i njegovo korištenje u novinarstvu staro je gotovo koliko i samo zanimanje. Ono je danas prisutno u svim medijskim sferama, a njegovoj popularizaciji izrazito je pridonijela predsjednička kampanja 2016. godine u SAD-u. Tijekom nje, Donald Trump je stalno spominjao lažne vijesti koje njegovi politički protivnici koriste kako bi nepoštenim metodama pobijedili na izborima. Iako je on te izjave koristio radi manipulacije birača, istina je da su lažne vijesti bile važan element te političke bitke (Kovačić 2021: 120-123).

U slučaju sportskog novinarstva, lažne vijesti su nešto drugačije te rijetko kad dovode do velikih posljedica. Ipak, postoje slučajevi u kojima je njihov učinak bio dalekosežan. Možemo spomenuti primjer *BarcaGate*, skandala kojeg su razotkrili novinari radija *Cadena SER*. Prema njima, bivši predsjednik nogometnog kluba Barcelona Josep Maria Bartomeu unajmio je tvrtku koja bi objavama lažnih vijesti na društvenim mrežama štitila njegov imidž te diskreditirala kritičare vodstva kluba među kojima su bili i vlastiti igrači.[16] Ovdje se radilo o jednom od rijetkih navodnih primjera korištenja lažnih vijesti u cilju širenja propagande i obmanjivanja javnosti. Za razliku od toga, lažne vijesti u sportskom novinarstvu uglavnom spadaju u prvu kategoriju prema podjeli Dine Vozab. Radi se o miješanju fikcije s informativnim sadržajem radi stvaranja senzacionalističkog sadržaja te, posljedično, povećanja prometa na portalima.

[15] https://www.lzmk.hr/e-leks/ostalo/533-lazne-vijesti
[16] https://www.football-espana.net/2022/07/01/new-barcagate-scandal-josep-maria-bartomeu-used-club-money-to-defend-himself

Odgovor na pitanje zašto se netočne vijesti o prijelaznom roku pojavljuju u sportskom novinarstvu je kompleksan i ne možemo ga svesti isključivo na senzacionalizam u cilju povećanja profita. Naime, one mogu biti i rezultat loših izvora, neprovjeravanja informacija zbog brzine, neočekivanih promjena u procesu pregovaranja, ali i manipuliranja novinara od strane klubova i agenata. Agenti često hrane novinare lažnim vijestima o „interesu drugih klubova" tijekom pregovora za obnovu ugovora kako bi se ubrzao njihov proces ili zastrašio trenutni klub i time dobila što bolja ponuda. Istu stvar mogu napraviti i klubovi kako bi postigli isti cilj (bolju ponudu ili finaliziranje pregovora) (Rojas Torrijos, Mello 2021: 627, 630).

Ovo je dovelo do današnjeg stanja sportskog novinarstva prepunog senzacionalizma, neprovjerenih podataka i izmišljotina. Imajući to u vidu, prirodno je zapitati se kako takvi portali i novinari još uvijek imaju publiku. Odgovor možda možemo pronaći u poglavlju „Istinito za mene" u knjizi „Alternativne činjenice (o znanju i njegovim neprijateljima)" švedske autorice Ase Wikforss koja postavlja filozofsko pitanje o objektivnosti istine. „Biti objektivan znači temeljiti svoja uvjerenja na dokazima – pažljivo proučiti sve dostupne dokaze i ispravno ih odvagnuti. Onaj tko pusti da ga tu preuzmu osjećaji ili zanemaruje dio dokaza i samo uzima ono što mu odgovara (takozvani *cherry picking*), i nije objektivan u tom smislu" (Wikforss 2021: 47).

Ključno je razmisliti koliko osjećaji čitatelja igraju ulogu u konzumiranju sadržaja. Za očekivati je da će navijači kluba lakše prihvatiti vijesti koje su pozitivne za klub. Moguće je da je takav slučaj i kod vijesti/glasina o transferima igrača. Možda upravo takvo korištenje mentalnih prečaca dovodi do opetovanog konzumiranja sadržaja s portala koji nisu izrazito pouzdani.

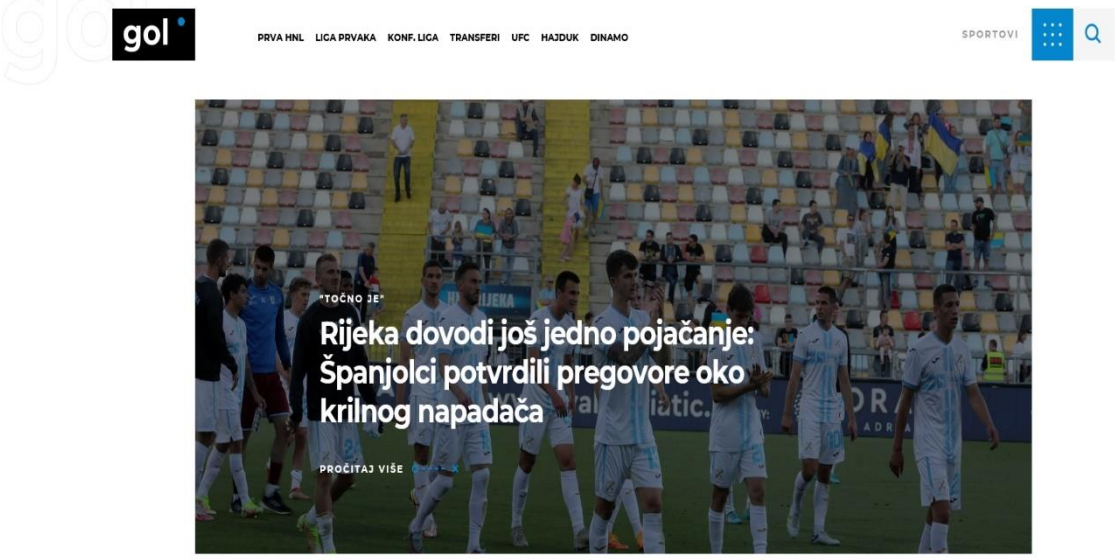
Zbog stanja u kojem je današnje sportsko novinarstvo jako je važno raditi na poboljšavanju medijske pismenosti u društvu. Čitatelji bi trebali moći barem do određene razine filtrirati pouzdanost napisanih vijesti i kritičkim razmišljanjem odbaciti vijesti koje su očigledno krive. Uz to, stalni čitatelji bi trebali biti sposobni prosuditi pouzdanost novinara i medija u kojem su pročitali vijest.

4. Analizirani portali

U ovom radu analizirali smo četiri portala pomoću kojih smo pokušali predočiti današnje stanje u izvještavanju o prijelaznom roku u nogometu. Izabrali smo dva domaća portala: *Index.hr* i *Gol.hr* te dva strana (Španjolska): *Marca* i *Mundo Deportivo*. *Index.hr* i *Gol.hr* su *news* portali, ali je važno spomenuti da je Gol.hr horizontalni portal Dnevnik.hr-a, portala pokrenutog od strane Nove TV, a koji se isključivo bavi sportom. S druge strane, *Marca* i *Mundo Deportivo* portali svoje korijene vuku iz dnevnih sportskih novina istog imena pokrenutih u prvoj polovici prošlog stoljeća, a čija tiskana izdanja još i danas izlaze.

4.1. Gol.hr

Gol.hr pokrenut je u lipnju 2010. godine, a danas je dio najčitanijeg *news* portala u Hrvatskoj, *Dnevnik.hr-a*. Urednik Gol.hr-a je Ivan Šimac, a portal je u vlasništvu trgovačkog društva *NOVA TV d.d*. Radi se važnom dijelu *Dnevnik.hr web* stranice jer se na njemu nalazi njezin čitavi sportski sadržaj.[17]



Slika 3. Naslovnica Gol.hr-a Izvor: Gol.hr

[17] https://gol.dnevnik.hr/stranica/sport-urednistvo

Prema istraživanju *Gemiusa* u travnju 2022. godine portal *Dnevnik.hr* proglašen je najčitanijim *news* portalom u Hrvatskoj. Isto istraživanje donijelo je i podatke o čitanosti njegovih specijaliziranih portala među kojima je *Gol.hr*. Prema ovom istraživanju, u travnju 2022. godine *Gol.hr* posjetilo je 820.050 stvarnih čitatelja što ga čini trećim najposjećenijih specijaliziranim portalom *Dnevnik.hr-a*. [18]

U zaglavlju portala pronalazimo sedam rubrika od kojih čak šest pripada nogometu. Važno je naglasiti da u zaglavlju postoji i rubrika *Transferi* koja donosi „najnovije vijesti o nogometnim transferima“.[19]

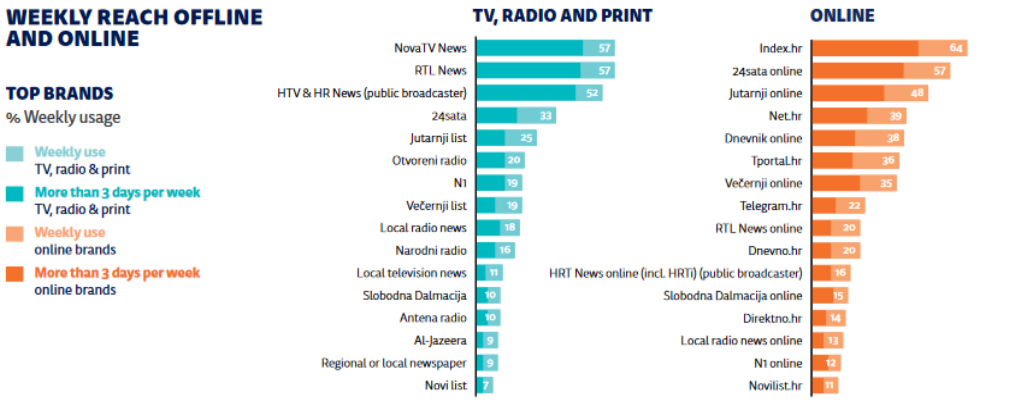
4.2. Index.hr

Index.hr jedan je od najpopularnijih hrvatskih *web* portala kojeg je 2002. godine pokrenuo Matija Babić.[20] Danas je *Index.hr* jedan od najposjećenijih portala u Hrvatskoj, a o tome nam govore i podaci „jedinog globalno relevatnog servisa za mjerenje posjećenosti, *Similarweb*-a“. [21]Prema njima, ovaj portal je 833. najposjećenija *web*-stranica na svijetu u proteklom mjesecu (srpanj 2022. godine). Osim toga, stranica je rangirana kao treća najposjećenija *web* stranica u Hrvatskoj te prva u kategoriji *News & Media Publishers* u ranije spomenutom vremenskom razdoblju.[22]

Ovim impresivnim brojkama zasigurno doprinosi glavna urednica *Index.hr*-a Andreja Hudika kao i brojni novinari i drugi zaposlenici. Urednici nama najbitnije rubrike (Sport) su Armin Hasanbegović i Marko Jerleković. Njihova rubrika sadrži brojne podkategorije, a kao i kod *Gol.hr*-a, moramo spomenuti kategoriju *Transferi.*[23]

