

Uloga društvenih medija u praćenju Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018.

Kužić, Mislav

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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:111:444019>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-17**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKI STUDIJA

Mislav Kužić

**Uloga društvenih medija u praćenju Svjetskog
nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine**

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2020.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKI STUDIJA
ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU

DIPLOMSKI RAD

**Uloga društvenih medija u praćenju Svjetskog
nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine**

Student: Mislav Kužić

Mentor: doc. dr. sc. Jelena Jurišić

Zagreb, srpanj 2020.

Sadržaj

Sažetak.....	4
Abstract.....	5
1. Uvod	6
1.1. Predmet rada i motivacija.....	6
1.2. Ciljevi rada	6
1.3. Znanstveno-istraživačka metoda	7
1.4. Pregled literature.....	7
1.5. Struktura rada	8
2. Društveni mediji	9
2.1. Definiranje društvenih medija.....	9
2.2. Povijest interneta	10
2.3. Razvoj društvenih medija.....	11
2.4. Podjela društvenih medija	14
3. Društveni mediji kao izvor informacija.....	17
3.1. Društvene mreže i novinarstvo.....	17
3.2. Izvori u novinarstvu	19
3.3. Društveni mediji kao novinarski izvor.....	22
4. Sport i novinarstvo.....	28
4.1. <i>Proto</i> -sportsko novinarstvo	28
4.1.1. Olimpijci i gladijatori.....	28
4.1.2. Sportsko ratovanje vitezova	29
4.2. Počeci sportskog novinarstva	30
4.3. Specijalizirani sportski mediji	31
4.4. Moderno sportsko novinarstvo	33
4.4.1. Sportsko novinarstvo u Hrvatskoj	35
5. Uloga društvenih medija tijekom hrvatskog nastupa na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji.....	37
5.1. Svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji	38
5.1.1. Nastup Hrvatske na natjecanju	38
5.2. Znanstveno-istraživačka metoda i uzorak.....	38
5.3. Ciljevi i hipoteze istraživanja.....	40

5.4. Rezultati istraživanja.....	40
5.4.1. Zastupljenost članaka.....	41
5.4.2. Raspored objava po rubrikama.....	41
5.4.3. Veličina objava.....	43
5.4.4. Zastupljenost novinskih vrsta.....	43
5.4.5. Teme analiziranih članaka.....	45
5.4.6. Vjerodostojnost članaka.....	48
5.4.7. Autorstvo članaka.....	51
5.4.8. Označavanje društvenih medija kao izvora.....	52
5.4.9. Ciljevi članaka.....	54
5.4.10. Zastupljenost društvenih mreža kao izvora.....	55
5.4.11. Korištenje profilnih stranica s društvenih mreža kao izvora.....	58
5.4.12. Ciljevi korištenih objava s društvene mreže.....	60
5.4.13. Objave s društvenih medija.....	62
5.5. Rasprava.....	64
6. Zaključak.....	67
7. Popis korištene literature.....	69
8. Prilozi.....	79
8.1. Analitička matrica.....	79
8.2. Popis poveznica članaka korištenih u istraživanju.....	84

SAŽETAK

U radu se razmatraju društveni mediji kroz prizmu njihovog razvoja usporedno s rastom interneta kao sredstva bez kojega se danas ne može zamisliti međusobna komunikacija. Analizira se kako su društveni mediji promijenili novinarsku profesiju, nadalje kako su novinari pomoću njih promijenili svoj način rada i kako su, kao platforma za bržu, jednostavniju i otvoreniju komunikaciju, u medijsku struku unijeli razmišljanja o razini profesionalizma novinara te strukturalnim promjenama koje tek dolaze. Sportsko novinarstvo, kao integralni dio, također se kroz cijelu svoju povijest mijenjalo u skladu s novim tehnikama izvještavanja što se nastavlja i danas. Novinari poput sportaša postaju medijske zvijezde te se njihove objave na društvenim mrežama s pozornošću prate i analiziraju. Kolika je uloga društvenih medija bila prilikom praćenja Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine ispituje se na temelju analize sadržaja tri portala možda navesti koje su to stranice koje su u svojim novinskim člancima koristile objave s društvenih mreža sportaša, poznatih osoba, drugih medijskih organizacija i dr. Zaključuje se da je njihova uloga rasla tijekom turnira, kada su novinari počeli u svoje članke stavljati sve više i više objava, kako bi u jednu ruku privukli čitatelje, a u drugu ispunili svoj tekst. Ipak, nameće se pitanje jeli prekomjerna upotreba sadržaja s društvenih medija u konačnici odvrtila čitatelje od sportskog aspekta izvještavanja.

Ključne riječi: izvori informacija, online mediji, društveni mediji, društvene mreže, sportsko novinarstvo, Svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji

ABSTRACT

In the Graduate thesis, the overview of the social media is presented through the prism of their development parallel to the growth of the internet as a tool without which it would be impossible to imagine modern communication. It is analysed how the social media has changed the journalist profession, how have the journalists used it to change their style of work and how has the social media as a platform for faster, simpler and more open communication bring new ways of thinking about the level of professionalism of the journalist community and about structural changes that are yet to come. Sport journalism, as an integral part, has also been evolving and adapting to the new techniques of news coverage throughout its history. Journalists, just like sportsmen, are becoming celebrities, and their posts on social media are closely followed and analysed. The importance of social media achieved during the FIFA World Cup 2018 in Russia is being examined according to data gained through online analysis of three web pages which used posts on social media, from sportsmen, famous people and other media organisations, in their articles. Their significance grew throughout the tournament, since the journalists began incorporating more and more posts in their articles, by which they hoped to lure more readers and also fill in the text. On the other hand, it is being questioned if the overusage of such posts from social media has alienated some of the readers from the sporting aspect of the journalism.

Key words: *information sources, online media, social media, sport journalism, Word Cup Russia*

1. UVOD

Društvene mreže predstavljaju jednu od najvažnijih komponentni komunikacije i ljudskih međuodnosa u 21. stoljeću. Tako je u travnju 2019. godine na društvenoj mreži *Facebook* registrirano 2,32 milijarde korisnika, dok ostale društvene mreže kao što su *Instagram* i *Twitter* imaju 1,300 milijardu članova. One se mogu koristiti kao izvor informacija u novinarstvu, jer statusi i druge objave otkrivaju informacije, stavove i opredjeljenja osoba koje se njima služe ili na njima sudjeluju. Dva najizraženija područja u kojima se tako mogu prikupljati podatci su politika i sport. Tijekom izbornih kampanja i samih izbora objave političkih aktera na društvenim mrežama predstavljaju veliki dio materijala kojima novinari prikazuju kandidate i njihove programe, osim u politici objave poznatih osoba i sportaša također mogu novinarima poslužiti kao temelj za članke. Broj osoba koje pišu komentare na njihove objave može pokazati koliko su te osobe važne i utjecajne u društvu.

1.1. Predmet rada i motivacija

Korištenje društvenih mreža u novinarstvu i njihov utjecaj na izvještavanje motiviralo me je na pisanje ovoga rada, s većim naglaskom na sportskom aspekt. Zbog toga je i tema ovoga rada Uloga društvenih medija u praćenju Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine. Kao veliki ljubitelj nogometa i košarke primijetio sam kako se uz sam rezultat utakmice u novinskim člancima spominju i reakcije samih igrača, poznatih navijača i sl. Stoga će kroz cijeli rad biti obrađena uloga društvenih mreža, njihov tip i način na koji se koriste i u kojoj su mjeri one bile primarni izvor za novinare.

1.2. Ciljevi rada

Cilj je diplomskog rada i analize koja je njegov sastavni dio je istražiti koju su ulogu, u izvještavanju, imali društveni mediji za vrijeme nastupa nogometne reprezentacije Hrvatske u Rusiji, na koje su ih se sve načine novinari koristili u svojim tekstova. Jesu li im one služile kao alat s kojim su mogli upotpuniti svoj tekst, kao dodatni izvor s kojim je tekst dobio na vjerodostojnosti ili neki slikovni prikaz objave koji bi tekstu dao ilustraciju njegove biti?

Osim toga, trebalo je istražiti jesu li novinari uz pomoć objava s društvenih mreža pisali svoje tekstove o temama do kojih se prije nije moglo tako lako doći kao što su događanja u svlačionicama ili hotelima?

Nadalje, u kojoj su mjeri novinari koristili objave na društvenim mrežama koje nisu imale izravne veze s nogometom kao oblik diversifikacije rubrike i dodavanja novog sadržaja. Istovremeno jesu li novinari na jasan način označavali upotrebu društvenih mreža. Na istoj toj liniji u svjetlu novih trendova u novinarstvu važno je pitanje bilo i korištenje ključnih riječi na kraju svakog teksta kako bi se jasno mogao pratiti put do njegovog nalaženja. Završno pitanje koje se nametalo kao cilj ovog istraživanja bilo je, u kojoj su se mjeri sportski članci „zaslađivali“ objavama s društvenih mreža te jeli njihovom sadržaja prelazio u tzv. lagane teme.

1.3. Znanstveno-istraživačka metoda

U svrhu istraživanja koju su uloge društvenih medija tijekom hrvatskog nastupa na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji korištena je metoda analize sadržaja. Analiza sadržaja provedena je uz pomoć uzorka internetskih portala *Vecernji.hr*, *Jutarnji.hr*, *24sata.hr* u vremenskom razdoblju od 14. lipnja do 15. srpnja 2018. godine. Prema već prije napravljenoj matrici koja se sastojala od 22 pitanja koja su vrednovala teme od izgleda članka pa do načina na koji su se objave s društvenih medija u njima prezentirale.

1.4. Pregled literature

Kao bazična podloga za postavljane teoretskih postavki radu od velike su mi pomoći bili publikacija José van Dijck *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* i klasik za svakog studenta komunikologije knjiga Astrid Zipfel Michaela Kunczika, Uvod u publicističku znanost i komunikologiju ili dijela Tamare Gillis, Kirsten Johnson i dr. Što se tiče političke sfere društvenih mreža koristio sam se radovima europskih (Marcel Broersma, Todd Graham), ali i američkih autora (David Niven,). U sportskom pogledu i nije bilo previše literature koja se izravno ticala za moje polje istraživanja pa sam se koristio publikacijama isključivo povijesne tematike *The Medieval Tournament: A Functional Sport of the Upper Class* autora Stephen H. Hardyja, a pripomogli su članci kao *Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age*, *Those Guys Have All the Fun: Inside the World of ESPN*.

1.5. Struktura rada

Nakon uvodnog dijela diplomskog rada, u kojemu će biti izložen osnovni prikaz društvenih mreža, govoriti će se o društvenim mrežama kao važnom resursu prilikom proučavanja društvenih kretanja potaknutih političkim aktivnostima. Drugo važno područje je sport. U trećem će se poglavlju razložiti koliki utjecaj na sport imaju društvene mreže, navesti će se američki primjer, gdje se društvena mreža *Twitter* koristi kao glavni i najbrži izvor informacija koje mogu jako utjecati na živote velikog broja ljudi. U petome poglavlju ćemo se baviti nogometnom i društvenim mrežama s najvećim naglaskom na Svjetsko prvenstvo. Poglavlje će prikazati prihvaćanje različitih načina na koji je svjetsko prvenstvo postalo vidljivije na društvenim mrežama, kao što je npr. službena maskota, slogan, ključna riječ (hashtag; #) koja olakšava pretraživanje i dostupnost informacija vezani za natjecanje i sl. Zadnje i ključno poglavlje rada istraživat će kolika je uloga društvenih mreža tijekom izvještavanja o hrvatskom nastupu na Svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji 2018. godine. Na tom je međunarodnom natjecanju reprezentacija Hrvatske ostvarila svoj najveći uspjeh od kada se sudjeluje na prvenstvima koje organiziraju FIFA i UEFA – osvojila je drugo mjesto. Kako su nogometaši reprezentacije napredovali kroz natjecanje, tako je rasla zainteresiranost javnosti za njihov uspjeh, kao i aktivnost na društvenim mrežama. Nakon postavljenih hipoteza koje objašnjavaju razloge za to, bit će izneseni točni podaci koji će potkrijepiti pretpostavke. U konačnici biti će izlistani i svi podaci koji ih potkrepljuju ili opovrgavaju.

2. DRUŠTVENI MEDIJI

Društveni mediji su središnji pojam i bit cijeloga rada, stoga za njihovo bolje razumijevanje za početak će ih se definirati i navesti njihove posebnosti. Zatim će se prikazati kratka povijest platforme bez koje oni i ne bi postojali, interneta, te će se zatim izvesti njihov razvoj s druge polovice 20. stoljeća i podjela.

2.1. Definiranje društvenih medija

Zbog kompleksnosti samog definiranja društvenih medija postoje brojne podjele. Jedan od razloga problema definiranja je i sama brzina stvaranja novih društvenih medija koji svojom raznolikošću znanstvenicima ne olakšavaju njihovo sumiranje i opisivanje. Tako Obar u svome članku navodi nekoliko sličnosti između brojnih definicija (Obar, 2015). Društveni mediji su interaktivne aplikacije Web 2.0, čiji sadržaj kreiraju sami korisnici. Oni predstavljaju daljnji korak u načinu na koji koristimo internet. Tijekom 1990-ih internet je bio mjesto gdje su njegovi korisnici bili samo pasivni promatrači i primatelji sadržaja koji su stvorili neke druge osobe, no razvojem Web 2.0 aplikacija mijenja se i sveukupno poimanje uloge korisnika, gdje on prerasta iz pasivnog potrošača sadržaja, u aktivnog sudionika (Kaplan & Haenlein, 2009). Danas nam brojne aplikacije društvenih medija omogućavaju da sami stvaramo, dijelimo i usvajamo sadržaj bez potrebe treće strane da sudjeluje u toj interakciji.

Brojne definicije također pridaju veliku pozornosti važnosti sadržaja koji stvaraju sami korisnici, a on predstavlja žilu kucavicu društvenih medija. Tako npr. sve informacije koje mi predamo *Facebooku* ili *Twitteru*, svaka odigrana igrice na *Miniclip.com* ili objavljeni video na *You Tubeu* predstavljaju gorivo koje pokreće te stranice, omogućuje im da naplaćuju oglašavanje na njima i potiče ih na njihov daljnji razvoj. Kada bi se svi korisnici prestali se njima koristiti te bi stranice polako propadale, te bi na kraju postale „gradovi duhova“, mjesta na kojima nema korisnika ili ih ima jako malo, najbolji primjer za to su nekada popularni *MySpace* i *Google+* (Obar, 2015).

Treća poveznica između raznih definicija je uloga koju stvaranje korisničkih računa ima za funkcioniranje društvenih medija. Prilikom prijavljivanja na razne tipove medija mi njima dajemo naše osobne podatke i sliku. To nam omogućuje da pristupamo nekim pogodnostima stranica kojima u protivnom ne bi mogli. Ta „ekskluzivnost“ sadržaja pojačava primamljivost stranica i potiče veći broj korisnika da se na njih prijave. Jedina iznimka za ovo pravilo je *Wikipedia* koja svim korisnicima, bili oni prijavljeni ili ne omogućuje izmjenu sadržaja. Iako

treba reći da se svaka takva izmjena identificira i označuje se objavom IP adrese s koje je napravljena (Boyd & Ellison, 2007).

Četvrta nit koja povezuje brojne definicije društvenih medija pridaje posebnu važnost spajanju korisnika koji se na njih prijave. Brojni algoritmi i drugi kompjuterski programi nude na, na temelju informacija koje smo dali društvenim medijima, prijedloge koje osobe bi trebale slijediti, na što bi se trebali pretplatiti i sl. Steam, društveno-distribucijska usluga koja spaja „gamere“ na temelju računalnih igrica koje korisnik posjeduje nudi nam slične osobe te nas tako potiče na daljnju socijalnu interakciju ili stranice za upoznavanje osoba koje na temelju preferencija i drugih parametara pokazuju profile samo sličnih osoba kako bi nam omogućile što lakšu komunikaciju (Obar, 2015).

Kao temelj svih četiriju čimbenika društvenih medija isprepliće se njihov temelj bez kojih one ne bi mogle postojati, a to je Internet.

2.2.Povijest interneta

Prethodnika današnjeg interneta, ključne platforme na kojoj se nalaze društveni mediji, osnovalo je 1969. godine Ministarstvo obrane SAD-a. Zvalo se ARPANET, što je bila kratica za *Advanced Research Project Agency NETWORK*. Cilj te mreže bila je interkonekcija određenog broja računala u SAD-u, a primarna funkcija tog povezivanja bila je potaknuta političkim razdobljem u kojemu je taj projekt nastao – Hladnim ratom (Hrvatska enciklopedija, 2019). Trebalo je omogućiti stalnu povezanost obrambenih sustava, čak i ako bi iznenadni nuklearni napad uništio dio informacijske mreže. Kasnije se Internet od primarno vojne zadaće počeo širiti i na onu društvenu, jer je vojska počela koristiti svoje servere koji nisu bili dostupni široj javnosti. Jedna od prvih mreža koje nisu imale vojnu funkciju je NSFnet ili *National Science Foundation Network*, pokrenuta 1985. čime je stvorena i znanstvena komponenta internetskih usluga. Rastom broja korisnika tadašnji Internet je počeo razvijati i usluge kao što su prijenos podataka te njegovo postavljanje i skidanje s mreže (Tanenbaum, 2013). Prvi od brojnih servisa koji su to omogućavali su tzv. *Bulletin Board System* (BBS), oni su korisnicima omogućavali spajanje na mrežu te onda podizanje ili skidanje podataka s nje. U isto vrijeme nastaju i prva osobna računala kao IBM-ov PC, 1981 godine (Edwards, 2016). Na njima se mogu pokrenuti i servisi kao što su CompuServe, Prodigy i AOL koje su omogućile korisnicima spajanje na internet, kreiranje osobnih profila, *chat* te slanje javnih ili privatnih poruka. Pravi procvat društveni mediji doživljavaju krajem 90-ih, kada se počinje koristiti World Wide Web (WWW).

Njega su 1989. razvili britanski i belgijski informatičari Tim Berners-Lee i Robert Cailliau. U dokumentu nazvanom *Information management: A proposal*. opisali su način prijenosa informacija putem interneta korištenjem hiperteksta. Cilj im je bio olakšati suradnicima sa švicarskog istraživačkog instituta CERN kraj Ženeve korištenje mnoštva podataka okupljenih na računalima tog instituta (Berners-Lee & Cailliau, 1990). Ubrzo nakon konstruiranja 1990. godine www ili na hrvatskom jeziku *svjetska mreža* postala je najpopularniji servis interneta, njegov najkorisniji segment. *Mreža* je internetu donijela hipertekstualnost, multimedijalnost i interaktivnost te je postala zaseban medij komunikacije (West's Encyclopedia of American Law, 2008). Hipertekstualnost mu je omogućila da se na vrlo jednostavan način pritiskom na poveznicu i uz pomoć raznih preglednika saznaje velika količina informacija u vrlo kratko vrijeme. Za usporedbu, vrijeme koje nam je trebalo da prije odemo u knjižnicu i saznamo neki podatak mjerilo se u satima, a sada nam mreža do omogući u manje od sekunde. Ona nam je također donijela i multimedijalnost gdje se na jednoj stranici mogu naći poveznice na slikovne, video i druge materijale vezane uz sadržaj koji je na njoj. U početku je mreža bila ograničena na samo primanje svih tih podataka, ali je daljnjim razvoj stvorena situacija u kojoj se i mi kao krajnji korisnici možemo uključiti u kreiranje sadržaja na njoj što je mrežu još više otvorilo prema svim ljudima te ju je na neki način demokratiziralo.

2.3. Razvoj društvenih medija

U ovome ćemo potpoglavlju izložiti početni razvoj nekih društvenih medija koji su utrli put današnjim velikim divovima kao što su *Facebook* ili *Twitter*.

Prvi društveni mediji nastaju krajem 20. stoljeća. Stranica *GeoCities* nastaje u studenom 1994, a slijedi ju *Classmates*, godinu dana kasnije, te *Six Degrees* u svibnju 1997. U to vrijeme stranica je imala revolucionarni koncept, ona je omogućavala postojećim korisnicima stranice da dijeljenjem svoje e-mail adrese pozovu svoje prijatelje i tako ih spoje u jednu zajedničku mrežu. *Six Degrees* je osim toga nudio i opciju traženja korisnika prema raznim osobinama, mogućnosti koje posjeduje svi današnji društveni medij. Iako je 1999. godine imao preko 3,5 milijuna korisnika, stranica je nestala jer se nije mogla riješiti sporosti sustava te nije na vrijeme omogućila umetanje fotografija (Kirkpatrick, 2012).

Slijedeći važan korak u razvoju društvenih mreža je bio nastanak specijaliziranih stranica za određene skupine ljudi. Tako su nastale stranice poput *Match.com*-a ili *Friendster*. Obje su za glavnu publiku uzele osobe koje su tražile potencijalne ljubavne partnere. *Friendster* je u

veljači 2003. godine osnovao Jonathan Abrams, ono što je njegovu stranicu razlikovalo od ostalih je bila mogućnost učitavanja fotografija te je zbog toga dobila na popularnosti. No stranica je imala dvije mane, prva je bila sporost zbog preopterećenosti, a druga je bila pojava lažnih profila. Kada je uvidio tu pojavu Abrams ih je počeo brisati te je i dalje bio uporan u provedbi svoje ideje da korisnici moraju upotrebljavati svoja prava imena što je brojne mlade okrenulo konkurenciji (Boyd & Ellison, 2007).

Stranica koje je slična *Friendsteru*, ali je za cilj imala drugačiju publiku je *LinkedIn*. Nju je Redi Hoffman, osnovao 2003. godine i zamislio ju je kao *curriculum vitae* korisnika. On će na njoj imati mogućnost traženja zaposlenja, te će ga njegovi mogući poslodavci moći kontaktirati. *LinkedIn* je u svome početku imao konkurenciju u stranici *Ryze*, nastale 2001. godine. Hofmanov je projekt opstao do danas jer je bio u toku s najnovijim trendovima te je svojim korisnicima počeo nuditi slične mogućnosti kao npr. *Facebook* (Cohen, 2009).

Želeći profitirati na lošoj strateškoj odluci koju je donio osnivač *Friendstera*, 15. kolovoza 2003. pokrenut je *MySpace*. Njegovi osnivači Tom Anderson i Chris DeWolfe odlučili su privući one korisnike koji su otišli s *Friendstera*. Oni su omogućili svojim korisnicima da kreiraju svoje profile sa stvarnim ili lažnim imenima te bez ili s fotografijama. Ponudili su do tada neviđene mogućnosti poput horoskopa, igrice, blogova i dr. Njih se uspjeh temeljio na praćenju trendova, stvaranju potpore za korištenje digitalnih kamera u komunikaciji i razvojem širokopojasnog interneta (Boyd & Ellison, 2007).

Kako je postalo lakše snimati videozapise i postavljati ih na internet pojavila se potreba za stranicom koja će ih sve objediniti na jednom mjestu stoga je početkom 2005 godine pokrenut *YouTube*, njega su pokrenuli Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim. Stranica danas ima veliki utjecaj na internetski promet jer se uspjeh koji ostvaruju korisnici na njoj može usporediti sa nekim filmskim ili sportskim zvijezdama (Cheng, et al., 2008). Youtuberi imaju na milijune pratitelja i zbog toga su dobili zlatne, srebrne ili brončane plakete s logotipom *YouTubea*, u početku je bio kao mjesto za promoviranje nepoznatih autora, no danas na njemu objavljuju svoje uratke i poznate glazbene zvijezde jer žele na taj vrlo jednostavan način lako pristupiti svojim obožavateljima i sebi povećati doseg svojeg rada.

Osim stranica za dijeljenje video sadržaja polako je rastao interes i za stranice koje su nudile mogućnost slanja konciznih poruka, nešto slično kao SMS poruke na mobilnim telefonima. S time na pameti Jack Dorsey, Ewan Williams i Biz Stone 15. srpnja 2006. godine pokrenuli su *Twitter*. On su željeli iskoristiti rast *podcastinga*, snimanja audio i video sadržaja za internetsku upotrebu. *Twitter* se zasniva na slanju i čitanju tweetova (Twitter.com, 2019). Do 2017. godine slanje tweeta bilo je ograničeno na 140 znakova, što je korisnike prisiljavalo

na jezgrovite i jasne tweetove. Kasnije je tvrtka tu jedinstvenu opcije izmijenila te je sada moguće napisati tweet sa dvostruko više znakova, njih 280. Osim te zanimljive mogućnosti, druga jedinstvena osobina Twittera, koja se kasnije proširila i na druge društvene mreže je tzv. hashtag (#) ili ključna riječ. Kada korisnik neku rijeci označi s gore navedenim znakom on stvaraju određenu temu, odnosno sve tweetove s tim hashtagom biti će zajedno grupirani. Glavna prednost toga označavanja je preglednost i brzina s kojom korisnici i oglašivači i drugi poslovni subjekti mogu pratiti sve tweetove s tim hashtagom (Perez, 2017).

Aplikacija koja je kao svoj cilj imala isključivo promoviranje fotografija i video uradaka kao izvor međusobne interakcije je *Instagram*. Nju su u listopadu 2010. godine pokrenuli Kevin Systrom i Mike Krieger. Teško se može odrediti, je li ona spoj društvenog umrežavanja ili fotografskih usluga, jer funkcionira kao spoj *Twittera* i *Flickr*a. Na *Instagramu* korisnici mogu objavljivati svoje fotografije te ako im se sviđa „djelovanje“ nekoga, mogu tu osobu zapratiti te biti u stalnom toku s njegovim najnovijim objavama. No, svoj korisnički račun mogu učiniti i privatnim te tako spriječiti da ih bilo tko može pratiti i tako narušavati njihovu privatnost. Svoje objave svaki korisnik može popratiti korištenjem ključnih riječi koje će njegove slike postaviti u različite kategorije te tako omogućiti njihovo lakše pronalaženje. Još su dvije posebnosti koje nudi *Instagram*, prva je korištenje filtera, tj. uređivanje fotografija unutar same aplikacije gdje korisnik može pojačavati kontrast, oštrinu i dodavati već prije uređene postavke kako bi fotografija dobila na izražaju. Drugi je mogućnost objave sadržaja na svome profilu koji je vidljiv prijateljima, ali nestaje nakon 24 sata, to su *story* (hrv. priče).

Kao što je pojava *YouTube*a, skovala pojam youtuber, tako je *Instagram* stvorio *influencere*, osobe koje sa svojim brojem pratitelja i objavama mogu utjecati na javnost koja ih prati, i danas je ta aplikacija postala ono što su nekada bili televizijski kanali za prodaju, oglašavanje i promoviranje raznih proizvoda. Taj aspekt uloge *Instagram*a posebno će se analizirati kasnije.

Zadnja aplikacija koju valja spomenuti je *Snapchat*, nastala u rujnu 2011. godine. Ona funkcionira na slična način kao i *Instagram*, iako je joj je glavna razlika što se sve njezine fotografije koje je korisnik objavio nakon 24 sata brišu ili nakon što ih je prijatelj kojem su poslano, pregledao. Posebno je i mogućnost izmjene avatara, virtualnog korisničkog lika, koje sami pristupnici aplikaciji mogu mijenjati. *Snapchat*om se danas koriste pretežito mladi i zato je od posebne važnosti da mogućnost da se sve objave brišu kako bi se na još višu razinu podigla razina zaštite privatnosti korisnika. (Utz, et al., 2015)

Od tada su i neke starije stranice, kao što su *Facebook*, *Twitter* počele razmišljati i primjenjivati različite metode zaštite osobnih podataka svojih korisnika.

2.4. Podjela društvenih medija

Postoje različiti načini na koji se mogu podijeliti društveni mediji, kao što je u uvodnom dijelu ovoga poglavlja navedeno to je zbog njihove velike brojnosti i sličnosti između njih samih, no u ovom sam se radu odlučio slijediti podjelu koju je navela Jose van Dijck. Ona društvene medije dijeli na: Stranice za igru i zabavu, Stranice za trgovinu i kupovinu, Stranice za dijeljenje sadržaja koje stvaraju korisnici te tip stranica o kojima ćemo najviše govoriti u ovome radu, Društvene mreže (van Dijck, 2013: 8-9).

Stranice na kojima korisnici stvaraju sadržaja (*User-generated content, UGC*) promoviraju i potiču kreativnost, aktivnost i razmjenu profesionalnih i amaterskih sadržaja. Sav sadržaj koji korisnici stvore dostupan je ostalim sudionicima na stranici, te oni imaju mogućnost davanja svojih kritika, i predlaganja izmjena. Najbolji primjer toga je *Wikipedia.org*, enciklopedija slobodnog sadržaja koja je osnovana 2001. godine u San Diegu. Tom stranicom danas upravlja zaklada istoga imena koja služi kao temeljna platforma za objavljivanje članaka koje volonteri-urednici sami proizvode. Danas ona ima više od 15 milijuna članaka, a u hrvatskoj inačici enciklopedije nalazi se njih više od 200 tisuća (*Wikipedia.org*, 2020). Budući da je to deregulirana enciklopedija, postoje administratori koji održavaju određenu razinu neutralnosti pri sažimanju istaknutih motrišta. Druga najveća stranica na kojoj korisnici sami proizvode i objavljuju sadržaj je *YouTube*. Ona za razliku od *Wikipedie* služi za objavu video sadržaja koje korisnicima daje razne mogućnosti poput ocjenjivanja, dijeljenja, komentiranja i uređivanja videozapisa.

Danas *YouTube* služi kao platforma gdje svjetski poznati glazbenici objavljuju svoje videospotove, filmski studiji trailere svojih filmova te brojni obični korisnici svoje vidē političke, zabavne, popularno znanstvene, sportske i ostale tematike (van Dijck, 2013: 110-112). On polako zamjenjuje televiziju jer korisnici sami mogu birati što će gledati te im je sadržaj brzo dostupan. Osim *YouTubea* postoje je i slične stranice kao što su *Vimeo* i *Dailymotion*.

Drugi tip društvenih medija su stranice za trgovinu i kupovinu. Kako im ime samo kaže njihova je glavna funkcija razmjena i prodaja usluga i proizvoda. Sve je to olakšano jer su proizvodi, „od igle do lokomotive“ dostupni na jednom mjestu, najpoznatije stranice koje nude takvu uslugu su *Amazon* i *eBay*. Na njima se može kao i na svakoj drugoj društvenoj mreži raspravljati, komentirati i ocjenjivati proizvode koje se tamo nude. Pošto je ta posrednička uloga donosila puno prihoda, obje su tvrtke proširile svoj portfelj. *Amazon* je počeo proizvoditi svoj

video sadržaj, kao npr. serija koja je dostupna samo putem *Amazon* video servisa, *The Grand Tour*. Koliko takav tip servisa napreduje, govori i činjenica da te tvrtke počinju eksperimentirati s dostavom paketa preko malih bespilotnih letjelica, dronova (*Amazon.com*, 2016). Danas je vlasnik Amazona, Jeff Bezos, najbogatiji čovjek na svijetu s vrijednošću imovine od preko 161 milijarde dolara (*Forbes.com*, 2020).

Treća vrsta društvenih medija su stranice za igru i zabavu, kao platforma na kojoj se mogu naći igrice jednostavne grafičke izrade (*Miniclip*). *Miniclip* je osnovan 2001. godine s proračunom od 40 tisuća funti, a već sedam godina kasnije tvrtka je bila procijenjena na 900 milijuna (*Sherwood*, 2008). U prosincu 2016. godine sa stranice je preuzeta milijardita igrica, te je s time potvrdila svoju prevlast kao najveća stranica online igara na svijetu. S druge pak strane *Steam* i *Origin* nude platformu na kojoj korisnici mogu pohranjivati svoje kupljene video igre i tako ih imati na jednome mjestu. Pristup igrama je stalan jer su spremljene na on-line server. Kao i u mnogim gore navedenim primjerima na *Steamu* i *Originu* omogućena je razmjena poruka između korisnika te davanja igra kao poklon (*Edwards*, 2013). U 2019. godini korisnički račun na *Steamu* ima više od jedne milijarde ljudi te je taj uspjeh stranice potaknuo tvrtku *Valve* razvije vlastite konzole i pribor za proširenu stvarnost kao npr. *HTC Vive* (*Lanier*, 2019).

Četvrta i posljednja grana društvenih medija su društvene mreže ili Social Network Sites. Njihovo glavno obilježje je kontinuirano promoviraju i poticanje interpersonalni kontakt između individualaca i/ili grupa, omogućavaju stvaranje osobnih i/ili profesionalnih veza (*Boyd & Ellison*, 2007).

Kao najbolji primjeri tih postulata su stranice *Facebook*, *Twitter* te *Instagram*. Njih ćemo i najviše spominjati prilikom analize praćenja Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji (*mynewsdesk.com*, 2018). O *Facebooku* je već bilo riječi na prijašnjim stranicama rada, pa ćemo još ovdje samo dodati kako tvrtka nailazi na mnoštvo kritika. Puno puta im se događala krađa osobnih podataka korisnika prilikom hakiranja stranice te nedovoljna pažnja na sadržaje i njihov stil koji ti korisnici i objavljuju. Najvidljiviji primjer zloupotrebe korisničkih informacija dogodio se 2018. godine kada je tvrtka *Cambridge Analytica* neovlašteno prikupljala osobne podatke milijuna korisnika *Facebooka* i koristila ih za političko oglašavanje. (*The Guardian*, 2018) Osim toga, *Facebook* je optužen kako dopušta objavu sadržaja koju mogu imati anti-islamski karakter. Iz toga je razloga i zabranjen u nekoliko zemalja kao što su: Sirija, Kina, Uzbekistan, Pakistan, Vijetnam i Iran. Stoga su uvedena nova pravila i pojačani sigurnosni algoritmi i provjere prilikom registracije korisnika. Oni od tada imaju mogućnost uvesti još jedan sloj zaštite kao što su dvostruka autentifikacija ili otključavanje korisničkog

računa prepoznavanjem lica (Feldi, 2018). Unatoč svemu je *Facebook* i dalje najmasovnija društvena mreža s preko 2,5 milijarde korisnika (statista.com, 2020).

Nešto manje utjecaja ili uspjeha od njega ima društvena mreža koja je u svome idejom periodu zamišljena kao mikroblogging platforma, *Twitter*. U Hrvatskoj *Twitter* nije toliko popularan koliko *Facebook*, dok je recimo u Sjedinjenim Američkim Državama obrnuta situacija. *Facebook* već polako izlazi iz „mode“, dok je *Twitter* i dalje glavna društvena mreža za korespondenciju između privatnih i poslovnih korisnika te novinara. No njega bi treća najpopularnija društvena mreža je *Instagram* trebala u idućoj godini preteći kao najvažniji izvor informacija građana (Newman, et al., 2020).

Nakon ovog kratkog uvodnog dijela i pregleda najvažnijih društvenih mreža u slijedećem ćemo poglavlju govoriti o društvenim medijima kao izvoru informacija u politici, njihovom korištenju tijekom praćenja raznih izbornih kampanja te utjecaju koje su iste imale na stil izvještavanja.

3. DRUŠTVENI MEDIJI KAO IZVOR INFORMACIJA

Društveni mediji važan su čimbenik modernog novinarstva i bez njih ono danas ne bi moglo biti zamislivo. Interaktivnost, pristupačnost i trenutačnost promijenile su iz korijena novinarsku profesiju. Kako je tekao njihovo međuodnos, kako se društveni mediji uklapaju među ostale izvore u novinarstvu i na koji su način novinarima poslužili u izradi članaka biti će obrazloženo na slijedećim stranicama

3.1. Društvene mreže i novinarstvo

Društvene mreže i novinarstvo imaju kratak ali intenzivan i kompleksan odnos. Kada je televizija KOMU-TV iz Missourija, 2011. godine, započela prvi televizijski prijenos vođen društvenim mrežama, bilo je to odstupanje od tradicionalnog načina izvođenja programa (Adornato, 2016). Njihove vijesti, prikladno nazvane *U_News*, implicirale su aktivnu ulogu gledatelja. U prvi se prijenos uključilo 10-tak ljudi preko platforma *Google Plus Hangouts*, *Facebook*, *Twitter* i sl. No, mala gledanost pridonijela je takvom i sličnim projektima brzu propast. Ipak *U_News* su praktičan primjer promjene medijske politike koja se odvija na američkim lokalnim televizijskim postajama. Kako Smith, Tanner, Duhé pišu: „Prije samo 10 godina, glavna zadaća izvjestitelja i producenta na lokalnim televizijama bila je da program ispunjavaju, vijestima, snimkama uživo, dobrim pisanjem i mnoštvom videozapisa“ (Smith, et al., 2007).

Iako su ti elementi i dalje važni, društvene mreže polako preuzimaju primat kao glavni događaj oko kojeg se oblikuju vijesti. Sama publika može utjecati na njihov izgled kroz komentiranje na službenim stranicama televizijskih, radijskih ili novinskih publikacija.

Koliko su one važne proizlazi iz činjenice, da su one iz duboka potresle staru strukturu jednosmjernog toka vijesti od događaja preko novinara do gledatelja, društvene mreže su omogućile ovim potonjima aktivnu ulogu. McCombs, Overholser i Jamieson ipak upozoravaju kako novinske redakcije moraju biti oprezne i ne smiju se previše oslanjati na društvene mreže, trebaju imati razrađene protokole provjere njihove istinitosti te ne smiju zaboraviti na svoje korijene i provjerene načine izrade programskog sadržaja (Smith, et al., 2007).

Društvene mreže osim promjena u načinu na koji se vijesti prezentiraju publici donijele i kadrovske promjene u novinarstvu, smanjuje se broj novinara u redakcijama i mijenja se općenito struktura medijskih organizacija. Od novinara se danas traži da se on brendira, da

njegovo ime nešto znači. Takav način samo promocije nije nov, ali nekada se on stjecao višegodišnjim radom u redakcijama i širio se od usta do usta, pa tako danas većina ljudi u Hrvatskoj zna tko su Željka Fattorini, Inoslav Bešker, Mladen Delić ili u Americi Walter Cronkite, Bob Woodward, Tom Brokaw i dr. Društveni mediji stavili su novinara na pozornicu te on da bi opstao na njoj mora pažljivo čuvati sliku o sebi, pažljivim izborom informacija i načinom kako ih prenosi. Stoga ne čudi da su Cara Brems, Martina Temmerman, Todd Graham i Marcel Broersma u svome radu novinare na *Twitteru* usporedili kao s glumcima na pozornici (Brems, et al., 2017). Popularnost društvenih mreža stvorila je mogućnost pojedinačnim novinarima, da od sebe naprave brend, kojemu nisu potrebne velike novinske organizacije kako bi uspjeli u životu. Prema tome autori istraživanja su primijetili tri razine stvaranja novinarskog brenda.

„Prvi značajan element je pozornica. Dobro izgrađena pozornica može biti koristan alat za stvaranje i širenje vijesti. ... Drugi element koji je neophodan prilikom izvođenja je publika. ... Posljednji i najvažniji element u izgradnji osobnog branda je izvođač, tj. u ovom slučaju zaposleni ili slobodni novinar“ (Brems, et al., 2017).

Kao što se može i pretpostaviti kod novinara koji nije zaposlen u medijskog organizaciju očekuje se puno veća interaktivnost s publikom te oni češće promoviraju sami sebe te ulaze u rasprave su komentarima svojih objava. Jedan od primjera dobre samo promocije u svijetu je sportski novinar Bill Simmons. Njegovo se bogatstvo danas procjenjuje na 100 milijuna dolara (celebritynetworth.com, 2020), a svoju karijeru je započeo kao mali bloger kojeg je primijetio američki div *ESPN*. Kasnije je Simmons osnovao vlastitu tvrtku, *The Ringer*, koja ne bi mogla postojati bez društvenih mreža, gdje objavljuje cjelokupni program u obliku podcasta i drugih oblika komuniciranja preko *Facebooka*, *Twittera* i sl.

Treći i završni primjer uloge društvenih medija i utjecaja novinarstvo je situacija kada se izvještavanje o nekom događaju odvijalo na dva načina. Jedan je preko klasičnih medija, a drugi putem alternativnog novinarstva, odnosno *Twittera*, *YouTubea* i *Flickr*a. Takav je slučaj analiziran u članku Poella i Borra o prosvjedima prilikom summita G20 u Torontu 2010 godine. Tijekom održavanja susreta 20 gospodarski najrazvijenijih zemalja održavali se prosvjedi koje su organizirali Canadian Labour Congress, Greenpeace, Oxfam i dr. (CBC News, 2010). Posebnost im je bila što su organizatori pokrenuli *Toronto Community Mobilization Network (TCMN)*, kao platformu s koje su uz pomoć društvenih medija objavljivali vlastite vijesti, videozapise koji su svi bili alternativni i neovisni od klasičnih medijskih kuća. No takav stil, kolektivnog novinarstva može imati i negativne posljedice, kakvu sliku o događaju stvara izvještavanje tisuća ljudi koji nemaju jasnu predodžbu tko određuje što će se naći na mreži, a

što ne. U Americi je već dugo postoji percepcija da „mainstream“ novinarstvo ne izvještava objektivno, još od 50-ih i 60-ih, i vremena Pokret za ljudska prava Afroamerikanaca. Autori kao što su Gitlin i Murdock zaključili su kako: „Nasilje, koje je vrlo vidljivo, posebno postaje centralna tema u demonstracijskom izvještavanju, dok razmatranja prosvjeda, kao i pozadinski događaji i pitanja koja su ključna, obično nisu uključena“ (Gitlin, 1980: 27; Murdock, 1981: 210).

