

Sportski sadržaj središnjih dnevnika javnih i komercijalnih televizija u Republici Hrvatskoj

Tasić, Ira

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:368322>

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
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

IRA TASIĆ

**SPORTSKI SADRŽAJ SREDIŠNJIH DNEVNIKA
JAVNIH I KOMERCIJALNIH TELEVIZIJA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2022.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet hrvatskih studija
Odsjek za komunikologiju

SPORTSKI SADRŽAJ SREDIŠNJIH DNEVNIKA
JAVNIH I KOMERCIJALNIH TELEVIZIJA U
REPUBLICI HRVATSKOJ

Diplomski rad

Studentica: Ira Tasić

Mentor: Vine Mihaljević, izv. prof. dr. sc.

Sumentorica: Petra Begović, mag. comm.

Zagreb, prosinac 2022.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. SPORT I MEDIJI	3
2.1. SPORTSKO NOVINARSTVO.....	3
2.2. INTERAKCIJA SPORTA, MEDIJA I DRUŠTVA.....	4
2.3. ETIKA U SPORTSKOM NOVINARSTVU	6
3. SPORTSKO NOVINARSTVO NA TELEVIZIJI	8
3.1. ULOGA JAVNE TELEVIZIJE U SPORTU	8
3.2. ULOGA KOMERCIJALNE TELEVIZIJE U SPORTU	9
3.3. KOMPETENCIJE SPORTSKIH NOVINARA	9
3.4. ODABIR SPORTSKOG SADRŽAJA.....	10
3.5. ŽANROVI I OBLICI IZRAŽAVANJE U SPORTSKOM NOVINARSTVU NA TELEVIZIJI	14
3.6. ŽENSKI SPORT U MEDIJIMA.....	17
4. ISTRAŽIVANJE SPORTA NA HRVATSKIM NACIONALNIM TELEVIZIJAMA.....	19
4.1. UZORAK	19
4.1.1. HRVATSKA RADIOTELEVIZIJA	20
4.1.2. RTL	20
4.1.3. NOVA TV	21
4.2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	21
4.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	22
4.3.1. TRAJANJE SPORTSKIH BLOKOVA I KORIŠTENI ŽANROVI.....	22
4.3.2. ODNOS DOMAĆEG I STRANOG SPORTA	28
4.3.3. ODNOS MUŠKOG I ŽENSKOG SPORTA	31
4.4. RASPRAVA.....	41
5. ZAKLJUČAK	44

LITERATURA

POPIS SLIKA I TABLICA

SAŽETAK

U ovome radu predstavljene su neke osnovne medijske sastavnice sportskog novinarstva, a ponajprije sportskog novinarstva na televiziji kao jednom od najutjecajnijih medija masovne komunikacije te kao jednom od digitalnih medija, među internetom i društvenim mrežama, koji ima značajni utjecaj na suvremeno društvo. Uloga i značenje televizije u pogledu sportskih emisija, a posebice izravni prijenosi sportskih događaja, ima svoju povijest. U ovome radu propituju se uzajamni odnos i utjecaj masovnih medija i društva u teorijskom okviru masovne komunikacije. U radu se potom opisuju ključne televizijske vrste odnosno žanrovi s posebnim naglaskom na etiku u sportskom novinarstvu. U središtu je ovoga istraživanja, primjenom metode analize sadržaja, odrediti sličnosti i razlike sportskog sadržaja u središnjim informativnim dnevnicima javne televizije (HRT1) s jedne strane i komercijalnih televizija (RTL i Nova TV) s druge pak strane. Postavljene hipoteze u ovom istraživanju su potvrđene. Tako prema dobivenim rezultatima ovoga istraživanja, pokazalo se kako u svojim središnjim dnevnicima javna televizija (HRT1) informira o većem broju sportova, dok su pak u svojim središnjim dnevnicima komercijalne televizije (RTL i Nova TV) usredotočene na manji broj sportova. Među sportskim temama u navedenim središnjim televizijskim dnevnicima javnih (HRT) i komercijalnih televizija (RTL i Nova TV) prevladavaju televizijski prilozima odnosno izjave sportaša, trenera i čelnih ljudi klubova koji su istraživani u razdoblju od dva tjedna. Također, prema dobivenim rezultatima ovoga istraživanja potvrđeno je kako je nogomet elitni sport koji je medijski najviše prenošen. Tako niti jedna analizirana televizijska informativna emisija odnosno središnji dnevnik na navedenim javnoj i komercijalnim televizijama nije u sportskom bloku prenošen bez sadržaja o nogometu. U pogledu odnosa ženskog i muškog sportu i njihovoga medijskog predstavljanja u središnjim informativnim emisijama, dnevnicima, na navedenim javnoj i komercijalnim televizijama, sukladno dobivenim rezultatima, očito je kako je tek jedna petina emisija posvećena ženskom sportu, dok su četiri petine od svih emisija posvećene muškom sportu.

Ključne riječi: *sportsko novinarstvo, televizija, elitni sportovi, žene u sportu, HRT, RTL, Nova TV*

SUMMARY

Sports content within the central television dailies of public and commercial television

This paper presents some basic media components of sports journalism, primarily sports journalism on television as one of the most influential media of mass communication and as one of the digital media, among the Internet and social networks, which has a significant impact on contemporary society. The role and meaning of television in terms of sports broadcasts, especially live broadcasts of sports events, has its own history. This paper examines the mutual relationship and influence of mass media and society in the theoretical framework of mass communication. Furthermore, in the paper are described key types of television, i.e. genres, with a special emphasis on ethics in sports journalism. The main part of this research, using the method of content analysis, is to determine the similarities and differences of sports content in the central news dailies of public television (HRT1) on the one hand and commercial television (RTL and Nova TV) on the other. The hypotheses set in this research were confirmed. Thus, according to the results of this research, it was shown that public television (HRT1) informs about a larger number of sports in its central dailies, while commercial television (RTL and Nova TV) focus on a smaller number of sports in its central dailies. Among the sports topics in the central television dailies of public (HRT) and commercial television stations (RTL and Nova TV), television contributions, i.e., statements of athletes, coaches and club leaders, which were investigated over a period of two weeks, predominate. Also, according to the results of this research, it was confirmed that football is the elite sport that is the most widely reported in the media. As well, none of the analyzed television news programs or the central daily on the mentioned public and commercial televisions was broadcast in the sports block without content about football. Regarding the proportion between women's and men's sports and their media representation in central news programs, on the mentioned public and commercial televisions, according to the results obtained, it is obvious that only one fifth of the programs are dedicated to women's sports, while four fifths of all programs are devoted to men's sports sport.

Keywords: *sports journalism, television, elite sports, women in sports, HRT, RTL, Nova TV*

1. UVOD

Ovaj rad započinje teorijskim okvirom koji za cilj ima analizu najvažnijih pojmova sportskog novinarstva. Prvi dio teorije govori o značaju sportskog novinarstva i njegovom utjecaju na sport, ali i cjelokupnom utjecaju na društvu. Interakciji između sporta, medija i društava pridana je posebna pažnja jer upravo ta međuzavisnost kreira sportsku i medijsku zbilju. Nadalje, pitanje etičnost važno je za sve grane u novinarstvu pa tako i sportsko novinarstvo. Postoji čitav niz potencijalno etično upitnih elemenata poput narušavanja privatnosti sportaša ili prikazivanja nasilja na tribinama koji se mogu naći u sportskom sadržaju svih medija, pa tako i televizije.

S obzirom na to da je predmet istraživanja upravo televizijski sadržaj, zasebno poglavlje pripalo je upravo televizijskom sportskom novinarstvu. Nedvojbeno je da je upravo televizija doprinijela popularizaciji sporta zbog mogućnosti direktnih prijenosa sportskih zbivanja i davanja dojma direktno proživljene stvarnosti. Istraživački dio rada obuhvaća i javne i komercijalne televizije, stoga treće poglavlje opisuje ključne razlike između uloga javnih i komercijalnih televizija u sportskom izvještavanju.

Novinar koji se opredijeli za bavljenje sportskim temama mora posjedovati određena znanja i vještine koje ga čine kvalitetnim sportskim novinarom. Tako se u nastavku trećeg poglavlja govori o potrebnim kompetencijama sportskih novinara ali i o žanrovima koji su najzastupljeniji u ovoj novinarskoj domeni.

Danas, koja god se medijska tema obrađivala, nemoguće je zaobići pitanje spolne i bilo koje druge (ne)ravnopravnosti u izvještavanju. Sport se tradicionalno smatra muškim područjem, no na medijima je da svojim utjecajem pojačaju svijest i interes za ženski sport. Upravo je pitanje žena u sporu, te njihovo prikazivanje u medijima tema koju pokriva treće poglavlje.

Po analizi svih bitnih teorijskih elemenata koji su sastavni dio provedenog istraživanje, donosno čije je teorijsko određenje bitno za razumijevanje rezultata, slijedi metodološki okvir rada. U njemu se opisuje osnovne značajke istraživanja, korištene metode i postavljene hipoteze čija se točnost istražuje analizom sadržaja. Osnovne značajke provedenog istraživanja su analiza sadržaja kao istraživačka metoda, te uzorak sačinjen od 42 analizirana sportska bloka u periodu od 18. srpnja do 31. srpnja 2022. godine.

Rezultati istraživanja prikazivani su grafički kako bi se dobila bolja slika o razlikama između proučavanih televizija, ali i dobio bolji uvid u zastupljenost određenih žanrovskih i/ili drugih tehničkih elemenata samih emisija. Kompleksniji podaci poput sažimanja odnosa domaćeg i stranog sadržaja svih televizija, te zastupljenost pojedinih sportova tablično su prikazani kako bi se dobio temeljit uvid u saznanja dobivena kroz analizu sadržaja tj. matricu putem koje su sve emisije analizirane na isti način.

U zadnjem potpoglavlju istraživačkog dijela rada sažimaju se rezultati, te prihvaćaju ili odbacuju testirane hipoteze. Također, u tom dijelu rada nalaze se podaci dobiveni istraživanjem koje bilo teško kvantitativno prikazati jer izlaze iz okvira unaprijed postavljenih hipoteza, te iziskuju određenu kontekstualizaciju. Konačni cilj istraživanja bio je utvrditi postoje li razlike u izvještavanju o sportu unutar središnjih dnevnika HRT-a kao javne televizije i komercijalnih televizija RTL-a i Nove TV.

2. SPORT I MEDIJI

Mediji i sport su dvije međusobno isprepletene pojavnosti koje u različitim omjerima ovise jedna o drugoj. Procvat sportskog novinarstva dolazi s procvatom televizije (Rodek, 2018). Upravo će sportski sadržaj unutar televizijskog novinarstva biti u fokusu daljnje teorijske i istraživačke razrade teme.

2.1. SPORTSKO NOVINARSTVO

Sportsko novinarstvo kao i svaka druga specijalizirana grana novinarstva ima određene specifičnosti i zakonitosti koje obilježavaju novinarski rad u tom području. „*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 novinar i recipijent.*“ (Vasilj, 2014:23). Vratimo li se u povijest, sportsko novinarstvo kao posebna vrsta novinarstva doživljava procvat u globalizaciji, iako se unutar tematske podjele u novinarstvu pojavljuje od samih početaka. Specijalizacija novinara postala je nužna kako bi se izbjeglo svaštarenje, a samim time i smanjena kvaliteta plasiranog sadržaja. Od novinara specijaliziranih za jedno područje očekuje se visoka razina informiranosti, razvijena mreža kontakata, sposobnost prepoznavanje suštine. Također, od novinara specijalista očekuje se samostalnost u pronalaženju priča, ne samo prenošenje javnih priopćenja i konferencija za novinare (Letica, 2003). Ako gledamo početke specijalizacije unutar medijskih redakcija, vidljivo je kako je sport prisutan u većini podjela. Miroslav Vasilj navodi kako je W. Schramm još 1949. sport stavio u kategoriju vijesti s temama o korupciji, kriminalu, nezgodama, katastrofama i zabavim sadržajem (Vasilj, 2014). Upravo su mediji doprinijeli popularizaciji sporta i njegovoj privlačnosti kod svih slojeva društva. Zahvaljujući njima sportska događanja nadilaze samo mjesto događanja i sudionike, te postaju „konzumna roba“ širokog dosega (Rodek, 2018).

Počeci sportskog novinarstva vežu se za početke tiska. O sportu se počelo pisati i prije pojave specijaliziranih sportskih izdanja, odnosno sport se kao tema u tisku prvotno pojavljivao kao tema informativnih tiskanih izdanja. Prvi specijalizirani sportski medij nastaje 1792. „The Sporting Magazine“, a nedugo nakon toga sport postaje stalna kategorija u engleskim dnevnicima. Engleski tisak prvi započinje sa specijaliziranim sportskim izdanjima, u ostalim

dijelovima svijeta pojava specijaliziranih izdanja posvećenih sportu započinje tek polovicom 19.st. U Hrvatskoj početke sportskog novinarstva bilježimo od 1890. prvim izdanjem Splitskog lista „Sport Dalmato“. Nedugo nakon 1890. godine u Zagrebu izlazi prvo izdanje „Gimnastika - list za školsku i društvenu gimnastiku“, a zatim i „Šport - glasilo za sve športske struke“. Početkom 20. st. sportska tematika počinje nalaziti svoje mjesto i drugim medijima, prvo u radijskom eteru, a zatim i televizijskom. Radio je pridonio razvoju prijenosa sportskih događanja, te je postavio temelj za sportsko novinarstvo bitnog žanra, a to je intervju (Rodek, 2018).

Danas je sportsko novinarstvo od velikog značaja, te je važna karika u informativnim programima. Prema rezultatima istraživanja autorice Viktorije Car 36 % ispitanika izjasnilo se da od ukupnog televizijskog sadržaja najčešće biraju sportski sadržaj (Car, 2010). Ovakvi rezultati potvrđuju da je sport u novinarstvu, naročito televizijskom novinarstvu važan element koji privlači velik broj ljudi.

2.2. INTERAKCIJA SPORTA, MEDIJA I DRUŠTVA

Kao što je vidljivo u prethodnom poglavlju, nagli uzlet sportskog novinarstva dolazi s pojavom televizije, a to se vremenski poklapa s intenzivnom globalizacijom kada mediji postaju sastavni dio društvene strukture sporta (Vasilj, 2014:18). Vasilj se u svojoj knjizi referirano na Kozarčanina koji je u svojoj knjizi „Sport i mediji“ naveo televiziju kao „globalni stadion“. Takvo poimanje televizije u kontekstu sporta možemo tumačiti tako da su gledatelji sporta postali planetarno raspršeni te da im televizija omogućuje praćenje sporta u „*real time-u*“ jednako kao da se fizički nalaze na mjestu održavanja nekog sportskog događanja. Televizija je, uvidjevši komercijalni potencijal prenošenja sportskih događanja, počela poticati osnivanje zasebnih liga poput NBA-a ili NFL-a koje bi privukle gledatelje. Sociolozi sporta ističu kako je televizija bila ključna kod porasta zarade u nogometu, jer je upravo ona ta koja pojedincima i klubovima osigurava svjetsku slavu (Vasilj, 2014). Danas su klubovi i njihovi najistaknutiji igrači na medijskom pijedestalu i pripadaju popularnoj kulturi na isti način kao glumci i glazbenici. Na stvaranje takve slike sportaša u medijima pojedini teoretičari, posebice sociolozi sporta, imaju stajalište iz perspektive neomarksizma. E. Kennedy i L. Hills prema Rigaure navode kako su sportaši postali otuđeni od samog sporta na isti način kako su radnici otuđeni od predmeta rada. Takva perspektiva navodi kako su

današnji sportaši sličniji trkaćim konjima, te da za cilj imaju samo postizanje maksimalne produktivnosti. No, unatoč profesionalizaciji i komercijalizaciji sporta današnji sportaši uzdignuti na razine zvijezda kao zadaću imaju odgoj mlađih generacija, a glavna uloga koja im se nameće je promicanje „*fair play*-a“. Uz promicanje poštenja i kolegijalnosti, masovni mediji kroz sport nameću svojevrsne ideale zdravog tijela, ali i dovode do promjena u poimanju ženske fizionomije (Kennedy, Hills, 2009). Takvi stavovi autora idu u smjeru kritike medijalizacije sporta na način da ona potiče objektivizaciju kako ženskog, tako i muškog tijela.

