

# Subjektivno izvještavanje u sportskom novinarstvu

---

Šomodi, Lidija

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:784999>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-22**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

HRVATSKI STUDIJI

Lidija Šomodi

SUBJEKTIVNO IZVJEŠTAVANJE U SPORTSKOM  
NOVINARSTVU

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2019.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

HRVATSKI STUDIJI

Odsjek za komunikologiju

Diplomski rad

SUBJEKTIVNO IZVJEŠTAVANJE U SPORTSKOM  
NOVINARSTVU

Studentica: Lidija Šomodi

Mentorica: doc.dr.sc. Jelena Jurišić

Zagreb, 2019.

## SAŽETAK

Rad se bavi analizom sadržaja hrvatskih portala, *Index.hr*-a i *sportske.jutarnji.hr*, kako bi se ispitalo postoji li subjektivnost kada se izvještava o sportskim rezultatima. U ovom radu analiziralo se izvještavanje prije, za vrijeme i nakon utakmica hrvatske rukometne reprezentacije nakon pobjede nad Poljskom na Europskom prvenstvu koje je održano u Poljskoj 2016. godine te nakon poraza od reprezentacije Slovenije na Svjetskom prvenstvu održanom u Francuskoj 2017. godine. Prvi dio rada odnosi se na teorijski dio o sportskom novinarstvu, subjektivnom i objektivnom izvještavanju općenito, koji pokazuje kako su se sportski novinari od samih početaka izborili za specifičan način izvještavanja koji je i publika rado prihvatila, a drugi dio rada posvećen je istraživanju koje se provelo metodom analize sadržaja, a koje je pokazalo da su hrvatski portali subjektivni kada je riječ o izvještavanju o sportskim temama unatoč mnogobrojnim pravilima i kodeksima koji su propisani za ovu struku, a koji su navedeni u nastavku rada.

KLJUČNE RIJEČI: sportsko, novinarstvo, subjektivnost, analiza sadržaja

## ABSTRACT

The paper analyzes the contents of Croatian websites *Index.hr* and *sportske.jutarnji.hr* in order to examine whether there is subjectivity when reporting sports results, specifically on the Croatian handball victory over Poland at the European Championship which was held in Poland in 2016 and following the defeat from the Slovenia team at the World Championship held in France in 2017. The first part of the paper deals with theoretical part about sports journalism and subjective and objective reporting in general which has shown that sports journalists, from the very beginning, have been fighting for a specific way of reporting which the audience liked and accepted. The second part of the paper is devoted to a methodology that was used in this paper, which is an analysis of content that has shown that Croatian portals are subjective when it comes to reporting on sports topics despite the many rules and codes prescribed for this profession.

KEY WORDS: sports, journalism, subjectivity, analysis of content

# 1. SADRŽAJ

<b>2. UVOD</b> .....	<b>5</b>
2.1. Predmet istraživanja.....	6
2.2. Cilj istraživanja .....	6
2.3. Znanstveno-istraživačke hipoteze i metode .....	7
2.4. Metodologija .....	7
2.5. Struktura rada.....	8
<b>3. TEMELJNI PROFESIONALNI STANDARDI U NOVINARSTVU</b> .....	<b>9</b>
<b>4. ETIKA I ETIČKE DVOJBE U NOVINARSTVU</b> .....	<b>13</b>
<b>5. OBJEKTIVNOST I SUBJEKTIVNOST U NOVINARSTVU</b> .....	<b>17</b>
5.1. Objektivnost u novinarstvu .....	17
5.2. Subjektivnost u novinarstvu.....	22
<b>6. SPORTSKO NOVINARSTVO</b> .....	<b>24</b>
6.1. Definicija sportskog novinarstva .....	24
6.1.1. Sportski novinari.....	24
6.1.2. Subjektivnost u sportskom novinarstvu.....	25
6.2. Sportsko novinarstvo u tisku.....	26
6.3. Sportsko novinarstvo na radiju .....	28
6.4. Sportsko novinarstvo na televiziji .....	28
6.5. <i>Online</i> sportsko novinarstvo .....	29
6.5.1. Online vijest.....	30
6.5.2. Liveblogging.....	30
6.5.3. Online anketa.....	31
6.6. Budućnost sportskog novinarstva .....	32
<b>7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I NJIHOVA ANALIZA</b> .....	<b>33</b>
7.1. Analiza subjektivnog izvještavanja na portalima <i>sportske.jutarnji.hr</i> i <i>Index.hr</i> prilikom pobjede hrvatske rukometne reprezentacije nad Poljskom .....	33
7.2. Analiza subjektivnog izvještavanja na portalima <i>sportske.jutarnji.hr</i> i <i>Index.hr</i> prilikom poraza hrvatske rukometne reprezentacije od Slovenije.....	45
7.3. Rasprava.....	57
<b>8. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>60</b>
<b>9. POPIS LITERATURE</b> .....	<b>62</b>
9.1. Knjige.....	62
9.2. Znanstveni članci .....	63
9.3. Internetski izvori .....	63
<b>10. PRILOZI</b> .....	<b>65</b>
10.1. Prilog 1. Analitička matrica .....	65
10.2. Prilog 2. Popis slika.....	67
10.3. Prilog 3. Popis grafikona.....	67

## 2. UVOD

Sportsko novinarstvo jedno je od najspecifičnijih vrsta novinarstva. Sportske novine i portali koji svoje stranice ispunjavaju ovom temom nerijetko pišu na osebujan način, a njega njihova publika objeručke prihvaća. Sportski novinari su se izborili da teme o kojima oni pišu zaobiđu brojna pravila kojih se pridržavaju ostali novinari. Iako se radi o zanimanju koje svoje korijene vuče više stoljeća unazad, i iako postoje mnoga pravila i kodeksi kojih se novinari moraju pridržavati u svom radu, kada je riječ o sportskom novinarstvu, ta sva pravila kao da prestaju vrijediti. Sportski novinari u svojim izvještajima koriste specifičan jezik i stil kako bi opisali sportske događaje, a koji često nisu u skladu s novinarskim pravilima. Upravo iz tog razloga odlučila sam se još i dublje istražiti temu o izvještavanju u sportskom novinarstvu. Na preddiplomskom studiju novinarstva za završni rad odabrala sam pisati o osobitostima sportskog novinarstva gdje sam se površno osvrnula na specifičnosti koje se odnose na njega i stil koji ga opisuje. Logičan slijed bilo je provesti istraživanje u kojem bi se dokazalo da se sportski novinari ponekad zanesu u svojim izvještajima s utakmica, osobito ako se radi o reprezentaciji zemlje iz koje i oni dolaze. Sukladno tome, provela sam istraživanje koristeći metodu analize sadržaja koja za cilj ima dokazati kako se sportski novinari u Hrvatskoj, bez obzira pišu li o pozitivnim ili negativnim rezultatima, služe subjektivnim načinom pisanja.

U ljudskoj se osobnosti oduvijek nalazila želja za natjecanjem. Na početku civilizacije ljudi se su natjecali tko će imati veći i bolji ulov, a s vremenom se natjecanje pretvorilo u zabavu i tako je nastao sport (Vasilj, 2014:13).

„Kako se razvijalo društvo, tako se razvijao i sport, ali možemo reći da u određenoj mjeri vrijedi i obrnuto. Isto tako, razvojem društva i ljudske civilizacije razvijale su se i brojne sportske grane, discipline te regulacija, uloga i značaj sporta“ (Bartoš, 2012:158).

Sportsko novinarstvo veoma je specifična vrsta novinarstva. Osim što se može pohvaliti mnogobrojnom publikom, ono se također izborilo za veoma osebujan način pisanja članaka, komentara ili kolumni. Nerijetko se na naslovnica novina nakon velikih sportskih natjecanja mogu vidjeti naslovi poput „Barakude potopile Crnu goru“ ili „Kraljevi osvojili La Decimu“. Upućeni čitatelj znat će o kojim se sportovima i kakvom natjecanju radi, međutim, oni neupućeniji morat će pročitati tekst prije nego shvate o čemu je točno riječ (Tkalec, 2014:45).

Činjenica je kako su sportske rubrike među najčitanijima u svijetu. Izvrstan primjer je španjolski dnevni list *Marca* u kojem se piše isključivo o sportskim temama. Tiskano izdanje

*Marce* prosječno dnevno pročita 2.767.000 čitatelja, a *online* izdanje dnevno posjeti 2.929.000 ljudi (Totalsport, 2009.). Na hrvatskim portalima sportske su rubrike također jedne od najčitanijih (Benković, 2010.).

Ovoj vrsti novinarstva posvećuje se poseban prostor u tisku, televiziji, radiju i portalima, doduše manji od prostora koji je rezerviran za političke teme, gospodarstvo ili kulturu. Taj prostor bitno se povećava ako je u tijeku neko veliko sportsko natjecanje poput Olimpijskih igara ili Svjetskog prvenstva u nogometu, a u Hrvatskoj još u vaterpolu ili rukometu.

## **2.1. Predmet istraživanja**

Predmet istraživanja ovog rada je pridržavanje teorije novinarstva i etike u novinarstvu na primjeru izvještavanja o sportskim temama na hrvatskim portalima. Analizirani portali su *Index.hr* i *sportske.jutarnji.hr*, a tema članaka je rukomet, odnosno način izvještavanja o najvažnijim utakmicama za hrvatsku mušku reprezentaciju na Europskom prvenstvu 2016. godine u Poljskoj i Svjetskom prvenstvu u Francuskoj 2017. godine. Radi se o utakmici koju je hrvatska rukometna reprezentacija odigrala protiv Poljske u Poljskoj u kojoj je Hrvatska pobijedila domaćina razlikom od 14 golova, a druga je utakmica odigrana na Svjetskom prvenstvu u Francuskoj 2017. godine kada je Hrvatska izgubila u borbi za broncu od reprezentacije Slovenije. Riječ je, dakle, o utakmicama koje su za našu reprezentaciju završile različitim ishodima, prva sa pozitivnim, a druga negativnim. Na konkretnim primjerima vidjet će se kako su ih doživjeli novinari i urednici dvaju analiziranih portala, kako se razlikuje izvještavanje o njima te zasniva li se na objektivnom ili subjektivnom izvještavanju.

## **2.2. Cilj istraživanja**

Ovaj rad ima za cilj istražiti način pisanja sportskih članaka na hrvatskim portalima. Konkretno, istražiti će se zastupljenost subjektivnih članaka na portalima *Index.hr* i *sportske.jutarnji.hr* u kojima su se spominjale utakmice hrvatske rukometne reprezentacije u pobjedi protiv Poljske te u porazu od Slovenije. Osim same zastupljenosti, pokušat će se istražiti koji je od dva portala subjektivniji kada su u pitanju pozitivni i negativni ishodi utakmica analiziranih članaka.

### 2.3. Znanstveno-istraživačke hipoteze i metode

Kako bismo ostvarili zadane ciljeve, postavljena je jedna glavna i četiri pomoćne hipoteze koje glase:

H – Hrvatski *online* mediji u sportskom novinarstvu služe se subjektivnim

načinom izvještavanja bez obzira na pozitivan ili negativan ishod sportskog događaja

H1 – *Index.hr* je subjektivniji u izvještavanju od portala *sportske.jutarnji.hr*

H2 – Naslovi pretežito odgovaraju tekstu članka

H3 – Najavni tekstovi su objektivniji od onih koji su objavljeni nakon utakmica

H4 – Izvještaj je najčešći žanr i dio objavljenih izvještaja je, suprotno njihovoj definiciji i ulozi, subjektivan

### 2.4. Metodologija

Metoda koja je korištena u ovom diplomskom radu je analiza sadržaja. Riječ je o metodi prikupljanja primarnih podataka iz tekstova i informacijskog materijala, a najviše je razvijena u području masovne komunikacije. Ona služi analiziranju sadržaja poruke pomoću kojeg se zatim spoznaju obilježja pošiljatelja i primatelja poruke te učinci poduzetih akcija. Analiza sadržaja provodi se temeljem različitih izvora informacija: audio vizualnih zapisa, audio zapisa te pisanih tekstova. Za provođenje analize potrebno je odabrati izvore koji su pristupačni istraživaču, a koji sadrže pouzdane, neposredne i iscrpne podatke (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010:92).

Vrste analize sadržaja su kvantitativna i kvalitativna. Kvalitativna analiza sadržaja pomaže otkriti i bilježiti određeni sadržaj i njome se analiziraju obilježja tog sadržaja odgovaranjem na pitanja *što* i *kako*. Kvantitativna analiza utvrđuje nazočnost i obilježje nekog sadržaja i njome se kvantitativno iskazuje frekvencija i obujam izrečenog sadržaja odgovaranjem na pitanja *što*, *kako* i *koliko* (Tkalac Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010:92).

Za potrebe istraživanja kreirana je analitička matrica koja se sastojala od 20 pitanja (Vidi Prilog 1).



## 2.5. Struktura rada

Prvi dio diplomskog rada govori o temeljnim standardima u novinarstvu, etici te će pokušati objasniti problematiku objektivnosti i subjektivnosti u novinarstvu.

Drugi dio diplomskog rada odnosi se na sportsko novinarstvo općenito. Odakle potreba za njim, kako mu je rasla popularnost, koje su sve vrste sportskog novinarstva, tko su sportski novinari te ima li sličnosti između sportskog i ostalih vrsta novinarstva.

Treći dio diplomskog rada pokušat će metodom analize sadržaja potvrditi hipoteze ovog rada, a one tvrde da se sportski novinari u hrvatskim *online* medijima u sportskom novinarstvu služe subjektivnim načinom izvještavanja bez obzira na pozitivan ili negativan ishod događaja te će se pokušati utvrditi koji je od dva analizirana portala subjektivniji, *Index.hr* ili *sportske.jutarnji.hr*.

U četvrtom dijelu diplomskog rada iznijet će se dobiveni rezultati i na temelju njih će se donijeti zaključak ovog rada te iznijeti zapažanja i razmišljanja vezana uz obrađenu temu.

### **3. TEMELJNI PROFESIONALNI STANDARDI U NOVINARSTVU**

Prema Denisu McQuailu, osnovne vrijednosti koje se dotiču javnog komuniciranja su: sloboda, jednakost, raznovrsnost, istina i kvaliteta informacija te društveni poredak i solidarnost. Razlog zbog kojeg su ove vrijednosti važne je taj što su one smjernice koje korisnika medija navode da uspiju prepoznati medijsku kvalitetu i kako kritički razmišljati. No, tu se javlja problem zbog toga što se te vrijednosti primjenjuju na različitim razinama operacije medija. Te tri razine su: 1) struktura koja se odnosi na sve što je vezano uz jedan medijski sistem, 2) vodstvo koje se odnosi na organizacijsku strukturu te 3) izvedba, odnosno sadržaj koji je na kraju plasiran publici (McQuail, 2010).

Povijesni zahtjevi za slobodom komuniciranja bili su snažno povezani s vrijednošću istine, koja se dijelila na više segmenata. Najvažnije podjele istine u ranim danima javne komunikacije (tiskane) bile su: religijska istina zastupana od ustanovljene crkve, osobna religijska istina prema individualnoj savjesti, znanstvena istina, pravna istina te povijesna istina koja se pogodovala vladajućima (McQuail, 2010).

Kvaliteta informacija, koja je preduvjet za medijsku istinu, je važna jer pridonosi informiranom društvu i kvalificiranoj radnoj snazi, pruža osnove za demokratsko odlučivanje (informiranom i kritičkom biračkom aparatu) i štiti od propagande i neracionalnih žalbi (McQuail, 2010).

Najvažnije obilježje u teoriji medija koje se odnosi na kvalitetu informacija je objektivnost, osobito kada se primjenjuje na informacije u vijestima. Objektivnost je poseban oblik medijske prakse, a također ima i glavnu ulogu kod prikupljanja, obrade i širenja informacija. Jedan od glavnih obilježja objektivnosti jest da mora postojati neutralnost prema objektu izvještavanja. Drugo, mora se izbjeći privrženost prema onome o komu ili čemu se izvještava. Treće, objektivnost zahtijeva točnost i druge kriterije istine (kao što su relevantnost i potpunost). Proces promatranja i izvještavanja ne smije biti kontaminiran subjektivnošću, niti bi se trebao miješati u stvarnost o kojoj se izvještava (McQuail, 2010).

Da bi novinar mogao objektivno izvještavati, on mora imati slobodu kako bi mu bilo omogućeno točno i neovisno izvještavanje. Osim uz slobodu, objektivnost je usko vezana i uz jednakost, odnosno, objektivnost zahtijeva pravičan i nediskriminirajući stav prema izvorima i predmetima izvještavanja u vijestima, a sve bi se trebalo tretirati pod jednakim uvjetima (McQuail, 2010).

McQuail (2010.) vjeruje kako medijska publika dobro shvaća načelo objektivnosti te kako objektivnost pomaže da javnost više vjeruje informacijama i mišljenjima koja mediji plasiraju. Mediji sami vjeruju da im objektivno izvještavanje daje veću i širu tržišnu vrijednost. Općenito, ono što najviše i najjače utječe na ljude vjerojatno se smatra i relevantnijim.

Obilježja medija koji žele prenijeti kvalitetne informacije svojoj publici su:

- 1) masovni mediji trebali bi pružiti sveobuhvatnu ponudu relevantnih vijesti i pozadinskih informacija o događajima u društvu i svijetu
- 2) informacije bi trebale biti objektivne u smislu da su točne, poštene, potpune i pouzdane, odnosno da se može provjeriti odvajaju li se činjenice od mišljenja
- 3) informacije bi trebale biti uravnotežene i poštene, a tumačenja što je moguće više nesenzacionalna i nepristrana (McQuail, 2010).

Prema autoru članka *Re-thinking Objectivity* Brentu Cunninham (2003.) na objektivnosti se ustraje iz nekih valjanih razloga, ali samo zbog toga što je ništa bolje nije zamijenilo. Kaže kako objektivnost pomaže novinarima da brže donose odluke i štite ih od posljedica onoga što pišu. Iako je svjestan da se trenutno nalazimo u razdoblju kada svi slijepo slijede jedni druge, bez provjeravanja informacija koje se plasiraju u medijima, kaže kako čitatelji trebaju, više nego ikad prije, pouzdano izvještavanje koje im govori što je istinito kada je istina poznata. No, upravo ta težnja prema objektivnosti spotiče novinare na putu do istine te je, prema tvrdnjama autora, objektivnost savršena izlika za „lijeno“ izvještavanje, jer ako novinar u svom tekstu već sadrži obje strane priče, a usto ga i pritišće vremenski rok za objavu, on se zadovoljava onime što ima te odustaje od daljnjeg istraživanja.

Prema Stjepanu Maloviću, suvremeno se novinarstvo temelji na sljedećim profesionalnim standardima: istinitosti, točnosti, poštenju, nepristranosti i uravnoteženosti (Malović, 2005:18).

Istinitost se ne može objasniti drugačije osim na način da je neka vijest istinita ili ona nije vijest. Sve ostalo, od neistina do laži i poluistina, su zapravo načini manipulacije medijima i javnosti (Malović, 2005:19). Kovach i Rosenstiel pak kažu da je istina iskaz onoga što je najvjerojatnije u proporcionalnosti dokaza koji su dostupni u to vrijeme (2010:32). No, kako ne bi sve bilo tako jednostavno, činjenica je da istina nije jednoznačna i teško se određuje, no tu novinar mora pokazati svoju profesionalnost da istinu interpretira na najbolji mogući način (Malović, 2005:21). Zbog toga je iznimno važno uvijek provjeravati informacije kojima novinar raspolaže jer bi zbog neprovjerenih informacija koje dopijaju u medije novinari prije ili poslije mogli skupo platiti (Malović, 2005:23).

Kada je riječ o poštenju, odnosno, drugom pojmu za objektivnost u modernom novinarstvu, on je temelj vjerodostojnosti novinarova izvještaja (Malović, 2005:25). Bez toga novinarstvo ne može opstati. Upravo je poštenje postalo standard procjene kvalitete novina pod utjecajem novinarskih udruga koje su inzistirale na njemu, a koje se bazira na tome da se izvještavanje temelji na činjenicama, a mišljenja i stajališta budu odvojena i jasno naznačena kao *editorials*. No, potpuna objektivnost u novinarstvu je naprosto nemoguća jer iza svakog napisanog, uređenog i distribuiranog članka stoji osoba koja ima vlastite osjećaje, mišljenja, ideje i predrasude pa je stoga njen zadatak pokušati čiste savjesti obraditi činjenice u cilju što poštenijeg izvještavanja (Malović, 2005:26).

Točnost je najvažnije obilježje vijesti. Svaki novinar i redakcija imaju pravo na svoj stil, sadržaj ili strukturu vijesti, ali o točnosti se ne može raspravljati (Malović, 2005:32). To se podrazumijeva i kada su u pitanju tiskarske greške i netočnosti jer čak i one mogu umanjiti vjerodostojnost novina i novinara, nakon kojih, ako se one konstantno gomilaju, je veoma teško ponovno vratiti povjerenje. Stoga je potrebno sve pogreške smanjiti na minimum, i iako pri tom može stradati brzina, uvijek je bolje biti točan, nego nešto objaviti prvi s netočnim podacima (Malović, 2005:36).

Uravnoteženost govori o tome kako i druga strana ima pravo na svoju verziju priče. Odnosi se na to da novinari nisu osobe koje imaju pravo odlučivati tko je kriv, a tko nije na temelju sakupljenih podataka. Njihova je zadaća objema stranama o kojima piše pružiti mogućnost da ispričaju svoju verziju priče, tj. objasniti što se i zašto dogodilo (Malović, 2005:39).