Prvu organiziranu mrežu alternativnog novinarstva autori vide u Independent Media Center (*IMC*). Ona je stvorena 1999. godine, kako bi osigurala alternativni pristup vijestima za vrijeme izvještavanja sa summita Svjetske trgovinske organizacije u Seattlu (Poell & Borra, 2012). Kao što je tada bilo potrebno alternativno izvještavanje, tako je ono bilo neophodno i 2010. godine, kada su izvještaji klasičnih medija kritizirani da su se previše fokusirali na sami sastanak, a premalo na razloge prosvjeda. Izvještaji koji su objavljeni na TCMN-u pisali su o policijskoj brutalnosti, hitcima prema prosvjednicima, ali i o nekim temama koje su se izgubile s vrha pozornosti javnosti. Iz ovoga se može vidjeti kako je korištenje društvenih medija u svrhu alternativnog novinarstva zanimljiva ideja s kojom se pokušava riješiti kronični nedostaci kao što su istinitost, objektivnost i gledanja široke slike. No i taj način izvještavanja pokazalo se s jednakim manama kao i onaj klasični. Sadržaj koji je prevladavao na pregledanim profilima društvenih mreža najčešće je prikazivao nasilje i sve negativnosti.

„Poput *mainstream* izvještavanja, i na tim računima dominira nasilje koje je pratilo prosvjede. Posebna dinamika između prekomjerne policijske nazočnosti i nasilja te napora prosvjednika da dokumentiraju policijske akcije stvorili su račune koji su bili usredotočeni na nasilje i spektakl koji su pratili i na kraju prerasli prosvjede. ... rezultat aktivističkog izvještavanja na društvenim mrežama jednako je tragičan: skreće se pažnja s izvornih tema na kojima su u protestima“ (Poell & Borra, 2012).

Drugi je problem što je sadržaje objavljivao jako malen broj ljudi. Iz čega proizlazi da možda društveni mediji i nisu dobar način „crowd-sourcing“ izvještavanja. Osim izvještavanja društvene mreže su podjednako dugo bile i jedan od izvora u novinarstvu, kako se one uklapaju u druge tipove pokušavaju objasniti brojni autori.

3.2. Izvori u novinarstvu

Novinarstvo, kao djelatnost koja ima zadaću javnoga priopćavanja temelji se na dva ključna čimbenika pomoću kojih novinari dobivaju na vjerodostojnosti i njihovi članci na

prepoznatljivosti. Prvi čimbenik je sposobnost dobro, smislenog i jasnog pisanja novinarskih radova, a drugi je dugotrajan proces koji mu prethodi, prikupljanje izvora (Bradshaw, 2017).

Oba čimbenika su se razvijala i evoluirala kroz godine, ruku pod ruku s tehnološkim napretkom koji je zahvatio cjelokupnu novinarsku profesiju.

Postupak pisanja svakog članka sastoji se od prikupljanja informacija koje novinar dobiva od svojih izvora i njihove razdiobe na one koje će koristiti i one koji nisu važni za njegovu priču. Stoga je Sigal tvrdi kako realnost koju piše novinar nije istoznačna sa stvarnošću, već se oblikuje pod velikim utjecajem izvora koji su na dohvat novinara u tom trenutku, kao i osobnim uvjerenjima samoga autora (Sigal, 1973). Zbog toga se samo istraživanje izvora, njihovog definiranja i sistematizacija nameće kao važan aspekt istraživanja novinarstva kao profesije.

Na tom tragu je i definicija izvora Herberta Gansa: „Sudionici događaja koje novinar promatra ili intervjuira, uključujući sugovornike koji se pojavljuju u eteru ili koje citiraju u časopisima i one koji daju samo osnovne informacije ili prijedloge priča“ (Gans, 1979, 80).

Njihova uloga u tekstovima je dvojaka, oni su tu kako simbolični potporanj novinarskom tekstu, ali i kao pragmatičan znak osnovne biti novinarstva, prijenost informacija. Izvori služe kao ulje koje se podmazati priču koju novinar piše i omogućiti joj da ugleda svjetlo dana kao kredibilan i istiniti prikaz problema. Na svim kolegijama na fakultetu studente komunikologije i novinarstva uči se kako prisutnost izvora u tekstu uvjerava publiku u istinitost napisanih činjenica te neposredno daje značenje i vjerodostojnost sadržaju o kojem novinar govori (Carlson & Franklin, 2010).

Ipak ta želja da tekst obiluje izvorima može biti i dvosjekli mač. Najčeća je norma minimalno dva, no može ih biti i više jer sve ovisi o važnosti priče, može se pretvoriti u proces u kojem sami izvori oblikuju izgled vijesti kao što su i potvrdile brojne studije Berkowitz, 1987; Berkowitz and Beach, 1993; Reese et al., 1994; Soloski, 1989 (Messner & Watson Distaso, 2008). Ginneken zaključuje kako koristeći veliki broj izvora novinari peru ruke od odgovornosti za iznesene informacije sa sebe na izvore, no ipak novinar je taj koji tijekom selekcije određuje izvore koje koristi. Posebno iz toga razloga, na važnosti dobivaju kategorije iz kojih novinari crpe svoje informacije od službenih osoba, institucija do društvenih mreža.

Lacy i Rosenstiel u svome radu, *Defining and Measuring Quality Journalism*, a njihove riječi prenosi M. P. Napoli pridaju posebnu važnost raznovrsnosti samih novinarskih izvora. Ako novinar u svome tekstu koristi izvore koji favoriziraju jednu stranu priče, odmah od svojega teksta isključuje potencijalne čitatelje koji se ne slažu s njegovim stajalištima, u isto vrijeme sebe kao osobu prikazuje kao pristranog izvjestitelja događaja. Stoga je od iznimne važnosti da su novinarski izvori neovisni, raznovrsni i da dolaze sa oba spektra polarizirajućeg

dogadaja, što pospješuje njihovu heterogenost koja pak osigurava širu sliku i pokriva sve aspekte priče (Lacy & Rosenstiel, 2015). Osim podjednake zastupljenosti izvora važna je i njihova prezentacija, novinar treba dobro promisliti kada će u svome tekstu, parafrazirati svoj izvor, posebno naglasiti njegovu ekskluzivnosti li ga izravno citirati i prenijeti u tekst, istraživanje koje je proveo Sundar ustvrdilo je kako korištenje citata u medijima daje dodatnu težinu i kredibilitet (Sundar, 1998).

Novinarske priče u kojima novinar citira svoj izvor, još ako ga potkrijepi audio ili video dokazom daju njegovoj priči veliku dozu ozbiljnosti i kredibilitet jer se teško mogu kasnije riječi izrečene od strane izvora povlačiti kao krivo protumačene ili lažne.

Svi ti osigurači i preporuke o načinu korištenja izvora trebaju se poštivati tek kada se izvori pronađu na određenim mjestima. Broersma i Graham ta mjesta nazivaju novinarskim *beatovima* i definiraju ih kao određeno fizičko, ali i društveno mjesto na kojem novinari prikupljaju informacije (Broersma & Graham, 2012). To mjesto može biti stvarno, kao što je Sabor, Vlada, tržnica, nogometni klub, ili virtualno, *Twitter* ili *Facebook* profili. U posljednjih se par godina sve više i više koriste ovi virtualni *beatovi* i to pogotovo *Twitter* i *Instagram*. *Instagram* kao izvor je prisutniji u Sjedinjenim Američkim Državama i Zapadnoj Europi, dok je u hrvatskom novinarstvu i dalje zastupljenija upotreba *Facebooka* ili *Instagrama* kao novinarskih *beatova*. Brz, jednostavan pristup informacija u stvarnom vremenu, sama objava koja može postati vijest te mogućnost smanjena troškova redakcije zbog potrebe odlaska novinara na press konferencije, postali su jako primamljivi argumenti sve veće upotrebe objava s interneta kao izvora vijesti u člancima (Broersma & Graham, 2013).

Sama ta činjenica potvrđuje kako je internet jako utječe na novinarstvo i potiče korjenite promjene u procesu skupljanja informacija za novinarske članke.

Kako te informacije odnosno izvoru novinari prikupljaju na različitim mjestima njihov pristup teoretičari različito dijele i definiraju. U knjizi „Istraživačko novinarstvo“ Inoslav Bešker donosi podjelu novinarskih izvora, koju prenosi od Weinberga, na slijedeće kategorije

- Materijalni izvori informacija: Kategorija s vremenom postala karakteristična za istraživačko novinarstvo jer su u mnogim novinarskim pričama bili presudni izvori poput dokumenata, snimki i fotografija.
- Sekundarni izvori: Informacije „iz druge ruke“. Weinberg (1996) tu ubraja sve što je već objavljeno o predmetu istraživanja, od članaka na internetskim stranicama do novinskih tekstova i televizijskih emisija. Sekundarni izvori su i knjige, doktorske i magistarske disertacije, te informacije koje sadrže razne internetske baze podataka.

- Primarni izvori su originalni, izvorni dokumenti, kao što su javni i tajni izvještaji, privatna i službena pisma, bankovni računi i interni dopisi, fotografije i sl.
- Ljudski izvori informacija. Kao izvor novinaru mogu poslužiti doslovno sve osobe s kojima dolazi u kontakt, od užeg kruga obitelji i osobnih prijatelja, do posve nepoznatih ljudi koji će s novinarom pristati komunicirati isključivo telefonski.
- Posredni ljudski izvori. Toj kategoriji pripadaju oni sugovornici koji imaju informacije o temi koju novinar istražuje, ali sami u njoj nisu sudionici: od stručnjaka, do kolega novinara koji prate to područje.
- Neposredni ljudski izvori. Takvim se izvorima informacija mogu smatrati svi svjedoci i akteri u predmetu koji novinar istražuje. Ovoj kategoriji nerijetko pripadaju već spomenuti informatori, odnosno krug osoba od kojih novinar redovito doznaje korisne informacije. Među njima su najviše na cijeni, ali vjerojatno i najrjeđi, oni koji nisu na pozicijama moći, nego u njihovoj neposrednoj blizini, što ih čini korisnim svjedocima (Bešker, et al., 2004).

Ovo je samo jedna od brojnih kategorizacija izvora Shoemaker i Reese dijele ih na samo dvije skupine – direktni i indirektni. Direktni su izvori oni koji donose bit same priče i bez njih ona ne bi postojala jer oni utječu na novinarovo shvaćanje probleme i iznošenje stavova. Indirektni izvori služe kao dodatak priči koji će ju možda približiti ljudima i dati joj veći obuhvat, kao što su npr. blic-ankete ili reakcije ljudi u komentarima s društvenih mreža (Shoemaker & Reese, 1996).

Nezavisno od toga u koju od svih navedenih kategorija izvori pripadaju njihovo postojanje u novinarskim tekstovima neće promaći publici jer ih ona prilikom čitanja svakog članka pažljivo analizira i određuje njihovu vjerodostojnost, prikladnost, istinitost i nepristranost. Stoga su brojna istraživanja, neka od njih su i prije navedena, pokušavala su povezati koliki utjecaj korištenje izvora u novinarskim tekstovima ima s povećanjem ili smanjivanjem njihove kvalitete (Sundar, 1998). Jedan od tih izvora na koje će mi posebno obratiti pažnju je način i vrsta situacije u kojoj su društveni mediji korišteni kao novinarski izvor.

3.3.Društveni mediji kao novinarski izvor

U cijelome svijetu, društvene medije koristi više od 3 milijarde osoba, dok ih je 2009. godine koristilo 1 milijarda (statista.com, 2020). Takav veliki skok neizbježno je zaineresirano

i novinarsku struku te ih je primorao da obrate posebnu pozornost na informacije koje se na njima objavljuju. Zbog toga razloga mnoge su redakcije zatražile od svojih zaposlenika, u Hrvatskoj su to Nova TV i RTL televizija, da otvore korisničke račune na nekoliko društvenih mreža, kako bi bili u toku sa novo objavljenim informacijama jer su one danas prvi izbor svakog novinara, jedan od ključnih izvora informacija i polazišna točka skoro svake priče, bila one političke ili sportske tematike. Osim za traženje informacija ti profili imaju i svoju sekundarnu funkciju, oni su odlične platforme za međusobnu promociju različitih sadržaja koji ti mediji objavljuju, a jednako tako i za popularizaciju i veću pristupačnost samih novinara. Oni na taj način postaju i lakše dostupni nekim možebitnim informatorima.

Lechlera i Kruikemeiera (2008) istraživali su u koju skupinu izvora spadaju društveni mediji: „... novinari u svom radu koriste kombinaciju strukturiranih (npr. konferencije za novinare, intervju) i nestrukturiranih (npr. telefonske upite, zapažanja) tehnike pretraživanja. Prema toj podjeli, društveni mediji pripadaju potonjem....“ (Lecheler & Kruikemeier, 2016, prema Vesnić Alujević et al, 2020).

Zato je zanimljivo promotriti kako je promjena u korištenju društvenih medija popraćena u brojnim znanstvenim istraživanjima, te u kojim su se sve konkretnim slučajevima analizirali brojnost objava s društvenih mreža, istraživanja koja ćemo navesti kao promatrane društvene mreže najviše su uzimale *Facebook* i *Twitter*. Početna podloga ovoga pregleda je članak *A Decade of Research on Social Media and Journalism: Assumptions, Blind Spots, and a Way Forward*, u kojem autor, Seth C. Lewis navodi slijedeće, problematizirajući ulogu društvenih medija kao spasitelja novinarstva: „Tijekom godina pojavile su se mnoge inovacije kao stvar koja će spasiti novinarstvo, samo da bi ih zamijenila sljedeća ideja. ... Međutim, društveni mediji pokazali su se posebno otpornim među novinarima“ (Lewis & Molyneux, 2018).

Ta upornost u korištenju društvenih mreža nije ostala nezapažena niti kod znanstvenika stoga je broj novih članaka koji tematiziraju tu problematiku rastao sve do 2016. godine kada ih je bilo napisano 16.600.

Velika većina njih uvodi dva narativa u svoje tekstove, normalizaciju i kontrolu. Proces normalizacije tvrdi kako novinari u nekim slučajevima koristeći se društvenim medijima na njih projiciraju postojeće novinarske norme, dok ponekad prihvaćaju djelomične elemente novih kanala prikupljanja informacija. Autori kao što su (Bentivegna & Marchetti, 2018; Molyneux & Mourão, 2017; Hermida, 2017) to nazivaju hibridnom normalizacijom i pišu kako se postojeće novinarske konvencije izmjenjuju u skladu s narativima društvenih medija. Drugi proces koji se odvija je proces kontrole u kojem se postavlja pitanje tko upravlja izborom, stvaranjem i distribuiranjem vijesti. Purcell, Rainie, Mitchell, Rosenstiel i drugi su utvrdili kako

moć novinara kao *gatekeepera* i stvaratelja agendi pada s porastom moći samih čitatelja. Ta činjenica pojačava sukob i otvara problematiku o tome tko je novinar, što nekoga kvalificira da bi on to postao i gdje su granice između novinara i publike (Carlson, et al., 2018).

Još jedno polje koje je zaokupilo pozornost istraživača je polje transparentnosti i otvorenosti koje su društveni mediji donijeli novinarstvu. Društveni mediji igraju važnu ulogu u prenošenju izvanrednih vijesti o trenutačnim događajima, kao što su potresi, poplave, ratna stanja i sl. (Vis, 2013). No ta želja za trenutačnosti može preći i u lakrdiju kada bilo koja vijest postaje izvanredna što proizvodi kontraefekt i novinari čekaju klasične formate da objave svoje priče (Brandtzaeg, Lüders, Spangenberg, Rath-Wiggins, & Følstad, 2016).

Negativan aspekt kojem su se izložili novinari otvarajući svoje profile na društvenim mrežama su različiti oblici uznemiravanja i napadanja od strane „trolova“ prema novinarkama i novinarima iz manjinskih skupina Macomber, (2018), Spike & Vernon, (2017), Warzel, (2016). Williamson o tome fenomenu još dodaje: „...biti na društvenim medijima pretežno znači stavljati sebe na milost i nemilost „Twitter rulji“ oblik moralnog bijesa koji je, iako star kao i sama ljudska vrsta, postao ubrzan u doba društvenih medija“ (Williamson, 2018).

Zabrinjavajuće je stoga da su: „novinarske prakse i interakcije publike koje nude društveni mediji, znanstvenici pretpostavili kao pozitivne čimbenike pozitivnost i na taj način zanemarili toksičnost, posebno kada je riječ o rodnom uznemiravanju“ (Massanari, 2015). Problem predstavlja i tzv. *mentalitet krda*, iza kojeg se skrivaju osobe kada kritiziraju rad novinara. Koliko je porasla važnost tih prepirki na društvenim mrežama pokazuje primjer iz SAD-a, gdje se kao izvanredne vijesti smatraju objave predsjednika Donalda Trumpa na *Twitteru* u kojima on kritizira svakoga, od novinara, drugih stranih ili domaćih političara, do običnih ljudi, što još samo pridonosi naelektriziranosti društvenih medija. One postaju bojno bolje gdje ne postoji proces filtriranja informacija, nego se sve prenosi bez obzira na posljedice, što dovodi do pojave *fake newsa* (Lewis & Molyneux, 2018). Ta prevelika zaokupljenost vijestima na društvenim mrežama svakako ne pridonosi njihovoj kvaliteti jer istraživanje od Molyneuxa i McGregora iz 2018. godine je pokazalo kako: „... činjenica da *Twitter* čini ove komentare pretraživima i stoga uvelike smanjuje napor koji je potreban za prikupljanje i citiranje istih. Njegova se upotreba proširila do te mjere da novinari *Twitter* vide kao pouzdan izvor vijesti“ (McGregor & Molyneux, 2016).

Neka su istraživanja koristila društvene mreže kao alat za predviđanje rezultata izbora, no kako je Hargittai (2015) dobro primijetio veća količina podataka nemora nužno značiti da su oni točni i istiniti. No nepobitna je činjenica da društveni mediji imaju veliki utjecaj na društvo, kao to je primjer Arpasko proljeće 2011. godine (Lewis & Molyneux, 2018) i Američki

predsjednički izbori 2016 godine. U ovim potonjima postavilo se i pitanje je li sadržaj objavljen društvenim medijima u bilo kojem obliku zapravo točan prikaz stvarnosti ili su *influenceri* i druge osobe koje na „mreži“ stvaraju mišljenje bili plaćeni ili na neki drugi način potaknuti da zagovaraju određenu ideologiju. Ipak, ovo su sve pretpostavke jer: „...ono što ljudi misle i osjećaju i što objavljuju na društvenim medijima, mogu biti dvije različite stvari“ (Suler, 2004).

Treći pogled koji se može iščitati iz brojnih istraživanja upotrebe društvenih medija je prekomjerna koncentriranost na njihovu važnost bez uzimanja šire slike i analiziranja drugih aspekata. To je zanimljiva teza koju Lewis dalje zagovara navodeći:

„...široko rasprostranjeno ispitivanje teorija po kojima znanstvenici pokušavaju opisati novinarstvo. Iako je nedvojbeno pozitivno za konceptualni razvoj novinarstva kao područja proučavanja, ovaj naglasak na praksi koje pružaju fluidni prostori društvenih medija možda je natjerao istraživače da zanemaruju neka goruća pitanja koja se tiču akademske, industrijske i političke politike“ (Lewis & Molyneux, 2018).

Takav je stav istraživače i analitičare doveo u nezgodnu situaciju jer su oni prije predsjedničkih izbora iz 2016. godine, vjerovali kako, navodi Hendrick: „...ljudi djeluju racionalno i u dobroj vjeri; briga o činjenicama, istini i istinitosti; slijediti ciljeve u skladu s njihovim političkim i društvenim vrijednostima i težnjama; i, filozofski gledano, u osnovi su dobri“ (Hendrick, et al., 2018). To je otvorilo oči znanstvenicima te su oni počeli drugačije gledati na objave s društvenih mreža, počeli su ih temeljitije i složenije analizirati, ne uzimajući sve zdravo za gotovo, te se vodeći se slijedećom mišlju: „...ne možemo biti sigurni u nečiju namjeru ili motivaciju, znači, značenje je neodređeno, odgovornost je gotovo nemoguća, a socijalno i antisocijalno su isprepleteni“ (Hendrick, et al., 2018).

Ovaj pregled znanstvenih radova koji su za svoju tematiku imali društvene medije kao izvor jasno su pokazali promjenu u paradigmi njihova korištenja, koje sve opasnosti se nalaze u njihovom prekomjernom korištenju i koje su neke od perspektiva za buduća istraživanja.

U slijedećim će redcima više riječi biti posvećeno usporedbi istraživanja provedenih u zadnji nekoliko godina koje su se bavili upotrebom društvenih mreža prilikom društveno važnih događaja, analizirati će se razvoj i promijene u načinu njihovog korištenja.

Istraživanje u članku *Identifying and Verifying News through Social Media*, Schifferesa i ostalih, bavilo se utjecajem društvenih mreža na novinarsko praćenje predsjednički izbora u SAD-u 2012 godine. Može se zaključiti kako su za modernog novinara koji želi koristiti društvene mreže važne tri stvari. Prvo, on mora biti sposoban u velikoj šumi nepotrebnih i na bacanih objava na različitim društvenim mrežama zamijetiti određen uzorak glavnih problema. Drugo, nije dovoljno naći tekstualnu objavu, nego se potiču video i fotografske objave, te treće

novinar mora biti sposoban oblikovati sadržaj koji je pronašao na društvenim mrežama na način koji odgovara njegovoj priči. Ipak prije svih ovih koraka, svaka se objava mora dvostruko provjeriti, trebaju se uzimati objave od izvora koji su dokazali svoju vjerodostojnost, te se ne smije uhvatiti na udicu osoba čiji je zadatak u ključnom trenutku stvarati dojam važnosti nekih tema (Schifferesa, et al., 2012).

Četiri godine kasnije na izborima 2016. godine, pobijedio je Donald Trump. Njegovu kampanju obilježio je porast tzv. *lažnih vijesti*, tu kampanju kroz prizmu društvenih medija obradili su Hunt Allcott i Matthew Gentzkow. Oni iznose podatke kako 62 % odraslih Amerikanaca vijesti dobiva preko društvenih mreža te kako je više lažnih vijesti, koje su najčešće objavljivane na Facebooku, favoriziralo republikanskog kandidata Trumpa, od demokratske kandidatkinje Hillary Clinton. Oni lažne vijesti definiraju kao članke koji su namjerno i provjerljivo lažni i mogli bi zavesti čitatelje (Allcott & Gentzkow, 2017). Razlozi njihove proizvodnje su višeznačni. Prvi je novčani, jer izrada dobrih lažni vijesti i njihovo strateško pozicioniranje na društvenim mrežama, njihovom tvorcima može donijeti veliku zaradu. (Dewey, 2016) Ideološka pripadnost je drugi razlog pojave lažnih vijesti jer njihovi tvorci obično favoriziraju osobu koja pripada sličnoj političkoj grupaciji kao oni.

Društvene mreže samo pospješuju njihovo širenje zbog načina na koji ih ljudi konzumiraju. Mali troškovi produkcije sadržaja i gotovo pa besplatan ulaz na tržište informacija samo su pospješili brzo širenje provjerenih, ali i neprovjerenih informacija. Prilikom čitanja vijesti na mobilnim telefonima osobe najčešće pročitaju obavijest (notification) u kojoj je samo naslov ili najvažniji citat priče, oni izvučeni iz konteksta stvaraju dojam pristranosti. Još jedan problem koji stvaraju društvene mreže, posebice Facebook, je stvaranje zatvorenog kruga prijatelja čime nestaju mogućnosti za različita mišljenja (Allcott & Gentzkow, 2017).

No tko vjeruje lažnim vijestima? Istraživanje je ustvrdilo kako njima najviše vjeruju, što se moglo i pretpostaviti, osobe koje navode da su društveni mediji najvažniji izvori informacija. Treba još dodati i rečenicu ekonomista Adama Smitha koji je za povezanost vjerovanja s obrazovanjem rekao: „Što su više upućeni, manje su podložni zabludama entuzijazma i praznovjerja, koji među neznanstvenim narodima često izazivaju najstrašnije poremećaje“ (Smith, 2012).

Osim korištenja društvenih mreža kao prenositelja vijesti, znanstvenici su istražili i koji će ih novinari radije koristiti u svojim člancima te na koji se način političari koriste *Instagramom* kako prenijeli svoje poruke. Istraživanje koje su proveli Tamara L. Gillis i Kirsten Johnson zaključilo je kako društvene mreže najviše koriste mladi novinari s manje od 3 godine iskustva. Oni prilikom prikupljanja informacija za svoje članke služe se u *Facebook* ili

Twitterom profilima kompanija o kojima pišu (Gillis & Johnson, 2015). Ovo je istraživanje provedeno 2015. godine i tu se može primijeti kako su novinari tada izjavili da su još uvijek oprezni prilikom prenošenja citata društvenih mreža, no već su tvrdili kako su *Twitter*, *Facebook* ili *LinkedIn* profili vjerodostojni izvori informacija. Kao razlog su naveli mogućnost provjere informacija pozivom tvrtki ili vlastitim iskustvom na tim platformama.

Danas kada se vijesti mogu nadohvat ruke političari moraju smišljati inovativne načine kako će ih prikazati potencijalnim glasačima. Oni zato otvaraju svoje profile kako bi se mogli izravno obratiti ljudima, preskačući novinare. Brojnim objavama političari postaju „celebrityiji“, popularniji nego što zapravo jesu. Iz toga su razloga Ekman i Widholm proveli istraživanje u Švedskoj koje dalo odgovore na pitanje korištenja *Instagrama* među švedskim političarima. Zaključili su kako oni svoje *Instagram* profile koriste stvarajući vizualne slike profesionalnih i privatnih obveza kojima autentičnost svakodnevnog političkog života zauzima središnje mjesto (Ekman & Widholm, 2017). Oni zapravo igraju igru uloga gdje moraju pažljivo balansirati između onoga što će objaviti i kako će se to interpretirati u javnosti. Takav postupak je zapravo estradizacija politike, što je zabrinjavajuće, jer istraživanje je ukazalo i na to da političar koji nemaju toliko „smisla“ za društvene mreže nemaju toliko pratitelja i nisu toliko popularni, što nemora značiti da nisu sposobni. Drugi problem je očito namjerno izrezivanje medija iz kanala dotoka informacija, jer oni jedino što mogu napraviti je prenijeti informaciju, a njezin sadržaj i smisao je već prije određen od strane političara. U Hrvatskoj valja istaknuti dva istraživanja na temu društvenih mreža i novinara. Jurišić i Vesnić-Alujević su ustvrdile kako se *Facebook* počeo koristiti u Hrvatskoj kao izvor informacija u jesen 2015. godine te kako je njegova upotreba uvijek visoka kada se održavaju izbori. Njihovo je istraživanje iznijelo i podatak koji se razlikovao od ostali, a to je da novinari bez obzira kojem tipu pripadaju podjednako koriste objave s društvenih mreža kao izvore u svojim člancima (Vesnić-Alujević & Jurišić, 2020). Iva Nenadić provela je istraživanje na temu novinara na *Twitteru* te navodi kako su društveni mediji proizveli krizu identiteta novinara jer se danas svatko može izražavati kao novinar. Ipak novinarstvo se smatra profesijom s nekim svojim jasno utvrđenim normama, vrijednostima, koracima i ulogama koje društvene mreže ne mogu tako lako promijeniti. Ona dalje piše: „Profesionalni identitet proizlazi iz dogovorenog sustava vrijednosti koji se potom pojačava kroz rada sa sličnim praksama i koristi se kako bi se okupili pripadnici zanimanja“ (Nenadić, 2017).

4. SPORT I NOVINARSTVO

Sport i novinarstvo imaju dugačku povijest međuovisnosti. Od vremena antičkih olimpijskih igara u drevnoj Olimpiji, preko gladijatorskih borbi, tadašnje sportaše i njihove uspjehe pratili su proto-novinari. U to su vrijeme kao i kasnije postojali sportaši za koje se moglo smatrati da su bili zvijezde i o njihovim uspjesima pisali su kroničari toga vremena. No razvojem društva pojavili su se u modernom vremenu sportski novinari kakve ih danas poznajemo, kako je tekao razvoj do pojave *ESPN-a* i drugi oblika sportskog izvještavanja.

4.1. *Proto-sportsko novinarstvo*

Hrvatska enciklopedija definira šport ili sport kao skupni pojam za tjelovježbene aktivnosti u kojima dominira natjecateljski duh; njegovanje tjelesnih svojstava i sposobnosti, njihovo provjeravanje i unaprjeđivanje putem igre, borbe i natjecanja. Šport je raširena i popularna društvena pojava, sastavni dio kulture suvremenoga društva (Hrvatska enciklopedija, 2019).

4.1.1. Olimpijci i gladijatori

Kao takva pojava oduvijek je zanimala veliki broj ljudi, no nisu svi uvijek mogli prisustvovati borilištima i uživo svjedočiti vrhunskim vještinama i postignućima kojima su nas podarili sportaši. Stoga se razvilo prvotno sportsko novinarstvo, zapravo pričanja samih gledatelja na borilištima koji su onda širili glas o zvijezdama i njihovim uspjesima dalje kroz svoj grad ili državu. Pa tako, u vrijeme Olimpijskih igara u staroj Grčkoj, pobjednici na natjecanjima su postali osobe sveopćeg poštovanja, može se reći prve sportske zvijezde, jer su prilikom povratka u rodni grad, ako je trebalo, rušili i dijelovi gradskih bedema, slično kao dolazak brojnih hrvatskih sportaša nakon osvajanja medalja na svjetskim te europskim natjecanjima. Antički olimpijci bi bili ovjekovječeni kroz pjesme, predaje i podizali bi im se kipovi, a njihovi uspjesi bili su i materijalno nagrađivani, slično kao što se odnosi i prema modernim sportašima, kada mi se dodjeljuju odlikovanja, o njima se pišu knjige, snimaju filmovi i sl.

Sličnu prepoznatljivost kao antički olimpijci, stjecali su i rimski gladijatori koji su se u areni osim za zabavu Rimljana borili i za svoju slobodu. Gladijatori su bili ratni zarobljenici, osuđeni zločinci, kršćani (u doba njihova progona), robovi i profesionalni borci. Svi su se oni

za svoje borbe pripremali u gladijatorskim školama te bi nakon završenog treninga bili poslani u arenu gdje su se borili. Po završetku borbe postojale su dvije mogućnosti: pobijeđeni borac mogao je biti pošteđen ako su gledatelji mahanjem rupčića ili stisnutom pesnicom na to pristali; ako nisu željeli da bude pošteđen, okrenuli bi palac nadolje. Najuspješniji bi borci dobivali slobodu. Gladijatorske su borbe bile toliko popularne da bi se za najveće obožavatelje i ljubitelje klađenja dijeljen detaljniji program (*libellus*) koji je prikazivao imena, vrste te popis parova gladijatora i njihov redoslijed pojavljivanja. Uz to u arenama je za gledatelje svirala glazba i nudili su im se tende za zaštitu od sunca, vodene prskalice, hrana, piće, slatkiši te povremeno nagrade igre (Futrell, 2006). Sve su se te sportske manifestacije odvijale sve dok zbog pritiska rastuće odbojnosti igre nisu počele polako zamirati, da bi u krajem V. stoljeća potpuno nestale (Auguet, 1994).

4.1.2. Sportsko ratovanje vitezova

Tijekom Seobe naroda, na područje nekadašnjeg Zapadnog Rimskog Carstva naselili su se brojni narodi koji su stvorili razne političke teritorije koji su bili skoro u konstantnom međusobnom sukobu. Kako su većina tih naroda bili katoličke vjere, na njihovo je ponašanje u to vrijeme veliki utjecaj imao papa. Stoga kako bi se spriječilo, ili barem pokušalo ograničiti ratovanje i nasilje, tijekom koncila u Charrouxu, 989. proglašen je Mir Božji (lat. *Pax Dei*). Tim su pokretom bili, pod prijetnjom ekskomunikacije, zaštićeni svećenici i crkvena imovina, kmetovi i njihove životinje, te žene i djeca (Head, 1999). Uz Mir Božji u isto vrijeme je nastao i Primirje Božje (lat. *Treuga Dei*), kojim su se feudanci i njihovi vitezovi obvezali na primirje, odnosno uzdržavanje od vojnih operacija nedjeljom, na kršćanske blagdane ili za vrijeme korizme (Ward Watkin, 1942).

Zbog svih tih ograničenja u srednjovjekovnoj Europi velike skupine ljudi nisu imale mogućnosti okušati svoju sreću na ratnome polju, pa se javila potreba za vježbanjem ratnih vještina, što je potaknulo organiziranje viteških turnira. Prvi spomen turnira javljaju se na području sjeverne Francuske tijekom XII. stoljeća. Oni su se sastojali od dvije „discipline“: lažna bitka i konjanički dvoboj kopljima.

U prvoj su se disciplini sukobljavale skupine konjanike koje su se u formaciji zabijale jedna u drugu. Cilj je bio zbaciti protivnika s konja i razbiti mu formaciju. Borba bi se kasnije nastavljala s nogu gdje bi se vitezovi sukobljavali u parovima, ili svatko protiv svakoga. Pobijeđeni vitez bi u tim borbama bio zarobljen te se morao otkupiti, na čemu su vještiji natjecatelji mogli dobro zaraditi (Hardy, 1974).

Druga disciplina srednjovjekovnih turnira je i ona poznatija, dvoboji vitezova s kopljima. U njima bi se dva oklopljena konjanika u galopu sukobila pri čemu je cilj bio pogoditi protivnika u kacigu ili ručni štit, za što bi se dobivali bodovi. Oba viteza su htjela svog protivnika pobijediti na častan način, pa se jako pazilo da protivnik uvijek bude u istom položaju kao protivnik (Froissart, 1810).

Najpoznatije područje na kojem su se održavali turniri je bio sjeveroistok Francuske, točnije područje između mjesta Ressaons-sur-Matz i Gournay-sur-Aronde. Na takvom, ali i brojnim drugim turnirima natjecao se jedan od najvećih uglednika - sportaša tog doba, William Marshal.

Njega Sidney Painter, smatra najboljim vitezom svih vremena. Za Marshala su se skladale pjesme, izrađivale slike i ostala materijalni predmeti kao za nekog današnjeg nogometaša (Painter, 1933). Sva njegova postignuća ostala su zapisana u ljetopisima kao što je *Histoire de Guillaume le Maréchal*, gdje su ljetopisci kao sportski novinari pisali o njegovim pobjedama, ponašanju i svim ostalim temama o kojima se i danas piše.

Ova dva potpoglavlja koja su govorila proto sportskim novinarima ilustriraju kako su oduvijek postojala sportska nadmetanja i osobe koje je zanimalo zabilježiti uspjehe njihovih sudionika, no početak modernog sportskog novinarstva mora se tražiti u XIX. stoljeću. Kako se ono razvijalo do modernog doba bit će opisano u slijedećem poglavlju.

4.2. Počeci sportskog novinarstva

Sportske rubrike u novinama Velike Britanije i Sjedinjenih Američkih Država počele su se sporadično pojavljivati početkom 1800-tih. Prvi sportovi koje su tadašnji novinari pratili bili su konjičke utrke i boks, a u fokusu izvještavanja nisu bili sami sportski rezultat, već širi socijalno-društveni kontekst. Najviše je gledatelja, a i čitatelja bilo iz visoke klase pošto su novine bile preskupe i teško ih si je mogao priuštiti običan radnik (Motiz, 2014).

Sredinom 19. stoljeća dva su važna čimbenika pridonijela širenju čitateljstva i dovele do zasićenosti sportskim vijestima u glavnom toku događaja. Prvi je bio pojava tzv. *penny press* novina. One su se za razliku od prijašnjih, koje su bile na pretplatu, prodavale preko kolportera, a koštale su 1 peni (Hrvatska enciklopedija, 2019). Drugi važni čimbenik je oglašavanje koje se u tom vremenu počelo sve više i više pojavljivati u novinama, što je zajedno pridonijelo promjeni strukture čitatelja. U tom novom vremenu gdje je rastao sloj radništva, urednici novina tražili su područje koje će se svidjeti ljudima i shvatili su kako je to sport. U Sjedinjenim Američkim Državama prvu stalnu sportsku rubriku imale su novine *The New York Herald*

Studija iz 1930. godine koja je analizirala zastupljenost sporta u novinama u razdoblju od 1880. do 1920., ustvrdila je kako je na početku samo 4 posto prostora u novinama bilo namijenjeno sportu, da bi se kroz 40 godina taj postotak podigao na 20 posto (Schlesinger, 1933.). Dok su se u Americi najviše pratili uspjesi bejzbolskih momčadi New York Yankees-a i Chicago White Sox-a, Europljane su najviše zaintrigirale IV. Olimpijske igre u Londonu, 1908. godine. Taj veliki bum u pokrivanju sportskih događaja omogućio je, i potaknuo urednike da angažiraju najpoznatije osobe iz svijeta književnosti. Tako je za britanski list *Daily Mail* maratonsku utrku pratio sir Arthur Conan Doyle, „otac“ Sherlocka Holmesa i doktora Watsona (Toney, 2012).

Kada je 1920. u Pittsburghu s radom započela prva američka i svjetska komercijalna radijska postaja, time se još više povećala dostupnost sportskog sadržaja, jer je radio omogućio prve prijenose uživo (Hrvatska enciklopedija, 2019). Tako je prvi emitiran samo godinu dana kasnije, a prenošen je boksački dvoboj između Johnny Dundeea i Johnny Raya i Pittsburghu i bio je ograničenog dosega (KDKA 2, 2010). Skromni početci televizijskih prijenosa doživjeli su nezadrživ razvoj na XI. Olimpijskim igrama u Berlinu 1936. godine, kada je osim tada već standardnog radijskog prijenosa, prvi puta u povijesti izveden televizijski prijenos sportskog događaja uživo. Prijenos je išao u čak 41 zemlju svijeta i trebao je pokazati organiziranost i nadmoćnost njemačke rase na ostalima (Rader, 2009). No, na tim je igrama zasjala jedna od prvih modernih zvijezda, Jesse Owens kada je osvojio 4 zlatne medalje u disciplinama trčanja na 100, 200, 4x100 metara i skoku u dalj.

4.3. Specijalizirani sportski mediji

Dalji razvoj sportskog izvješćivanja ubrzo je prekinuo Drugi svjetski rat, no neposredno nakon njegova završetka počeo se razvijati novi trend. Do sredine 50-ih, novine i radio su sportske događaje pratili kao jedan od dijelova svoga programa, a nisu postojali specijalizirani kanali njegova praćenja. To se sve promijenilo 1954. kada je počeo izlaziti dvotjednik *Sports Illustrated*, prvi moderni magazin posvećen isključivo sportu i sportskom tematikom. U njemu se sportu pristupalo s više znanstvenog i misaonog stajališta jer su njegovi novinari mogli pisati istraživačke članke, te dubinske intervjuje sa sportašima i drugim sportskim osobljem. On izlazi i danas i jedan je od najcjenjenijih i prestižnijih časopisa na svijetu. Posebna je čast biti na njegovoj naslovnici, a taj rekord drži košarkaš Michael Jordan s 50 pojavljivanja (Kauffmann, 2019). Osim dvotjednika počinju izlaziti i dnevne novine isključivo sportske tematike. U Hrvatskoj su to *Sportske novosti* (SN). Pod nazivom *Ilustrirane fiskulturne novine* prvi puta su

izašle 9. kolovoza 1945. godine, a šest godina kasnije izlaze svaki dan po nazivom koji su zadržale do danas. Ubrzo po osnivanju, 1952. pokrenule su i godišnju nagradu za najboljeg sportaša i sportašicu Jugoslavije, kao najprestižniju sportsku godišnju nagradu (Proleksis Enciklopedija, 2012). Koliko je ta ideja bila napredna pokazuje činjenica da je nagrada za najboljeg nogometaša godine po izboru uglednog francuskog tjednika *France Football*, *Ballon d'Or*, pokrenuta 1956. godine (BBC, 2008). Još neke poznate dnevne sportske novine s dugom poviješću su madridska *Marca*, katalonski *Mundo Deportivo*, francuski *L'Équipe*, i talijanske *Corriere dello Sport* i *La Gazzetta dello Sport*.