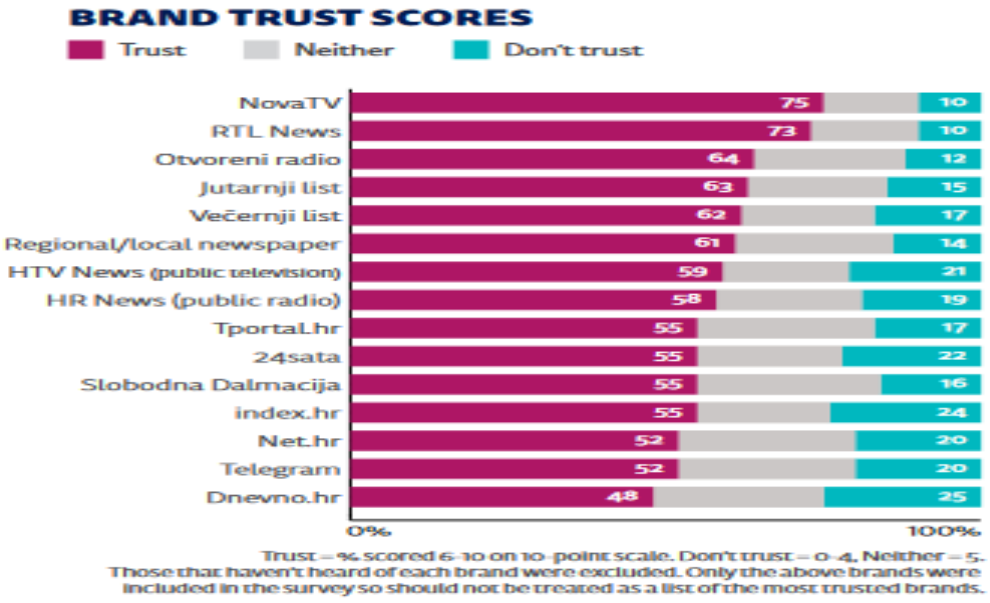
Index.hr također dominira brojkama posjećenosti prema istraživanju *Reuters Instituta* objavljenim u *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Prema Reutersu *Index.hr* se nalazi na prvom mjestu prema tjednom korištenju i korištenju više od tri puta tjedno.

[18] https://novatv.dnevnik.hr/clanak/zanimljivosti/prvi-puta-i-po-gemius-i-ipsos-dotmetrics-mjerenju-posjecenosti-dnevnik-hr-zauzeo-prvo-mjesto
[19] Isto.
[20] https://www.index.hr/vijesti/clanak/15-godina-indexa-povijest
[21] https://www.index.hr/vijesti/clanak/index-medju-tisucu-najposjecenijih-stranica-na-svijetu
[22] https://www.similarweb.com/website/index.hr/#overvie
[23] https://www.index.hr/impressum



Slika 4. Statistika dosega Izvor: Reuters Institute

No, prema statistici povjerenja čitatelja, nalaze se na dvanaestom mjestu od petnaest ispitanih medijskih brendova u Hrvatskoj. Na tom mjestu nalaze se zahvaljujući 55% ispitanika koji su se izjasnili da vjeruju vijestima *Indexa* prema čemu su slični drugim portalima. Ono što ih je svrstalo na niže mjesto jest veći postotak nepovjerenja ispitanika koji iznosi čak 24%. Ta brojka ih stavlja na pretposljednje mjesto na ljestvici (po nepovjerenju ispitanika). Uz 21% neopredijeljenih *Index* ipak većinski uživa povjerenje javnosti pa će biti zanimljivo vidjeti kako se to povjerenje odražava na rezultate ovog rada.



Slika 5. Statistika povjerenja čitatelja Izvor: Reuters Institute

4.3. Marca

Marca su španjolske dnevne novine pokrenute 21. prosinca 1938. godine s ciljem donošenja domaćih i inozemnih sportskih vijesti španjolskim čitateljima. U svojim početcima sjedište im je bilo u San Sebastianu u baskijskoj pokrajini, a danas se nalaze u Madridu.[24]



Slika 7. Naslovnica prvog izdanja Marce Izvor: Marca



Slika 6. Naslovnica Marce iz 2022. godine Izvor: Marca

Danas su još uvijek jedne od najdominantnijih sportskih novina u Španjolskoj te su uspješno zadržale svoje tiskano izdanje koje prema *Internationalmediasales* ima prosječnu nakladu od 55.832 primjerka.[25]

Iako je tiskano izdanje zadržalo svoju važnost, u 21. stoljeću pokrenut je portal na španjolskom i engleskom jeziku kao i radio stanica (*Radio Marca*) te televizijska postaja *MARCA TV*. Nalaze se pod vlasništvom talijanske *RCS MediaGroup* preko medijske kuće *Unidad Editorial*, a pod istim vlasništvom su i španjolski listovi *El Mundo* i *Expansion*.[26]

Važnost ovog lista možda najbolje naglašava činjenica da dodjeljuju najprestižnije nagrade u španjolskom nogometu. Radi se o nagradama *Pichichi* (za najboljeg strijelca), *Zarra* (za najboljeg strijelca španjolske nacionalnosti), *Zamora* (za najboljeg golmana), *Miguel Munoz* (za najboljeg trenera) te *Di Stefano* (za najboljeg igrača *La Lige*).[27]

[24] https://en-academic.com/dic.nsf/enwiki/11640037

[25] https://www.internationalmediasales.net/international/portfolio/detail/marca/
[26] https://en-academic.com/dic.nsf/enwiki/11640037
[27] https://en-academic.com/dic.nsf/enwiki/11640037

Urednik lista je Juan Ignacio Gallardo (od 2016. godine), a portal i dnevni list su usko povezani. *Marca* se još uvijek bavi s domaćim i inozemnim sportom, ali posebice nogometom.[28] List sadrži podkategoriju koja donosi vijesti o nogometnom prijelaznom roku.

4.4. El Mundo Deportivo

El Mundo Deportivo španjolske su dnevne novine pokrenute 1. veljače 1906. godine. U svojim početcima su, kao i *Marca*, izlazile jednom tjedno, a od 1929. izlaze svaki dan. Radi se o najstarijim sportskim novinama u Španjolskoj i drugim najstarijim listom u Europi (iza *La Gazzetta dello Sport*). List je pod vlasništvom *Grupo Godo*, a sjedište mu je u Barceloni.[29]



Slika 9. Naslovnica prvog izdanja MD-a Izvor: periodicosregalo.com



Slika 8. Naslovnica MD-a iz 2022. godine Izvor: MD

Tiskano izdanje i *web* portal se bave nogometom, ali posebice aktivnostima nogometnog kluba Barcelona. Osim toga, list obrađuje i druge sportove, ali i svijet zabave. Glavni urednik je Santi Nolla. Portal je podijeljen na rubrike nogomet, ostali sportovi, zabava, udarne vijesti, videozapisi i rezultati. Vijesti o prijelaznom roku nalaze se u rubrici *Udarne vijesti*.

[28] https://en-academic.com/dic.nsf/enwiki/11640037
[29] http://newsroomhistory.com/newspaper/el-mundo-deportivo/

5. Metodologija

U ovom završnom radu uz pomoć kvantitativne metode istražili smo točnost tekstova o prijelaznom roku objavljenima u četiri analizirana portala. Radi se o dva hrvatska (*Gol*.hr i *Index*.hr) i dva španjolska portala (*Marca* i *Mundo Deportivo*). Prikupljali smo tekstove objavljene od 1. siječnja 2022. godine do 31. siječnja 2022. godine, odnosno tijekom razdoblja trajanja (u većini nogometnih liga) zimskoga nogometnoga prijelaznog roka. Podatke smo prikupljali tako što smo na svakom portalu u tražilicu upisali ključnu riječ „transferi" (na hrvatskim portalima) ili *fichajes* (na španjolskim portalima) te tako došli do svih tekstova te tematike objavljenih u ranije spomenutom razdoblju. Ukupno smo prikupili uzorak od 518 tekstova, a njihovu ću podjelu detaljno obraditi u sljedećem poglavlju.

Važno je naglasiti da smo obrađivali isključivo tekstove koji se bave samo jednom vijesti o prijelaznom roku dok smo odbacili one koji govore o većem broju transfera. Također, odbacili smo tekstove koji se ponavljaju kako se time ne bi utjecalo na rezultate. U takvim slučajevima koristili smo samo prvi objavljeni tekst o istom transferu. Dakle, među analizirane tekstove ušli su svi tekstovi koji govore o transferima igrača, posudbama, raskidu ugovora i prelascima nakon isteka ugovora.

Prije samog prikupljanja tekstova dosta smo vremena utrošili na odlučivanje koje ćemo sve tekstove smatrati netočnim informacijama. Naime, naša ideja bila je da sve transfere o kojima se izvještavalo, a koji se nisu dogodili, smatramo krivim informacijama. Problem nam je predstavljala činjenica da iza nekih takvih vijesti zaista stoji konkretan interes svih strana za transfer igrača, a koji se na kraju ne dogodi zbog različitih razloga. Ipak, naposljetku smo odlučili i takve tekstove smatrati netočnim informacijama budući da je često jako teško odrediti radi li se o takvoj vrsti situacije ili o pukoj izmišljotini (osim u očitim slučajevima). Odlučili smo se voditi načinom na koji mediji prezentiraju informacije koje su u brojnim tekstovima prikazane kao činjenice. Podjelu tekstova po prezentaciji napravili smo u kategoriji „vrsta teksta". Prva vrsta tekstova u našoj kategoriji je ona u kojoj se informacije prikazuju kao činjenice (transferi koji su već dogovoreni ili gotovo dogovoreni – vijest). Također, imamo i one tekstove u kojima je izražena mogućnost da do prelaska igrača dođe, ali postoji i velika šansa da se to ne dogodi – glasina. Smatramo da ovakvom odlukom dobivamo preciznije informacije o udjelu netočnih informacija na analiziranim portalima. Sad ćemo ovaj proces ilustrirati na primjeru vijesti o mogućem transferu Mislava Oršića.

Naime, brojni tekstovi objavljeni na portalima uvjerili su nas da trebamo donijeti prethodno navedenu odluku u istraživanju. Jedan od njih je i primjer izvještavanja o transferu Mislava Oršića na portalu Gol.hr. Na njemu je napisano više tekstova o mogućem transferu igrača Dinama u više različitih klubova iz Premier lige.[30] Bilo je vidljivo da se radi o informaciji o konkretnim pregovorima koji su trajali gotovo čitavi mjesec. U tom razdoblju Gol.hr je izvještavao o svim promjenama u pregovorima (vrijednost transfera, klubovi s kojima se vode pregovori itd.).Ipak, budući da se spominjao interes većeg broja klubova nije bilo lako odrediti koji su tekstovi temeljeni na stvarnim informacijama, a gdje se radilo isključivo o izmišljotini. Važno je spomenuti da su na kraju svi pregovori propali, a autori na Gol.hr-u napisali su tekst u kojem čitatelje izvještavaju da Oršić ostaje u Dinamu i tako „ispravili" ranije objavljene informacije koje se nisu obistinile.[31] Ovakvih primjera ima u svim analiziranim portalima, a oni predstavljaju način na koji mediji trebaju izvještavati o prijelaznom roku. Objavljene krive informacije o mogućim transferima (ne lažne vijesti koje su namjerno plasirane) portali moraju demantirati tekstom koji obavještava čitatelje da su pregovori propali. Na taj način portali poštuju Kodeks časti, a ne utječu na rezultate našeg istraživanja jer se praktički poništavaju (tekst s netočnom informacijom i njegov ispravak kao točna informacija).