Nepristranost je jedan od osnovnih preduvjeta shvaćanja modernog novinarstva. Brojni teoretičari izjednačavaju objektivnost i nepristranost, čime se stvara dvojba: ako je rečeno da novinar ne može biti objektivan, može li on biti nepristran? (Malović, 2005:42). Nepristranost se definira kao sklonost ili naklonost. Naklonost, nadalje, ima protutežu u objektivnosti, što automatski znači da je se novinari trebaju osloboditi. Kako Malović kaže: „Kako bismo govorili, objavili, emitirali novinarske priloge koji nisu obojeni našim naklonostima, moramo se služiti jezikom koji nema vrijednosne sudove, a to može ugroziti vrijednost teksta“ (2005:42).

Missouri group pak veoma kritički opisuje rad novinara i kaže sljedeće: „Izvjestitelji nisu samo prenositelji događaja, oni ih i stvaraju. To je dakako svetogrđe u svijetu novinarstva. Vi izvještavate, vi ne proizvodite. Vi pitate svoje tko, što, kada, gdje, kako, zašto, dobivate odgovore i idete kući. Ali, kako novinar zna kada će postaviti temeljna novinarska pitanja i

koga će ih pitati? Kako novinar zna kada je na pitanja odgovoreno? Tko mjeri važnost vijesti u pitanju 'tko'? Koje činjenice ili događaji vrijede kao odgovori koji se mogu objaviti na pitanje 'što'? Kako novinar zna da su odgovori na zaista najjednostavnija pitanja od svih, 'kada' i 'gdje', zaista i stvarno dostatni? Ukratko, čak ni najjednostavnija novinarska pitanja pretpostavljaju mogućnost za istraživanje, omogućuju interpretaciju odgovora i postavljaju niz pravila koga pitati i o čemu?“ (Malović, 2005: 27 prema Missouri group, 2004).

Nick Davies, autor knjige *The Flat Earth News* kaže kako je objektivnost samo iluzija koja ne može biti ostvarena. Navodi kako se objektivnost u medijima nikad nije i nikad ne bude ostvarila jer je to jednostavno nemoguće. Objektivna stvarnost postoji, ali ona se ne može zabilježiti jer svaki čovjek, kada to pokuša, mora donijeti odluku koja je samo njemu svojstvena. Svaka priča može se sagledati iz više kutova. Davis navodi riječi Nicholasa Tomalina da je „ideja da su činjenice toliko jednostavne lažna. Činjenice nisu svete; trenutak u kojem reporter počinje pisati svoju priču, on je odabrao jedan način kako će to napraviti. Trenutak u kojem on ukomponira činjenice u priču, on je komentirao situaciju... Reći da je novinarov posao prikupiti činjenice je isto što i reći da je arhitektov posao posložiti cigle – istinito, ali se promašila poanta“ (2008).

## 4. ETIKA I ETIČKE DVOJBE U NOVINARSTVU

Etika je temelj svake civilizacije. Ona je od velikog značaja jer:

- 1) izgrađuje povjerenje i suradnju među pojedincima u društvu
- 2) služi kao moralni čuvar koji društvu ukazuje na relativni značaj određenih moralnih vrijednosti
- 3) je moralni arbitar u rješavanju suprotstavljenih tvrdnji koje su zasnovane na pojedinim osobnim interesima
- 4) pojašnjava društvu suprotstavljene vrijednosti i principe proizašle iz novih moralnih dilema (Alvin Dej, 2004:72).

Pet je kriterija koji predstavljaju osnovu bilo kojeg sistema etike:

- 1) etički sistem mora imati zajedničke vrijednosti, odnosno, prije donošenja moralnih sudova, društvo mora postići sporazum o standardima moralnog postupanja
- 2) ti standardi se moraju zasnivati na iskustvu i razumu te se moraju truditi da usklade prava i interese ljudi s njihovim obvezama prema drugim ljudima
- 3) sistem etike mora tragati za pravdom i u tom traganju ne bi smjelo biti dvostrukih standarda u ponašanju, osim u slučaju da postoji moralno odobriv i uvjerljiv razlog za diskriminaciju
- 4) etički sistem se mora osnovati na slobodi izbora, a moralni agenti moraju biti slobodni donositi etičke sudove bez pritiska jer se jedino na taj način može postići etički nivo svijesti pojedinca
- 5) u sistemu etike moraju postojati načini odgovornosti, kako formalni, tako i neformalni. Sistem etike koji to ne sadrži nema moralni autoritet potaknuti časno ponašanje (Alvin Dej, 2004:73).

O ispravnoj provedbi novinarske etike u Hrvatskoj brine se Hrvatsko novinarsko društvo koje donosi Kodeks časti hrvatskih novinara. U njemu su određena novinarova prava i obveze te načini ponašanja, utvrđena su profesionalna etička načela i određene su dužnosti novinara (Vukić, 2017:64). Neka od najvažnijih načela koja se tiču istinitog, točnog i nepristranog izvještavanja su:

*„1. U svom se djelovanju novinari vode etikom novinarskog poziva. Oni čuvaju ugled, dostojanstvo i integritet svoje profesije, međusobno surađuju i njeguju kolegijalne odnose i profesionalnu solidarnost“*

*„5. Pravo je i dužnost novinara zauzimati se za slobodan protok informacija. Novinar je obvezan iznositi točnu, potpunu i provjerenu informaciju. On kritički prosuđuje izvore informacija i u pravilu ih navodi. Ima pravo i ne otkriti izvor informacije, ali za objavljeni podatak snosi odgovornost“*

*„21. Novinar se ne smije baviti poslovima koji bi mogli ugroziti njegovu neovisnost, objektivnost i samostalnost prosuđivanja, narušavajući njegov novinarski dignitet. Mora izbjegavati situacije koje bi ga mogle uvući u sukob interesa i zaprijetiti njegovom osobnom ugledu i ugledu novinarske profesije. Novinar ne prihvaća darove, usluge, nagrade, plaćena putovanja, dodatno zapošljavanje, rad u politici i druge pogodnosti koje bi mogle umanjiti ili dovesti u pitanje njegovu vjerodostojnost, kao i vjerodostojnost novinarske profesije. Treba izbjegavati i sve druge situacije koje mogu stvoriti dojam o njegovoj pristranosti. Ako se nađe u sukobu interesa, mora ga otkriti javnosti. Novinar je dužan oduprijeti se svim oblicima pritiska pojedinaca ili skupina da utječu na njegovo izvještavanje te o takvim pokušajima ima pravo obavijestiti javnost“ (Kodeks časti HND-a).*

Osim Kodeksa časti, u Hrvatskoj su propisani i Statut HND-a, Pravilnik o radu Novinarskog vijeća časti te Pravilnik o primanju u članstvo HND-a. Do problema dolazi što se većina propisa ne odnosi na sve novinare, nego samo na članove HND-a, a rješenje tog problema je predstavio Obradović koji predlaže da se etika ne veže uz osobu koja prakticira novinarstvo, nego uz medijski sadržaj (Vukić, 2017:65).

Da bi se razumjela novinarska etika, Vladimir Barović u svom radu *Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama* tvrdi kako je „prijeko potrebno uočiti važnost osobe, ljudskog bića koje u demokratskom i pluralističkom društvu ima puno prava, ali i obaveza. Ta prava i obaveze temelje se na važnim međunarodnim aktima kao što su: Opća deklaracija o pravima čovjeka iz 1948., Konvencija Europskog vijeća o zaštiti ljudskih prava i temeljnih sloboda iz 1950. te Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima iz 1966. Ljudska prava jesu široka kategorija i kreću se od prava na život i rad do prava na informiranje i korištenje globalne mreže, odnosno interneta. Ljudsko pravo jest pravo na privatnost, dostojanstvo, nepovredivost osobe, što se u kriznim situacijama, ali i u izvanrednim

situacijama, raznim incidentima i slično, nerijetko relativizira, ne poštuje ili djelomično poštuje“ (2010).

Ako poštuju profesionalne standarde i temeljna načela etike novinarstva, novinari si time osiguravaju najbolju zaštitu od svih vrsta pritisaka (Malović, Vilović, 1999a:7).

A pritisaka je uvijek mnogo s obzirom da je etika novinarstva jedna od najčešćih tema kada se govori o svemu lošem u masovnim medijima. Kritiziraju svi, od kritičara medija pa sve do novinara. Novinarstvo je javno zanimanje u kojem rijetko što može ostati tajna i svaka se pogreška gotovo odmah primijeti pa upravo iz tog razloga se otvoreno govori o kršenju etičkih načela (Malović, 2005:85).

Tijana Vukić navodi kako se novinaru koji se ne drži novinarskog kodeksa ukida članstvo u HND-u, ali ni HND ni Sindikat novinara Hrvatske nemaju pravo zabraniti tom novinaru da se i dalje bavi svojom profesijom. „Osim toga, pojedina medijska poduzeća traže i nude različite pripreme i poduke za obavljanje novinarskog posla (prilagođeno vrsti masovnog medija, teorijskoj struji kojoj pripadaju, menadžerskoj politici itd.), stoga ne postoje općeprihvaćeni standardi koji određuju novinarski tehnicizam“ (Vukić, 2017:40 ).

Kada je riječ o etici u sportskom novinarstvu, Vasilj kaže kako i tu postoje mnoge etičke dvojbe. Nezavisnost novinara u odnosu na sportske PR-ovce, sportaše i sportašice, trenere, menadžere, klubove ili čelnike saveza je jedna od njih. Menadžeri žele prikazati sportaše koje zastupaju u što boljem svijetlu kako bi im rasla cijena u transferima, a klubovi i savezi novinarima nerijetko plaćaju putovanja i smještaj te time onemogućavaju nepristrano izvještavanje novinara. Često dolazi i do sukoba interesa jer se novinari nerijetko nađu u situaciji da rade i kao djelatnici u uredima za odnose s javnošću i obavljaju svoju novinarsku djelatnost. U tom slučaju obavezno se mora zamrznuti jedna od tih funkcija. Događaju se i propusti u provjeravanju informacija zbog želje da se što prije izvijesti o rezultatu neke utakmice ili događaja, a tada se potkradaju i neke greške. Novinari moraju paziti kako bi svojoj publici pružili točne podatke ne bi li izgubili na vjerodostojnosti. Prikazivanje pristranosti prema određenom klubu, sportašu ili sportašici se ne smije pokazivati. I komentatori su samo ljudi koji navijaju za neke klubove, ali se to navijanje ne smije vidjeti kada se izvještava ili prenosi neki događaj. Pristranost je opravdana jedino u slučaju kada je riječ o utakmicama na nacionalnoj razini. Razumljivo je da će hrvatski komentator biti naklonjeniji reprezentaciji Hrvatske na utakmici Hrvatska-Španjolska, ali taj isti komentator mora biti potpuno neutralan kada komentira utakmicu Dinamo-Hajduk. Zadiranje u privatnost sportaša/sportašice,



prikazivanje nasilja ili pogibeljnih scena, govor mržnje i plagijat su u potpunosti neprihvatljivi te se oni po etičkim i moralnim pravima ne bi smjeli pojavljivati u medijima uopće (Vasilj, 2014:32).

Autorica knjige *Razumjeti novinarstvo* Lynette Sheridan Burns iznosi svoja razmišljanja o tome na koji se način današnji novinari moraju predstaviti društvu kako bi uklopili svoje ideje u zahtjevne rasporede koji im često stoje na putu u etičkom izvještavanju. „Današnji novinari, zajedno sa svojim urednicima ili usprkos njima, moraju pronaći način za uklapanje izazovnih ideja u konzervativne rasporede vijesti. Ista kultura redakcije koja može ograničiti potencijal novinarstva može raditi i u njegovu korist. Ključni su čimbenici odlučnost, jasno razumijevanje kriterija vrednovanja vijesti pojedine organizacije i volja da se prihvati odgovornost za vrstu novinarstva koju pišeš, dakle i vrstu novinara koja jesi“ (Sheridan Burns, 2009:11).

## 5. OBJEKTIVNOST I SUBJEKTIVNOST U NOVINARSTVU

U nastavku će biti opisana glavna obilježja objektivnosti i subjektivnosti u novinarstvu te koja se pitanja i problemi vežu uz ta dva pojma.

### 5.1. Objektivnost u novinarstvu

*„Objektivnost je viđenje svijeta onakav kakav on je, a ne onakav kakav bismo mi željeli da jest“ (Michael Bugeja, profesor novinarstva na Sveučilištu u Iowi)*

Prema Maloviću (2005:13), novinari su oči i uši milijuna primatelja masovnih medija. Njihova je zadaća skupljati informacije i pretvarati ih u vijesti. Njih moraju krasiti tri bitne osobine: 1) novinari moraju izvještavati što je točnije moguće, 2) novinari moraju poštivati teškoću posla i važnost iznesenih tema za ljude i 3) novinari moraju prepoznati dublje značenje vijesti (Malović, 2005:14).

Otkad je novinarstva i novinara, otad se povlači i pitanje koliko novinari mogu biti objektivni u svom izvještavanju. Autori Kunczik i Zipfel u svojoj knjizi pišu kako problem objektivnosti nije postojao u socijalističkom novinarstvu koje je tvrdilo da je moguće informacije obraditi u skladu sa zbiljom i staviti ih u opsežni kontekst. „Tako u knjizi *Sozialistische Journalistik* Hermanna Budzislawskog (Leipzig, 1966.), možemo pročitati: 'Naš je tisak objektivn i stranački. U socijalističkom novinarstvu ne postoji proturječje između objektivnosti i stranačkog.' Time se problem objektivnosti uklanja dijalektičkim čarobnjaštvom, a novinarski rad olakšava. Potrebno je slijediti određenu stranačku politiku kako bi se sa sigurnošću znalo da ste objektivni. Odstupajuća mišljenja sama su po sebi pogrešna, što za novinarstvo znači sljedeće: 'Protivnik dobiva riječ samo ako nam to koristi'“ (Kunczik, Zipfel, 1998:90).

Za objektivno izvještavanje vjeruje se da je da je u skladu sa stvarnošću, da je nepristrano i stvarno te da je oslobođeno svih predrasuda i osjećaja (Kunczik, Zipfel, 1998:90). Iako ih njihova profesija traži da svoj posao rade hladne glave, često je to zbog određenih situacija naprosto nemoguće. Malović se pita: “Je li moguće da novinar, osoba vrlo izraženih stajališta i svjetonazora, koja stalno istupa u javnosti, izbjegne subjektivnost? Može li novinar koji izvještava o napadima na rodni grad zadržati objektivnost?“ (2005:17).

Novinari, kada pišu o nekoj vijesti, prikazuju samo dio stvarnosti, jer naprosto je nemoguće u par rečenica opisati svaki mogući detalj koji se dogodio. Dakle, ne samo da će svaki novinar taj događaj interpretirati na svoj način, nego će i svi konzumenti te vijesti nju interpretirati na

svoj, individualan način. Upravo je to glavni razlog treba li se objektivnost uopće i zahtijevati od novinara (Malović, 2005:12).

Kako bi se ovom problemu pokušalo naći rješenje, moderno novinarstvo prihvatilo je pojam poštenja umjesto objektivnosti. „Čini se da je poštenje primjereniji cilj izvještavanja s obzirom na zapreke koje stoje pred objektivnošću: vrijednosti sadržane u političkim događajima, varke proizvođača vijesti, poteškoću postizanja posve neutralna stajališta, nemogućnost prikazivanja svih strana i prikupljanja svih činjenica te žurba kako bi se ispunili nerazumno kratki rokovi. Zbog tih i drugih poteškoća, tisak se optužuje da nije objektivan, bez obzira na to koliko se trudi izlagati 'činjenice.' I stoga se čini da je 'poštenje' cilj koji je razumniji i koji je lakše obraniti: izvjestitelji se trude prikupiti što više informacija i 'objema stranama' daju jednako vrijeme da ih komentiraju i interpretiraju“ (Malović, 2005:17, prema Benett, 118).

Novinarski kritičari Bill Kovach i Tom Rosenstiel u svojoj su knjizi *Blur – How to know what's true in the age of information overload* čitateljima ponudili smjernice pomoću kojih će lakše prepoznati vrijednost, istinitost i pouzdanost članaka te naučiti kako kritički razmišljati o medijskim sadržajima. Taj proces sastoji se od šest pitanja koja si čitatelji moraju postaviti, a koja glase:

- 1) Na kakav sadržaj nailazim?
- 2) Jesu li informacije kompletne: ako nisu, što nedostaje?
- 3) Tko ili što su izvori i zašto im moram vjerovati?
- 4) Koji dokazi su prikazani i jesu li vjerodostojni?
- 5) Postoji li alternativno objašnjenje?
- 6) Jesam li naučio/la ono što sam trebao/la?

Oni se slažu da su čitatelji postali sve kritičniji i žele znati koji su novinarovi izvori, dokazi i načini na koje je došao do neke informacije. U prošlosti je bilo dovoljno da novinar kaže „vjerujte mi“, a ljudi nisu imali razloga ne vjerovati nekome tko radi posao za koji je plaćen. Danas vijesti dolaze s mnogo različitih strana i čitateljima je postalo jasnije da im je potrebno više informacija kako bi se uvjerali u istinitost nekog članka, odnosno, kako autori kažu, došlo je vrijeme kada konzumenti vijesti kažu „pokažite mi“. Kako je vrijeme odmaklo, tako se promijenilo i značenje riječi „mi“. U prošlosti se ona odnosila na novinare, a sada se odnosi na konzumente medija (Kovach, Rosenstiel, 2010:33).

Kada govore o sadržaju, autori se slažu da je danas, bez obzira na ime institucije, jednostavno nedopustivo da se svakoj informaciji vjeruje bez da se točnost podataka provjeri kod drugih

izvora. Živi se u vremenu kada je konkurencija nemilosrdna i svatko se bori za svoje mjesto pa zbog toga stradava kvaliteta i jednostavno se gubi granica između vijesti, propagande, oglašavanja, zabave ili sirove informacije. Javnost mora znati razliku je li intervju s nekim sportašem objavljen samo zato što se približava važna utakmica pa se želi promovirati prodaja karata, zbog njegove samopromocije ili zbog toga da bi se javnost informiralo o njegovom radu (Kovach, Rosenstiel, 2010:34).

Potpunu cjelovitost neke vijesti danas je veoma teško naći. Nedostatak vremena ne dopušta novinarima da dodatno istraže neku informaciju i ponude svojim čitateljima dublje značenje svog teksta. No to ne bi trebalo spriječiti čitatelje da se zapitaju jesu li dobili potpunu informaciju ili ne. Prvo što novinari moraju naučiti o svojoj struci je pravilo 5W i H, odnosno da svaka vijest mora imati odgovor na pitanje što se dogodilo, tko je sudjelovao, kada i gdje se dogodilo, zašto se dogodilo i kako se nešto dogodilo. Ponekad odgovori na ta pitanja jednostavno nisu dovoljna kako bi čitatelj dobio potpunu informaciju. Zato autori knjige predlažu sljedeće rješenje: Novinari, osim 5W i H, u svom članku moraju sadržavati i *Q(question)*. To pitanje ne mora imati odgovor u tom istom članku, važno je samo da se čitatelja potakne na razmišljanje i u nekom skorijem vremenu dođe do odgovora. Autori se slažu da to pitanje, čak i bez istovremenog odgovora, daje na važnosti čak i najobičnijoj vijesti (Kovach, Rosenstiel, 2010:34).

Nakon što se dobije odgovor na pitanje kakva se vrsta sadržaja konzumira, sljedeći korak je kritički razmisliti o izvorima. Više je vrsta izvora, a ovako su ih objasnili Kovach i Rosenstiel. Izvori događaja koji je javan, kojem je novinar osobno prisustvovao, a koji je publika imala priliku osobno pratiti su sami čitatelji. Oni se trebaju zapitati je li se dogodilo još nešto nakon što su se isključile kamere, a o čemu novinari nisu izvijestili. Druga situacija je kada su novinari jedini svjedoci, odnosno izvori nekog članka. U tom slučaju čitatelji reaguju na priču novinarovim očima, a zaključak su slobodni donijeti sami. Treća situacija je kada su novinari specijalizirani za temu o kojoj pišu, što čitateljima daje dodatnu vrijednost da im vjeruju u ono o čemu njihov tekst govori. No i u takvom slučaju se čitatelji moraju zapitati je li novinar dovoljno stručan o području o kojem piše i može li mu se u potpunosti vjerovati. U četvrtom primjeru su svjedoci izvori događaja, odnosno oni ljudi koji su direktno sudjelovali u nekom događaju koji je relevantan za lokalno ili nacionalno područje. U ovoj se situaciji novinari moraju dobro snaći i znati procijeniti jesu li ti izvori relevantni, jesu li izvori osobno svjedočili nekom događaju ili samo prenose tuđe viđenje. Izvršni urednik *Washington Posta* je za vrijeme afere „*Watergate*“ predložio da se, kako bi se povećala vjerodostojnost tekstova, svaki izvor

potvrdi još jednim izvorom, ali pod uvjetom da njih ništa ne povezuje, tj. da su neovisni jedan od drugoga. Taj se koncept naziva još i *The Two-Source Rule* (pravilo dva izvora). Tu se još spominju i sudionici koji nisu svjedoci nekog događaja, a kao primjer se navode vatrogasci koji istražuju kako je došlo do požara ili djelatnici Hitne pomoći koji su stigli na mjesto nesreće nakon što se ona dogodila. Na kraju dolaze stručnjaci koji nisu povezani s nekim događajem, ali su pozvani kako bi iznijeli svoje stručno mišljenje na određenu temu te anonimni izvori koji često žele ostati anonimni zbog straha od gubitka posla ili čak života, no tada je ponovno na čitateljima da se zapitaju zbog čega je izvor odlučio ostati anonimn i može li mu se zaista vjerovati (Kovach, Rosenstiel, 2010:76-88).

