

Zastupljenost ženskog sporta u hrvatskim medijima

Tustanovski, Mia

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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:111:876564>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



Repository / Repozitorij:

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





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
Fakultet hrvatskih studija

Mia Tustanovski

**ZASTUPLJENOST ŽENSKOG SPORTA U
HRVATSKIM MEDIJIMA**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2023.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

Fakultet hrvatskih studija

Odsjek za komunikologiju

Mia Tustanovski

ZASTUPLJENOST ŽENSKOG SPORTA U HRVATSKIM MEDIJIMA

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Danijel Labaš

Sumentor: dr. sc. Dražen Maleš

Zagreb, 2023.

Sažetak

Osnivanje Međunarodnog olimpijskog odbora 1894. godine i obnova Olimpijskih igara 1896. u Ateni označili su važne korake u razvoju i popularizaciji suvremenog sporta, dok su osnivanje Međunarodne ženske sportske federacije te održavanje prvih Ženskih svjetskih igara bili veliki korak naprijed za ženski sport. Čvrsta povezanost sporta i medija oblikuje društvo i kulturu, a odnos između njih je na obostranu korist. Unatoč potencijalu ženskog sporta, medijska pokrivenost je znatno lošija, što utječe na njegovu popularnost i interes publike. U ovome radu istražuje se neravnoteža u medijskoj pokrivenosti različitih sportskih razina i konkurencija, s posebnim naglaskom na nedovoljnu zastupljenost ženskog sporta i drugih manje zastupljenih sportskih skupina. Iako postoje različita tumačenja ove neravnoteže s obzirom na percepciju sportova i sportskih sudionika, primjećuje se povećana svijest o ovim pitanjima, osobito u vezi sa ženskim sportom. Analizom provedenih istraživanja, rad ističe potrebu za promjenama u medijskom izvještavanju o sportu kako bi se stvorila ravnopravna sportska kultura i rješavali izazovi s kojima se suočava ženski sport. Iako je uočena sve manja razlika tijekom godina, još uvijek treba poraditi na zastupljenosti ženskog sporta. Odličan primjer podjednake zastupljenosti žena u sportu je švedska javna televizija koja ravnopravno izvještava o ženskom i muškom sportu, a dobre projekte su proveli BBC, Irska radiotelevizija i hrvatska Agencija za elektroničke medije.

Ključne riječi: ženski sport, mediji, medijska zastupljenost, ravnopravnost

Abstract

The establishment of the International Olympic Committee in 1894 and the renewal of the Olympic Games in 1896 in Athens marked important steps in the development and popularization of modern sports, while the establishment of the International Women's Sports Federation and the holding of the first Women's world games were a big step forward for women's sports. The strong connection between sports and the media shapes society and culture, and the relationship between them is mutually beneficial. Despite the potential of women's sports, media coverage is significantly worse, which affects its popularity and audience interest. The imbalance in media coverage of different sports levels and competition is also investigated, with special emphasis on the underrepresentation of women's sports and other less represented sports groups. Although there are profound implications of this imbalance for the perception of sports and sports participants, there is an increased awareness of these issues, particularly in relation to women's sports. By analyzing the conducted research, the paper highlights the need for changes in media coverage of sports in order to create an equal sports culture and solve the challenges faced by women's sports. Although a decreasing difference was observed during the year, there is still work to be done on the representation of women's sports. An excellent example of equal representation of women in sports is the Swedish public television, which reports equally on women's and men's sports, and good projects have been implemented by the BBC, Irish Radio and Television, and the Croatian Electronic Media Agency.

Keywords: women's sport, media, media representation, equality

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Razvoj suvremenog ženskog sporta	3
2.1. Povijest ženskog sporta u Hrvatskoj.....	4
3. Odnos sporta i medija i njihov utjecaj na zastupljenost ženskog sporta	7
4. Zastupljenost sportašica u hrvatskim medijima	10
5. Primjeri ravnopravnijeg izvještavanja u Europi i Hrvatskoj	14
5.1. BBC: Kampanja #CHANGETHEGAME	14
5.2. RTE: Kampanja 20x20 („If she can't see it, she can't be it“)	15
5.3. SVT: Jednakost na ekranu i izvan njega.....	15
5.4. AEM: „Za veću vidljivost ženskih sportova u elektroničkim medijima“ i „Glas žena u sportu“	16
6. Zaključak.....	18
Literatura	19

1. Uvod

Sport i mediji, dvije pojave koje su duboko ukorijenjene u suvremeno društvo, u kompleksnoj su i međuovisnoj dinamici koja snažno utječe na naše živote. Sport se tradicionalno definira kao tjelesna aktivnost radi natjecanja, zdravlja ili zabave, dok mediji obuhvaćaju različita sredstva masovne komunikacije poput televizije, radija, novina i interneta.