Ako gledamo direktnu razmjenu (interakciju) između sporta i medija onda je neizostavno napomenuti komercijalni karakter prijenosa. Borba za prava prijenosa između televizijskih kuća ne postoji samo zbog broja gledatelja koje privlači, već i zbog toga što ta gledanost garantira velik komercijalni doseg reklama koje se u tom periodu prikazuju. Upravo najčešća kritika suvremenog sporta ide u smjeru pretjerane komercijalizacije i stvaranja spektakla. Oglašivačima su sportska događanja svojevrsna „igra na sigurno“ kada je u pitanju doseg milijunskog auditorija i velikog broja potencijalnih kupaca. Primjerice, utakmice Lige prvaka uvijek se održavaju u najgledanijem periodu sa značajnim udjelom sponzorskog sadržaja. No, nije samo klupski nogomet glavni mamac za publiku, veliki doseg imaju i reprezentativna okupljanja i veliki turniri. Ako gledamo rezultate gledanosti Agencije za elektroničke medije iz lipnja 2022. godine vidljivo je da je u kategoriji najgledanijih emisija prvih sedam mjesta pripalo UEFA Ligi nacija, odnosno utakmicama hrvatske reprezentacije i popratnim emisijama uz utakmice. Na dvanaestom mjestu po gledanosti našao se prijenos utakmice četvrt finala Svjetskog prvenstva u vaterpolu u kojem su snage odmjerile Hrvatska i Srbije. Uspjesi nacionalnih reprezentacija često su medijski najpraćeniji događaji, jer se sport i predstavljanje zemlje na međunarodnim turnirima može snažno povezati s nacionalnim identitetom. Upravo su je zanimljiv fenomen nacionalnog identiteta i imidž Hrvatske reprezentacije u medijima u kontekstu Svjetskog prvenstva u nogometu 2018. godine (istraživanje provedeno od strane autora Maleš, Labaš i Begović 2019. godine). Uspjeh reprezentacija tokom trajanja turnira mijenja i medijski sadržaj na način da se smanjuje kritičnost, povećava količina sadržaja posvećena reprezentaciji ali i kvaliteta samog sadržaja. Iz tog se može zaključiti sljedeća: „*Veza između publike i medija u kontekstu ovakvih događanja je snažna, a mediji svojim stilom izvještavanja često utječu na oblikovanje*

stajališta i stvaranje atmosfere oko samoga događaja i praćenja nacionalnih predstavnika“ (Maleš, Labaš i Begović, 2019: 63).

Američki autor Robert V. Bellamy govorio je o uzajamnom odnosu sporta i medija, odnosno o tome tko u ovoj interakciji više ovisi o drugoj strani. Naglasio je obostranu zavisnost sportskih liga i medija, ali je prednost dao televiziji. Tu prednost objasnio je način da bi televizija mogla opstati i prihodovati bez sporta, ali da sport (klubovi i lige) ne bi mogao bez medija. Za medije su sportske organizacije samo izvori programa isto kao i bilo koji izvor drugog televizijskog sadržaja. Nasuprot tomu, mediji su za te organizacije „slamka spasa“ koja im omogućava prosperitet putem utjecaja kojeg ostvaruju na populaciju. Kao primjer tome možemo navesti kako je većina liga, bilo onih nogometnih u Europi, ili košarkaških u SAD-u nastala nakon naglog uzleta televizije. Fenomen iznimne popularnosti i utjecajnosti sporta u medijima tumači kroz kompetitivnost i napetost koja iz njega proizlazi, naglašavajući da je natjecateljski karakter sporta ono što zadržava interes gledatelja (Wanner, 1989). Nažalost komercijalni i natjecateljski karakter sporta često budu plodno tlo za neetično djelovanje sportskih novinara koje će biti tema narednog poglavlja.

2.3. ETIKA U SPORTSKOM NOVINARSTVU

Hrvatski sportski novinari u svom poslu vode se Etičkim kodeksom Hrvatskog novinarskog društva. To je skup načela koje pomažu novinarima u radu kako bi im se olakšala prosudba i razlikovanje dobrog i lošeg. Navedeni Kodeks nastao je po uzoru na međunarodne kodekse i dokument Međunarodne novinarske federacije (Letica, 2003).

Miroslav Vasilj navodi neke od etičkih prijepora s kojima se susreću sportski novinari. Prva etička dvojba odnosi se na potpadanje pod pritisak sportskih saveza, menadžera, organizatora ili sportskih PR-ovaca. Nadalje, kao i u svim drugim novinarskih specijalizacijama treba izbjegavati sukobe interesa. Primjer sukoba interesa je istodobni rad za određeni sportski klub i rad u sportskoj redakciji (Vasilj, 2014). Novinar mora biti jasan kada je riječ o PR-u, a kada o osobnom novinarskom radu. Sve vijesti pa tako i one sportske moraju biti točne i provjerene, kao i lišene bilo kakvih subjektivnosti ili osobnih preferencija novinara. Na isti način na koji novinar čuva točnost informacija, treba čuvati i dostojanstvo sportaša, trenera, izbornika, te svih aktera u sportu (Vasilj, 2014). Luka Brajnović opisao je problem vanjskih utjecaja na novinare napominjući da novinar *“ne smije postati špijun ili doušnik, i uvijek mora poštivati*

danu riječ. Novinar se mora obvezati da će njegova profesionalna dužnost kao i njegov privatni život u svakom trenutku odgovarati ugledu i mjestu koje on i njegova profesija imaju u društvu i da će u svom novinarskom radu poštivati i ispunjavati opće moralne norme koje vrijede u svakom društvu” (Labaš, 2010: 181). Na taj način novinar čuva svoj integritet, integritet redakcije u kojoj radi, ali i medija u cijelosti. Izvještavanje o detaljima iz privatnog života sportaša narušava kvalitetu sportskog sadržaja kojem bi jedini cilj trebao biti informiranje o sportu i dostignućima unutar njega. Novinar koliko god bio stručan, katkada nesvjesno prikazuju svoju pristranost. Svoju pristranost mogu izraziti kroz odabir teme, izbor izvora ili ton izvještavanja (Letica, 2003). Novinar treba biti obazriv kad izvještava i bira bilo koju temu pa tako i nasilju. Sve češći problem u sportu, pa tako i sportskom novinarstvu je upravo nasilje, bilo ono na tribinama ili na terenu. Prema Miroslavu Vasilju novinar bi trebao izbjegavati prikaze nasilja ili pogibija u sportu. Prikazivanje nasilja s terena treba izbjegavati iz razloga kako ne bi došlo do njegova ponavljanja i poticanja, a smrt sportaša ne bi trebala biti izravno prikazana kako se ne bi uznemirilo publiku (Vasilj, 2014).

Uz fizičko nasilje u sportu i sportskim događanjima, novinar se često može suočiti s govorom mržnje usmjerenim na vjersku, nacionalnu ili spolnu pripadnost. Sportske redakcije ne smiju služiti govoru mržnje i njegovom perpetuiranju u medijima (Vasilj, 2014). Sprečavanjem širenja govora mržnje i svih vidova netrpeljivosti novinar radi na očuvanju i širenju pozitivne sportske atmosfere koja bi treba biti osnova svih sportskih događanja.

Posljednji nedozvoljeni element u radu sportskih novinara koji se nalazi u glavnim etičkim dvojbama je plagiranje. Prema Kodeksu časti hrvatskih novinara Hrvatskog novinarskog društva *„Novinar poštuje autorstvo drugih novinara i ostalih sudionika u javnom informiranju. U svojim priložima navodi izvore kojima se koristio. Plagijat je nespojiv s novinarskom etikom”*.¹ Plagijat se odnosi na preuzimanje tuđeg rada i prezentiranje istog kao vlastitog. Kako bi se izbjeglo plagiranje novinar je dužan navesti izvor kojim se koristio u radu.

Sportski novinari trebali bi biti svjesni svih prethodno navedenih etičkih problema s kojima se mogu susresti u svom radu. Oni svojim radom trebaju održavati kvalitetu sadržaja i raditi u službi pozitivne sportske atmosfere na način da ne krše etička načela, te pažljivo biraju sadržaj o kojem će izvještavati.

¹ <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinaral> (datum pristupa: 05.11.2022.)

3. SPORTSKO NOVINARSTVO NA TELEVIZIJI

Puno je aspekata iz kojih je vidljiv utjecaj sporta na televizijski sadržaj i obrnuto. Televizijske kuće međusobno se natječu u kupovini sportskih događaja (prijenosa prvenstava, liga, kvalifikacija i natjecanja). Kao dokaz tomu kako je sport značajan za televiziju možemo navesti činjenicu da se nebrojeno puta televizijski program prilagođava terminima prijenosa. Također, medijske kompanije sklone su same kreirati i inicirati sportska događanja zbog konačnih komercijalnih ciljeva koje ostvaruju prijenosima. Očigledna popularnost sportskog sadržaja i prijenosa sportskih događanja dovela je stvaranja specijaliziranih televizijskih kuća i kanala koji tematski pokrivaju isključivo sport (Vasilj, 2014). Već od samih početaka televizije, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj, sport postaje dijelom programa. Kao i radio, televizija emitira zvuk, ali slikom recipijentima daje veći osjećaj uključenosti u događaj (Rodek, 2018).

3.1. ULOGA JAVNE TELEVIZIJE U SPORTU

Javne televizije važne su u informiranju građana, održavanju demokratskih procesa i vladavinu zakona. Prva javna televizija u Europi sa službenim emitiranjem programa je britanski BBC (Popović, 2004). Osnovni model financiranja javnih televizija je javni novac, odnosno posredstvom države ili putem RTV pristojbe. Vijeće Europe je 1994. usvojilo rezoluciju koja naglašava da model javnih televizija jamči političke, pravne i društvene vrijednosti demokratskog ustroja. Javna televizija za razliku od državne prestaje biti glasnogovornik vlade, te radi zaokret u smjeru službe civilnom društvu. Proces preobrazbe HRT-a iz državne u javnu televiziju bio važan uvjet međunarodne zajednice u procesu demokratskog razvoja Hrvatske 90-ih godina (Letica, 2003). Taj zaokret omogućio je stvaranje slobodne javne platforme za raspravu o aktualnim društvenim temama. Prema definiciji Viktorije Car (2011:43) *„javni je medijski servis usluga čija je zadaća proizvoditi sadržaje kojima je cilj informirati, obrazovati i zabaviti javnost, a u svom djelovanju mora se voditi kriterijem sadržajne i produkcijske izvrsnosti te neovisnosti o bilo kakvim političkim, ekonomskim ili nekim drugim pojedinačnim ili grupnim interesima.“*

Kada govorimo o sportu na javnoj televiziji, njenu ulogu možemo svesti na obrazovnu ulogu i poticanje gledatelja na aktivniji način života, ne stvarajući od njih samo pasivne konzumente sportskih sadržaja. Obrazovna uloga obuhvaća informativnost, odnosno težnja da se iznese što

više relevantnih informacija o što većem broju sportova. Uz to javna televizija bi trebala raditi na popularizaciji manje popraćenih sportova i amaterskih sportova (Vasilj, 2014).

3.2. ULOGA KOMERCIJALNE TELEVIZIJE U SPORTU

Za razliku od javne televizije koja je zakonski ograničena s plasmanom komercijalnog sadržaja, glavnina prihoda komercijalnih televizija prihod dolazi od zakupa komercijalnog prostora. Komercijalne televizije uz informiranje i/ili educiranje, nastoje i zabaviti gledatelje. Sportski program komercijalnih televizija prikazuje publici najatraktivnije sportove, kao što su nogomet, košarka i tenis (Vasilj, 2014). Za pokretanje komercijalnih televizija u Hrvatskoj važan je Zakon o telekomunikacijama iz 1994. godine, koji prema Nacionalnom izvještaju o medijima iz 2015. godine dopušta dodjelu koncesija za emitiranje televizijskog programa privatnim televizijama.

3.3. KOMPETENCIJE SPORTSKIH NOVINARA

Za profesionalno obavljanje posla sportskog novinarstva potrebno je imati specifične kompetencije, znanja i vještine. Ono što najviše razlikuje sportske novinare od drugih specifičnih grana novinarstva je poznavanje sporta. Kako bi mogao kvalitetno izvještavati, novinar mora poznavati sportske discipline, povijest, rezultate i informacije o sportašima, klubovima i trenerima (Vasilj, 2014).

Pronaći priču koja je drugim redakcijama promakla, a mogla bi naći svoj put do publike, vještina je koju svaki urednik želi kod novinara (Randall, 2000). Novinar mora znati prepoznati potrebe publike i temeljem toga birati sadržaj koji će obrađivati. Temeljem tih potreba treba prilagoditi svoj jezik, stil i retoriku kako bi ono o čemu izvještava bilo razumljivo što većem broju ljudi. Novinarski jezik mora biti jasan, svjež, direktan (iskren), prigodan i učinkovit (Randall, 2000). Za takav stil govora i pisanja potrebno je poznavanje retoričkih tehnika, ali i razvijena vještina pisanja kako bi kvalitetno izražavanje postalo rutinom u radu (Vasilj, 2014).

Kako bi se potkrijepila priča poželjno je korištenje i poznavanje statistike. Kod brojčanih iskaza važno je ne robovati istim, već biti sposoban podatke pretočiti u priču i prezentirati ih u

kontekstu. Također, poznavanje statistike i njenih specifičnosti unutar pojedinih podataka važno je kako bi se moglo kvalitetno izvijestiti o rezultatima (Vasilj, 2014).

Miroslav Vasilj kod vještina sportskih novinara zasebno izdvaja poznavanje stranih jezika, ponajprije engleskog, a to ne čudi s obzirom na potrebu prenošenja stranih medija i sportskih događanja van matične zemlje (Vasilj:2014).

Razvijanje vlastitog stila element je koji mnogi autori ponavljaju i navode kao bitnim. Stil govora i pisanja je svojevrsna identifikacija svakog novinara. Pronaći svoj stil, biti mu dosljedan i ne mijenjati ga važno je za stvaranje vlastitog identiteta i potpisa u moru drugih novinara (Randall, 2000).