Prilikom analize tekstova vodili smo računa o brojnim kategorijama koje su nam bile važne kako bi ona bila detaljna te relevantna. Glavna kategorija bavi se istinitošću samih tekstova. Podatke za ovu kategoriju prikupljali smo na način da smo informaciju koju donosi tekst usporedili sa službenim vijestima o igraču koristeći se stranicom *Transfermarkt.com* koja objavljuje potvrđene transfere igrača. Ovime smo došli do informacije koliko se objavljenih tekstova o prijelaznom roku uistinu dogodilo. Pomoću nje možemo dobiti uvid u ukupnu istinitost analiziranih portala te potvrditi ili opovrgnuti postavljenu hipotezu (H1).

Ostale kategorije pomažu nam utvrditi kako različiti aspekti utječu na istinitost tekstova. Prva takva kategorija bavi se izvorima koji su navedeni u tekstovima. Pomoću nje pokušavamo utvrditi koliko izvor teksta utječe na njegovu istinitost. Izvori s kojima smo se susreli i koji čine ovu kategoriju su: domaći mediji, inozemni mediji, HINA, klub, domaći novinar, inozemni novinar i izvor nije naveden.

[30] https://gol.dnevnik.hr/clanak/rubrika/nogomet/englezi-tvrde-gotovo-je-mislav-orsic-odlazi-iz-dinama-u-burnley---693536.html

[31] https://gol.dnevnik.hr/clanak/rubrika/nogomet/englezi-tvrde-gotovo-je-mislav-orsic-odlazi-iz-dinama-u-burnley---693536.html

Sljedeća kategorija je „Vrsta teksta“. Ova kategorija zapravo se bavi vrstom informacija koja se spominje u tekstu. Nju smo podijelili na: glasina, vijest i službena potvrda kluba. Podjelu u ove tri kategorije smo napravili na način da smo pomoću naslova ili sadržaja teksta utvrdili radi li se o onome koji predstavlja jednu od ovih vrsta, a sve u cilju usporedbe njihove točnosti. Zatim slijedi kategorija „Autor teksta“ koju smo podijelili na: novinar, redakcija i HINA. Pomoću ove kategorije možemo utvrditi postoji li razlika točnosti ovisno o tome tko se potpisao na tekst.

Nakon toga imamo kategoriju „Puta podijeljeno“. Ova kategorija bavi se brojem puta koliko je svaki tekst podijeljen putem društvene mreže *Facebook*. Nažalost, ova kategorija dostupna je samo kod hrvatskih portala jer *Marca* i *Mundo Deportivo* te podatke nemaju dostupne na svojoj stranici. Zbog toga će ova kategorija biti korištena samo kod analize hrvatskih portala i njihove međusobne usporedbe, a kojom ćemo utvrditi dijele li se više točne ili netočne informacije.

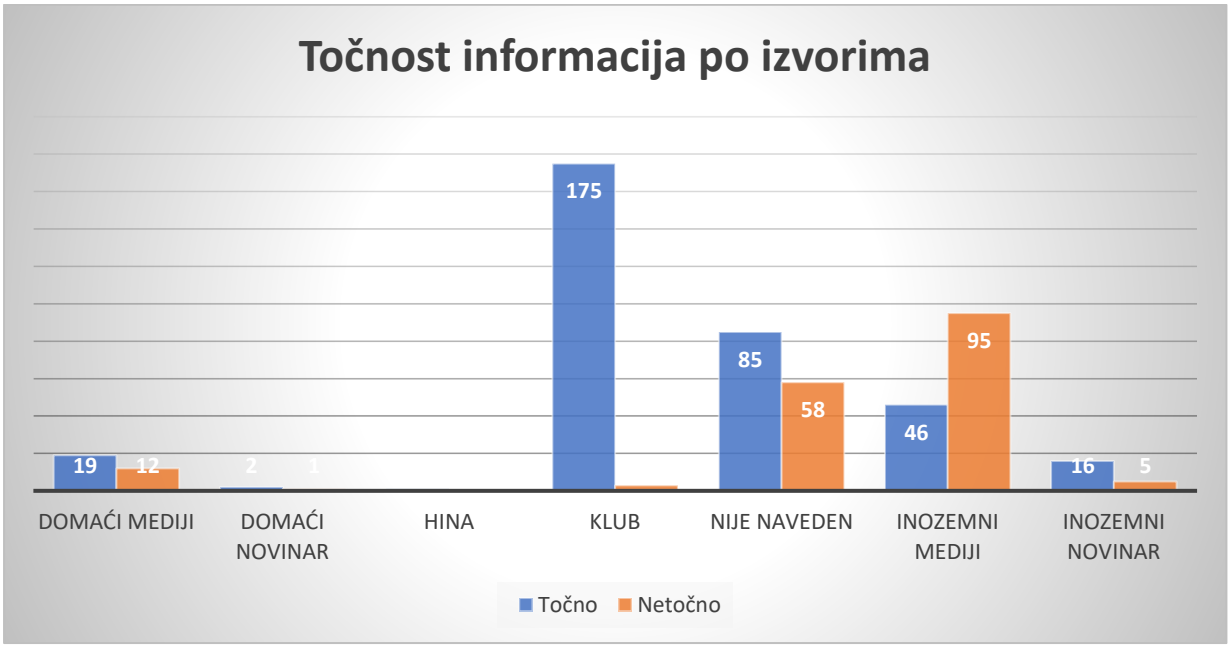
Pretposljednja kategorija odnosi se nacionalnost igrača koji se spominje u tekstu. Kategoriju smo podijelili na: domaći igrač i inozemni igrač. Naravno, kod hrvatskih portala domaći igrač je svaki hrvatski državljanin dok je u španjolskim portalima ta opcija rezervirana za španjolske državljane. Ova kategorija će nam omogućiti uvid u to da li nacionalnost igrača utječe na istinitost teksta.

Posljednja kategorija bavi se zemljom podrijetlom, odnosno iz koje države su klubovi koji se spominju u tekstu dolaze. Ovu kategoriju smo podijelili na: domaći klub (kada je samo jedan klub uključen u prelazak spomenut u tekstu – kod besplatnih transfera ili dolaska nakon isteka/raskida ugovora), inozemni klub, jedan inozemni i jedan domaći klub, oba inozemna i oba domaća kluba. Ovom kategorijom možemo utvrditi utječe li podrijetlo kluba na točnost vijesti.

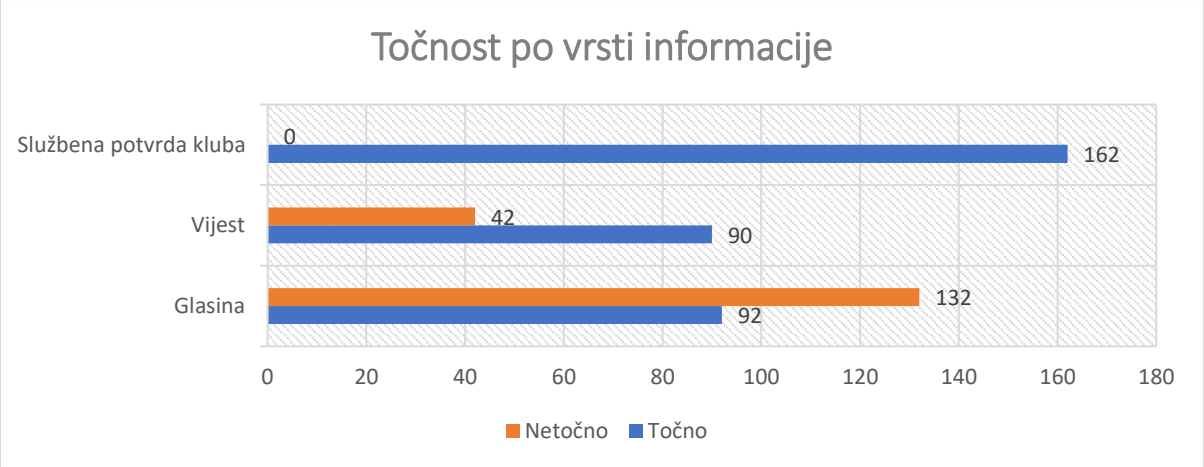
6. Opis podataka

U ovom dijelu rada opisat ćemo podatke dobivene analizom tekstova na četiri odabrana portala. Za početak ćemo opisati ukupne podatke svih portala. U ovom dijelu ćemo pokazati samo najzanimljivije podatke jer su nam ukupni podaci znatno manje bitni od individualnih koji će kasnije biti predmet usporedbi. Zatim ćemo prikazati podatke koje se odnose na domaće portale te, na kraju, na inozemne. U narednom dijelu napravit ćemo usporedbu dobivenih podataka između domaćih, a zatim i inozemnih portala. Zadnji korak bit će usporedba podataka između domaćih i inozemnih portala. Moramo napomenuti da je opis podataka napravljen s fokusom na točnost informacije u tekstu budući da je to tema ovog rada, a čiji nalazi će nam pomoći da testiramo na postavljene hipoteze.

Kao što smo ranije spomenuli, ukupni uzorak nam iznosi 518 tekstova. Od toga 344 teksta su imala točnu (66 posto) informaciju što znači da ih više od trećine nije bilo točno (34 posto). Možemo naglasiti da je najveći postotak netočnih informacija imao *Mundo Deportivo* (38,5 posto) dok je *Marca* imala najmanji (18,5 posto). Najčešći izvori informacija bili su klubovi, a oni su bili i među najtočnijima s čak 98,3 posto. Što se tiče vrste informacija, najčešće su bile glasine (224) koje su jedine u toj kategoriji s negativnim postotkom točnosti (41,1 posto točnih informacija).