Iako su sport i mediji pojedinačno važni aspekti našeg svakodnevnog života, njihov međuodnos donosi brojne implikacije koje sežu daleko izvan sportskih borilišta ili medijskih sadržaja. Sport se može smatrati izražajnim elementom izgradnje identiteta, kako za pojedince, tako i zajednice, pružajući im ne samo fizičku aktivnost, već i emotivno iskustvo te povezanost s drugim pripadnicima društva. S druge strane, mediji imaju moć oblikovanja naše percepcije o sportu i samim sportašima, stvarajući od sportaša javne osobe generirajući različitu dozu pozornosti prema njima.

U simbiozi sporta i medija, postoje brojni izazovi te etičke implikacije, poput komercijalnog i oglašivačkog utjecaja koji generira popularnost i medijsku zastupljenost određenih sportova, kao i prilagodbe sportova zahtjevima medija, sponzora i oglašivača. Jednako tako, postoji i neravnomjernost u medijskoj zastupljenosti samih sportova, pristupa izvještavanju o različitim sportovima te uopće položaju različitih natjecateljskih konkurencija u medijima.

Tako su u medijskim sadržajima često u značajno manjoj ili zanemarivoj mjeri, u odnosu na mušku profesionalnu seniorsku razinu, zastupljena ona natjecanja koja se odnose primjerice na mlađe uzrasne skupine, kao i specifične sustave sportskih natjecanja poput školskog sporta, sveučilišnog ili akademskog sporta, sporta za osobe s invaliditetom ili para-sporta, ali i sporta koji je namijenjen ženskoj konkurenciji.

Ova neravnoteža nije samo statistička, već ima duboke implikacije s obzirom na percepciju tih razina sportova, koje se onda kristalizira kroz čitavu sportsku industriju, ali i opću javnost. Ipak, važno je naglasiti kako se posljednjih godina o ovim temama znatno podiže svijest, poglavito o temi ženskog sporta, dok druga slabije zastupljena područja sporta još uvijek nisu pronašla adekvatno mjesto u javnoj raspravi.

Kroz različita provedena znanstvena istraživanja, od kojih su neka prikazana u ovom radu, ističe se potreba za promjenama u pristupu izvještavanju o različitim razinama sporta, pa tako i ženskom sportu kako bi se stvorila ravnopravnija i inkluzivnija sportska kultura te kako

bi se doskočilo različitim vrstama izazova s kojima se danas susreće ženski sport. Ovim radom, nastoji se problematizirati položaj i specifičnosti medijskog izvještavanja o ženskom sportu te kroz iznošenje različitih primjera dobre prakse pridonijeti dugoročnom postizanju ravnopravnosti i jednakih kriterija u sportu za sve.

2. Razvoj suvremenog ženskog sporta

Suvremeni sport se razvijao zajedno sa društvom, a tijekom 18. i 19. stoljeća, odnosno vremena industrijalizacije i razvoja građanskog društva, ljudi su se više počeli baviti različitim zabavnim aktivnostima pa tako i sportom. Iako su različite sportske aktivnosti prisutne u društvu još od samih početaka civilizacije, pri čemu se osobito ističe razdoblje antike kada se grade i prvi grandiozni stadioni te održavaju organizirana sportska natjecanja, prema Guttmannu (1978), prelazak s tradicionalnog na suvremeni sport se dogodio u Engleskoj pojavom industrijalizacije te se dalje širio po Europi i SAD-u. Urbanizacija, poboljšana prometna povezanost, razvoj medija i sredstava komunikacije, povećani prihodi te razvoj srednje klase – kao posljedice industrijalizacije su također pridonijeli razvoju sporta i sve većoj zainteresiranosti publike za praćenje, a samih natjecatelja za bavljenje sportom. Širenje sporta, osobito sportskih igara koje su najkarakterističnije za velika kolonijalna carstva (npr. kriket ili ragbi u kontekstu Britanskoga carstva), doveli su do širenja istih ili sličnih sportskih disciplina u sve kutove svijeta. Tako se razvijaju i organizirana natjecanja, sportski klubovi i različita regulativna tijela koja su nadležna za utvrđivanje pravila i sustava natjecanja u određenim sportovima. Sportovi poput kriketa, golfa i konjskih utrka stvorili su modele za buduće moderne sportove kao što su bejzbol, nogomet (u svim svojim varijacijama), košarka i tenis (Szymanski, 2008).