Radio je svoju isključivo sportsku orijentaciju dobio relativno kasno, na novu godinu 1981., kada je u gradu Avonu, savezna država Connecticut, pokrenuta stanica *Enterprise Radio Network*. Njezin se program sastojao od sportskih vijesti svaka dva sata, te dvosatni sportski talk-show. Iako je postaja zaposlila preko 100 ljudi zbog nedostatka i malog interesa sponzora, bila je primorana prekinuti emitiranje u rujnu iste godine (Birchard, 2010). Danas sportski radio se emitira na dva načina ili preko interneta u obliku radijskih postaja tj. *YouTube streamova* ili kao dio konglomerata sportskih televizija koje u svojoj shemi pružaju uslugu velikog broja lokalnih sportskih radija.

Treći mediji koji je zahvatilo specijaliziranje kanala je televizija. Nekada su javne i komercijalne televizije u sklopu svojih programa prikazivale i sportske događaje. No pojavom interneta i liberalizacijom tržišta počeli su se stvarati na deseci kanala koji su 0-24 prikazivali sportski sadržaj. Kanali kao što su *BT sport*, koji su dio šire telekomunikacijske tvrtke i *Eursport*, *Fox Sport* i *Sky Sport*, kao pretplatnički kanali. U Hrvatskoj su slično kanali *Arena Sport* i *Sport klub* koji su od *HRT-a* preoteli prikazivanje domaće nogometne lige i skoro u potpunosti nogometne Lige prvaka. Digitalizacija sportski kanala gledateljima je donijela povećanje količine sadržaja koji mogu pratiti, ali im je jednakom tako donijela i potrebu za pretplatama i drugim mjesečnim izdancima kao što su nabava opreme i slično.

No prva i danas najveća sportska televizijska organizacija koja se može pohvaliti sloganom *The worldwide leader in sports* osnovana je 1979. godine u Sjedinjenim Američkim Državama pod nazivom *Entertainment and Sports Programming Network* ili skraćeno *ESPN* (Miller & Shale, 2011).

ESPN su osnovali Bill Rasmussen i Scott Rasmussen te Ed Eagan. Prva emisija emitirana, koja još i danas traje, zvala se *SportsCenter*, a činile su je emitiranje sažetaka najvažnijih

sportskih događaja toga dana. Tijekom prvih godina svoga postojanja, ESPN nije imao velika financijska sredstva za kupnju prava za prenošenje „velike četvorice“¹.

Prvi veliki iskorak doživjeli su 1982. kada su osigurali prijenos utakmica NBA lige, to je trajalo kratko samo dvije godine, no označilo je prvi iskorak na veliku scenu. Nedugo potom tadašnjeg vlasnika *ESPN-a*, *ABC*, kupila je tvrtka *Capital Cities Communications* za 3,5 milijardi dolara. Danas kompanija prenosi 65 sportova, 24 sata na 16 jezika u više od 200 zemalja svijeta.

Osim toga ne obuhvaća samo televiziju već je svoje poslovanje proširila na radio kada je 1992. osnovan *ESPN Radio* koji ima stotine radijskih postaja pod svojom kontrolom. Kako bi mogli na dnevnoj bazi pratiti puls svojih gledatelja/slušatelja *ESPN* je osnovao *The ESPN Sports Poll* čiji je zadatak provoditi ankete među gledateljima te pomoću njihovih dogovora prilagođavati vlastiti program (Scott, 2012). Kako bi proširili svoj doseg i publiku, te posebno obilježili 30. godišnjicu postojanja *ESPN* je odlučio pokrenuti serijal dokumentaraca *30 for 30*, koji su se bavili događajima u proteklih 30 godina koji su obilježili svijet sporta. Jedan od događaja prema kojem je napravljen dokumentarac je i sukob između srpskog košarkaša Vlade Divca i Dražena Petrovića. Koliko je taj projekt uspješan pokazuje da je u obliku podcasta pokrenut i na radiju te internetu. S ozbiljnim temama sporta i njegovim ispreplitanjem s politikom, rasom i drugim spektrima ljudskog djelovanja bavi se i posebna internet platforma *The Undefeated*, osnovana 2016. godine.

4.4. Moderno sportsko novinarstvo

Moderno sportsko novinarstvo, ako i druge vrste koriste u svome izvještavanu društvene mreže. One ih mogu koristiti kao izvore ili kao platforme na kojima objavljuju svoje informacije. Jedan od načina na koji ih koriste je i primjer američke košarkaške NBA lige.

Svake godine u lipnju više od 60 košarkaša se okupi u New Yorku s nadom da će komesar NBA lige pročitati njihovo ime i tako ih uvesti u najelitniju sportsku košarkašku ligu svijeta. NBA Draft je važan događaj ne samo za klubove već i za gradove i savezne države gdje se oni nalaze, jer izbor „pravog“ igrača može imati dalekosežne posljedice. Tako je izbor LeBron Jamesa, 2003. godine, i njegov dolazak u Cleveland tome gradu donio rast posjećenosti utakmica Cleveland Cavaliersa, povećao za 13% broj ugostiteljskih objekata te broj zaposlenih

¹ Taj nadimak dan je ligama četiriju najpopularnijih sportova u Sjedinjenim Američkim Državama, MLB za bejzbol, NFL za američki nogomet, NBA za košarku i NHL za hokej.

za 24 %. U grad su pohrlili brojni investitori koji su uvidjeli priliku da će dolazak takve mlade zvijezde pokrenuti gospodarstvo (Rovell, 2018).

Tijekom drafta važni su i novinari koji pokušavaju na razne načine saznati i objaviti izbor igrača i njegovu momčad. Kao jednog od najboljih tzv. *insidera* treba izdvojiti Adriana Wojnarowskog. On je tijekom drafta 2011. godine od 30 košarkaša koji su izabrani u prvoj rundi na svome Twitter profilu objavio izbore njih 15 i to prije svih. Kako je u članku za magazin *New Republic* izjavio novinar *Sports Business Journala* John Ourand da je time prvi put na velika vrata ušao Twitter kao moćan alat modernog sportskog novinarstva (Draper, 2014). Wojnarowskog je do tada na Twitteru pratilo 90 tisuća ljudi, a danas je taj broj narastao na 3,8 milijuna. Njegove se objave prate s tolikom pozornošću da su dobile i svoj nadimak „#WojBombs“. Woj ima razgranatu mrežu košarkaša, njihovih agenata, generalnih menadžera momčadi, vlasnika i drugih osoba povezanih s ligom da objavljuje vijesti koje sami klubovi potvrđuju tek nakon nekoliko dana. Takav stil izvještavanja donio mu je veliki broj pobornika, ali jednako tako i kritičara jer se on u prvom razdoblju svog izvještavanja dosta služio terminom „nepoznati izvor“. Kako je dosta tih nepoznatih izvora njemu dostavljalo veliki broj povjerljivih dokumenata NBA liga je provela istragu te je zbog puštanja dokumenata u javnost 2010. godine s 500 tisuća dolara kažnjen generalni menadžer Detroit Pistonsa, Joe Dumars.

Osim u košarci društvene mreže doprinijele su i prilikom izvještavanja o drugim sportovima. Novinari puno brže i jednostavnije mogu objaviti svoje informacije, ljubitelji sportaša ili momčadi mogu na izravan način komunicirati s novinarom koji ima neka saznanja ili mogu se puno lakše upustiti u raspravu s njima. Za vrijeme samih utakmica novinari mogu u stvarnom vremenu dijeliti svoje misli i zapažanja te tako obogatiti sadržaj korisnika, a pošto su oni na licu mjesta mogu primijetiti stvari koje se ne vide na TV prijenosu (Rule, 2017).

Korištenje društvenih mreža isto tako kao i u drugim područjima novinarskog rada služi kao prostor za dobivanje zanimljivih stajališta samih sportaša o problemima i stajalištima o kojima inače ne bi pričali pred kamerama, iako i tu ima ograničenja. Tu činjenicu ističe Sada Reed u članku *Sports Journalists Use of Social Media and It's Effects on Professionalism*. Ona još dodaje:

„sportaši su suspendirani zbog slanja twittova koji su se pretvorili u vijesti... korištenje tweetova kao izravnih citata u sportskim vijestima nije bilo etično... Ako bih vidio citat koji je sadržavao vijest, pitao bih (sportaša) o tome...“ (Reed, 2011). Zanimljivo je za primijetiti kako je ovo istraživanje rađeno prije jedva 10 godina, i da su tada neki sportski novinari smatrali kako je ne etično preuzimati izravno objave sportaša s njihovim društvenih mreža, a danas se to u potpunosti promijenilo. Bilo da je u pitanju poslovni, tj. sportski uspjeh ili privatni događaj sve se objave prate i preuzimaju te se objavljuju u odgovarajućim rubrikama, koje ne moraju biti

sportske. Tako se u Sjedinjenim Američkim Državama s velikom pozornošću prate objave košarkaša LeBron Jamesa, u kojima se o osvrće na svijet u kojem živimo. On je toliko popularan da je prerastao već status sportaša i postao je pokretač svih promjena u afroameričkom društvu, a kao najnoviji primjer je njegova inicijativa za širenje prava glasa, koja je uslijedila nakon smrti Georga Floyd (Sandler, 2020).

Društvene mreže su stvorile i potpuno nove kanal komunikacije samih novinara i sportaša s publikom. One su ih oslobodile potrebe za klasičnim medijskim institucijama kao što su tisak, radio i televizija jer oni cjelokupni svoj program mogu proizvoditi samo na internetu. Njemački biciklistički savez počeo je sva svoja natjecanja prenositi preko svojeg *YouTube* kanala i drugih platformi. To mu omogućava, da inače ne baš previše zastupljen sport, dosegne široku publiku. Profesor Thomas Schierl navodi da je slijedeći korak integracije manje popularnih sportova i društvenih mreža njihovo prenošenje. *Streaming* kao model donosi i druge pogodnosti je omogućava i sponzorima da puno jednostavnije postanu glavni pokrovitelji određenih natjecanja i tako dobiju na prepoznatljivosti. „Manje popularni sportovi nemaju drugog načina stvaranja publiciteta. To je osnovni zahtjev za ostvarivanje prihoda potrebnog za financiranje njihovih aktivnosti“ (Differdange, 2018).

Sve ove promjene i dalje se bave klasičnim sportom, no ako pogledamo u budućnost nova vrsta nadmetanja, e-Sport, koja već raste prisiliti će novinare za daljnja promišljanja o utjecaju na profesiju.

4.4.1. Sportsko novinarstvo u Hrvatskoj

Počeci sportskog izvještavanja na radiju i televiziji u Hrvatskoj počinju datumom 17. srpnja 1927. godine kada tadašnji *Radio Zagreb* radi prijenos nogometne utakmice Građanskoga i HAŠK-a. Spiker je toga dana bio Vilim Brkić, a kako su pisale tadašnje *Novosti* to mu nije bila jedina uloga: „...a prije utakmice razjasnit će slušateljima svrhu odigravanja utakmica za Balokovićev pokal. Kod predaje pokala pobjedničkoj momčadi pomaknut će se megafon na igralište, kako bi slušatelji bili točno informirani o svim fazama ove naše velike derbi utakmice“ (Magdić, 1996).

HAŠK je iz utakmice izašao kao pobjednik i to rezultatom 4:2. U Jugoslaviji je 1946. godine, pokrenut prvi sportski dnevni list, *Sportske novosti*. Godinu dana kasnije osnovana je sekcija sportskih novinara, prva stručna sekcija u udruženju profesionalnih novinara na području Jugoslavije koje je od samih začetaka poticalo suradnju sa krovnim svjetskim udruženjem

sportskim novinarima AIPS-om (Association Internationale de la Presse Sportive) (Gabrić, 2017).

Osnivanjem *Televizije Zagreb*, 1956. godine. rastu mogućnosti sportskog novinarstva. Do tada je na radiju postojala emisija *Sport, muzika, sport* koja kasnije mijenja u današnje ime *A sada sport i glazba*. Prvi izravni sportski televizijski prijenos, nogometnu utakmicu Jugoslavija–Italija, *TVZ* je ostvarila 12. V. 1957., a prenosio ju je Mladen Delić. Tijekom 1970-ih godina nedjeljom su prenošene nogometne utakmice hrvatskih klubova, uz stalno praćenje ostalih rezultata u Jugoslaviji. Prate se također natjecanja u košarci, vaterpolu u zemlji i svijetu s posebnim naglaskom na Olimpijske igre. Kako u tom razdoblju nije bilo potrebe za velikom komercijalizacijom sadržaja sportski je program na televiziji svoje emisije mogao u većoj mjeri posvetiti i tjelesnoj kulturi mladih i masovnom sportu te je imao ulogu promicatelja i polarizatora manje popularnih, ali vrijednih i za sportsku kulturu nezaobilaznih sportova (Galić, 2016).

Taj najisplativiji sadržaj su im preoteli *Arena Sport*, *Sport Klub* i *Planet Sport*. *Arena Sport* počela je emitirati svoj prvi program 27. kolovoza 2010. godine, te danas u svome portfelju imaju šest kanala koji prenose sve od HNL-a, pa do američke bejzbol lige (AEM, 2010). Drugi televizijski kanal je *Sport Klub*, koji je pokrenut u siječnju 2006. godine i njegov vlasnik United Group je također vlasnik *Nova TV* i *Doma TV*. Svoje sportske sadržaje prikazuje na području bivše Jugoslavije i jednako kao i *Arena Sport* ima veliki broj programa, njih 11. (United Group, 2018) Na tiskovnom planu *Sportske Novosti* su i dalje jedine novine sa stabilnom nakladom. Postojali su i mjesečnici *Košarka*, koji je izlazio od 1994. do 2005. godine i *Nogomet*, od 1998. do 2013. godine. Na internetu portali imaju posebne sportske rubrike *Index.hr*, *Gol.hr*, *Net.hr*, *Sportnet.hr*, *Tportal.hr* i dr. Jedini segment gdje zaostajemo u sportskom praćenju je upotreba formi podcasta i većeg korištenja modernih tehnologija kao što su npr. *skycam* ili grafika proširene stvarnosti iako su zadnjih godina na tom terenu napravljeni veliki koraci naprijed, pa su pokrenuti YouTube kanali *Tribina* i *Podcast Inkubator*.

Sportsko novinarstvo u hrvatskoj ima veliku i bogatu povijest, te ide u korak sa svojim europskim i svjetskim kolegama, iako najviše na internetu i društvenim mrežama. Kako su novinari koristili društvene medije u praćenju Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine biti će analizirana u slijedećim poglavljima i u slijedećem poglavlju ovoga rada.

5. ULOGA DRUŠTVENIH MEDIJA TIJEKOM HRVATSKOG NASTUPA NA SVJETSKOM NOGOMETNOM PRVENSTVU U RUSIJI

Društveni mediji važan su čimbenik novinskog praćenja velikih sportskih događaja kao što su Olimpijske igre te Svjetska ili Europska prvenstva. Tu nije bila iznimka niti Rusija 2018. godine, što su oni pokazali prilikom prenošenja nastupa Hrvatske reprezentacije na 21. Svjetskom nogometnom prvenstvu. Na koji su ih način portali koristili pisati će se u nastavku.

5.1. Svjetsko nogometno prvenstvo u Rusiji

Ruski nogometni savez, 2009. godine, kandidirao se za domaćinstvo dostaviti FIFA (*Fédération Internationale de Football Association*) Svjetskog nogometnog prvenstva 2018. godine. Budući domaćin trebao je izgraditi 12 stadiona s minimalnim pojedinačnim kapacitetom od 40 tisuća gledatelja za grupne utakmice i 80 tisuća za početni i finalni susret. O ponudama je trebao odlučivati 24-člani komitet, a osim Rusije svoje kandidature poslali su još Engleska, Belgija i Nizozemska (kao partneri), te Španjolska i Portugal, (također u zajedničkom pothvatu) (BBC Sport, 2009). Kao glavni favoriti na kladionicama isticali su se Engleska, koja je do tada organizirala dva velika nogometna natjecanja – Svjetsko prvenstvo 1966. i Europsko prvenstvo 1996. te skupna ponuda zemalja s Iberskog poluotoka. Španjolska je također održala po jedno europsko i jedno svjetsko prvenstvo, dok je Portugal ugostio Europsko prvenstvo 2004. godine. Rusija, kao i bivši Sovjetski Savez, nikada nije organizirala niti jedno veliko natjecanje

U Zürichu, sjedištu FIFA-e, 2010. godine objavljeni su rezultati glasovanja po kojima je Rusija dobila domaćinstvo Svjetskog nogometnog prvenstva s 13 glasova u drugom krugu glasovanja naspram Španjolske i Portugala sa 7 te Nizozemske i Belgije sa 2 glasa (BBC Sport, 2010).

Rusija je organizirala natjecanje od 14. lipnja do 15. srpnja na 12 stadiona u 11 gradova (Kalinjingrad, Kazan, Krasnodar, Moskva, Nižnji Novgorod, Rostov na Donu, Sankt Peterburg, Samara, Saransk, Soči, Volgograd, Jaroslavl i Ekaterinburg). Kako bi se predstavila u svijetu i za potrebe prvenstva 2014. godine stvoren je vizualni identitet koji se sastojao od logotipa, posebnog fonta *Dusha* te maskote *Zabivaka*. Zabivaka je antropomorfni vuk odjeven u boje ruske nogometne reprezentacije, samo ime je stopljenica ruskih riječi *забияка* (usijana glava i *зabивать* (zabiti). Maskotu je osmislila studentica Ekaterina Bočarova, čiji je rad izabran putem

interneta (Guardian sport, 2016). Ukupno je odigrano 64 utakmice, postignuto je sveukupno 169 golova ili 2,64 po utakmici. (statista.com, 2018) Susrete je u nešto više od mjesec dana posjetilo preko 3 milijuna gledatelja, što je prosječno 47,371 gledatelja po utakmici (statista.com, 2018).



Slika 1: Logotip i maskota Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine (FIFA, 2015)

5.1.1. Nastup hrvatske na natjecanju

Hrvatska nogometna reprezentacija kvalificirala se na svoje peto svjetsko prvenstvo, nakon što je u grupi završila na drugom mjestu, kroz dodatne kvalifikacije kojima je u dvije utakmice rezultatom 4 naprema 1 pobijedila Grčku. Na izvlačenju parova u Moskvi Hrvatska je uvrštena u skupinu D, zajedno s reprezentacijama Islanda, Argentine i Nigerije. „Vatreni“ su samouvjereni prošli skupinu pobijedivši sva tri protivnika gol razlikom 7:1. Posebno je odjeknula pobjeda nad Messijevom Argentinom od 3:0.

Prvo je pobijeđena Danska, nakon 1:1 u regularnom dijelu bilo je potrebno pet serija kaznenih udaraca za pobjedu i susret s domaćinima, Rusijom. Taj je dvoboj, u Sočiju, također završio hrvatskom pobjedom na ruletu kaznenih udaraca. U polufinalu, u Moskvi, na stadionu Lužnjiki, Hrvatska je pobijedila Englesku sa 2-1. U finalu su „Vatreni“ izgubili od moćne Francuske rezultatom 4:2.

5.2. Znanstveno-istraživačka metoda i uzorak

U svrhu istraživanja uloge društvenih medija tijekom hrvatskog nastupa na svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji korištena je metoda analize sadržaja. Analizu sadržaja Riffe, Lacy i Fico (2008) definiraju kao sustavno i ponovljivo ispitivanje simbola komunikacije, kojima su dodijeljene numeričke vrijednosti prema važećim pravilima mjerenja. Ona se provodi radi opisivanja komunikacije, izvlačenja zaključaka o njenom značenju ili zaključivanja o njezinom kontekstu u datom uzorku koji se promatra (Riffe, et al., 2008.).

Ona se može koristiti za utvrđivanje veličine prostora kojeg pojedini mediji posvećuju pojedinim temama, osobama, idejama, stavovima, ideološkim te vrijednosnim obrascima. Ova je metoda pogodna jer pomoću analiziranja novina, TV emisija, radijskih emisija, internetskih portala može izvršiti historijska analiza društvenih događaja i procesa tj. mogu se analizirati načini medijskog izvještavanja u prošlosti. Najveći nedostatak ove metode je vrijeme koje oduzima da se svi podaci analiziraju. Nekada je to bilo teže bez pomoći računala, no i dalje oduzima puno vremena. Drugi nedostatak je da ograničava slobodu široke diferencijacije sadržaja, tekstovi moraju biti jasno podijeljeni što stvara probleme u tzv. sivim zonama (Puppis, 2019).

Pri izradi analize sadržaja koristila se već prije napravljena matrica koja se sastojala od 22 pitanja koja su vrednovala teme od izgleda članka pa do načina na koji su se objave s društvenih medija u njima prezentirale. Prije samog početka analiziranja napravljena je probna tablica u kojoj je uzeto 10 nasumično izabranih članka kako bi se provjerila valjanost pitanja te zastupljenost objava s društvenih mreža u izabranim medijima. Internetski portali koji su bili odabrani za ovu probnu analizu su bili *Vecernji.hr*, *Sportske.jutarnji.hr*, *24sata.hr*, *Index.hr* te *Gol.hr*. Oni su izabrani jer pripadaju najvidljivijim i najposjećenijim portalima koji u sklopu svojih stranica imaju i sportsku rubriku. Nakon provedenog istraživanja utvrđeno je kako portali *Večernjeg lista*, *Indexa* te *24 sata* imaju veliki broj članaka u kojima se nalaze objave s društvenih mreža, dok ih portali *Gol.hr* i *Sportskih novosti* imaju malo, kao što je slučaj s prvim ili skoro ništa, što se odnosi na drugi portal.

Stoga je analiza napravljena na tri portala koja su zadovoljila kriterij te je još dodan portal *Jutarnjeg lista* jer se na njegovim stranicama mogu naći vijesti koje su bile vezane za Svjetsko prvenstvo, a sportskog su karaktera. Granice koje su uzete za promatranje članaka su prva i zadnja utakmica odigrana na prvenstvu, odnosno od 14.06., pa do 15.07. 2018.

Uzorak se može definirati kao dio populacije na kojem se provodi istraživanje i temeljem kojeg se zaključuje o čitavoj populaciji (Riffe, et al., 2008.). Uzorci mogu biti probabilistički i neprobabilistički. Prvi su matematički konstruirani uzorci izabrani na temelju proračuna vjerojatnosti, dok su drugi svi ostali gdje je važan kriterij samoga istraživača, npr. tema,

očekivanja i sl. Postoji nekoliko vrsta neprobabilistički uzoraka (kvotni, snowball, prigodni i namjerni) a u ovome istraživanju raditi će se na temelju namjernog neprobabilističkog uzorka, odnosno on je točno određen i prilagođen.

Pretraga članka koji su ulazili u matricu analize vršila se tražilicom na službenim stranicama portala te upisivanjem ključnih riječi kao što su *svjetsko prvenstvo* ili *svjetsko nogometno prvenstvo 2018. godine*. Više od 1.500 članka je odgovaralo tim ključnim riječima dok se u njih 683 nalazila objava s društvene mreže te su uzeti na analizu.

5.3. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Ciljevi istraživanja su istražiti koju su ulogu društveni mediji imali u izvještavanju sa Svjetskog prvenstva, za što su ih sve novinari koristili. Za ispunjenje tih ciljeva postavljene su glavna hipoteze i pomoćne hipoteze.

Glavna hipoteza glasi:

H: Društveni mediji su se u tekstovima o SP 2018 koristili kao glavni i dodatni novinarski izvor, češće za „laganije“ nego sportske teme i za privlačenje što veće publike

Za potpunije istraživanje glavne hipoteze postavljene su slijedeće pomoćne hipoteze:

H1: Kako bi ih obogatile u tekstove su stavljane objave s društvenih mreža s mjesta do kojih novinari na mjestu događaja nisu mogli doći (npr. svlačionica, autobus, zrakoplov, hotel)

H2: Portali su sadržaje iz objava preuzetih sa društvenih mreža često koristili za opremu članaka

H3: Objave s društvenih mreža koriste se kao jedini izvor u tekstu kada se njihova tema ne odnosi na same utakmice

H4: Objave sa društvenih mreža dopunski su izvor tekstovima u sportskoj rubrici, a primarni izvor tekstovima u ostalim rubrikama

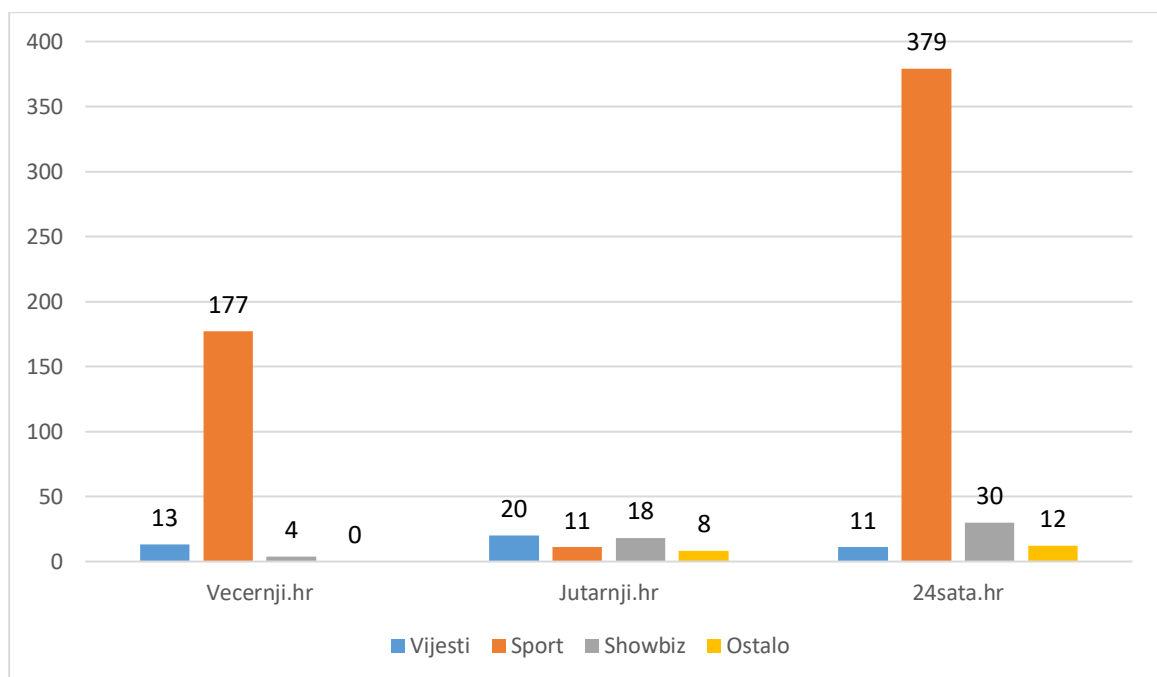
5.4. Rezultati istraživanja

Na temelju provedenog istraživanja portala triju hrvatskih novinar *Večernjeg lista*, *Jutarnjeg lista* i *24 sata*, biti će prezentirani podatci i izneseni zaključci o ulozi koje su imale društvene mreže u praćenje Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine. Potpoglavlja će

govoriti o zastupljenosti članaka, njihovom izgledu i opremi te načinu na koji je sadržaj prezentiran čitateljima. Kao krajnji ishod rezultata iznijeti će se ocjene o potvrdili ili odbacivanju glavne i pomoćnih hipoteza.

5.4.1. Zastupljenost članaka

Na odabrana tri portala prema kriteriju zastupljenosti članaka koji u svome sadržaju govore o Svjetskom nogometnom prvenstvu, u razdoblju od 14. lipnja do 15. srpnja 2018. godine, prikupljeno je ukupno 683 članka. Kao to se može vidjeti na Grafu 1., najviše se članaka može naći na 24sata.hr - njih 432. Portal Večernjeg lista ih je objavio 194, a *Jutarnji.hr* svega 57.



Graf 1.: Objava članka po rubrikama

5.4.2. Raspored objava po rubrikama

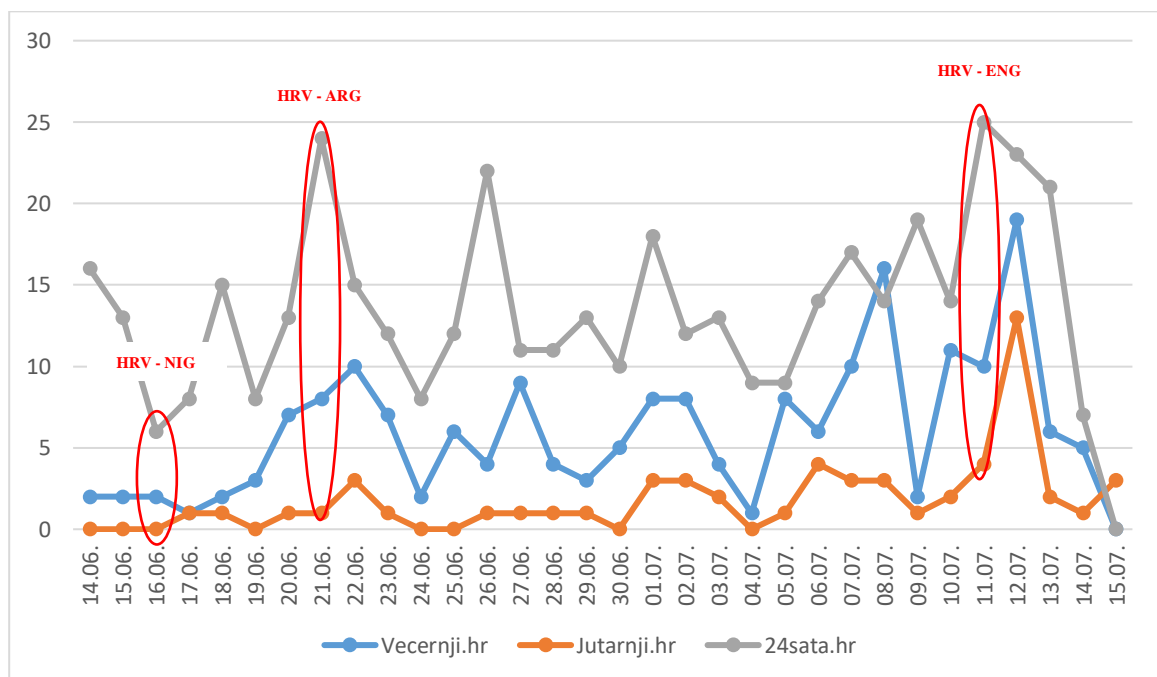
Rubrike se mogu definirati kao posebno mjesto u novinama, časopisima i portalima, koje donosi, pod stalnim natpisom, vijesti ili drugi materijal određenoga sadržaja (Hrvatska enciklopedija, 2020). Njihova uloga je da na jasan način podijele sadržaj medija kako bi čitatelji mogli imati veće povjerenje u njih i sami odlučiti hoće li ih pročitati ili ne. Mediji bi trebali pametnim korištenjem rubrika i pravilnim raspoređivanjem sadržaja unutar istih graditi reputaciju odgovornog i pouzdanog medija. Kurtić tu reputaciju dijeli u dvije grupe: „očekivanja od informativno-političkih medija, odnosno rubrika da sadržaji u njima budu

vjerodostojni i očekivanja od klasičnih masovnih medija (novine, radio i televizija) da preuzmu na sebe teret verifikacije točnosti informacija prije objavljivanja.“ (Kurtić, 2007)

Stoga za portal dnevnog lista *24 sata* toliki broj članaka i ne čudi s obzirom da se smatra tabloidom koje se osim izričito nogometnim temama, bavilo i onim izvan terena.

Na osnovi provedenog pilot istraživanja kao rubrike u kojima portali objavljuju većinu traženih članaka određene su vijesti, tj. informativna rubrika, sport i showbiz, tj. zabavna rubrika, kao što je prikazano na Grafu 1. Dodana je još kategorija „ostalo“ u koju su svrstani članci objavljeni u nekim drugim rubrikama. Doduše, neki članci čiji bi naslovi sugerirali da spadaju u rubriku Showbiz kao npr. *Gola omotana u zastavu: Ecija Ivušić ispunila svoje obećanje* (24sata.hr, 11.07.), nalaze u sportskoj rubrici. To je odlika sva tri analizirane portala, no najviše dolazi do izražaja kod *24sata.hr*. Od 194 teksta objavljena na portalu *Vecernji.hr*, njih 177 se nalazilo u rubrici sport, dok je ostatak otpao na vijesti, showbiz i ostalo. Najveći broj članaka vezanih uz sportsku tematiku imao je portal *24 sata* koji je od 432 analizirana članka njih 379 imao u sportskoj rubrici. Najmanji broj članaka se nalazio na *Jutarnji.hr* pa se tako čak 18 članaka vezanih za Svjetsko prvenstvo nalazilo u rubrici showbiz.

Kada je 14. lipnja započelo Svjetsko prvenstvo u Rusiji malo je tko vjerovao da će Hrvatska nogometna reprezentacija dogurati do njegove zadnje utakmice, tj. do finala. Zato je zanimljivo pogledati jesu li se i u kojoj mjeri narasli brojevi članaka na tri analizirana portala. Uvidom u bazu podataka da se iščitati kako je broj članaka s objavama društvenih mreža rastao odvijanjem natjecanja, a pogotovo uspjehom Hrvatske reprezentacije.



Graf 2.: Broj članaka prema danu objavljivanja

Broj članaka je oscilirao ovisno o datumima kada je igrala Hrvatska reprezentacija, a vrhunac su doživjeli, ne kako je bilo za očekivati, na dan finalne utakmice, nego prije polufinalne utakmice protiv Engleske. Tada je *24sata.hr* imalo 25 objavljenih članaka sa sadržajem preuzetim s društvenih mreža. *Vecernji.hr* je imao njih 10, koji su do slijedećeg dana narasli na 19, dok je *Jutarnji.hr* imao njih 4. Napomena koja dolazi s ovim iščitavanjem podataka je da većina portala svoje članke o tijeku finala i njegovom slavlju nije objavila 15. srpnja već dan kasnije, no taj datum je bio izvan utvrđenog perioda promatranja.

5.4.3. Veličina objava

S obzirom na današnju publiku i uvriježeni običaj povezan s člancima na portalima, a ta je da čitatelji malo vremena posvećuju čitanju članaka, a obraćaju pažnju samo na naslove, ne treba čuditi da prevladavaju članci do jedne kartice teksta (1.800 znakova s prazninama) na svim analiziranim portalima. Na portalu *Večernjeg lista* od 194 teksta njih 54% je do jedne kartice teksta. Njih 34% manje od pola kartice, dok ostatak otpada na više od jedne kartice teksta. *Jutarnji list* ima sličnu strukturu članaka, tamo je 21% tekstova manje od pola kartice, njih 53% je od jedne kartice, dok je ostatak više. *24 sata* imaju najveći obujam analiziranih tekstova te se najviše koriste posebnim načinom objavljivanja tekstova u sklopu tzv. galerija u kojima se osim slika nalazi i puno teksta najčešće o poznatim osobama iz svijeta zabave koje su se našle na svjetskom prvenstvu u svojstvu navijača. No unatoč tome i kod njih prevladavaju tekstovi do jedne kartice točnije njih 69% posto, više od jedne kartice je njih 111 ili 26%, dok su ostatak tekstovi manji od pola kartice.

5.4.4. Zastupljenost novinskih vrsta

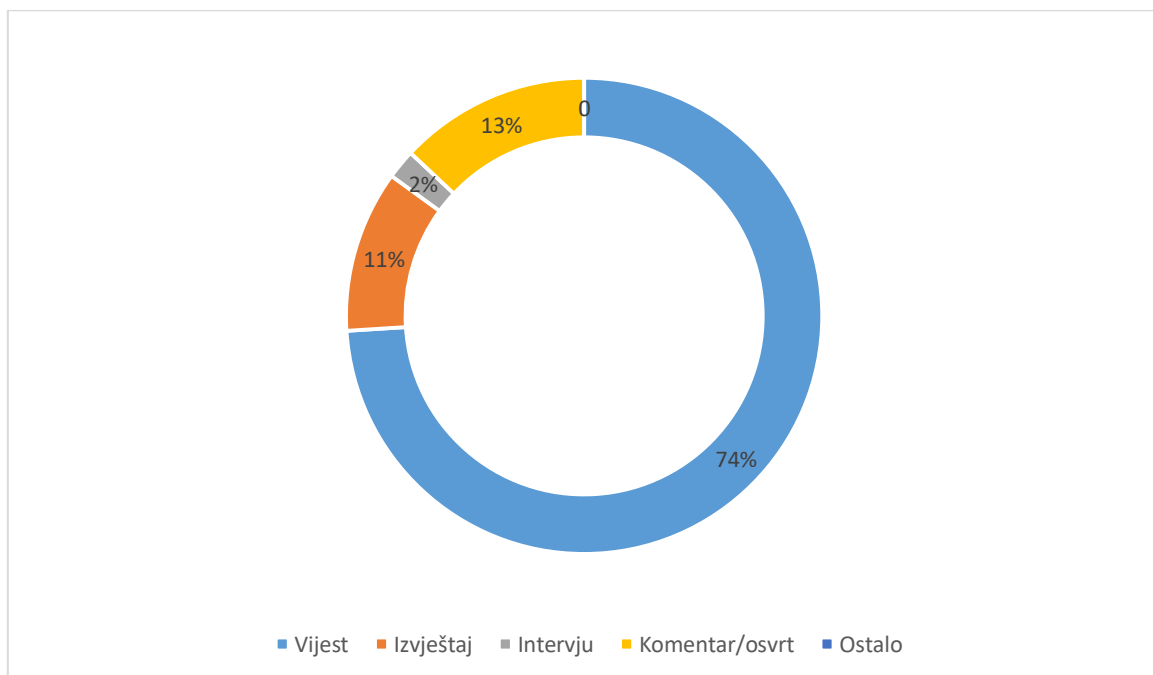
Novinske vrste su specifični oblici izražavanja u novinarstvu koji se dijele prema stilu kojim su pisani. Grafovi 3., 4. i 5. prikazuju zastupljenost novinarskih žanrova među analiziranim člancima. U matrici istraživanja pod vrste kojima su pisani prilozi bili su ponuđeni: vijest, izvještaj, intervju, komentar/osvrt te ostalo. Najviše analiziranih vrsta pripada vijestima. Kod *Večernjeg lista* je to 74% posto tekstova, *Jutarnjeg* čak 84%, a na portalu *24 sata* 76% članaka je pisano u formi vijesti. To je sukladno s politikom većine portala koji ne trpe duge forme i vode se mantrom, koju u svojoj knjizi „Osnove novinarstva“ donosi Stjepan Malović, prema kojoj je pravodoban izvještaj ono što je ključno za vijest kao temeljni oblik novinarskog izražavanja (Malović, 2005). Bilo bi za očekivati kako će slijedeći vrstu u kojoj će se najviše

pisati biti izvještaj, no to nije tako. Izvještaje Malović definira kao proširenu vijest u kojoj novinar izvještava s mjesta događaja, kako se taj događaj odvio, a za primjer navodi baš novinske konferencije i sl. (Malović, 2005). Tako da su se na sva tri portala izvještaji pojavljivali jedino u slučajevima medijskih konferencija hrvatske nogometne reprezentacije, prije i nakon odigranih utakmica.

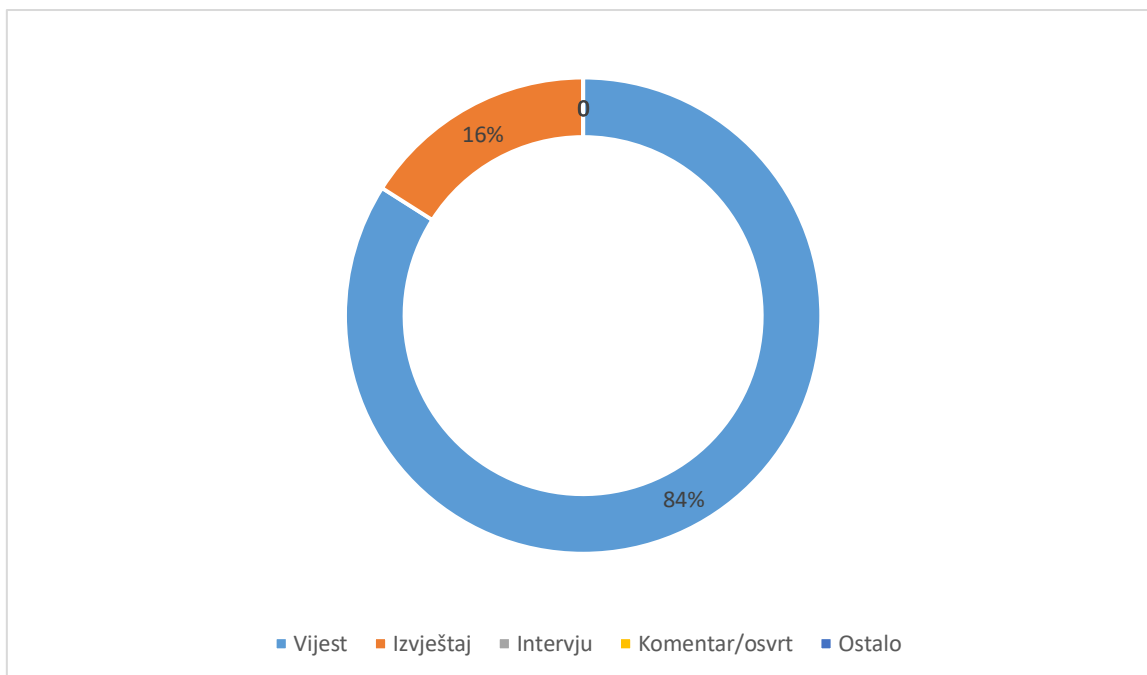
Četvrti i drugi najzastupljenija vrsta su komentari/osvrti. Ta vrsta novinarskog teksta specifična je jer je jasno subjektivno obojena, u njoj novinar iznosi svoje stavove, ideje i predviđanja o nekom događaju koji se događa ili će se dogoditi.