Nadalje, nakon izvora, dolazi se do još kompleksnijeg problema u novinarstvu, a to su dokazi. Kako znati kojim dokazima vjerovati i jesu li oni relevantni? Autori Kovach i Rosenstiel kažu kako potraga za pravim dokazima i njihovo shvaćanje čine veliku razliku kada je riječ o razumijevanju ponuđenog sadržaja, što znači da čitatelji umjesto da jednostavno povjeruju u nešto bez provjere, oni znaju mogu li u nešto vjerovati ili ne što im pomaže da kritičnije gledaju na sadržaj. Autori nude i smjernice u obliku pitanja koja si čitatelj mora postaviti: oni moraju identificirati koji i zašto su im baš ti dokazi prikazani, moraju znati je li taj dokaz i na koji način provjeren, identificirati kakav se zaključak iz tog dokaza može donijeti i na kraju se moraju zapitati može li taj dokaz biti iskorišten za donošenje drugačijeg zaključka (Kovach, Rosenstiel, 2010:98-99).

Kada se sve sažme, dolazi se do zaključka kako novinari u današnje vrijeme moraju ponuditi više dokaza, izvora, svjedoka i svega ostaloga što im može pomoći da povećaju vjerodostojnost priče nego ikad prije. Iako se danas, zahvaljujući tehnologiji, može brzo doći do informacija, upravo zbog te brzine je stradala kvaliteta pa je potrebno biti veoma pažljiv kako se čitateljima ne bi pružile neistinite informacije. Novinarstvo mora biti transparentnije jer je upravo transparentnost u medijima ono što se nekad nazivalo objektivnošću. Čitatelji postavljaju pitanja poput odakle to novinar zna i zašto mu se treba vjerovati, a on mora moći odgovoriti na ta pitanja. Novinari, nadalje, moraju razvijati svoje vještine kako bi ostali konkurentni na tržištu, a ujedno i bili vjerodostojniji (Kovach, Rosenstiel, 2010:184-186).

Prema Nicku Daviesu današnje novinarstvo je zamijenjeno nečime što je Samuel Pecke nazvao „*churnalism*“. Riječ je o izrazu koji se odnosi na mlade novinare koji su diplomirali i zaposlili se u struci, koji su puni entuzijazma, ali čiji je posao sjediti za stolom u uredu i proizvoditi što je više moguće vijesti, bez kakvih provjera ili kontaktiranja s osobama o kojima pišu. Njihov

je posao „reciklirati“ već objavljene vijesti i objavljivati PR objave koje im se nađu na stolu. Na taj im se način onemogućuje da zaista nauče što znači biti novinar, jednostavno zato što za istraživanje nema vremena (Davies, 2008).

Isti autor tvrdi kako ipak sve ovo i nije neka novost. Novinari nikad nisu djelovali u nekoj „zlatnoj eri“ gdje bi bili u potpunosti slobodni pisati istinu. Oduvijek su imali rokove koje su morali poštivati i uvijek je postojao netko tko im se htio umiješati u njihove priče. No, autor iznosi rezultate istraživanja koje je proveo *Cardiff statistics* a u kojem se vidi kako je gotovo 20 % priča koje su proizašle iz *Fleet Streeta* originalan istraživački rad, što pokazuje da još uvijek nije sve izgubljeno (ovi podaci odnose se na novinarstvo u Velikoj Britaniji). Nadalje, iako su ti mladi novinari zapeli na tzv. traci za proizvodnju vijesti, autor vjeruje kako su oni sposobniji od obavljanja posla koji trenutno rade (Davies, 2008).

Jedno od glavnih obilježja objektivnosti je istina, a Nick Davies tvrdi da većina novinara današnjice ni sami ne znaju o čemu pišu, tj. da nisu sigurni mogu li ili ne vjerovati informacijama kojima raspolažu. Davies u svojoj knjizi opisuje iskustva koja je doživio za vrijeme svog rada, a koja se tiču svega onoga što je pogrešno u novinarstvu: laži, spletke, korupcija, manipulacije, teorije zavjere itd. Kaže kako će mnogo novinara napisati da je „Zemlja ravna“ samo zato jer oni misle da bi mogla biti ravna, a posljedice toga su zastrašujuće. (Davies, 2008).

Novinarstvo bez provjeravanja činjenica je isto što i ljudsko tijelo bez imunološkog sustava. Ako je primarna svrha novinarstva govoriti istinu, to znači da je primarna svrha novinara provjeriti je li ono o čemu piše istinito. No, nešto se promijenilo i imunološki se sistem počeo raspadati. U čudnom i alarmantnom okruženju, novinari objavljuju priče bez ikakvih provjera, a te priče vidi i čita cijeli svijet (Davies, 2008).

Davies misli kako je gotovo nemoguće vratiti medije na pravi put. Bilo bi jednostavnije kada bi glavni problem bio da vlasnici nameću svoje uredničko mišljenje novinarima, tada bi se sav napor usredotočio na borbu protiv prevladavajuće političke moći vlasnika medija. Iako ni to ne bi bilo jednostavno, to je borba koja bi se možda mogla dobiti. Ovako, cijeli sistem je jednostavno izvan kontrole kojem je jedino bitna zarada. Zavjera bi se mogla slomiti, no ovaj kaos je teže kontrolirati, kaže Davies (2008).

## 5.2. Subjektivnost u novinarstvu

Subjektivnost se prema hrvatskom leksikonu definira kao svojstvenost samo jednoj osobi, odnosno neobjektivnost (Hrvatski leksikon, 2018). Tijana Vukić, autorica knjige *Od novinara do novinarstva* misli kako je subjektivnost tijekom izvještavanja neizbježna jer je već sam izbor izvora, načina pristupa temi, produkcija teme i obrada informacija subjektivna te je zbog toga zaista nemoguće govoriti o objektivnosti novinara (Vukić, 2017:47).

Subjektivnost se uopće ne bi smjela ni pojavljivati u medijima, ali razlog zbog čega se to događa objašnjen je u nastavku. Danas je lakše nego ikada prije doznati najnovije vijesti. Zahvaljujući pametnim telefonima, tabletima i prijenosnim računalima, olakšan nam je pristup bilo kojoj informaciji koja nas u tom trenutku zanima. S obzirom na broj vijesti koje svakodnevno izlaze na portalima, novinarima i urednicima je veoma važno da upravo njihova vijest prva dopre do nas kako bi baš njihovi članci bili najklikaniji i najčitaniji. Kako bi to postigli, članci moraju biti osobniji i društveniji jer se tada ljudi počinju više vezati za njih. Autori istraživačkog članka *On the Role of Emotion in the Future of Journalism* Charlie Beckett i Mark Deuze nazivaju tu pojavu *digital co-dependency* (digitalna suučesnost). (2016).

Kako se novinarstvo i društvo mijenjaju, emocije postaju sve važnije u tome kako se vijesti proizvode i konzumiraju. Novinarstvo postaje sve važnija stavka u našim životima s obzirom da informacije, podaci i društvene mreže postaju sve prisutnije i utjecajnije. Danas je teško zamisliti da bilo koji veći društveni, sportski ili politički događaj prođe bez popraćenosti medija i društvenih mreža. Najbolji primjer ovoj tvrdnji je praćenost Svjetskog nogometnog prvenstva koje je održano u Rusiji, a zahvaljujući kojemu su, ne samo reprezentacija Hrvatske, već i cijela država, a pogotovo predsjednica postala traženiji na internetskim stranicama i spominjanija u svjetskim medijima za 213215, 34 posto (Mediatoolkit, 2018).

No, osim o emocijama čitatelja, novinar mora razmišljati i o emocijama osobe o kojoj piše. Kada novinar iznosi svoje mišljenje, on ga mora poduprijeti činjenicama i argumentima. Za očekivati je kako će novinarov tekst pročitati ne samo osoba o kojoj on piše, već i njegova obitelj, ali i vjerni pratitelji i obožavatelji koji vjerojatno poznaju tu osobu puno bolje od samog novinara. Novinar uvijek mora biti spreman argumentirati zašto je nešto o nekome napisao na način na koji je to uradio (Toney, 2013:28).

Tri su faktora zašto se novinari služe emocijama u novinarstvu. Prvi razlog je ekonomske prirode. Konkurencija nikad nije bila veća i snažnija, a količina vijesti koje nam svakodnevno iskaču na profilima i mobitelima nikad nije bio brojniji. Novinari se moraju služiti svim

moćnim sredstvima kako bi privukli čitateljevu pažnju. Vijesti su oduvijek bile emocionalne, no razlika je u tome što je u današnje vijesti uključeno više različitih emocija, povećana je uključenost novinara, a pokušaji uključivanja publike postali su sve više eksplicitni (Beckett, Deuze, 2016:3).

Ovo možemo potkrijepiti gotovo bilo kojim primjerom članaka koji su bili objavljeni povodom povratka Hrvatske nogometne reprezentacije u Hrvatsku nakon osvajanja srebrne medalje u Rusiji. Naslovi poput „Ovo niste vidjeli na dočeku: Subašić je bio heroj, spriječio je katastrofu“ u kojem se zapravo nalazi video kako Subašić povlači Vidu za majicu kada se ovaj poskliznuo i zamalo pao s busa, „Dalić uz pomoć gaćica spasio život najvećem luđaku u reprezentaciji“ u kojem se više-manje radi o istoj stvari, osim što je ulogu spasitelja ovaj put imao izbornik Dalić, „Naježit ćete se: Ovacije stotinu ljudi u Bruxellesu za dječaka s hrvatskom zastavicom“, „Luka Modrić poveo cijeli Trg u delirij:'Ajmo Thompson, još jednu“ i slični očiti su primjeri kako novinari pokušavaju iskoristiti svaku situaciju kako bi potaknuli neku vrstu emocije kod čitatelja, bez obzira bila ona pozitivna ili negativna, u svrhu što veće čitanosti.

Drugi razlog zbog kojega se novinari služe emocijama je tehnologija. Mnogo je dokaza kako se korištenjem emocija dolazi do potrošačeve pažnje i time produžuje njihov angažman. Razvojem društvenih mreža, novinari sada više nisu samo osobe koje traže priče i zatim pišu o njima, već je njihov posao i podijeliti taj sadržaj na društvenim mrežama kako bi on dospio do što većeg broja ljudi koji će zatim i oni sami dijeliti na svojim profilima. Nužno je za njega znati se služiti i kamerom, snimiti dobar video, napisati dobar članak, ali i kratak tekst kao uvod na Facebooku ili Twitteru kako bi se privukla čitateljeva pažnja (Beckett, Deuze, 2016:3).

Treći razlog je bolje razumijevanje korisnikovog ponašanja i njegovih navika. Nužno je razumjeti što će natjerati ljude da kliknu na članak, što će potaknuti njihove emocije. Razumjeti kako ljudi reagiraju na plasirane vijesti na osobnom i komunikacijskom nivou od velike je važnosti za sve one koji žele povezati ljude sa svojim sadržajem i zadržati ih što dulje na svojim stranicama. Na sreću za novinare i urednike, danas postoje mnogi alati koji mjere korisnikovo kretanje po stranici (Beckett, Deuze, 2016:4). Jedan od takvih alata je i Mediatoolkit, koji omogućuje mjerenje spominjanja nekog brenda ili osobe u stvarnom vremenu, bez obzira radi li se o portalima, blogovima ili društvenim mrežama (Mediatoolkit, 2018).



## **6. SPORTSKO NOVINARSTVO**

Po čemu je sportsko novinarstvo toliko posebno? Što ga razlikuje od ostalih vrsta novinarstva? Kako je moguće da se pisanje o rezultatima utakmica, sportskim događanjima i ostalim sportskim zanimljivostima toliko razvilo i pretvorilo u većinom zanimljivo i čitano štivo u medijima? U nastavku će se iznijet definicija sportskog novinarstva, objasniti tko su sportski novinari te s kakvim se oni preprekama susreću u svakodnevnom radu te kakva je budućnost sportskog novinarstva.

### **6.1. Definicija sportskog novinarstva**

„Sportsko novinarstvo je posebna vrsta novinarstva koja sportske događaje i s njima povezane teme najavljuje, izravno prenosi, komentira te ih analizira nakon što završe, a neizostavni dio tog procesa su: sportski događaji i njihovi sudionici, predmet informacije, mediji i sportski novinari te recipijenti“ (Vasilj, 2014:23). Upravo je sportsko novinarstvo bilo to s kojima su najviše eksperimentirali radio i televizija na svojim počecima i na taj način podizali svoju popularnost (Vasilj, 2014:18).

#### **6.1.1. Sportski novinari**

Sportski novinari prate sportske sadržaje i o njima izvještavaju zainteresiranu publiku. „Ponajprije, oni moraju imati empatijske sposobnosti, jer se bez njih ne može drugoga čuti, a pogotovo ne razumjeti, što je pretpostavka svake dobre komunikacije. Empatija nije ni simpatija ni antipatija, već uživljavanje u svijet i psihu drugoga da bi ga se bolje shvatilo, a onda i reagiralo također na konstruktivan način“ (Sapunar, 1995:136). Novinari su organizirali brojne nacionalne udruge, a krovna udruga sportskih udruge na planetarnoj razini je AIPS (Association Internationale De La Presse Sportive). U Hrvatskoj djeluje Hrvatski zbor sportskih novinara.

Na prvi pogled, posao sportskog novinara izgleda savršeno. Oni mnogo putuju, družu se sa sportašima, imaju najbolja mjesta na tribinama. No realnost je potpuno drugačija. Sportski novinari za vrijeme dok svi ostali uživaju u utakmicama i natjecanjima, obavljaju posao za koji su plaćeni. Njihov rad izložen je ozbiljnoj kritici, jer se u sport navodno svi razumiju i svi znaju sve, a vrlo često to nije slučaj. Prije svakog natjecanja moraju se dobro pripremiti kako bi svako ime, godinu ili statistički podatak napisali točno i bez greške (Malović, 2005:115).

Po kojim kriterijima novinar odabire temu za sportske rubrike? Vasilj tvrdi da će prednost uvijek imati elitni sportovi i natjecanja kao što su Formula 1, Liga prvaka ili Olimpijske igre te elitni klubovi. Pravodobnost je također važan čimbenik jer noviji događaji imaju prednost nad onima koji su se dogodili prije tri dana. Prednost imaju i velika natjecanja na kojima sudjeluju sportaši i sportašice iz gotovo svih zemalja na svijetu, veliki pothvati i rekordi, ali i ne tako pozitivne situacije kao što su konflikti koji se odnose na neku svađu između čelnika unutar klubova, rasprava tko je bolji sportaš ili neslaganja oko glasovanja za izbornika. Kriteriji moraju sadržavati i edukacijsku vrijednost koja za zadaću ima učiniti gledateljstvo i čitateljstvo obrazovanim, a ne samo informiranim. Isti autor tvrdi i kako je uvijek zanimljivo čitati i o neuobičajenostima kao što su teški promašaji ili neobične sudske pogreške. Negativnost je također popularan kriterij jer su ozljede, doping, namještanje utakmica ili nasilje uvijek, nažalost, primamljive teme. Kod odabira kriterija nerijetko se događa da se favoriziraju muški u odnosu na ženski sport s obzirom da su ekipni ženski sportovi mnogo manje medijski praćeni od muških, a kada je riječ o individualnim sportovima, situacija je ipak nešto malo bolja. Odabir vijesti također ovisi i u kojoj se vrsti medija vijest objavljuje (Vasilj, 2014:35). „Primjerice, mediji bi bili u stanju popularizirati i ženski šah, kada bi to utjecajni krugovi željeli. Ali, mediji populariziraju samo ono od čega imaju veliku korist i ono što će najlakše proći kod mase“ (Bartoš, 2012:161).

### **6.1.2. Subjektivnost u sportskom novinarstvu**

Na sportskim se stranicama nerijetko mogu naći tekstovi koji su prepuni subjektivnih razmišljanja autora. Razlog zbog kojeg se to događa je taj što se sportsko novinarstvo po mnogočemu razlikuje od politike, kriminala ili zabave. Razlozi zbog kojeg će netko postati sportski novinar su ili činjenica da se osoba nekad bavila nekim sportom ili ju sportske teme zanimaju od malih nogu. Također, veoma je teško ostati neutralan kada vlastita reprezentacija sudjeluje na nekom velikom natjecanju. Potpuno je prirodno da se osjeća pristranost prema igračima koji dolaze iz iste zemlje i kulture kao i mi. Nadalje, sportski događaji su često prenošeni uživo pa čitatelj zna rezultat utakmice u istom trenutku kad i reporter, ali bez obzira na to, i dalje želi pročitati izvještaj s utakmice koju je i sam prethodno gledao i možda doznati još neki detalj koji je propustio. U ovakvim situacijama se reporter mora pokazati kao profesionalac koji će svojem čitatelju znati i moći ponuditi informaciju iz drugačije perspektive u kojoj će se naći i statistički podaci, fotografije te ostali umeci koji će biti zanimljivi čitatelju (Hoque Moni, 2014.).

Kako je navedeno ranije, čitatelj često ima pristup većini informacija baš kao i novinar. Stoga ga ne zanima puko izvještavanje s utakmice, već i tuđe viđenje i razmišljanje o odigranoj utakmici. No kako su i novinari samo ljudi koji imaju svoje favorite, to im ponekad dodatno otežava da izvještavaju objektivno. Također, sportski se novinari odlučuju pisati o sportskim temama upravo zato što ih one zanimaju više od politike, kriminala ili zabave pa je to još jedan od razloga zbog kojeg se na sportskim portalima i u novinama često mogu pronaći članci koji sadrže subjektivna razmišljanja. No, bez obzira na način na koji se izvještava o sportskim temama, one će uvijek naći svoju publiku (Hoque Moni, 2014.).

## **6.2. Sportsko novinarstvo u tisku**

Prema mišljenju sportskih novinara koji su radili i na televiziji i u tisku, izvještavanje u tisku je neusporedivo teže. Nema dvosmjerne komunikacije, a novinar mora uspostaviti interakciju s čitateljem, nema mogućnosti za multimedijским sadržajem, internet i televizija su neusporedivo brži i ažurniji. Međutim, tisak ima nešto što nemaju ni radio ni televizija, a niti internet. Tisak nudi analitičnost. Sportski događaji od velike važnosti zahtijevaju dublju analizu, cjelokupni kontekst, moguće implikacije i njihovu pozadinu, a čitatelji će to najprije potražiti u tisku (Vasilj, 2014:48).

Istraživanja također pokazuju kako su u dnevnim novinama koje nisu specijalizirane za sport, upravo sportske stranice najčitanije, a nerijetko se može dogoditi i da neki politički dnevници, ako se dogodio veliki sportski uspjeh, na svojim naslovnicama objave upravo vijesti iz sporta (Vasilj, 2014:48).

Oblici izvještavanja u sportskom tisku dijele se na:

- 1) Vijest – skup ponuđenih informacija napisanih sukladno novinarskim alatima i tehnikama
  - a. Blic-vijest – skraćena vijest sažeta u jednu rečenicu
  - b. Standardna vijest – sadrži odgovor na 5W plus izvor, najčešće se upotrebljava
  - c. Proširena vijest – nudi proširene informacije, osim na 5W odgovara i na zašto i kako, u njoj se navodi i pozadina događaja

- 2) Izvješće – duži oblik vijesti, dijeli se na:
  - a. Izvješće s ekipnih sportova – sadrži lid, dodatne informacije, citate i pozadinu događaja
  - b. Izvješće s individualnih sportova – sadrži lid, ostale važnije rezultate, citat pobjednika, pozadinu događaja te najavu idućeg događaja na kojem pojedinac sudjeluje
  - c. Multielementno izvješće – vrsta izvješća s pomoću kojeg se prati jedan događaj, a koji je sastavljen od različitih elemenata
  - d. Komentarsko izvješće – osim iznošenja informacija o rezultatima i ostalim činjenicama, komentator iznosi i vlastite sudove o kvaliteti igre i kvaliteti prikazanog, no to mora raditi mnogo suptilnije nego kada piše komentar
- 3) Članak – zahtjevniji žanr u kojem se miješaju reportaža i analiza, reporter osim osnovnih informacija čitateljima pokušava i interpretirati događaj te ga učiniti razumljivijim, kraći je od reportaže
- 4) Profil (portret) – fokusiran je na zanimljive i značajne osobe, a iako se većinom odnosi na pozitivne priče, ne smije se svoditi na superlative i pohvale bez doze objektivnosti
- 5) Reportaža – dopunjuje vijest, zadatak joj je prikazati događaj što je moguće konkretnije i očiglednije, sastoji se od informacija više nego od izražavanja mišljenja
- 6) Komentar – niz analitičkih i angažiranih žanrova kojima novinarstvo ostvaruje svoju najvišu vrijednost
- 7) Analiza – subjektivni žanr u kojem novinar na temelju statističkih pokazatelja i podataka analizira pojave u sportu, a najpogodnija je za tisak
  - a. Autorska analiza – cijeli tekst je djelo autora bez izjava sugovornika
  - b. Analiza sa sugovornicima – podvrsta koja osim autorovih saznanja sadrži i saznanja sugovornika
- 8) Nekrolog – osvrt na život umrlog sportaša ili sportskog djelatnika s prisjećanjem njegovih zasluga u sportu
- 9) Feljton – impresionistički oblik izražavanja čiji završetak mora sadržavati temeljnu poruku, a specifičnost mu je da izlazi u nastavcima

- 10) Intervju – sastoji se od uvodnog dijela u kojem se predstavlja sugovornik, središnjeg dijela koji se sastoji od pitanja i odgovora te svršetka čiji je cilj dati poantu cijelog intervjua (Vasilj, 2014: 51-95).

Neki od najpoznatijih svjetskih dnevnih sportskih listova su: španjolska *Marca*, francuski *L'Equipe*, talijanska *Gazzetta dello Sport*, američki *Sports Illustrated*, a u Hrvatskoj su to Sportske novosti (Vasilj: 2014:48).