Pierre de Coubertin 1894. godine dolazi na ideju ponovnog oživljavanja Olimpijskih igara nalik onima iz antičke Grčke. Njegova strast prema sportu i vjerovanje u vrijednosti tjelesnog vježbanja kao sredstva za oblikovanje karaktera bili su ključni faktori koji su ga potaknuli da krene u ovaj projekt. Iste godine je osnovao Međunarodni olimpijski odbor kako bi koordinirao i promovirao ove revitalizirane igre. Prve moderne Olimpijske igre održane su 1896. godine u Ateni i bile su vrlo uspješne. Preko 60 tisuća ljudi je prisustvovalo otvorenju, a natjecatelji su se mogli natjecati u 9 sportova - atletika, biciklizam, dizanje utega, gimnastika, hrvanje, mačevanje, streljaštvo, plivanje, tenis, koji su obuhvatili 10 disciplina i 43 događaja (Levinson, Christensen, 1999).

Prve suvremene olimpijske igre su se u natjecateljskom smislu održavale samo u muškoj konkurenciji, a već na njihovom drugom izdanju, 1900. godine u Parizu, napravljen je korak unaprijed u etabliranju ženskog sporta, što je u kontekstu vremena vrlo značajno, jer govorimo o vremenu kada žene uglavnom nisu niti imale pravo glasa. Iako je Pierre de Coubertin imao rezervacija prema sudjelovanju žena u sportu, u Parizu su se neke žene natjecale u tenisu i golfu. Alice Milliat je bila pionirka u promociji ženskog atletskog sporta u svojoj domovini i širom

svijeta. Godine 1917., kada se ženski nogometni klub Femina Sport pridružio ostalim klubovima u osnivanju Federacije ženskih sportskih društava Francuske (Federation des Societes Feminines Sportives de France - FSFS), Milliat je preuzela ulogu rizničarke federacije te je nakon dvije godine postala predsjednica. Alice Milliat je uz podršku Camillea Blanca, gradonačelnika Beausolieua i predsjednika ekskluzivnog Međunarodnog sportskog kluba Monaka, organizirala Ženske olimpijske igre 1921. godine, koje su bile preteča Ženskih međunarodnih igara. Sportašice su se na natjecanju mogle natjecati u atletici, gimnastici, ritmičkoj gimnastici i košarci. Samo pet mjeseci nakon što su igre u Monte Carlu pokazale da su međunarodna natjecanja za žene održiva, Milliat je osnovala Međunarodnu žensku sportsku federaciju (Federation Sportive Feminine Internationale - FSFI) i počela planirati prve Ženske međunarodne igre (Jeux Internationaux Feminins). Ove igre, koje su nazivane i Olimpijske igre za žene (Jeux Olympiques Feminins), unatoč protivljenju Svjetskog olimpijskog saveza oko imena, održane su u Parizu 10. kolovoza 1922. godine. Više od 20.000 gledatelja okupilo se u Le Stade-Pershingu kako bi pratilo natjecanje sportašica iz pet različitih zemalja u jedanaest sportskih disciplina - trčanju (60 metara, 100 jardi, 300 metara, 1000 metara, štafeta 4 x 110 jardi i prepone 100 jardi), skoku u vis, skoku u dalj, skoku u dalj iz mjesta, bacanju koplja i kugle. (Christensen et al., 2001: 743). Ukupno su se održale četvore Ženske olimpijske igre, 1922. u Parizu, 1926. u Göteborgu, 1930. u Pragu i posljednje, 1934. u Londonu (Guttman, 1991). Nakon dugotrajnih sporova između Međunarodnog olimpijskog odbora, Međunarodnog atletskog saveza i Međunarodne ženske sportske federacije, od 1928. godine, žene su se natjecale u atletskim disciplinama u okviru programa Olimpijskih igara (Pfister, 2010).