Kada je u pitanju sport najviše se tema komentara odnosilo na analizu utakmica, pojedinačno ocjenjivanje uspjeha igrača na tim utakmicama te pogled prema slijedećim utakmicama. Uz to teško je bilo razlučiti koji je točno novinarski rod od ta tri korišten pa su iz toga razloga sva tri stavljena u istu kategoriju.

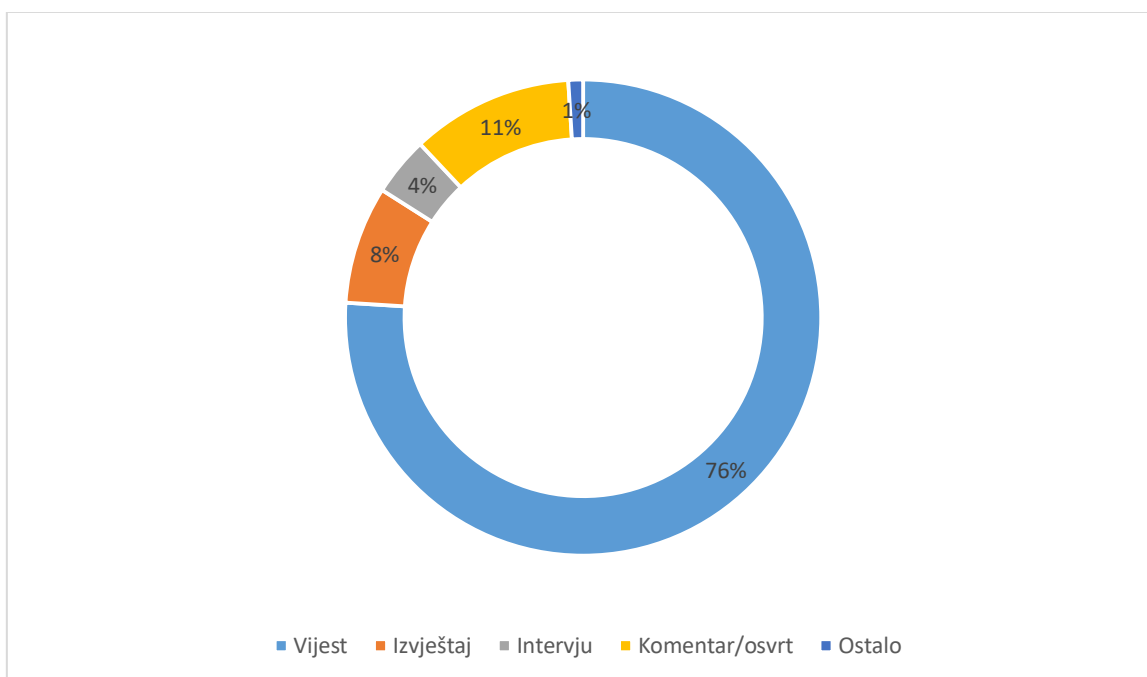
Najviše komentara nalazimo na portalu *Večernjeg lista*, 13%, što je u skladu s njegovom reputacijom kao publikacije sa ozbiljnim sadržajem, a najmanje ga nalazimo na stranicama *Jutarnjeg lista*, no kako je već prije navedeno, sve njihove rezultate trebamo uzeti sa zadržkom.



Graf 3.: Zastupljenost novinarskih vrsta na *Vecernji.hr*



Graf 4.: Zastupljenost novinarskih vrsta na *Jutarnji.hr*

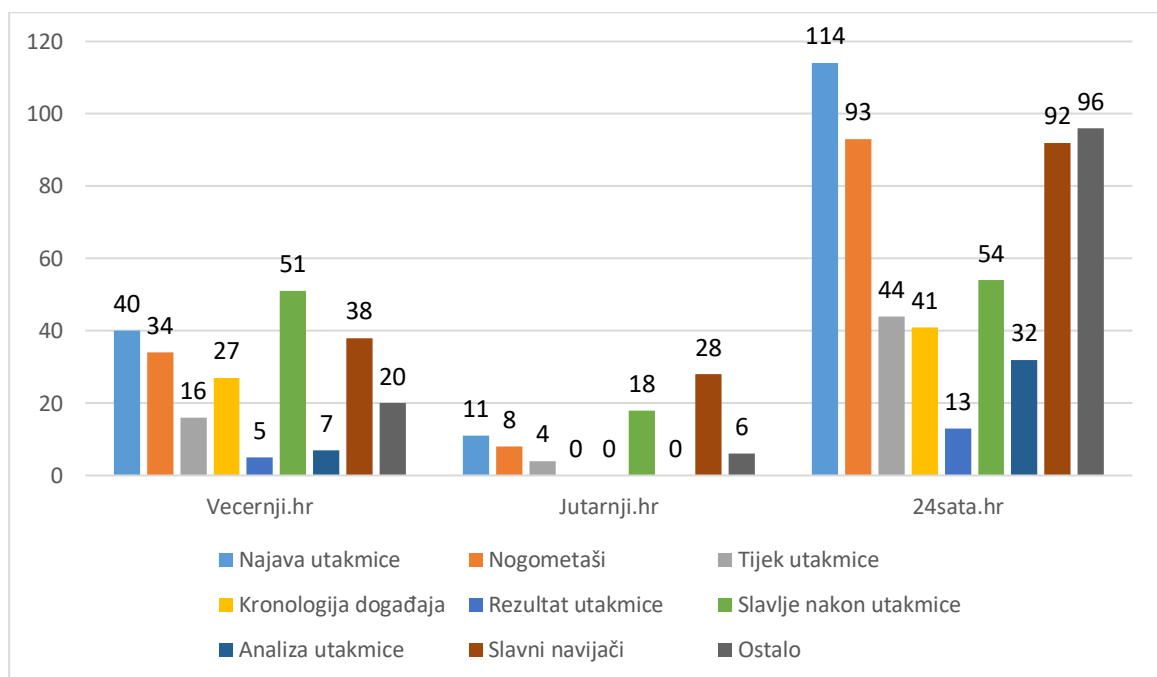


Graf 5.: Zastupljenost novinarskih vrsta na portalu *24sata.hr*

5.4.5. Teme analiziranih članaka

Za sportsko izvještavanje može se već pretpostaviti kako će važne teme biti pitanja vezana uz najavu utakmice, same protagoniste, odnosno nogometaše, tijekom utakmice, njezinu analizu te možebitno slavlje nakon pobjede. Osim tih poznatih tematskih cjelina jedna koja se pojavila

u većem obimu je tzv. kronologija događaja. Ta tematska odrednica obuhvaća cjelokupno praćenje dana, najčešće dana utakmice, u koju ulazi objavljivanje sadržaja s društvenih mreža kao što su *Twitter*, *Facebook* i sl., praćenje dolaska navijača na stadion, praćenje tijeka utakmice te prikaza slavlja iz svlačionice i oko stadiona, uz konačnu analizu utakmice. Kronologija događaja se na računalnom sučelju prikazuje kao posebno označena i uokvirena cjelina ispod članka koji kratko sumira samu utakmicu (Slika 2.). U njoj se potiče interakcija između čitatelja omogućavanjem komentiranja događaja uživo te na jednostavan i pregledan način daje osnovne podatke o događaju čiju kronologiju piše. Od analiziranih portala kronologiju događaja koriste *Vecernji.hr* i *24sata.hr* što se može pripisati njihovoj pripadnosti istoj izdavačkoj kući.



Graf 6.: Teme članaka

Graf 6. prikazuje tematiku svih članaka za svaki portal i prema gore navedenim parametrima. I pri letimičnom pogledu vidljiv je nesrazmjer u broju članaka između *24sata.hr*, s jedne strane, i ostalih portala, s druge strane. No dobiveni podatci kažu kako su na portalima bile zastupljene sve teme, ipak *Vecernji.hr* najviše ih je bilo vezano uz slavlje nakon utakmice te njezinu najavu i osobe iz javnog života koje su je pratile. Na *Jutarnji.hr* članci su se najviše bavili slavnim navijačima koji su pratili utakmicu, takvih je bilo 28 članaka, a njih su slijedili članci vezani za proslavu, te najava utakmica i članci o pojedinim nogometašima. No, na cijelome portalu pak nije bio niti jedan članak koji bi tematizirao kronologiju utakmice, njezin tijek te analizu igre. Kod *24sata.hr* prevladavaju članci vezani uz najavu utakmice, njih 114 ili

ostali članci, njih 96. U ostale članke se ubrajaju tekstovi koji su svojom tematikom nisu bili direktno vezani za same utakmice, već za popratna događanja. Neki od naslova tekstova koji su ušli u tu kategoriju su: *Šok za Saudijce: Zapalio im se avion na putu za Rostov...* (24sata.hr, 18.06.) ili *Vatreni dobili 'babuške': Tko je to, Raketa ili Pamela Anderson* (24sata.hr, 23.06.). Na trećem su mjestu po zastupljenosti tekstovi o nogometašima, njih 93, a slijede ih tekstovi u kategorijama slavni navijači, njih 92, te s nešto manje zastupljenosti slavlje nakon utakmice i tijekom utakmice s 54 odnosno 44 teksta.

The screenshot displays a live sports page for the match between Croatia (Hrvatska) and Argentina (Argentina). The score is 3-0 in favor of Croatia. The page is divided into several sections:

- Left Sidebar (Izdvojeni događaji):** A list of key events from the match, including goals and substitutions, with timestamps (e.g., 53' Gol, 1' Počela je utakmica).
- Main Content (Kraj):** A detailed summary of the match, including the final score (3-0), the scorers (Rebić 53', Modrić 80', Rakitić 90'+2), and a description of the game's progression.
- Right Sidebar (Komentari 271):** A list of user comments with their respective timestamps and engagement metrics (likes and replies).

Slika 2.: Izgled Kronologije događaja utakmice Hrvatska - Argentina na sučelju računala



Slika 3.: Korištenje objave sa službenog korisničkog *Twitter* računa Hrvatskog nogometnog saveza u kronologiji događaja utakmice Hrvatska - Argentina

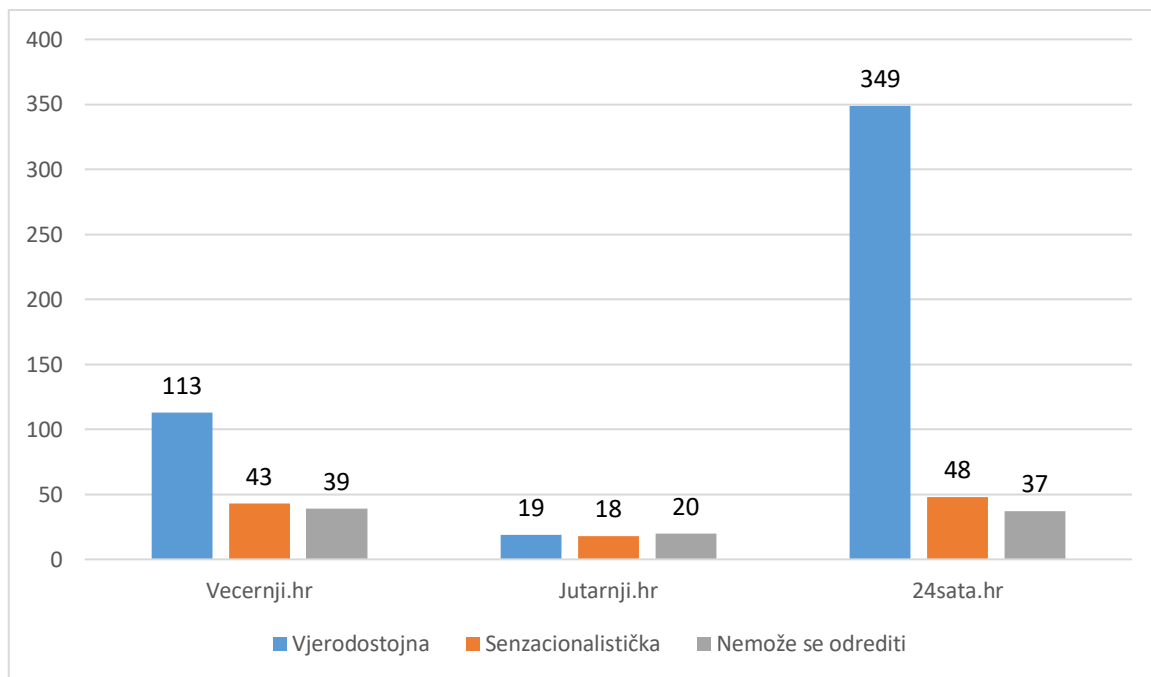
5.4.6. Vjerodostojnost članaka

Naslov članka je važno obilježje svakog novinskog teksta u tiskanom, a pogotovo u online novinarstvu. Način na koji je naslov složen može privući čitatelja da otvori taj članak ili da ga preskoči (Kanižaj, 2007). Josip Silić u knjizi *Funkcionalni stilovi hrvatskog jezika* opisuje ulogu naslova u novinarstvu:

„Njihova je uloga takva da vrlo često samo o njima ovisi hoće li se novine pročitati. Zato se i opremaju tako da privuku čitatelje: posebnim pismom, na posebnu (udarnu) mjestu, s ključnim riječima (napisa), s riječima ekspresivna značenja, s karakterističnim rečeničnim i interpunkcijskim znakovima itd. (Silić, 2006).“ Negativnu ulogu naslova u novinarstvu, pak ističe Elly Ifantidou, ona tvrdi kako su naslovi u novinama više persuazivni nego što su informativni (Ifantidou, 2009). Naslovi također mogu biti senzacionalistički, a oni su takvi jer

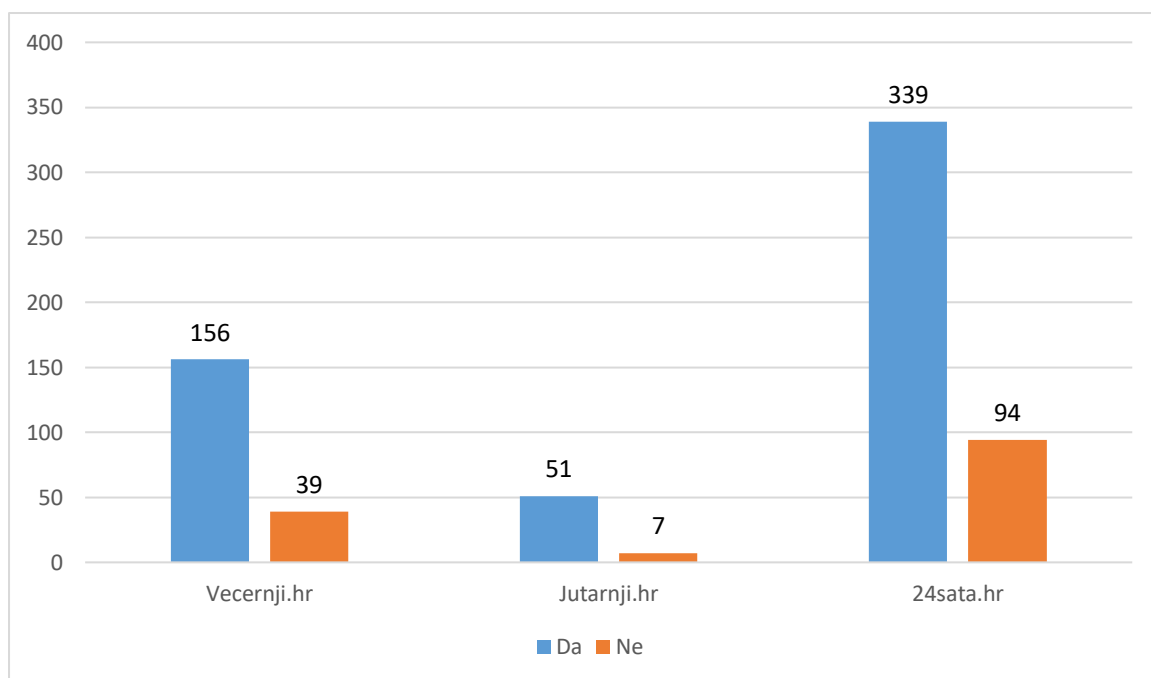
se time kod čitatelja pobuđuje emocije. Autori članka Kilgo i ostali, *A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications* još dodaju: „Dodatne definicije senzacionalizma ističu njegove elemente koji privlače pažnju i novinarski oblik te dramatizaciju običnih ljudi i informacija (Kilgo, et al., 2016).“ Ne moramo se vratiti daleko u prošlost da bi pronašli prve primjere senzacionalizma. Širom dostupnošću tiska i većim izborom novina bilo je potrebno pronaći način kako privući čitatelja, stoga su se početkom 20. stoljeća u Sjedinjenim Američkim Državama počele tiskati novine pune senzacionalističkih naslova. Jedan od prvih primjera takvog tipa je naslovnica tekst lista *Lawrence Journal-World* iz 1922. čiju su senzacionalističku naslovnicu o napadu dvojice ljudi na čovjeka kojemu su odstranili dio genitalija, odmah preuzele druge novine (Marchman, 2014). Taj se tip novinarstva svoj prvi vrhunac je doživio za vrijeme William Randolph Hearst i tzv. žutog tiska. Kasnije je ono polako zamrlo, da bi se pojavom interneta kao novog medija komunikacije ponovno dobilo na zamahu, sada preobraženo u clickbait novinarstvo koje se definira kao posebni odvjetak senzacionalističkog novinarstva u kojem je naslov ili dio teksta na internetu osmišljen kako bi nagovorio ljude da slijede vezu do članka na drugoj stranici (Chen, et al., 2015). U svijetu se kao novinske publikacije koje promoviraju senzacionalističko novinarstvo smatraju *The Sun*, nizozemski *De Telegraaf*, njemački *Bild* i austrijski *Kronen Zeitung*, dok je za Hrvatsku titulu žutog tiska uzima *24 sata*.

Ovo je istraživanje proučilo u kojoj su mjeri naslovi članaka bili vjerodostojni i informativni, a u kojoj senzacionalistički jer bi čitatelji prema naslovu trebali imati predodžbu što ih očekuje u tekstu. Matrica je, što se ovog pitanja tiče, bila podijeljena na tri mogućnosti: informativna, senzacionalistička i ne može se odrediti (Graf 7.). Suprotno reputaciji tabloidnog i „žutog“ medija na *24sata.hr* nalazi se 349 naslova informativnog karaktera, što je puno više od 48 koliko je senzacionalističkog karaktera ili još 37 za koje se ne može reći. *Vecernji.hr* je imao 43 senzacionalistička naslova i još njih 39 koji se ne mogu odrediti, dok je *Jutarnji.hr* objavio 18 senzacionalističkih i 20 naslova koji se nisu mogli odrediti. Naslovi s *Jutarnji.hr* koji su bili senzacionalističkog karaktera: *HRVATSKA I RUSKA LJEPOTICA DALE VRUĆA OBEĆANJA Maria sprema голу fotku, a Žanamari 'odgovara': 'Ako prođemo u finale, skinut ću gaćice!'* (03.07.) ili *FOTO: OVAKVU SJEDNICU VLADE VIŠE NIKAD NEĆETE VIDJETI Svi su bili u dresovima, a pogledajte ministra Marića kako je izgledao nekoliko sati ranije!* (12.07.)



Graf 7.: Vrste naslova korištenih u tekstovima prema portalima

Još jedan način na koji se mogla provjeriti vjerodostojnost tekstova je pitanje jeli informacija koja je preuzeta s objave na društvenoj mreži potvrđena od strane još jednog izvora, jer kao što nalaže novinarska etika svaki bi se informacija morala moći provjeriti na najmanje dva mjesta da bi se mogla smatrati valjanom (Graf 8.). Pa se tako u 156 tekstova na *Vecernji.hr* nalaze najmanje dvije objave s društvenih mreža koje svojim sadržajem potvrđuju vjerodostojnost članka na *24sata.hr* jer 339 takvih članaka, dok njih 94 ima samo jedan izvor. Na portalu 51 članak ima najmanje dva izvora dok njih 7 nema.



Graf .8: Objava s društvene mreže provjerena kod još jednog izvora

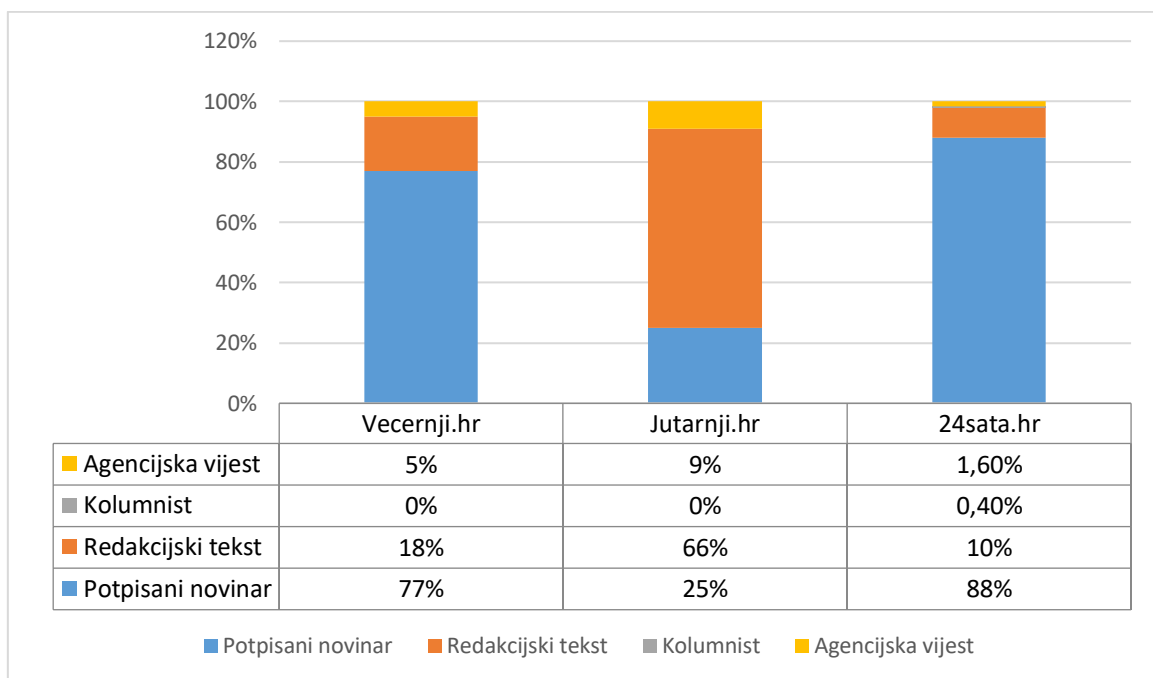
5.4.7. Autorstvo članaka

Druga važna kategorija koja čitateljima doprinosi uvjerenju kako je članak koji čitaju točan, informativan i istinit su navođenje novinara koji ga je napisao te jasno označavanje izvora informacija koje se koriste u tekstu (Malović, 2007).

Pojam autora odnosno novinara teško se može jednoznačno definirati, pa Burns prenosi njih tri od Splihala i Sparksa. Profesionalni novinar je osoba koja zarađuje u novinarstvu, on je osoba koja ima tehničku vještinu i poštovanje svojih kolega jer je novinar netko koga i drugi prihvaćaju. Treća definicija dodaje kako novinar ima određena pravila ponašanja koja ga jasno diferenciraju od ostalih osoba (Sheridan Burns, 2009). Također kako primjećuje Malović uloga novinara je da on komunicira informacije prema čitateljima prema jasno izrađenoj shemi i vjerodostojan način. (Malović, 2005). U suvremenom novinarstvu dolazi do suficita u količini informacija koje dolaze u novinske redakcije kroz međunarodnu razmjenu s novinskim agencijama, pa se koriste i oblici potpisivanja tekstova s nazivom redakcije ili agencije s koje je tekst preuzet.

Rezultati određivanja vrste autorstva pokazuju kako je velika većina tekstova jasno potpisana s imenima novinara koji su ih napisali. Tako je u slučaju *24sata.hr* to u 88% slučajeva, a kod Večernjeg lista u 77% slučajeva, a *Jutarnji.hr* 25% slučajeva. Naslovi kao što su: *Slaven Bilić komentarom nasmijao kolege: Pa iskreno, nije me ni briga* (*Vecernji.hr*, 18.06.) ili

Vatrenima sudi sudac kojeg su skoro istukli zbog velike greške (24sata.hr, 14.06.) bili su potpisani s imenima novinara koji su ih napisali. Ipak izdvaja se *Jutarnji.hr* sa samo 25% novinarski potpisanih tekstova i sa njih 66% koji su potpisani s redakcija portala. Razlozi za takav rezultat može se vidjeti uspoređivanjem tablica o smještaju članaka po rubrika te tematici o kojoj su oni pisali jer su tekstovi s naslovima, kao npr.: *VELIKA SVJETSKA ZVIJEZDA ZBOG PROSLAVE ŠVICARSKJE POBJEDE IZAZVALA BIJES SUSJEDA 'Hoće li netko napokon jeb... zabraniti njezine pjesme u Srbiji?'* (23.06.) ili *FOTO: A PRAVA BITKA U SUBOTU ODVIJAT ĆE SE... NA TRIBINAMA! Ovo su najljepše i najglasnije navijačice, najveća podrška Vatrenima i Rusima* (05.07.) uvijek bili potpisani kao redakcijski. Tekstovi koji su imale takve naslove uvijek bi se sastojali isključivo od fotografija ili kratkog uvodnog pasusa i objava s društvenih mreža. No kako je na stranici trebao biti naveden autor toga članka potpisan je kao redakcijski tekst.

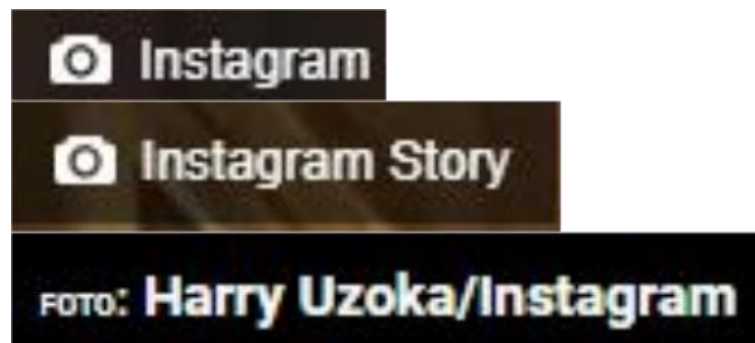


Graf 9.: Vrste autorstva tekstova

5.4.8. Označavanje društvenih medija kao izvora

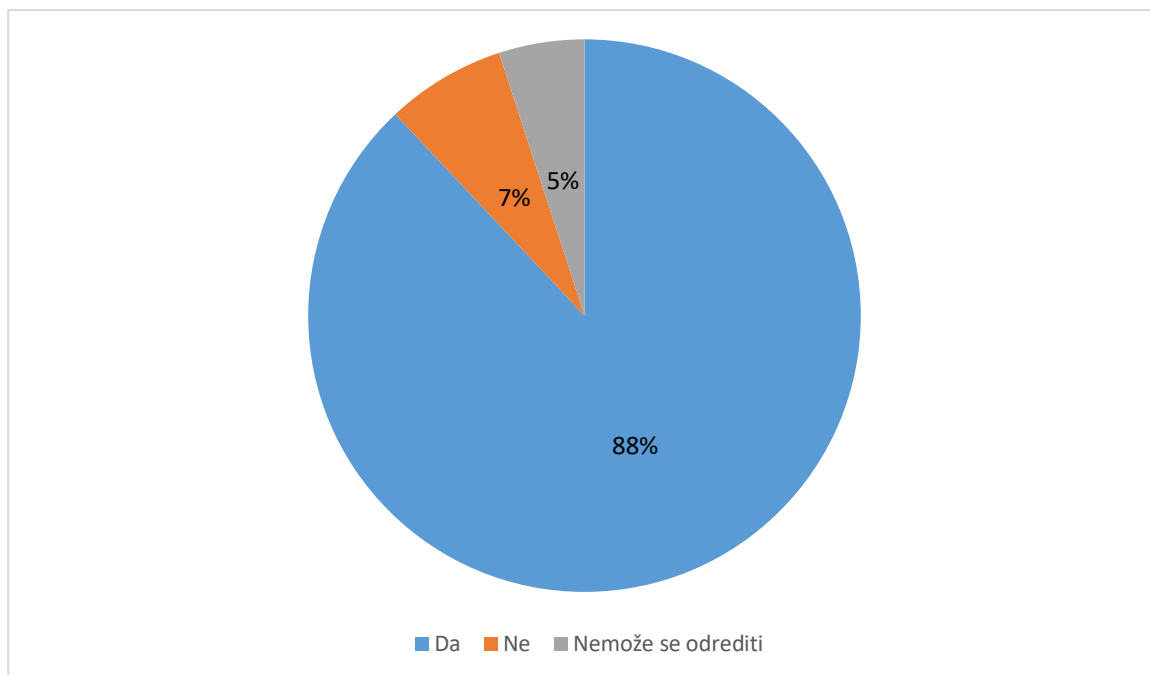
Izvori su glavni potpornji svakog novinskog članka, pa se tako i na internetskih portalima, moraju jednako kao i u pisanom novinarstvu jasno označiti kada je neki dio članka preuzet ili je korištena neka informacija s društvene mreže. Od ukupno 683 analizirana članka u njih 88% jasno su označene objave s društvenih mreža. To se izvelo tako da se objava s *Twittera*,

Facebooka ili sl. mreža ugradila (embedded) u sam članak pa zajedno s logotipom nije moglo izazvati zabunu kod čitatelja ili bi se u samome tekstu članka navelo s koje je društvene mreže i profila preuzeta objava. Zanimljivo je npr. bilo kada bi slikovna objava s društvene mreže postala glavna slika članka, onda bi se ispod nje bila napisana samo društvena mreža bez jasne odrednice profila s kojeg je preuzeta kao što će biti prikazano na slici broj 5.



Slika 5.: Slikovni prikaz označavanja objave s društvene mreže *Instagram* u naslovnoj slici članka

Takav je način označavanja bio zbunjujući, no u nekim je situacijama to je bilo jedino moguće kada se prenosila objava s „*Instagram storyja*“ koja bi se brisala nakon jednoga dana pa ju se na ovaj način jedino moglo sačuvati, tako da se napravio *screen shoot*. Primjer toga su video uradci nogometaša iz svlačionice nakon utakmice kada bi se slavila pobjeda. Ipak samo je manjina članaka, njih 7% bila bez jasno navedenog izvora s društvene mreže.



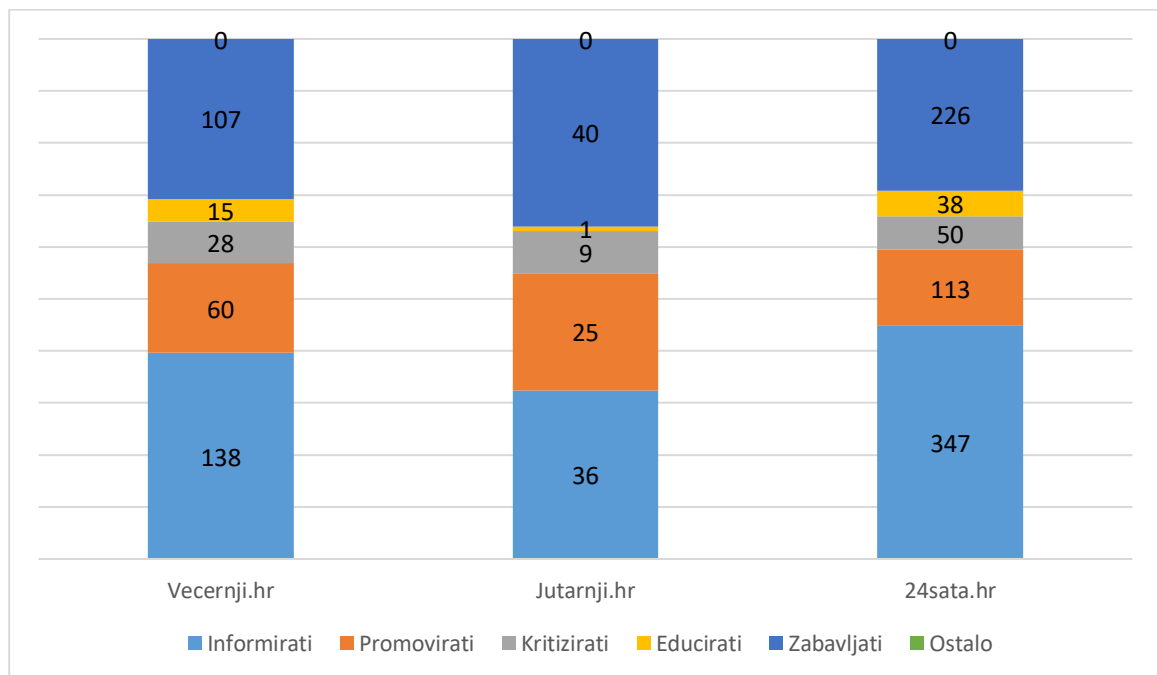
Graf 10.: Označene objave s društvenih mreža

5.4.9. Ciljevi članaka

Slijedeće nas je zanimalo koji je glavni cilj članaka. Temeljem osnovnih funkcija medija odredili smo kao njihove ciljeve zadaću da: informiraju, promoviraju, kritiziraju, educiraju, zabavljaju te ostalo (Lazarsfeld & Merton, 1948). Prema rezultatima prikazanim u Grafu 11. na tri internetska portala najčešći su ciljevi članaka bili informirati, i zabaviti čitatelje te promovirati nacionalni ponos. Tako njih 138 na portalu *Večernjeg lista* ima informativnu funkciju, dok u isto vrijeme neki od njih, a sveukupno 108 imaju zabavnu funkciju. Kod *Jutarnji.hr* taj je razmjer još i veći, ali to se može pripisati nedostatku članaka u kojima se koriste objave s društvenih mreža koji se nalaze u sportskoj rubrici. Za *24 sata* se pokazalo ono što se moglo i očekivati, da kao publikacija koja ima reputaciju „laganijih“ novina, ima veliki broj članaka koji će zabaviti svoje čitatelje, njih 226.

No nisu svi članci samo informirali ili zabavljali, bilo je i onih u kojima su se čitatelji mogli educirati ili u kojima se mogla osjetiti dozu ponosa jer se u njima promovirala Hrvatska zbog njezina uspjeha na prvenstvu. Tekstova u kojima se promovirala Hrvatska bilo je najviše, uz onih informativnih iz zabavnih. 113 članaka mogle se naći na *24sata.hr*, njih 60 na *Vecernji.hr* i 25 *Jutarnji.hr* edukativnih je članaka bilo najviše na *24sata.hr* 38, iza njih je slijedio *Vecernji.hr* s 15, dok je *Jutarnji.hr* imao samo jedan članak.

Bilo je i dosta članaka u kojima su se morali kritizirati pojedini igrači hrvatske reprezentacije zbog svojeg ponašanja. Kritičkih članaka bilo je ukupno 87, najviše na *24sata.hr* 50, zatim na *Vecernji.hr* 28 i njih 9 na *Jutarnji.hr*. Bilo bi za očekivati da je to zbog njihove loše igre na terenu, no u većini slučajeva loše se ponašanje događalo izvan njega, kao dva primjera treba izdvojiti izbacivanje iz sastava reprezentacije napadača Nikole Kalinića i nepromišljene objave na *Instagramu* Domagoja Vide i Ognjena Vukojevića. Oba događaja su novinari pomno pratili te su u svoje članke s naslovima: *Vida razljutio Ruse pokličem o Ukrajini: Ma, to je bila šala...* (*24sata.hr*, 08.07.) ili *PROCURIO NOVI VIDEO DOMAGOJA VIDE 'Slava Ukrajini, Beograd gori, ajmo! Kafana je moja sudbina, ona je mene sebi uzela'* (*Jutarnji.hr*, 10.07.), uključili sporne objave i reakcije. Ipak nisu se samo kritizirali hrvatski igrači - kritički su članci bili napisani i o argentinskim navijačima zbog napada na hrvatske te engleskim novinama zbog bahatih naslova prije polufinalnog dvoboja.