### **6.3. Sportsko novinarstvo na radiju**

Iako se pojavom televizije predviđala propast radija kao medija, zbog brzog načina života i potrebe za ažurnim informacijama, radio je danas medij koji konkuriira i televiziji i internetu. On ima ono što današnjem konzumentu medija treba – brzinu, ažurnost i dvosmjernu komunikaciju te time pogoduje i sportskom novinarstvu (Vasilj, 2014:143). Prednost radija je i to što on ponekad prenosi događaje koji za televiziju nisu toliko zanimljivi. Takav primjer je utakmica kupa Hrvatske između Dinama i Osijeka koju televizija nije prenosila, ali radio jest te mu je za vrijeme prijenosa slušanost narasla deset puta ( Pavić, 2012).

U svijetu je prvi sportski radijski prijenos održan 1926. godine, a u Zagrebu samo godinu dana kasnije, 17. srpnja 1927. godine. Na rasporedu je bila nogometna utakmica između Građanskog i HAŠK-a, a komentator je bio Marijan Polić (Pavić, 2012).

Radio svojim slušateljima nudi i različite sportske emisije. Sportske blic vijesti te sportski blok u informativnim minutama najkraće su, traju dvije do četiri minute i u njima se spominju samo najvažniji rezultati koji su se dogodili tog dana (Vasilj, 2014: 144-145). Primjer je emisija „Sport info“ koja se svakodnevno emitira na radiju Zadar (Sport info, 2018). Tjedni sportski magazin kao što je emisija „Sportski mikrofon“ koja se emitira na drugom programu hrvatskog radija ponedjeljkom u poslijepodnevnom terminu priprema se, kao što mu u naziv kaže, cijeli tjedan pa se od nje očekuje i veća kvaliteta priloga (Vasilj, 2014: 145).

### **6.4. Sportsko novinarstvo na televiziji**

Trenutno niti jedan medij ne može konkurirati televiziji kada je riječ o prijenosu sportskih događaja. Vizualni i akustični efekti koje pruža televizija stvaraju posebnu vezu između gledatelja i događaja koji se prenosi. Iako ništa ne može nadmašiti onaj osjećaj

strahopoštovanja kada se osobno prisustvuje finalu Lige prvaka ili otvorenju Olimpijskih igara, televizija je u stanju prenijeti dio te atmosfere uz još neke detalje (ponovljeni prikaz pogotka u nogometu, izraz lica trenera u trenutku pobjedničkog pogotka) koji se možda ne bi zamijetili kada bi se osobno prisustvovalo takvom događaju (Vasilj, 2014:163).

S obzirom na veliku gledanost sportskih sadržaja, postoje televizije koje prate isključivo sport. U svijetu su najpoznatije sportske televizije ESPN, Fox Sports, Sky, Eurosport, Arena. U Hrvatskoj postoji Sportska televizija koja je osnovana 2011. godine, međutim, ona sada, umjesto sportskih sadržaja, emitira reklame i manje poznate i popularne sportske sadržaje (Telegram, 2015).

Koliko je zapravo velika gledanost sportskih sadržaja na televiziji govori podatak da je Svjetsko nogometno prvenstvo 2014. godine pratilo nevjerojatnih 3,5 milijarda ljudi. (Waugh, 2015).

## **6.5. Online sportsko novinarstvo**

Kada je riječ o sportskom *online* novinarstvu, mnogi će se složiti kako ono polagano ubija pravo novinarstvo. U središtu više nisu detalji s utakmica, analize rezultata i slično, već je bitna samo brzina objave teksta. Tekstovi moraju biti kratki i sažeti jer čitatelja *online* medija većinom zanima samo rezultat i pokoji važniji detalj sa sportskog događaja, a razina koncentracije pri čitanju vijesti s ekrana pada sa svakom sljedećom rečenicom (Vasilj, 2014: 199).

No, Internet je posao svih novinara olakšao i otežao u istoj mjeri. Činjenica je da je tehnologija natjerala novinare da postanu produktivniji. Mnogo je lakše natipkati vijest, dostaviti je uredniku, izmijeniti ako nešto nije u redu i objaviti je. Olakšano je i istraživanje i provjeravanje informacija kako bi se greške oko imena i prezimena igrača ili nekih statističkih podataka svele na minimum, no razlog zbog kojeg danas i dalje postoji mnogo grešaka su kratki rokovi za objavu teksta zbog velike konkurencije. Velika prednost *online* novinarstva je i to što će tekstove koji su objavljeni na internetu zasigurno pročitati više ljudi od onih koje su objavljene u novinama (Toney, 2013: 117). Nadalje, prednosti u sportskom *online* novinarstvu su poveznice. „Etabilirani mediji mogu dati veze, linkove“ s takvim izvorima sa svojih glavnih informativnih stranica – upozoravajući da nisu odgovorni za sadržaj tih vanjskih stranica“ (Rudin, Ibbotson, 2008:95). Niti jedan drugi medij ne omogućuje takvu vrstu informacija.

Povezivanje napisanog teksta s tekstovima koji su objavljeni prije tjedan ili godinu dana omogućuju čitatelju da se prisjeti nekog događaja ili jednostavno da proširi znanje o pročitanoj temi. Međutim, mora se paziti na linkove koji više nisu aktivni kako bi se izbjegao dojam neozbiljnog portala (Rudin, Ibbotson, 2008:95).

### **6.5.1. Online vijest**

Online vijest također treba sadržavati odgovore na 5W pitanja. Stil koji opisuje online vijesti povezuje se s dobivanjem čitateljeve pozornosti više nego s tradicionalnim izvještavanjem, Riječ je o neposrednijem i manje službenom stilu pisanja koji je privukao čitatelje diljem svijeta (Vasilj, 2014: 200, prema Craig, 2010: 142). Dodaci uz online vijest su:

- 1) kronologija – detaljno objašnjava kako se određeni događaj odvijao
- 2) glosar – objašnjava terminologiju vezanu uz određenu temu
- 3) okvir sa servisnim informacijama
- 4) tablice, dijagrami i grafika
- 5) popis aktera i ocjene
- 6) okvir s biografijom
- 7) usporedba – uspoređuju se prednosti i slabosti igrača
- 8) istaknuti citati (Vasilj, 2014: 200-204).

### **6.5.2. Liveblogging**

Jedna od velikih prednosti sportskog *online* novinarstva je izravni blog, tj. *liveblogging*. Riječ je o prijenosu sportskog događaja u pisanom obliku korištenjem stakato rečenica. Svaki događaj na utakmici dobiva po jednu ili dvije rečenice koje se redaju kronološki. *Liveblogging* omogućuje svakom korisniku koji ima pristup internetu da prati rezultat sportskog događaja koji je u tijeku na svom laptopu, tabletu ili mobitelu (Vasilj, 2014:204).

Osim na sportskim, izravni blog se pojavljuje na svim važnijim nacionalnim portalima. *Liveblogging* svakom minutom utakmice donosi veći broj klikova i komentara na stranici, čime se podiže i vrijednost samog portala. Primjeri *liveblogginga* mogu se pronaći na portalima *24 sata*, *Večernjeg lista*, *Jutarnjeg lista*, *Sportskih novosti* te *Index.hr-a* koji redovito prenose svaku veću i važniju utakmicu.

FANTASTIČAN EL CLA... [PODIJELI](#)

INDEX HR

58' Umalo 3:1 za Barcu koja igra bolje s igračem manje. Paulinho je zamalo zakasnio.

57' CAMP NOU JE NA NOGAMA! Valverde je izvadio iz igre Iniestu, a uveo je Paulinha. Cijeli stadion se naklonio jednom od najvećih igrača modernog doba kojem je ovo zadnji El Clasico

52' GOOOOOL! Barcelona s igračem manje vodi, a gol je zabio, a tko će drugi, nego Leo Messi! Suarez je prošao po lijevoj strani, vezni red i obrana Reala se raspala misleći da je Urugavajac faulirao Varanea, i gledali su kako je Suarez dodao Messiju. Argentinac je sjajno primio loptu, prošao je još jednog braniča Reala, a onda je sjajnim udarcem s 14. 15 metara probio Navasa.

stora... sudackim pogresaka, vnom na štetu Reala.

>>> Uskoro opširnije

**BARCELONA - REAL 2:2**

KRAJ

86' Izašao je iz igre Toni Kroos, ušao je Mateo Kovačić

76' Marcelo je pao u kaznenom prostoru Barce, sudac Hernandez je bio blizu, ali nije pokazao na bijelu točku. Dvojbena situacija.

Slika 1. Primjer liveblogginga (<https://www.Index.hr/sport/clanak/fantastican-el-clasico-cetiri-gola-cudesne-akcije-hvatanje-za-vrat-crveni-karton-i-uzasno-sudjenje-22/1043113.aspx>)

### 6.5.3. Online anketa

Vrlo popularna i zanimljiva korisnicima je *online* anketa. Iako služi većinom za zabavu jer zbog mnogih mogućnosti manipulacije i nerelevantnog uzorka ne može biti znanstveno utemeljena, ona može biti određeni pokazatelj. Najčešća pitanja su vezana uz najljepši gol ili najboljeg igrača, ali se također može odnositi i na pitanja poput treba li trener napustiti svoju poziciju (Vasilj, 2014:206).

ANKETA

DA Treba li Babić otići s klube reprezentacije? NE

Treba li Babić otići s klube reprezentacije?

Da

Ne

15,968 Glasova

Slika 2. Primjer ankete ([https://www.index.hr/sport/clanak/anketa-treba-li-babic-otici-s-klupe-representacije/913663.aspx?fb\\_comment\\_id=1078963032184907\\_1078968628851014](https://www.index.hr/sport/clanak/anketa-treba-li-babic-otici-s-klupe-representacije/913663.aspx?fb_comment_id=1078963032184907_1078968628851014))



## 6.6. Budućnost sportskog novinarstva

„Sport će sa svojim pravilima, rekordima, zvijezdama, sportskim borilištima, navijačkim skupinama, himnama, znakovljem, mitovima, ritualima... u još većoj mjeri zauzimati prostor u tisku i novim medijima te minute i sate na radiju i televiziji. I dalje će se osnivati novi sportski mediji koji će se specijalizirati prema određenim sportovima“ (Vasilj, 2014:239).

Jedan od načina specijalizacije u sportskom novinarstvu odnosi se i na *data-driven* novinarstvo. Radi se o tome da, u sportu, statistika znači gotovo sve, što znači i da je od iznimne važnosti znati kako analizirati podatke, ali i kako te podatke na najjednostavniji način prenijeti čitateljima i publici. Novinari više neće biti ljudi koji će morati znati samo pisati, oni će morati biti i matematički pismene osobe koje će morati znati analizirati statističke podatke. Jedan od najpoznatijih sportskih kanala ESPN, već je implementirao sličan segment u jednu od svojih emisija nazvavši ga „*Sport Science*“. U njemu se ispituje kako napredna analitika i numerička strana igre utječu na performanse na terenu. Ovo područje novinarstva ima potencijal da raste eksponencijalno, a kako analitika postaje sve deskriptivnija i detaljnija, tko zna što će budućnost donijeti sportskom novinarstvu utemeljenom na podacima (Manahan, 2015).

Osim *data-driven* novinarstva, zahvaljujući napretku tehnologije, sve se više ističe i *athlete driven media*, odnosno činjenica da sportaši sami dijele najnovije informacije o svojim transferima, ozljedama i ostalim relevantnim informacijama na vlastitim profilima društvenih mreža. Sportski obožavatelji često koriste *Twitter* kako bi popratili najnovije vijesti vezane uz svoje idole, no to se većinom odnosi na američko stanovništvo gdje je NBA broj jedan kada je u pitanju praćenje na društvenim mrežama, a čak 2/3 NBA igrača aktivno koristi *Twitter*. Jedan od glavnih razloga ove promjene jest što je igračima dozlogrdilo da se njihove izjave često namjerno preuveličavaju kako bi se dobili što bombastičniji naslovi, poput košarkaša Blakea Griffina koji je izjavio: “Najdraža stvar mi je to što mogu u jednom trenutku reći što želim i jednostavno biti gotov s tim – umjesto da se moje riječi protumače na neki potpuno drugačiji način“ (Chaddha, 2017).

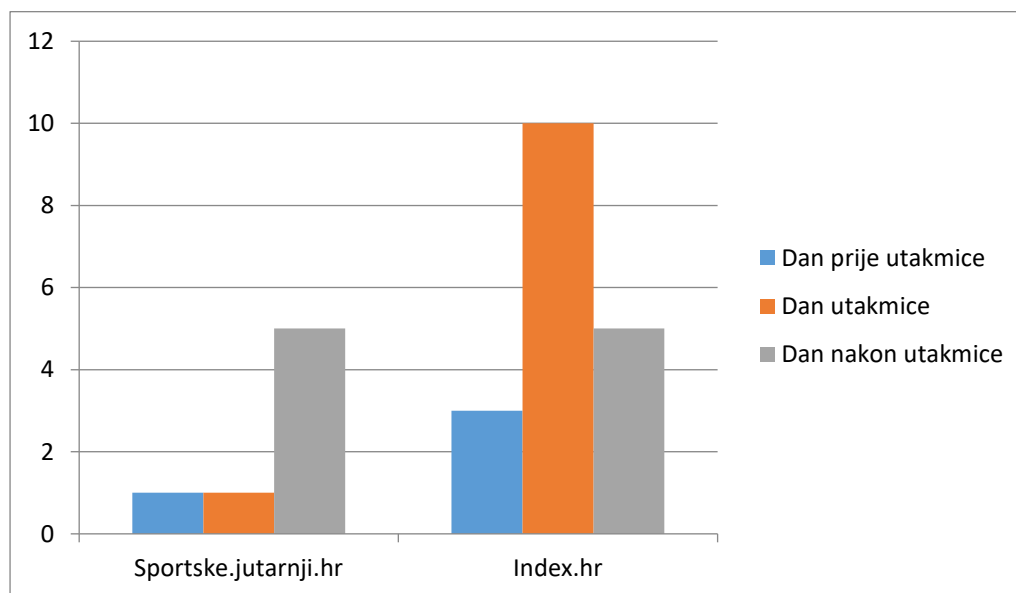
## 7. REZULTATI ISTRAŽIVANJA I NJIHOVA ANALIZA

Nakon što su podaci o izvještavaju s dviju rukometnih utakmica prikupljeni, oni su prikazani grafički te interpretirani s obzirom na hipoteze koje su postavljene ranije. Sveukupno je analizirano 59 članaka, od čega 28 članaka na portalu *sportske.jutarnji.hr* i 31 na portalu *Index.hr*. Analizirani članci objavljeni su dan prije, na dan i dan nakon utakmica metodom analize sadržaja, a rezultati su prikazani u sveukupno 28 grafova.

### 7.1. Analiza subjektivnog izvještavanja na portalima *sportske.jutarnji.hr* i *Index.hr* prilikom pobjede hrvatske rukometne reprezentacije nad Poljskom

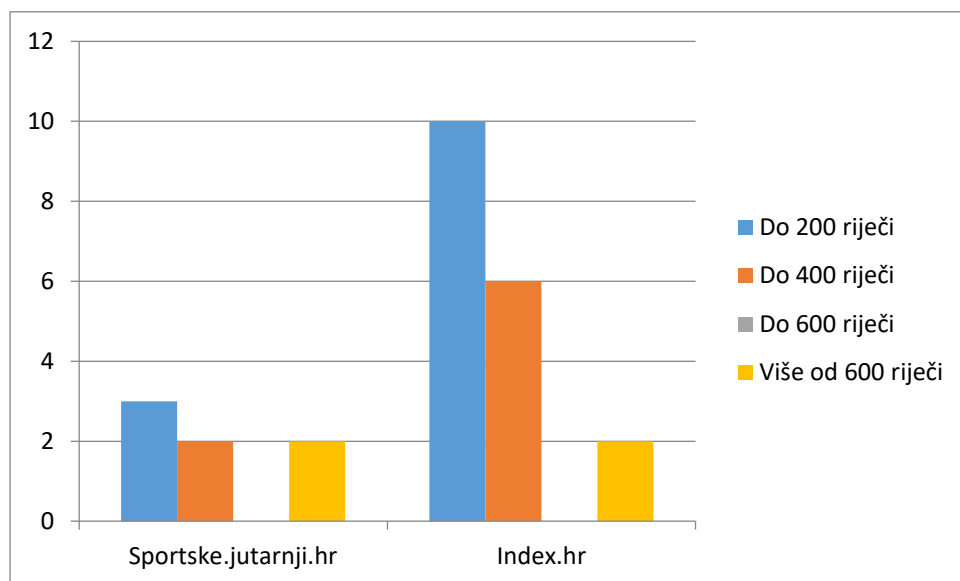
U razdoblju od 26. do 28. siječnja 2016. godine objavljeno je sveukupno 25 članaka o pobjedi hrvatskih rukometaša nad reprezentacijom Poljske i to sedam na portalu *sportske.jutarnji.hr* i 18 na portalu *Index.hr*.

Grafikon 1. Broj objava



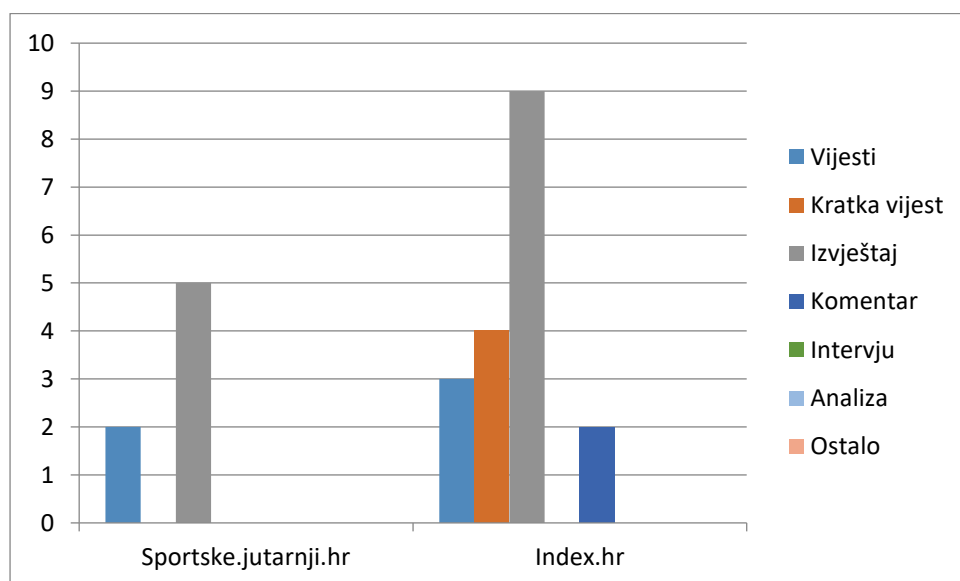
Portal *sportske.jutarnji.hr* je povodom pobjede Hrvatske nad Poljskom objavio sveukupno sedam objava i to jednu na dan prije utakmice, jednu na dan utakmice i pet na dan nakon utakmice. *Index.hr* je povodom iste utakmice objavio tri objave na dan prije utakmice, deset na dan utakmice i pet dan nakon utakmice.

Grafikon 2. Dužina analiziranih objava



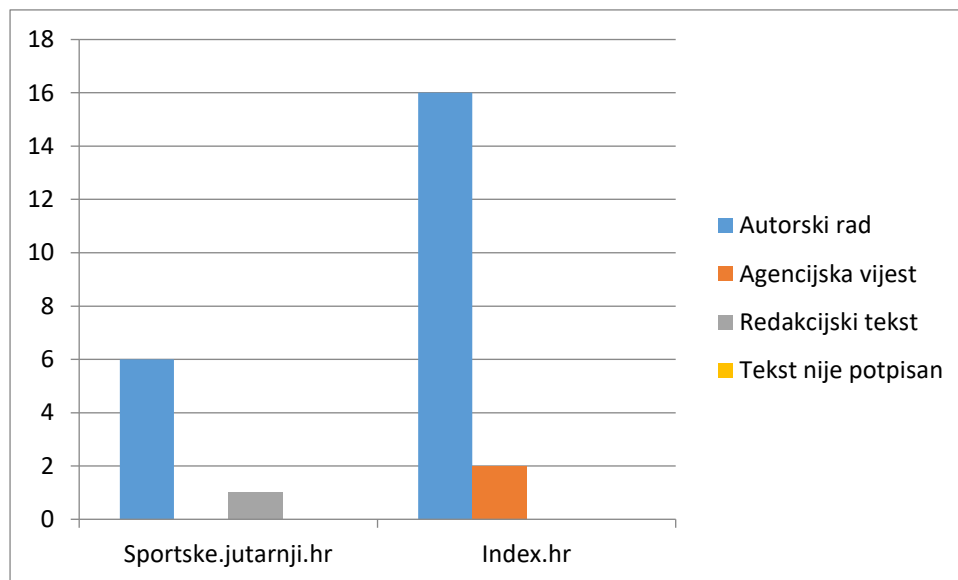
Većina objava koji su objavljene na oba portala su kraće od 200 riječi, osam ih je dužine do 400 riječi, niti jedna objava nije do dužine 600 riječi, a po dvije na svakom portalu su duže od 600 riječi. Na *Index.hr*-u objave koje su duže od 600 riječi su komentar prije utakmice i izvještaj nakon utakmice, a na portalu *sportske.jutarnji.hr* obje objave koje su duže od 600 riječi su izvještaji nakon odigrane utakmice. Ovime je potvrđena Vasiljeva rečenica da su online vijesti veoma kratke i sažete s obzirom da koncentracija čitatelja sa svakim novim redom teksta pada (Vasilj, 2014: 199).