Tek nakon Drugog svjetskog rata je poraslo zanimanje za sportom kada su mnoge europske države počele bilježiti velik rast svojih sportskih federacija. Također, procesom dekolonizacije, mnoge države su nakon stečene samostalnosti osnovale svoje sportske federacije i vrlo brzo se priključile Olimpijskim igrama (Kidd, 2021).

2.1. Povijest ženskog sporta u Hrvatskoj

Iako je povijest ženskog sporta u Hrvatskoj relativno mlada u usporedbi s muškim sportom, žene su ostvarile značajan napredak u svim područjima sportskih natjecanja. Počeci organiziranog ženskog sporta u Hrvatskoj datiraju s početka 20. stoljeća. Prve organizirane sportske udruge za žene počele su se osnivati u 1920-ima, a tada su se uglavnom bavile gimnastikom i atletikom. Po uzoru na češki sokolski pokret, u Hrvatskoj je utemeljena ista

organizacija pod nazivom Hrvatski sokol sa zadaćom da promiče tjelovježbu i širi nacionalnu svijest među Hrvatima. Zahvaljujući Hrvatskom sokolu koji se razvijao početkom 20. stoljeća, ženski sport, a i sport općenito se počeo razvijati vrlo brzo (Paar, 2011). Tijekom 20. stoljeća, ženski sport u Hrvatskoj postao je sve popularniji i širio se na različite discipline uključujući *hazenu*, što je pretežno ženska sportska igra loptom, koja potječe iz Češke s početka XX. st. i iz nje se razvio rukomet (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021); plivanje, košarka, skijanje. 1925. godine u Zagrebu je skupina žena osnovala hazena klub, a svega devet godina kasnije, 1934. godine, hazenašice HŠK Concordije predstavljale su Jugoslaviju i osvojile zlatno odličje na Svjetskom prvenstvu za žene u hazeni, održanog u Londonu, a četiri godine ranije u Pragu su osvojile srebro. Pod vodstvom Bogdana Cuvaja, trenera hazenašica HŠK Concordije, koji je također unaprijedio hazenu u Hrvatskoj, hazenašice HŠK Concordije u periodu od 1929. do 1933. u 63 utakmice nisu upisale niti jedan poraz (Babović, 2022).

Jedna od prvih Hrvatica koja se svojim brojnim uspjesima upisala u povijest bila je Zulejka Stefanini koja je bila uspješna u čak 14 sportova. Stefanini je 1936. nastupala na Olimpijskim igrama u Berlinu; kao gimnastičarka je 1935. i 1936. bila državna prvakinja. Također, bila je državna rekorderka na 80 metara s preponama, a pobjede je nizala i u disciplinama na 200 metara, skoku u vis, bacanju kugle i koplja. Veliki trag ostavila je i u hazeni, plivanju, klizanju te košarci. Zulejka Stefanini sudjelovala je na Svjetskim ženskim sportskim igrama 1930. u Pragu i 1931. u Firenci. U Firenci je u streličarstvu izborila treće mjesto. Svoju izvrsnost je pokazala 1947. godine kada je osvojila zlatnu značku sportske svestranosti kao prva sportašica u Hrvatskoj kojoj je to uspjelo. „Svojim rezultatima i osobnošću od rane je mladosti utirala sportske puteve ženama. (...) Nije u pitanju bilo osvojiti još jednu nagradu, poticaj za sudjelovanje je bio povući za sobom što više žena. Uvjeriti ih da 35 godina u životu žene nisu godine starosti“ (Gizdić, 2015).

Na Olimpijskim igrama 1968. u Meksiku, veliku pobjedu za SFRJ odnijela je Hrvatica Đurđica Bjedov – zlato u disciplini 100 metara prsnim stilom i srebro u disciplini 200 metara prsnim stilom i to s ne baš lakom konkurencijom. Osim olimpijskih medalja, Bjedov je čak 35 puta bila prvakinja Jugoslavije, a 19 puta državna rekorderka.