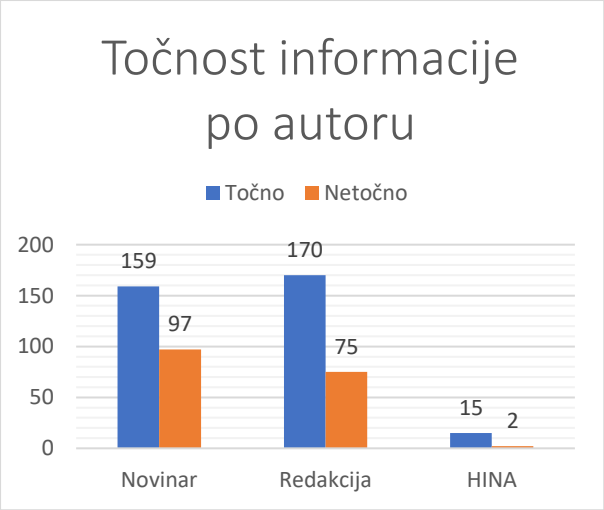


Graf 1. Točnost informacija po izvorima Izvor: Autor

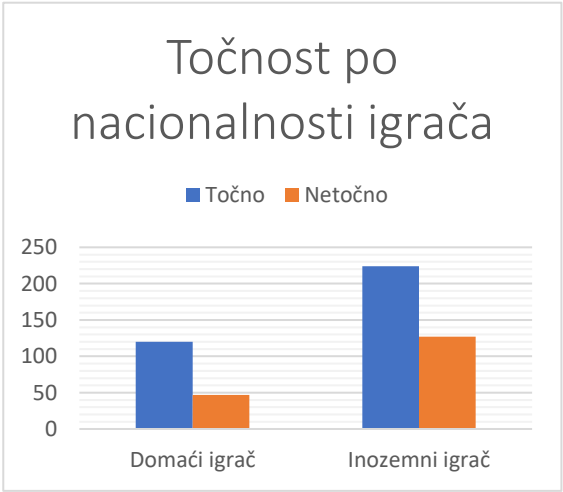


Graf 2. Točnost po vrsti informacije Izvor: Autor

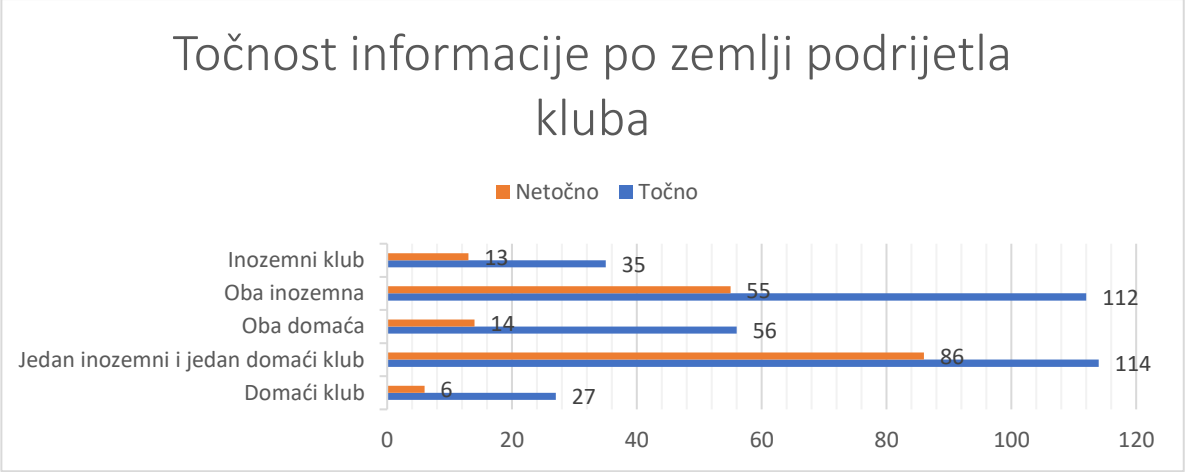
Što se tiče autora teksta, najčešće su potpisani sami novinari (256 tekstova), a njihovi tekstovi i najčešće sadrže netočnu informaciju (38 posto). Nadalje, najviše tekstova je govorilo o transferu inozemnog igrača (351) te onom koji se odvija između jednog domaćeg i jednog inozemnog kluba. U oba slučaja informacije o njima bile su najnetočnije u svojim kategorijama (36,2 posto kod inozemnih igrača te 43 posto kod jednog domaćeg i jednog inozemnog kluba).



Graf 4. Točnost informacije po autoru Izvor: autor



Graf 3. Točnost po nacionalnosti igrača Izvor: autor



Graf 5. Točnost informacije po zemlji podrijetla kluba

6.1. Gol.hr

Na portalu *Gol.hr* uspjeli smo pronaći 64 teksta koja su tematizirala nogometne transfere, a da su objavljeni u periodu od našeg interesa. Od ukupnog broja tekstova, njih 24 sadržavalo je netočnu informaciju što čini 37,5 posto. U najvećem broju tekstova kao izvor navedeni su inozemni mediji, u njih 33 (udio od 51,6 posto). Čak 22 teksta kod kojih je naveden taj izvor nisu bila točnog sadržaja (66,7 posto). Nadalje, 20 tekstova napisano je na temelju informacija dobivenih od strane kluba. Samo je jedan takav tekst bio netočan što čini pet posto. Ostali tipovi izvora navode se u daleko manjem broju tekstova. Tako je kod 5 tekstova informacija došla od inozemnog novinara (7,8 posto), a od kojih je 1 bio netočan (20 posto). Domaći mediji poslužili su kao izvor u tri slučaja, a nijedan takav tekst nije sadržavao netočnu informaciju. HINA je kao izvor navedena u samo jednom tekstu koji je bio točnog sadržaja. Naposljetku, izvor nije naveden u jednom tekstu koji je također sadržavao točnu informaciju.

Od ukupnog broja tekstova s ovog portala, u 29 slučajeva radilo se o vijestima što čini udio od 45,3 posto. Ukupno 12 vijesti nije sadržavalo točnu informaciju što čini 41,4 posto. Imali smo i 21 službenu potvrdu klubova (32,8 posto) koje su se pokazale kao pouzdane jer su sve bile točne. Za kraj, 14 tekstova bilo je temeljeno na glasinama, a njih čak 12 nije bilo točnog sadržaja što čini 85,7 posto.

Kod 38 tekstova (59,4 posto) potpisana je redakcija samog portala. U 13 takvih tekstova informacija koju su sadržavali nije bila točna što čini 34,2 posto. Novinar je bio osobno potpisan na 12 tekstova (udio od 18,8 posto) od kojih je čak 10 bilo netočnog sadržaja (83,3

posto). HINA je potpisana kao autor u 14 slučajeva (21,9 posto) od kojih samo 1 nije sadržavao točnu informaciju (7,1 posto).

Većina tekstova koji ulaze u naš uzorak tematizirala su transfer inozemnog igrača (ukupno 40 tekstova što čini 62,5 posto). Od tog broja tekstova, njih 15 sadržavalo je netočne informacije što je 37,5 posto. Preostala 24 teksta (37,5 posto) ticala su se transfera domaćih igrača, a njih 9 bilo je netočno (37,5 posto).

Nadalje, najviše tekstova, njih 29, tematiziralo je transfer koji se odvijao između dva inozemna kluba što čini 45,3 posto. Ukupno 11 takvih tekstova sadržavalo je netočnu informaciju (37,9 posto). Sljedeći po udjelu su tekstova koji su uključivali transfer između jednog domaćeg i jednog inozemnog kluba. Takvih tekstova u uzorku ima 21 što čini 32,8 posto. Što se tiče njihove točnosti, došli smo do zaključka da je 9 takvih tekstova bilo netočnog sadržaja (42,9 posto). Imali smo i osam tekstova kod kojih je informacija bila vezana isključivo za jedan inozemni klub (12,5 posto). Od njih 3 nisu sadržavala točnu informaciju što čini 37,5 posto. Ukupno 4 teksta odnosila su se na transfere između 2 domaća kluba što čini 6,3 posto uzorka. U samo 1 takvom slučaju radilo se o tekstu netočnog sadržaja. Za kraj, pronašli smo i 2 teksta (3,1 posto) kod kojih se informacija doticala isključivo jednog domaćeg kluba. Oba teksta tog tipa sadržavala su točnu informaciju.

Na kraju opisa podataka s portala *Gol.hr* treba spomenuti i informacije o prosječnom broju dijeljenja tekstova koji su nam u uzorku. Tako su tekstovi s ovog portala bili podijeljeni prosječno 279 puta. Prosjek je viši za tekstove koji sadrže netočne informacije, a koji su prosječno podijeljeni 355 puta. S druge strane, tekstova koji sadrže točne informacije prosječno su bili podijeljeni 233 puta.

6.2. Index.hr

Na portalu *Index.hr* pretragom smo pronašli ukupno 97 tekstova s temom nogometnih transfera, a da su objavljeni tijekom zimskoga prijelaznog roka. U 35 slučajeva informacija koju su sadržavali ti tekstova pokazala se netočnom što čini 36,1 posto. Kod najvećeg broja tekstova kao izvor navedeni su inozemni mediji. U uzorku njih je 44 što čini udio od 45,4 posto. Čak 31 tekst s ovim izvorom sadržavao je netočnu informaciju (70,5 posto). Izvor nije naveden u 19 slučajeva (19,6 posto) od kojih su tri teksta bila netočnog sadržaja (15,8 posto). Novinar

iz inozemstva je naveden kao izvor u sedam tekstova (7,2 posto) od kojih je samo jedan sadržavao netočnu informaciju (14,2 posto). Za kraj, kod 2 teksta informacija je došla od drugih domaćih medija, a kod oba sadržaj se pokazao točnim.

Čak 65 tekstova (67 posto) koji su ušli u naš uzorak uspjeli smo smjestiti u kategoriju vijesti. Ukupno 27 tekstova takve vrste sadržavalo je netočnu informaciju (41,5 posto). U 27 slučajeva radilo se o službenim potvrdama klubova (27,8 posto). Svi tekstovi koje smo ovako kategorizirali bili su točni. Naposljetku, 10 tekstova svoj sadržaj temeljilo je na glasinama (10,3 posto). U 8 takvih slučajeva informacija se pokazala netočnom što čini 80 posto njihovog broja.

Na 94 teksta s portala *Index.hr* potpisana je njihova redakcija kao autor što čini velikih 96,9 posto. U 34 slučaja radilo se o informaciji koja je bila netočna (36,2 posto). Kod preostala 3 teksta (3,1 posto) kao autor je potpisana HINA, a u samo jednom slučaju radilo se o netočnom sadržaju (33,3 posto). Treba napomenuti da nijedan tekst iz uzorka nije bio potpisan od strane novinara osobno.

Nadalje, većina tekstova odnosila se na informacije vezane za transfer inozemnog igrača (njih 60 što čini 61,9 posto). Ukupno 25 takvih tekstova nije sadržavalo točnu informaciju (41,7 posto). Preostalih 37 tekstova (38,1 posto) bilo je vezano uz transfere domaćih igrača. U 10 slučajeva navedena informacija bila je netočnog sadržaja (27 posto).

Ukupno 32 teksta sadržavala su informaciju o transferu između dva inozemna kluba (33 posto). Kod njih 16 radilo se o netočnoj informaciji što čini 50 posto njihovog ukupnog broja. Jednak broj tekstova tematizirao je transfer između jednog domaćeg i jednog inozemnog kluba. Dakle, od 32 takva teksta njih 11 bilo je netočnog sadržaja (34,4 posto). Nadalje, 18 tekstova s ovog portala sadržavalo je informaciju o transferu vezanu isključivo uz jedan inozemni klub (18,6 posto). U šest takvih slučajeva radilo se o netočnom sadržaju što čini 33,3 posto. Transfer između dva domaća kluba bila je tema ukupno 8 tekstova (8,2 posto) od kojih su dva bila netočnog sadržaja (25 posto). Naposljetku, u 7 slučajeva tema teksta doticala se isključivo jednog domaćeg kluba (7,2 posto). Svi tekstovi tog tipa sadržavali su točne informacije. Za kraj, tekstovi s *Index.hr* prosječno su podijeljeni 94 puta. Više su prosječno dijeljeni tekstovi koji su sadržavali netočnu informaciju (105 puta) od onih koji su sadržavali točnu (89 puta).