Grafikon 3. Vrsta novinarskog žanra



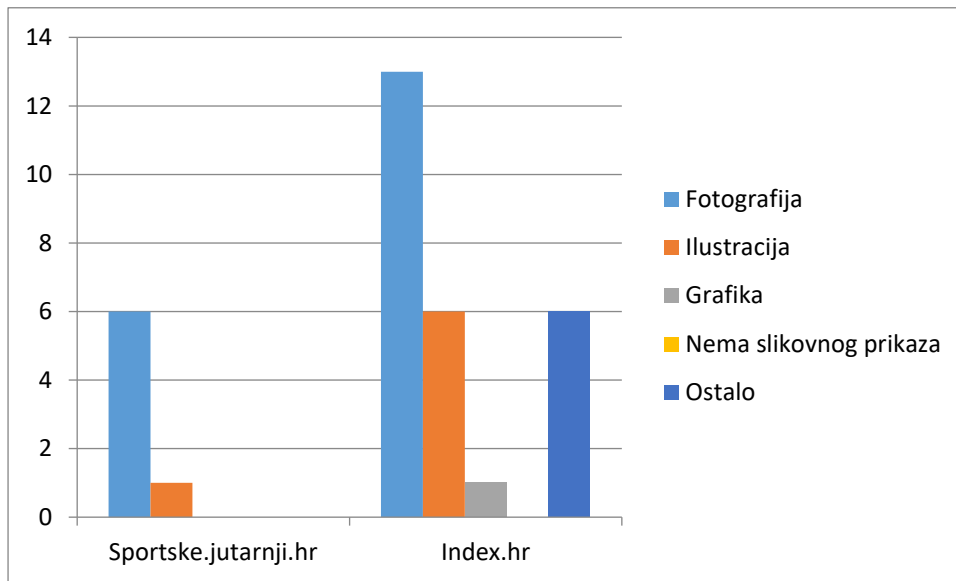
Vasilj je u svojoj knjizi *Sportsko novinarstvo* iznio podjelu žanrova koji se koriste u sportskom novinarstvu, a koja je spomenuta u teorijskom dijelu rada. S obzirom na broj analiziranih objava i tematiku, u istraživanju su nabrojani žanrovi koji su najčešće korišteni u analiziranim tekstovima. Tako su na portalu *sportske.jutarnji.hr* povodom pobjede reprezentacije Hrvatske nad Poljskom najviše puta objavljeni izvještaji, točnije, njih pet, a dva teksta su bili kraćeg tipa, odnosno vijesti. Na *Index.hr*-u situacija je malo drugačija pa su tamo objavljene tri vijesti, četiri kratke vijesti, devet izvještaja i dva komentara. Jedan komentar napisao je Lino Červar nakon utakmice, a autor drugog komentara je Dario Dalmacija, novinar tog portala.

Grafikon 4. Autorstvo analiziranih objava



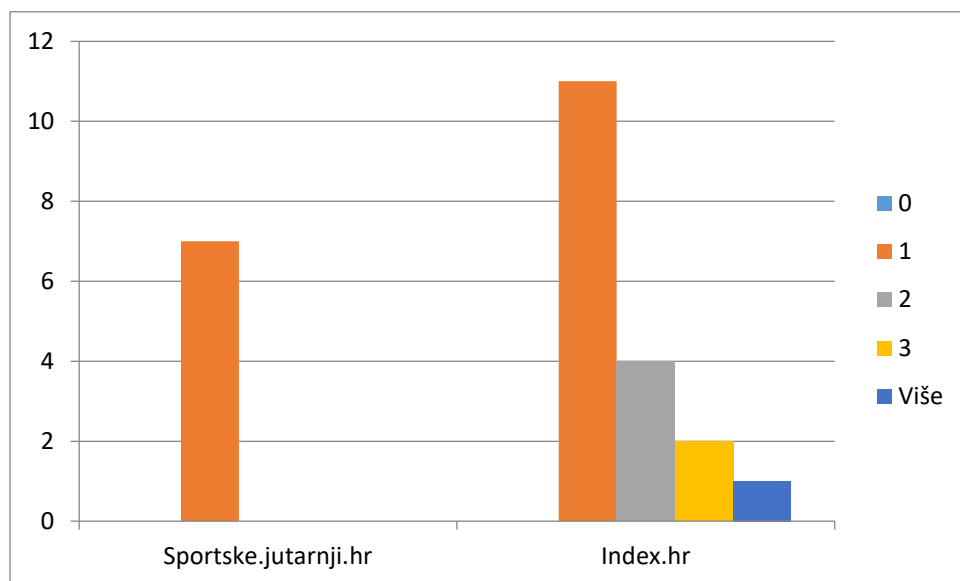
„Čitatelji vole znati tko je autor teksta. Netko se i odlučuje kupovati neke novine zbog svojih omiljenih autora. Praksa je različita, ali još uvijek se autorstvo održava. No, uočen je vrlo čudan trend: većina autora potpisana je samo s inicijalima, što zahtijeva od čitatelja daleko veće poznavanje novinara“, zaključio je Najil Kurtić (2007: 14) u knjizi *Vjerodostojnost novina*. Sličan trend prate i ova dva portala s time da su na portalu *sportske.jutarnji.hr* većina autora potpisani punim imenom i prezimenom, dok su na portalu *Index.hr* većina autora potpisani inicijalima pa čitatelji mogu zaključiti kako je portal *sportske.jutarnji.hr* objektivniji i točniji u svom izvještavanju.

Grafikon 5. Vizualna prezentacija analiziranih objava



Vizualne prezentacije na portalima iznimno su važne zbog semantičko – epistemoloških razloga, odnosno zbog činjenica da one prenose dodatne informacije i imaju zadatak potpunijeg razumijevanja poruke i događaja na koje se odnose (Kurtić, 2007:130). Na portalu *sportske.jutarnji.hr* povodom pobjede reprezentacije Hrvatske nad Poljskom u sklopu članaka objavljeno je šest fotografija i jedna ilustracija, pri čemu se pod ilustracijom smatra *screenshoot* s neke druge stranice. Na *Index.hr*-u objavljeno je 13 fotografija, šest ilustracija, jedan grafički prikaz i šest ostalih vizualnih objava, pri čemu se pod ostalim smatra vizualni prikaz objave s Twittera. Razlika između vizualne objave s Twittera i *screenshoota* u ovom primjeru je u tome što je vizual s Twittera ujedno i poveznica koja vodi na službenu Twitter stranicu te objave (primjer: službena stranica Hrvatskog rukometnog saveza). Ovim grafom zaključuje se kako *Index.hr* ipak pridonosi više pažnje vizualima pa samim time i informiranosti svojih čitatelja.

Grafikon 6. Broj fotografija po objavi



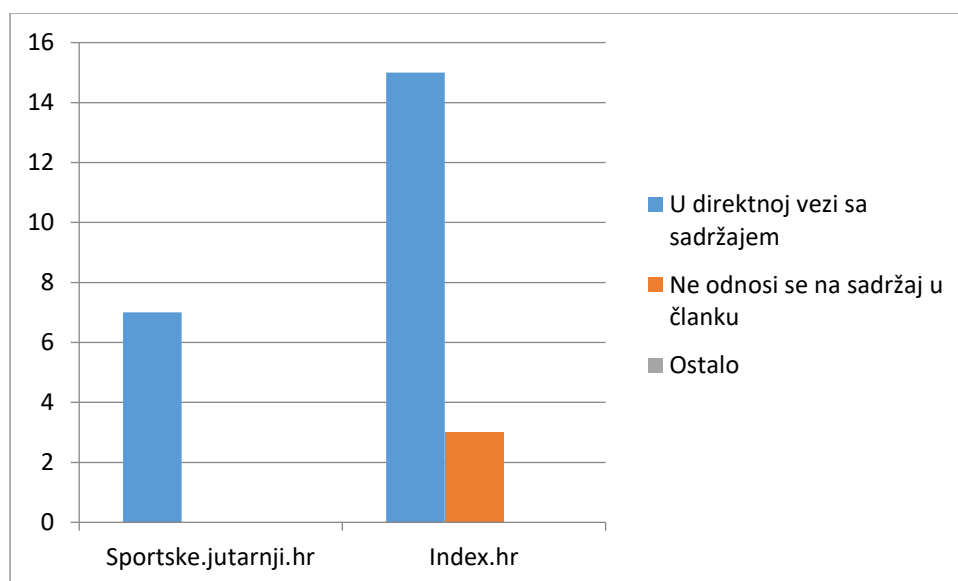
Fotografija je vjerodostojan dokument kojemu je primarni cilj informacija, a ne ukras kako se često misli (Babić, 1987:75). Kada je riječ o broju fotografija koje su objavljene u analiziranim tekstovima, *sportske.jutarnji.hr* objavio je po jednu fotografiju po tekstu, a *Index.hr* je objavio jedanaest tekstova s po jednom fotografijom, četiri teksta s dvije fotografije, dva teksta s tri fotografije, a jedan tekst je imao više od tri objavljene fotografije čime se može zaključiti kako *Index.hr* koristi prednosti fotografija u svrhu veće informiranosti svojih čitatelja.

Grafikon 7. Broj videa po objavi



Za razliku od fotografija, video sadržaja je bilo mnogo manje pa je tako povodom pobjede reprezentacije Hrvatske nad Poljskom na portalu *sportske.jutarnji.hr* objavljen samo jedan video, a na *Index.hr*-u je šest je tekstova sadržavalo jedan video, a tri teksta dva ili više videa pa se ponovno zaključuje da *Index.hr*, osim fotografija, više koristi i video sadržaje kako bi dočarao atmosferu koja je vladala na događaju o kojem izvještava te samim time pridonijela većoj informiranosti svoje publike.

Grafikon 8. Odnos naslova i teksta

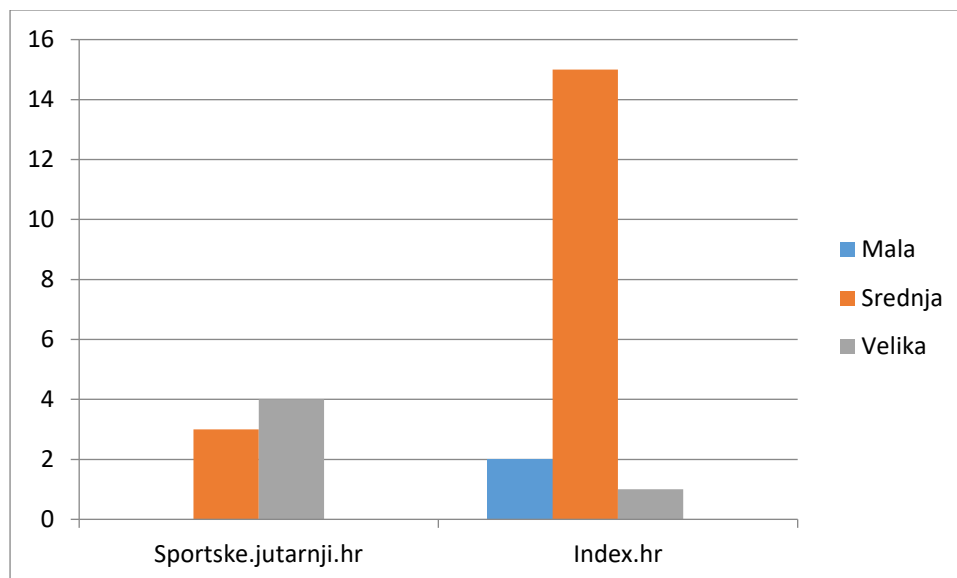


Naslov je ono što će najprije privući pažnju čitatelja. Zbog toga se na portalima često mogu vidjeti naslovi koji uopće ne odgovaraju sadržaju koji slijedi u članku. U posljednje vrijeme sve se češće spominje i naziv *clickbait*, što u slobodnom prijevodu znači mamac, a definira se kao sadržaj (naslov) čija je glavna svrha privući pažnju čitatelja i potaknuti ga da klikne na poveznicu i pročita članak (Oxford dictionaries, 2019). Nakon provedene analize, svi naslovi na portalu *sportske.jutarnji.hr* bili su u direktnoj vezi sa sadržajem.

Objave na portalu *Index.hr* čiji naslovi uopće nisu u vezi s tekstovima su: „Hrvatski junaci: Motivirali su nas Francuzi“ u kojem je izjavu dao samo jedan od „junaka“, Ivan Stevanović, i koji je zapravo izjavio kako su hrvatski reprezentativci, nakon norveške pobjede nad Francuskom koja je bila prvi preduvjet za ulazak hrvatske u polufinale, postali svjesni da su dobili drugu priliku te da su fantastičnom igrom i borbom do samog kraja tu pobjedu i ostvarili. Sljedeći primjer je naslov „FOTO Velika noć hrvatskog sporta“ u kojem bi se, sudeći prema naslovu, trebala nalaziti fotogalerija nakon pobjede, no nakon otvaranja članka vidljivo je kako

fotografija nema. S obzirom da je članak objavljen prije više od dvije godine, moguće je da zbog tehničkih problema fotogalerija više nije dostupna. Zadnji primjer je članak pod naslovom „Delirij zadnje minute: "Kakva noć, kakav dan! Nemojte piti vodu, popijte nešto pravo za Hrvatsku“ u kojem autor u par rečenica opisuje što se dogodilo, a zatim poziva čitatelje da pogledaju video u kojem stručni komentatori Filip Brkić i Zlatan Saračević ushićeno komentiraju posljednje minute utakmice, dakle naslov se ne odnosi na sadržaj u tekstu.

Grafikon 9. Istaknutost naslova u analiziranim objavama



Na portalu *sportske.jutarnji.hr* tri članka imaju srednju istaknutost, a četiri veliku istaknutost, što znači da su korištena velika slova kako bi se dodatno naglasili. Dva naslova na portalu *Index.hr* imaju malu istaknutost, što znači da su veoma kratki i pomalo neprivlačni. Riječ je o naslovima „Kapetan spreman za Poljsku i paklenu atmosferu“ i „Hrvatski junaci: Motivirali su nas Francuzi“. Znajući koliko su naslovi važni u *online* objavama, ovime se može zaključiti kako i novinari ovih dvaju analiziranih portala pridaju veliku važnost naslovima jer su svjesni da će im oni privući veći broj publike.

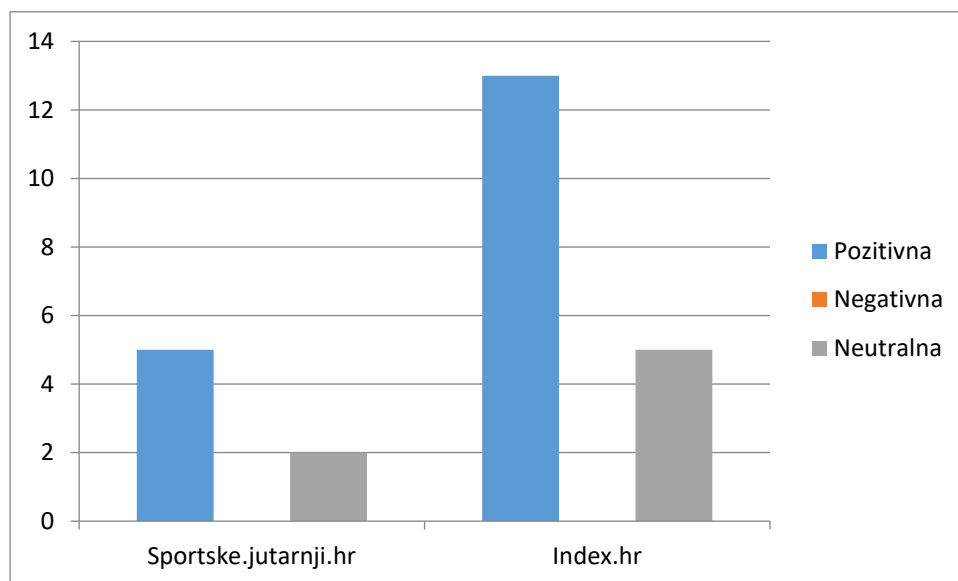


Grafikon 10. Vrijednosna orijentacija naslova



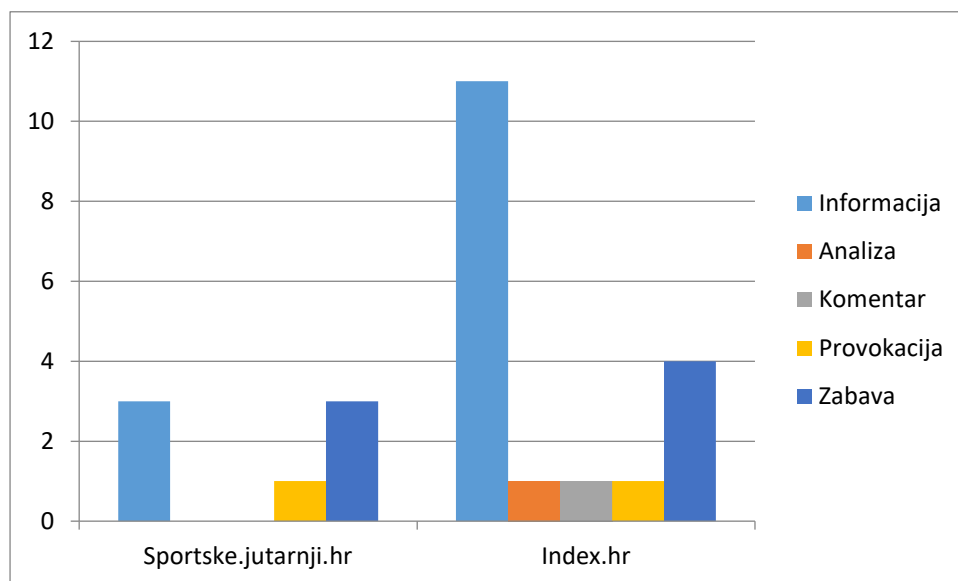
Pri određivanju vrijednosne orijentacije naslova, većina njih koji su objavljeni povodom pobjede hrvatske reprezentacije nad Poljskom je, očekivano, pozitivna. Dva naslova na portalu *sportske.jutarnji.hr* su neutralna. Naslovi „Kakve su šanse da Hrvatska napravi senzaciju? 'Sigurno se šalite?! Drago mi je da sanjate“ i „I ON JE TREBAO JE BITI DIO DRUŽINE 'Od ovog prvenstva trebalo bi snimiti film. Ovi moji nisu normalni“ su naslovi koji imaju elemente provokacije, ali nisu niti pozitivni niti negativni pa su ocijenjeni kao neutralni. S druge strane, na *Index.hr*-u, od sveukupno 18 članaka, pet naslova je ocijenjeno kao neutralno, i to: „REAKCIJE IZ POLJSKE "Ovo je horor“, „Hrvatski junaci: Motivirali su nas Francuzi“, „Samo da taktika ne bude - trčati nazad“, „Kapetan spreman za Poljsku i paklenu atmosferu“ i „Babić uoči Poljske najavio promjenu "da se poslije ne bi postavljala pitanja““. Iako je većina naslova ocijenjena kao pozitivna, iz ovog se primjera može vidjeti kako novinari ne prežu pred mogućnošću da neprofesionalno iskoriste naslov kao mamac, a samim time naruše i vjerodostojnost objave.

Grafikon 11. Vrijednosna orijentacija objave



Pet od sedam objava na portalu *sportske.jutarnji.hr* su pozitivne, a dvije neutralne. Riječ je o objavama pod naslovom „Kakve su šanse da Hrvatska napravi senzaciju? 'Sigurno se šalite?! Drago mi je da sanjate“ koja je objavljena dan prije utakmice, a u kojoj se radi o izjavi poljskog izbornika gdje on samouvjereno, gotovo bahato, govori o sigurnom prolasku Poljske u polufinale. Druga objava nosi naslov „I ON JE TREBAO JE BITI DIO DRUŽINE 'Od ovog prvenstva trebalo bi snimiti film. Ovi moji nisu normalni“ koja je objavljena nakon utakmice, a u kojoj se radi o Luki Stepančiću i njegovim dojmovima nakon utakmice, a koji je zbog ozljede propustio natjecanje. Na portalu *Index.hr* 13 objava je ocijenjeno kao pozitivno, a pet kao neutralno. Neutralne objave na tom portal nose naslove: „Kapetan spreman za Poljsku i paklenu atmosferu“, „Babić uoči Poljske najavio promjenu "da se poslije ne bi postavljala pitanja"“, „FOTO Velika noć hrvatskog sporta“, „VIDEO Hrvatska slavi čudesne rukometaše, gore baklje u Zagrebu i Makarskoj“ i „REAKCIJE IZ POLJSKE "Ovo je horor"“. Ono što je zajedničko ovim objavama jest činjenica da nemaju nikakvu posebnu vrijednost, odnosno čitateljima ne pružaju kvalitetne informacije. Zbog toga nisu ocijenjene ni kao pozitivne niti kao negativne, već neutralne.

Grafikon 12. Glavni cilj autora objave



Pri određivanju cilja autora, zadalo se pet mogućih ciljeva: informirati, analizirati, komentirati, provocirati ili zabaviti. Rezultati su ispali i više nego raznoliki, osobito na *Index.hr*-u. Jedanaest članaka je objavljeno s ciljem informacije, analizu nakon utakmice napisao je stručni komentator Lino Červar, komentar prije utakmice iznio je Dario Dalmacija u kojoj se osvrnuo na nastup Hrvatske na Svjetskom prvenstvu u Kataru gdje je tadašnji izbornik Goluža imao dobru taktiku protiv Poljske, ali je nažalost svoje planove napisane na ploči nenamjerno podijelio s medijima netom prije utakmice. Iznio je prednosti i mane obiju reprezentacija, ali je puno kritičnije pisao o Hrvatskoj te je bio uvjeren u prolaz Poljske. Članak koji je za cilj imao provocirati spominje Isusa i Gospu. Činjenica da je Babić bio poznat po svojim pomalo neuobičajenim izjavama nakon utakmica, a nerijetko bi isticao i svoju vjeru u Boga, Isusa i Gospu. Novinari su znali da će njihovo spominjanje potaknuti reakcije i komentare kod čitatelja pa nisu puno dvojili hoće li ili ne upotrijebiti Babićeve izjave, ne samo u tekstu, već i u naslovu. Za razliku od *Index.hr*-a, portal *sportske.jutarnji.hr* objavio je tri članka kojima je cilj bio informirati, jedan koji je za cilj imao provokaciju, u kojem su se također spominjali Isus i Gospa, a tri su objavljena s ciljem zabave. Članci kojima je cilj isključivo zabava zapravo prenose reakcija čitatelja koje su im oni slali na njihovu službenu mail adrese, a na kojima se vidi na koji način oni slave pobjedu rukometaša. Nadalje, riječ je i o objavama u kojima su prikupljene zanimljivosti s društvenih mreža o reakcijama navijača. Također postoje i članci u kojima je jedino preporučeno kako je neki bivši reprezentativac proslavio pobjedu, a čija je objava preuzeta sa službenog profila njegove društvene mreže.