U trenutnim okolnostima novinarskog rada gdje su novinari u konstantnoj utrci s vremenom kako bi neku priču pravovremeno i kvalitetno plasirali javnosti, važno je da se novinar pridržava zadanih rokova. Budući da je sportsko novinarstvo specifično jer iziskuje posebno praćenje sportskih događanja, sportski novinari su razvili vještinu kronološkog praćenja događanja bez pretjeranih analitičkih elemenata, tj. uz vješto baratanje statistikom na način da bude pojednostavljena gledateljima (Vasilj, 2014).

3.4. ODABIR SPORTSKOG SADRŽAJA

Postoji puno kriterija prema kojima se određuje o kojim će se sportovima izvještavati i koja će se sportska događanja prenositi. Prema teoriji novinarstva, novinari ne biraju vijesti proizvoljno, već temeljem profesionalnih kriterija selekcije vijesti, tj. informativnih vrijednosti. Na izbor vijesti može utjecati i priroda samog medija. Na televiziji bi na selekciju vijesti trebalo utjecati radi li se o javnoj ili komercijalnoj televiziji, odnosno tipu medijske organizacije, ali i ciljna grupa kojoj je vijest namijenjena. Drugim riječima televizije odabir sadržaja i vijesti trebaju prilagoditi tome ciljaju li strogo informativni karakter emisija, ili im je zabava glavni kriterij.

Televizijske vijesti treba promatrati kao žanr koji bi trebao ispunjavati javnu funkciju po načelu da se gledatelje gleda kao na građane s pravima i dužnostima, a ne kao na puste potrošače medijskog sadržaja (Perešin, 2008). Dnevno se događa na tisuće sportskih događanja, a samo manji broj dobiva svoje mjesto na televiziji. Kod odabira tema o kojima će se govoriti važno je istraživanje koje u televizijskom novinarstvu poprima drugačiji značaj od

istraživanja koje podrazumijeva znanost. Istraživanje na televiziji presudno je kod odabira teme kako bi se preispitale želje i potrebe publike, ali i kako bi se kvalitetno i što je efikasnije moguće obradila tema. Takva istraživanja odnose se na svojevrsna ispitivanja tržišta koja bi redakcijama dala uvid u to što publika priželjkuje, ona mogu biti provedena od strane same televizije ili uz angažman specijaliziranih agencija. Prema Zvonku Letici (2003) za odabira teme važna su tri područja u koja možemo svrstati svaku temu.

- Prvo područje su teme koje se mogu ticati čovjeka i njegovog djelovanja.
- Drugo područje se može ticati neke društvene i prirodne pojavnosti.
- Treće područje odnosi se na događaje (Letica, 2003.)

Kako bi neka činjenica dobila televizijski prostor mora imati elemente aktualnosti, važnosti i zanimljivosti. O uredničkoj politici ovisi definiranje vrijednosti neke informacije i odnos prema njima (Letica, 2003).

Jedan od glavnih kriterija odabira sportskog sadržaja je pripadnost sporta/kluba u kategoriju elitnih. U Europi u kategoriju elitnih sportova ulaze nogomet, košarka i Formula 1, u Americi to mjesto uz košarku zauzima američki nogomet, a u Indiji kriket (Vasilj, 2014). Na svjetskoj razini raspodjela gledanosti po sportovima potvrđuje pripadnost navedenih sportova u kategoriju elitnih. U nastavku će biti prikazana Tablica 1. koja prema portalu 24 sata donosi ljestvicu najgledanijih sportova u 2021. godini.

SPORT	BROJ GLEDATELJA
NOGOMET	4 milijarde
KRIKET	2,5 milijarde
HOKEJ NA TRAVI	2 milijarde
TENIS	1 milijarda
ODBOJKA	900 milijuna
STOLNI TENIS	875 milijuna
KOŠARKA	525 milijuna
BEJZBOL	500 milijuna
RAGBI	475 milijuna
GOLF	450 milijuna

Tablica 1. Njagledaniji sportovi u 2021. godini

(Izvor:<https://www.24sata.hr/native-sadrzaj/pratili-su-ih-milijuni-gledatelja-znate-li-koji-su-sportovi-bili-medu-najgledanijima-u-2021-810236>, datum pristupa: 03.08.2021)

Najgledaniji sport u 2021. godini bio je nogomet, zatim slijede kriket, hokej na travi, tenis, odbojka, stolni tenis, košarka, bejzbol, ragbi i golf. U prilog popularnosti nogometa ide podatak da je finale Europskog prvenstvo u nogometu 2020. godine najgledaniji televizijski sadržaj u povijesti Ujedinjenog Kraljevstva s 40 milijuna gledatelja u UK-u.² Veliku popraćenost imalo je i finale Svjetskog prvenstva 2018., prema podacima koje je objavila FIFA finalnu utakmicu gledalo je 1,12 milijarde ljudi u svijetu.³

² <https://lidermedia.hr/lider-plus/lidertrend/finale-eura-2020-najgledaniji-tv-sadrzaj-u-povijesti-ujedinjenog-kraljevstva-137689> (datum pristupa: 03.08.2022)

³ <https://hns-cff.hr/news/19334/finale-francuska-hrvatska-gledalo-112-milijarde-ljudi/> (datum pristupa: 03.08.2022)

Segregacija se događa i između velikih klubova i manjih, siromašnijih klubova. Također, danas vrhunski sportaši nerijetko imaju status zvijezda. Kada neki sportaš svojim rezultatima izbori status zvijezde, tada su mediji skloniji eksponirati ga (Vasilj, 2014). Daniel Back i Louis Bosshart govore o tome kako su klubovi, sportaši i sportski menadžeri spremni prihvatiti uplitanje od strane televizija kako bi se izborili za svoju poziciju u medijima. Medijski menadžeri odlučuju, na primjer, na to u koje vrijeme počinje sportski događaj. No, kao što je već rečeno sport i mediji međusobno su zavisni, da nema televizije ne bi bilo publiciteta (Back, Bosshart, 2003). Bez publiciteta ne bi bilo ni sponzora koji elitne sportove i klubove čine elitnima.

Izvještavanje o aktualnim događanjima presudno je za atraktivnost. Dodatnu dimenziju aktualnosti donose događaji koji su zemljopisno ili psihološki blizu publici. Stephan Russ-Mohl prema Vasilju (2014) navodi tri potkategorije pravodobnosti u sportskom novinarstvu. Prva potkategorija je aktualnost, odnosno ono što nije aktualno u datom trenutku nema potencijal da postane vijest. Nadalje, prednost ima izvještavanje o cjelovitom ishodu događanja nego o parcijalnim rezultatima. Treća kategorija je kontinuitet koji iziskuju teme koje su dulje vremena prisutne u javnosti, a iz dana u dan dolazi do promjena (Vasilj, 2014).

Uz sportske događaje pažnju medija dobivaju i popratne aktivnosti poput transfera sportaša (ponajprije nogometaša), obljetnice, izbori za najbolje sportaše i sportašice, novinarske konferencije, priopćenja za medije i analize po završetku kola nekog turnira (Vasilj, 2014). Takav sadržaj uglavnom dođe u fokus kada izostaje tekućih događanja o kojima se treba izvijestiti, ili su toliko značajni da donose određene prekretnice u daljnjim zbivanjima.

Sljedeći kriterij za uvrštavanje nekog sportskog događaja u medijski sadržaj je neizvjesnost koja iz njega proizlazi. *„Za razliku od ostalih društvenih događaja (npr. ekonomskih, političkih itd.) sportski događaji odlikuju se stanovitom neposrednošću i jednostavnošću, te većom povezanošću s neposrednim iskustvom pojedinca, pa čak i onda kad se posreduju putem medija. Oni često obiluju napetošću koja proizlazi iz neizvjesnosti situacije i ograničenog vremena u kojem treba postići rezultat, ali i posebnom estetikom igre koja proizlazi iz uspješno izvedenih sportskih akcija”* navodi Jelena Rodek (2018: 109). Mediji su skloniji dati prednost događaju s neočekivanom neizvjesnošću, nego događaju čiji je tijek bio u okvirima očekivanog (Vasilj, 2014). Za jaču medijsku popraćenost nekog sportskog događaja važan je njegov značaj koji je odraz interesa većeg broja ljudi, ili ostvarenja

zapaženog rezultata. Ono što drži velik broj ljudi uz neki događaj su rivalstva između klubova, reprezentacija ili pojedinačnih sportaša. Tako primjerice tradicionalno najveću pažnju dobivaju derbiji između velikih rivala poput Reala i Barcelone (Vasilj, 2014), ili Dinama i Hajduka u Hrvatskoj nogometnoj ligi.

Ostali čimbenici koji mogu odlučiti o odabiru sportskog sadržaja su: konflikt, edukacijska vrijednost, neuobičajenost, negativnost, utjecaj, “*fair play*”, humor i spolne odrednice. Konflikt u okvirima sportskog novinarstva označava određene nesuglasice u redovima ljudi koji vode glavnu riječ, a takva previranja često su atraktivna publici. Na konflikte se nadovezuju negativnosti u sportu poput ozljeda, nereda na tribinama ili nekih ilegalnih radnji u sportu čija popraćenost ide na ruku uzrečici “*bad news is good news*” (Vasilj, 2014). To znači da mediji nerijetko posežu za vijestima negativnog prizvuka jer je interes javnosti veći za njih nego za onim pozitivnim.

Nemoguće je obraditi pitanje vijesti i odabira vijesti u medijima bez da se spomene pitanje pristranosti u odabiru i prikazu. Kod pristranosti se najčešće radi o odnosu između stavova novinara i njihova odabira vijesti. Jedan od često spominjanih koncepta kod odabira i selekcije vijesti je *framing* koncept. Kunczik i Zipfel (2006) interpretirajući Ervinga Goffmana navode “*da svi mi klasificiramo, organiziramo i interpretiramo svoja životna iskustva kako bismo u njima našli smisao*” (Kunczik, Zipfel, 2006:184). *Framing* djeluje tako da određenim dijelovima realnosti daje na značaju, dok drugima umanjuje važnost ili ih u potpunosti ignorira. Novinar taj proces može raditi svjesno ili nesvjesno (Kunczik, Zipfel, 2006). U sportskom novinarstvu *framing* se može manifestirati kroz odabir sportskog kluba kojem će se dati više prostora, ili favoriziranje određenog sportaša u odnosu na ostale zbog osobnih sklonosti novinara ka nekom klubu ili sportašu.

3.5. ŽANROVI I OBLICI IZRAŽAVANJA U SPORTSKOM NOVINARSTVU NA TELEVIZIJI

Najčešće sportske emisije na televiziji su tjedni magazini, dnevna kronika, sportske vijesti, emisije koje se emitiraju oko izravnih prijenosa, sportski blok u Dnevniku, sportske dokumentarne emisije i sportski intermeco (Vasilj, 2014). No, ako se fokusiramo na sportski blok unutar Dnevnika, koji je temelj istraživačkog dijela rada, važno je definirati izražajne oblike koji se unutar njega najčešće koriste.

Glavni i najčešći žanr u sportskom novinarstvu i sportskom bloku Dnevnika je vijest. Kako navodi Zvonko Letica „*Novinarstvo je prije svega vijest. Ona je njegov temelj. O njoj se govori kao o nekoj novosti koja zanima javnost ili se nje tiče*“ (2003:207). Iako ne postoji usuglašena definicija vijesti, sigurno je da je vijest sastavljena od činjenica i obavijesti o onome što se zbiva, te da treba biti jasna, sažeta i zanimljiva. U pisanju vijesti najčešće se spominje pravilo obrnute piramide. Po modelu obrnute piramide podaci se iznose po važnosti, od najvažnijih prema manje važnim. Danas se u pisanju vijesti koriste i drugi modeli poput fokusirane strukture, kronološkog kazivanja i pješčanog sata (Malović, 2005). Kod razrade sportske vijesti važna je glava i tijelo teksta. Glava može biti izravna ili neizravna, a cilj im je dati ključne informacija bez prevelikog otkrivanja detalja kako bi se zainteresirala publika (Vasilj, 2014). U tijelu vijesti iznose se činjenice koje trebaju biti raspoređene kroz vijest kako bi se zadržala pažnja gledatelja. Iz istog razloga nije preporučljivo većinu informacije otkriti u glavi vijesti kako pažnja ne bi opala. Iako nije nužno pisanje po modelu obrnute piramide, televizijska vijest mora odgovoriti na pitanja tko, što, kada, gdje, zašto i kako. Prema hijerarhiji najvažnije je odgovoriti na pitanje što se dogodilo, a zatim tko. Kada se u tijelu vijesti razrađuje tema teško je izostaviti pitanje gdje se nešto zbilo, jer bi vijest bez te informacije bila nepotpuna i ostavila bi gledatelja u nedoumici. Pitanje kada se nešto zbilo ne predstavlja neizostavni element vijesti, jer bi vijest sama po sebi trebala biti svježja i informirati o netom završenim događajima. Odgovori na pitanja zašto i kako bitni su za interpretaciju i bolje objašnjavanje teme, ali se nikad ne nalaze u glavi vijesti (Letica, 2003).

Osim vijesti, često korišteni žanr u sportskom televizijskom novinarstvu je izvještaj. Iako je izvještaj sličan vijesti, razlike su uglavnom kvantitativne jer je izvještaj sadržajni i detaljniji. „*Izvještaji, traju od 40 do 150 sekundi, a duže jedino iznimno i s opravdanim razlogom, te u mozaičkim emisijama. Izvještaj, baš kao i vijest, također mora sadržavati novost, biti važan, zanimljiv i točan*“ (Letica: 2003: 232). Kako bi izvještaj bio izvještaj i dao potpuniju sliku nekog događaja, on mora sadržavati sljedeće elemente: najavu, prikaz događaja, izjave, zanimljivosti i najave. U najavi moraju biti izneseni ključni podaci poput ishoda utakmice. Zatim mora imati kronološki prikaz događaja s najvažnijim trenucima, kao i izjave aktera. Zaključak sadržava zanimljivosti i eventualne najave nadolazećih događanja (Vasilj, 2014).

Televizijski *feature* po složenosti je iznad izvještaja jer po broju elemenata iziskuje temeljitiju obradu teme. On sadrži sljedeće elemente: sliku, zvuk okruženja, izjave, *off* (tekst koji iznosi novinar), grafika, *stand-up* i arhiv (Vasilj, 2014). Zbog svoje složenosti rijetko nalazi prostor

u kraćim televizijskim formatima, no svejedno se javlja kao svojevrsna analiza važnijih sportskih događanja koje je potrebno sagledati iz više kutova.

Sljedeći bitan element u sportskom novinarstvu su uživo prijenosi koji su za ovaj žanr novinarstva izuzetno bitni zbog velike gledanosti, ali i tehničke zahtjevnosti. S obzirom na to da je tema ovog rada vezana za istraživanje u sportskom bloku unutar Dnevnika, javljanje uživo (*stand-up*) je važniji element u odnosu na prijenos događaja uživo. Novinar se može uživo uključiti s nekog sportskog događanja uoči, tokom ili po njegovom završetku, a pri tome dati kratki prikaz zbivanja uz izjave ključnih aktera. *Stand-up* je zapravo kombinacije uživo prijenosa i javljanja uživo (Vasilj, 2014). Novinari koji rade na javljanju uživo imaju veliku odgovornost jer u takvom televizijskom sadržaju nema prostora za pogreške. Moraju biti dobro upoznati s temom o kojoj izvještavaju, moraju biti vješti u izricanju misli, te imati osjećaj za ono što je adekvatno reći u određenom trenutku (Letica, 2003).