6.3. Marca

Na portalu *Marca* pronašli smo ukupno 113 tekstova koji ulaze u naš uzorak. Od tog broja, 21 tekst sadržavao je netočnu informaciju što čini 18,5 posto.

Na ovom portalu, kod najvećeg broja tekstova kao izvor naveden je klub, njih 53 što čini 47 posto njihovog ukupnog broja. Zanimljivo je da su svi ovakvi tekstovi sadržavali točne informacije. Nadalje, izvor nije naveden na 48 tekstova (42,4 posto). Kod 19 tekstova ovog tipa pronašli smo netočne informacije (39,6 posto). Kod četiri teksta informacija je stigla od strane domaćih medija (3,5 posto), a svi su bili točnog sadržaja. Isti broj tekstova napisan je na temelju informacija inozemnih medija. Netočan sadržaj bio je prisutan u dva takva teksta. Naposljetku, kod 2 teksta kao izvor je naveden domaći novinar, a u njima su bile navedene točne informacije. Jednaki podaci vrijede i za tekstove kod kojih je izvor inozemni novinar (dva teksta, oba točna).

Nadalje, najveći udio tekstova s ovog portala pripada službenim potvrdama kluba (50 što čini 44,2 posto). Svi oni su sadržavali isključivo točne informacije. Po udjelu u ukupnom broju tekstova, glasine su na drugom mjestu (40,7 posto). Od ukupno 46 glasina, njih 21 sadržavalo je netočnu informaciju (45,7 posto). Na kraju, među tekstovima imamo i 17 onih koje smo kategorizirali kao vijest (udio od 15 posto), a svi su bili točnog sadržaja.

Na ukupno 98 tekstova potpisan je novinar osobno (86,7 posto slučajeva). Među njima, ukupno je njih 19 koji ne sadrže točne informacije (19,4 posto). Kod ostalih tekstova kao autor je potpisana redakcija portala (15 što čini udio od 13,3 posto). Netočan sadržaj bio je prisutan u 2 takva teksta ili 13.3 posto.

Kao i kod dosadašnjih portala, većina tekstova tematizirala je transfere inozemnih igrača. U ovom slučaju radi se o ukupno 70 takvih tekstova (61,9 posto) od kojih je 14 bilo netočno (20 posto). Ostali tekstovi odnosili su se na transfere domaćih igrača. Od ukupno 43 takva teksta (38,1 posto) njih 7 sadržavalo je netočnu informaciju (16,3 posto).

Kod *Marce* većina tekstova tematizirala je transfere između jednog domaćeg i jednog inozemnog kluba, njih 50 (44,2 posto). Od tog broja, njih 14 bilo je netočnog sadržaja (28 posto). Na drugom mjestu po udjelu su tekstovi koji se odnose na transfere 2 domaća kluba (32 teksta što čini 28,3 posto). Među njima, 3 nisu sadržavala točnu informaciju (9,4 posto). Zatim slijede tekstovi koji sadrže informacije o transferu između 2 inozemna kluba. Takvih je ukupno

18 (15,9 posto) od kojih samo 1 nije bio točan (5 posto). Ukupno 10 tekstova odnosilo se na informacije vezane isključivo za jedan domaći klub (8,8 posto). Od njih, 3 teksta su sadržavala netočne informacije (30 posto). Za kraj, s najmanjim udjelom u ukupnom broju nalaze se tekstovi vezani isključivo za jedan inozemni klub. Tekstova takvog tipa na ovom portalu bilo je ukupno 3 (2,7 posto), a svi su napisani na temelju točnih informacija.

6.4. Mundo Deportivo

Posljednji portal za koji ćemo prikazati zasebno podatke je španjolski *Mundo Deportivo* na kojem smo pronašli ukupno 244 teksta koja odgovaraju uvjetima po kojima smo birali uzorak. Ukupno 94 teksta s ovog portala sadržavala su netočnu informaciju (38,5 posto).

Kod najvećeg broja ovih tekstova kao izvor je naveden klub, kod njih 79 ili 32,4 posto. Ovaj izvor se pokazao dosta pouzdanim jer su samo dva takva teksta sadržavala netočne informacije što čini 2,5 posto. U ukupno 75 tekstova ovog portala izvor nije naveden (30,7 posto), a kod njih možemo primijetiti i velik udio netočnog sadržaja. Naime, u 36 takvih tekstova informacija koju su sadržavale nije bila točna što čini 48 posto. Treći po udjelu su tekstovi u kojima su kao izvor navedeni inozemni mediji. Takvih je ukupno 60 tekstova (24,6 posto) od kojih je čak 40 netočno (66,7 posto). Kod 22 teksta informacija je stigla od strane domaćih medija (9 posto). Od njih, 12 tekstova nije bilo točnog sadržaja (54,5 posto). Naposljetku, imamo i 7 tekstova kod kojih kao izvor naveden inozemni novinar (2,9 posto). Među njima su 3 teksta koja sadrže netočnu informaciju (42,9 posto).

Na ovom portalu, većina tekstova po svojoj vrsti pripada u glasine, njih 154 (63,1 posto). Čak 91 glasina bila je netočnog sadržaja što čini udio od 63,1 posto. Nadalje, među njima se nalazi i 69 službenih potvrda klubova (28,3) koje su sve točne. Među tekstovima je i 21 kojeg možemo kategorizirati kao vijest (8,6 posto). Od tog broja, samo 3 su sadržavala netočnu informaciju što čini 14,2 posto.

Većina tekstova s ovog portala bila je potpisana od strane novinara osobno, njih čak 146 (59,8 posto). Među njima je bilo njih 68 koji su bili netočnog sadržaja (46,6 posto). S druge strane, 98 tekstova bilo je potpisano od strane redakcije portala (40,2 posto). Od njih, 26 tekstova sadržavalo je netočnu informaciju (26,5 posto).

Kao i kod preostalih portala, većina tekstova s *Mundo Deportiva* tematizirala je transfere koji su uključivali inozemne igrače. Takav je ukupno 181 tekst u uzorku (74,2%) od kojih su 73 netočna (40,3 posto). Preostala 63 teksta (28,8 posto) odnose se na transfere domaćih igraća među kojima je 21 napisan na temelju netočnih informacija (33,3 posto).

Najveći udio u našem uzorku s ovog portala zauzimaju tekstovi koji se tiču transfera između jednog domaćeg i jednog inozemnog kluba, njih 97 (39,8 posto). Od toga, čak 52 teksta su netočnog sadržaja (53,6 posto). Zatim po udjelu slijede tekstovi koji tematiziraju transfere između dva inozemna kluba, a kojih je ukupno 88 (36,1 posto). Kod takvih tekstova, njih 27 sadrži informacije koje su netočne (30,7 posto). Ukupno je 26 tekstova koji se odnose na transfere dvaju domaćih klubova (10,7 posto). Njih osam sadrži netočne informacije što čini 30,8 posto. Tekstovi koji sadrže informacije vezane isključivo za jedan inozemni klub četvrti su po udjelu (19 tekstova ili 7,8 posto). Među njima su 4 teksta koja sadrže netočne informacije (21,1 posto). Za kraj, u uzorku je 14 tekstova koji se odnose na samo jedan domaći klub što čini udio od 5,7 posto. Od tog broja, njih tri su netočna, što je 21,4 posto.

7. Usporedba podataka domaćih portala

Za početak, možemo primijetiti da u našem uzorku ima 33 teksta više s portala *Index.hr* nego s *Gol.hr*-a. Postotak tekstova koji sadrže netočne informacije sličan je na oba analizirana domaća portala. Razlika od 1,4 posto u korist *Index.hr*-a kao onog s točnijim informacijama zanemariv je.

Oba portala u najvećem broju tekstova kao izvor navode inozemne medije. Nešto veći postotak takvih tekstova na portalu *Index,hr* sadržavao je netočnu informaciju naspram *Gol.hr-a*. Ipak, i tu se radi o maloj razlici koja iznosi 3,8 posto. Moramo primijetiti da na oba portala postoji veliki udio tekstova s ovim izvorom koji sadrže netočne informacije. Nadalje, približno jednak udio tekstova na ovim portalima navodi kao izvor klub. Ove informacije pokazale su se iznimno točnima što dokazuje činjenica da je, uzevši u obzir oba portala, samo jedan tekst bio netočnog sadržaja. Velika sličnost u podacima između ova dva portala može se primijetiti i kod tekstova koji kao izvor navode inozemnog novinara. Udjeli ovakvih tekstova u ukupnom broju su gotovo identični, a ni postotak onih koji sadrže netočne informacije među njima nije velik. Ipak, nešto je veći postotak takvih tekstova na *Gol.hr*-u (razlika od 5,8 posto). Zanemarivi broj tekstova na oba portala kao izvor navodi domaće medije. Što se tiče njihove točnosti, svi takvi tekstovi na portalima su bili točnog sadržaja. Veliku razliku u ovoj kategoriji među domaćim portalima mogli smo primijetiti u slučajevima kad izvor nije naveden. Naime, na *Index.hr-u* udio ovakvih tekstova u ukupnom broju je za 18,7 posto veći od njihovog udjela na *Gol.hr*. To nam onemogućuje validnu usporedbu podataka o točnosti takvih tekstova između izabrana dva portala.

Kad govorimo o kategoriji vrste tekstova, na oba portala najveći broj njih može biti svrstan u vijesti. Ipak, na *Index.hr*-u je taj udio daleko veći nego na *Gol.hr*-u (razlika od 21,7 posto). Postotak ovakvih tekstova koji sadrže netočne informacije gotovo je identičan na oba portala. Nadalje, udio službenih potvrda klubova među tekstovima je na oba portala sličan (5 posto više na *Gol.hr*). Ovakvi tekstovi pokazali su se izrazito pouzdanima budući da su svi bili točnog sadržaja. Kao najnetočniju vrstu tekstova možemo navesti glasine. Na portalu *Gol.hr* pronašli smo 11,5 posto više glasina nego na *Index.hr*-u. Postotak njihove netočnosti izrazito je visok na oba portala, ali je ipak za 5,7 posto viši na portalu *Gol.hr*.