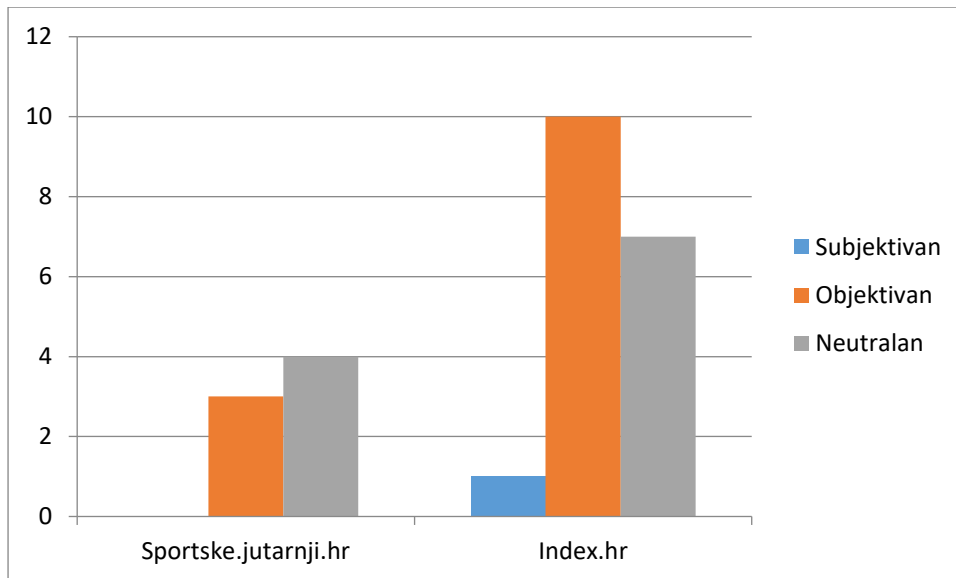
Grafikon 13. Vjerodostojnost objave



Jedan članak na portalu *sportske.jutarnji.hr* i čak sedam članaka na portalu *Index.hr* su ocijenjeni kao subjektivni. Kako je objašnjeno u teorijskom dijelu, za objektivno izvještavanje vjeruje se da je da je u skladu sa stvarnošću, da je nepristrano i stvarno te da je oslobođeno svih predrasuda i osjećaja (Kunczik, Zipfel, 1998:90). S druge strane, teoretičari se slažu da je teško ostati objektivni i neutralan kada vlastita reprezentacija sudjeluje na nekom velikom natjecanju. S obzirom da se ovdje radilo o velikom natjecanju, novinari su se ponekad malo previše zanimali u svojim izvještajima te prenijeli informacije koje i nisu baš u skladu s novinarskim pravilima. Riječ je o jednom članku koji je na portalu *sportske.jutarnji.hr* objavljen na dan utakmice neposredno nakon njenog završetka. Rečenice poput „Rukometaši su najveći sportski heroji Hrvatske! Mogu se smijati ljubitelji nogometa zbog usporedbe, ali tko se više sjeća “Čuda iz Berna” i pobjede Nijemaca nad mađarskom “lakom konjicom” ili „zaista nevjerojatan rasplet EP-a, bez Francuza i Danaca među četiri najbolja, s Hrvatima koji su napravili najveće iznenađenje u rukometu ikad!““ pokazuju kako je i sam novinar veoma emotivno doživio pobjedu hrvatske rukometne reprezentacije koja se, unatoč malim šansama, uspjela plasirati u polufinale Europskog prvenstva. Na portalu *Index.hr* jedan je subjektivni tekst objavljen dan prije utakmice, no tu je zapravo riječ o komentaru Darija Dalmacije. Tri teksta su objavljena na dan utakmice i tri dan nakon utakmice, od čega je ponovno jedan komentar, onaj Line Červara, pa se zapravo može reći da je na *Index.hr*-u sveukupno objavljeno pet subjektivnih članaka. Svaki od tih pet članaka sadrži barem jedan od sljedećih pridjeva: nestvarno, neviđeno, čudesno, senzacionalno, veličanstveno, šokantno, savršeno, najluđi dan u povijesti rukometa i slične. Bilo da se radilo o informativnom ili zabavnom članku, indeksovi

novinari zaista nisu skrivali svoje oduševljenje odigranom utakmicom i to su bez imalo zadržke dali do znanja i čitateljima.

Grafikon 14. Vjerodostojnost naslova

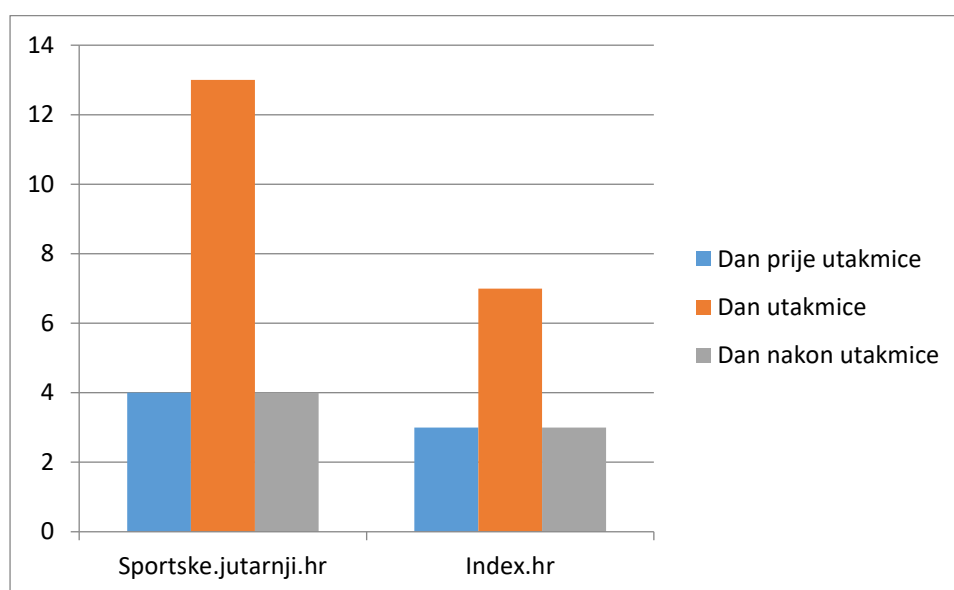


Povodom pobjede reprezentacije Hrvatske nad Poljskom, tri naslova na portalu *sportske.jutarnji.hr* ocijenjena su kao objektivna, a četiri kao neutralna, dok je na portalu *Index.hr* objavljeno sedam neutralnih, 10 objektivnih te jedan subjektivni naslov. Radi se o naslovu: „Twitter gori: Modni Mačak putuje s Francuzima, Poljaci zazivaju Lewandowskog i Kolindu“ iz kojeg se ne može zaključiti o čemu se točno radi u članku, dakle nema vjerodostojnosti čime je narušeno jedno od glavnih obilježja novinarstva.

## 7.2. Analiza subjektivnog izvještavanja na portalima *sportske.jutarnji.hr* i *Index.hr* prilikom poraza hrvatske rukometne reprezentacije od Slovenije

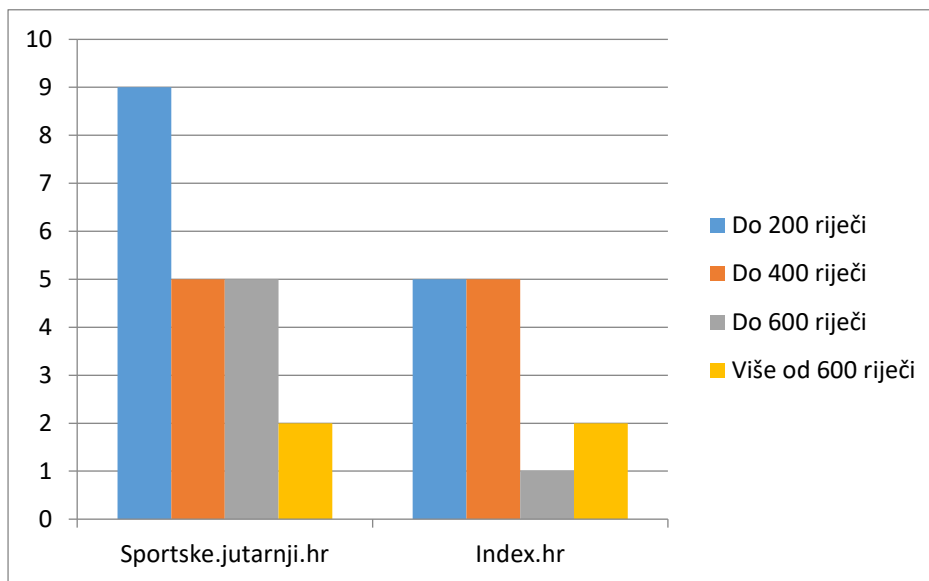
Povodom poraza hrvatske rukometne reprezentacije od slovenske reprezentacije u razdoblju od 27. do 29. siječnja 2017. godine objavljeno je sveukupno 34 članka, 21 na portalu *sportske.jutarnji.hr* i 13 na *Index.hr*-u.

Grafikon 15. Broj objava



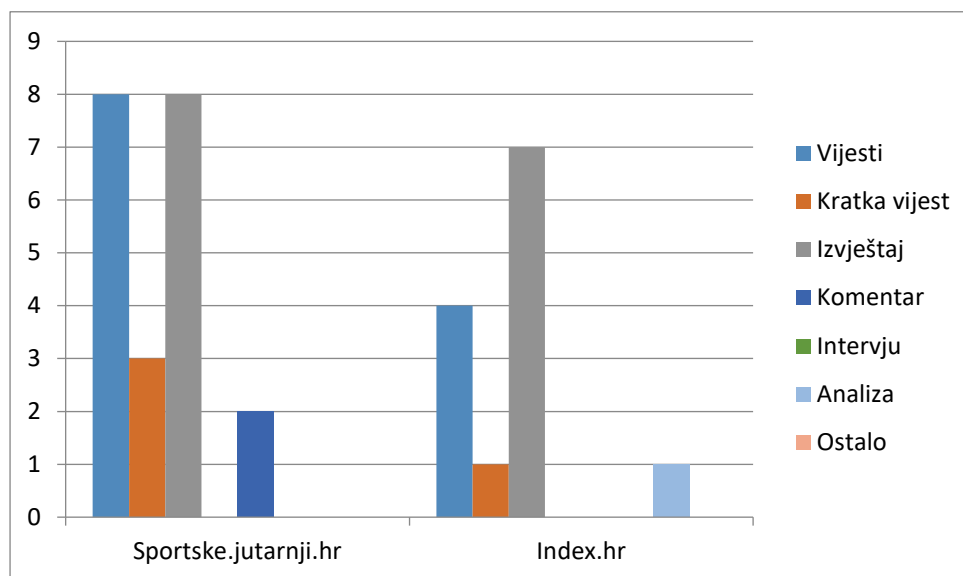
Poraz hrvatske rukometne reprezentacije od Slovenije u borbi za broncu bio je praćeniji od pobjede protiv Poljske. Dan prije utakmice *sportske.jutarnji.hr* objavile su četiri članka, na dan utakmice 13 članaka, a dan nakon utakmice također četiri članka. Za razliku od portala *sportske.jutarnji.hr*, *Index.hr* je objavio manje članaka pa je tako dan prije utakmice objavljeno tri članka, na dan utakmice sedam članaka, a dan nakon utakmice ponovno tri članka.

Grafikon 16. Dužina objave



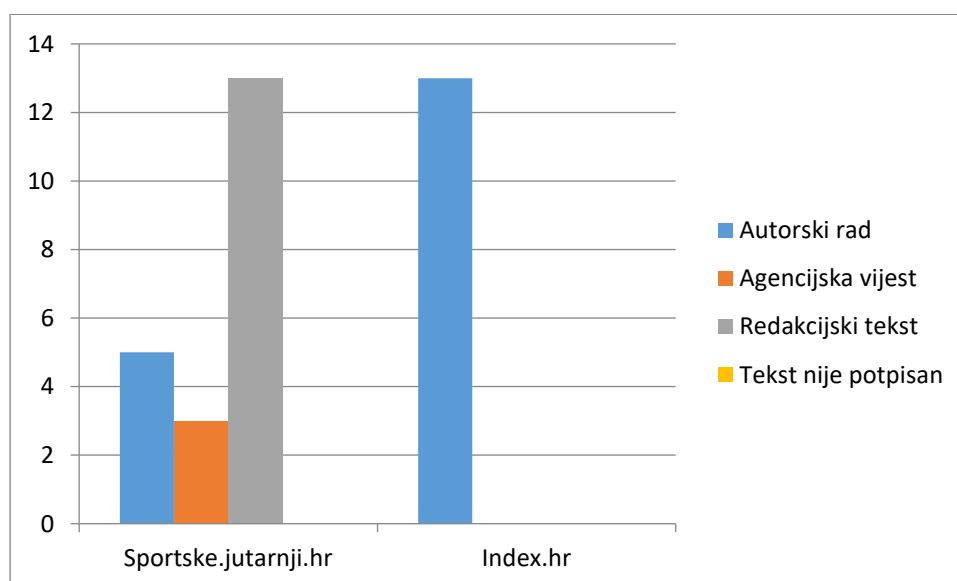
Za razliku od dužine objava koje su objavljene povodom pobjede hrvatske reprezentacije, tekstovi koji su objavljeni povodom poraza su različiti u dužini. Tako je tekstova do 200 riječi bilo sveukupno 14, devet na portalu *sportske.jutarnji.hr* i četiri na *Index.hr*-u, do 400 riječi je objavljeno isti broj na oba portala, njih pet, do 600 riječi sveukupno šest, pet na portalu *sportske.jutarnji.hr* i jedan na *Index.hr*-u, a tekstova s više od 600 riječi je bilo dva na oba portala. Iako je broj tekstova do 600 riječi ostao isti u usporedbi s prošlom primjerom, činjenica je da je u ovom primjeru objavljen i veći broj tekstova, što pokazuje da se trend kraćih i sažetijih tekstova nije promijenio ni nakon godinu dana.

Grafikon 17. Vrsta novinarskog žanra



Na portalu *sportske.jutarnji.hr* povodom poraza reprezentacije Hrvatske od Slovenije objavljeno je sveukupno osam vijesti, tri kratke vijesti, osam izvještaja te dva komentara. *Index.hr* je, s druge strane, objavio četiri vijesti, jednu kratku vijest, sedam izvještaja i jednu analizu pod nazivom „Evo u čemu je Hrvatska bolja od Slovenije, a u čemu Slovenija od Hrvatske“ u kojoj su prilično detaljno objašnjeni statistički podaci koji utječu na ishod utakmice, kao što su: sveukupan broj odigranih utakmica, koji igrači su viši i teži, koja ekipa je jača u obrani, koja u napadu i slično.

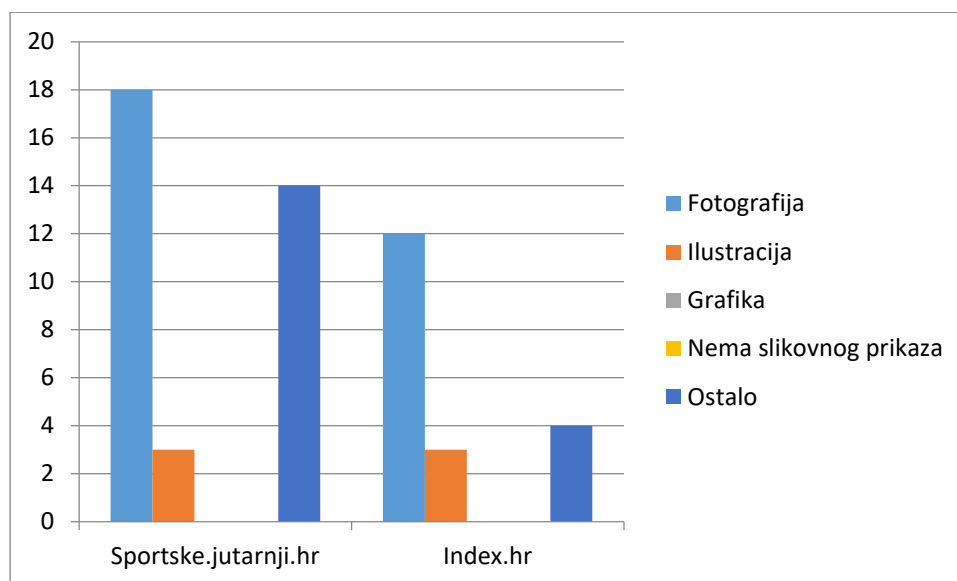
Grafikon 18. Autorstvo analiziranih objava





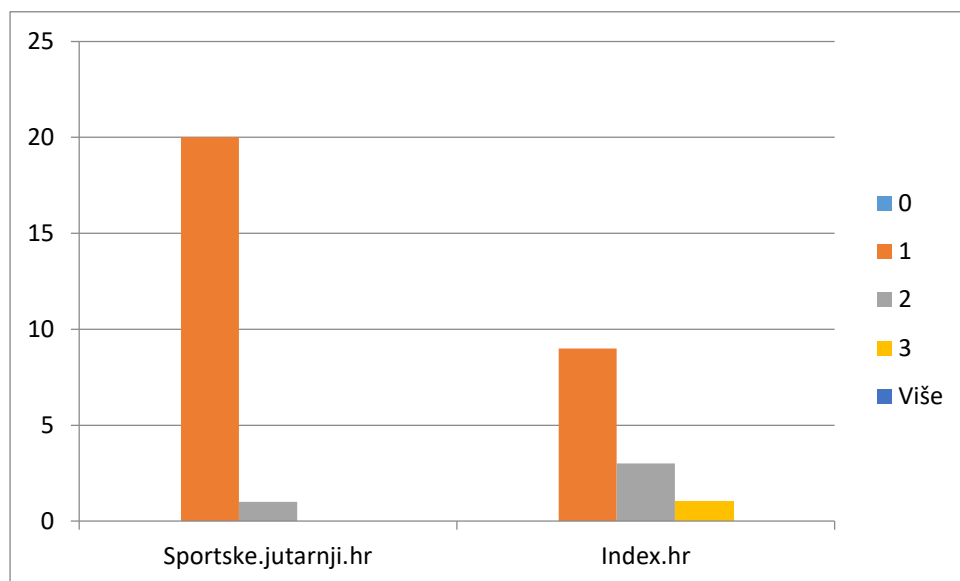
Autori tekstova povodom poraza reprezentacije Hrvatske od Slovenije bili su većinom potpisani od strane redakcije kada je riječ o portalu *sportske.jutarnji.hr*, i to njih čak 13 od sveukupno 21 članka, pet je autorskih radova, a tri je objavljeno od strane agencije. S druge strane, svi tekstovi koji su objavljeni na *Index.hr*-u, potpisani su inicijalima autora. Ovime se ponovno može zaključiti kao i kod prethodnog primjera kako portal *sportske.jutarnji.hr* ovim primjerom dobiva na važnosti i vjerodostojnosti objava time što svojim čitateljima nude potpunu informaciju o novinaru koji je autor članka.

Grafikon 19. Vizualna prezentacija analiziranih objava



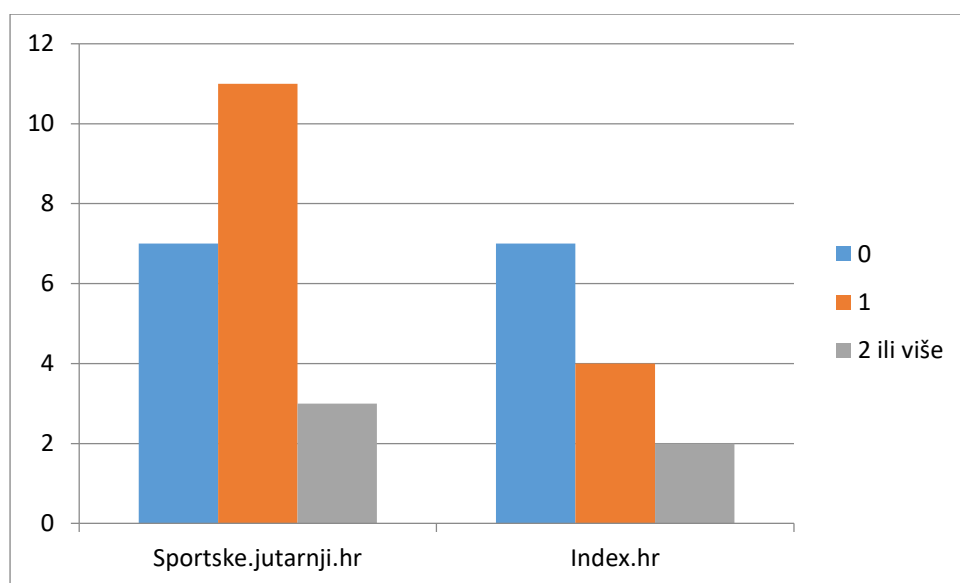
Godinu dana kasnije od utakmice Hrvatska-Poljska, na portalu *sportske.jutarnji.hr* objavljeno je sveukupno 18 fotografija, tri ilustracije i 14 ostalih vizualnih sadržaja, no ovog puta od Twittera je bio popularniji video koji je preuzet sa stranice *Dailymotion*, platforme čija je glavna svrha dijeljenje video sadržaja. Na *Index.hr*-u objavljeno je 12 fotografija, tri ilustracije i četiri ostala vizualna sadržaja pri čemu su svi preuzeti s Twittera. Ovdje se vidi kako je u razdoblju od godine dana važnost vizualnih i grafičkih sadržaja porasla, a sve zahvaljujući napretku tehnologije i boljoj kvaliteti.