Prema Miroslavu Vasilju hodogram koji prati redakcija prilikom javljanja uživo je sljedeći:

1. Najava voditelja iz studija.
2. Voditelj postavlja pitanja novinaru koji se javlja s terena.
3. Uključivanje voditelja s terena.
4. Iznošenje bitnih informacija.
5. Novinar najavljuje sljedeći prilog.
6. Prikaz priloga.
7. Ponovno postavljenje pitanja novinara iz studija novinaru na terenu.
8. Odgovor novinara s mjesta događaja (Vasilj, 2014).

Za razliku od javljanja uživo, izjava je puno jednostavniji format koji ne iziskuje veliki angažman novinara prilikom same realizacije, iako u pozadini svake izjave nerijetko stoji značajan trud novinara kako bi došao do osobe čiju izjavu želi. Izjava se uzima od osobe čije mišljenje ima važnost u svijetu sporta i čije mišljenje je važno za temu koju se obrađuje. To može biti sportaš ili osoba koja istupa u ime kluba, reprezentacije ili skupine navijača. Izjave mogu biti informativnog ili emocionalnog tipa, no češće se koristi emocionalna izjava jer se važne informacije iznesu prije prikazivanja izjave. Također, izjave može biti djelić intervjua, a uglavnom su izrezani samo najvažnije dijelovi bez pitanja novinara (Vasilj: 2014). Važno je da se izjave ne izvlače iz konteksta čime mogu poprimiti negativne konotacije.

3.6. ŽENSKI SPORT U MEDIJIMA

Sudjelovanje žena u sportu ima dugu povijest. To je povijest obilježena podjelama i diskriminacijom, ali također i povijest ispunjena velikim postignućima sportašica i važnim pomacima za ravnopravnost spolova, te osnaživanje žena i djevojčica. U medijima ženski sport nije samo marginaliziran, već se često predstavlja u drugačijem stilu koji odražava i jača rodne stereotipe. Prema UN-u (Women 2000 and Beyond: Women, gender equality and sport, 2007) takvi su stereotipi potaknuli diskriminaciju temeljenu na spolu u tjelesnom odgoju te u rekreacijskom i natjecateljskom sportu, sportskim organizacijama i sportskim medijima.

Glavni argumenti koji se navode kao razlozi degradiranje žena u sportu idu u tri smjera:

- Medicinski argument koji navodi da su žene fizički slabije, te da im manjka predispozicija za fizičku aktivnost.
- Estetski argument ističe kako žene koje se bave sportom nisu atraktivne.
- Socijalni argument govori kako se sport kosi sa ženstvenošću (Kay, Jeand, 2008).

Ženska nezastupljenost u strukturama sporta nije samo nepravedna već ima i dalekosežne posljedice na sudjelovanje žena u sportu. Sport je sektor u kojem tradicionalno prevladavaju muškarci, a napredak po pitanju rodne ravnopravnosti koči društveni konstrukti muževnosti i ženstvenosti. Jedan od mogućih uzroka tome je nedovoljna zastupljenost žena na rukovodećim pozicijama što dovodi do smanjene participacija žena u sportu (Kay, Jeand, 2008). Sportašice mogu doći u medijski fokus tek prilikom ostvarivanja vrhunskih rezultata, dok muški sport dobiva više pažnje i na nižim profesionalnim razinama. Najveće zapostavljanje žena u sportu vidi se u ekipnim sportovima, dok je situacija u individualnim sportovima (poput atletike) nešto bolja (Vasilj, 2014).

Kako bi se situacija popravila, Europska komisija je 2015. godine dala Prijedlog za strateške akcije u svrhu unapređenja rodne ravnopravnosti u sportu. Tim planom se želi potaknuti vodeće sportske organizacije na razvijanje ravnopravnosti u sportu na razini Europske unije.

Kada su u pitanju mediji, Hrvatski olimpijski odbor u svom dokumentu navodi sljedeće prijedloge:

- Usvajanje smjernica o rodnoj ravnopravnosti u sportskom novinarstvu stvaranjem zanimljivih priča, uz poštivanje integriteta žena.

- Kreirati sadržaj kojima bi se postigla rodna jednakost u stručnim raspravama, izvješćima i biltenima.
- Razvit kompetencije medijskih profesionalaca u sportu, osiguravanjem obuke o ravnopravnosti u sportu.
- Nagrađivati rad i postignuća sportskih novinarki i novinara koje rade na ukidanju rodni stereotipa u sportskim medijima.

Prema istraživanju koje je proveo Futures Sport and Entertainment o medijskoj zastupljenosti ženskog, muškog i mješovitog sporta u Velikoj Britaniji koji prenosi hrvatski portal Žene i mediji, dobiveni su rezultati koji daju razlog za optimizam kada je ženski sport u medijima u pitanju. Prema navedenom istraživanju, suprotno dosadašnjima trendovima, gledanost ženskog sporta u UK-u raste kako na besplatnim tako i na plaćenim TV kanalima. Ipak valja naglasiti da je besplatno emitiranje dalo značajan utjecaj na ukupnu gledanost jer je britanskom ženskom sportu donijelo 19 milijuna novih gledatelja. Temeljem tog istraživanja, za 2022. predviđa se rekordna gledanost ženskog sporta.⁴ Potvrdu ovoj tvrdnji vidimo u podacima koje iznosi UEFA o gledanosti Europskog prvenstva u nogometu za žene prema kojima je ovo prvenstvo najgledanije do sad s premašenih 360 milijuna gledatelja. Navedeni podataka je zbroj gledanosti putem TV-a ali i drugih platformi koje se omogućile prijenos turnira. Brojka koja premašuje 360 milijuna gledatelja govori o udvostručenju gledanosti Europskog prvenstva u nogometu za žene u odnosu na 2017. godinu kada je gledanost iznosila 178 milijuna gledatelja.⁵ Upravo zbog navedenih specifičnosti medijske pokrivenosti žena u sportu ali i rezultatima inozemnih istraživanja koje daju optimizam, u istraživanju ovog rada proučeno je koliko su žene zastupljene u odnosu na muškarce i u kojem sportu žene dobivaju najviše medijskog prostora.

⁴ <https://www.zeneimediji.hr/raste-interes-za-zenskim-sportom-u-velikoj-britaniji-2021-rekordna-po-gledanosti-zenskog-sporta/> (datum pristupa: 05.09.2022.)

⁵ <https://www.uefa.com/insideuefa/news/0278-15ff73f066e1-c729b5099cbb-1000--365-million-people-watch-women-s-euro-2022/> (datum pristupa: 05.09.2022.)

4. ISTRAŽIVANJE SPORTA NA HRVATSKIM NACIONALIM TELEVIZIJAMA

Cilj istraživanja bio je utvrditi sadržajne osobine, kvalitetu izvještavanja i uredničke obrade sportskih priloga unutar središnjih Dnevnika hrvatskih nacionalnih televizija u razdoblju od 18. srpnja do 31. srpnja 2022. godine.

Osnovna metoda bila je analiza sadržaja, a matrica alat korišten za utvrđivanje osobina sadržaja i novinarske obrade priloga objavljenih u tradicionalnim medijima (Benković, Balabanić, 2010).

4.1. UZORAK

Istraživanje je provedeno u razdoblju od 18. srpnja do 31. srpnja 2022. godine. Analizom su obuhvaćene sljedeće televizije: Hrvatska radiotelevizija, RTL, Nova TV. Središnji dnevnik je glavna informativna emisija televizijskih kuća, te uglavnom najgledaniji informativni program. Emitira se u najgledanijem periodu, donosi rezime proteklog dana i daje pregled svih aktualnosti iz zemlje i svijeta. Središnji dnevnik nakon društveno-političke tematike imaju zasebni sportski blok koji je temelj istraživanja ovog rada. HRT-ov središnji Dnevnik započinje pod nazivom „Dnevnik 2“ u 19 sati, a sportski blok oko 19:50. Komercijalna televizija RTL svoj središnji Dnevnik s istim početkom u 19:00 naziva „RTL danas“, dok sportski blok započinje oko 60.-te minute trajanja emisije. Dnevnik Nove TV započinje u 19:00, a sportski blok emitira se oko 45 minuta od početka informativnog bloka. Prema podacima Agencija za elektroničke medije u srpnju 2022. godine unutar ljestvice 15 najgledanijih emisija našla su se sva tri proučavana Dnevnika. HRT-ov Dnevnik 2 našao se na šestom mjestu, na osmom mjestu RTL Danas, a Dnevnik Nove TV na desetom mjestu. Na javnim televizijama sportski blok je često odvojen zasebnom špicom, dok je na komercijalnim televizijama prijelaz na sportski blok uglavnom ležerniji uz razgovor voditelja dnevnika s voditeljem sporta. Kroz taj prijelaz voditelji kratko prokomentiraju sadržaj koji će biti obrađen u sljedećim minutama sporta. Sportski blok daje kratki pregled, najčešće u tri do četiri minute, o proteklom, tekućim i nadolazećim sportskim događanjima (Vasilj, 2014).

Na rezultate istraživanje utjecao je raspored sportskih događanja u proučavanom periodu. Proučavano razdoblje odabrano je zbog početka velikog broja liga, turnira i prvenstava iz različitih sportova, kako bi se dobila što šira slika o kvaliteti izvještavanja odabranih redakcija. U periodu od 15. do 24. srpnja 2022. godine održavalo se Svjetsko prvenstvo u

atletici što se odrazilo na zastupljenost atletike u analiziranom sadržaju. U istom periodu održavao se šahovski turnir u Zagrebu zbog čega je šah dobio dio medijskog prostora, kao i odbojka zbog održavanja Svjetskog kupa u Zadru. Od nogometnih zbivanja taj period obilježen je početkom Hrvatske nogometne lige, odnosno prva tri kola, te su osim HNL-a započela i pretkola europskih liga (Liga prvaka i Konferencijska liga). Uz muški nogomet održano je Svjetsko prvenstvo u nogometu za žene u Engleskoj. Također, u tom periodu održane su dvije utrke Formule 1. U drugom tjednu analize sadržaja započeo je ATP u Umagu čime je tenis dobio dio prostora, kao i biciklizam zbog završetka najpoznatije svjetske utrke u Francuskoj.

4.1.1. HRVATSKA RADIOTELEVIZIJA

Hrvatska radiotelevizija je javna ustanova čiji je osnivačka prava ima Vlada Republike Hrvatske. Rad HRT-a reguliran je Zakonom o Hrvatskoj radioteleviziji. Obavlja djelatnost pružanja javnih radiodifuzijskih usluga s pravom neovisnog financiranja sukladno prethodno navedenom zakonu. HRT ima tri nacionalne radiopostaje, osam regionalnih, te četiri televizijska programa i dva međunarodna programa. Funkciju glavnog ravnatelja trenutno obnaša Robert Šveb.⁶

4.1.2. RTL

RTL je komercijalna televizijska kuća u čiji je vlasnik češki CME (Central European Media Enterprises), odnosno PPF grupa. S emitiranjem programa započinje u 2004. godine. Ima tri nacionalna televizijska programa, kao i pet programa dostupnih putem satelita i IPTV mreža.⁷ Željka Marijanović trenutno obnaša funkciju glavne urednice informativnog programa RTL-a.⁸

⁶ <https://o-nama.hrt.hr/organizacija/tko-je-tko-na-hrt-u-3673> (datum pristupa: 01.08.2022.)

⁷ [https://hr.wikipedia.org/wiki/RTL_\(Hrvatska\)](https://hr.wikipedia.org/wiki/RTL_(Hrvatska)) (datum pristupa: 01.08.2022.)

⁸ <https://www.rtl.hr/info/impressum> (datum pristupa: 01.08.2022.)

4.1.3. NOVA TV

Nova TV je hrvatska (komercijalna) nacionalna televizija koja je s emitiranjem počela 2000. godine. U vlasništvu je grupacije United Media, koja je dio United Groupe. Emitira tri programa Nova TV, Doma TV i Mini TV.⁹ Glavna urednica Nove TV je Zrinka Jankov.¹⁰

4.2. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Kao što je već navedeno, glavna istraživačka metoda rada je analiza sadržaja. Unutar nje istraživalo se trajanje priloga i prisutnost određenih žanrovskih kategorija s ciljem utvrđivanja razlika između jedne javne i dvije komercijalne televizije. Osim žanrovskih razlika, istraživanjem su obuhvaćene i sadržajne razlike između sportskih vijesti proučavanih televizija.

U analizu su uključene sljedeće kategorije: trajanje sportskog bloka, zastupljenost pojedinih sportova, omjer domaćeg i stranog sporta, spolna zastupljenost, broj i trajanje (uživo) javljanja, izjava, izvješća i vijesti, *feature-a*, te prijenosa s konferencija za medije.

Prema teorijskom okviru koji nalaže određene razlike između javnih i komercijalnih televizija, te temeljem drugih varijabli postavljene su 4 hipoteze rada.

Hipoteze rada:

- (H1) HRT u svojim središnjima informativnim emisijama ili dnevnicima, po jednoj televizijskoj emisiji, dnevniku, prosječno donosi više od tri informacije o sportu.
- (H2) U središnjim informativnim televizijskim emisijama – dnevnicima na javnoj televiziji (HRT) i komercijalnim televizijama (RTL i Nova TV) ženski sport manje je prenošen od muškog sporta.
- (H3) U središnjim informativnim televizijskim emisijama – dnevnicima na javnoj televiziji (HRT) i komercijalnim televizijama (RTL i Nova TV) u sportskom bloku na televiziji je najzastupljeniji prilog: izjava.

⁹ https://hr.wikipedia.org/wiki/Nova_TV (datum pristupa: 01.08.2022.)

¹⁰ <https://novatv.dnevnik.hr/stranica/impressum> (datum pristupa: 01.08.2022.)

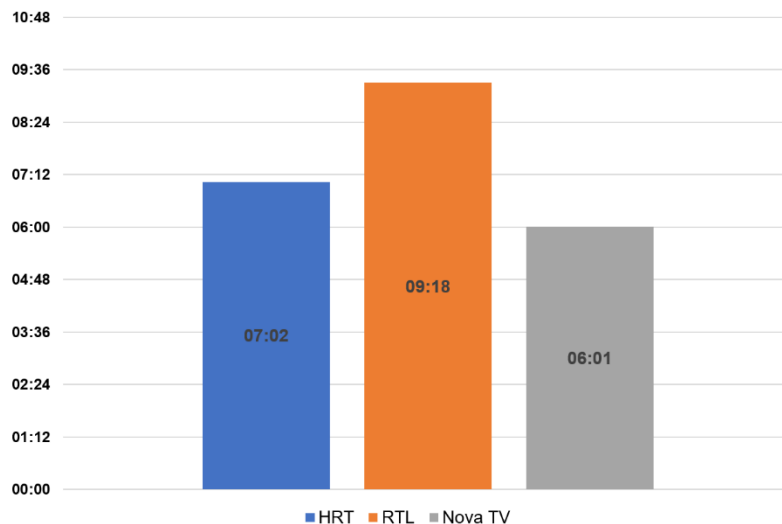
- (H4) U središnjim informativnim televizijskim emisijama – dnevnicima na javnoj televiziji (HRT) i komercijalnim televizijskim emisijama (RTL i Nova TV) u sportskom bloku najviše je zastupljena tema o nogometu.