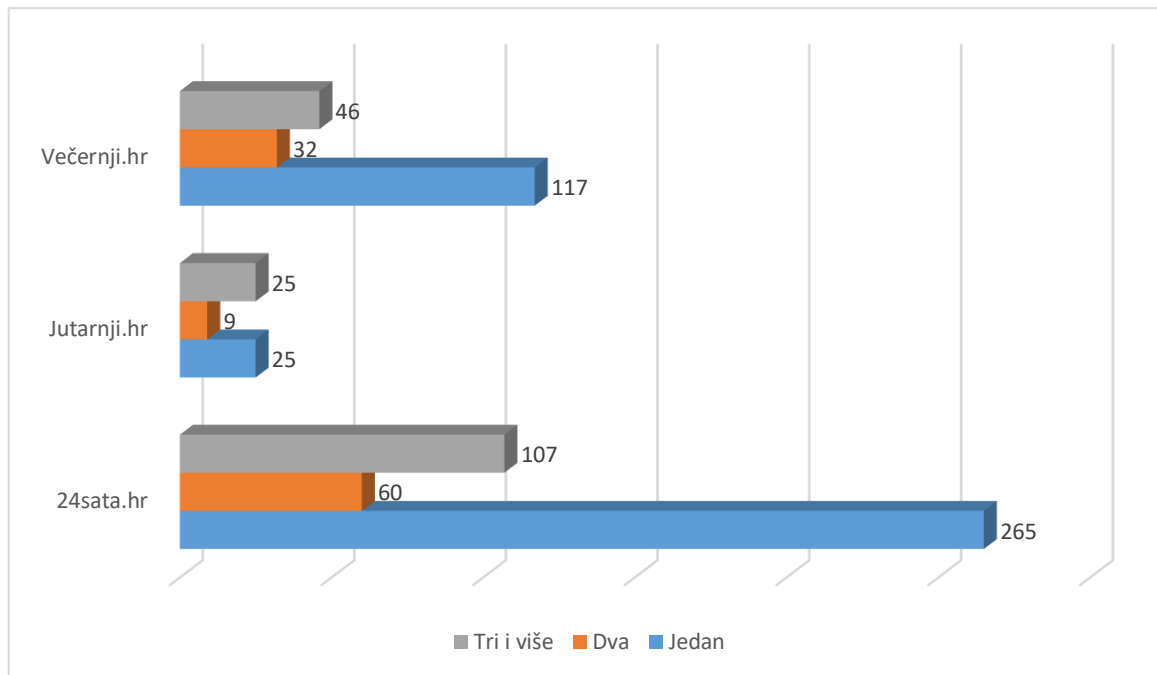


Graf .11: Ciljevi članka s objavama društvenih mreža

5.4.10. Zastupljenost društvenih mreža kao izvora

Internet kao platforma omogućuje svakom novinaru da brže i lakše pronade i dođe do različitih izvora i na taj način obogati svoje tekstove čime oni dobivaju na jedinstvenosti i kontekstualnoj dubini. U tome posebno prednjači upotreba društvenih mreža u novinarstvu, gdje se u dijeleću sekunde može dobiti reakcija, mišljenje i stav dviju suprotstavljenih strana (Hermans et al., 2009). Stoga su se u brojim člancima mogle naći i višestruke objave s različitih

društvenih mreža, kao što i pokazuje Graf 12. Najviše se koristila samo objava s jedne društvene mreža i to u 265 slučajeva na *24sata.hr*, 117 na *Vecernji.hr* i 25 na *Jutarnji.hr*. Tri ili više mreža se koristilo najviše prilikom kronologije događaja utakmica, pa je zato takvih primjera bilo i najviše na *24sata.hr*, njih 107 i 46 na *Vecernji.hr*



Graf 12.: Broj korištenih izvora društvenih mreža u člancima

Novinari na portalu *Večernjeg lista* kako pokazuje Graf 14. najviše su koristili objave s *Twittera* (98 puta), a potom *Instagrama* (66 puta), *Facebooka* (24 puta) te potom ostalih društvenih mreža. Novinari *24sata.hr* podjednako su se služili svim navedenim društvenim mrežama, ali ipak je *Twitter* odskočio s 189 korištenja dok se na portalu *Jutarnji.hr* 17 puta koristio *Twitter* i *Instagram*. Nadmoć *Twittera* može se objasniti time da njezini korisnici u 140, a od 2018. godine, u 280 znakova koncizno i koherentno sažme svoje stavove i misli. Stoga je *Twitter* prema Kate Crawford, dobar alat za objavljivanje uživo: „... *Twitter* je prikladan za detaljno praćenje događaja uživo, kroz „live tweeting“ i raspravu uživo za vrijeme sportskih susreta, izbora ili televizijskih emisija. [...] S velikom brzinom i u velikom opsegu, važni se javni događaji obrađuju u javnosti: tekstu i utjecaju se izmjenjuju između pojedinaca i zajednica ... (Crawford, 2011)“

Još jedna korisna mogućnost koja se prva pojavila na *Twitteru* je korištenje ključnih riječi koje su olakšavale novinarima pronalaženje točno onih objava koje njima odgovaraju. Kasnije se taj sustav ključnih riječi proširio na druge društvene mreže, a u konačnici i na same portale

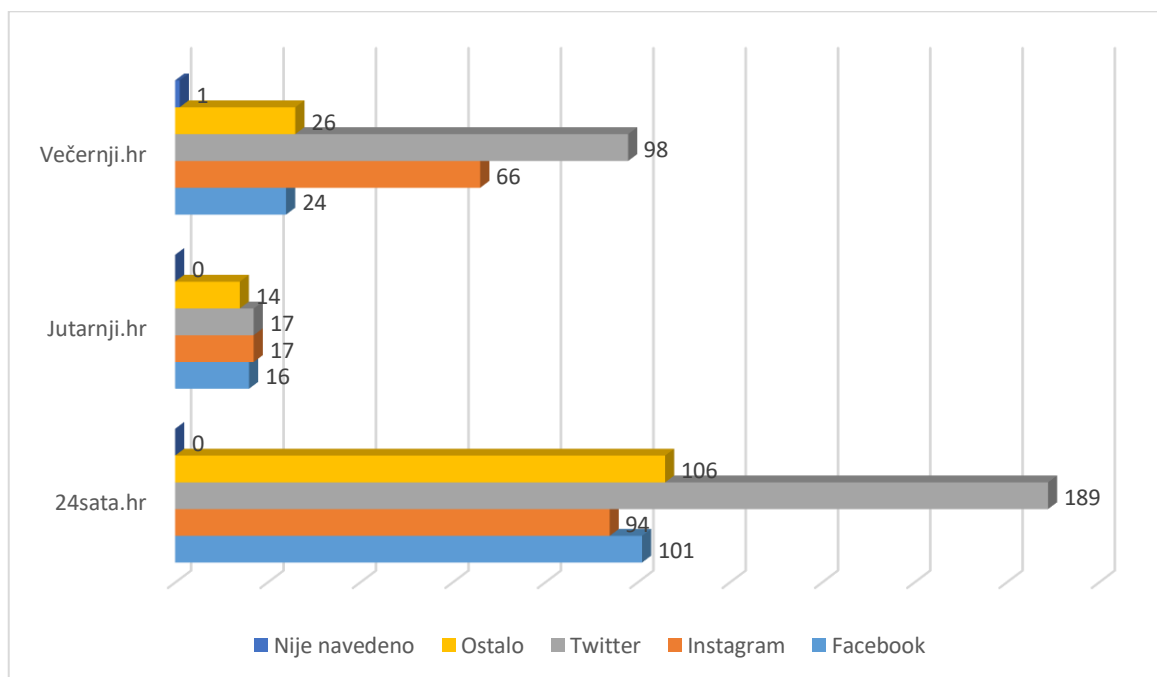
što je olakšalo izradu ovog istraživanja jer su svi analizirani tekstovi na svome kraju imali ključne riječi prema kojima ih se moglo pronaći.

Svi su portali koristili *Twitter* kako bi prikazali reakcije navijača zemalja sudionica prvenstva na rezultate svojih reprezentacija ili kako su na njih reagirali službeni profili nogometnih saveza i dr.

Facebook kao društvena mreža najčešće se koristi kao izvor skupljanja informacija, istraživanje od Kalajžić i Vučetić Skrbić kako 76.3% novinara koristi svaki dan *Facebook* u svome radu (Kalajžić & Vučetić Skrbić 2017; Vesnić-Alujević & Jurišić, 2020). Najčešće su to prenošenje objava političara ili drugi osoba od javnog interesa. One na *Facebooku* nisu ograničene brojem znakove pa se mogu šire izjasniti te su objave na ovoj društvenoj mreži uglavnom zamijenile tiskovne konferencije jer osobi koja piše objavu nitko ne može postaviti protupitanje.

Facebook se uglavnom koristio kada su se uživo prenosile *streamale* konferencije za novinare reprezentacije ili radili intervjui s igračima ili navijačima. Kako je za to potreban jedino mobitel, time je na jednostavan i jeftin način omogućeno u realnom vremenu praćenje najnovijih informacija iz stožera naše reprezentacije.

Instagram je društvena mreža koje je primarno orijentirana na objavljivanje slika i kratkih *storija* te je bila idealna za novinare da dobiju i slikovnu podlogu događaja koji su se odvijali iza scene ili na tribinama među navijačima. Pa su tako sve objave koje su koristili novinari dodavale dodatne informacije na već postojeći tekst.



Graf 14.: Društvene mreže s kojih je preuzet sadržaj

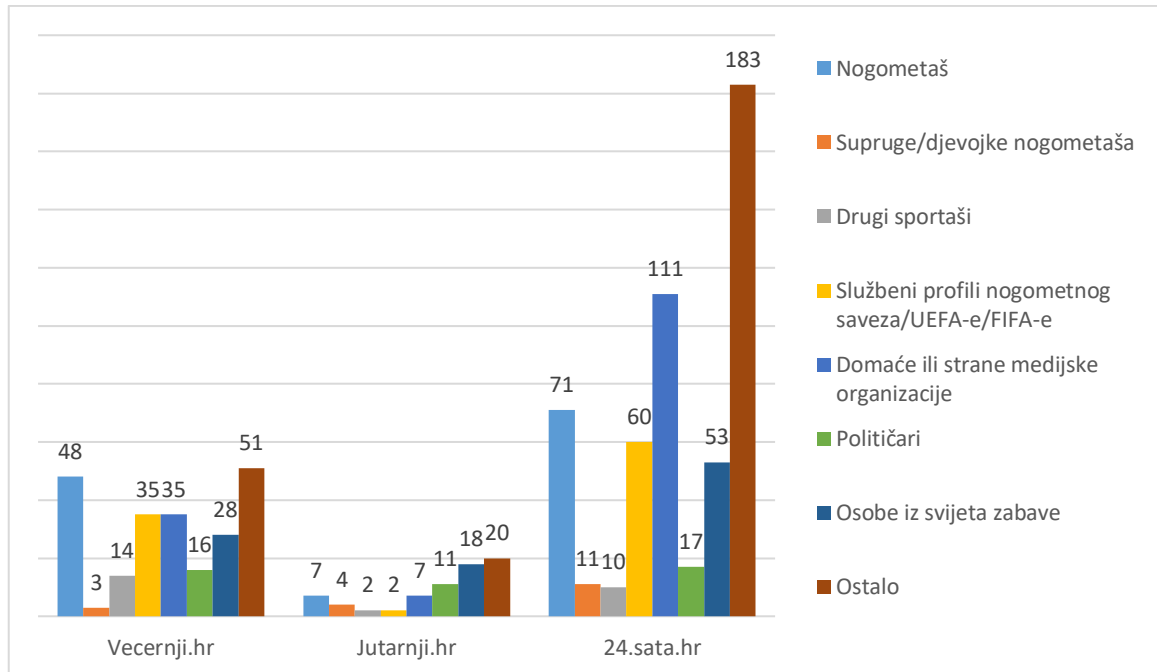
5.4.11. Korištenje profilnih stranica s društvenih mreža kao izvora

Profili na društvenoj mreži predstavljaju izlog s kojim se osoba predstavlja prema javnosti gdje objavljuje događaje u svom životu, novosti i druge informacije koje bi mogle zanimati njezine prijatelje ili širu javnost. Profili se mogu podijeliti na one privatne tj. profile koje koristi većina „običnih“ ljudi i one javne, odnosno profile tvrtki, saveza, organizacija i poznatih osoba koje svojim imenom i prezimenom pobuđuju znatiželju u javnosti. Stoga smo na temelju pilot istraživanja profile podijelili na one nogometaša, njihovih supruga/djevojaka, drugih sportaša, službene profile nogometnih saveza/UEFA-e/FIFA-e, domaćih ili stranih medijskih organizacija, političara, osoba iz svijeta zabave te ostale profile. Iz rezultata na Grafu 15. proizlazi kako je najviše kod sva tri portala bilo „ostalih“ profila, a to su profili običnih, anonimnih osoba koji su svojim upečatljivim komentarom ili opažanjem privukli pozornost i naveli novinara da ga stavi u svoj tekst. Takvi bi profili svoje mjesto najčešće u člancima koji su tematizirali slavlja nakon utakmice te najavu samih utakmica *Vecernji.hr* je koristio 51 put takve profile, *Jutarnji.hr* 20, a *24sata.hr* 183 puta. Ono što je zanimljivo je kategorija drugih sportaša gdje se nalazi 26 objava, to je možda malo u sve ukupnom zbroju, no taj broj pokazuje u kolikoj su mjeri hrvatski sportaši ili čak oni strani bili oduševljeni uspjehom Hrvatske na ovome prvenstvu. Objave sa službenih profila nogometnih saveza te FIFA-e koji su pokrivali službene sastave momčadi te osnovne statistike najviše su koristili *24sata.hr* i *Vecernji.hr* 60, odnosno 35 puta, dok ih je *Jutarnji.hr* koristio samo 2 puta. To se može pripisati činjenici kako su dva portala koja su ih najviše koristila to radila u sklopu svoje posebne tematske cjeline kronologija događaja, dok *Jutarnji.hr* nije na taj način obrađivao utakmice.

Objave političara su eksponencijalno rasle s uspjehom naše reprezentacije, pa se tako na početku turnira nigdje nije moglo pronaći njihovo bodrenje, dok bi odmakom natjecanja počeli izlaziti iz „paštete“, dijeliti dresove stranim državicima te navijati na stadionima što su sve uredno objavljivali na društvenim mrežama te ih tako koristili za vlastitu promociju. U korištenju njihovih objava sva su tri portala podjednaka *24sata.hr* ih koristi 17 puta, dok *Vecernji.hr* i *Jutarnji.hr* 16 odnosno 11 puta. Tako imamo objave predsjednice Kolinde Grabar Kitarović gdje objavljuje svoje slavlje iz svlačionice nakon pobjede protiv Argentine (*Jutarnji.hr*, 02.07.) ili susret premjera Andreja Plenkovića sa svjetskim kolegama na NATO summitu gdje je svima podjelo dres hrvatske reprezentacije (*Vecernji.hr*, 10.07.).

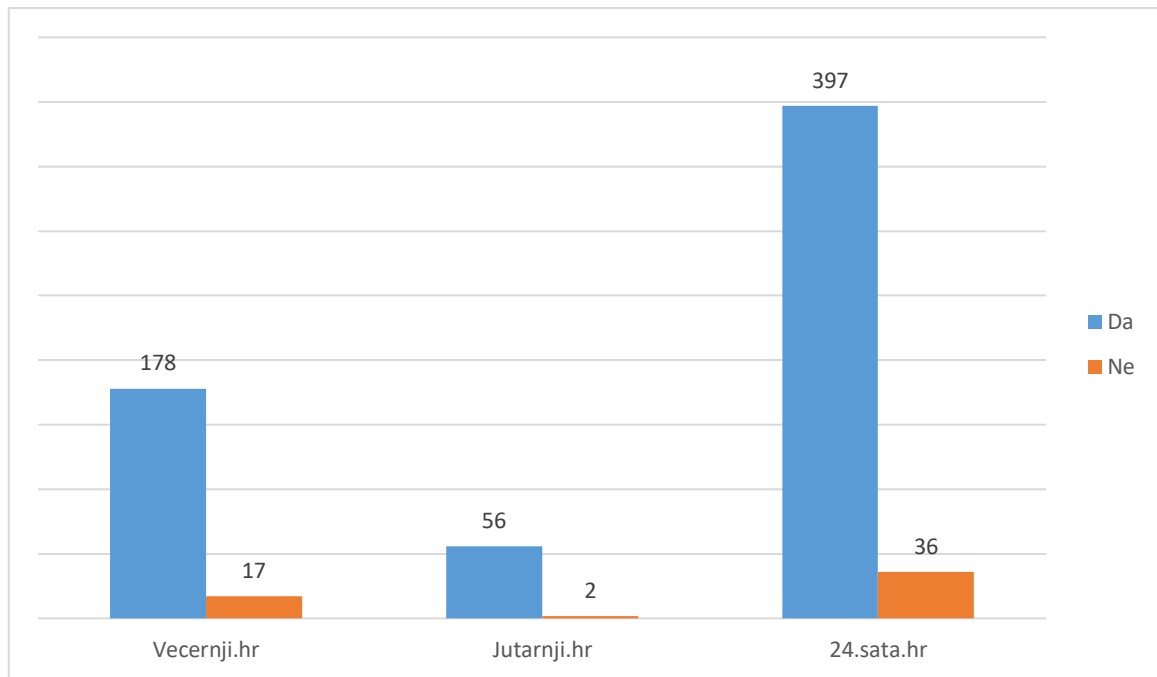
Treća kategorija koja pobuđuje zanimanje je kategorija osoba iz svijeta zabave, ona je postavljena ovako široko, zato jer su u nju ušli filmski i kazališni glumci i glumice, modeli,

osobe s TV-a te sve ličnosti iz javnog života, njihove objave kojih je bilo 99 pretežno su se objavljivale u sklopu slavlja nakon utakmica i njihove potpore igračima te u rubrikama showbiz i s velikom količinom slika preuzetih sa njihovih službenih *Instagram* profila. U korištenju tih objava je prednjačio *24sata.hr* s njih 58, a slijedili su ga *Vecernji.hr* s 28 i *Jutarnji.hr* s 18 objava.



Graf 15.: Profil društvene mreže s koje je preuzeta objava korištena u članku

Osim profila s koje je preuzeta korištena objava trebalo je istražiti i jeli taj profil službeni ili nije, naravno kada se preuzimala objava s profila „obične“ osobe to je bilo teško za utvrditi. No, sve društvene mreže, sve službene profile označavaju s plavim kružićem u kojem je kvačica, to pokazuje da je ta osoba ili organizacija ono za što se izdaje. Pa su tako sadržaj sa službenih profila iz gore navedenih kategorija najviše preuzimali *24sata.hr* u njih 397 slučajeva, 178 puta su se takve objave mogle pronaći na portalu *Vecernji.hr*, dok je portal *Jutarnji.hr* imao 56 takvih objava.

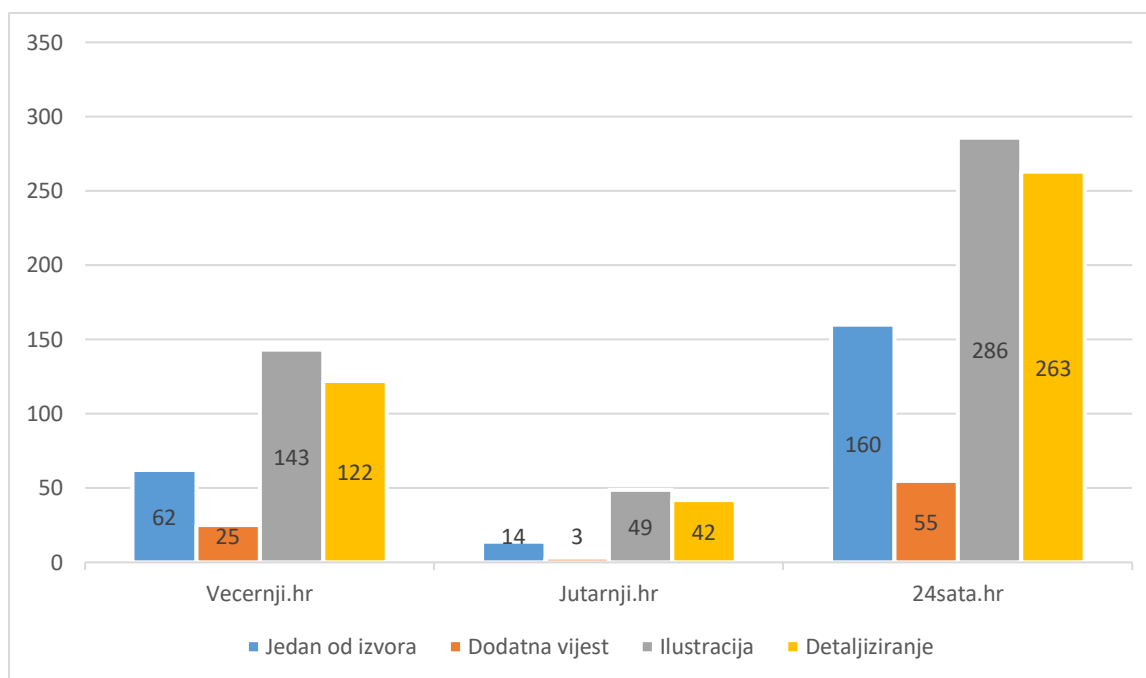


Graf 16.: Sadržaj preuzet sa službenog profila

5.4.12. Ciljevi korištenih objava s društvene mreže

Važna zadaća ovog istraživanja bilo je u određivanje svrhe i razloga korištenja preuzetih objava s društvenih mreža.

Na osnovi provedenog pilot istraživanja formirani su slijedeći ciljevi korištenja objave s društvene mreže u novinarskim tekstovima: jedan od izvora, dodatna vijest, ilustracija, detaljiziranje. Kada je objava s društvene mreže poslužila samo kao dodatni čimbenik kojim bi članak dobio na vjerodostojnosti postavljen je u kategoriju jedan od izvora. Kada se velikom tekstu, kao primjerice u kategoriju kronologija događaja redaju vijesti, objave sa društvenih mreža posluže kao još jedan aspekt cjelokupnom događaju koji baca novo svjetlo na njega. Ilustracije su objave koje su opisivale, to jest ilustrirale veću priču, a neke su sadržavale i slikovnu reprezentaciju, odnosno situacija kada slika objavljena s društvene mreže posluži kao vizualni opis teksta o kojem članka govori. Četvrta kategorija cilja zbog kojeg je objava preuzeta s društvene mreže je njezino detaljiziranje, odnosno potkrijepe slikom ili riječju nekog zanimljivog detalja. U većini se analiziranih članaka događalo da se mogu naći dvije ili tri kategorije što se i moglo očekivati zbog posebnosti sportskog izvještavanja koje se često fokusira na neke sitne detalje ili vizualnu ilustraciju poznatog pratitelja/navijača reprezentacije.



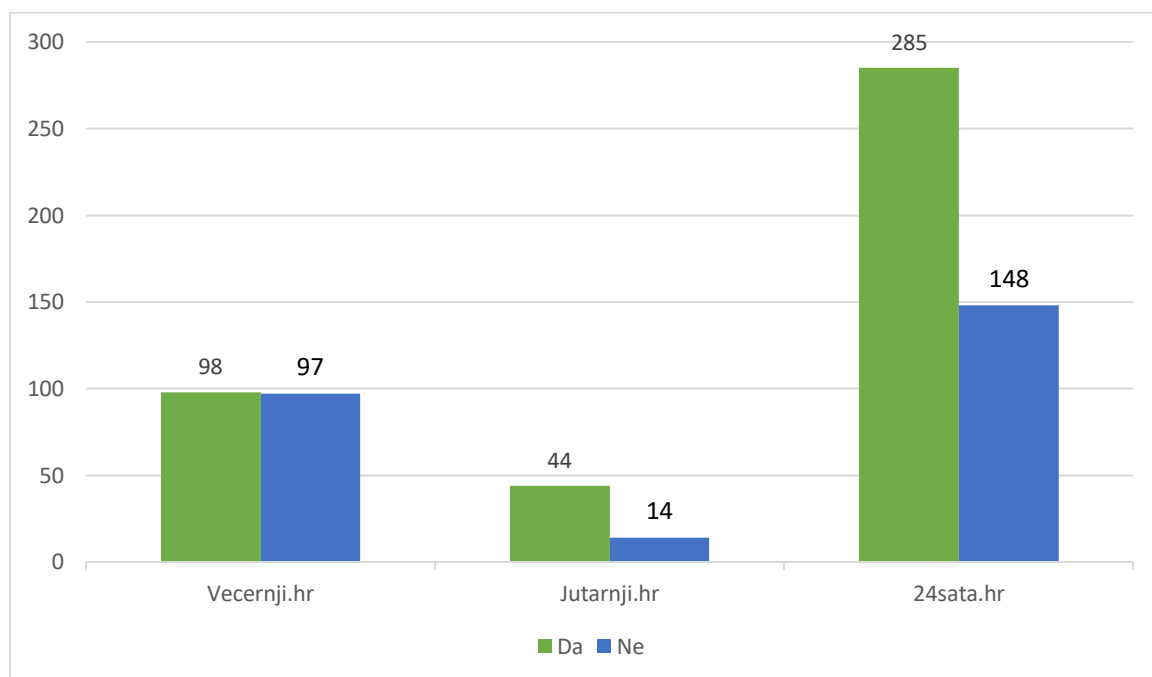
Graf 17.: Razlog korištenja objave s društvene mreže

Stoga se provedenom analizom može zaključiti kako su novinari u najvećem broju članaka koristili objave s društvenih mreža za ilustracije veće priče. *24sata.hr* ih je koristio u 286 članaka, *Vecernji.hr* u njih 143, a *Jutarnji.hr* u njih 49. Primjerice, u članku o navijačkom ludilu koje je zahvatilo Bruxelles novinar postavlja objavu dvoje europarlamentaraca, jednog iz Hrvatske, zastupnice Ruže Tomašić te Nizozemca Petera van Dalena tako ilustrirajući istinitost tvrdnji jer oboje nose navijačke dresove svojih zemalja (*Vecernji.hr*, 11.07.). Ovakav odnos uporabe ilustracije između *24 sata* i *Večernjeg lista* te *Jutarnjeg lista* daje za pravo Broersmu i Grahamu koji su rekli da: "... kvalitetne novine češće koriste twittowe kao ilustracije u praćenju događaja od popularnog tiska... (Broersma & Graham, 2013)"

Drugi važan podatak koji se može iščitati analizom Grafa 17. je činjenica kako se velika većina članaka bavi detaljiziranjem događaja na Svjetskom prvenstvu kao što je npr. izrada posebnih članaka za pojedinačne golove hrvatske reprezentacije i pritom dodavanje objava s društvenih mreža, a takvi su primjeri na sva tri medija bila podjednako zastupljena s ilustracijama (263 na *24sata.hr*, 122 na *Vecernji.hr* i 42 na *Jutarnji.hr*). Treba dodati kako je mali broj ilustriranih i detaljiziranih članaka na *Jutarnji.hr* normalana s obzirom na mali broj objavljenih članaka. Kategorija koja se relativno malo pojavljuje je ona dodatne vijesti što je i bilo za očekivati jer kada se i pojavila bilo je to prilikom kronologije događaja.

Treća važna činjenica je i potreba novinara da u svojim člancima koji su se bavili temama za koje nisu postojale službene fotografije ili nisu bile dovoljno reprezentativne koriste se onima preuzetima s društvenih mreža (Graf 18.), stoga je zanimljivo promotriti graf koji

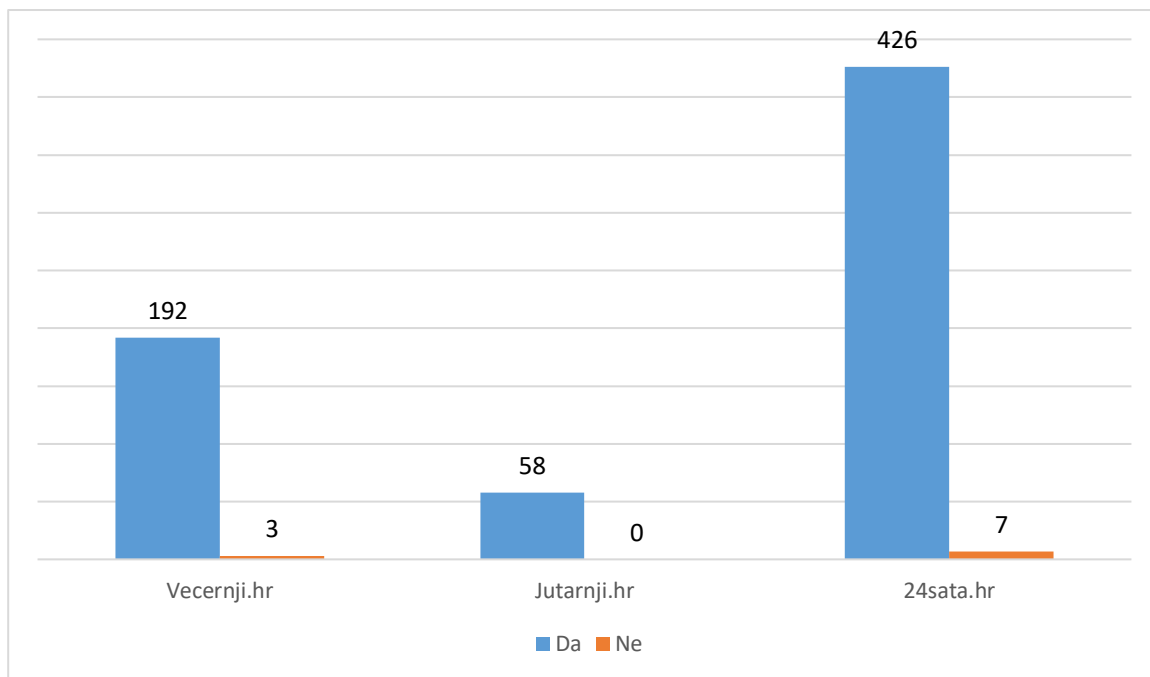
pokazuje kako se do dogodilo u 285 slučajeva na portalu *24sata.hr*, u 98 slučajeva na *Vecernji.hr* i u 44 slučaja na *Jutarnji.hr*.



Graf 18.: Preuzeta slika s društvene mreže

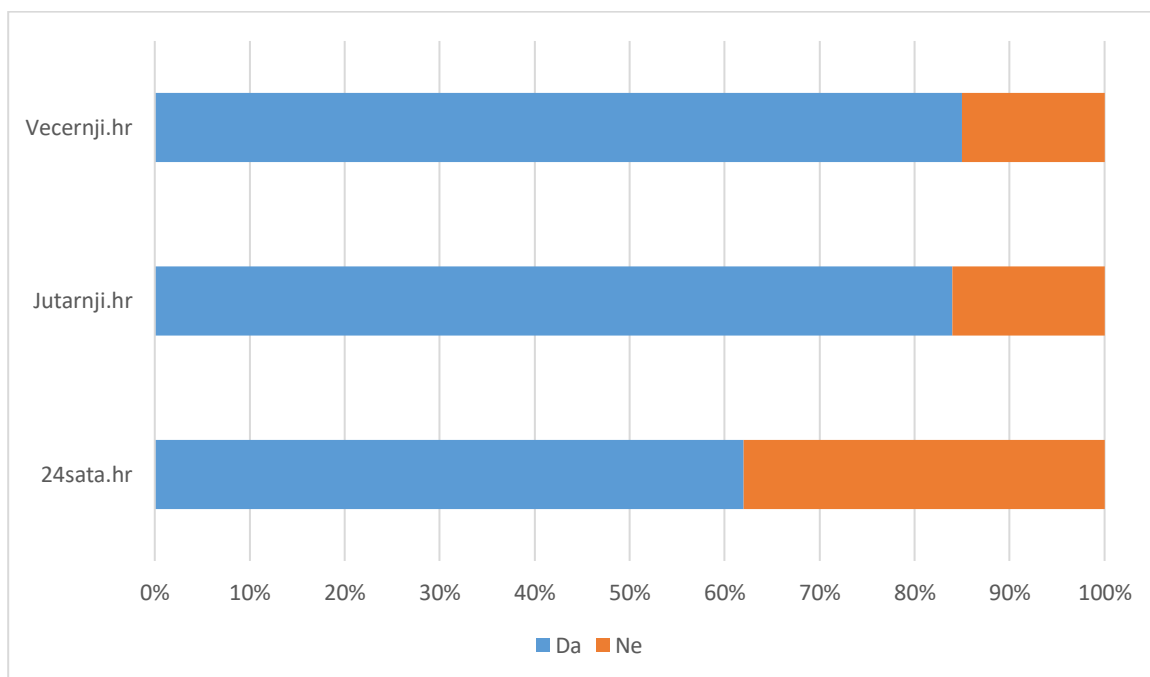
5.4.13. Objave s društvenih medija

Također nas je zanimalo na koji su način novinari koristili objave s društvenih mreža, jesu li ih preuzimali u cijelosti ili ne najčešće citirali u tijelu teksta, dok bi na njegovom kraju preuzeli cjelokupnu objavu u jasno označenom okviru društvene mreže. Kako je vidljivo iz Grafa 19, objave s društvenih mreža preuzete su u cijelosti u svim analiziranim člancima portala *Jutarnji.hr*. I preostali portali na isti su način koristili objave u velikoj većini svojih tekstova. Nisu pronađeni u samo tri članka na *Vecernji.hr* dok jesu u njih 192. Na portalu *24sata.hr* 426 članaka je u cijelosti preuzelo objavu s društvene mreže, dok njih 7 nije.



Graf 19.: Sadržaj preuzet u cijelosti s društvene mreže

Zanimljivo je promotriti koliki je udio korištenih u novinarskim tekstovima objava s društvenih medija postao središnjom temom članka (Graf 20.). Kao što su i analize nekih prethodnih pitanja pokazale, većina članaka sa sva tri proučavana portala bavila su se samim objavama s društvenih medija. Takvih je bilo 85% članaka na *Vecernji.hr* i 84% na *Jutarnji.hr*. Taj je udio kod *24sata.hr* ipak nešto manji, ali zbog puno većeg broja analiziranih tekstova (62%). Ovi nam podatci još jednom potvrđuju kako hrvatski novinari tijekom praćenja SP 2018. nisu koristili društvene medije kao dopunski, već kao primaran izvor.



Graf 20.: Objava s društvene mreže kao središnja tema članka

5.5.RASPRAVA

Cjelokupno istraživanje izrađeno je kako bi se utvrdila uloga društvenih medija u praćenju događanja na Svjetskom nogometnom prvenstvu 2018. godine u Rusiji. Temeljem rezultata koji su dobiveni analizom sadržaja svih 683 članaka koji su u sebi sadržavali objave s društvenih mreža a preuzeti su s portala *Vecernji.hr*, *24sata.hr* i *Jutarnji.hr* pruža se mogućnost potvrde ili odbacivanja jedne glavne i četiri pomoćne hipoteze.

Početi ćemo ovu analizu rezultata s onima koji se odnose na postavljenu glavnu hipotezu koja glasi:

H: Društveni mediji su se u tekstovima o SP 2018 koristili kao glavni i dodatni novinarski izvor, češće za „laganije“ nego sportske teme i za privlačenje što veće publike

U 85% (*Vecernji.hr*) odnosno 82% (*Jutarnji.hr*) i 62% (*24sata.hr*) slučajeva objave s društvenih mreža poslužile su kao središnja tema članka, a objave koje su koristili preuzimali bi s profila osoba iz svijeta zabave ili političara. Tako je bilo u 53 odnosno 17 slučajeva na portalu *24sata*, odnosno 28 i 16 puta na portalu *Večernjeg lista*. Pa ipak u 32 slučajeva članci na *24sata.hr* tematizirali su analizu utakmice ili njezinim najavama kao što je bilo u 114 slučajeva i bavilo se ozbiljnijom sportskom tematikom. Na ostala dva portala takvih je slučajeva bilo nešto manje, *Vecernji.hr* je imao 7 odnosno 40 takvih članaka. Dok *Jutarnji.hr* nije imao niti jedan članak koji se bavio analizom utakmice, ali je imao 11 koji su se bavili najavom. Stoga, glavna hipoteza je djelomično potvrđena. Sagledavajući sveukupan korpus analiziranih članaka dolazi se do zaključka kako je većina objava s društvenih mreža koje su korištene tu kako bi se čitateljima dale alternativne teme onoj glavnoj crti, koja je nogomet. One služe za opuštanje čitatelja, pa oni tako mogu pročitati tko je sve od političara, osoba iz svijeta zabave bio na tribinama te ih usput i vidjeti, ako ne uživo, onda barem preko članka na portalu i njihovog *Instagram* profila. Čitatelji mogu saznati o gradovima domaćinima, njihovoj lokalnoj kuhinji, restoranima i drugim znamenitostima jer su se brojni novinari koristili metodama live stream-a te su tako gledateljima u Hrvatskoj donosili novosti iz Rusije.

S druge pak strane 10-tak je tekstova bilo ozbiljnog karaktera gdje su se objave s društvenih mreža koristile prvenstveno u edukacijske ili kritičke svrhe. U 10-tak tekstova koji su se bavili analizama utakmica objave s društvenih mreža omogućile su novi, interaktivni kanal komunikacije novinara i čitatelja što je pomoglo raznolikosti sadržaja. Glavna hipoteza je potvrđena.

Nadalje iznosimo rezultate za pomoćne hipoteze postavljene u radu:

H1: Kako bi ih obogatile u tekstove su stavljane objave s društvenih mreža s mjesta do kojih novinari na mjestu događaja nisu mogli doći (npr. svlačionica, autobus, zrakoplov, hotel)

Kada bi novinari izvještavali o slavlju nakon utakmice ili zabavi nogometaša u hotelu, u svojim bi člancima koristili objave s društvenih mreža. Kao primarni profil s kojih bi preuzimali sadržaj je onaj od nogometaša pa tako u 71 slučaju *24sata.hr* koristi objave s njihovih profila, *Vecernji.hr* ih je koristio u 48 slučajeva, a *Jutarnji.hr* u njih 7. U 379 članaka koji su koristili društvene mreže na portalu 24sata našlo se u sportskoj rubrici, dok je njih 30 u Showbiz. *Vecernji.hr* je imao još veći raspon od 177 članaka naspram njih 4, dok je *Jutarnji.hr* jedini imao više članaka u Showbiz rubrici (18) nego u sportskoj (11). Jer je kao jedan od glavnih kanala kojima su novinari dobivali materijal za gradnju svojih članaka bilo je slobodno objavljivanje reakcija, i trenutaka u svlačionici, autobusu ili hotelu nakon svake pobjede hrvatske nogometne reprezentacije. Taj liberalni pristup, jer neke momčadi ne dozvoljavaju korištenje društvenih mreža za vrijeme velikih natjecanja, omogućio je novinarima da u svakom trenutku nakon utakmice mogu pratiti ili službeni profil HNS-a ili profile nogometaša i dobiti slike koje se do pojave društvenih mreža mogle samo ispričati. A pošto su novinari portala dosta tih objava stavljali u rubrike sportske tematike moglo se i tamo čitati o „laganijim temama“ te na temelju svih iznesenih rezultata prva pomoćna hipoteza je potvrđena.

H2 Portali su sadržaje iz objava preuzetih sa društvenih mreža često koristili za opremu članaka

Kada bi se radilo o tekstovima na portalima u kojima bi glavna tema članka bila sama objava na društvenoj mreži, a što je bilo u 85% slučajeva na *Vecernji.hr*, odnosno 84% slučajeva na *Jutarnji.hr* i 62% slučajeva na *24sata.hr* tada bi se za ilustraciju koristila upečatljiva izjava, slika ili *screen shoot* objave s društvene mreže. Ilustracijama se najviše služio portal 24 sata u 286 slučajeva, dok su za njim bili u 143 slučaja *Vecernji.hr* i *Jutarnji.hr* s 49 slučajeva. Novinari su osim samog sadržaja objava koristili i slike koje su došle uz njih 285 puta na *24sata.hr*, 98 na *Vecernji.hr* i 44 na *Jutarnji.hr*. Stoga je druga pomoćna hipoteza potvrđena.

H3: Objave s društvenih mreža koriste se kao jedini izvor u tekstu kada se njihova tema ne odnosi na same utakmice

Za većinu tekstova čija središnja tema nije sama utakmica moglo bi se reći da je jedan od glavnih izvora korištenje objava s društvenih mreža, pa se tako kada su u pitanju slavni navijači i njihove objave njih 92 moglo naći na *24sata.hr* ili 38 takvih objava je bilo na *Vecernji.hr*, a najmanje njih 28 na *Jutarnji.hr*. No, kada nisu bile u pitanju osobe do kojih pristup novinarima nije bio moguć, već je bilo riječ o popratnim događajima oko stadiona, tada je do izražaja došla činjenica kako se u Rusiji nalazio veliki broj hrvatskih novinara, a oni su veliku većinu tih ne nogometnih tema radili na klasični novinarski način. Obilaženjem gradova i traženjem priča uz razgovore s lokalnim stanovništvom i našim navijačima, jedino kada bi bili prisiljeni koristiti društvene mreže su događanja izvan terena u gradovima gdje ne igra hrvatska reprezentacija u kontekstu teme najava utakmica. Stoga, treća pomoćna hipoteza nije potvrđena.

H4: Objave sa društvenih mreža dopunski su izvor tekstovima u sportskoj rubrici, a primarni izvor tekstovima u ostalim rubrikama

Kao primarni izvor informacija u sportskoj rubrici koristili su se analizom novinara koji su boravili na utakmici ili službenim dokumentima i objavama organizacijskog odbora i FIFA-e, a objave s profila društvenih mreža organizacija UEFA-e ili FIFA-e bile bi sekundarne naravi. Isto tako novinari bi koristili objave s društvenih mreža službenih profila stranica koji se bave statistikom kako bi svoje članke začinili nekom zanimljivom činjenicom. Najviše su ih koristili 60 puta na *24sata.hr*, u 35 slučajeva na *Vecernji.hr* i 2 puta na *Jutarnji.hr*.

Kada bi utakmica završila tada bi novinari jedno mogli kroz mix-zonu doći do reakcija od igrača dok bi se sve druge informacije dobila preko društvenih mreža. U tome vremenu novinarima bi dobro poslužile objave s društvenih mreža samih igrača, čiji su broje već prije bile navedene, gdje bi mogli saznati nešto što igrači možda ne bi podijelili s njima u „službenom“ okruženju. Kada su u pitanju druge rubrike, društvene mreže su u velikoj mjeri glavni novinarski izvori jer su se oni uglavnom orijentirali na *Instagram* objave osoba iz svijeta zabave koje su one same objavljivale kada su bile u svom privatnom okruženju, tako 53 puta *24sata.hr* koriste objave s profila osoba iz svijeta zabave, njih 28 koristi *Vecernji.hr*, a 18 *Jutarnji.hr*. Zbog nejasnog kriterija određivanja članaka i smještanja u odgovarajuće rubrike, znalo bi dogoditi da se neki članci koji su showbizz karaktera nađu u sportskoj rubrici. Stoga je četvrta pomoćna hipoteza djelomično potvrđena.

6. ZAKLJUČAK

Društvene mreže i novinarstvo imaju odnos koji se razvijao kako su društvene mreže postajale sve raznolikije i popularnije među čitateljima i osoba od interesa novinara. Novinari su zarana prepoznali koju će ulogu praćenje objava s društvenih mreža imati na njihov način rada i komuniciranja. Stoga su ih počeli sve više koristiti kao svoje izvore informacija ili kao mjesta gdje će promovirati svoj rad prema javnosti te stupiti u brzu i jednostavnu interakciju s njima. Kao izvor društvene mreže su lako dostupne, koriste ih brojni političari i osobe od javnog interesa da iznesu svoje stavove, što olakšava novinarima posao jer ih ne prisiljava na stalni odlazak na konferencije za novinare. No, s druge strane ta činjenica im onemogućava postavljanje pitanja, što su političari dobro primijetili te ih sve više koriste kako bi napadali novinare i „skrivali se“ od njihovih protupitanja. Također valja istaknuti kako su društvene mreže poslužile kao dobar izvor novinarima kada bi trebali osjetiti puls čitatelja korištenjem svoje popularnostima na njima gdje bi na brz način došli do povratnih informacija, no jednako tako su se na taj način izložili i kritici. No unatoč tome prema rezultatima istraživanja koja su prikazana u radu (Lewis & Molyneux, 2018; Hargittai, 2015; McGregor & Molyneux, 2016) sve više novinara koristi društvene mreže kao izvor u svojim člancima, što jasno da naslutiti da će njihova upotreba samo rasti te će oni promijeniti način na koji novinari skupljaju informacije, što će dovesti u opasnost sagledavanje šire slike događaja i analiziranje drugih aspekata problema korištenje klasičnih izvora prikupljanja podataka.