Grafikon 20. Broj fotografija



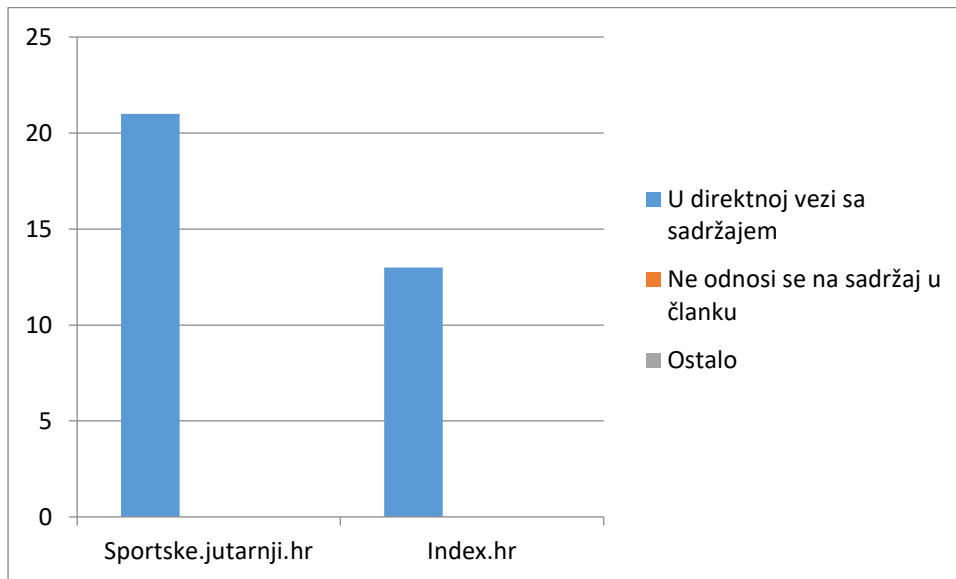
Kada su objavljeni članci povodom poraza reprezentacije Hrvatske od Slovenije, na portalu *sportske.jutarnji.hr* objavljeno je 20 članaka s jednom fotografijom i jedan članak s dvije fotografije, a na *Index.hr*-u objavljeno je devet članaka s jednom fotografijom, tri s dvije fotografije i jedan članak s tri fotografije. Ovo je također posljedica sve većeg razvoja kvalitete fotografija koje svojim sadržajem publici mogu dočarati vijest na još kvalitetniji i informativniji način.

Grafikon 21. Broj videa



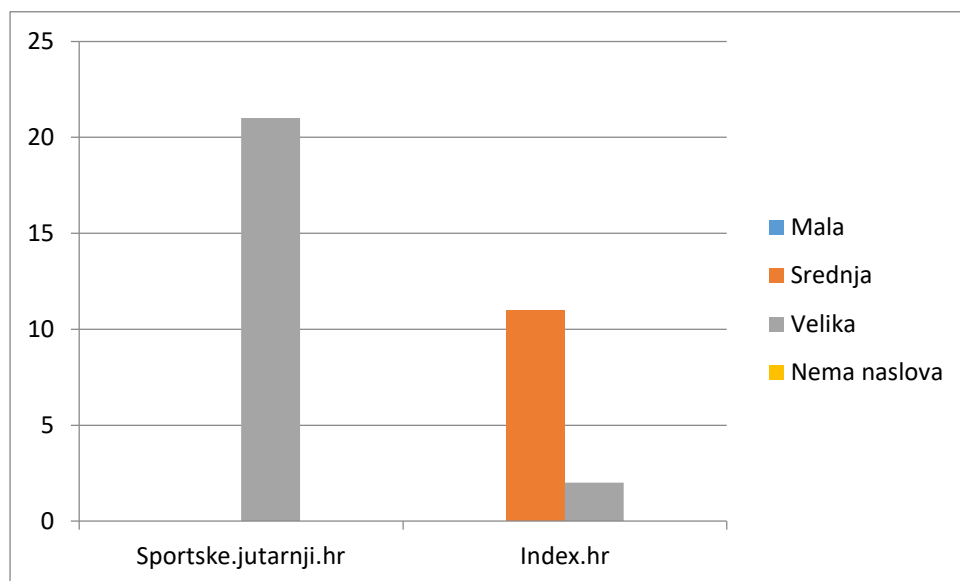
Broj videa po članku povodom poraza reprezentacije Hrvatske od Slovenije značajno je porastao na portalu *sportske.jutarnji.hr* pa je ovoga puta čak 11 članaka sadržavalo barem jedan video, a tri članka dva ili više videa. Na *Index.hr*-u četiri članka su sadržavala po jedan video, a dva članka dva ili više njih.

Grafikon 22. Odnos teksta i naslova



Naslovi nakon utakmice Hrvatske i Slovenije u borbi za treće mjesto na oba su portala u potpunosti odgovarala sadržaju objave čime se može zaključiti da su novinari u potpunosti shvatili koliko je naslov važan za kvalitetnu objavu.

Grafikon 23. Istaknutost naslova



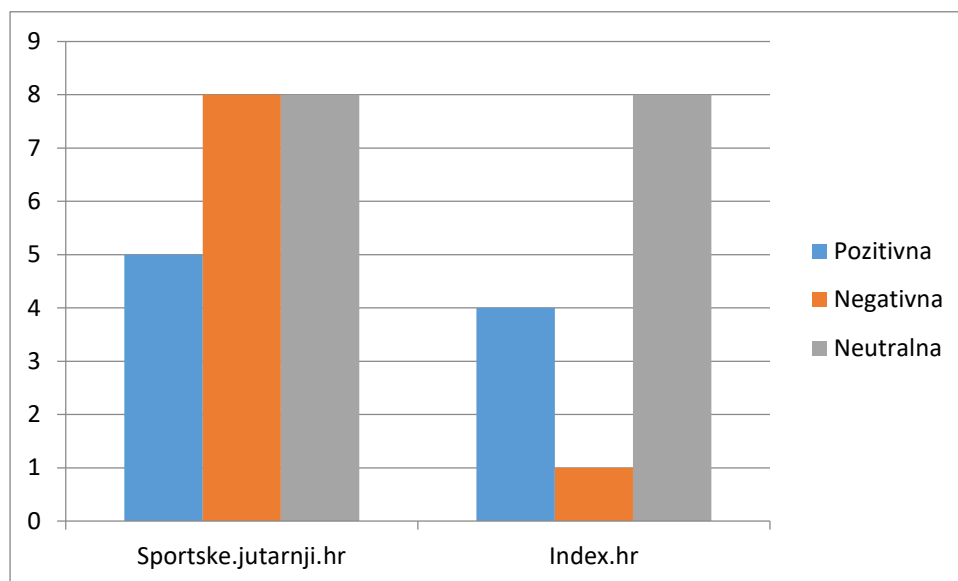
Za razliku od naslova koji su objavljeni povodom pobjede reprezentacije Hrvatske nad Poljskom, svi naslovi koji su objavljeni povodom poraza od Slovenije bili su jako istaknuti na portalu *sportske.jutarnji.hr*. Svi su bili dugi, a prvi dio naslova napisan je velikim slovima. Neki od primjera su: „NORVEŠKI VRATAR-HEROJ OTKRIO TAJNU OBRANE KOJA JE PRELOMILA POBJEDNIKA 'Ma, to je bilo bolesno, čisti instinkt...“, „DRUŠTVENE MREŽE GORE NAKON DEBAKLA 'Da su Hrvati uzeli Vujovića za izbornika, osvojili bi sve turnire u sljedećih pet godina!“ ili „VIDEO: EVO KAKO SU ŠOKANTNU UTAKMICU PROŽIVJELI DŽOMBA I ŠPREM 'Pa, oni rade što hoće! Daj ajdeee, ajdeee, pa jel' ovo moguće“. Za razliku od portala *sportske.jutarnji.hr*, *Index.hr* je objavio samo dva članka čiji su naslovi bili jako istaknuti, a to su: „TRAGIČAN PORAZ Hrvatska se raspala i ostala bez medalje, Slovenci slave senzaciju“ i „HRVATSKA PONOSNA NA RUKOMETAŠE "Zaslužili ste više, kapa do poda, vi ste naši heroji“.

Grafikon 24. Vrijednosna orijentacija naslova



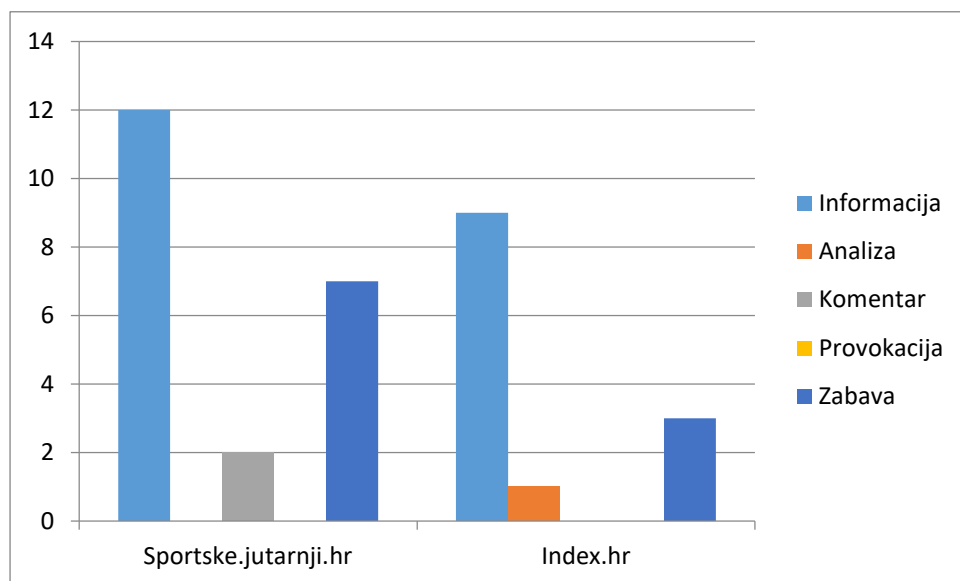
Kada je reprezentacija Hrvatske izgubila od Poljske, naslovi na portalima bili su mnogo negativniji. Samo četiri od njih 21 bilo je pozitivno, i to: „KAPETAN KAUBOJA VIDLJIVO NA IZMAKU SNAGA PORUČIO 'Izašli smo krvavih koljena, a Zlajo je 'mašina', treba mu naša podrška sada“, „KOMENTAR PATRIKA ČAVARA: NEKAD SE ZAVRŠAVA SMIJEHOM, NEKAD SA SUZAMA: 'Zlajo, ne očajavaj, glavu gore“, „VIDEO: EMOCIJE PRŠTALE NA SVE STRANE RTL ekipa burno proživljavala posljednje sekunde i Horvatom sedmerac, ovo itekako vrijedi pogledati!“ i „VIDEO: EVO KAKO JE VUJOVIĆ PODIGAO SLOVENCE I ODVEO IH DO MEDALJE Govor vrijedan bronce: 'Sada morate poginuti, dajte sve u životu!“. Čak devet tekstova ima negativnu orijentaciju naslova, a osam ih je ocijenjeno kao neutralnih. Na portalu *Index.hr* objavljen je samo jedan tekst čija je vrijednosna orijentacija naslova ocijenjena kao negativna, a taj naslov glasi: „TRAGIČAN PORAZ Hrvatska se raspala i ostala bez medalje, Slovenci slave senzaciju“. Pet naslova ima pozitivnu vrijednost, a sedam njih je ocijenjeno kao neutralno.

Grafikon 25. Vrijednosna orijentacija objave



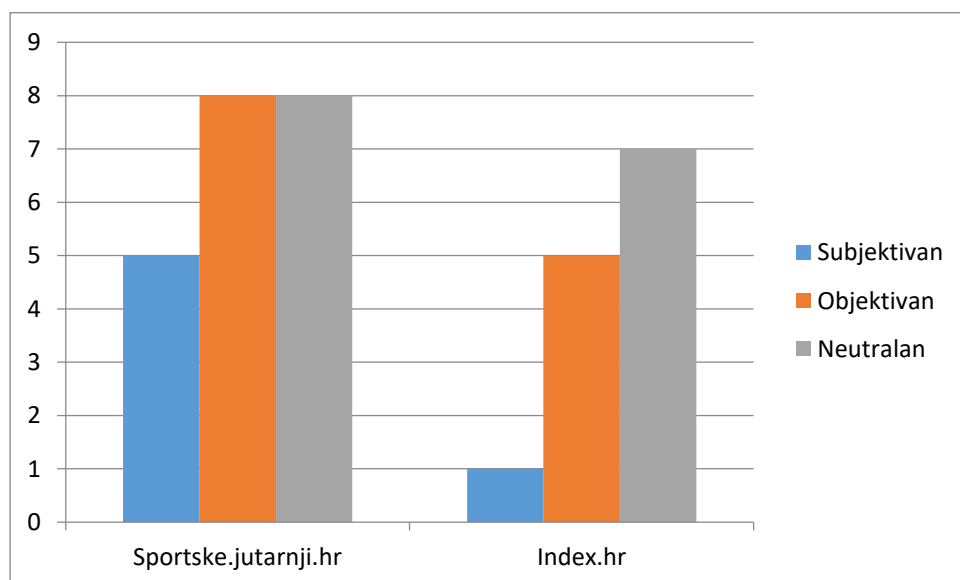
U slučaju poraza reprezentacije Hrvatske od Slovenije, za očekivati je bilo da će većina članaka biti negativnija od onih kada je Hrvatska pobijedila. Rezultati su to i pokazali, ali samo na tekstovima objavljenim na portalu *sportske.jutarnji.hr*. Osam članaka je ocijenjeno kao negativno, osam kao neutralno, a samo pet ih je ocijenjeno kao pozitivno. Iako su svi bili svjesni umora, ne samo fizičkog, već i psihičkog nakon naporne utakmice protiv Norveške, igračima se svejedno zamjeralo to što su izgubili s obzirom da su 15 minuta prije kraja utakmice imali osam golova razlike. Napadalo se Željka Babića, krivilo ga se za njegove odluke, a zanimljiva je činjenica i to da je čak šest od osam negativnih članaka objavljeno na dan ili dan poslije utakmice protiv Slovenije. *Index.hr* je pak objavio samo jedan negativni članak i to na dan utakmice nakon što je završila. U njemu se ističu sve negativnosti koje su zadesile našu reprezentaciju, od činjenice da su igrači imali manje od 24 sata da se pripreme za utakmicu protiv Slovenije, do umora Domagoja Duvnjaka i Babićeve bezidejnosti pred kraj utakmice. Četiri članka su ocijenjena kao pozitivna, a osam ih je neutralnih.

Grafikon 26. Glavni cilj autora objave



Kod poraza reprezentacije Hrvatske od Slovenije, na portalu *sportske.jutarnji.hr* objavljeno je 12 članaka kojima je cilj bio informirati čitatelje, dva su članka imali kritičke elemente, a pet ih je objavljeno s ciljem zabave. Na portalu *Index.hr* 11 članaka je objavljeno s ciljem informacije, jedan članak je imao za cilj analizirati događaj, a tri su imala elemente zabave.

Grafikon 27. Vjerodostojnost objave

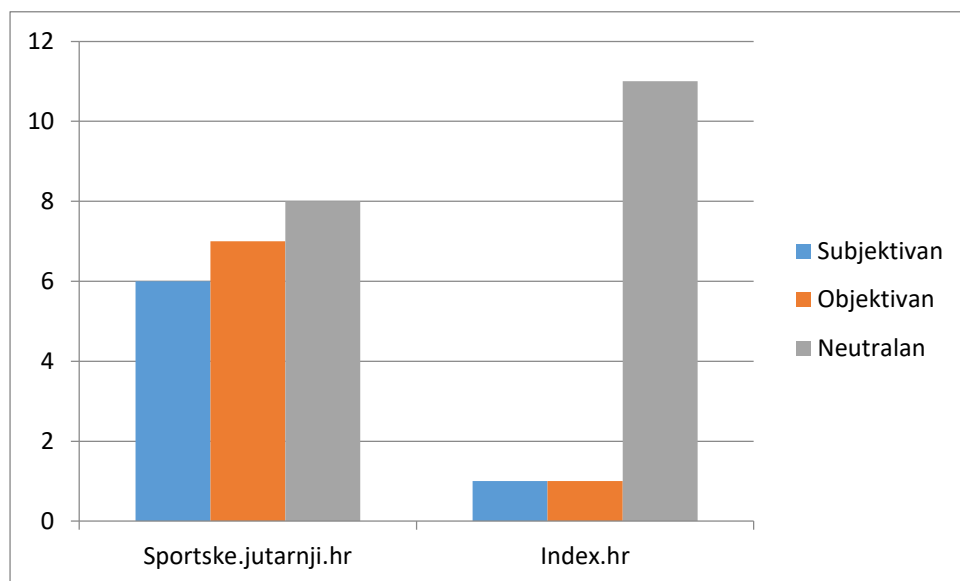


Na portalu *sportske.jutarnji.hr* povodom poraza reprezentacije Hrvatske objavljeno je sveukupno pet subjektivnih tekstova, no među njima je i jedan komentar te jedna analiza Patrika Čavara, tako da se zapravo može zaključiti da su objavljena tri subjektivna teksta. U

onom objavljenom na dan utakmice, netom što je ona završila, novinar je prenio izjavu Zlatana Saračevića u kojem je Saračević iznio svoje mišljenje, no prije toga je novinar sam napisao kako se „Hrvatska rukometna reprezentacija oprašta se od Svjetskog prvenstva u Francuskoj s porazom, bez medalje, ali i još jednom nevjerojatnom završnicom, možda čak i bolnijom od one koja se Kaubojima dogodila u petak protiv Norveške.“ Sljedeći primjer započinje ovako: „Ostali smo i bez bronce, i to kako - nakon plus 8 sredinom drugog dijela. Nemoguće! Sve što nam se dogodilo u Parizu spada u tu priču. Slovenija nosi svoju prvu medalju u povijesti, sretni su bili više nego pametni, nisu ni slutili što ćemo im pokloniti. Nevjerojatno... Mi smo ostali bez postolja i nakon Rija, a mislili smo da je to nemoguće nakon 40 minuta. Misliti... Ni Slovenci ne znaju kako su došli do pobjede, ali su slavili. Za razliku od nas. Slučajno? Procijenite sami... Možda je to savršeno procijenio Veselin Vujović da vam olakšamo“, a u nastavku se nalazi izjava trenera Vujovića. Zanimljivo je da je kod oba ova teksta kao autor potpisan Sportske novosti. Zadnji primjer subjektivnog teksta naglašava kako je „Hrvatska na nevjerojatan način ostala bez medalje! Imali smo osam pogodaka viška sredinom nastavka, Slovenija nije postojala, a na koncu je slavila veliku pobjedu. Znamo da je umor morao dostići naše igrače, ali je li moguće u 20 minuta ispustiti plus osam?“ Za razliku od prethodnih tekstova, ovaj je potpisan imenom i prezimenom autora. Na *Index.hr*-u objavljen je svega jedan subjektivan tekst koji sadrži *liveblogging* te izvještaj nakon utakmice. „Jedan od najboljih poraza Hrvatske, još jedna tragična završnica, senzacionalni preokret Slovenaca“ i slično primjeri su emotivnosti koju su si novinari dopustili povodom izvještavanja o porazu protiv Slovenije.



Grafikon 28. Vjerodostojnost naslova



Nakon poraza reprezentacije Hrvatske od Slovenije, portal *sportske.jutarnji.hr* objavile su 6 tekstova čiji su naslovi bili subjektivni, dok je na *Index.hr* ta brojka manja pa je tako na tom portalu objavljen samo jedan subjektivan naslov. Riječ je o naslovu koji glasi „TRAGIČAN PORAZ Hrvatska se raspala i ostala bez medalje, Slovenci slave senzaciju“. Kada je u pitanju portal *sportske.jutarnji.hr*, zanimljiva je činjenica kako su svi subjektivni naslovi jako istaknuti, odnosno pisani su velikim slovima. Šest naslova koji su ocijenjeni kao subjektivni su: „HRVATSKA JE U ŠOKU, ALI U ISTOM STANJU SU I SLOVENCI I VESELIN VUJOVIĆ 'Ja stvarno ne znam kako smo mi pobijedili, ovo je san za nas...“; „VIDEO: NEVIĐENI PORAZ HRVATSKE! PROKOCKALI OSAM POGODAKA PREDNOSTI I POKLONILI SLOVENCIMA BRONCU Šok i nevjerica na klupi, igrači u suzama...“; „VIDEO: EMOCIJE PRŠTALE NA SVE STRANE RTL ekipa burno proživljavala posljednje sekunde i Horvatov sedmerac, ovo itekako vrijedi pogledati!“; „DRUŠTVENE MREŽE GORE NAKON DEBAKLA 'Da su Hrvati uzeli Vujovića za izbornika, osvojili bi sve turnire u sljedećih pet godina!“; „SLOVENIJA NAS ZAVILA U CRNO Neobjašnjivi pad odnio broncu generaciji koja tek dolazi: 'Smijem se, a plakao bih! Teško je čovječe nakon ovoga...“; „OVO NIJE BILA CRNA RUPA, NEGO RUPA BEZ DNA Glup je takav način razmišljanja da se za sve krivi izbornika Babića, svi su pomalo krivi...“. Iz ovih primjera vidljivo je kako su autori koristili sve moguće načine kako bi što jače naglasili naslove i njima privukli čitateljstvo, naveli ih na krivo razmišljanje i potaknuli emocije.