4.3. REZULTATI ISTRAŽIVANJE

U istraživanju su analizirane 42 emisije i 172 priloga. Rezultati se mogu podijeliti na nekoliko cjelina. Prva cjelina odnosi se na razlike u trajanju proučavanih sportskih blokova i korištene žanrove unutar njih, druga kategorija obrađuje zastupljenost domaćeg i stranog sporta unutar uzorka, treća odnos muškog sporta u odnosu na ženski sport, te posljednja kategorija obuhvaća zastupljenost pojedinih sportova.

4.3.1. TRAJANJE SPORTSKIH BLOKOVA I KORIŠTENI ŽANROVI

Prvi proučavani element kod sportskog bloka unutar središnjih Dnevnika HRT-a, RTL-a i Nove TV je njegovo trajanje. Na Grafikonu 1. prikazana je usporedba prosječnog trajanja sportskog bloka svake proučavane televizije.

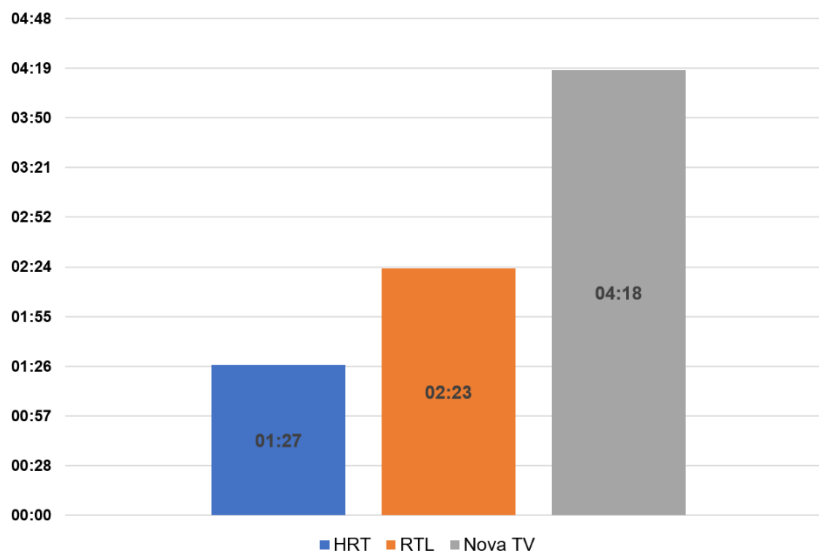


Grafikon 1. Prosječno trajanje sportskog bloka (Izvor: istraživanje autora)

Analiza je pokazala kako trajanje sportskog bloka varira od dana do dana, no pogledamo li prosječno trajanje vidljivo je da RTL ima najduži sportski blok koji nerijetko premašuje deset minuta. Sljedeći po trajanju je HRT-ov sportski blok koji je najduže trajanje u proučavanom

periodu imao 18. srpnja kada je trajao 8:40, ali razlog za nešto duljeg trajanje bilo je ubacivanje internog sadržaja u svrhu promocije sportske emisije Stadion koja započinje s emitiranjem na drugom HRT-ovom kanalu. Nova TV ima najkraći sportski blok čije je prosječno trajanje oko šest i pol minuta. Pogledamo li sumarno proučavane minute, kod svake televizije doći ćemo do sljedećih brojki. U 14 emisija ukupno trajanje analiziranog sadržaja kod HRT-a iznosi 98 minuta, kod RTL 127 minuta, a kod Nove TV 84 minute. Analizirani sadržaj obuhvaća dijelove koje iznosi novinar u studiju ili narator priloga, bez izjava i uživo javljanja. Ukupno trajanje emisija podudara se s brojem sportova obrađenih unutar njih, No, zastupljenost pojedinih sportova bit će zasebno analizirana u nastavku. Slična raspodjela kao kod sportova je i s brojem priloga, odnosno vijesti po emisiji. Prosječan broj priloga na HRT-u je pet, na RTL-u četiri, a NOVA TV ima tri priloga po emisiji. Uglavnom je broj priloga veći od broja obrađenih sportova jer nogometu pripadnu dva priloga zbog odvojenih priloga koji informiraju o hrvatskim klubovima, i priloga koji obrađuju zbivanja kod stranih klubova. Osim odvajanja priloga koji se bave klubovima HNL-a i stranim klubovima, često su odvojeni prilozima bilo namijenjeni važnim transferima, bilo u domaćem nogometu ili u stranim klubovima.

Sljedeći proučavani element bio je trajanje javljanja tj. onoga što autori nazivaju *stand-up*.

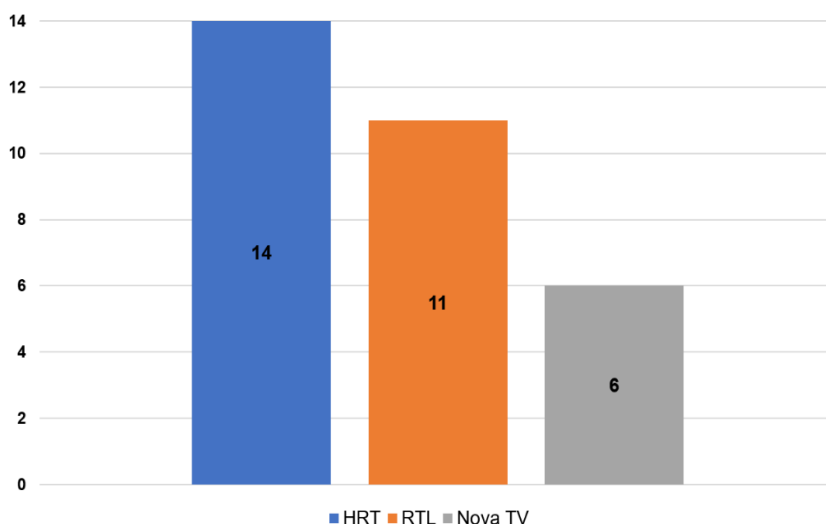


Grafikon 2. Prosječno trajanje uživo javljanja (Izvor: istraživanje autora)

Iz Grafikona 2. možemo vidjeti da najduže javljanje uživo ima Nova TV, jer s obzirom na to da ima najkraći blok s najmanjim brojem sportova, u emisijama kad je bilo uživo javljanja, to

javljanje bi bilo uglavnom središnji dio emisije, te nositelj glavne vijesti. U ukupno 14 proučavanih emisija Nova TV je imala najviše javljanja s ukupnim trajanjem nešto više od četiri minute. Sljedeća televizija po broju i trajanju javljanja je RTL s prosječnim trajanjem koje je gotovo upola kraće od Nove TV, a *stand-up* se pojavio u pola proučavanih emisija. HRT ima najmanji broj javljanja uživo u proučavanom iznosu koji iznosi dva javljanja s prosječnim trajanjem kraćim od minute i pol u 14 proučavanih blokova.

Sljedeći često korišteni žanr je izvještaj koji se pojavio u preko u 83 % proučavanih emisija. Izvještaji su se nalazili na samom početku emisije, a tema izvještaja bile su utakmice proteklog kola HNL-a, te povremeno atletika nakon sadržajnijih dana na održanom Svjetskom prvenstvu u SAD-u.

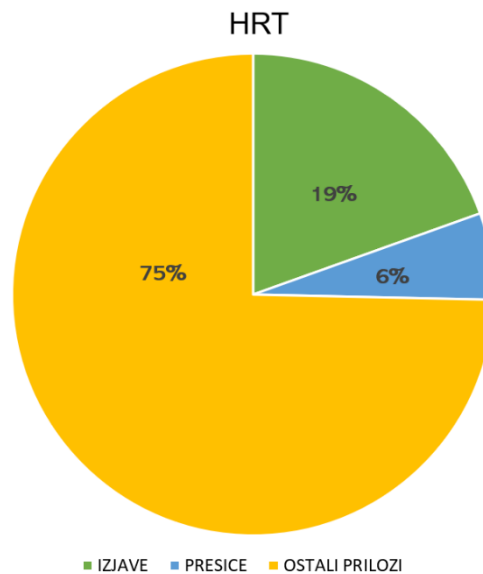


Grafikon 3. Broj izvještaja u uzorku (Izvor: istraživanje autora)

Prema Grafikonu 3. HRT je u svim emisijama imao jedan prilog koji zadovoljava kriterij izvještaja. U pet emisija je bilo po dva izvještaja. RTL je u 11 emisija imao izvještaje, a tek u jednoj dva izvještaja zbog potrebe detaljnijeg pregleda zbivanja na SP-u u atletici. Nova TV zbog najkraćeg prosječnog trajanja emisije najmanje se koristila ovim žanrom zbog njegove vremenske zahtjevnosti, tek u šest emisija prikazani priloga imali su elemente novinarskog izvještaja. Svih šest priloga (izvještaja) bilo je posvećeno nogometu.

Osim javljanja u analizi se gledalo i trajanje izjava. Izjave su ponekad bile sastavni dio javljanja uživo ili dio zasebne vijesti. Kao posebna varijabla proučavane su izjave s

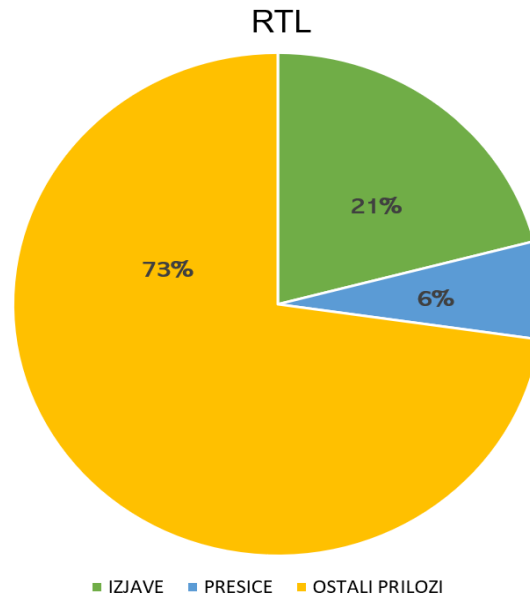
konferencija za novinare, a njihova zastupljenost biti će prikazana i interpretirana u nastavku. Osvrnemo li se samo na izjave tokom proučavanih emisija vidljivo je kako se pojavljuju u svim emisijama u uzorku. Maksimalan broj izjava po osobama ni u jednoj emisiji nije prešao tri, ali se zato izjava jednog aktera montirala na način da je između pojedinih tvrdnji ubacivani kadrovi koji se na nju nadovezuju. Naredni grafički prikazi ilustrirat će odnos prosječnog trajanja emisija, te prosječnog trajanja izjava i prijenosa konferencija za novinare na ukupnom uzorku od 14 emisija. Taj odnos će biti prvo prikazan na primjeru HRT-ovog sportskog bloka.



Grafikon 4. Odnos izjava, konferencija za novinare i ostalih priloga u sportskom bloka HRT-a (Izvor: istraživanje autora)

Iz Grafikona 4. možemo uvidjeti kako četvrtina ukupnog trajanja pripada izjavama aktera iz svijeta sporta. Veći dio tih izjava, odnosno 19 % pripada izjavama uzetih od strane novinara na terenu, dok njih 6 % pripada izjavama dobivenim putem službenih konferencija za novinare održanih uoči ili po završetku sportskih događanja.. HRT je 20. srpnja u obliku izjave u cijelosti prenio objavu za medije čelne osobe Hrvatskog nogometnog saveza. To je jedini primjer prenošenja objave za medije na cijelom uzorku od 42 emisije. Njeno iznošenje oduzelo je 17 sekundi od emisije. Navedena objava odnosila se na obraćanje predsjednika HNS-a Marijana Kustića povodnom događanja vezana uz utakmice prvog kola HNL-a i reakcije čelnika klubova, trenera te igrača na sudačke odluke i samu sudačku organizaciju.

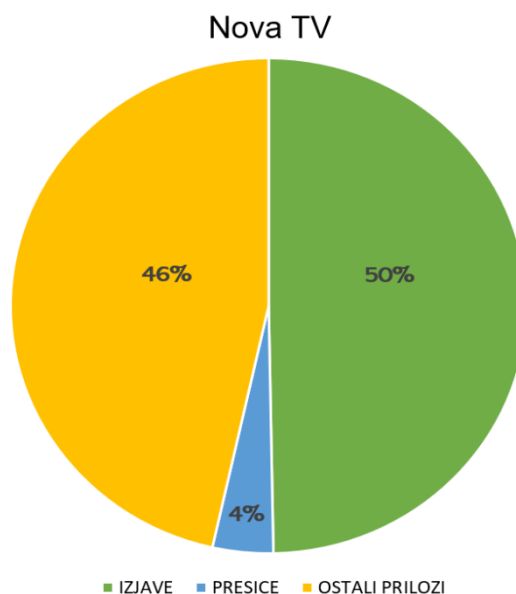
Sljedeći Grafikon 5. prikazuje odnos između istih varijabli ali na uzorku proučavanih RTL-ovih emisija.



Grafikon 5. Odnos izjava, konferencija za novinare i ostalih priloga u sportskom bloku RTL-a (Izvor: istraživanje autora)

Usporedimo li ove rezultate i one na Grafikonu 4. uvidjet ćemo sličan omjer uspoređivanih varijabli. Razlika je utoliko što RTL svega dva postotna boda više posvećuje izjavama u odnosu na HRT. Iako su omjeri su slični onima kod HRT-ovog bloka, trajanje je nešto duže, što se može objasniti Grafikonom 1. tj. ukupno duljim trajanjem RTL-ovog sporta. Značajna razlika između izjava i konferencija je u tome što u trajanje izjava ulazi više aktera, prosječno tri osobe, dok trajanje prijenosa s konferencija bude uglavnom posvećeno jednom glavnom govorniku (uglavnom treneru). Isti omjer broja govornika je i kod HRT-a koji usprkos tome što prosječno ima veći broj zastupljenih sportova po emisiji, ima kraće trajanje emisije, pa su izjave uglavnom rezervirane za dulje priloge i vijesti od većeg značaja. Tako se primjerice prenosila konferencija na kojima su treneri Dinama i Osijeka, Ante Čačić i Nenad Bjelica govorili o očekivanjima nadolazećih kola HNL-a.

Sasvim drugačiji odnos može se vidjeti na Grafikonu 6. gdje su iste varijable stavljene u odnos na uzorku emisija Nove TV.



Grafikon 6. Odnos izjava, konferencija za novinare i ostalih priloga u sportskom bloku Nove TV (Izvor: istraživanje autora)

Za razliku od prethodna dva prikaza, na Grafikonu 6. uočavamo veliku razliku u raspodjeli. Analiza je pokazala da je sportski blok Nove TV 50 % ispunjen izjavama. Unutar tih izjava ne nalaze se samo izjave sportaša (Mislav Oršić), trenera (Ante Čačić), nego i izjava navijača uoči utakmica. Dulji prijenos s konferencije za novinare odnosio se na MUP i izmjene u protokolima vezanih uz sprječavanje izgreda na nogometnim utakmicama. Na navedenoj konferenciji najviše medijskog prostora dobio je ministar Davor Božinović. Navedena tema je usprkos aktualnosti medijski prostor dobila samo u sportskom bloku Nove TV. Također, Nova TV je od svih televizija najviše pažnje posvetila transferima, bilo onim važnim za HNL, ili transferima na međunarodnoj klupskoj sceni. Dok neki transferi nisu ni spomenuti na drugim programima ili su tek kratko obrađeni u dnevnom pregledu, Nova TV im je dala na značaju izjavama nogometaša i pričama o njihovom profesionalnom putu. Takav prilog je primjerice priča o nogometašu iz Senegala koji svoju karijeru nastavlja u HNL-u, a trajanje i žanr priloga sadrži elemente intervjua.