Tijekom posljednjih nekoliko desetljeća, žene su postale sve prisutnije u svijetu sporta u Hrvatskoj, a ženski sport je sve prepoznatljiviji. Hrvatske sportašice ostvaruju izvanredne rezultate na međunarodnim natjecanjima u različitim disciplinama, uključujući atletiku, plivanje, tenis, rukomet, košarku, veslanje i druge.

Naša najpoznatija i najtrofejnija skijašica, Janica Kostelić, osvajala je brojne medalje za Republiku Hrvatsku na Zimskim olimpijskim igrama. Na Olimpijskim igrama u američkom Salt Lake Cityju 2002. osvojila je čak 4 medalje – tri zlatne i jednu srebrnu. To su bila prva odličja u povijesti hrvatskog skijanja i prva za Hrvatsku na Zimskim olimpijskim igrama. Na idućim Olimpijskim igrama je također briljirala s osvojenim zlatom i srebrom, a osim Olimpijskih igara, uspjehe je nizala i na svjetskim kupovima i svjetskim prvenstvima u raznim skijaškim disciplinama.

Na Ljetnim olimpijskim igrama u Pekingu 2008. godine Blanka Vlašić je osvojila srebrnu medalju u atletskoj disciplini skok u vis te broncu 2016. na Igrama u Rio de Janeiru. Za nju tijekom trajanja sportske karijere gotovo da nije bilo prvenstva koje nije osvojila, pri čemu se ističu europska i svjetska natjecanja te razni mitinzi, lige i kupovi, a ujedno je i hrvatska rekorderka s preskočenih 208 centimetara.

Uz Blanku Vlašić od atletičarki treba spomenuti i Sandru Perković koja je u svojoj disciplini također polučila izvanredne uspjehe. Na Olimpijskim igrama u Londonu 2012. te Rio de Janeiru 2016. godine osvojila je zlatne medalje, a godinama je držala jedno od tri prva mjesta na svjetskim i europskim prvenstvima te atletskoj *Dijamantnoj ligi*. Osobni i državni rekord joj je 71.41 m, a od 2012. do 2019. svake godine je bila izabrana za sportašicu godine prema izboru Sportskih novosti.

3. Odnos sporta i medija i njihov utjecaj na zastupljenost ženskog sporta

Sport i mediji čvrsto su povezani i zajedno oblikuju jedinstven sustav koji ima dubok utjecaj na društvo, kulturu i industriju sporta.

Prema Hrvatskom jezičnom portalu pojam 'sport' ima dvije definicije: „tjelesna aktivnost radi natjecanja, održavanja zdravlja ili zabave“ i „skup sportskih disciplina koje se temelje na određenim pravilima; njima se bave amateri ili profesionalci“ (Hrvatski jezični portal, bez dat.). U Zakonu o sportu (NN 141/22) Republike Hrvatske *amater* je u sportskom smislu definiran kao „osoba koja se bavi sportskom djelatnošću i sudjeluje u službenom sportskom natjecanju, a nije profesionalni sportaš“, dok je profesionalni sportaš „onaj sportaš koji se bavi sportskim djelatnostima sudjelovanja u sportskom natjecanju i sportskoj pripremi kao osnovnim zanimanjem.“

Odnos između sporta i medija često se opisuje kao simbiotski, gdje oba sustava imaju koristi jedan od drugog. Sport pruža medijima raznolik spektar sadržaja, uključujući zabavu, vijesti i tržište, dok mediji potiču popularnost, vidljivost i interes za sport i sportaše u društvu (Braumüller, 2020). Sport je prirodno atraktivan za medije zbog svoje dinamike, emocija i široke gledateljske baze dok mediji igraju ključnu ulogu u promicanju sporta na globalnoj razini, proslavljajući sportaše i timove te omogućujući gledateljima da prate sportske događaje uživo ili putem televizije, interneta, radija i drugih medija.

Nadalje, Nicholson (2007: 5) daje dvije definicije medija: prva, mediji se odnose na sredstva masovne komunikacije, kao što su televizija, radio, novine ili internet. Druga, mediji se odnose na one ljude zaposlene u organizaciji kao što su televizijska postaja ili novine, kao što su novinari i urednici.