Sve ove činjenice mogu se primijeniti i na sportsko novinarstvo, koje je također zahvatio val korištenja društvenih mreža kao izvora informacija za dobivanje dublje slike u život sportaša i njihovog života iza pozornice. Temeljem ciljeva postavili smo hipoteze i ispitali ih analizom sadržaja članaka ulogu društvenih medija na praćenje Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine. pokazalo kako je glavna hipoteza potvrđena i da su one korištene u tekstovima češće za „laganije“ teme i to kako bi čitateljima pružio odmak od glavnog događaja, a to je zbivanje na terenu. *24 sata.hr* ih je koristio u 70 slučajeva, a *Vecernji.hr* u njih 44. No ipak, bilo je dosta članaka koji su za svoj primarni cilj imali sportski aspekt. I tu se dolazi do prvog problema istraživanja, teško je bilo kroz cijelo istraživanje odrediti svrhu članaka jer su se u njihovom sadržaju dosta ispreplitali sportski, ali i zabavni efekti. U konačnici sport je igra i zabava, pa je mala tanaka granica između jednoga i drugoga.

No društvene mreže su novinarima također omogućile i pristup događajima u svlačionici, autobusu ili hotelu preuzimanje sadržaja s profila nogometaša kao što su i učinili novinari s

portala *24sata.hr* 71 slučaju ili na portalu *Vecernji.hr* u 48 slučajeva, čime je potvrđena i prva pomoćna hipoteza rada. Taj pristup je imao obostrane koristi za sve, nogometaši su se humanizirali jer su obični ljudi vidjeli da su i oni jedni od njih, a novinari su dobili nikada prije viđeni pogled u njihov svijet. Ta mogućnost novinarima je dala i veliku količinu informacija za stvaranje sadržaja koji su mogli popuniti postavljanjem slika i informacija u objavama u opremu članaka, što se slaže s našom drugom pomoćnom hipotezom, što je i velika većina njih i činila (285 puta na *24sata.hr*, 98 na *Vecernji.hr* i 44 na *Jutarnji.hr*) Ipak ne bi bilo ispravno za reći kako su društvene mreže preuzele primat na ostalim načinima prikupljanja informacija jer je činjenica da je veliki broj novinara bilo u Rusiji što mi je omogućilo pisanje članaka bez isključivog oslanjanja za izvore s društvenih mreža, čime nije potvrđena treća pomoćna hipoteza. I to je drugi problem ovoga istraživanja ono je prikazalo koju su ulogu imale društvene mreže u praćenju Svjetskog nogometnog prvenstva jer su otvorile neke nove kanale od sportaša prema čitateljima, no zbog velike koncentracije novinara one su im u većini slučajeva koristile za omekšavanje sportske tematike, pa bi se za njihov potpun utjecaj trebao naći sportski događaj s manjim brojem novinara.

Također zbog tolike količine sadržaja koji bi se trebao nalaziti u rubrici showbizz došlo je do suprotnog efekta, izgubila se kvalitetna sportska analiza i promišljanje o sportu kao nečem što nemora stalno sadržavati reakcije poznatih navijača, političara ili publike, nego ono zašto ljudi i čitaju portale koji se bave sportom a to je analiza od strane osoba koje su bile na licu mjesta i koje će na temeljem zbog kredibiliteta, analitike i činjenica iznijeti stav o viđenom sportskom događaju. Iako to možda ne bi bilo toliko zanimljivo širem čitateljstvu, to je bit sportskog novinarstva, borilište, a ne koga je bilo ili nije na tribinama.

7. POPIS KORIŠTENE LITERATURE

1. Adornato, A. C., 2016. Forces at the Gate: Social Media's Influence on Editorial and Production Decisions in Local Television Newsrooms. *Electronic News*, 10(2), str. 87-104.
2. AEM, 2010. HD-WIN ARENA SPORT d.o.o., s.l.
3. Allcott, H. & Gentzkow, M., 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, str. 211-236.
4. Amazon.com, 2016. Amazon Prime Air., <https://www.amazon.com/Amazon-Prime-Air/b?ie=UTF8&node=8037720011> (stranica posjećena: 24. travanja 2019.)
5. Anić, V., 1991. Detaljiziranje. U: Rječnik Hrvatskog jezika. Zagreb: Novi Liber, str. 102.
6. Auguet, R., 1994. *Cruelty and Civilization: The Roman Games*. New York: Routledge.
7. BBC Sport, 2009. Russia enters race to host 2018., <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/football/internationals/7838233.stm> (stranica posjećena: 19. prosinca 2019.)
8. BBC Sport, 2010. Russia & Qatar will host the 2018 and 2022 World Cups., <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/football/9250612.stm> (stranica posjećena: 19. prosinca 2019.)
9. BBC, 2008. Ronaldo joins legendary list, <http://news.bbc.co.uk/sport2/hi/football/7743176.stm> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)
10. Berners-Lee, T. & Cailliau, R., 1990. WorldWideWeb: Proposal for a HyperText Project., <https://www.w3.org/Proposal.html> (stranica posjećena: 23. travnja 2019.)
11. Bešker, I. i dr., 2004. Istraživačko novinarstvo. Zagreb: Press Data.
12. Birchard, J., 2010. *Jock Around the Clock: The Story of History's First All-Sports Radio Network*. 1 ur. Bloomington: Xlibris.
13. Boyd, D. M. & Ellison, N. B., 2007. *Journal of Computer-Mediated Communication*., <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
14. Bradshaw, P., 2017. *The Online Journalism Handbook: Skills to Survive and Thrive in the Digital Age*. London: Routledge.
15. Brems, C., Temmerman, M., Graham, T. & Broersma, M., 2017. Personal Branding on Twitter. *Digital Journalism*, 5(4), str. 443-459.

16. Broersma, M. & Graham, T., 2012. Social Media as Beat. Journalism, VI(3), str. 403-419.
17. Broersma, M. & Graham, T., 2013. Twitter as a news source: How Dutch and British newspapers used tweets in their news coverage, 2007-2011. Journalism Practice, str. 446-464.
18. Carlson, M. & Franklin, B., 2010. Journalists, Sources and Credibility: New Perspectives. New York: Routledge.
19. Carlson, M., Robinson, S., Lewis, S. C. & Berkowitz, D. A., 2018. Journalism studies and its core commitments: The making of a communication field. The Journal of Communication, Svezak 1, str. 6-25.
20. CBC News, 2010. G20 protest violence prompts over 400 arrests., <https://www.cbc.ca/news/canada/g20-protest-violence-prompts-over-400-arrests-1.906583> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)
21. celebritynetworth.com, 2020. Bill Simmons Net Worth, <https://www.celebritynetworth.com/richest-celebrities/authors/bill-simmons-net-worth/> (stranica posjećena: 29. lipnja 2020.)
22. Cheng, X., Dale, C. & Liu, J., 2008. 16th International Workshop on Quality of Service, <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/4539688/authors#authors> (stranica posjećena: 28. lipnja 2020.)
23. Chen, Y., Conroy, N. J. & Rubin, V. L., 2015. Misleading Online Content: Recognizing Clickbait as "False News". WMDD '15: Proceedings of the 2015 ACM on Workshop on Multimodal Deception Detection, str. 15-19.
24. Cohen, L., 2009. Is there a difference between social media and social networking?., <https://lonscohen.com/blog/2009/04/difference-between-social-media-and-social-networking/> (stranica posjećena: 28. lipnja 2020.)
25. Crawford, K., 2011. News to Me: Twitter and the Personal Networking of News. News Online: Transformations and Continuities, str. 115-131..
26. Dewey, C., 2016. Facebook Fake-News Writer: 'I Think Donald Trump is in the White House because of Me.'. Washington Post.
27. Dictionary.com, 2000. clickbait., <https://www.dictionary.com/browse/clickbait> (stranica posjećena: 23. prosinca 2019.)
28. Differdange, D., 2018. DW. <https://www.dw.com/en/is-traditional-sports-journalism-still-relevant-in-the-age-of-social-media/a-43687112> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)

29. Draper, K., 2014. Basketball's Biggest Reporter Is Waging War on ESPN—And He'll Do Anything to Win., <https://newrepublic.com/article/120572/adrian-wojnarowski-how-basketballs-reporting-machine-gets-his-scoops> (stranica posjećena: 5. studenoga 2019.)
30. Edwards, B., 2016. The Lost Civilization of Dial-Up Bulletin Board Systems. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/11/the-lost-civilization-of-dial-up-bulletin-board-systems/506465/> (stranica posjećena: 23. travnja 2019.)
31. Edwards, C., 2013. Valve Lines Up Console Partners in Challenge to Microsoft, Sony., <https://www.bloomberg.com/news/articles/2013-11-04/valve-lines-up-console-partners-in-challenge-to-microsoft-sony> (stranica posjećena: 24. travnja 2019.)
32. Ekman, M. & Widholm, A., 2017. Political communication in an age of visual connectivity: Exploring Instagram practices among Swedish politicians. *Northern Lights*, Issue 15, str. 15-32.
33. Feldi, . M. E., 2018. FACEBOOK Imamo nova pravila, ali imaju li i ona rupe?., <https://www.globalnovine.eu/tehnologija/facebook-imamo-nova-pravila-ali-imaju-li-i-ona-rupe/> (stranica posjećena: 25. travanja 2019.)
34. FIFA, 2015. s.l.,
35. Forbes.com, 2020. #1 Jeff Bezos, s.l., <https://www.forbes.com/profile/jeff-bezos/#33808e651b23> (stranica posjećena: 25. travanja 2019.)
36. Froissart, J., 1810. *Chronicles of England, France, Spain and the adjoining countries from the latter part of the reign of Edward II to the coronation of Henry IV* in 12 volumes, 1 (1803–10 ed.). Global folio, str. 613-15.
37. Futrell, A., 2006. *A Sourcebook on the Roman Games*. Oxford: Blackwell Publishing.
38. Gabrić, M. R., 2017. *Sportsko novinarstvo i etika*. Zagreb
39. Galić, M., ur., 2016. *Sportski programi*. U: *Leksikon radija i televizije*. Zagreb: Ljevak, str. 494.
40. Gans, H., 1979. *Deciding What's News*. 1 ur. New York: Vintage Books.
41. Garcia, M. J., 2012. Report on the inquiry into the 2018/2022 FIFA World Cup bidding process., https://resources.fifa.com/mm/document/affederation/footballgovernance/02/89/87/97/aus_bel_ned_eng_esp_por_jpn_kor_qat_report_neutral.pdf (stranica posjećena: 19. prosinca 2019.)
42. Gillis, T. L. & Johnson, K., 2015. Younger Journalists More Likely to Use Social Media. *Newspaper Research Journal*, XXXVI(2), str. 184-196.

43. Glasser, M., 2006. Your guide to citizen journalism., <http://mediashift.org/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270/> (stranica posjećena: 30. travnja 2019.)
44. Graham, J., 2005. ideo websites pop up, invite postings., https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites_x.htm (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
45. Guardian sport, 2016. Russia 2018: World Cup mascot Zabivaka the wolf unveiled in Moscow., <https://www.theguardian.com/football/2016/oct/21/russia-2018-zabivaka-world-cup-mascot> (stranica posjećena: 19. prosinca 2019.)
46. Hardy, S. H., 1974. The Medieval Tournament: A Functional Sport of the Upper Class. Journal of Sport History, Issue 1(2), str. 91-105.
47. Head, T., 1999. The Development of the Peace of God in Aquitaine (970–1005). Speculum, Srpanj, Svezak 74.3, str. 656-686.
48. Hendrick, A., Karpf, D. & Kreiss, D., 2018. The earnest Internet. International Journal of Communication, 12(8), str. 1057-1064.
49. Hermans, L., Vergeer, M. & d'Haenens, L., 2009. Internet in the Daily Life of Journalists: Explaining the use of the Internet by Work-Related Characteristics and Professional Opinions. Journal of Computer-Mediated Communication, Svezak XV, str. 128-157.
50. HND, 2016. Kodeks časti hrvatskih novinara - HND., <https://www.hnd.hr/kodeks-casti-hrvatskih-novinara> (stranica posjećena: 1. srpnja 2020.)
51. Hrvatska enciklopedija, 2019. Internet, Zagreb., <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27653> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
52. Hrvatska enciklopedija, 2019. penny press, Zagreb., <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=47458> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
53. Hrvatska enciklopedija, 2019. radio, Zagreb., <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=51468> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
54. Hrvatska enciklopedija, 2019. šport, Zagreb., <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=59859> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)

55. Hrvatska enciklopedija, 2020. rubrika, Zagreb., <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=53604> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
56. Ifantidou, E., 2009. Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*, Svezak 4, str. 699-720.
57. Jurišić, J. & Vesnić-Alujević, L., 2017. Changing Sourcing Practices: Journalists' Use of Facebook. *Digital Journalism*.
58. Kanižaj, I., 2007. Opća politiziranost hrvatskih dnevnih listova. U: S. Malović, ur. *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: ICEJ, str. 95-117.
59. Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2009. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), str. 59-68.
60. Kauffmann, B. G., 2019. Historylessons.net., <https://historylessons.net/sports-illustrated-the-magazine-that-popularized-sports> (stranica posjećena: 14. prosinca 2019.)
61. KDKA 2, 2010. KDKA Firsts., <https://pittsburgh.cbslocal.com/2010/04/01/kdka-firsts/> (stranica posjećena: 8. prosinca 2019.)
62. Kilgo, D. K., Salaverria, R., Garcia-Perdomo, V. & Harlow, S., 2016. A new sensation? An international exploration of sensationalism and social media recommendations in online news publications. *Journalism*, str. 1497-1516.
63. Kirkpatrick, D., 2012. Facebook efekt. Zagreb: Školska knjiga.
64. Kunczik, M. & Zipfel, A., 1998. Uvod u publicističku znanost i komunikologiju. Zagreb: Zaklada Friedrich Ebert.
65. Kurtić, N., 2007. Konceptualizacija Istraživanja. U: S. Malović, ur. *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: ICEJ, str. 63.
66. Lacy, S. & Rosenstiel, T., 2015. *Defining and Measuring Quality Journalism*. New Brunswick: Rutgers – School of Communication and Information.
67. Lagorio-Chafkin, . C., 2012. Kevin Systrom and Mike Krieger, Founders of Instagram., <https://www.inc.com/30under30/2011/profile-kevin-systrom-mike-krieger-founders-instagram.html> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
68. Lanier, L., 2019. Variety.com. <https://variety.com/2019/gaming/news/steam-one-billion-accounts-1203201159/> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
69. Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K., 1948. Mass communication popular taste and organized social action. *The Communication of Ideas*, str. 95-118.

70. Lewis, S. C. & Molyneux, L., 2018. A Decade of Research on Social Media and Journalism: Assumptions,. *Media and Communication*, 6(4), str. 11-23.
71. Magdić, Z., 1996. *Legende zagrebačkog nogometa*. Zagreb
72. Malović, S., 2005. *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.
73. Malović, S., 2007. Vjerujemo li novinama?. U: S. Malović, ur. *Vjerodostojnost novina*. Zagreb: ICEJ, str. 9-21.
74. Marchman, T., 2014. Shut Up About "Clickbait"., <https://theconcourse.deadspin.com/shut-up-about-clickbait-1551902024> (stranica posjećena: 22 prosinca 2019.)
75. Massanari, A., 2015. #Gamergate and the fapping: How Reddit's algorithm, governance, and culture suport toxic technocultures. *New Media & Society*, 19(3).
76. McGregor, S. C. & Molyneux, L., 2016. Journalism., <https://doi.org/10.1177%2F1464884918802975> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)
77. Messner, M. & Watson Distaso, M., 2008. The Source Cycle: How Traditional Media And Weblog Use Each Other As Sources. *Journalism Studies*, 9(3), str. 447-463.
78. Miller, . J. A. & Shale, T., 2011. *Those Guys Have All the Fun: Inside the World of ESPN*. 1 ur. Boston: Little, Brown and Company.
79. Motiz, B., 2014. *Rooting for the story: Institutional sports journalism in the digital age*, s.l.: Syracuse University.
80. mynewsdesk.com, 2018. How journalists use social media to source stories and disseminate news., <https://www.mynewsdesk.com/blog/how-journalists-use-social-media/> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
81. Nenadić, I., 2017. Journalists on Twitter: Reconfiguring Professional Identity, Reconsidering Research Ethics – The Case of Croatia. *Research Ethics in the Digital Age*, 12 Prosinac, str. 111-117.
82. Newman, N. i dr., 2020. *Digital News Report2020.*, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
83. News, C., 2011. <https://www.cbsnews.com/pictures/then-and-now-a-history-of-social-networking-sites/> (stranica posjećena: 23. travnja 2019.)
84. Niven, D. & Sandu, D., 2015. Candidates With Easy Access Get More Favorable Coverage. *Newspaper Research Journal*, XXXVI(2), str. 253-264.

85. Obar, J. A., 2015. ScienceDirect., <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596115001172?via%3Dihub> (stranica posjećena: 21. lipnja 2020.)
86. Obradović, Đ., 2008. Kolumne nisu novinski rod. MediAnali : međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima, 2(3), str. 13-38.
87. Painter, S., 1933. William Marshal, Knight-Errant, Baron, and Regent of England. Baltimore: Johns Hopkins Press.
88. Perez, S., 2017. <https://techcrunch.com/2017/11/07/twitter-officially-expands-its-character-count-to-280-starting-today/> (stranica posjećena: 25. travnja 2019.)
89. Picard, R. G., 2009. Blogs, Tweets, Social Media, and the News Business. Nieman Reports.
90. Poell, T. & Borra, E., 2012. Twitter, YouTube, and Flickr as platforms of alternative journalism: The social media account of the 2010 Toronto G20 protests. Journalism, str. 695-713.
91. Proleksis Enciklopedija, 2012. Sportske Novosti, s.l., <https://proleksis.lzmk.hr/57357/> (stranica posjećena: 21. lipnja 2020.)
92. Puppis, M., 2019. Analyzing Talk and Text I: Qualitative Content Analysis. U: H. Van den Bulck, ur. The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research. Cham: Palgrave Macmillan, str. 370-371.
93. Rader, B. G., 2009. American Sports: From the Age of Folk Games to the Age of Televised Sports. 6. ur. New York: Upper Saddle River.
94. Reed, S., 2011. Sports Journalists' Use of Social Media and Its Effects on Professionalism. Journal of Sports Media, 6(2), str. 43-64.
95. Richter, A., 2007. Post-Soviet perspective on censorship and the freedom of the media. International Communication Gazette, str. 307-324.
96. Riffe, D., Lacy, S. & Fico, F. G., 2008.. ANALYZING MEDIA MESSAGES Using Quantitative Content Analysis in Research. 2. ur. London: Lawrence Erlbaum Associates.
97. Rovell, D., 2018. LeBron James is worth hundreds of millions to the Cavs and Cleveland., https://www.espn.com/nba/story/_/id/23769496/lebron-james-worth-millions-economy-cleveland (stranica posjećena: 14. prosinca 2019.)
98. Rule, H., 2017. NISM., <https://nismonline.org/how-social-media-has-changed-the-world-of-sports-journalism/> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)

99. Sandler, R., 2020. LeBron James Launches Voting Rights Initiative In Wake Of George Floyd's Death., <https://www.forbes.com/sites/rachelsandler/2020/06/10/lebron-james-launches-voting-rights-initiative-in-wake-of-george-floyds-death/#4f68abc6254d> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)
100. Santoli, M., 2008.. The Magics Back., <https://www.wsj.com/articles/SB120372700801387237> (stranica posjećena: 20. prosinca 2019.)
101. Schifferesa, S. i dr., 2012. Identifying and Verifying News through Social Media. Digital Journalism, 2(3), str. 406-418.
102. Schlesinger, A., 1933.. The rise of the city, 1878-1898. New York: Macmillan Co..
103. Scott, D., 2012. A look behind the ESPN Sports Poll., <https://www.espnfrontrow.com/2012/01/a-look-behind-the-espn-sports-poll/> (stranica posjećena: 17. prosinca 2019.)
104. Sheridan Burns, L., 2009. Razumijeti novinarstvo. Zagreb: Ljevak.
105. Sherwood, B., 2008. Game plan keeps it simple., <https://web.archive.org/web/20090603015821/http://www.ft.com/cms/s/0/d074cf50-7375-11dd-8a66-0000779fd18c.html> (stranica posjećena: 23. travnja 2019.)
106. Shoemaker, P. & Reese, S., 1996. Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. White Plains: Longman Publishers.
107. Sigal, L. V., 1973. Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking. Lexington: DC Health and Co..
108. Silić, J., 2006. Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika. 1 ur. Zagreb: disput.
109. Simons, G., 2016. The impact of social media and citizen journalism on mainstream Russian news. Russian Journal of Communication, str. 33-51.
110. Smith, A., 2012. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Chicago: University of Chicago Press.
111. Smith, L. K., Tanner, A. H. & Duhé, S. F., 2007. Convergence concerns in local television: Conflicting views from the newsroom. Journal of Broadcasting & Electronic Media, Svezak 51, str. 555-574.
112. statista.com, 2018. Average and total attendance at FIFA football World Cup games from 1930 to 2018., <https://www.statista.com/statistics/264441/number-of-spectators-at-football-world-cups-since-1930/> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)

113. statista.com, 2018. Average number of goals scored per game at the FIFA World Cup from 1930 to 2018. <https://www.statista.com/statistics/269031/goals-scored-per-game-at-the-fifa-world-cup-since-1930/> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)
114. statista.com, 2020. Number of monthly active Facebook users worldwide 2008-2020., <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
115. statista.com, 2020. Number of social network users worldwide from 2010 to 2023., <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)
116. Suler, J., 2004. The online disinhibition effect. *Cyberpsychology & Behavior*, 7(3), str. 321-326.
117. Sundar, S. S., 1998. Effect of source attribution on perceptions of online news stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(1), str. 55-68.
118. Tanenbaum, A. S., 2013. *Computer Networks*. 3. ur. Amsterdam: Prentice Hall.
119. The Guardian, 2018. The Cambridge Analytica Files., <https://www.theguardian.com/news/series/cambridge-analytica-files> (stranica posjećena: 25. travnja 2019.)
120. Toney, J., 2012. *Sports Journalism: The Inside Track*. London
121. Twitter.com, 2019. About., <https://about.twitter.com/> (stranica posjećena: 25 travnja 2019.)
122. United Group, 2018. *United Group Operations*, s.l.
123. Utz, S., Muscanell, . N. & Khalid, C., 2015. Snapchat Elicits More Jealousy than Facebook: A Comparison of Snapchat and Facebook Use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Svezak 3.
124. van Dijck, J., 2013. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. 1 ur. London: Oxford University Press.
125. Večernji.hr, 2012. Facebook kupio Instagram za milijardu dolara!., <https://www.vecernji.hr/techsci/facebook-kupio-instagram-za-milijardu-dolara-396384> (stranica posjećena: 25. travnja 2019.)
126. Vis, F., 2013. Twitter as a reporting tool for breaking news. *Digital Journalism*, str. 27-47.
127. Ward Watkin, W., 1942. *The Middle Ages: The Approach to the Truce of God October*. The Rice Institute Pamphlet, listopada, Svezak XXIX.

128. West's Encyclopedia of American Law, 2008. Internet., <https://legal-dictionary.thefreedictionary.com/Internet> (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
129. Wikipedia.org, 2020. Glavna stranica Wikipedija.hr., https://hr.wikipedia.org/wiki/Glavna_stranica (stranica posjećena: 27. lipnja 2020.)
130. Williamson, K. D., 2018. The Wall Street Journal, <https://www.wsj.com/articles/when-the-twitter-mob-came-for-me-1524234850> (stranica posjećena: 30. lipnja 2020.)
131. Živko, S., 2019. 'Woj Bombs' – tko je čovjek koji stvara senzaciju?., <http://sportklub.hr/Sasa-Zivko/a87260-Woj-Bombs-tko-je-covjek-koji-stvara-senzaciju.html> (stranica posjećena: 11. prosinca 2019.)

8. PRILOZI

8.1. ANALITIČKA MATRICA

Analizirani portali: Vecernji.hr, Jutarnji.hr, 24sata.hr

Datum objave: 14. lipnja 2018. godine do 15. srpnja 2018. godine

Zajednička odrednica: Svi novinski članicu u kojima su se koristile objave s društvenih mreža, a bavili su se Svjetskim nogometnim prvenstvom u Rusiji 2018. godine

Matrica istraživanja

1. Portali:

1. Vecernji.hr
2. Jutarnji.hr
3. 24sata.hr
4. Index.hr
5. Gol.hr

2. Datum objave članka:

3. Rubrika u kojoj je članak objavljen:

1. Vijest
2. Sport
3. Showbiz
4. Ostalo

4. Vrsta priloga:

1. Vijest
2. Izvještaj
3. Intervju
4. Komentar/osvrt/kolumna
5. Ostalo

5. Autor članka:

1. Potpisani novinar
2. Redakcijski tekst
3. Kolumnist
4. Agencijska vijest

6. Veličina analiziranog članka:

1. Manje od pola kartice teksta
2. Do kartice teksta
3. Više od kartice teksta

7. Glavni predmet članka:

1. Najave utakmice
2. Nogometaši
3. Tijek utakmice
4. Kronologija događaja
5. Rezultat utakmice
6. Slavlje nakon utakmice
7. Analiza utakmice
8. Slavni navijači
9. Ostalo

8. Veza naslova i teksta u članku:

1. Naslov odgovara tekstu
2. Naslov izvučen iz konteksta, ali odgovara tekstu
3. Naslov ne odgovara teksta

9. Vrsta naslova:

1. Vjerodostojna
2. Senzacionalistička
0. Ne može se odrediti

10. Jasno označena objava s društvene mreže:

1. Da
0. Ne
- 1/0 Nemože se odrediti

11. Broj izvora s društvenih mreža korištenih u tekstu:

1. Jedan
2. Dva
3. Tri i više

12. Društvena mreža s koje je preuzet sadržaj:
1. Facebook
 2. Instagram
 3. Twitter
 4. Ostalo
 5. Nije navedeno
13. Profil društvene mreže s koje je preuzeta vijest korištena u članku:
1. Nogometaš
 2. Supruge/djevojke nogometaša
 3. Drugi sportaši
 4. Službeni profili nogometnog saveza/UEFA-e/FIFA-e
 5. Domaće ili strane medijske organizacije
 6. Političari
 7. Osobe iz svijeta zabave
 8. Ostalo
14. Sadržaj korištene objave s društvene mreže spominje se u opremi teksta?
1. Da
 0. Ne
15. Vijest preuzeta s društvene mreže središnja tema članka:
1. Da
 0. Ne
16. Koristi li se u članku preuzeta slika s društvene mreže:
1. Da
 0. Ne
17. Koji je cilj korištenja objave s društvene mreže:
1. Jedan od izvora
 2. Dodatna vijest
 3. Ilustracija
 4. Detaljiziranje
18. Sadržaj je preuzet iz objave s društvene mreže u cijelosti
1. Da
 0. Ne
19. Sadržaj preuzet sa službenog profila:
1. Da

0. Ne

20. Informacija preuzeta s objave na društvenoj mreži provjerena barem kod jednog neovisnog izvora:

1. Da

0. Ne

21. Funkcija članka:

1. Informirati

2. Promovirati

3. Kritizirati

4. Educirati

5. Zabaviti

6. Ostalo

22. Korištenje ključnih riječi (hashtag) u člancima:

1. Da

0. Ne

8.2 POPIS POVEZNICA ČLANAKA KORIŠTENIH U ISTRAŽIVANJU

https://www.vecernji.hr/sport/pocinje-spektakl-koji-smo-svi-cekali-rusi-otvaraju-svjetsko-prvenstvo-1252109
https://www.vecernji.hr/sport/robbie-williams-sokirao-na-otvaranju-sp-a-evo-zasto-svijet-ismijava-putina-1252135
https://www.vecernji.hr/sport/putin-ne-prasta-robbie-williams-placa-kaznu-za-potez-kojim-je-sokirao-1252264
https://www.vecernji.hr/sport/hrvatski-vojnici-sa-sljemena-porucili-reprezentativcima-sretno-vatreni-1252392
https://www.vecernji.hr/sport/hrvatski-navijaci-prevareni-specijalci-ih-odveli-izvan-grada-dobru-sacekusu-su-nam-priredili-1252451
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-idemo-hrvatska-danasnji-datum-itekako-je-sretan-vatrenima-1252523
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-svjetski-prvaci-sp-u-rusiji-otvaraju-protiv-meksika-1252669
https://www.vecernji.hr/sport/slaven-bilic-komentarom-nasmijao-kolege-pa-iskreno-nije-meni-briga-1252923
https://www.vecernji.hr/sport/cantona-na-originalan-nacin-pokazao-kakvu-frizuru-ima-neymar-1252948
https://www.vecernji.hr/sport/drama-u-zraku-putovali-na-utakmicu-pa-im-se-zapalio-motor-zrakoplova-1253135
https://www.vecernji.hr/sport/reakcija-japanskog-vratara-nakon-pogotka-postala-hit-na-internetu-1253140
https://www.vecernji.hr/sport/danas-završava-prvo-kolo-sp-a-dan-otvaraju-kolumbija-i-japan-1253060
https://www.vecernji.hr/sport/rebic-zaprijetio-dinamovcu-pazi-da-dres-ne-završi-na-ebayu-1253233
https://www.vecernji.hr/showbiz/poznati-irski-pjevac-veliki-je-navijac-hrvatske-1253255
https://www.vecernji.hr/sport/potez-navijaca-za-pohvalu-ovo-jos-nije-vi-eno-u-rusiji-1253283
https://www.vecernji.hr/sport/novinarka-ni-trepnula-navijac-ju-poljubio-i-uhvatio-za-grudi-pa-pobjegao-1253257
https://www.vecernji.hr/vijesti/islamska-drzava-opet-prijeti-napadima-meta-im-je-messi-blizi-se-sezona-lova-1253346
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-moze-li-urugvaj-kiksati-protiv-najlosije-momcadi-na-sp-u-1253373
https://www.vecernji.hr/sport/moze-li-iran-iznenaditi-i-spanjolsku-1253410
https://www.vecernji.hr/sport/kalinic-objavio-fotografiju-s-vatrenima-iz-svlacionice-1253456?page=3
https://www.vecernji.hr/sport/najzgodnija-hrvatska-navijacica-stigla-na-utakmicu-argentinci-poludjeli-za-njom-1253587
https://www.vecernji.hr/showbiz/larissa-je-bila-najseksi-navijacica-sp-a-2010-evo-kako-danas-izgleda-1253595?page=3
https://www.vecernji.hr/sport/festival-foodbalerka-nogomet-je-obiteljska-stvar-1253637
https://www.vecernji.hr/vijesti/ovakvo-prenosenje-utakmice-jos-niste-vidjeli-trebali-bi-ti-placati-za-ovo-1253648

https://www.vecernji.hr/sport/danska-protiv-australije-moze-doci-na-koracic-do-osmine-finala-1253570
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-rebicevu-golcinu-nakon-velike-greske-caballera-1253692
https://www.vecernji.hr/sport/za-vatrene-navijao-novak-okovic-evo-sto-je-porucio-na-instagramu-1253697
https://www.vecernji.hr/sport/idemo-hrvatska-vatreni-protiv-gauca-traze-potvrdu-za-drugi-krug-1253632
https://www.vecernji.hr/sport/otkriveno-koja-pjesma-je-bila-hit-u-svlacionici-vatrenih-nakon-pobjede-1253727
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-je-bijesni-messi-nasrnuo-na-hrvatskog-nogometasa-1253762
https://www.vecernji.hr/sport/argentinci-nakon-poraza-od-hrvatske-napravili-nesto-cemu-se-smije-citav-svijet-1253765
https://www.vecernji.hr/sport/sramotan-potez-argentinska-zvijezda-udarila-rakitica-i-pokazala-svu-nemoc-1253785
https://www.vecernji.hr/sport/brazil-protiv-kostarike-ide-po-prvu-pobjedu-1253799
https://www.vecernji.hr/showbiz/evo-sto-je-nives-celzijus-morala-napraviti-jer-je-pogodila-strijelca-za-hrvatsku-1253841
https://www.vecernji.hr/showbiz/ovako-su-poznate-hrvatice-bodri-le-vatrene-bok-messi-pozdravi-doma-1253724
https://www.vecernji.hr/sport/poslusajte-kako-je-luka-bulic-opjevao-velicanstvenu-pobjedu-hrvatske-1253848
https://www.vecernji.hr/sport/vatreni-odusevio-fotkom-tri-mame-zajedno-navijale-za-hrvatsku-1253864
https://www.vecernji.hr/sport/jedan-od-najmocnijih-ljudi-u-cileu-sjajna-hrvatsko-1253889
https://www.vecernji.hr/sport/frizerka-zeznula-pa-sui-grac-sisao-vatrenog-sto-kazete-na-novi-izgled-1253901
https://www.vecernji.hr/sport/lovren-daruje-dres-u-kojem-je-igrao-protiv-argentine-evo-kako-do-njega-1253951
https://www.vecernji.hr/sport/srbi-slavili-ratnog-zlocinca-izbornik-porucio-nekad-haag-danas-var-1253977
https://www.vecernji.hr/sport/izbornik-zatran-porukama-podrske-ovo-je-prava-promocija-hrvatske-1254013
https://www.vecernji.hr/sport/poznata-hrvatica-porucila-naravno-da-navijam-za-srbe-sto-je-tu-cudno-1254033?page=3
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-svjetski-prvaci-igraju-protiv-svedske-i-vise-nemaju-prava-na-kiks-1254040
https://www.vecernji.hr/sport/rakitic-i-lovren-odusevili-komentarima-jesam-li-ovo-ja-ili-pamela-anderson-1254056?page=4
https://www.vecernji.hr/sport/legendarno-javljanje-s-trga-navijaci-su-odradili-svoj-dio-posla-a-ja-svoj-1254125
https://www.vecernji.hr/sport/dvije-seksi-pjevacice-brutalno-zaratile-zbog-utakmice-srbije-i-svicarske-1254177?slide=15
https://www.vecernji.hr/sport/fotka-japanca-usred-beograda-zapalila-regiju-je-li-on-navijac-hrvatske-1254250
https://www.vecernji.hr/sport/navijac-poljubio-novinarku-a-onda-je-uslijedilo-nesto-za-njega-neocekivano-1254283

https://www.vecernji.hr/sport/nigerijci-zestoko-napali-hrvatsku-i-dalica-evo-tko-ih-je-brutalno-poklopio-1254303
https://www.vecernji.hr/sport/rusija-i-urugvaj-u-borbi-za-prvo-mjesto-u-skupini-1254297
https://www.vecernji.hr/sport/dalic-znam-sastav-no-ne-mogu-vam-ga- reci-1254330
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-spanjolska-i-portugal-najblize-su-osmini-finala-moze-li-iran-pomrsiti-planove-1254344
https://www.vecernji.hr/sport/slavni-mourinho-komentirao-hrvatsku-pa-rekao-nesto-sto-ce-oduseviti-navijace-1254444
https://www.vecernji.hr/sport/objavljena-nova-snimka-na-kojoj-huligani-tuku-hrvata-argentinci-zgrozeni-1254483
https://www.vecernji.hr/sport/sprema-li-se-iznena-enje-modric-protiv-islanda-od-prve-minute-1254574
https://www.vecernji.hr/sport/svijet-bruji-o-ovome-je-li-argentina-pogurana-dalje-1254653
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-je-vatreni-nakon-utakmice-nasmijao-suigrace-i-navijace-1254676
https://www.vecernji.hr/sport/evo-tko-sve-hrvatskoj-stoji-na-putu-do-eventualnog-finala-sp-a-1254683
https://www.vecernji.hr/sport/evo-tko-je-glavni-gauci-se-opekli-na-vatrenima-i-promijenili-taktiku-1254693
https://www.vecernji.hr/sport/hrvatska-je-ovo-napravila-prvi-put-u-povijesti-i-iznenadila-najvece-optimiste-1254704
https://www.vecernji.hr/sport/neka-se-ponovi-suker-prisjetite-se-legendarnog-gola-dancima-1254718
https://www.vecernji.hr/sport/nije-izdrzao-argentinski-komentator-u-deliriju-nakon-pobjednickog-gola-1254736
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-dalic-se-dan-nakon-trece-pobjede-obraca-novinarima-1254783
https://www.vecernji.hr/sport/ona-nam-je-glavni-adut-ako-se-ovakva-pojavi-na-tribinama-brazil-pada-1254804
https://www.vecernji.hr/sport/potez-nijemaca-nakon-ispadanja-puno-govori-o-njima-1254868
https://www.vecernji.hr/sport/svijet-ismijava-nijemce-ukljucili-se-i-hrvati-a-ryanair-prodao-najbolju-foru-1254904
https://www.vecernji.hr/sport/svijetom-se-prosirila-vijest-da-je-maradona-umro-ja-sam-u-soku-1254967
https://www.vecernji.hr/sport/pred-nama-je-uzbudljiv-rasplet-skupine-h-1254998
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-engleska-i-belgija-sa-sarenim-sastavima-bore-se-za-prvo-mjesto-1255076
https://www.vecernji.hr/sport/slavni-nogometas-pokusao-proslaviti-gol-ali-je-ispala-katastrofa-zasto-sam-tako-glup-1255135
https://www.vecernji.hr/sport/osmorica-igraca-imaju-zuti-karton-hns-razveselio-navijace-1255296
https://www.vecernji.hr/sport/navijaci-odusevljeni-rakitic-sjajnim-videom-najavio-utakmicu-s-danskom-1255359
https://www.vecernji.hr/sport/pobjedom-izbacili-aktualne-svjetske-prvake-a-kod-kuce-ih-ga-ali-jajima-1255400
https://www.vecernji.hr/sport/potpora-vatrenima-i-izborniku-dalic-livno-se-ponosi-s-tobom-1255422
https://www.vecernji.hr/sport/osiguranje-u-soku-necete-vjerovati-sto-je-meksikanac-unio-na-stadion-1255452

https://www.vecernji.hr/sport/mandzukic-za-dansku-spremio-iznena-enje-koje-ce-oduseviti-njegove-slavonce-1255458?page=3
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-urugvaj-protiv-portuala-messi-je-ispao-hoce-li-ronaldo-ostati-na-sp-u-1255483
https://www.vecernji.hr/sport/vatreno-u-sad-u-hrvatski-kapetan-uz-legendarnu-cestu-u-arizonu-1255529
https://www.vecernji.hr/sport/spanjolci-i-rusi-u-borbi-za-cetvrtfinale-pobjednik-ide-na-nas-par-1255572
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-u-kakvom-izdanju-lijepa-ivana-docekuje-utakmicu-hrvatske-1255608?page=5
https://www.vecernji.hr/sport/hrvatska-ostecena-za-jedanaesterac-pogledajte-spornu-situaciju-na-mandzukicu-1255612
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-je-modric-promasio-jedanaesterac-za-cetvrtfinale-1255634
https://www.vecernji.hr/sport/hrvatska-protiv-danske-po-cetvrtfinale-svjetskog-prvenstva-1255589
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-veliko-slavlje-iz-svlacionice-modric-se-izgrlio-s-predsjednicom-rh-1255653?page=7
https://www.vecernji.hr/sport/evo-kako-su-pobjedu-vatrenih-proslavili-hrvatski-sportasi-1255663
https://www.vecernji.hr/sport/vatreno-u-autobusu-uz-grdovicev-hit-nije-u-soldima-sve-1255679
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-biliceve-reakcije-tijekom-utakmice-i-kako-je-spustio-kolegi-1255690
https://www.vecernji.hr/sport/lovrenova-poruka-sve-nasmijala-i-postala-veliki-hit-na-internetu-1255753
https://www.vecernji.hr/sport/brazil-i-meksiko-u-borbi-za-cetvrtfinale-svjetskog-prvenstva-1255781
https://www.vecernji.hr/vijesti/ovo-su-tvitiranje-dviju-ambasada-preozbiljno-shvatili-1255829
https://www.vecernji.hr/sport/svadba-iz-posusja-hit-na-internetu-kako-ovo-objasnit-tu-em-coviku-1255835
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-svi-ocekuju-belgiju-i-brazil-u-cetvrtfinalu-moze-li-japan-pomutiti-planove-1255830
https://www.vecernji.hr/sport/kovacic-je-obavio-pregled-poznata-je-tezina-ozljede-1255886
https://www.vecernji.hr/sport/svijet-bruji-o-ovom-potezu-japanaca-mnoge-su-ostavili-bez-teksta-1255933
https://www.vecernji.hr/sport/objavili-video-kao-dokaz-i-optuzili-subasica-varao-si-1255950
https://www.vecernji.hr/sport/skinula-se-skroz-gola-a-za-utakmicu-hrvatske-najavila-jos-veci-spektakl-1256079?page=2
https://www.vecernji.hr/sport/kolumbija-i-engleska-u-borbi-za-posljednje-mjesto-u-cetvrtfinalu-1256080
https://www.vecernji.hr/vijesti/punom-brzinom-zabio-se-u-pjesake-poginuo-muskarac-dvoje-kriticno-1256271
https://www.vecernji.hr/sport/hit-na-wimbledonu-prasnuli-u-smijeh-kada-su-vidjeli-tko-nosi-dres-vatrenih-1256445
https://www.vecernji.hr/sport/kovacic-napokon-docekao-priliku-za-osvetu-lovrenu-1256458
https://www.vecernji.hr/sport/bio-u-depresiji-opijao-se-do-besvijesti-odbio-real-a-sad-prijeti-hrvatskoj-1256472