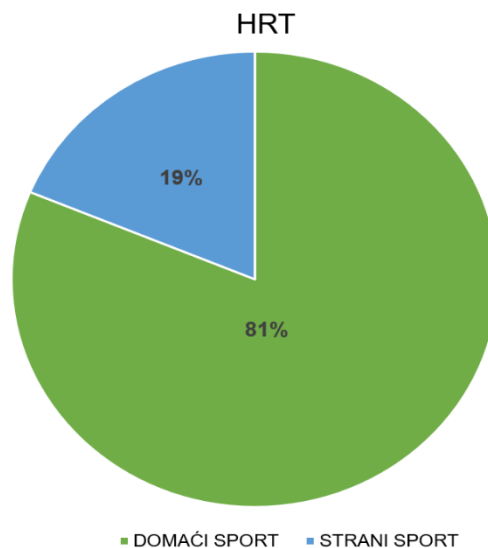
Pogledamo li zbirno analizu udjela izjava i novinarskih konferencija u ukupnom trajanju emisija može se primijetiti kako redakcije daju na važnosti „živoj riječi“ aktera u sportu. S tim se može dobiti bolja slika, ali i subjektivni doživljaji sportaša, trenera, čelnih ljudi i navijača o postignutom rezultatu ili nadolazećem sportskom događaju. Uvidjevši značaj mišljenja ljudi iz

sporta u izvještavanju o sportskim događanjima redakcije uvrštavaju izjave kao nezaobilazan element u priložima o svim važnijim sportskim događanjima. Od žanrova korištenih u ostalim priložima ističe se vijest kao najčešće korišteni žanr.

Nakon analize korištenih žanrova i njihovih udjela u trajanju analiziranih emisija slijedi analiza samog sadržaja i izvještavanih tema.

4.3.2. ODNOS DOMAĆEG I STRANOG SPORTA

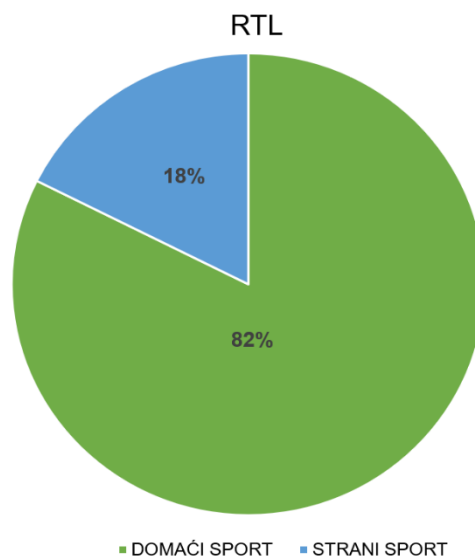
HRT-ov sportski blok je u svakoj emisiji imao barem jedan prilog posvećen zbivanjima u stranoj sportskoj areni. U priložima (vijestima i izvještajima) uglavnom se najviše pažnje posvećivalo nogometu tj. ishodima utakmica i transferima, te Svjetskom atletskom prvenstvu održanom u SAD-u. No, nisu samo ta dva sporta dobila pažnju od inozemnih zbivanja, već je izvještavano i o Formuli 1, biciklizmu, te rezultatima šahista na turniru održanom u Zagrebu. Na Grafikonu 7. prikazan je odnos domaće i stranog sporta u ukupnom sadržaju, odnosno uzorku od 14 sportskih blokova HRT-a.



Grafikon 7. Odnos domaće i stranog sporta na HRT-u (Izvor: istraživanje autora)

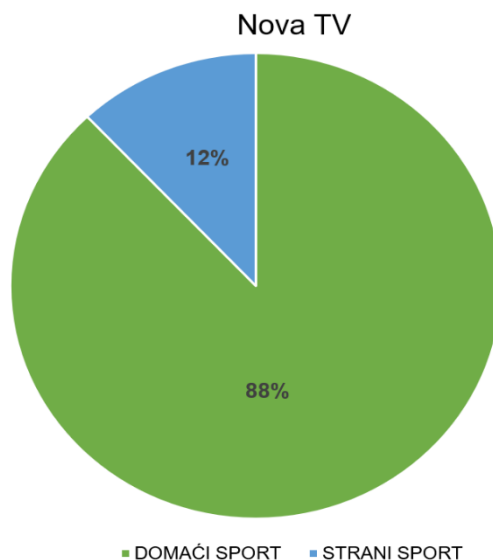
Iz prethodnog prikaza (Grafikona 7.) vidimo da se sportski blok HRT-a dominantno bavio uspjesima domaćih sportaša i klubova, te općenito zbivanjima na hrvatskoj sportskoj sceni.

Više od tri četvrtine ukupnog sadržaja pripalo je sadržaju od internog, domaćeg značaja, a manje od 20 % rezultatima na inozemnoj razini. Ovakav odnos možemo objasniti time da se u proučavanom periodu od dva tjedna događalo dovoljno značajnih turnira i ostvarilo dovoljno značajnih rezultata u redovima hrvatskih sportaša, da redakcije nije imala potrebu posegnuti za većim brojem vijesti iz inozemstva. Drugo objašnjenje može ići u pravcu da HRT kao javna televizija teži dati prednost domaćem sportu neovisno radi li se o popularnim sportovima (elitnim) ili onim manje popraćenim.



Grafikon 8. Odnos domaćeg i stranog sporta na RTL-u (Izvor: istraživanje autora)

Odnos domaćih sportskih vijesti i onih inozemnih kod RTL-a se pokazao gotovo identičnim onom kod HRT-a. Sličnost u rezultatima kod HRT-a mogu se objasniti i približno sličnim trajanjem cijelog sportskog bloka, čime se javila slična raspodjela domaćeg i stranog sporta. Kako bi dobili zaključci o zastupljenosti stranog sporta u redakcijama komercijalnih televizija potrebno je ove rezultate usporediti s onima Nove TV.



Grafikon 9. Odnos domaćeg i stranog sporta na Nove TV (Izvor: istraživanje autora)

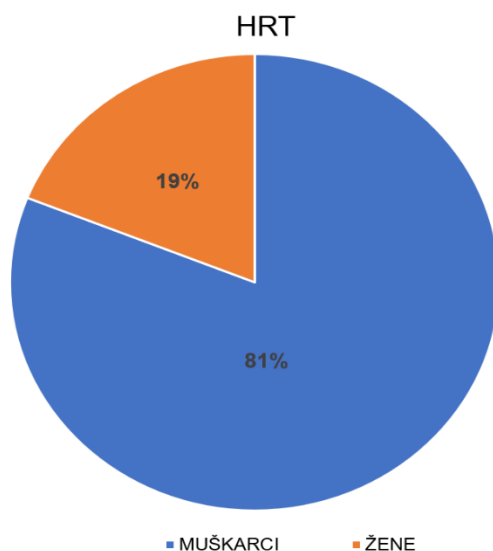
Na Grafikonu 9. vidljivo je da Nova TV ima najmanju zastupljenost stranog sporta u ukupnom sadržaju. Analiza je pokazala da tek 12 % ukupnog sadržaja pripada stranim sportskim zbivanjima, dok je 88% posvećenom hrvatskom sportu.

Pogledamo li zbirno prethodne rezultate, saznanja do kojih se može doći je da sličnost između HRT-ovog i RTL-ovog udjela stranog sporta proizašla iz sličnog trajanja emisija, ali i iz ukupnog broja emisija u kojima se spominjao strani sport. U 14 emisija HRT I RTL su o stranim sportskim rezultatima informirali u njih 14, odnosno u svim emisijama. Nova TV je od ukupno 14 emisija u njih 10 imala dio posvećenim sportskim vijestima iz inozemstva. Pažnja posvećena domaćem sportu može se analizirati i kroz izvještaje unutar emisija. S obzirom na to da su izvještaji nešto duži i sadržajni žanr pogledamo li sadržaj kojim su redakcije posvetile pažnju unutar njih vidjeti ćemo da je većina izvještaja kod svih proučavanih televizija pripala HNL-u i zbivanjima na hrvatskoj klupskoj nogometnoj sceni. HRT je dva, a RTL tri izvještaja posvetio atletici unutar kojih je dio posvećen hrvatskim atletičarkama i atletičarima. Nova TV je za razliku od druge dvije televizije tokom 14 emisija imala najveća odstupanja u trajanju bloka. Trajanje sportskih blokova Nove TV variralo je od tri minute do 11 minuta trajanja, te je vidljivo kako u emisijama kraćeg trajanja stranog sporta nije ni bilo, ili je njegovo trajanje bilo bitno kraće od vijesti iz domaćeg sporta. Iz ovog možemo zaključiti da je kod omjera domaćeg i stranog sadržaja bitnije trajanje samog bloka nego radi li se o javnoj ili komercijalnoj televiziji. Ukoliko je trajanje emisije kraće šanse da će vijesti iz stranog sporta doći do programa su manje. Usprkos tome što se HRT-ovi rezultati

kada je domaći sport u pitanju nisu uvelike razlikovali od komercijalnih televizija, posebice RTL-a, bitno je naglasiti kako je HRT bio jedina od proučavanih televizija koja je spomenula jedinu medalju za Hrvatsku u skokovima u vodu na Europskom prvenstvu. To primjer gdje je javna televizija pokazala svoju informativnu ulogu davši medijskog prostora za Hrvatsku ne teko popularnom sportu, te uspjehu ostvarenom od strane domaćeg predstavnika. Isto tako zanimljivo je kako je RTL u svom sportskom bloku 26. srpnja više od minute posvetio sukobu i skorom fizičkom okršaju između čelnih ljudi jednog talijanskog prvoligaškog kluba, što je unutar tog bloka bila jedina vijesti od inozemnih sportskih zbivanja. Komercijalni interesi privatnih televizija mogli su se uočiti ponajviše kod Nove TV. Primjer za to je izvještavanje o MMA zbivanjima, kojima je dana prednost u izvještavanju usprkos dinamičnom sportskom danu na drugim sportskim terenima. To se može opravdati time što je Nova TV nositelj licence za prikazivanje UFC-ovih borbi i želji da privuče publiku na gledanje istih.

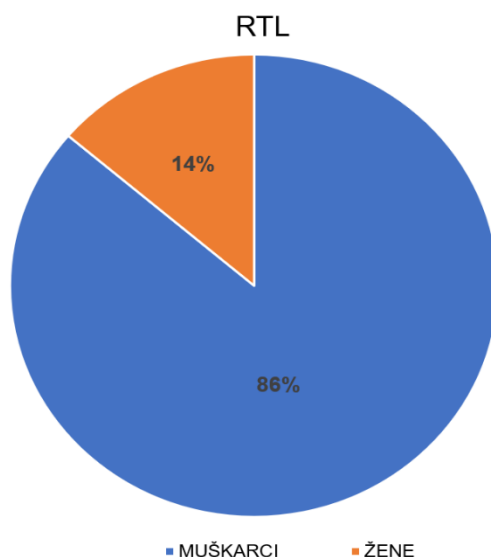
4.3.3. ODNOS MUŠKOG I ŽENSKOG SPORTA

Sljedeća važna varijabla koja se nastojala istražiti u analizi je zastupljenost žena u sportskim vijestima, te u kojim sportovima njihov angažman dobiva najviše medijskog prostora.



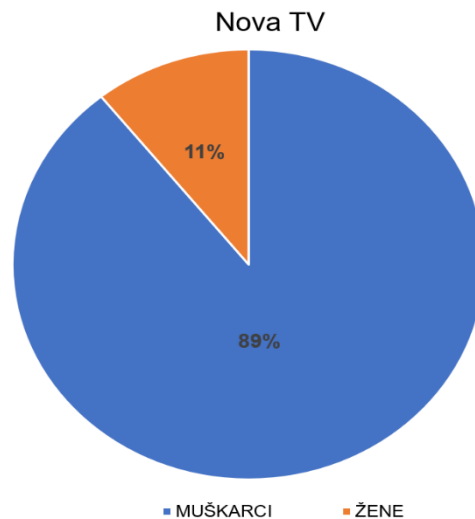
Grafikon 10. Odnos muškog i ženskog sporta na HRT-u (Izvor: istraživanje autora)

Grafikon 10. prikazuje odnos muškaraca i žena u sportskom bloku Dnevnika HRT-a. Idući omjer onom kod odnosa stranog i domaćeg sporta pokazala je analiza udjela ženskog i muškog sporta u HRT-ovom sportskom bloku. Prenesemo li ove postotke u minute dobiti ćemo da je HRT u dva tjedna izdvojio 79 minuta na muški sport i nešto više od 18 minuta na žene u sportu.



Grafikon 11. Odnos muškog i ženskog sporta na RTL-u (Izvor: istraživanje autora)

Iz Grafikona 11. možemo zaključiti da RTL daje manje prostora ženskom sport nego HRT. Od ukupno 127 analiziranih minuta muškom sportu pripalo je 110 minuta, a ženskom nešto malo manje od 18 minuta.



Grafikon 12. Odnos muškog i ženskog sporta na Novoj TV (Izvor: istraživanje autora)

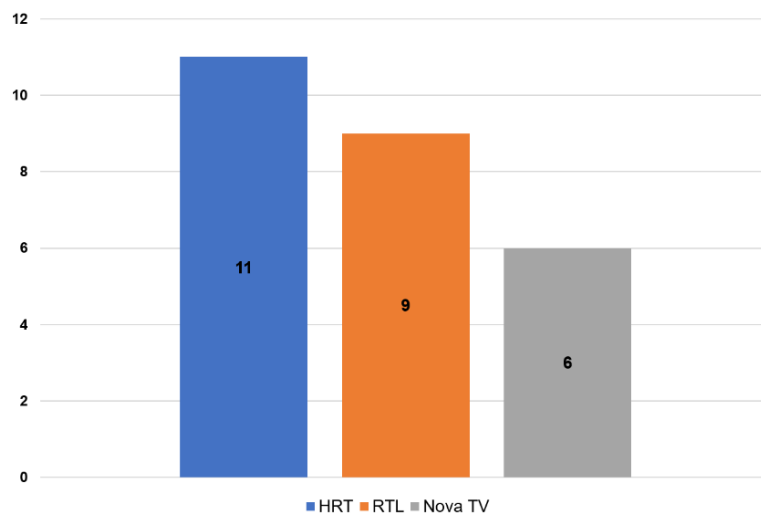
Nova TV je pokazala najmanje interesa za prikazivanje ženskog sporta kojem je posvećeno tek osam minuta, dok je muškarce utrošeno 76 minuta. Analiziramo li strukturu, sadržaje i trajanje pojedinih emisija Nove TV, ovakvi rezultati ne čude jer je u čak osam emisija izvještavano samo o nogometu koji je dominantno muški sport. No, usprkos tome što se na nogomet gleda kao na dominantno muški sport, zanimljiv je interes medija za Europsko prvenstvo u nogometu za žene. Sve tri televizije, pa tako i Nova TV posvetile su dio sportskih minuta unutar Dnevnika prenošenju EP-a u nogometu za žene. Nažalost, u prvom planu nisu bili golovi i postignuća samih nogometašica, već vijest o broju gledatelja na tribina i popraćenosti ovog događaja. Iako je sama igra bila u drugom planu, čak i prikazivanje interesa publike u Engleskoj gdje se održavalo prvenstvo može doprinijeti popularnosti ne samo ženskog nogometa, već žena u ekipnim i pojedinačnim sportovima općenito. Također, Nova TV je u prenošenju vijesti o UFC borbama dio izdvojila nadolazećim ženskim borbama, što je zanimljivo jer su usprkos negativnosti koja postoji oko žena u borilačkim sportovima uvrstili ženski MMA u svoj program. Negativnosti koja se veže na žena u borilačkim sportovima odnosi se na često karakteriziranje borilačkih sportova kao muškog područja koje nije usuglašeno sa ženstvenošću i tradicionalno nametnutim ženskim vrlinama.