### 7.3. Rasprava

U prethodnom poglavlju iznijeti su rezultati istraživanja analize sadržaja portala *Index.hr* i *sportske.jutarnji.hr* prema analitičkoj matrici koja je kreirana na osnovu postavljenih hipoteza. U nastavku će se uvidjeti jesu li hipoteze potvrđene ili opovrgnute.

#### **Hipoteza: Hrvatski online mediji u sportskom novinarstvu služe se subjektivnim načinom izvještavanja bez obzira na događaj**

Analiza sadržaja *Index.hr*-a i portala *sportske.jutarnji.hr* u kojoj je promatrani predmet istraživanja neovisan o tome radi li se o pozitivnom ili negativnom događaju pokazala je da su rukometne utakmice bile veoma praćene, s obzirom da se radi o sveukupno 59 članaka u kojima se pisalo o dvije utakmice. Od toga je portal *sportske.jutarnji.hr* objavio sveukupno 28 članaka, pet na dan prije utakmica, 13 na dan utakmica i devet dan nakon utakmica. *Index.hr* objavio je sveukupno 31 članak, sedam na dan prije utakmica, 17 na dan utakmica i osam dan nakon utakmica.

Od 11 članaka gdje su potpisani punim imenom i prezimenom, čak šest članaka na portalu *sportske.jutarnji.hr* je ocijenjeno kao subjektivno, što znači da sportski novinari zaista ponekad zaborave na pravila kojih se moraju pridržavati i prepuste se emocijama, pogotovo s obzirom da je ovdje bila riječ o utakmicama na nacionalnoj razini koje su bile veoma važne za reprezentaciju.

S druge strane, na portalu *Index.hr* čak 29 članaka je potpisano inicijalima novinara, a osam ih je ocijenjeno kao subjektivno.

Time se može reći da je glavna hipoteza potvrđena, s obzirom da je gotovo 24 % analiziranih članaka subjektivno.

#### **H1 – *Index.hr* je subjektivniji u izvještavanju od portala *sportske.jutarnji.hr***

Od sveukupno 14 subjektivnih članaka, osam ih je objavljeno na *Index.hr*-u, i to sedam od sveukupno 18 njih 2016. godine i jedan od sveukupno 13 2017.godine. Na portalu *sportske.jutarnji.hr* objavljeno je sveukupno šest subjektivnih članaka, jedan od sveukupno sedam objavljenih 2016. godine i pet od sveukupno 21 objavljenog članka 2017. godine.

To bi značilo da je gotovo 39 % članaka koji su objavljeni 2016. godine na *Index.hr*-u i gotovo 8 % članaka objavljenih 2017. godine na istom portalu bili subjektivni.

S druge strane, više od 14 % članaka koji su objavljeni 2016. godine na portalu *sportske.jutarnji.hr* i gotovo 24 % članaka koji su objavljeni 2017. godine na istom portalu su subjektivni.

Ovime se može zaključiti kako je i ova hipoteza potvrđena te da je portal *Index.hr* subjektivniji u izvještavanju o ovim dvjema utakmica od portala *sportske.jutarnji.hr*.

## **H2 – Naslovi pretežito odgovaraju tekstu članka**

Od 59 analiziranih članaka, svaki od njih je imao svoj naslov. Neki su bili duži i istaknutiji, neki su bili manji i kraći. No od svih 59 njih, pohvalno je da 55 njih odgovara tekstovima članaka.

Dakle, 93 % objavljenih naslova odgovaralo je tekstu članka pa se tako može zaključiti kako je ova hipoteza potvrđena.

## **H3 – Najavni tekstovi su objektivniji od onih koji su objavljeni nakon utakmica**

Velika je razlika u kvaliteti između najavnih tekstova i onih nakon utakmica. Gotovo svi tekstovi koji su objavljeni prije su objektivni, sadržavali su detalje o igračima i međusobnim susretima i nisu sadržavali elemente subjektivnosti. Sveukupno je objavljeno devet najavnih članaka za utakmice protiv Poljske i Slovenije, od tih devet samo je jedan ocijenjen kao subjektivan, a riječ je o komentaru na portalu *Index.hr*. S obzirom da je komentaru kao novinarskom žanru dozvoljeno iznositi subjektivna razmišljanja, ovdje se može zaključiti kako je 100 % najavnih tekstova objektivno.

Za razliku od najavnih tekstova, izvještaji nakon utakmica su bili mnogo subjektivniji, što je donekle i razumljivo s obzirom da se radilo o zaista neobičnim utakmicama u kojoj je Hrvatska najprije neočekivano pobijedila gotovo nestvarnim rezultatom od 14 razlike domaćina natjecanja, a godinu dana kasnije neočekivano izgubila, i to dva dana za redom. Od sveukupno 20 objavljenih izvještaja nakon obje utakmice, 7 ih je ocijenjeno kao subjektivno.

Može se zaključiti kako je i ova hipoteza potvrđena s obzirom da je 100 % najavnih članaka objektivno, a 35 % izvještaja nakon obiju utakmica je subjektivno.

#### **H4 – Izvještaj je najčešći žanr i dio objavljenih izvještaja je, suprotno njihovoj definiciji i ulozi, subjektivan**

Podjela novinarskih žanrova u sportskom novinarstvu prema Vasilju glasi: vijest, izvještaj, članak, profil (portret), reportaža, komentar, analiza, nekrolog, feljton te intervju (Vasilj, 2014: 51-95).

Izvještaj je definiran kao proširena vijest, dakle mora odgovarati na 5W te mora poštivati osnovna novinarska načela: istinitost, točnost, objektivnost, nepristranost i ravnopravnost (Malović, 2005:25).

Novinari, kada pišu o nekoj vijesti, prikazuju samo dio stvarnosti, jer naprosto je nemoguće u par rečenica opisati svaki mogući detalj koji se dogodio. Dakle, ne samo da će svaki novinar taj događaj interpretirati na svoj način, nego će i svi konzumenti te vijesti nju interpretirati na svoj, individualan način (Malović, 2005:12).

Stoga će se u nastavku pokazati jesu li objavljeni izvještaji u skladu s novinarskim načelima ili su si autori dali za pravo opisati događaje na svoj, individualan način.

Sveukupno je objavljeno 29 izvještaja prije, na dan i nakon obiju utakmica. Devet izvještaja objavljeno je na portalu *Index.hr* povodom utakmice protiv Poljske, a pet na portalu *sportske.jutarnji.hr*. Povodom utakmice protiv Slovenije, objavljeno je sedam izvještaja na portalu *Index.hr*, a osam ih je objavljeno na portalu *sportske.jutarnji.hr*.

Od sveukupno 16 objavljenih izvještaja na *Index.hr*-u, pet ih je subjektivno, što čini nešto više od 31%. Za razliku od njega, na portalu *sportske.jutarnji.hr* objavljeno je sveukupno 13 izvještaja, od čega su dva bila subjektivna, dakle, nešto više od 15 %.

Ovime se može zaključiti kako je i posljednja hipoteza potvrđena s obzirom da je gotovo 25 % izvještaja s oba portala subjektivno.

## 8. Zaključak

Cilj ovog rada bio je dobiti odgovore na pitanje kako hrvatski portali *Index.hr* i *sportske.jutarnji.hr* izvještavaju o sportskim događajima, bez obzira na ishod utakmice te u kojoj se mjeri mogu naći subjektivni izvještaji i vijesti na tim portalima.

Prije toga, u teorijskom se dijelu prikazalo kakvo je novinarstvo bilo prije, a kakvo je sad, na koje se sve načine pokušava objasniti objektivnost i opravdati subjektivnost u izvještavanjima. Činjenica je da se u prošlosti više vjerovalo medijima koji su mogli objektivnije izvještavati s obzirom da nije postojala konkurencija kakva postoji danas. Napretkom tehnologije, smanjivao se rok kojim su novinari raspolagali da bi pripremili kvalitetne tekstove pa se vidi i pad u kvaliteti. U novinarstvo se umiješao i marketing pa je ponekad veoma teško razaznati je li članak pisan s ciljem informiranja ili se radi o prikrivenom oglašavanju. No što se tiče sportskog novinarstva, ono se od samih početaka izborilo za neka odstupanja koja se inače u medijima ne toleriraju. Sportskim novinarima se ne zamjera ako u nekom od svojih izvještaja pokažu emocije, osobito ako se radi o utakmicama u kojima je nastupila i njihova zemlja što dokazuje i daljnja velika zainteresiranost publike. Sportski novinari zaista osjećaju ljubav prema poslu koji obavljaju, no brzina, kratki rokovi i velika konkurencija utječu na kvalitetu napisanih vijesti koje onda sadrže pogrešna imena, pogrešan rezultat ili poneki tipfeler, što utječe na sveukupni dojam kada je riječ o toj vrsti novinarstva.

Analiza sadržaja pokazala je da su i *Index.hr* i *sportske.jutarnji.hr* subjektivno izvještavali o dvjema rukometnim utakmicama u kojoj je jedan ishod bio iznimno pozitivan za hrvatsku reprezentaciju, drugi iznimno negativan pa je time potvrđena i glavna hipoteza ovog rada.

Sljedeća hipoteza glasila je da je *Index.hr* subjektivniji u izvještavanju od portala *sportske.jutarnji.hr*. Nakon detaljne analize tekstova oba portala, ova je hipoteza također potvrđena.

Analiza je također pokazala i da čak 93 % naslova pretežito odgovaraju tekstu članka, što je bila treća hipoteza ovog rada koja je također potvrđena.

Kada je riječ o najavnim tekstovima i onima koji su objavljeni nakon utakmica, analizom se zaključilo kako su najavni tekstovi objektivniji, a oni koji su objavljeni nakon utakmica subjektivniji. Time je potvrđena i četvrta hipoteza.

Izvještaj je najčešći žanr koji se koristio u analiziranim objavama, a dio ih je, iako se to kosi njihovoj definiciji i ulozi, subjektivan. Točnije, radi se o čak 25 % koji su objavljeni na oba portala. Stoga se može zaključiti da je i posljednja hipoteza ovog rada potvrđena.

Analiza izvještavanja obaju portala pokazala je kako su oba portala izvještavali više o negativnom ishodu hrvatske rukometne reprezentacije nego o pozitivnom, a zanimljiva je i činjenica kako je portal *sportske.jutarnji.hr* u slučaju poraza hrvatske rukometne reprezentacije od Slovenije imao mnogo istaknutije i duže naslove u odnosu na naslove koji su objavljeni povodom pobjede hrvatske rukometne reprezentacije nad Poljskom.

Zanimljivo je bilo vidjeti kako se broj videa u člancima povećao u razmaku od godinu dana što pokazuje da videi imaju značajnu ulogu ne samo na televiziji, već i u *online* medijima.

Kada je u pitanju bila povezanost slikovnog priloga i teksta, većina objavljenih fotografija bila je u skladu s tekstovima, a onima kojima se povezanost nije mogla odrediti najvjerojatnije su objavljene zbog brzine kojoj novinari teže kako bi njihovi članci bili objavljeni i pročitani među prvima.

Iako očekivano, svejedno je nevjerojatna brojka od 14 članaka objavljenih na oba portala koji su ocijenjeni kao subjektivni. Iako se radi o utakmicama hrvatske rukometne reprezentacije koje su u najmanju ruku zaista imale nevjerojatan i neočekivan ishod pa se novinarima može dogoditi da ih obuzmu emocije prvi izvještavanju, jer i oni su samo ljudi, ova brojka pokazuje da se čitatelji moraju ozbiljno zapitati dobivaju li provjerene, točne i neutralne informacije kada se radi o sportskim rezultatima.

## 9. Popis literature

### 9.1. Knjige

1. Alvin Dej L., *Etika u medijima Primeri i kontroverze*, Medija centar, Beograd, 2004.
2. Bobić, D., *Što s događajem – o umijeću novinskog obavještavanja*, Informator, Zagreb, 1987.
3. Brautović, M., *Online novinarstvo*, Školska knjiga, Zagreb, 2011.
4. Kovach B., Rosentsiel T., *Blur How to know what's true in the age of information overload*, Bloomsburg, 2010.
5. Kunczik M., Zipfel A., *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, zaklada Friedrich Eberd, Ured u Zagrebu, 1998.
6. Kurtić, N., Malović, S., i dr., *Vjerodostojnost novina*, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
7. Malović, S., *Mediji i društvo*, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
8. Malović, S., *Osnove novinarstva*, Golden marketing – tehnička knjiga, Zagreb, 2005.
9. Malović, Ricchiardi, Vilović, *Etika novinarstva*, Sveučilišna knjižara, Zagreb, 2007.
10. Malović, S., Vilović, G., *Znanje za bolje novinarstvo*, Novinarska radionica HND-a, 1997. – 1998., Izvori, Zagreb, 1999a
11. Rudin, R., Ibbotson, T., *Uvod u novinarstvo*, Zagrebačka škola ekonomije i managementa, 2008.
12. Sapunar, M., *Osnove znanosti o novinarstvu*, EPOHA, Zagreb, 1995.
13. Sheridan Burns, L., *Razumjeti novinarstvo*, Naklada medijska istraživanja, Zagreb, 2009.
14. Tkalec, G., *Stilske osobitosti medijskoga jezika*, Sveučilište Sjever, Koprivnica, 2014.
15. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N., *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*, M.E.P. d.o.o., Zagreb, 2010.
16. Toney, J., *Sports Journalism the inside track*, Bloomsbury, London, 2013.
17. Vasilj, M., *Sportsko novinarstvo*, Biblioteka Komunikacij@ Synopsis, Zagreb/Sarajevo/Mostar, 2014.
18. Vukić, T., *Od novinara do novinarstva*, Golden-marketing tehnička knjiga, Pula-Zagreb, 2017.

## 9.2. Znanstveni članci

19. Barović, V., *Objektivnost, novinarska etika i izvještavanje u kriznim situacijama*, Novi Sad, 26.08.2010., <https://hrcak.srce.hr/87882>, 16.12.2018.
20. Beckett C., Deuze M., *On the Role of Emotion in the Future of Journalism*, SM +S, 2016., <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305116662395>, 20.7.2018.
21. Benković, V., Balabanić I., *Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala*, Medijska istraživanja, 2010. [http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id\\_clanak\\_jezik=95909](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=95909), 3.5.2018.
22. Bratoš, Allen, *Značaj i utjecaj elektronskih medija na popularizaciju sporta*, Udruga za šport i rekreaciju „Veteran '91.“, Zagreb, 2012., <https://hrcak.srce.hr/87769>, 6.9.2018.
23. Chaddha J., *The New Face of Sports Media*, Huffpost, 29.8.2017., [https://www.huffingtonpost.com/entry/the-new-face-of-sports-media\\_us\\_59a4b9f2e4b0d6cf7f404fd9](https://www.huffingtonpost.com/entry/the-new-face-of-sports-media_us_59a4b9f2e4b0d6cf7f404fd9), 31.08.2018.
24. Hoque Moni, M., *The Myth of Objectivity in Sports Reporting*, UK, 2014. <https://alochonaa.com/2014/02/24/the-myth-of-objectivity-in-sports-reporting/>, 19.7.2018. Cunningham, B., *Re-thinking Objectivity*, [https://archives.cjr.org/feature/rethinking\\_objectivity.php](https://archives.cjr.org/feature/rethinking_objectivity.php), 16.12.2018.
25. Manahan M., *The Future of Sports Journalism in a Technologically Driven World*, Sporttechie, 24.02.2015. <https://www.sporttechie.com/the-future-of-sports-journalism-in-a-technologically-driven-world/>, 31.08.2018.

## 9.3. Internetski izvori

26. <http://arhiva.nacional.hr/clanak/61915/marca-u-drasticnom-porastu-citanosti>, 3.5.2018.
27. <http://radio.hrt.hr/emisija/sport-info/858/>, 3.5.2018.
28. <http://www.24sata.hr/>, 3.5.2018.
29. <http://www.hzsn.hr/hr/onama/povijest-hzsn-a>, 3.5.2018.
30. <http://www.telegram.hr/sport/net-hr-donosi-analizu-sportske-televizije-koja-stvara-samo-gubitke/>, 3.5.2018.
31. <https://www.mediatoolkit.com/>, 20.7.2018.
32. <https://www.hrleksikon.info/definicija/subjektivnost.html>, 13.7.2018.



33. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10160480566985567&set=a.10150423642290567.628904.753500566&type=3>, 19.7.2018.
34. [https://www.index.hr/sport/clanak/anketa-treba-li-babic-otici-s-klupe-reprezentacije/913663.aspx?fb\\_comment\\_id=1078963032184907\\_1078968628851014](https://www.index.hr/sport/clanak/anketa-treba-li-babic-otici-s-klupe-reprezentacije/913663.aspx?fb_comment_id=1078963032184907_1078968628851014), 16.12.2018
35. <https://www.hnd.hr/dokumenti>, 17.12.2018.
36. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/clickbait>, 6.1.2019.

## 10. Prilozi

### 10.1. Prilog 1. Analitička matrica

**Analitička matrica:** Sportsko novinarstvo na hrvatskim portalima

- a) **DAN**
  - 1. Dan prije utakmice
  - 2. Dan utakmice
  - 3. Dan nakon utakmice
- b) **DATUM OBJAVE ČLANKA**  
\_\_\_\_ (unijeti datum)
- c) **PORTAL**
  - 1. *Sportske.jutarnji.hr*
  - 2. *Index.hr*
- d) **DUŽINA ČLANKA**
  - 1. Do 200 riječi
  - 2. Do 400 riječi
  - 3. Do 600 riječi
  - 4. Više od 600 riječi
- e) **TIP ČLANKA**
  - 1. Vijest (do 10 redaka)
  - 2. Kratka vijest (do 5 redaka)
  - 3. Izvještaj (duži od 10 redaka)
  - 4. Komentar
  - 5. Intervju
  - 6. Analiza
  - 7. Ostalo
- f) **AUTOR TEKSTA**
  - 1. autorski rad – novinar (upisati ime i prezime)
  - 2. agencijska vijest
  - 3. redakcijski tekst
  - 4. tekst nije potpisan
- g) **VIZUALNA PREZENTACIJA ČLANKA**
  - 1. fotografija
  - 2. ilustracija
  - 3. grafika – tabele, grafovi, mape
  - 4. nema slikovnog priloga
  - 5. ostalo

**h) BROJ FOTOGRAFIJA UZ TEKST**

1. 0
2. 1
3. 2
4. 3
5. Više

**i) BROJ VIDEA PO ČLANKU**

1. 0
2. 1
3. 2 ili više

**j) NASLOV**

1. u direktnoj je vezi sa sadržajem
2. ne odnosi se na sadržaj u članku
3. ostalo

**k) ISTAKNUTOST NASLOVA**

1. mala
2. srednja
3. velika
4. nema naslova

**l) UNIJETI NASLOV TEKSTA**

---

**m) VRIJEDNOSNA ORIJENTACIJA NASLOVA**

1. Pozitivna
2. Negativna
3. Neutralna

**n) VRIJEDNOSNA ORIJENTACIJA ČLANKA**

1. Pozitivna
2. Negativna
3. Neutralna

**o) GLAVNI CILJ AUTORA ČLANKA**

1. Informacija
2. Analiza
3. Komentar
4. Provokacija
5. Zabava

**p) ČLANAK JE:**

1. Subjektivan
2. Objektivn
3. Neutralan

**q) NASLOV/ NADNASLOV/PODNASLOV ČLANKA**

1. Subjektivn
2. Objektivn
3. Neutralan

## **10.2. Prilog 2. Popis slika**

Slika 1. Primjer liveblogginga .....	31
Slika 2. Primjer ankete.....	31

## **10.3. Prilog 3. Popis grafikona**

Grafikon 1. Broj objava .....	33
Grafikon 2. Dužina analiziranih objava .....	34
Grafikon 3. Vrsta novinarskog žanra .....	34
Grafikon 4. Autorstvo analiziranih objava.....	35
Grafikon 5. Vizualna prezentacija analiziranih objava.....	36
Grafikon 6. Broj fotografija po objavi .....	37
Grafikon 7. Broj videa po objavi .....	37
Grafikon 8. Odnos naslova i teksta.....	38
Grafikon 9. Istaknutost naslova u analiziranim objavama.....	39
Grafikon 10. Vrijednosna orijentacija naslova .....	40
Grafikon 11. Vrijednosna orijentacija objave .....	41
Grafikon 12. Glavni cilj autora objave .....	42
Grafikon 13. Vjerodostojnost objave .....	43
Grafikon 14. Vjerodostojnost naslova .....	44
Grafikon 15. Broj objava .....	45
Grafikon 16. Dužina objave.....	46
Grafikon 17. Vrsta novinarskog žanra .....	47
Grafikon 18. Autorstvo analiziranih objava.....	47
Grafikon 19. Vizualna prezentacija analiziranih objava.....	48
Grafikon 20. Broj fotografija .....	49
Grafikon 21. Broj videa .....	49
Grafikon 22. Odnos teksta i naslova.....	50
Grafikon 23. Istaknutost naslova .....	51
Grafikon 24. Vrijednosna orijentacija naslova .....	52
Grafikon 25. Vrijednosna orijentacija objave.....	53
Grafikon 26. Glavni cilj autora objave .....	54
Grafikon 27. Vjerodostojnost objave.....	54
Grafikon 28. Vjerodostojnost naslova .....	56