https://www.vecernji.hr/sport/junak-rusije-u-domovini-doživljava-niz-nevjerojatnih-pocasti-1256505
https://www.vecernji.hr/sport/hrvatski-kapetan-odusevio-navijace-moja-podrska-1256517
https://www.vecernji.hr/sport/lovren-odlicno-raspolozen-agrokor-je-u-padu-a-mi-smo-u-usponu-1256527
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-je-modric-reagirao-na-pitanje-o-cristianu-ronaldu-1256588
https://www.vecernji.hr/sport/vatreni-poslali-emoti-vnu-poruku-potpore-zarobljenim-djecacima-1256597
https://www.vecernji.hr/sport/okovic-navijam-za-hrvatsku-i-nadam-se-da-ce-osvojiti-naslov-1256649
https://www.vecernji.hr/vijesti/branitelji-napravili-spot-podrske-nogometasima-1256714
https://www.vecernji.hr/sport/rakitic-iznenadio-objavom-na-instagramu-fotka-je-viralni-hit-1256725
https://www.vecernji.hr/sport/vatrogasci-iz-jastrebarskog-na-genijalan-nacin-podrzali-vatrene-1256724
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-urugvaj-bez-svoje-velike-zvijezde-trazi-prolaz-protiv-francuske-1256696
https://www.vecernji.hr/sport/rakitic-iz-hrvatske-dobio-neocekivan-poklon-1256820?page=1
https://www.vecernji.hr/sport/ovo-su-zene-koje-su-osvojile-nase-najbolje-nogometase-upoznajte-ih-1256801?page=1
https://www.vecernji.hr/sport/bivsa-ronaldova-u-euforiji-uoci-hrvatske-podrsku-dala-u-drustvu-prijateljica-u-toplesu-1256926?page=1
https://www.vecernji.hr/sport/engleska-i-svedska-u-borbi-za-polufinale-sp-a-1256920
https://www.vecernji.hr/sport/slavna-ljepotica-u-modricevom-dresu-izbacila-guzu-u-prvi-plan-1256955?page=4
https://www.vecernji.hr/sport/najljepša-hrvatska-navijacica-zvijezda-i-u-sociju-fotkala-se-s-predsjednicom-1256963?page=1
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-je-kramaric-10-golom-odgovorio-na-bombu-ceriseva-1256974
https://www.vecernji.hr/sport/twit-poznatog-glumca-o-utakmici-hrvatska-rusija-viralni-hit-1256982
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-vatreni-nakon-dvadeset-godina-traze-mjesto-u-polufinalu-sp-a-1256946
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-su-lovren-i-kalinic-poveli-pjesmu-u-svlacionici-1257008
https://www.vecernji.hr/sport/evo-kako-su-hrvatski-sportasi-cestitali-vatrenima-plasman-u-polufinale-sp-a-1257007
https://www.vecernji.hr/sport/hit-na-mrezama-saljivdzija-vida-u-slavlju-prodao-staru-foru-lovrenu-1257010
https://www.vecernji.hr/sport/slaven-bilic-brutalno-odgovorio-kriticarima-u-studiju-1257011
https://www.vecernji.hr/sport/zlatko-dalic-objavio-video-od-kojeg-cete-se-najeziti-1257021
https://www.vecernji.hr/sport/ludnica-na-hrt-u-josko-jelicic-u-transu-prosinecki-nije-imao-snage-1257036
https://www.vecernji.hr/sport/svi-traze-zlatnu-loptu-za-modrica-njegov-odgovor-odjeknut-ce-hrvatskom-1257056
https://www.vecernji.hr/sport/sok-iz-rusije-zbog-poruke-u-vidu-sp-gotov-za-vatrenog-1257070

https://www.vecernji.hr/sport/evo-kako-je-subasic-prevario-fifu-i-odao-pocast-custicu-1257077
https://www.vecernji.hr/sport/hrvati-su-napravili-nemoguće-ujedinili-su-ruse-i-amerikance-1257079
https://www.vecernji.hr/sport/lovren-ponovno-odusevio-postom-ti-bi-trebao-bit-komicar-1257087
https://www.vecernji.hr/sport/bas-nas-ne-voli-navijala-za-ruse-sad-se-skida-ako-nas-englezi-izbace-1257098?page=1
https://www.vecernji.hr/sport/hns-se-oglasio-o-slucaju-vida-i-otkrio-kako-je-fifa-reagirala-na-to-1257107
https://www.vecernji.hr/vijesti/hrvatski-navijac-u-euforiji-izbacio-kauc-kroz-prozor-1257114
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-vatreni-sletjeli-u-moskvu-dalic-se-obraca-medijima-1257123
https://www.vecernji.hr/sport/branicu-vatrenih-uoci-engleske-stigla-sjajna-podrska-od-sui-graca-iz-kluba-1257145
https://www.vecernji.hr/sport/jos-jedna-emozivna-proslava-bivsi-vatreni-ponovno-u-elementu-1257164
https://www.vecernji.hr/sport/njezino-srce-kuca-za-vatrene-i-u-badicu-s-kvadraticima-1257183?page=5
https://www.vecernji.hr/vijesti/navijamo-za-hrvatsku-to-ne-znaci-da-postoji-hladni-rat-izme-u-sad-a-i-engleske-1257220
https://www.vecernji.hr/sport/reprezentativac-bih-sram-vas-bilo-nikad-zbog-toga-necu-navijati-za-hrvatsku-1257281
https://www.vecernji.hr/sport/mandzo-majstore-briljirao-je-u-sasvim-drugacijoj-ulozi-1257415
https://www.vecernji.hr/sport/okovica-ne-brinu-kritike-iz-srbije-novim-komentarom-je-razveselio-hrvatske-navijace-1257427
https://www.vecernji.hr/sport/procurila-nova-snimka-domagoja-vide-slava-ukrajini-beograd-gori-ajmo-1257454
https://www.vecernji.hr/sport/vukojevic-heroj-u-ukrajini-platit-ce-njegovu-kaznu-a-nude-mu-i-posao-1257501
https://www.vecernji.hr/sport/englezi-se-digli-na-noge-fifa-opet-pokrenula-istragu-zbog-vidinog-vida-1257541
https://www.vecernji.hr/sport/poruka-vatrenima-za-najezi-se-bivseg-kapetana-uoci-engleske-1257547
https://www.vecernji.hr/sport/ljutiti-fanovi-evo-sto-slavni-glazbenik-misli-o-engleskoj-reprezentaciji-1257557
https://www.vecernji.hr/vijesti/plenkovic-o-izbacivanju-vukojevica-to-je-stvar-saveza-u-toj-recenici-ne-vidim-nista-sporno-1257576
https://www.vecernji.hr/sport/sudar-velikih-francuzi-i-belgijci-u-borbi-za-finale-1257586
https://www.vecernji.hr/sport/snazne-poruke-vatrenih-uoci-engleza-na-drustvenim-mrezama-1257650
https://www.vecernji.hr/sport/i-karleusa-podrzala-vatrene-hrvati-ce-pobijediti-na-sp-u-zasluzili-su-1257655
https://www.vecernji.hr/vijesti/slavlje-se-pretvorilo-u-katastrofu-sukob-huligana-i-policije-na-ulicama-pariza-1257691
https://www.vecernji.hr/showbiz/za-vatrene-se-navija-cak-i-u-hollywoodu-1257699
https://www.vecernji.hr/vijesti/navijacko-ludilo-zahvatilo-i-euoparlamentarce-tomasic-na-raspravu-dosla-u-dresu-1257722

https://www.vecernji.hr/sport/hrvati-sokirani-u-moskvi-evo-zasto-ih-nema-toliko-po-gradu-1257745
https://www.vecernji.hr/vijesti/dobre-vijesti-s-tajlanda-djecaci-i-trenerr-u-vrlo-dobrom-mentalnom-stanju-1257678
https://www.vecernji.hr/vijesti/vlada-i-predsjednica-na-twitteru-me-usobno-podijelili-objave-svi-zajedno-za-hrvatsku-1257817
https://www.vecernji.hr/sport/google-cro-je-najtrazeniji-pojam-na-svijetu-1257857
https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-idemo-hrvatska-vatreni-krecu-po-finale-svjetskog-prvenstva-1257820
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-fenomenalan-pogodak-perisica-za-izjednacenja-1257855
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-su-englezi-ismijani-na-drustvenim-mrezama-1257871
https://www.vecernji.hr/sport/englezi-ne-znaju-gubiti-pokradeni-smo-protiv-hrvatske-1257878
https://www.vecernji.hr/sport/fenomenalni-vatreni-slavili-u-svlacionici-mi-smo-finalisti-sp-a-1257881
https://www.vecernji.hr/sport/ludilo-u-hotelu-dalic-objavio-video-koji-nikog-ne-ostavlja-ravnodusnim-1257884
https://www.vecernji.hr/sport/iz-me-ugorja-se-javio-i-mamic-te-poslao-poruku-vatrenima-1257886
https://www.vecernji.hr/sport/detalj-koji-je-mnogima-promaknuo-svi-bruje-o-potezu-engleza-dok-je-hrvatska-slavila-1257893
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-se-trijumf-vatrenih-slavio-u-bih-crnoj-gori-1257896
https://www.vecernji.hr/vijesti/cestitke-pljuste-imali-ste-vise-srca-iduca-zrtva-francuska-1257913
https://www.vecernji.hr/sport/bizaran-trenutak-utakmice-mnogi-u-cudu-kako-je-to-zavrсило-na-terenu-1257916
https://www.vecernji.hr/vijesti/sve-zbog-vatrenih-trgovac-sjajnom-porukom-najavio-skraceno-radno-vrijeme-1257927
https://www.vecernji.hr/sport/emotivni-lovren-suze-radosnice-opet-ma-neka-ih-vidi-cijeli-svijet-1257961
https://www.vecernji.hr/vijesti/britanski-veleposlanik-odusevio-tvitom-pojednostavili-ste-mi-zivot-kod-kuce-1257969
https://www.vecernji.hr/vijesti/ulazak-hrvatske-u-finale-povijesni-je-rezultat-koji-je-nasu-zemlju-stavio-u-fokus-svjetske-javnosti-1257982
https://www.vecernji.hr/sport/lovrenovi-problemi-sa-sui-gracem-za-vrijeme-intervjua-daj-budalo-jedna-1257990
https://www.vecernji.hr/sport/pogledajte-kako-su-pobjedu-slavili-na-hrt-u-savršenstvo-1257991
https://www.vecernji.hr/sport/vrsaljko-iznenadio-dalica-pa-napravio-potez-koji-izbornik-nije-ocekivao-1257998
https://www.vecernji.hr/vijesti/mandzo-pogotkom-za-finale-potresao-englesku-ali-i-hrvatsku-i-to-doslovno-1258003
https://www.vecernji.hr/sport/uzivozlatko-dalic-pred-novinarima-izbornik-govori-o-englezima-francuzima-1258038
https://www.vecernji.hr/sport/vatrene-u-svlacionici-posjetila-legenda-rakitic-ostao-bez-teksta-1258055

https://www.vecernji.hr/sport/najlu-i-video-ikad-pogledajte-kako-su-skoti-slavili-pobjedu-hrvatske-1258091
https://www.vecernji.hr/sport/domagoj-vida-na-ruskoj-televiziji-uputio-javnu-ispriku-1258169
https://www.vecernji.hr/sport/kaliniceva-prva-objava-na-drustvenim-mrezama-nakon-izbacivanja-1258250
https://www.vecernji.hr/vijesti/plenkovic-za-cnn-povijesni-doga-aj-za-nas-sport-hrvatska-je-u-deliriju-1258116
https://www.vecernji.hr/zagreb/docek-nogometasa-ovo-je-trasa-kojom-ce-reprezentacija-doci-do-jelacicevog-trga-1258265
https://www.vecernji.hr/vijesti/plenkovic-apeliram-na-poslodavce-da-puste-radnike-na-docek-nogometasa-1258268
https://www.vecernji.hr/sport/fotke-zbog-kojih-drustvene-mreze-gore-ukljucio-se-i-mate-rimac-1258295
https://www.vecernji.hr/sport/i-zbog-kalinica-mu-sruseni-snovi-o-rusiji-a-sad-zabio-fantastican-gol-1258341
https://www.vecernji.hr/sport/neymar-poslao-ivanu-rakiticu-snaznu-poruku-hrvati-su-vec-sada-pobjednici-1258344
https://www.vecernji.hr/sport/poznata-ljepotica-ukljucila-se-u-veliku-diskusiju-okolo-modrica-zasluzio-je-to-1258362?page=8
https://www.vecernji.hr/sport/o-subasicevom-potezu-jos-se-prica-to-je-najbolja-obrana-sp-a-1258377
https://www.vecernji.hr/sport/hrvatska-vojska-poslala-podrsku-vatrenima-uoci-finala-sp-a-1258389
https://www.vecernji.hr/sport/mogu-li-englezi-uzvratiti-belgijcima-za-poraz-u-skupini-1258404
https://www.vecernji.hr/sport/hoce-li-ovaj-nogometni-genijalac-ukrasti-modricu-zlatnu-loptu-1258435
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/tako-se-voli-hrvatske-zvijezde-snimile-navijacku-pjesmu-za-vatrene-pogledajte-kako-vanna-nina-jacques-pero-galic-i-ostali-izvode-novi-hit/7488234/
https://www.jutarnji.hr/life/foto-nadam-se-da-se-vidimo-u-finalu-najzgodnija-hrvatska-navijacica-i-zaljubljenica-u-nogomet-cestitala-srbima-na-pobjedi-nad-kostarikom/7491972/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/latino-zvijezda-i-glamurozna-hrvatica-brutalno-pokradeni-u-moskvi-pjevacu-i-manekenki-otudili-nakit-vrijedan-nesto-manje-od-pet-milijuna-kuna/7502208/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/i-zvijezde-slave-grandioznu-pobjedu-hrvatske-nad-argentinom-nives-i-lille-smjesta-pokazale-vatrene-dekoltee-za-nas-navijao-i-dokovic-ajmo-vatreni/7511403/
https://www.jutarnji.hr/viral/fun/u-hrvatskoj-je-bila-ludnica-ali-pogledajte-kako-je-bilo-u-buenos-airesu-prvi-gol-bijes-drugi-gol-ocaj-a-nakon-treceg-idemo-svi-doma/7512426/
https://www.jutarnji.hr/viral/fun/video-nije-jucer-gorjelo-samo-u-lijepoj-nasoj-pogledajte-ludnicu-u-glavnom-gradu-dijaspore-na-ulicama-bilo-vise-od-deset-tisuca-hrvata/7512456/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/strane-zvijezde/svi-su-ludi-za-hrvatskom-slavni-televizijski-voditelj-nije-mogao-prestati-tweetati-dok-je-gledao-kako-vatreni-gaze-argentinu-divnazemlja/7512942/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/velika-svjetska-zvijezda-zbog-proslave-svicarske-pobjede-izazvala-bijes-susjeda-hoce-li-netko-napokon-jeb-zabraniti-njezine-pjesme-u-srbiji/7515558/

https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/da-to-vise-nikada-nisi-ucinio-to-nije-pristojno-jos-jedna-novinarka-napadnuta-tijekom-javljanja-uzivo-sa-sp-a-pogledajte-kako-je-sve-zavrсило/7523706/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/foto-najvatrenije-navijacice-nadmasile-same-sebe-kako-su-poznate-hrvatice-najavile-pobjedu-hrvatske/7528344/
https://www.jutarnji.hr/sport/svijetom-se-prosirila-sokantna-vijest-maradona-je-umro-nudim-bogatu-novcanu-nagradu-onome-tko-pronade-mog-ubojicu/7534713/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/video-podrska-vatrenima-sa-svih-strana-svijeta-pa-cak-i-iz-aviona-pogledajte-poruku-krila-oluje-i-ostalih-pripadnika-hv-a-nebo-je-granica/7538805/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/foto-hrvatska-predsjednica-otputovala-u-rusiju-objavila-fotografiju-iz-aviona-vatrena-atmosfera-od-ranog-jutra-idemo-po-pobjedu/7544625/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/strane-zvijezde/video-popularni-americki-komicar-u-vrlogledanoj-emisiji-ismijavao-vatrene-mandzo-bi-svojom-frizurom-mogao-ocistiti-rostilj/7544730/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/video-predsjednica-u-niznjem-novgorodu-apsolutno-sam-optimist-vjerujem-u-nasu-pobjedu-nezahvalno-je-prognozirati-ali-muslim-da-ce-biti-3-1-za-nas/7545222/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/video-predsjednica-dosla-na-veliko-slavlje-vatrenih-u-svlacionici-pogledajte-kako-se-kolinda-grabar-kitarovic-grlila-sa-izbornikom-i-igracima/7548372/
https://www.jutarnji.hr/viral/fun/foto-dejan-lovren-ovom-je-fotografijom-pokorio-instagram-ono-kad-te-mama-pozove-da-dodes-s-prijateljima-na-palacinke/7550733/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/i-balerine-slavnog-boljsoj-teatra-navijale-za-ruse-plesacice-su-u-pauzi-baleta-iza-pozornice-na-mobitelu-budno-pratile-utakmicu-rusija-spanjolska/7551072/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/video-megahit-svjetskog-prvenstva-ova-je-navijacka-pjesma-najemitiranija-na-radiopostajama-vodi-i-na-listi-hr-top-40-evo-koliko-je-novca-zaradila/7553856/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/hrvatska-i-ruska-ljepotica-dale-vruca-obecanja-maria-sprema-golu-fotku-a-zanamari-odgovara-ako-prodemo-u-finale-skinut-cugacice/7555137/
https://www.jutarnji.hr/life/moda-i-ljepota/foto-a-prava-bitka-u-subotu-odvijat-ce-se-na-tribinama-ovo-su-najljepse-i-najglasnije-navijacice-najveca-podrska-vatrenima-i-rusima/7565673/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/zvuci-li-vam-poznato-svedani-snimili-pjesmu-podrske-svojoj-reprezentaciji-ali-nisu-racunali-na-hrvate-koji-rade-u-skandinaviji-pato-je-plagijat/7568868/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/foto-kad-ovako-pocastite-rakitica-necete-ostati-bez-reklame-milijuni-se-dive-popularnim-keksima-kojima-se-pohvalio-hvala-na-iznenadenju/7572759/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/crna-kronika/video-zbog-bakljade-za-vatrene-zapalili-otok-ljubavi-policija-istraga-je-u-tijeku-otkrit-cemo-tko-je-odgovoran/7573131/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/foto-kakva-podrska-djevojka-hrvatskog-reprezentativca-skinula-se-u-toples-i-zapalila-instagram-pogledajte-kakvom-je-fotografijom-odusevila/7573152/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/plenkovic-u-drustvu-lidera-srbije-slovenije-madarske-svi-su-iskazali-srcanu-podrsku-vatrenima-imam-dojam-da-srce-srednje-europe-kuca-za-nas/7574853/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/strane-zvijezde/foto-koga-dobivamo-veceras-djevojka-s-najboljom-guzom-na-svijetu-dosla-u-split-navijati-za-hrvatsku/7575966/

https://www.jutarnji.hr/viral/fun/video-drama-na-terenu-drama-u-hrt-ovom-studiju-evo-kako-su-izvodenje-jedanaesteraca-pratili-u-emisiji-zabivaka-reakciju-prosineckog-morate-vidjeti/7577313/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/foto-kako-su-nasi-poznati-podrzali-vatrene-franka-se-izbezumila-od-srece-nives-razgolitila-lidija-bacic-na-trgu-je-s-narodom-mahala-zastavom/7578036/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/ambasade-svjetskih-supersila-ni-ovaj-put-nisu-ignorirale-uspjeh-vatrenih-rusko-veleposlanstvo-izdalo-naredbu-sad-morate-do-finala/7578741/
https://www.jutarnji.hr/viral/fun/video-u-zaru-nogometnog-slavlja-izbacio-kauc-kroz-prozor-muskarac-se-malo-zanio-u-navijanju-pa-pokazao-srecu-na-krajnje-neobican-nacin/7578891/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/video-kakvo-priznanje-hrvatskom-kapetanu-rusi-modrica-smjestili-uz-bok-najvecim-nogometasima-danasnjice-pogledajte-veliki-mural-koji-je-dobio/7580967/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/procurio-novi-video-domagoja-vide-slava-ukrajini-beograd-gori-ajmo-kafana-je-moja-sudbina-ona-je-mene-sebi-uzela/7584555/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/video-radnici-cistoce-zaigrali-nogomet-s-legendarnim-cirom-zagrebacki-holding-poslao-vatrenima-poruku-10000-vrijednih-radnika-je-uz-vas/7588374/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/foto-video-veliko-slavlje-preraslo-u-nezapamceni-kaos-pariz-sinoc-izgledao-kao-ratna-zona-policija-i-navijaci-se-nemilice-mlatili-bacen-i-suzavac/7590414/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/foto-video-atmosfera-u-avionu-s-drzavnim-vrhom-bila-je-vatrena-plenkovic-i-jandrokovic-zapjevali-s-navijacima-svi-su-se-htjeli-slikati-s-njima/7592127/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/foto-ja-sam-preuzbudena-za-veceras-a-vi-partnerice-nasih-nogometasa-spremnne-su-za-veliku-vecer-pogledajte-kakva-atmosfera-vlada-na-instagramu/7594260/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/foto-nema-tko-nije-dosao-na-polufinale-tribine-u-moskvi-ispunjene-poznatima-dosli-su-medvedev-tomo-horvatincic-maradona-mick-jagger-netanyahu/7595574/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/video-stizu-iz-kolijevke-nogometali-za-fair-play-ne-znaju-snimka-s-tribina-otkriva-pravu-istinu-pogledajte-sto-su-sinoc-pokusali-izvesti-englezi/7598166/
https://www.jutarnji.hr/viral/fun/profesionalac-od-glave-do-pete-fotoreporter-kojeg-su-mandzukic-i-drustvo-pregazili-nikada-nije-prestajao-snimati-pogledajte-sto-je-sve-uhvatio/7598310/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/strane-zvijezde/cim-se-on-pojavio-na-tribinama-englezima-je-pao-mrak-na-oci-cijeli-svijet-ga-obozava-ali-je-odavno-poznato-da-svojoj-reprezentaciji-nisinesreco/7598331/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/foto-ovakvu-sjednicu-vlade-vise-nikad-necete-vidjeti-svi-su-bili-u-dresovima-a-pogledajte-ministra-marica-kako-je-izgledao-nekoliko-sati-ranije/7598502/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/nizozemska-novinarka-u-soku-cijelu-noc-je-snimala-navijacke-prizore-iz-zagreba-ali-se-najvise-iznenadila-kada-je-pogledala-trg-ujutro-nevjerojatno/7598814/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/video-ludnica-u-torontu-melbourneu-chicagu-cordobi-karusel-usred-argentine-a-pogledajte-kako-je-sinoc-bilo-u-najvecoj-fan-zoni-u-njemackoj/7598904/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/vatrena-promocija-web-stranica-htz-a-rusi-rekorde-twitter-gori-cestitke-stizu-iz-cijelog-svijeta-vrijeme-je-da-svijet-sazna-gdje-je-hrvatska/7599078/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/sprdnja-s-englezima-je-li-jedan-od-nasih-heroja-ipak-pretjerao-u-euforiji-pogledajte-sto-je-sve-izgovorio-nasim-jucerasnjim-protivnicima/7598481/

https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/britanski-veleposlanik-jutro-docekao-u-kockastom-izdanju-odrzao-sam-obecanje-a-vatrenima-hvala-olaksali-su-mi-zivot-zena-mi-je-francuskinja/7599084/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/bili-ste-bolji-a-i-vasa-predsjednica-izgleda-bolje-slavni-diljem-svijeta-odusevljeni-vatrenima-javili-se-snoop-reese-whiterspoon-boy-george/7598571/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/svijet/jedna-fotografija-navijaca-vatrenih-izazvala-bijes-na-drugom-kraju-svijeta-utapamo-se-u-dugovima-narod-gladije-a-vi-tulumarite-s-nasim-novcem/7599399/
https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/opasna-drama-zbog-slavlja-ulaska-u-finale-signalna-raketa-upala-u-gepek-automobila-pun-pirotehnike-svi-panicno-poceli-udarati-po-prtljazniku/7600734/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/foto-kako-su-slavili-nasi-poznati-alka-se-guzvala-s-ekipom-u-splitu-snezana-mehun-vec-bira-kupaci-kostim-i-obecava-u-nedjelju-skacem-u-fontanu/7601496/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/will-smith-odusevljen-nasim-nogometasem-cudesan-je-ono-sto-je-napravio-za-mene-je-bio-najmocniji-i-najposebniji-trenutak-prvenstva/7604199/
https://www.jutarnji.hr/sport/tenis/foto-novaku-dokovica-stigla-velika-potpورا-iz-hrvatske-velikom-covjeku-i-sportasu-od-srca-zelim-ulazak-u-finale-wimbeldona/7605243/
https://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/fotograf-koji-je-oboren-u-slavljenickom-stampedu-vatrenih-smijao-sam-se-kao-lud-cijelo-vrijeme-bilo-mi-je-drago-za-vas-sam-cijelo-vrijeme-navijao/7604910/
https://www.jutarnji.hr/viral/fun/video-ruderovci-su-iskemijali-cestitku-vatrenima-znanstvenici-s-naseg-najuglednijeg-instituta-sigurni-u-pobjedu-hrvatske-ustanovili-su-to-pokusima/7609974/
https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/foto-odlicna-atmosfera-samo-par-sati-prije-finala-vatreni-su-uoci-velikog-okrsaja-s-francuzima-sjajno-rasporezeni-i-uzivaju-u-drustvu-najmilijih/7610064/
https://www.jutarnji.hr/viral/fun/foto-je-li-ovo-najoriginalnija-navijacka-fora-drzavni-zavod-za-statistiku-dao-si-je-truda-i-detaljno-proanalizirao-odnos-hrvatske-i-francuske/7610157/
https://www.24sata.hr/sport/nosi-pogresno-ime-dominirao-kao-messi-a-mislili-da-je-otet-578011
https://www.24sata.hr/sport/sad-nabavio-najvise-karata-za-sp-a-uopce-ih-nema-u-rusiji-578016
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-nasi-reprezentativci-na-presici-uoci-puta-u-kalinjingrad-578018
https://www.24sata.hr/sport/i-trump-uz-hrvatsku-empire-state-zasjao-u-nasim-bojama-578026
https://www.24sata.hr/sport/ekspert-koji-nas-poznaje-opet-je-hrvatska-taj-skriveni-favorit-578039
https://www.24sata.hr/sport/od-votke-po-i-pa-do-sp-a-do-i-brazilci-se-zabavljali-uz-alkohol-578040
https://www.24sata.hr/sport/macak-ahilej-je-siguran-rusija-pobje-uje-saudijce-na-startu-578097
https://www.24sata.hr/sport/federer-pa-svicarska-bi-mogla-osvojiti-svjetsko-prvenstvo-578038
https://www.24sata.hr/blogbuster/to-je-vise-od-nogomet-a-zena-sam-koja-jedva-ceka-svjetsko-577739
https://www.24sata.hr/sport/pocinje-mundijal-domacin-ce-protiv-saudijaca-zapoceti-sou-578098
https://www.24sata.hr/sport/robbie-williams-otvorio-sp-ovo-je-ostvarenje-djecjeg-sna-578138
https://www.24sata.hr/sport/cheryshev-ih-poslao-po-cevape-pa-bombom-rasporio-mrezu-578151
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-sletjeli-u-kalinjingrad-pogledajte-video-dolaska-578148
https://www.24sata.hr/sport/nevjerojatna-prica-iz-paname-od-smetlara-do-suca-na-sp-u-578140
https://www.24sata.hr/sport/gdje-smo-mi-to-dosli-nijemci-na-sp-u-nemaju-ni-pitke-vode-578163
https://www.24sata.hr/sport/hrvatskoj-sudi-brazilac-kojeg-su-skoro-istukli-usred-derbija-578178
https://www.24sata.hr/show/skandal-na-sp-u-robbie-mora-platiti-350-kuna-zbog-psovki-578206

https://www.24sata.hr/sport/messi-hrvati-su-opasni-imaju-dobre-nogometase-iz-jakih-liga-578203
https://www.24sata.hr/sport/hoce-li-salah-biti-spreman-za-prvi-nastup-ceka-ga-suarez-578221
https://www.24sata.hr/sport/ona-je-ruski-model-i-najseksi-navijacica-svjetskog-prvenstva-578244
https://www.24sata.hr/sport/tko-izgubi-ispada-benatia-i-renard-na-queirozove-irance-578218
https://www.24sata.hr/sport/uzasan-dan-suareza-fulao-bas-sve-pa-htio-udariti-protivnika-578318
https://www.24sata.hr/show/one-ce-tjesiti-nigerijce-nakon-sto-izgube-od-nasih-igraca-578155
https://www.24sata.hr/show/zbog-njih-se-isplati-gledati-od-nogometasa-najvise-seksi-je-578262
https://www.24sata.hr/sport/costa-kao-tenk-rukom-opalio-pepea-po-bradi-pa-dao-golcinu-578334
https://www.24sata.hr/sport/kariuse-jesi-li-to-ti-de-gea-je-ruzno-kiksao-fanovi-se-sprdaju-578336
https://www.24sata.hr/sport/sinovi-nastavljaju-tradiciju-u-rusiju-doputovali-s-trofejom-578220
https://www.24sata.hr/sport/udri-po-njemu-nije-ti-brat-de-bruyne-zestoko-srusio-suigraca-578307
https://www.24sata.hr/sport/mladi-se-revansirali-starima-u-kalinjingradu-sjaji-epic-brozo-578355
https://www.24sata.hr/sport/cijeli-kalinjingrad-u-kockicama-bit-ce-2000-hrvata-na-utakmici-578388
https://www.24sata.hr/sport/povratak-perua-protiv-danske-na-mundijal-nakon-36-godina-578397
https://www.24sata.hr/sport/na-stadionu-se-ocekuje-10-000-hrvata-i-2500-navijaca-nigerije-578392
https://www.24sata.hr/sport/najjaci-hrvat-na-svijetu-opet-uz-nase-vi-ste-buduci-prvaci-578411
https://www.24sata.hr/sport/vukovar-i-vatreni-ujedinjeni-u-unikatnom-dresu-vida-i-suba-578416
https://www.24sata.hr/sport/strinic-ugasio-nigerijski-motor-dalic-ivane-pa-tako-se-to-radi-578436
https://www.24sata.hr/sport/navijaci-pretukli-vozaca-taksija-koji-se-u-moskvi-zabio-u-ljude-578443
https://www.24sata.hr/sport/lijepa-nasa-dijaspore-ljepotica-je-ivana-voli-hrvatsku-i-hajduk-578446
https://www.24sata.hr/show/neopisivo-pogledajte-kako-su-poznati-hrvati-bodrili-vatrene-578450
https://www.24sata.hr/sport/spageti-neymareze-sto-ti-je-to-na-glavi-neymare-sine-dragi-578420
https://www.24sata.hr/video/ciro-zbog-tu-mana-sam-ostao-bez-cak-cetiri-milijuna-dolara-578321
https://www.24sata.hr/sport/puno-se-promijenilo-u-elfu-ali-ne-pobjede-i-joachim-low-578482
https://www.24sata.hr/sport/brazil-s-neymarom-u-prvih-11-svicarce-vodi-alpski-messi-578496
https://www.24sata.hr/sport/bilic-prognozira-prvo-mjesto-u-skupini-roy-zestoko-odgovorio-578491
https://www.24sata.hr/sport/kolarov-zabio-golcinu-kostariki-i-dobio-za-nagradu-automobil-578519
https://www.24sata.hr/sport/ne-dam-da-me-messi-pobijedi-na-terenu-nemam-prijatelja-578527
https://www.24sata.hr/sport/drama-u-kampu-zlatko-dalic-potjerao-nikolu-kalinica-kuci-578536
https://www.24sata.hr/sport/vatrena-navijacica-zbog-tate-sam-se-zaljubila-u-nogomet-578569
https://www.24sata.hr/sport/nijemci-se-rugali-meksikancima-pa-ih-stigla-dobra-stara-karma-578567
https://www.24sata.hr/video/najseksi-hrvatske-navijacice-ovako-se-navija-za-vatrene-578582
https://www.24sata.hr/sport/belgija-je-apsolutni-favorit-panama-danas-debitira-na-sp-578623
https://www.24sata.hr/sport/vrsaljko-atmosfera-je-sjajna-nista-nas-ne-moze-poremeliti-578635
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-izbornik-zlatko-dalic-komentira-izbacivanje-kalinica-578636
https://www.24sata.hr/sport/englezi-su-se-2014-blamirali-u-rusiji-ih-ceka-povratnik-na-sp-578664
https://www.24sata.hr/sport/remek-djelo-mertensa-kojim-je-zapoceo-golijadu-na-utakmici-578668
https://www.24sata.hr/sport/kad-slaven-analizira-kolege-od-smijeha-padaju-sa-stolca-578667
https://www.24sata.hr/sport/kakav-kralj-cantona-brutalno-ismijao-neymarovu-frizuru-578661
https://www.24sata.hr/sport/cak-99-6-islana-ana-pratilo-je-susret-protiv-argentine-578641
https://www.24sata.hr/sport/sok-za-saudijce-zapalio-im-se-avion-na-putu-za-rostov-578677
https://www.24sata.hr/fun/svaki-put-kad-netko-zabije-gol-ove-zenske-gacice-vibriraju-578556
https://www.24sata.hr/sport/pratite-uzivo-vatreni-imaju-presicu-trening-pa-let-za-niznji-578695

https://www.24sata.hr/sport/dalicevi-susjedi-stigli-smo-na-mundijal-kamperom-iz-livna-578713
https://www.24sata.hr/sport/samo-on-nije-slavio-ronaldov-gol-i-svi-misle-da-je-genijalac-578744
https://www.24sata.hr/sport/was-ist-das-nijemci-umjesto-nase-stavili-srpsku-zastavu-578763
https://www.24sata.hr/sport/avion-gori-igraci-se-mole-pilot-nas-tjesi-ma-decki-sve-je-ok-578728
https://www.24sata.hr/sport/poslastica-za-kraj-prvog-kola-lewandowski-vs-sadio-mane-578798
https://www.24sata.hr/sport/salah-krece-od-prve-minute-egipcani-love-tri-boda-za-spas-578832
https://www.24sata.hr/sport/bravo-senegalci-navijaci-su-nakon-pobjede-cistili-stadion-578865
https://www.24sata.hr/sport/ante-cuvaj-se-sudi-irmatov-koji-je-2014-iskljucio-rebica-578885
https://www.24sata.hr/show/katastrofa-ljubio-kolumbijsku-reporterku-i-uhvatio-je-za-grudi-578875
https://www.24sata.hr/sport/ronaldov-portugal-lovi-3-boda-maroko-trazi-cudo-za-ostanak-578923
https://www.24sata.hr/show/latino-zvijezdi-i-hrvatici-lopovi-ukrali-nakit-od-5-milijuna-kuna-578900
https://www.24sata.hr/sport/rasplet-urugvaj-danas-prolazi-skupinu-i-pridruzuje-se-rusiji-578961
https://www.24sata.hr/sport/neuer-o-krizi-nijemaca-pale-su-teske-rijeci-ljutiti-smo-na-sebe-578913
https://www.24sata.hr/sport/furija-po-prvu-pobjedu-na-sp-u-iranci-se-nadaju-barem-bodu-578991
https://www.24sata.hr/sport/cristiano-glumaldo-slozio-se-ko-metar-drva-i-jos-trazi-var-578996
https://www.24sata.hr/sport/sjecate-se-navijalice-s-pocetka-sp-a-ona-je-porno-zvijezda-578999
https://www.24sata.hr/sport/mladi-opet-sredili-stare-krama-likuje-pregazili-i-prosetali-se-579002
https://www.24sata.hr/sport/heroj-ili-lu-ak-riskirao-zivot-jer-je-igrao-s-potresom-mozga-579006
https://www.24sata.hr/sport/peh-engleskog-izbornika-isao-na-trcanje-pa-zavrrio-u-bolnici-579014
https://www.24sata.hr/sport/dok-je-cr-briljirao-prekrasna-georgina-zasjala-na-tribinama-578972
https://www.24sata.hr/sport/mourinho-hrvatska-ima-neke-od-najboljih-veznjaka-na-svijetu-579022
https://www.24sata.hr/sport/pogledajte-kako-se-u-niznjem-navijaci-pripremaju-za-vatrene-579027
https://www.24sata.hr/show/treca-godisnjica-braka-raquel-je-ivana-odbijala-sedam-mjeseci-579023
https://www.24sata.hr/sport/cvitanovic-jako-smo-dobri-mozemo-s-bilo-kim-na-svijetu-579042
https://www.24sata.hr/show/nives-je-vatrena-ma-kakav-ronaldo-kad-pjaca-skinе-dres-579030
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-niznjeg-navijaci-su-u-soku-pa-pivo-je-ovdje-35-kuna-579051
https://www.24sata.hr/sport/kakav-majstor-iranac-propalim-saltom-nasmijao-cijeli-stadion-579041
https://www.24sata.hr/native-sadrzaj/trazimo-najboljeg-hrvatskog-reprezentativca-u-povijesti-578834
https://www.24sata.hr/sport/kako-sam-se-osjecao-kad-sam-zabio-gaucima-nista-posebno-579073
https://www.24sata.hr/sport/danska-lovi-osminu-finala-a-australija-prve-bodove-na-sp-u-579088
https://www.24sata.hr/sport/rakitic-dobio-prijetnje-pusti-messiju-ili-odlazi-iz-barcelone-579081
https://www.24sata.hr/sport/isco-spasitelj-pticicu-koja-nije-mogla-poletjeti-iznio-s-terena-579075
https://www.24sata.hr/sport/miss-sp-a-za-24sata-zavrtjela-je-bokovima-i-zaludjela-navijace-579114
https://www.24sata.hr/sport/tricolori-protiv-perua-idu-u-lov-na-pobjedu-koja-jamci-prolaz-579123
https://www.24sata.hr/tech/izradi-emoji-u-bojama-hrvatske-ili-zaigraj-tenkovski-nogomet-579045
https://www.24sata.hr/show/adriana-je-stigla-u-rusiju-i-pala-u-zagrljaj-svom-voljenom-duji-579107
https://www.24sata.hr/sport/simulacija-spektakla-messi-se-raspucao-raketa-nas-je-spasio-579135
https://www.24sata.hr/show/i-stranci-su-uz-nas-clan-one-directiona-navija-za-vatrene-579068
https://www.24sata.hr/sport/formula-za-argentinu-dalic-na-messija-s-brozovicem-u-postavi-579145
https://www.24sata.hr/sport/rebiceva-poruka-messiju-nista-od-naslova-preko-hrvatske-579129
https://www.24sata.hr/show/za-njih-navijamo-ruske-zecice-oformile-svoj-tim-za-svjetsko-579061
https://www.24sata.hr/sport/nogom-u-glavu-raketi-uzasan-start-argentinca-za-tek-zuti-579168