Zaključno o zastupljenosti žena u sportskim blokovima Dnevnika proučavanih televizija možemo reći da unatoč tome što im je pripalo manje od četvrtine prostora u emisijama pronalaze svoj prostor ostvarujući iznimne rezultate. Svjetsko prvenstvo u atletici i značajni rezultat Sandre Perković zajedno s drugim atletičarkama iz svijeta, Europsko prvenstvo u

nogometu za žene, te odbojkaški spektakl u Zadru doveli su do neizbježnog interesa medija. Teza iz teorijskog okvira da sportašice u medije dolaze tek po ostvarivanju iznimnih rezultata ovim istraživanjem je potvrđena, no pozitivan ton izvještavanja u svim proučavanim emisijama daje optimizam da se njihovi rezultati vrednuje jednako onima iz svijeta muškog sporta.

4.3.4. ZASTUPLJENOST POJEDINIH SPORTOVA

Sljedeći element koji je važno usporediti je sadržajnost izvještavanja po pitanju broja sportova o kojima je izvještavamo u proučavanim emisijama. Sljedeći prikaz (Grafikon 13.) uspoređuje ukupan broj sportova koji su svoje mjesto našli tijekom dva tjedna istraživanja kod sve tri televizije. Valja naglasiti kako su neki sportovi bili prisutni u svim emisijama, a neki tek u jednoj, te broj obrađenih sportova ne znači njihov značaj u ukupnom sadržaju. Za određivanje značaja svakog obrađenog sporta relevantniji su tablični prikazi koji prikazuju broj emisija u kojem se pojavio svaki pojedini sport, te koliko mu je minuta pripalo.



Grafikon 13. Broj sportova u uzorku (Izvor: istraživanje autora)

Graf 13. pokazuje da je HRT u 14 emisija obradio najveći broj sportova odnosno njih 11, zatim slijedi RTL koji je izvijestio o devet sportova, te Nova TV koja je u svojim sportskim minutama Dnevnika obradila tek šest sportova u dva tjedna.

U nastavku će biti prikazana analiza koji su se to sportovi pojavljivali, u kojem trajanju i u koliko emisija.

HRT		
	BROJ EMISIJA	UKUPNO TRAJANJE (izraženo u minutama)
Nogomet	14	98,3
Rukomet	1	3,45
Košarka	2	0,58
Tenis	10	5,15
Odbojka	3	3,10
Atletika	8	16,21
Vaterpolo	1	1,10
Biciklizam	2	2,22
Formula 1	3	2,35
Skokovi u vodu	1	0,10
Šah	5	7,41

Tablica 2. Sportovi na HRT-u (Izvor: istraživanje autora)

Iz Tablice 3. može se uvidjeti kako je nogomet najzastupljeniji sport u HRT-ovom sportskom bloku, te je svoje mjesto pronašao u svakoj emisiji. Ukupno trajanje nogometnih minuta iznosi više od sat vremena. Sljedeći sportovi po zastupljenosti su tenis i atletika. Tenisu je pripala velika pažnja u proučavanom periodu zbog broja turnira i značajnih rezultata domaćih tenisača, te ATP turnira u Umagu o kojem se puno izvještavalo ne samo tokom njegovog trajanja nego i uoči njega zbog velikog organizacijskog zaloga, te zbog snage sudionika koji su ove godine bili s vrha teniske ljestvice. Atletici je pripalo manji broj emisija ali više minuta izvještavanja zbog SP-a održanog u SAD-u. Dio medijskog prostora koji tradicionalno ne

pripada odbojci dobila je Hrvatska ženska odbojkaška reprezentacija zbog turnira u Zadru gdje su borile s drugim svjetskim odbojkaškim velesilama. Za razliku od prethodnih sportova rukomet i košarka su svoj prostor izborili ne zbog rezultata i sadržajnosti na natjecateljskoj razini, već zbog klupskih događanja kao što su promjene na čelnim pozicijama ili dolaska pojačanja u klupske redove. Također, vaterpolo u tom periodu nije bilježilo značajna zbivanja već pripreme uoči narednih reprezentativnih turnira. Tako se izvijestilo o tijeku priprema Spaladium arene u Splitu koja je krajem kolovoza 2022. godine bila domaćin Europskom prvenstvu u vaterpolu, a s obzirom da su velika prvenstva organizacijski izazov njihova priprema često bude medijski popraćena. HRT je javljanje iz Spladium arene iskoristio kao najavu za prijenos EP-a koji će se prikazivati na njihovom drugom programu. Biciklizam se našao na popisu sportova HRT-ove redakcije zbog održavanja najpoznatije svjetske biciklističke utrke Tour de France, te se unutar emisije kratko obradio poredak u vrhu ljestvice kao i određene zanimljivosti s natjecanja. Formula 1 u proučavanom periodu održala je zadnju utrku prije ljetne stanke, a taj period obilježilo je umirovljenje Sebastiana Vettla, te neočekivani rezultati u kvalifikacijama utrke u Mađarskoj. Brončana medalja domaćeg skakača Marka Huljeva na Europskom prvenstvu nije prošla nezapaženo od strane HRT-a koji je izvještavanjem o ovom rezultatu pokazao informativnu prednost nad drugim televizijama koje ovom rezultatu nisu dale medijskog prostora.

Sljedeća Tablica 3. prikazuje sportove koje je u periodu 14 dana obradila sportska redakcija RTL-a, te u koliko emisija im je ustupljen medijski prostor i u kojem trajanju.

RTL		
	BROJ EMISIJA	UKUPNO TRAJANJE (izraženo u minutama)
Nogomet	14	54,10
Rukomet	3	7,58
Košarka	4	3,16
Tenis	5	12,41
Odbojka	1	2,18
Atletika	6	14,05
Biciklizam	1	0,49
Formula 1	4	3,26
Boks	1	2,58

Tablica 3. Sportovi na RTL-u (Izvor: istraživanje autora)

RTL je poput HRT-a u svakoj emisiji posvetio dio vremena nogometu, samo što je ukupno trajanje nogometnih minuta RTL-a nešto kraće. Unutar jedne emisije komentirana je situacija u Ukrajini čiji klubovi zbog rata nisu u mogućnosti održavati gostovanja u svojoj zemlji. Rukometu je pripalo malo manje od osam minuta, odnosno transferima uoči početka klupske ali reprezentativne sezone, a košarci oko tri minute. Košarka je popraćena ne samo na polju domaće klupske scene, već je bilo govora i o inozemnim zbivanjima, kao i o postignućima mlađe hrvatske reprezentacije. Tenis je na RTL-u bio zastupljen u manjem broju emisija nego na HRT-u, ali je njegovo vrijeme bilo duže nego na HRT-u. To možemo objasniti time da je tokom jedne emisije na razgovor s Goranom Ivaniševićem i izravnim uključanjem iz Umaga uoči turnira potrošeno šest i pol minuta. O atletici je izvještavano šest puta, s time da je u jednoj emisiji gotovo pet minuta pripalo Sandri Perković s osvojenom petom medaljom sa Svjetskog prvenstva u SAD-u. Napravljena je kratka priča o njenim rezultatima na Svjetskim prvenstvima, te su njoj bliski ljudi govorili o predviđanjima za njezin nastavak karijere.

Odbojka je dobila nešto više od dvije minute prostora unutar kojih je kratko informirano o tijeku natjecanja, a najveći dio pripao je izjavama domaćih odbojkašica. Formuli 1 i dinamičnom dvotjednom periodu za vozače posvećeno je četiri emisije s ukupno malo manje od tri i pol minute to tokom kojih su kratko obrađivani ishodi kvalifikacija, utrka ali i oproštaj jednog od najtrofejnijih vozača Formule Vettla. Boks je u dva tjedna jedini medijski prostor dobio od RTL-a. Radilo se o najavi borbe Filipa Hrgovića s kojim je putem video poziva odrađen intervju prikazan u obliku kraćih izjava isprekidanih analizom dosadašnjih borbi, te predviđanjima nadolazeće borbe.

Tablica 4. prikazuje sportove koji se pojavljuju u programu Nove TV.

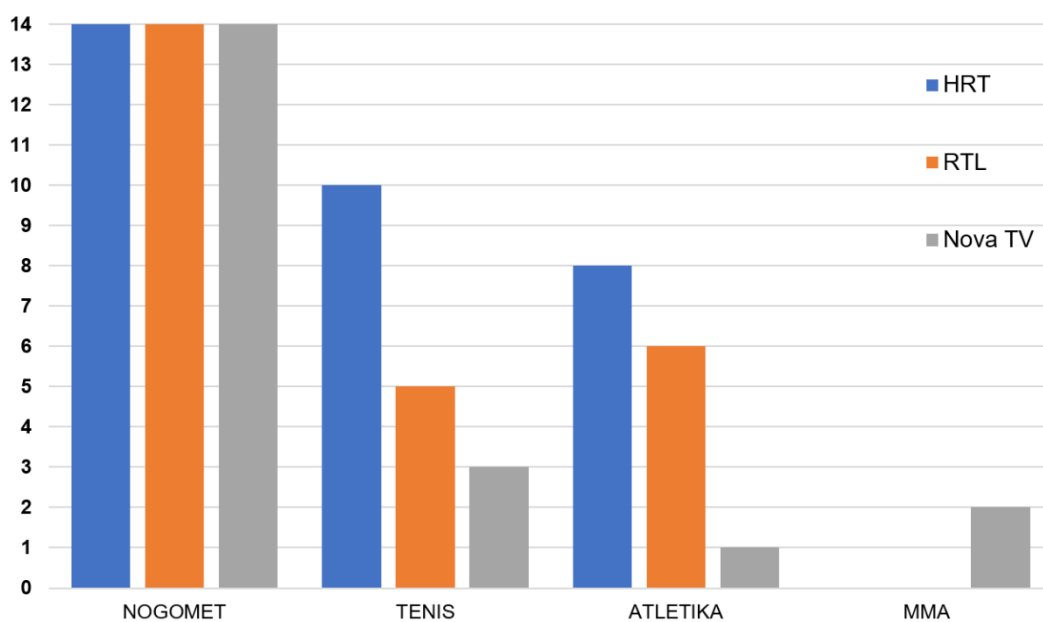
Nova TV		
	BROJ EMISIJA	UKUPNO TRAJANJE (izraženo u minutama)
Nogomet	14	54,16
Tenis	3	17,36
Atletika	1	2,40
MMA	2	3,0
Šah	1	1,27
Formula 1	1	1,01

Tablica 4. Sportovi na Novoj TV (Izvor: istraživanje autora)

Nova TV je tokom dva tjedna imala najmanji broj sportova o kojima je izvještavala, no kao i kod druge dvije televizije po trajanju u samom vrhu su se našli nogomet i tenis. Tenis je bio prisutan u manjem broju emisija nego u drugim emisijama, ali je mu je ukupno pripalo dosta vremena zbog sadržajnih javljanja iz Umaga uoči i tokom turnira. Atletika je svoje mjesto u programu izborila tek po osvajanju medalje hrvatske predstavnice, čime su zanemareni rezultati drugih atletičara. O Formuli 1 izvještavano je u jednoj emisiji gdje su sadržajno opisala sva protekla zbivanja, te nije bilo odvojenih priloga i vijesti o kvalifikacija,

umirovljenjima i konačnom poretku. UFC je svoj prostor našao u programu u sklopu priloga kojim je najavljen prijenos borbi i iznesen kratki pregled s vaganja borkinja i boraca, te pregled rezultata dan nakon borbi. S obzirom na mali broj sportova u programu zanimljivo je kako se među njima našao šah kao ne toliko popularan sport. O njemu je izvješteno kroz kratki pregled zbivanja na turniru održanom u Zagrebu.

Sljedeći Grafikon 14. prikazuje odnos najčešće prikazivanih sportova po broju emisija u sve tri televizije kako bi se vidjelo jesu li zaista stereotipno elitni sportovi najzastupljeniji, te ima li drugih sportova koji se zbog interesa publike uključuju u televizijski eter.



Grafikon 14. Najčešći sportovi po zastupljenosti u emisijama (Izvor: istraživanje autora)

Osvrnemo li se na teorijski okvir iz poglavlja 3.4. gdje su navedeni elitni i najgledaniji sportovi, možemo zaključiti kako se jedan od tri sporta koja se za Europu smatraju elitnim nalaze u vrhu po zastupljenosti u proučavanim emisijama. Košarka koja je kao treća svrstana u elitne sportove, nije bila toliko učestala u medijima u proučavanom periodu zbog manjka turnira, no nogomet i tenis u vrhu su kod sve tri televizije. Tenis kao četvrti najgledaniji sport na svijetu našao je svoje mjesto kao drugi najzastupljeniji sport u proučavanom periodu od dva tjedna. Atletika je zbog značaja Svjetskog prvenstva čiji održavanje je obilježilo srpanj 2022. dobila mjesto trećeg najzastupljenijeg sporta. Nogomet je bio prisutan u svih 14 emisija kod sve tri televizije. Tenis se najviše puta pojavio na HRT-u tj. u 10 emisija, na RTL-u pet puta, a Novoj TV tri puta. Atletika je bila u fokusu od 18. srpnja do 24. srpnja, te se u HRT-ovom sportskom bloku spominjala u 10 emisija, u RTL-ovom bloku šest emisija, a na Novoj

TV tek jedanput. MMA se kao vijest mogao pronaći samo unutar sporta Nove TV, te po zastupljenosti treći sport na toj televiziji. Kada bi proširili ovaj prikaz na pet dominantnih sportova dobili bi da svi sportovi (košarka, F1 i tenis) koji prema autorima mogu ući u kategoriju elitnih dobivaju značajnu medijsku pozornost od strane proučavanih nacionalnih televizija.

No, nisu samo sportovi bili u fokusu svih sportskih minuta. U sportskim blokovima nerijetko se nađu sadržaji indirektno vezani uz sport. HRT i RTL su 18. srpnja dio sportskog bloka posvetili promociji svojih sportskih emisija koje kreću s emitiranjem. Nova TV je 19. srpnja zadnji prilog u bloku posvetila trajanju karijera sportaša, te zdravstvenim preduvjetima za to. Isto tako Nova TV je jedina u svom sportskom bloku prenijela regulatorne izmjene koje se odnose na sprječavanje nereda navijača.