Redakcija je potpisana kao autor na najvećem broju objavljenih tekstova na oba portala. Ipak, na *Index.hr* taj udio je za 59,4 posto veći. Kad gledamo točnost informacija koje su

sadržavali takvi tekstovi, postotak je ponovno izrazito blizu. Razlika iznosi samo 2 posto u korist *Gol.hr*-a kao onog čiji je sadržaj točniji. Što se tiče tekstova koji su potpisani od strane novinara osobno, postoji velika razlika u njihovom broju na ova dva portala. Naime, na Index.hr-u nijedan tekst u našem uzorku nije tako potpisan, dok na *Gol.hr*-u taj udio iznosi čak 18,8 posto ukupnog broja. To nam ponovno onemogućuje validnu komparaciju ovakvih tekstova. Ipak, važno je primijetiti da na portalu *Gol.hr* veliki broj tekstova potpisanih od strane novinara osobno sadržava netočne informacije. Preostali broj tekstova na oba portala potpisan je od strane HINA-e. Ipak, taj udio na portalu *Index.hr* je toliko mali da usporedne podatke o njihovoj točnosti treba uzeti sa zadrškom. Iz podataka slijedi da su takvi tekstovi daleko točniji na *Gol.hr*-u (razlika od 26,2 posto), ali to je samo zato što na drugom portalu broj takvih tekstova izrazito mali. Zato je točnije navesti apsolutni broj netočnih tekstova takvog tipa na oba portala. Naime, samo po jedan takav tekst na oba portala nije bio točan.

Većina tekstova na oba portala tematizirala je transfere inozemnih igrača, a njihov udio je izrazito sličan. Razlika u njihovoj točnosti ponovno nije velika i iznosi 4,2 posto u korist *Gol.hr-a* kao točnijeg. Što se tiče točnosti tekstova koji se bave transferima domaćih igrača, tu je razlika nešto veća. Udio netočnih tekstova te vrste niži je za 10,5 posto na Index.hr-u. Nadalje, najveći broj tekstova na oba portala odnosio se na transfere između dva inozemna kluba. Ipak, udio takvih tekstova je za 12,3 posto veći na portalu *Gol.hr*. Točnost takvih tekstova je za 12,1 posto veća na *Index.hr*-u. Sljedeći po brojnosti na oba portala su tekstovi o transferima između jednog domaćeg i jednog inozemnog kluba. Udio takvih tekstova je na njima gotovo identičan, a nešto su točnijeg sadržaja na *Index.hr*-u (8,5 posto više). Što se tiče tekstova čija je tema vezana isključivo uz jedan inozemni klub, takvih je u ukupnom broju nešto više na *Index.hr*-u (za 6,6 posto). *Index.hr* se i u ovoj kategoriji pokazao kao nešto točniji portal, ali treba uzeti u obzir da ta razlika iznosi samo 4,3 posto. Tekstova koji se odnose na transfere između dva domaća kluba nešto je više na *Index.hr*-u, a kod postotaka njihove točnosti nema razlike među portalima. Za kraj, tekstovi s informacijama koji su vezani isključivo uz inozemni klub je najmanje na oba domaća portala. Njihov udio je za četiri posto veći na Index.hr-u, a svi su sadržavali točne informacije. Naposljetku, da usporedimo podatke koji se tiču dijeljenja tekstova. Tekstovi s *Gol.hr-a* prosječno su više puta podijeljeni (za 185 više). Na oba portala više su puta podijeljeni tekstovi koji sadrže netočne informacije.

8. Usporedba inozemnih portala

Za početak je važno naglasiti da u našem uzorku ima 131 tekst više s portala *Mundo Deportivo* u odnosu na *Marcu*. Što se tiče njihove točnosti, *Mundo Deportivo* ima 20 posto više tekstova netočnog sadržaja što *Marcu* čini pouzdanijim portalom. Na oba inozemna portala u najviše tekstova kao izvor je naveden klub. Ipak, njihov udio je za 16,5 posto veći u *Marci*. Ovaj izvor pokazao se izrazito pouzdanim o čemu govori činjenica da smo među svim ovakvim tekstovima s oba portala zajedno pronašli samo dva netočnog sadržaja (koja su pripadala *Mundo Deportivu*). Sljedeći po udjelu na oba portala su tekstovi kod kojih izvor nije naveden. Treba napomenuti da je njihov udio u ukupnom broju veći kod *Marce* (za 11,5 posto). Točnost je kod njih veća na portalu *Marca* i to za 8,4 posto. Što se tiče preostalih izvora, kod *Marce* je njihov apsolutni broj, ali i udio gotovo zanemariv što trebamo imati na umu kod usporedbe. Na *Mundo Deportivu* tekstovi čiji su izvor inozemni mediji čine udio od 24,6 posto dok je to kod *Marce* samo 3,5 posto. Svejedno, valja spomenuti da je njihova točnost za 16,7 posto bolja kod *Marce*. Nadalje ovaj portal je pouzdaniji i kod onih tekstova kojima su kao izvor navedeni domaći mediji i to za 45,5 posto. Naposljetku, za tekstove koji su napisani na temelju informacija inozemnog novinara, točnost je ponovno veća kod *Marce* i to za 57,1 posto. Usporedbu nije moguće napraviti za one tekstove u kojima se kao izvor navodi domaći novinar jer takvih nema na portalu *Mundo Deportivo*.

Na portalu *Mundo Deportiva* prema vrsti tekstova prevladavaju glasine čiji je udio u ukupnom broju viši za 22,4 posto u odnosu na *Marcu*. Glasine su ipak točnije na portalu *Marca*, a ta razlika iznosi 17,4 posto. Nadalje, službene potvrde klubova čine veći udio na portalu *Marca* i to za 15,9 posto. Zanimljivo je primijetiti da su svi tekstovi ovog tipa na inozemnim portalima bili točni. Za kraj imamo tekstove kategorizirane kao vijesti čiji je postotak viši kod *Marce*. Na tom portalu su svi takvi tekstovi točnog sadržaja. Dosta visoka pouzdanost ove vrste tekstova vrijedi i za drugi inozemni portal što dokazuje činjenica da je među njima samo 14,2 onih koji sadržavaju netočne informacije.

Na oba portala većina tekstova potpisana je od strane novinara osobno. Ipak, udio takvih tekstova je za 26,9 posto viši kod *Marce*. Njihova točnost je ponovno veća kod ovog portala, a razlika iznosi 27,2 posto. Tekstova potpisanih od strane redakcije postotno ima više na *Mundo Deportivu* i to za 26,9 posto. Što se tiče njihove pouzdanosti, *Marca* ponovno odnosi pobjedu s 13,2 posto prednosti u odnosu na drugi portal. Isto tako, na oba portala više tekstova

tematiziralo je transfere inozemnih nego domaćih igrača. Udio tekstova o inozemnim igračima nešto je viši na *Mundo Deportivu* (za 12,3 posto). Zato, što se tiče njihove točnosti, prednost je na strani *Marce*. Na tom portalu postotak netočnih tekstova manji je za 20,3 posto u odnosu na drugi portal. Transferi domaćih igrača bili su češća tema na *Marci* čiji je udio za 9,3 posto viši nego na *Mundo Deportivu*. Isti portal je ponovno i točniji po sadržaju ovih tekstova (za 17 posto).

Najveći udio tekstova na oba portala odnosio se na transfere koji su uključivali jedan domaći i jedan inozemni klub. Ipak, postotak takvih tekstova je za 4.4 posto veći na portalu *Marca*. Također, na njemu oni sadrže točnije informacije, a razlika u točnosti iznosi 25,6 posto. Na drugom mjestu po brojnosti na portalu *Marca* su tekstovi koji tematiziraju transfere dvaju domaćih klubova. Njihov udio na ovom portalu je za 17,4 posto viši u odnosu na *Mundo Deportivo*. I u ovoj kategoriji *Marca* je pouzdaniji portal s razlikom od 21,4 posto. Kod *Mundo Deportiva* drugi po brojnosti su tekstovi koji se bave transferima između dvaju inozemnih klubova. Njihov udio na ovom portalu je 20.2 posto viši u odnosu na drugi inozemni portal koji smo analizirali. Ipak, ponovno je *Marca* točnija u njihovom sadržaju i to za 25,3 posto. Nadalje, imamo tekstove koji se vezuju uz samo jedan domaći klub, a čiji je udio za 2,9 posto viši na *Marci*. Ovo je prva kategorija kod koje su tekstovi točniji na portalu *Mundo Deportivo*, a ta razlika iznosi 8,6 posto. Naposljetku, preostali su nam tekstovi koji tematiziraju transfere jednog inozemnog kluba, a čiji je udio za 4,9 posto veći na *Mundo Deportivu*. Dok su svi takvi tekstovi na *Marci* točni, ovdje je postotak netočnih tekstova na 21,1 posto.

9. Usporedba domaćih i inozemnih portala

Za početak, važno je istaknuti da u našem uzorku ima 196 tekstova više sa španjolskih portala u odnosu na hrvatske. Razlika u točnosti portala je znatno manja, pa je tako samo 4,4 posto više netočnih tekstova na hrvatskim portalima. Što se tiče izvora, najmanja razlika u broju tekstova je kod onih u kojima su izvor inozemni mediji. Takvih ima 13 više na domaćim portalima (9,2 posto), a u oba slučaja postotak netočnih informacija je izrazito velik (preko 65 posto), ali ih je kod hrvatskih portala ipak 3,2 posto više. Zatim slijede inozemni novinari kao izvori informacija. Takvih tekstova je najmanje (21), ali je ipak razlika u udjelu 14,3 posto u korist domaćih portala. Takvi tekstovi su netočniji u domaćim medijima, i to za 16,6 posto. Slijede tekstovi kod kojih je naveden klub kao izvor informacija, a koji su kod inozemnih portala prisutniji za 48,3 posto. Kao što smo u ranijim usporedbama vidjeli, kod tog izvora je postotak točnosti uvijek visok. U ovom slučaju razlika je neprimjetnih 0,6% više netočnih informacija kod domaćih portala. Nakon toga imamo tekstove u kojima izvor nije naveden, a takvih ima za čak 103 više kod inozemnih medija (72%) te je kod njih i veća prisutnost netočnih informacija (29,7 posto više). Na kraju imamo domaće medije kojih kao izvor na hrvatskim portalima ima u samo 5 tekstova, a koji su svi točni. Na španjolskim portalima ima ih 67,8 posto više od kojih čak 46,2 posto sadrži netočnu informaciju. Još treba spomenuti domaće novinare kao izvor kojih kod hrvatskih portala nema te HINA koja, naravno, nije izvor španjolskih portala zbog čega usporedbe nisu moguće.

Kod španjolskih portala prevladavaju glasine čiji je ukupni udio za 76,6 posto viši u odnosu na hrvatske portale. Ipak, takve informacije su točnije kod španjolskih portala za 27,3 posto. Zatim slijede službene potvrde kluba kojih također ima više u španjolskim portalima (46,6 posto više), a u oba slučaja su takvi tekstovi imali stopostotnu točnost. Za kraj, imamo vijesti kao jedinu vrstu informacija koja prevladava na hrvatskim portalima (42,4 posto više), ali su one također i znatno netočnije u odnosu na inozemne portale (33,6 posto više netočnih vijesti na hrvatskih portalima).

Tekstovi na španjolskim portalima znatno su više puta potpisani od strane novinara, pa ih ima čak 232 više u odnosu na domaće portale (90,6 posto), ali su oni ipak netočniji kod hrvatskih portala za 47,6 posto. Tekstovi koje potpisuje redakcija su znatno više ujednačeni, pa je razlika samo 7,8 posto u korist hrvatskih portala. No, i u ovom slučaju se u njima nalaze

netočnije informacije za 10,8 posto. Ponovno na hrvatskim portalima postoje tekstovi potpisani od strane HINE, a pošto takvih nema na španjolskim portalima, usporedba nije moguća.