https://www.24sata.hr/sport/posebna-istoruka-argentini-iz-zadra-lete-s-4-tisuce-metara-579172
https://www.24sata.hr/sport/imamo-dva-perisica-u-niznjem-je-na-travnjak-istrcao-mali-leo-579186
https://www.24sata.hr/sport/corluka-je-faca-dokapetan-koji-igra-minutu-i-ne-bole-ga-le-a-579185
https://www.24sata.hr/sport/ludnica-u-svlacionici-srusili-messija-i-slavili-uz-thompsona-579187
https://www.24sata.hr/sport/schmeichel-bas-me-briga-za-argentinu-hrvatska-je-sjajna-579189
https://www.24sata.hr/sport/rasplakali-smo-diega-uh-da-je-luka-modric-barem-argentinac-579191
https://www.24sata.hr/sport/nakon-poraza-od-hrvatske-na-argentinskoj-tv-minuta-sutnje-579212
https://www.24sata.hr/sport/ivana-579216
https://www.24sata.hr/sport/sramota-argentinski-divljaci-cipelarili-su-hrvatske-navijace-579223
https://www.24sata.hr/fun/kolumbijci-se-snasli-pice-su-na-stadion-svercali-u-dalekozoru-579237
https://www.24sata.hr/sport/neymar-od-prve-minute-brazil-ide-po-prvu-pobjedu-na-sp-u-579233
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-dalic-govori-o-velikoj-pobjedi-protiv-argentinaca-579255
https://www.24sata.hr/sport/island-protiv-nigerije-remi-vatrenima-osigurava-1-mjesto-579256
https://www.24sata.hr/sport/neymar-sou-snimka-mu-uzela-penal-pobjedu-slavio-u-suzama-579257
https://www.24sata.hr/show/pocastila-je-antu-nives-na-guzi-nosi-rebicevo-prezime-579268
https://www.24sata.hr/sport/sanchezu-prijete-smrcu-zbog-crvenog-kartona-protiv-japana-579219
https://www.24sata.hr/sport/kova-htio-frizuru-kao-becks-pa-je-frizer-sime-spasavao-stvar-579304
https://www.24sata.hr/sport/od-najboljeg-igraca-svijeta-do-predmeta-sprdnje-preko-noci-579214
https://www.24sata.hr/sport/ministrica-otkrila-imena-cetiri-divljaka-koji-su-cipelarili-hrvata-579309
https://www.24sata.hr/sport/neymar-rekao-zasto-je-plakao-nitko-ne-zna-sto-sam-prosao-579325
https://www.24sata.hr/sport/burj-khalifa-u-nasim-bojama-e-to-je-prava-promocija-hrvatske-579336
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-dobili-babuske-ovo-sam-ja-ili-pamela-anderson-579338
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-roscina-pogledajte-presicu-s-perisicem-i-carlijem-579331
https://www.24sata.hr/sport/meksicka-euforija-za-prolazak-i-korejska-borba-za-opstanak-579346
https://www.24sata.hr/sport/pravi-lm-10-odusevio-navijace-i-legende-najbolji-je-igrac-sp-a-579322
https://www.24sata.hr/sport/jedini-hrvat-u-rostovu-tito-je-volio-zelje-krvavicu-i-gemist-579349
https://www.24sata.hr/fun/mastoviti-dileri-iz-argentine-stavili-drogu-u-trofeje-za-sp-579324
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-navijac-rekonstruirao-je-spektakularan-rebicev-gol-579375
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-roscina-pred-medije-stizu-lovre-kalinic-i-lovren-579389
https://www.24sata.hr/sport/kaos-na-klupi-treneri-i-igraci-svedske-i-elfa-skoro-se-potukli-579394
https://www.24sata.hr/sport/lineker-izmijenio-slavnu-izjavu-nijemci-na-kraju-je-eno-dobiju-579406
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-englezi-bez-dele-allija-love-osminu-finala-sp-a-579411
https://www.24sata.hr/sport/sudar-pobjednika-iz-prvog-kola-sadio-mane-na-shinjija-kagawu-579423
https://www.24sata.hr/sport/poljska-i-kolumbija-u-utrci-za-prve-bodove-i-osminu-finala-579452
https://www.24sata.hr/sport/juventini-iz-rusije-najveci-su-navijaci-pjace-i-mandzukica-579454
https://www.24sata.hr/sport/gdje-ste-ikone-valderrama-i-higuita-su-tu-a-fali-asprilla-579462
https://www.24sata.hr/sport/joachim-low-i-njegove-gadosti-nastavlja-kopati-nos-i-u-rusiji-579449
https://www.24sata.hr/sport/francuzi-zele-bas-na-vatrene-u-mec-odluke-idu-bez-petorice-579469
https://www.24sata.hr/sport/island-nas-je-dobio-jednom-ali-tada-je-pocela-nasa-kalvarija-579489
https://www.24sata.hr/sport/ljudi-spava-mi-se-cr-iz-hotela-moli-iranske-navijace-za-mir-579500
https://www.24sata.hr/sport/ne-vidim-te-gdje-si-mandzo-brutalno-spustio-mascheranu-579506
https://www.24sata.hr/sport/majstorija-mundijala-james-je-genijalnosc-zakucao-poljake-579504
https://www.24sata.hr/sport/statistika-govori-vatreni-ce-igrati-cetvrtfinale-na-mundijalu-579497

https://www.24sata.hr/sport/domacini-protiv-urugvaja-u-misiji-osvajanja-prvog-mjesta-579528
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-rostova-vatreni-na-zadnoj-presici-uoci-islanda-579560
https://www.24sata.hr/sport/portugal-na-celu-s-cr-7-protiv-zilavog-irana-po-osminu-finala-579577
https://www.24sata.hr/sport/opet-se-pokvario-ronaldu-je-oprosten-cisti-crveni-karton-579595
https://www.24sata.hr/sport/precka-pineda-i-ciro-pa-kakav-batistuta-je-o-te-batistuta-579584
https://www.24sata.hr/sport/farfan-u-bolnici-nakon-sudara-sa-suigracem-i-ozljede-mozga-579558
https://www.24sata.hr/sport/nordin-amrabat-je-pokazao-sto-misli-o-su-enju-var-je-s-anje-579618
https://www.24sata.hr/sport/amerikanci-uvjereni-hrvatska-je-najbolja-momcad-na-sp-u-579624
https://www.24sata.hr/sport/pele-je-siguran-pobijedili-bi-mi-ovu-argentinu-i-sa-75-godina-579632
https://www.24sata.hr/sport/mourinho-najavio-hrvatsku-i-island-mozete-u-cetvrtfinale-579643
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-rostova-nasi-navijaci-vrijeme-ubijaju-krstarenjem-579644
https://www.24sata.hr/show/decki-moje-srce-kuca-za-vas-veceras-cemo-razvaliti-island-579580
https://www.24sata.hr/sport/osvanula-nova-snimka-na-kojoj-argentinci-tuku-naseg-navijaca-579672
https://www.24sata.hr/sport/repriza-francuske-i-danske-iz-98-peru-i-bez-farfana-favorit-579655
https://www.24sata.hr/sport/naituznija-prica-sp-a-izgubio-obitelj-pa-odusevio-potezom-579674
https://www.24sata.hr/sport/australija-trazi-prolaz-protiv-perua-francuzi-idu-na-dance-579686
https://www.24sata.hr/sport/stipe-mesic-kao-granit-xhaka-pozirao-je-s-dvoglavim-orkom-579695
https://www.24sata.hr/show/kapranos-navija-za-hrvatsku-a-prognozira-prolaz-u-polufinale-579587
https://www.24sata.hr/sport/ivana-donosi-srecu-vatrenima-i-kaze-bit-ce-2-0-protiv-islanda-579711
https://www.24sata.hr/sport/u-porazu-i-pobjedi-zadnji-su-u-skupini-ali-slave-kao-da-su-prvi-579673
https://www.24sata.hr/sport/hrvatska-s-devet-novih-igraca-na-island-modric-ce-zapoceti-579720
https://www.24sata.hr/show/islan-ane-prije-utakmice-s-hrvatskom-nabrijavaju-filmom-579696
https://www.24sata.hr/sport/gauci-s-messijem-love-zadnju-slamku-spasa-protiv-nigerije-579718
https://www.24sata.hr/sport/maradona-slavi-gol-messija-kao-da-je-na-turbofolk-koncertu-579730
https://www.24sata.hr/sport/kaspere-suker-je-zabijao-tvom-tati-zabit-ce-manzdo-i-tebi-579721
https://www.24sata.hr/sport/stop-the-var-ako-ovo-nije-bio-penal-nigerija-je-pokradena-579741
https://www.24sata.hr/sport/maradona-u-bolnici-nije-mogao-hodati-nakon-slavlja-argentine-579749
https://www.24sata.hr/sport/napusta-romu-nainggolan-je-novi-igrac-milanskog-intera-579671
https://www.24sata.hr/sport/javio-se-maradona-dobro-sam-jako-me-bolio-vrat-pusa-svima-579767
https://www.24sata.hr/sport/dinastija-schmeichel-danski-golman-kojeg-smo-voljeli-i-sin-579763
https://www.24sata.hr/sport/procurila-snimka-messi-slaze-sastav-sampaolija-nema-nigdje-579777
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-guzva-je-kod-nijemaca-ovdje-bas-svi-mogu-proci-dalje-579856
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-rusije-izbornik-dalic-je-na-presici-i-najavljuje-dance-579864
https://www.24sata.hr/sport/karleusa-ako-srbija-pobijedi-brazil-trcat-cu-gola-do-rusije-579870
https://www.24sata.hr/video/kumica-barek-postala-navijac-ajmo-ladic-dovedi-ih-u-red-579853
https://www.24sata.hr/show/fotkom-u-kadi-pokazala-kako-joj-grudi-izgledaju-iz-zraka-579887
https://www.24sata.hr/sport/neymar-u-centrifugi-jos-koji-okret-i-zavrasio-bi-na-parkingu-579908
https://www.24sata.hr/sport/jesu-li-simpsoni-nakon-trumpa-i-gage-predvidjeli-i-finale-sp-a-579905
https://www.24sata.hr/sport/svijet-se-smije-sramoti-elfa-englezi-se-brutalno-nasla-uju-579919
https://www.24sata.hr/sport/karleusa-udarila-po-krstajicu-tako-je-to-kad-igraju-neka-djeca-579918
https://www.24sata.hr/sport/queiroz-tanac-je-kriv-za-sve-ivankovic-nije-mi-jasan-taj-tip-579952
https://www.24sata.hr/sport/luka-raketa-i-miki-koji-igrac-ode-na-pressicu-taj-zabije-gol-579960
https://www.24sata.hr/sport/umjesto-prema-osmini-finala-hummels-ce-zeni-u-posedarje-579988

https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-rusije-pratite-presicu-vatrenih-sutra-putuju-u-niznji-580019
https://www.24sata.hr/sport/vatrena-an-elica-gledala-kako-brazilci-ruse-orlove-na-sp-u-580027
https://www.24sata.hr/sport/na-ite-onoga-koji-me-proglasio-mrtvim-nudim-10-000-dolara-580035
https://www.24sata.hr/sport/skinula-haljinu-i-sad-navija-u-bikiniju-ivana-vrati-se-na-sp-580032
https://www.24sata.hr/sport/to-bi-bila-utakmica-vatreni-bi-u-polufinalu-mogli-na-engleze-580053
https://www.24sata.hr/sport/zbogom-roscino-zbogom-dragi-ljudi-hvala-vam-na-svemu-580046
https://www.24sata.hr/sport/jedna-ljepša-od-druge-glasujte-za-miss-svjetskog-prvenstva-580040
https://www.24sata.hr/sport/putinomanija-on-je-za-ruse-superman-batman-i-heroj-580064
https://www.24sata.hr/sport/michy-sto-ti-je-to-trebalo-znao-sam-odmah-da-sam-se-za-ebao-580073
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-roscina-ivan-rakitic-najavljuje-utakmicu-s-danskom-580068
https://www.24sata.hr/sport/kramaric-kasperu-zabijam-bas-kao-sto-je-suker-njegovom-tati-580072
https://www.24sata.hr/sport/novi-bullhit-bulica-nek-ih-top-ante-rebica-srusi-poput-legica-580115
https://www.24sata.hr/sport/hrvatska-vojska-bodri-vatrene-u-boj-u-boj-za-narod-svoj-580129
https://www.24sata.hr/sport/hrvati-su-usli-u-top-5-favorita-pusemo-englezima-za-vratom-580153
https://www.24sata.hr/sport/ja-sam-zadnji-srusio-dance-a-evo-i-recepta-mozete-do-finala-580036
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-rusije-vatreni-stigli-u-niznji-krece-operacija-danska-580174
https://www.24sata.hr/sport/japancima-se-fair-play-islplatio-englezi-nisu-htjeli-završiti-prvi-580131
https://www.24sata.hr/sport/rakitic-se-uz-stihove-moja-croatia-nabrijava-za-dance-580204
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-u-americi-reklamiraju-sladolede-od-njih-nema-boljih-580211
https://www.24sata.hr/sport/poslali-njemacku-doma-pa-ih-njihovi-navijaci-ga-ali-jajima-580215
https://www.24sata.hr/sport/francuzi-leo-neces-ti-nikamo-argentinci-leo-itekako-hoces-580219
https://www.24sata.hr/sport/kakav-milano-i-ny-ruske-telece-cipele-mogu-bitivase-za-6800-580231
https://www.24sata.hr/sport/dalicev-ro-ak-stigao-u-niznji-obojska-imamo-nadimak-pace-580248
https://www.24sata.hr/show/i-kovacic-eva-zena-na-ruskim-tribinama-zato-nasima-ide-580253
https://www.24sata.hr/sport/ovo-je-nevjerojatan-uspjeh-ali-steta-je-ne-iskoristiti-priliku-580262
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-izbornik-dalic-i-modric-otkrivaju-recept-za-dansku-580266
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-na-zadnjem-treningu-natopljeni-teren-pod-lampama-580274
https://www.24sata.hr/sport/za-hrvatsku-i-slavoniju-mario-mandzukic-nosi-brod-uz-sebe-580277
https://www.24sata.hr/sport/danski-kraljevic-je-kao-modric-i-njemu-su-rekli-da-je-presitan-580220
https://www.24sata.hr/sport/gauci-su-dobro-i-prošli-trebali-su-dobiti-i-crveni-u-19-minuti-580265
https://www.24sata.hr/sport/speedy-gonzalez-mbappe-u-suludom-sprintu-od-37-km-h-580305
https://www.24sata.hr/show/nives-nasi-decki-trce-i-bolje-od-ramosa-danci-cuvajte-se-580311
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-niznjeg-vec-se-cuje-pjesma-stize-i-predsjednica-580315
https://www.24sata.hr/sport/maradona-bez-messija-mi-smo-samo-prosjecna-reprezentacija-580319
https://www.24sata.hr/show/nabrijavanje-za-tekmu-pojacaj-na-najjace-danas-igraju-hrvati-580047
https://www.24sata.hr/sport/danci-tko-vas-sisa-vatrenima-u-novgorod-stigao-sretni-frizer-580339
https://www.24sata.hr/sport/vidjelo-se-da-ima-nos-dalic-je-davne-2001-svladao-hareidea-580288
https://www.24sata.hr/sport/legendarni-pilot-poslao-poruku-vatrenima-iz-morskih-dubina-580348
https://www.24sata.hr/show/argentinac-oprosti-messi-ali-zbog-nje-navijam-za-hrvatsku-580296
https://www.24sata.hr/sport/dosao-sa-sp-a-pa-sudjelovao-u-nesreci-gdje-je-poginuo-covjek-580358
https://www.24sata.hr/sport/idemo-hrvatska-igrat-cemo-u-pobjednickim-crnim-dresovima-580341
https://www.24sata.hr/show/lidija-bacic-pa-prije-bih-pojela-travu-nego-odustala-od-pobjede-580185
https://www.24sata.hr/sport/lijepa-ivana-poslala-je-poruku-vatrenima-nek-se-ponovi-96-580365

https://www.24sata.hr/sport/kakav-ringispil-rebic-je-slomio-danca-580374
https://www.24sata.hr/show/podraska-ljepotica-nije-izostala-kockasti-im-je-najdrazi-uzorak-580380
https://www.24sata.hr/sport/gurali-smo-drzali-se-i-izvukli-utakmicu-zasluzili-smo-ovo-580385
https://www.24sata.hr/sport/raketa-zena-mi-je-rekla-prije-utakmice-da-cu-bas-ja-odluciti-580386
https://www.24sata.hr/sport/ludnica-u-svlacionici-vatrenih-rebic-slavi-junaka-subasica-580388
https://www.24sata.hr/sport/delirij-u-busu-vatrenih-modric-sve-zapalio-grdovicevim-hitom-580396
https://www.24sata.hr/sport/reakcije-slavena-bilica-tijekom-penala-postale-hit-na-internetu-580406
https://www.24sata.hr/sport/zaboravite-tursku-i-portugal-vatreni-liju-pobjednicke-suze-580410
https://www.24sata.hr/sport/mama-i-tata-subsic-jako-smo-ponosni-na-svog-sina-danijela-580451
https://www.24sata.hr/sport/zamjena-identiteta-neymar-u-chicharita-a-on-u-neymara-580503
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-izbornik-zlatko-dalic-o-velikoj-pobjedi-protiv-danaca-580509
https://www.24sata.hr/sport/urnebesna-proslava-rosa-kojom-je-nadmasio-cak-i-bilica-580518
https://www.24sata.hr/sport/belgija-u-lovu-na-cetvrtfinale-moze-li-ih-japan-iznenaditi-580529
https://www.24sata.hr/sport/meksikanci-ljuti-na-centrifugu-neymara-on-je-bas-sramotan-580545
https://www.24sata.hr/sport/ispali-na-naigori-moguci-nacin-pa-odusevili-svijet-ponasanjem-580554
https://www.24sata.hr/sport/urlik-srece-u-avionu-kapetan-otkrio-putnicima-nasu-pobjedu-580536
https://www.24sata.hr/show/djevojka-golmana-subasica-dragi-do-i-mi-sto-kasnije-580535
https://www.24sata.hr/sport/prijeti-nam-ruska-hobotnica-kako-je-igor-unistio-spanjolce-580502
https://www.24sata.hr/sport/tko-jos-stoji-na-crti-cak-15-od-19-penala-trebalo-je-ponoviti-580563
https://www.24sata.hr/sport/e-neces-ruska-voditeljica-gola-ako-zbornaja-dobije-hrvatsku-580569
https://www.24sata.hr/sport/tko-o-cemu-englezi-o-penalima-580623
https://www.24sata.hr/sport/drama-nigerijskog-kapetana-oteli-su-mi-oca-prije-utakmice-580640
https://www.24sata.hr/sport/josip-drmic-od-prve-minute-na-skandinavce-koji-ne-zele-loptu-580646
https://www.24sata.hr/sport/kakva-gospoda-japanci-poslije-utakmice-ocistili-svlacionicu-580651
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-vida-i-subasic-u-najavi-velike-utakmice-protiv-rusije-580666
https://www.24sata.hr/sport/oskudno-odjevena-navijacica-je-izazvala-kaos-nakon-utakmice-580630
https://www.24sata.hr/tech/znanost-iza-penala-izracunali-kako-se-moze-doci-do-pobjede-580547
https://www.24sata.hr/sport/skoro-sam-otkazao-borbu-jer-su-me-penali-doveli-pred-srcani-580678
https://www.24sata.hr/sport/engleska-prekinula-crnu-seriju-nakon-6-poraza-prošli-penale-580707
https://www.24sata.hr/sport/englezi-sto-je-sad-ovo-nije-li-i-pickford-izlazio-ranije-s-linije-580726
https://www.24sata.hr/sport/engleske-legende-ludo-slavile-prolazak-u-cetvrtfinale-sp-a-580734
https://www.24sata.hr/sport/24sata-pred-hotelom-vatrenih-kovacic-je-jos-upitan-za-rusiju-580770
https://www.24sata.hr/sport/i-dalje-smo-5-favorit-za-titulu-ali-ruse-definitivno-prolazimo-580747
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-vatrena-krila-najavljuju-veliki-okrsaj-protiv-domacina-580798
https://www.24sata.hr/sport/srbi-se-vesele-fifa-poslala-kuci-suca-koji-ih-je-ostetio-na-sp-u-580811
https://www.24sata.hr/lifestyle/japanci-odusevili-svijet-evo-zasto-sve-ciste-nakon-utakmice-580761
https://www.24sata.hr/sport/strani-novinari-prate-treninge-vatrenih-kova-je-i-dalje-upitan-580823
https://www.24sata.hr/sport/sandro-ricci-kojeg-pamtimo-po-dobrome-sudi-protiv-rusije-580831
https://www.24sata.hr/sport/spasili-curenje-seks-snimke-a-sad-skupa-uzivaju-na-mundijalu-580858
https://www.24sata.hr/sport/jumbo-plakat-u-imotskom-za-zvijer-iz-vinjana-antu-rebica-580873
https://www.24sata.hr/sport/urugvajci-ce-na-francusku-vrlo-vjerojatno-bez-kljucnog-igraca-580864
https://www.24sata.hr/sport/zbog-francuske-u-finalu-sp-a-predao-bih-i-finale-wimbledonu-580872
https://www.24sata.hr/fun/trebate-reklamu-sp-a-nema-problema-naslikat-cu-suprugu-580898

https://www.24sata.hr/sport/pogledajte-pressicu-stupa-nase-obrane-i-sjajnog-sime-vrsaljka-580946
https://www.24sata.hr/sport/neymar-na-odmoru-brazilac-na-travi-proveo-cak-14-minuta-580952
https://www.24sata.hr/news/putin-ne-dolazi-na-utakmicu-iz-moskve-ce-navijati-za-rusiju-580973
https://www.24sata.hr/show/ljetne-radosti-pokazale-obline-su-u-bikiniju-ali-i-bez-njega-580923
https://www.24sata.hr/sport/vatrena-za-vatrene-lidija-ce-u-subotu-zagrijavati-navijace-580998
https://www.24sata.hr/sport/legenda-nba-lige-nosi-realov-dres-s-potpisom-luke-modrica-581026
https://www.24sata.hr/sport/cercesov-i-protiv-hrvatske-bi-mogli-igrati-kao-protiv-furije-581070
https://www.24sata.hr/sport/rakiticeve-uspomene-ovdje-je-sve-pocelo-idemo-hrvatska-581066
https://www.24sata.hr/sport/brko-nadmudrio-cijelu-rusiju-a-sad-hrvatskoj-sprema-klopku-581083
https://www.24sata.hr/sport/urugvaj-bez-cavanija-suarez-ce-sam-morati-srediti-francuze-581098
https://www.24sata.hr/sport/pratite-live-vatreni-na-zadnoj-presici-uoci-borbe-za-polufinale-581124
https://www.24sata.hr/sport/umalo-frka-mbappe-glumatao-i-valjao-se-godin-izgubio-zivce-581134
https://www.24sata.hr/sport/bon-appetit-hugo-lloris-skoro-pojeo-skakavca-tijekom-igre-581127
https://www.24sata.hr/sport/branitelji-poslali-mocnu-poruku-vatrenima-uoci-cetvrtfinala-581154
https://www.24sata.hr/sport/hitna-se-sprda-s-neymarom-ne-zovite-nas-ako-nije-hitno-581133
https://www.24sata.hr/sport/kisa-preselila-trening-vatrenih-na-prekrasan-manji-travnjak-581164
https://www.24sata.hr/sport/navijaci-iscrtali-oblik-danijela-subasica-i-poruku-za-custica-581168
https://www.24sata.hr/sport/okovic-navijam-za-hrvatsku-nadam-se-da-ce-osvojiti-naslov-581146
https://www.24sata.hr/sport/srce-vatreno-americki-hrvati-spremni-su-za-tekmu-s-rusima-581194
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-idemo-po-pobjedu-u-soci-stigla-i-lijepa-ivana-knoll-581177
https://www.24sata.hr/sport/ibra-becks-ako-vas-dobijemo-vodit-ces-me-u-shopping-u-ikeu-581195
https://www.24sata.hr/show/nogomet-sam-zavoljela-jos-u-braku-ali-nisam-talent-za-loptu-581147
https://www.24sata.hr/show/kad-hrvatska-pobijedi-hrt-ov-voditelj-prima-poljupce-navijaca-581151
https://www.24sata.hr/sport/modric-rusi-su-tvrdi-i-publika-je-iza-njih-ali-mi-cemo-slaviti-581204
https://www.24sata.hr/sport/stanley-cupom-na-hrvate-fan-zonu-razgalio-veliki-oveckin-581225
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-juris-supernapadacka-hrvatska-napada-utvrdu-soci-581226
https://www.24sata.hr/sport/ori-se-nasa-pjesma-u-sociju-i-predsjednica-pjeva-vatrenima-581229
https://www.24sata.hr/sport/ante-rukavina-stigao-je-u-soci-s-dresom-vatrenih-3-2-promila-581230
https://www.24sata.hr/sport/i-vlasnica-najbolje-guze-svijeta-navija-za-vatrene-protiv-rusa-581234
https://www.24sata.hr/news/za-vatrene-veceras-navijaju-i-ambasade-svedske-i-sad-a-581238
https://www.24sata.hr/sport/krama-golom-zahvalio-dalicu-evo-kako-smo-zabili-rusima-581242
https://www.24sata.hr/sport/vatreno-je-diljem-lijepe-nase-cijela-hrvatska-je-uz-repku-581245
https://www.24sata.hr/sport/domo-majstore-vida-je-golom-naplatio-pehove-iz-francuske-581248
https://www.24sata.hr/show/rebicev-snoopy-najpoznatija-guza-instagrama-i-bornu-slave-581235
https://www.24sata.hr/sport/svlacionica-vatrenih-gori-zovi-samo-zovi-i-sude-mi-za-delirij-581259
https://www.24sata.hr/sport/zuti-pocrvenio-od-srece-josko-trcao-krugove-po-tv-studiju-581264
https://www.24sata.hr/sport/ludnica-se-nastavila-na-veceri-vida-lovren-vrsaljko-na-stolu-581269
https://www.24sata.hr/sport/mario-mandzukic-s-25-tisuca-kuna-castio-sugra-ane-pivom-581251
https://www.24sata.hr/sport/hrvatska-ujednila-amerikance-i-ruse-svi-navijaju-za-vatrene-581283
https://www.24sata.hr/sport/heroj-vida-pred-suspenzijom-slava-ukrajini-salio-sam-se-581280
https://www.24sata.hr/sport/kolinda-odusevila-ruse-u-masi-odijela-nosila-je-hrvatski-dres-581284
https://www.24sata.hr/sport/uh-dobro-je-vida-dobio-samo-upozorenje-za-slava-ukrajini-581304
https://www.24sata.hr/sport/pratite-uzivo-dalic-na-presici-nakon-velike-hrvatske-pobjede-581308

https://www.24sata.hr/sport/neymar-dramatizira-kako-da-sad-nastavim-igrati-nogomet-581287
https://www.24sata.hr/sport/rakitic-i-ovaj-put-mi-je-zena-rekla-da-cu-odluciti-utakmicu-581298
https://www.24sata.hr/sport/englezi-provocirali-bilica-on-im-spustio-ma-tko-se-vraca-kuci-581325
https://www.24sata.hr/news/putine-sad-i-ti-poludi-rusko-veleposlanstvo-je-uz-vatrene-581324
https://www.24sata.hr/sport/sad-ima-i-badic-u-hrvatskim-kockicama-581332
https://www.24sata.hr/sport/overeem-navijao-za-hrvatsku-protiv-rusa-u-dresu-rakete-581323
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-nabrijali-donnu-e-sad-imam-motiv-vise-za-pobjedu-581326
https://www.24sata.hr/sport/zelite-u-rusiju-evo-koliko-ce-vas-kostati-ulaznica-za-vatrene-581348
https://www.24sata.hr/sport/u-vinkovcima-nije-znao-primiti-loptu-sad-je-kapetan-engleske-581344
https://www.24sata.hr/sport/kapetan-svjetska-faca-modric-dobio-mural-uz-messija-i-cr-a-581370
https://www.24sata.hr/sport/sto-je-s-vrsaljkom-spanjolci-tvrde-otpao-je-za-englesku-581390
https://www.24sata.hr/sport/zbog-spornog-videa-vukojevic-odlazi-iz-stozera-reprezentacije-581420
https://www.24sata.hr/show/russell-brand-je-bio-fan-bilica-a-sada-se-boji-penala-vatrenih-581403
https://www.24sata.hr/sport/brrr-perisic-skuplja-snagu-za-englesku-kupajuci-se-u-ledu-581396
https://www.24sata.hr/sport/pratite-presicu-uzivo-mandzo-i-krama-dva-dana-uoci-polufinala-581451
https://www.24sata.hr/sport/ljutiti-navijaci-kamenovali-bus-brazilske-reprezentacije-581361
https://www.24sata.hr/sport/novak-okovic-postao-vatreni-evo-zasto-navijam-za-hrvatsku-581481
https://www.24sata.hr/news/bozinovic-britanskom-kolegi-pobijedit-ce-moja-hrvatska-581480
https://www.24sata.hr/sport/video-s-treninga-vrsaljko-nece-trenirati-do-meca-s-englezima-581483
https://www.24sata.hr/sport/gospo-a-koja-je-prekrizila-sve-igrace-je-razlog-naseg-uspjeha-581387
https://www.24sata.hr/sport/dresovi-za-velike-stvari-protiv-engleske-u-rezervnoj-garnituri-581458
https://www.24sata.hr/sport/tajno-oruzje-za-engleze-suba-da-ti-ja-pokazem-kako-se-brani-581496
https://www.24sata.hr/sport/euforija-tremu-smo-imali-zbog-hrvatske-a-ne-zbog-vjencanja-581338
https://www.24sata.hr/sport/vukojevic-dobio-kaznu-fifi-ce-morati-platiti-15-tisuca-franaka-581503
https://www.24sata.hr/show/dj-armin-je-pohvalio-rakitica-izvrstan-je-gledam-sve-tekme-581436
https://www.24sata.hr/sport/veseli-vida-i-olic-u-svlacionici-pjevali-kafana-je-moja-sudbina-581507
https://www.24sata.hr/sport/gareth-southgate-tragicar-pa-najveca-nada-engleskih-snova-581479
https://www.24sata.hr/sport/nogometne-legende-navijaju-za-nas-jer-im-se-svi-a-nas-stil-581554
https://www.24sata.hr/sport/pratite-uzivo-josko-jelicic-u-studiju-24sata-o-vatrenima-581570
https://www.24sata.hr/sport/ma-igrat-cu-i-jednom-nogom-ako-treba-nismo-jos-završili-581577
https://www.24sata.hr/sport/predsjednik-ukrajinskog-saveza-u-dresu-vatrenih-u-parlamentu-581584
https://www.24sata.hr/sport/australska-legenda-za-24sata-moje-srce-sutra-je-za-hrvatsku-581566
https://www.24sata.hr/sport/njam-njam-vatreni-odrezak-i-riblji-meni-a-la-luka-modric-581608
https://www.24sata.hr/sport/vida-opet-u-nevolji-fifa-zbog-nove-snimke-otvorila-istragu-581631
https://www.24sata.hr/sport/vrhunac-rivalstva-mbappe-igra-protiv-hazarda-za-veliko-finale-581641
https://www.24sata.hr/sport/goran-decki-izgubite-od-bilo-koga-ali-samo-ne-od-engleza-581622
https://www.24sata.hr/sport/sjajne-vijesti-sime-vrsaljko-je-normalno-odradio-puni-trening-581665
https://www.24sata.hr/sport/inati-se-hrvatska-mandzukic-nabrijava-vatrene-uoci-engleza-581672
https://www.24sata.hr/sport/karleusa-zapalila-regiju-hrvati-ce-osvojiti-sp-zasluzili-su-to-581664
https://www.24sata.hr/sport/tata-ga-je-svercao-po-seoskim-livadama-a-snimio-je-i-pjesmu-581679
https://www.24sata.hr/sport/australac-si-istetovirao-pehar-s-hrvatskim-grbom-osvajate-sp-581694
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-iz-moskve-pjesma-nasih-navijaca-trajala-je-cijelu-noc-581691
https://www.24sata.hr/sport/kaos-u-francuskoj-policijci-su-suzavcem-tjerali-lude-navijace-581713

https://www.24sata.hr/show/krsti-ih-iz-chicaga-u-ime-oca-i-sina-za-pobjedu-hrvatske-581640
https://www.24sata.hr/sport/kad-svirne-sirena-tik-prije-nego-sto-rakitic-treba-izvesti-penal-581738
https://www.24sata.hr/fun/zauzeli-poze-na-pramcu-ruske-duge-noge-zamijenili-domacima-581763
https://www.24sata.hr/news/ajmo-hrvatska-munchenski-orkestar-uz-nase-nogometase-581766
https://www.24sata.hr/sport/stigla-je-581767
https://www.24sata.hr/news/predsjednica-poslala-poruku-igracima-vidimo-se-u-finalu-581771
https://www.24sata.hr/sport/cijela-irska-veceras-je-uz-nas-hrvati-posaljite-engleze-kuci-581765
https://www.24sata.hr/sport/srdacan-pozdrav-suigraca-uoci-utakmice-gdje-ce-biti-neznanci-581777
https://www.24sata.hr/sport/navijac-koji-je-odusevio-hrvate-hrvatska-je-sto-je-bio-brazil-581785
https://www.24sata.hr/sport/englezi-sa-118-aviona-poslali-poruku-podrske-reprezentaciji-581786
https://www.24sata.hr/sport/voditeljica-gola-ispod-zastave-ecija-je-ispunila-svoje-obecanje-581787
https://www.24sata.hr/sport/sto-je-smislio-dalic-vatreni-na-stadionu-cekaju-se-sastavi-581781
https://www.24sata.hr/show/ovako-engleske-wagsice-danas-bodre-svoje-partnere-u-rusiji-581730
https://www.24sata.hr/show/navijackom-fotkom-zapalila-internet-slici-na-megan-fox-581754
https://www.24sata.hr/sport/evo-mene-moji-ljudi-grdovic-u-moskvi-dobit-cemo-englesku-581804
https://www.24sata.hr/sport/eduardo-je-odusevio-porukom-ponosan-sam-zasluzujete-to-581805
https://www.24sata.hr/sport/uff-kakav-gol-trippier-sjajno-zabio-za-vodstvo-engleza-1-0-581810
https://www.24sata.hr/sport/karate-kid-perisic-pogledajte-gol-za-izjednacenje-naseg-ivana-581814
https://www.24sata.hr/sport/zagreb-gori-50-tisuca-ljudi-na-trgu-u-transu-stotinke-baklji-581815
https://www.24sata.hr/sport/mandzo-zabio-za-vodstvo-i-vodi-nas-prema-finalu-mundijala-581822
https://www.24sata.hr/sport/slavite-momci-zasluzili-ste-vrsaljko-digao-dalica-i-bacio-ga-581835
https://www.24sata.hr/sport/sime-gasi-arogantne-engleze-la-papa-idete-sad-na-spavanje-581842
https://www.24sata.hr/sport/ovako-placu-englezi-hrvatska-ih-rasturila-u-polufinalu-sp-a-581844
https://www.24sata.hr/sport/sou-u-hotelu-grdovic-na-stolu-s-gitarom-vatreni-su-u-deliriju-581850
https://www.24sata.hr/sport/slaven-bilic-englezima-nisam-objektivan-ali-dominirali-smo-581873
https://www.24sata.hr/show/naljutio-engleze-snoop-dogg-je-opet-navijao-za-hrvatsku-581865
https://www.24sata.hr/fun/ono-kad-mandzo-kaneu-uruci-kartu-i-napokon-usutka-robina-581890
https://www.24sata.hr/sport/zuti-prica-sam-sa-sobom-jela-trci-vojska-vice-savrsenstvo-581912
https://www.24sata.hr/news/slavi-se-i-u-croatiji-airlines-malo-smo-prilagodili-motore-581929
https://www.24sata.hr/sport/vatreni-koncert-grdovic-svira-igraci-pjevaju-izbornik-snima-581933
https://www.24sata.hr/sport/novi-bullhit-opjevao-veliku-pobjedu-te-sprdao-engleze-581943
https://www.24sata.hr/sport/na-stadion-u-moskvi-s-tribina-na-travu-doletjela-mrtva-riba-581945
https://www.24sata.hr/sport/kovu-pogodila-tragicna-vijest-preminuo-mu-je-veliki-prijatelj-581955
https://www.24sata.hr/sport/ludnica-u-cordobi-euforija-u-australiji-pjesma-u-new-yorku-581923
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-izbornik-zlatko-dalic-o-plasmanu-u-finale-i-francuzima-581953
https://www.24sata.hr/sport/pickford-probio-mandzu-pa-mu-vikao-sto-je-ustani-glupane-581971
https://www.24sata.hr/show/sretne-i-ponosne-zivciraju-se-navijaju-i-podrzavaju-vatrene-581913
https://www.24sata.hr/sport/hvala-mario-tvoj-slavonski-brod-ti-zahvaljuje-na-svemu-581974
https://www.24sata.hr/news/bozinovic-francuskom-kolegi-poklonio-pobjednicki-dres-581998
https://www.24sata.hr/sport/hrvatska-vama-klice-aj-sad-zbogom-englezi-i-jagger-mice-581838
https://www.24sata.hr/sport/povijesni-plasman-vatrenih-u-finale-slavio-se-cak-i-u-japanu-581875
https://www.24sata.hr/sport/suba-lovrenu-years-kakav-years-pricaj-hrvatski-covjece-582001
https://www.24sata.hr/sport/bizaran-trenutak-utakmice-na-teren-su-bacili-mrtvu-ribu-581950

https://www.24sata.hr/sport/mourinho-progledao-hrvatska-je-apsolutno-zasluzila-pobjedu-581925
https://www.24sata.hr/sport/nitko-kao-on-rakitic-postavio-svjetski-rekord-za-ovu-sezonu-581997
https://www.24sata.hr/sport/ubit-ce-me-zena-vida-nudio-vino-grdovicu-sime-spasavao-582019
https://www.24sata.hr/sport/u-finalu-bez-crnih-dresova-ma-dobit-cemo-ih-i-u-kockicama-582022
https://www.24sata.hr/sport/pogodio-hrvatsku-pa-stavio-jos-415-000-kn-da-osvajamo-sp-582031
https://www.24sata.hr/show/kme-kme-kme-cijeli-otok-place-ma-neka-place-ko-ih-581990
https://www.24sata.hr/sport/vida-se-javno-ispricao-rusima-oprostate-mi-pogrijesio-sam-582055
https://www.24sata.hr/sport/francuzi-se-hrabre-perisic-je-upitan-hns-nije-nista-ozbiljno-582064
https://www.24sata.hr/sport/fotic-yuri-sad-sam-im-blizak-u-finalu-cu-navijati-za-hrvate-582084
https://www.24sata.hr/show/engleski-komicar-flanagan-se-skockao-i-prosetao-moskvom-582037
https://www.24sata.hr/sport/savez-me-je-pozvao-na-finale-u-moskvu-ali-sam-ih-fino-odj-582104
https://www.24sata.hr/sport/uzivo-ivan-rakitic-najavljuje-veliki-finale-protiv-francuske-582120
https://www.24sata.hr/sport/prva-objava-kalinica-nakon-izbacivanja-iz-reprezentacije-582131
https://www.24sata.hr/news/podrska-iz-praga-navija-se-i-u-veleposlanstvu-u-ceskoj-582135
https://www.24sata.hr/news/premier-pustite-zaposlenike-da-docekaju-nase-vatrene-582142
https://www.24sata.hr/sport/dalic-stedi-vatrene-prije-finala-petorica-danas-nece-trenirati-582143
https://www.24sata.hr/show/to-nije-bilo-normalno-will-smith-odusevljen-subasicem-582148
https://www.24sata.hr/news/andrej-plenkovic-za-france24-jedan-gol-ce-odluciti-582149
https://www.24sata.hr/sport/nema-necu-urnebesni-roso-objao-izraelce-u-boje-vatrenih-582152
https://www.24sata.hr/show/nakitila-se-krunom-cetinski-je-u-moskvu-poveo-suprugu-dudu-582105
https://www.24sata.hr/sport/neymar-rakiticu-hrvati-su-vec-sad-pobjednici-to-me-veseli-582165
https://www.24sata.hr/sport/neka-pobijede-hrvati-za-luku-i-starca-po-kojem-je-dobio-ime-582172
https://www.24sata.hr/sport/snimio-sam-luku-modrica-dok-tjera-koze-na-velebitu-1990-582175
https://www.24sata.hr/sport/kapetan-i-izbornik-najavljuju-najvecu-utakmicu-u-karijeri-582186
https://www.24sata.hr/sport/pogledajte-mozda-najbolju-ali-i-najopasniju-podrsku-vatrenima-582220
https://www.24sata.hr/sport/predigra-za-finale-sp-a-bahati-englezi-ili-belgijski-za-broncu-582191
https://www.24sata.hr/sport/prica-o-simi-unukov-kockasti-dres-dida-je-ponio-u-svoj-grob-582202
https://www.24sata.hr/news/hrvatsku-zastavu-objesili-nad-provalijom-sretno-vatreni-582228
https://www.24sata.hr/news/potpuno-ludilo-za-povijest-i-kombajni-navijaju-za-hrvatsku-582238