4.4. RASPRAVA

Vratimo li se na hipoteze postavljene u metodološkom okviru možemo uvidjeti kako prva hipoteza (H1) koja govori da HRT donosi informacije o većem broju sportova potvrđena. To možemo vidjeti na Slici 13. i Tablici 3. HRT je u dva tjedna u svom sportskom bloku vrijeme posvetio ukupno 11 sportova, dok je RTL obradio devet, a Nova TV šest sportova.

Druga hipoteza (H2) odnosila se na slabiju zastupljenost žena u sportskim vijestima. Hipoteza je potvrđena, te se iz Grafikona 10, 11, i 12 može vidjeti kako sportašice u sportskim blokovima Dnevnika dobivaju manje od 20 % ukupnog medijskog prostora. Postotci po televizijama iznose: HRT 19 %, RTL 14 % i Nova TV s 11 % vijesti o sportskim uspjesima žena. Nažalost ovim istraživanjem je potvrđeno da su sportašice slabije medijski popraćene od sportaša i da ima još puno prostora za napredak po pitanju spolno ravnopravnog informiranja o sportu.

Sljedeća hipoteza (H3) odnosi se na žanrovsku raspodjelu u kreiranju sportskog bloka. Prema toj hipotezi izjava je neizostavni žanr u sportskom bloku. Iz Slike 4. vidljivo je kako 19 % HRT-ovog sportskog bloka čine izjave, Grafikon 5. pokazuje da je kod RTL-a taj postotak nešto veći i iznosi 21 %, a kod Nove TV polovinu sportskog bloka oduzmu izjave kao oblik izražavanja u ovoj novinarskoj domeni. U ovaj postotak nisu uračunate izjave s konferencija za novinare čiji je udio nešto manji, ali kada bi uračunali njihovo trajanje dobili bi da HRT i

RTL četvrtinu sportskih blokova posvećuju izjavama, a Nova TV 54 %. Nezaobilaznost izjava u kreiranju sportskih vijesti vidimo u tome da niti jedan od proučavanih sportskih blokova nije prošao bez izjava aktera iz svijeta sporta.

Najčvršću potvrdu prema rezultatima istraživanja ima posljednja hipoteza (H4) prema kojoj je nogomet najpraćeniji sport. Prema Slici 20. vidljivo je kako niti jedan sportski blok proučavanih televizija nije prošao bez nogometa. Drugim riječima, o nogometu se moglo informirati u svih 14 emisija koliko ih je bilo u uzorku za svaku nacionalnu televiziju. HRT je nogometu u dva tjedna posveti više od jednog sata odnosno 98 minuta, dok su RTL i Nova TV o nogometu informirali oko 50 minuta. Također, potvrdu ovoj hipotezi može se pronaći i u podatku da je 90 % izvještaja (28 izvještaja od ukupno 31) koji je najkompleksniji novinarski žanr koji se mogao pronaći u uzorku pripalo upravo nogometnim temama. Time se također potvrđuje da je nogomet zaslužen na listi elitnih sportova, jer prema medijskoj zastupljenosti, nogomet je daleko ispred svih drugih sportova u Dnevnicima u Hrvatskoj.

Tablica 5. u minutama prikazuje odnos ukupnog trajanja analiziranih emisija, te koliko je ukupno minuta pripalo domaćem i stranom sporta, te sportašima i sportašicama.

	UKUPNO TRAJANJE	STRANI SPORT	DOMAĆI SPORT	MUŠKARCI	ŽENE
Izraženo u minutama					
HRT	98	18	80	79	18
RTL	128	22	105	110	18
Nova TV	85	10	74	76	8

Tablica 5. Odnos ukupnog trajanja analiziranih emisija, te koliko je ukupno minuta pripalo domaćem i stranom sporta, te muškarcima i ženama (Izvor: istraživanje autora)

Tablica 5. prikazuje odnos ukupnog trajanja analiziranih emisija, te koliko je ukupno minuta pripalo domaćem i stranom sporta, te muškarcima i ženama.

Prvi dio analize rezultata pripao je žanrovskim i tehničkim karakteristikama. Pa tako iz te analize dobivamo podatak da RTL ima najduži sportski blok unutar središnjeg Dnevnika, zatim po trajanju slijedi HRT, a najkraći sportski blok ima Nova TV. Usprkos tome što nema

najduži sportski blok po trajanju, HRT u svom Sportu donosi informacije o najvećem broju sportova. Isto tako HRT je u svakoj emisiji imao barem jedan prilog koji po svojoj sadržajnosti zadovoljava kriterij izvještaja. Nadalje, HRT najmanje prostora daje izjavama, dok primjerice Nova TV polovinu trajanja prepušta izjavama.

Dubljom analizom vidljivo je da HRT ne daje tolikog prostora transferima i detaljima vezanih uz njih, informacije o njima svedene su na one najnužnije. S druge strane, RTL i Nova TV transferima daju veći značaj, te informacije njima upotpunjuju izjavama sportaša. Prema tome, s obzirom na to da informira o najvećem broju sportova, te da je u najvećem broju emisija koristi izvještaj kao složeniji žanr, možemo reći kako HRT u odnosu na druge komercijalne televizije ipak donosi nešto više informacija o različitom sportskom sadržaju, a time i zadovoljava kriterij informativnosti koji kao javna televizija treba ispunjavati.

Mala zastupljenost stranog sporta u ukupnom sadržaju (ispod 20 %) može se objasniti velikim brojem zbivanja u hrvatskom sportu u tom periodu, ili jednostavno većim interesom javnost o dostignućima domaćih sportaša u odnosu na rezultate manje važnosti za nacionalni sport.

Komercijalne televizije su u svojim priložima iznosile za sport ne tako presudne detalje, ali s druge strane, zanimljive informacije koje mogu zainteresirati gledatelje. To se može objasniti željom komercijalnih televizija da zabave publiku, što im daje komparativnu prednost u odnosu na javnu televiziju kojoj je informativnost na neki način zakonska obveza.

Sve tri televizije daju prostora trenutnim i budućim događanjima koja se događaju u Hrvatskoj. Tako je primjerice šah dobio medijskog prostora koji mu ne bi pripao da se samo natjecanje nije održalo u Zagrebu. Isti primjer je i sa ženskom odbojkom koja je privukla pozornost medija zbog značajnog turnira koji se održavao na zadarskom Višnjiku. Nadalje, HRT je jedan prilog posvetio organizaciji Europskog prvenstva u vaterpolu koje će se održati u Splitu, a time je i najavio da će prijenos utakmica pripasti upravo HRT-ovom drugom programu. I nije ovo jedini primjer korištenja sportskih vijesti kao najave prijenosa događanja, Nova TV je prenositelj UFC-ovih borbi pa tokom emisija osim zanimljivih detalja oko borbi daje informacije o terminima prijenosa.

Zaključno se može reći kako se sadržaj i izbor vijesti ne razlikuje drastično od televizije do televizije, samo postoji različit stupanj informativnosti i sadržajnosti.

5. ZAKLJUČAK

Prvi dio rada kojeg čini teorija možemo ukratko sažeti na nekoliko glavnih elementa potrebnih za razumijevanje daljnjeg istraživačkog dijela. Prvi najvažniji element je poznavanje pojma sportskog novinarstva kojeg možemo opisati kao posebnu vrstu novinarstva koja se bavi sportskim događanjima od njihove organizacije, odvijanja, pa sve do analize konačnih ishoda. Sportski novinari moraju imati određena znanja o sportovima i alatima potrebnim za rad u sportskim redakcijama. Najčešće korišteni žanrovi u sportskom novinarstvu na televiziji su vijest i izvještaj. Najbitniji kriterij kod odabira sadržaja je atraktivnost, odnosno gledanost nekog sporta. Najgledaniji sportovi svojom medijskom pokrivenošću i ukupnom popularnošću prednjače naspram drugih sportova. Sadržajna razlike mogu biti uvjetovane i organizacijskim ustrojem same televizije. Tako primjerice kod javnih televizija prednost dobiva informativnost, dok će kod komercijalnih televizija nešto postati vijest ukoliko sadrži element zabave.

Rezultati istraživanja pokazali su da RTL ima prosječno najduži sportski blok (devet minuta) unutar Dnevnika, ali ne i najsadržajniji po pitanju broja sportova (devet sportova). HRT prednjači s 11 obrađenih sportova u periodu od dva tjedna. Prosječno najkraće trajanje emisije (šest minuta) ima Nova TV, kao i najmanji broj obrađenih sportova (ukupno šest). Niti jedna emisija nema više od 20 % sadržaja posvećenog sportašicama i stranim sportskim rezultatima. Stoga možemo reći da tri četvrtine sadržaja sportskih blokova pripada domaćim sportašima, te da nema značajnih razlika među televizijama kada je u pitanju spolna raspodjela sadržaja.

Po pitanju žanrova najčešće korišteni žanr je vijest. Izvještaj kao najsloženiji žanr koji se mogao naći u uzorku najčešće je bio korišten kod HRT-a. Zanimljivo je kako je niti jedna od 42 proučene emisije nije prošla bez izjava.

Pogledamo li rezultate po sportovima dolazimo do saznanja da je nogomet najzastupljeniji sport, a zatim slijede tenis i atletika. Takva raspodjela prisutna kod sve tri proučavane televizije. Zastupljenost pojedinih sporta varira ovisno o održanim turnirima, ali i mjestu njihova odvijanja. Tako turniri koji se odvijaju u Hrvatskoj dobivaju znatno veću pažnju od onih izvan zemlje. Također, interes redakcije za nekim nadolazećim događajem raste ako joj pripadaju prava prijenosa tog događaja.

Zaključno se može reći kako u sumarnom sagledavanju rezultata nema drastičnih razlika između televizija. No, uzmemo li informativnost kao glavni kriterij kojeg možemo definirati

kroz broj priloga i sportova, zaključak koji se nameće je da HRT ima najsadržajniji sportski blok, zatim slijedi RTL, a Nova TV s obzirom i na najkraće prosječno trajanje bloka zauzima posljednje mjesto po informativnosti svog sportskog bloka unutar središnjeg Dnevnika.

LITERATURA

Knjige

Car, V. (2011.) *Javni medijski servisi – čuvari demokracije*, 1. izdanje: B.a.B.e.

Houlihan, B. (ur.) (2008.) *Sport and Society*, 2. izdanje, London: SAGE Publications.

Kennedy, E., Hills, L. (2009.) *Sport, Media and Society*, 1. izdanje, New York: Berg.

Kunczik, M., Zipfel, A. (2005.) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*, 1. izdanje, Zagreb: Friedrich Ebert Stiftung.

Letica, Z. (2003.) *Televizijsko novinarstvo*, 1. izdanje, Zagreb: Disput.

Peručić, D., Lekić, R., Dabo, K. (ur.) (2020.) *U potrazi za zajedničkim nazivnikom*, 1. izdanje, Zagreb: Edward Bernays University College.

Randall, D. (2000.) *The Universal Journalist*, 2. izdanje, London: Pluto Press.

Vasilj, M. (2014.) *Sportsko novinarstvo*, 1. izdanje, Zagreb: Synopsis.

Znanstveni članci

Benković, V., i Balabanić, I. (2010). 'Analiza sadržaja najposjećenijih hrvatskih internetskih portala', *Medijska istraživanja*, 16(2), str. 43-57.

Car, V. (2010). Televizija u novo medijskom okruženju. *Medijske studije*, 1 (1-2), 91-103.

Rodek, J. (2018). 'Sport i mediji', *Školski vjesnik*, 67(1), str. 108-121.

Popović, V. (2004). 'HTV – javna televizija? Programsko vijeće HRT-a – institucija javnog nadzora ili političke kontrole?', *Politička misao*, 41(2), str. 17-29.

Labaš, D. (2010). 'Luka Brajnović – od vjernosti sebi do vjerodostojnosti profesije', *Medijske studije*, 1(1-2), str. 171-182.

Perišin, T. (2008). Televizijske vijesti: u potrazi za vrijednostima. *Medijska istraživanja*, 14 (2), str. 63-86.

Internetski izvori:

<https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinaral> (datum pristupa: 25.07.2022.)

<https://www.hoo.hr/images/dokumenti/zene-u-sportu/rodna-ravnopravnost.pdf> (datum pristupa: 29.07.2022.)

https://www.sportanddev.org/sites/default/files/downloads/54_women_2000_and_beyond.pdf (datum pristupa: 29.07.2022.)

<https://o-nama.hrt.hr/organizacija/tko-je-tko-na-hrt-u-3673> (datum pristupa: 01.08.2022.)

<https://www.zeneimediji.hr/raste-interes-za-zenskim-sportom-u-velikoj-britaniji-2021-rekordna-po-gledanosti-zenskog-sporta/> (datum pristupa: 05.09.2022.)

<https://www.uefa.com/insideuefa/news/0278-15ff73f066e1-c729b5099cbb-1000--365-million-people-watch-women-s-euro-2022/> (datum pristupa: 05.09.2022.)

POPIS GRAFIKONA I TABLICA

Tablica 1. Najgledaniji sportovi u 2021. godini	12
Tablica 2. Sportovi na HRT-u (Izvor: istraživanje autora).....	36
Tablica 3. Sportovi na RTL-u (Izvor: istraživanje autora)	38
Tablica 4. Sportovi na Novoj TV (Izvor: istraživanje autora).....	39
Tablica 5. Odnos ukupnog trajanja analiziranih emisija, te koliko je ukupno minuta pripalo domaće i stranom sporta, te muškarcima i ženama (Izvor: istraživanje autora)	42
Grafikon 1. Prosječno trajanje sportskog bloka (Izvor: istraživanje autora)	22
Grafikon 2. Prosječno trajanje uživo javljanja (Izvor: istraživanje autora).....	23
Grafikon 3. Broj izvještaja u uzorku (Izvor: istraživanje autora).....	24
Grafikon 4. Odnos izjava, konferencija za novinare i ostalih priloga u sportskom bloka HRT-a (Izvor: istraživanje autora)	25
Grafikon 5. Odnos izjava, konferencija za novinare i ostalih priloga u sportskom bloka RTL-a (Izvor: istraživanje autora)	26
Grafikon 6. Odnos izjava, konferencija za novinare i ostalih priloga u sportskom bloka Nove TV (Izvor: istraživanje autora)	27
Grafikon 7. Odnos domaćeg i stranog sporta na HRT-u (Izvor: istraživanje autora).....	28
Grafikon 8. Odnos domaćeg i stranog sporta na RTL-u (Izvor: istraživanje autora)	29
Grafikon 9. Odnos domaćeg i stranog sporta na Nove TV (Izvor: istraživanje autora).....	30
Grafikon 10. Odnos muškog i ženskog sporta na HRT-u (Izvor: istraživanje autora).....	31
Grafikon 11. Odnos muškog i ženskog sporta na RTL-u (Izvor: istraživanje autora)	32
Grafikon 12. Odnos muškog i ženskog sporta na Novoj TV (Izvor: istraživanje autora).....	33
Grafikon 13. Broj sportova u uzorku (Izvor: istraživanje autora)	35
Grafikon 14. Najčešći sportovi po zastupljenosti u emisijama (Izvor: istraživanje autora).....	40