Razlika u prisutnosti je znatno manja kod tekstova koji govore o domaćim igračima, ali je još uvijek visokih 26,9 posto. Takvi tekstovi su manje pouzdani kod hrvatskih portala koji imaju 4,7 posto više netočnih informacija. Situacija je slična i kod tekstova o inozemnim igračima koji ponovno kod domaćih medija sadrže više netočnih informacija (5,3 posto), ali je takvih tekstova za 43 posto više kod španjolskih portala.

Najveći ukupni udio tekstova po zemlji podrijetla klubova odnosio se na transfere između jednog inozemnog i jednog domaćeg kluba. Takvih je ipak čak 94 više na španjolskim portalima, ali ih je na njima i više netočnih (7,2 posto više). Tekstovi u kojima se nalaze dva domaća kluba prevladavaju na španjolskim portalima s čak 65,7 posto više u odnosu na hrvatske portale, ali oni sadrže 6,1 posto manje netočnih informacija. Zatim slijede tekstovi koji se bave transferima dvaju inozemnih klubova kojih ponovno ima više na španjolskim portalima (26,9 posto), a oni su za 17,9 posto netočniji na hrvatskim portalima. Nakon toga imamo tekstove koji se vezuju za samo jedan domaći klub, a takvih ima za 45,5 posto više na španjolskim portalima. Ovo je jedina kategorija u kojoj hrvatski portali imaju veću točnost, a to i ne čudi s obzirom da su svi takvi tekstovi na hrvatskim portalima točni dok ih je na španjolskim portalima točno 75 posto. Na kraju imamo tekstove koji se bave jednim inozemnim klubom, a kod njih je razlika u broju tekstova najmanja u ovoj kategoriji (8,3 posto). No, u ovom slučaju je više netočnih informacija na hrvatskih portalima za 16,4 posto.

10. Interpretacija podataka

Za početak, važno je spomenuti da smo zadovoljni s 518 tekstova koji su činili naš uzorak. Iako smo očekivali još veći broj (posebice kod hrvatskih portala), moramo napomenuti da je naše vremensko razdoblje obuhvatilo zimski prijelazni rok koji, kao što smo i ranije spomenuli, više služi za hitne transfere zbog iznenadnih potreba momčadi. Zbog toga je aktivnost klubova u ovom roku manja, pa je i manje tekstova. Kroz čitavi rad smo spominjali da mediji često objavljuju neprovjerene podatke, pa se nismo iznenadili podatkom da je čak više od jedne trećine svih analiziranih tekstova imala netočne informacije.

Što se tiče izvora, podaci su nam potvrdili da je kod hrvatskih portala izvor bio naveden u čak 87,6% posto slučajeva, a tekstova gdje on nije naveden bilo je samo dvadeset. Tu moramo posebno spomenuti *Gol.hr* koji je imao samo jedan tekst bez izvora, pa možemo potvrditi da je taj portal izuzetno dobro poštivao 11. točku Kodeksa časti hrvatskih novinar o poštivanju izvora i autorskih prava. Index.hr je imao ostalih 19 tekstova bez izvora, a takvi su znatno učestaliji u španjolskim portalima. Ipak, radi se o većim portalima koji imaju vlastite izvore, a oni su nerijetko bili i izvori hrvatskih portala. Zbog toga, ne možemo reći da se tu radi o lošoj novinarskoj praksi, već o portalima koji imaju vlastite izvore. Vjerojatno najmanje iznenađujući bili su brojevi o tekstovima kojima su izvori bili klubovi. Takvi su na svim portalima bili gotovo potpuno točni, što je i očekivano jer se najčešće radi o službenim potvrdama o transferima od strane klubova koji su zasigurno najpouzdaniji izvor informacija o prijelaznom roku. Takvi tekstovi su zasigurno podignuli brojke točnosti i možda osvjetlali obraz sportskog novinarstva više nego što zaslužuje, pa bi zasigurno bilo zanimljivo napraviti istraživanje koje bi ignoriralo takve vijesti. Drugi način filtriranja takvih tekstova mogao bi se postići postavljanjem vremenskog razdoblja istraživanja između dva prijelazna roka (1. veljače – 31. lipnja) kada su službene potvrde klubova rijetke. Što se tiče domaćih medija i domaćih novinara podaci nas ne čude, a posebice kod hrvatskih portala jer je očekivano da naši mediji nemaju vlastite izvore, a posebice kod inozemnih transfera. Također smo očekivali i brojke o inozemnim medijima kao i njihovoj velikoj netočnosti. Takvi tekstovi su, naravno, učestaliji kod naših medija (zbog ranije spomenutih razloga), a nerijetko su naši portali (posebice *Index.hr*) koristili inozemne medije koji su općepoznati kao nepouzdani. Tu je važno naglasiti petu točku Kodeksa koja govori o prosuđivanju izvora, a koju bi zasigurno istraživani portali mogli bolje proučiti. Za kraj nas je iznenadilo da su inozemni novinari rijetko bili izvori

informacija, jer takvi izvori, kao što Rojas i Mello u svom radu spominju, dominiraju današnjim prijelaznim rokovima, a posebice na društvenoj mreži *Twitter*.

Ono što nas ipak ne čudi je da su najučestalije tekstovi bazirani na glasinama, a i to da su one jedine imali negativni postotak točnosti. Ipak, one su bile znatno rjeđe na hrvatskim portalima i u većini slučajeva radilo se o netočnim informacijama. Tu je važno spomenuti da bi uzorak glasina kod domaćih medija bio znatno veći da smo imali drugačiji pristup sortiranju vijesti po vrsti informacije u tekstu. Dio tekstova koji se očito temeljio na glasinama bio je čitateljima predstavljen kao vijest, ponekad kao i činjenica. Takav slučaj je posebice čest kod naslova teksta gdje, posebice kod *Index*-a, informacija se predstavlja kao činjenica u kojoj je transfer već gotov, a daljnjim čitanjem teksta doznajemo da ništa nije ni blizu službenoga.

Ipak, problem nisu same glasine, već način njihovog predstavljanja u tekstu. Dok hrvatski mediji pokušavaju predstaviti glasinu, ponajprije u naslovu, kao vijest, španjolski mediji su znatno otvoreniji o tome da se ipak radi o glasini. Tu moramo spomenuti problem koji su naglasili i Rojas i Mello o rastu tzv. *clickbait* kulture koja za cilj ima privlačenje pozornosti i čitatelja na portale senzacionalističkim naslova. Upravo se na taj način koriste glasine koje u naslovu *clickbaitom* predstavljaju neprovjerenu informaciju kao činjenicu. Čitatelji engleskih portala o nogometu nerijetko mogu naići na glasine koje u samom naslovu naglašavaju da se upravo radi o takvoj vrsti informacije dodavanjem riječi *rumour* ispred naslova. Domaći mediji često naglašavaju da se radi o ekskluzivnim vijestima, ali u nijednom slučaju se nismo susreli sa tekstom koji u naslovu ima riječ „glasina“. Takva praksa bi prisutnost glasina kao izvora informacija učinila prihvatljivom jer čitatelj odmah zna o kakvoj vijesti se radi te kako tumačiti njezinu pouzdanost. Ipak, teško da će se takva praksa kod nas uskoro početi primjenjivati jer glasine najčešće donose najnevjerojatnije vijesti koji privlače veliko čitateljstvo što zauzvrat donosi profit.

Što se tiče autora teksta, zanimljivo je da kod hrvatskih portala najčešći autor redakcija dok je kod španjolskih novinar najčešće potpisan. To je zbog toga što su novinari španjolskih portala nerijetko i izvori te tako veliki portali imaju novinare specijalizirane za vijesti o prijelaznom roku. Kod nas su tekstovi najčešće utemeljeni na službenim potvrdama klubova, tuđim informacijama ili tekstovima. Stoga, ne postoji potreba da takve tekstove pišu istaknuti novinari portala. *Index.hr*, primjerice, nema nijedan tekst u kojem je potpisan novinar. Ipak, zanimljivo je da su novinari i najnepouzdaniji izvori informacija. Redakcija je pouzdanija što i ne čudi zbog tekstova o objavama klubova, a još manje čudi da je HINA najtočniji autor.

Nacionalnost igrača nam ne govori puno, uglavnom se radi o očekivanim rezultatima. Znatno je veći broj tekstova o inozemnim igračima jer je njih, naravno, mnogo više, a i u istraživanim ligama ima veliki broj inozemnih igrača. Ipak, podaci su nam pokazali da su tekstovi o domaćim igračima pouzdaniji što je očekivano jer bi novinari, posebice u Španjolskoj, trebali imati njima bliže izvore.

Sličan je slučaj i kod zemlje podrijetla klubova pa su tako tekstovi o domaćim klubovima znatno točniji u odnosu na inozemne. Tu je još važno spomenuti da se tekstovi najčešće bave transferima između klubova različite zemlje podrijetla što je očekivano jer su klubovi češće spremni prodati inozemnom klubu nego rivalu iz iste lige. Takvi tekstovi su i najnetočniji što je razumljivo jer je potrebno imati inozemne i domaće izvore kako bi se došlo do pouzdane informacije.

Prilikom usporedbe domaćih portala zanimljivo je da su razlike u točnosti informacija minimalne, pa možemo reći da su ova dva portala imaju sličnu pouzdanost. Ipak, važno je naglasiti da je *Index.hr* za 1,4 posto bolji, ali je ipak 36,1 posto netočnih informacija poražavajuća brojka. Posebice ako uzmemo u obzir istraživanje *Reutersa* o povjerenju čitatelja u Hrvatskoj. Na toj listi Index.hr je imao postotak povjerenja od 55% posto što ove podatke čini još lošijima. Ipak, na istoj listi imali su od analiziranih medija i drugi najveći postotak čitatelja koji im ne vjeruju (24%), a naši podaci mogu dijelom objasniti takvo visoku razinu nepovjerenja.

Kod domaćih su portala najzanimljiviji podaci o tome koliko su puta tekstovi podijeljeni putem društvene mreže *Facebook*. Oni su interesantni jer istu analizu nismo mogli napraviti na španjolskim portalima. Zanimljivo je da tekstovi *Gol.hr-a* imaju bolji prosjek broja podjela iako smo ranije ustanovili da je *Index.hr* jedna od najposjećenijih *web* stranica u Hrvatskoj. Razlog tome je vjerojatno u specijaliziranosti *Gol.hr*-a kao portala o sportu. Zanimljivo je da su njihovi tekstovi više puta dijeljeni iako Index.hr ima veći postotak točnosti. Također je interesantno da su na oba portala tekstovi s netočnim informacijama više puta dijeljeni. Možda se to može objasniti time da netočni tekstovi češće donose senzacionalne „vijesti“. Razlog se može pronaći i u *cherry picking* teoriji Ase Wikforss koju smo ranije spomenuli. Moguće je da su takvi tekstovi češće dijeljeni jer u njih čitatelji žele više vjerovati, bilo da se radi o klubovima/igračima koji su im dragi, vijestima koje su pozitivne za njihov klub ili za nogomet u cjelini. Ipak, o razlozima ovakvog podatka možemo samo nagađati pa bi istraživanje od tome sigurno bila dobra tema za složenije radove poput diplomskog rada. Još možemo spomenuti da

je pri izradi ovog istraživanja jedan od planova bio pratiti čitanost tekstova u uzorku. Nažalost, na odabranim portalima ti podaci nisu javni. Oni bi nam omogućili da istražimo utjecaj točnosti na čitanosti. Mogli bismo dobiti informaciju glede toga jesu li čitaniji portali koji sadrže više ili manje netočnih informacija. Također, mogli bismo dobiti podatke o tome da li su netočni tekstovi čitaniji i kakav je utjecaj *clickbait* naslova i glasina na broj pregleda.

Što se tiče španjolskih portala, podaci o točnosti su nam znatno zanimljiviji. *Mundo Deportivo* je imao čak 20 posto više tekstova koji su imali netočnu informaciju nego *Marca*. Radi se o portalima čija se pouzdanost često propituje od strane nogometnih navijača. Podaci su pokazali da su takva pitanja kod *Mundo Deportiva* zasigurno opravdana dok se *Marca* pokazala najpouzdanijim listom ovog istraživanja.

Pri usporedbi između domaćih i španjolskih portala treba naglasiti da je znatno veći broj tekstova kod *Marce* i *Mundo Deportiva* u odnosu na *Index.hr* i *Gol.hr* što treba uzeti u obzir pri interpretaciji rezultata. Tu valja naglasiti odgovor na jedno od pitanja ovog rada o tome koji su portali pouzdaniji. Očekivali smo da će hrvatski portali biti manje točni jer se moraju više oslanjati na tuđe informacije i glasine, ali postotak od samo 4,4 posto u korist inozemnih portala govori da razlika između njih nije velika. Ipak, tu ponovno moramo naglasiti da je postotak španjolskih portala znatno pogoršan zbog *Mundo Deportiva* te još jednom treba pohvaliti *Marcu* koja odnosi titulu najpouzdanijeg portala ovog istraživanja.

11. Zaključak

Prilikom izrade ovog istraživanja suočili smo se s brojnim izazovima i poteškoćama, ali na kraju smo dobili izuzetno zanimljive podatke. Uspjeli smo objasniti zašto su netočne informacije nepoželjni dio novinarstva i veliki problem sportskog novinarstva koji se najviše manifestira u izvještavanju o prijelaznom roku. Ipak, najvažnije je da smo uspjeli donijeti zaključke o hipotezama postavljenima u uvodu.

Potvrdili smo prvu hipotezu, (H1) jer su podaci pokazali da je čak jedna trećina ukupnih tekstova netočna što ukazuje na velike probleme u sportskom novinarstvu, ali i ovom zanimanju kao cjelini. Dobivene brojke su potvrdile ono o čemu su Vasilj, Rojas, Mello te brojni drugi govorili. Stanje u izvještavanju o prijelaznom roku nije katastrofalno, ali nije ni blizu onoga što Kodeks časti hrvatskih novinara propisuje. Broj netočnih informacija je velik, a nijedan portal ne poštuje petu točku kodeksa: „Novinar je obvezan iznositi točnu, potpunu i provjerenu informaciju“. Uz to, portali krše i 12. točku Kodeksa koja govori o ispravljanju netočno navedene informacije. Naravno, Hrvatski kodeks časti se odnosi samo na domaće portale, ali kao što su Kunczik i Zipfel naglasili, kodeksi različitih zemalja su po mnogočemu slični. Tu posebno treba naglasiti prvu točku sličnosti koja napominje „odanost prema istini tijekom prikupljanja i plasmana informacija“. Prema njoj, nijedan istraživani portal nije osvjetlao obraz sportskog novinarstva.

Djelomično smo potvrdili drugu hipotezu (H2) jer smo zaključili da postoje značajne razlike u točnosti tekstova među španjolskim portalima (20 posto više ukupnih netočnih tekstova na *Mundo Deportivu*). Važno je naglasiti da je Marca bila točnija u gotovo svim podkategorijama za koje smo prikupili podatke. Nasuprot tome, kod hrvatskih portala primijetili smo da ne postoje primjetne razlike u ukupnoj točnosti tekstova.

Također, djelomično smo potvrdili i posljednju hipotezu (H3). Naime, u nekim kategorijama postoje značajne razlike u točnosti među hrvatskim i španjolskim portalima, dok su u drugima one zanemarive. Kao najvažniji podatak ističe se da *Index.hr* i *Gol.hr* imaju 4,4 posto više lažnih vijesti u ukupnom broju tekstova od svojih španjolskih kolega. To znači da mjesta za napredak zasigurno ima. To bi bio i glavni zaključak ovog rada. Stanje sportskog novinarstva je zabrinjavajuće, a njegovi problemi se najbolje oslikavaju u izvještavanju o prijelaznom roku koje krši brojna pravila i standarde kvalitetnog obavljanja novinarske profesije. Iako je profit najvažniji rezultat poslovanja, novinarska etika i standardi ne smiju biti

zanemareni samo zbog povećanja dobiti. Novinarski posao je izuzetno važan i koristan za javno dobro zbog čega je ključno da se obavlja na kvalitetan i častan način. Iako je sportsko novinarstvo njegova manje bitna grana, ona mora služiti kao primjer drugima. Ako o sporednoj stvari kao što je sport ne možemo pisati na profesionalan način, pitanje je kako ćemo to činiti u ozbiljnijim i društveno važnijim temama.

12. Literatura

Knjige:

[1] FIFA. *Regulations on the Status and Transfer of Players.* 2022. Fédération Internationale de Football Association.

[2] Kovačić, Siniša. 2021. *Online novinarstvo.* Hrvatska sveučilišna zaklada. Zagreb. Sveučilište u Mostaru. Mostar.

[3] Kunczik, Michael; Zipfel Astrid. 2006. *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju.* Zaklada Friedrich Ebert. Zagreb

[4] *Leksikon radija i televizije.* 2016. Ur. Galić, Mirko. Hrvatska radiotelevizija. Naklada Ljevak. Zagreb.

[5] Novosel, Sandro; Novosel, Sergej; Belani, Hrvoje. *Internet – novinarstvo*. 2006. Udruga P.O.I.N.T. Križevci.

[6] Newman, Nic. 2021. *Reuters Institute Digital News Report 2021, 10th Edition*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

[7] Vasilj, Miroslav. 2014. *Sportsko novinarstvo*. SYNOPSIS d.o.o. Zagreb.

[8] Wikforss, Asa. *Alternativne činjenice.* 2021. Naklada OceanMore d.o.o. Zagreb.

Znanstveni i stručni radovi:

[9] Rodek, Jelena. 2018. *Sport i mediji.* Školski vjesnik vol. 67, br 1. str 108-121. *Hrčak.* Srce.hr. Split.
https://hrcak.srce.hr/file/312482 (posjećeno 11. 6. 2022.).

[10] Rojas Torrijos, J.L; Mello, M.S. Football Misinformation Matrix: A Comparative study of 2020 Winter Transfer News in Four European Sports Media Outlets. 2021. Journalism and Media 2, br. 4. 625-640.

https://doi.org/10.3390/journalmedia2040037 (posjećeno 25. 8. 2022. godine)

Internetske poveznice:

[11] Academic.com, URL:

https://en-academic.com/dic.nsf/enwiki/11640037 (posjećeno 29. 7. 2022. u 10:15)

[12] Artsandculture.google.com, URL:

https://artsandculture.google.com/story/live-broadcasting-the-olympic-games-the-olympic-museum/PQWBLZwQTYN6Jg?hl=en (posjećeno 12. 6. 2022 u 18:21)

[13] Dnevnik.hr, URL:

https://novatv.dnevnik.hr/clanak/zanimljivosti/prvi-puta-i-po-gemius-i-ipsos-dotmetrics-mjerenju-posjecenosti-dnevnik-hr-zauzeo-prvo-mjesto---722900.html (posjećeno 28. 7. 2022. u 13:41)

[14] Enciklopedija.hr, URL:

https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=44283 (posjećeno 20. 4. 2022. u 12:07)

[15] Espn.com, URL:

https://www.espn.com/soccer/soccer-transfers/story/4583159/when-does-the-summer-transfer-window-close-premier-leagueserie-alaligabundesligaligue-1 (posjećeno 1. 9. 2022.)

[16] Gol.hr, URL:

https://gol.dnevnik.hr/stranica/sport-urednistv (posjećeno 28. 7. 2022. u 12:21)

[17] Grupogodo.com, URL

https://www.grupogodo.com/en/mundodeportivo/ (posjećeno 29. 7. 2022. u 14:40)

[18] Historyofinformation.com, URL:

https://www.historyofinformation.com/detail.php?id=34 (posjećeno 25. 7. 2021. u 16:41)

[19] Hnd.hr, URL:

https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara1 (posjećeno 18. 7. 2022.)

[20] Index.hr, URL:

https://www.index.hr/vijesti/clanak/15-godina-indexa-povijest/1011291.aspx
https://www.index.hr/impressum

https://www.index.hr/vijesti/clanak/index-medju-tisucu-najposjecenijih-stranica-na-svijetu/2172786.aspx (posjećeno 28. 7. 2022. u 14:30)

[21] Newsroomhistory.com, URL:

http://newsroomhistory.com/newspaper/el-mundo-deportivo/ (posjećeno 29. 7. 2022. u 14:15)

[22] Newworldenyclopedia.org, URL:

https://www.newworldencyclopedia.org/entry/Sports_journalism (posjećeno 23. 6. 2022. u 11:27)

[23] Similarweb.com, URL:

https://www.similarweb.com/website/index.hr/#overview (posjećeno 28. 7. 2022. u 14:25)

13. Popis slika

Slika 1. Tekst rubrike "Sporting Intelligence" Izvor: www.sportingintelligence.com 4
Slika 2. The Sporting Magazine (1799.) Izvor: digital-exhibits.library.nd.edu 4
Slika 3. Naslovnica Gol.hr-a Izvor: Gol.hr 15
Slika 4. Statistika dosega Izvor: Reuters Institute 17
Slika 5. Statistika povjerenja čitatelja Izvor: Reuters Institute 17
Slika 6. Naslovnica Marce iz 2022. godine Izvor: Marca 18
Slika 7. Naslovnica prvog izdanja Marce Izvor: Marca 18
Slika 8. Naslovnica MD-a iz 2022. godine Izvor: MD 19
Slika 9. Naslovnica prvog izdanja MD-a Izvor: periodicosregalo.com 19

14. Popis grafova

Graf 1. Točnost informacija po izvorima Izvor: Autor 23
Graf 2. Točnost po vrsti informacije Izvor: Autor 24
Graf 3. Točnost po nacionalnosti igrača Izvor: autor 24
Graf 4. Točnost informacije po autoru Izvor: autor 24
Graf 5. Točnost informacije po zemlji podrijetla kluba 25