Veliki je broj ljudi koji prate sportske događaje na televiziji, a emitira se znatna količina sportskog sadržaja, dok se upravo televizija često koristi kao glavno sredstvo oglašavanja sa sportom povezanih sadržaja. Međutim, televizija ne ograničava svoje prijenose samo na najvažnije sportske događaje i lige te sport nije prisutan samo na televiziji. Čak i ako letimično pregledate sve dostupne medijske izvore u jednoj državi, lako je primijetiti da je sport istaknut u svim oblicima medija (Nicholson, 2007).

Sportovi kao što je nogomet obično dominiraju medijskim izvještavanjem općenito, a posebno televizijskim (Nicholson, 2007). Ovo se može vidjeti i u Hrvatskoj, gdje je većina sportskog sadržaja povezana s muškim nogometom i to je prvi sadržaj prikazan u medijima, a tek onda se ostatak mjesta popunjava ostalim sportovima (Brenčić, 2022).

Mora se uzeti u obzir da su medijska pokrivenost, položaj i status sportašica kao i fascinacija ženskim sportom te interes javnosti za njega, međusobno povezani. Prema Pfisteru (2010), mediji stvaraju percepciju o određenom sportu te znatno pridonose reprodukciji razlika između spolova. Niži stupanj zainteresiranosti medija za ženski sport, dovodi do toga da se onda i sponzori u značajno nižoj mjeri zanimaju za angažman i aktivnost na području ženskog sporta, što pak utječe na razvoj i kvalitetu natjecanja te općenito pridonosi njegovoj slabijoj zastupljenosti. Mediji oblikuju percepciju o sportu i sportašima, a kroz medijsko izvještavanje, sportaši postaju javne osobe, dok su njihova ponašanja i postignuća podložna pažnji i kritici. Mediji mogu imati pozitivan ili negativan utjecaj na sportaše, ovisno o načinu na koji oni izvještavaju o njima, stoga podzastupljenost ženskog sporta dovodi do toga da profesionalne sportašice prolaze slabije zamijećeno, osobito ako se radi o onim sportovima koji su sami po sebi slabije medijski atraktivni.

Gledatelji se nalaze između simbioze sporta i medija jer „količina i kvaliteta izvještavanja pridonose određenoj percepciji sporta koja gradi i održava zanimanje publike, a time i 'potražnju' za određenim sadržajima (Cooky, Messner & Hextrum, 2013) pa se i dalje u medijima može vidjeti da se sadržaj proizvodi po principu ponude i potražnje, a potražnja za muškim sportom je i dalje veća jer se ponuda mijenja vrlo sporo (Prpić, 2020). Stoga se ne može nužno koristiti argumentom da publika nema interesa za ženski sport jer ako publika nema priliku gledati ženski sport u medijima, ne može niti odrediti sviđa li im se ili ne i zanima li ih takav sadržaj. Ipak, takav se argument može primijeniti i na druge razine sporta poput para-sporta, sveučilišnog sporta i sl.

Da se posljednjih godina ipak značajno pomiču stvari po pitanju inkluzivnosti te da se podiže svijest o ženskom sportu pokazuje praksa širom svijeta, no, jednako tako se primjećuju i negativnosti te nove rasprave unutar samog ženskog sporta. Osobito je osjetljivo pitanje sudjelovanja transrodnih osoba na natjecanjima u ženskoj konkurenciji, posebice jer pitanje individualnog osjećanja osobe ne mijenja činjenicu da osoba posjeduje fizičku snagu i tjelesne prednosti koje nad ženama posjeduju muškarci pa sada svjedočimo pojavi u kojoj se biološke žene diskriminiraju u vlastitim sportskim natjecanjima. Jedan takav slučaj je i Lia Thomas, 24-godišnja američka plivačica koja je postala središte pažnje u 2022. godini zbog svoje pobjede na NCAA Division I državnom prvenstvu u disciplini 500 jardi slobodnim stilom. Njena pobjeda izazvala je kontroverze i kritike kako od strane javnosti tako i od svojih suparnica koje tvrde da je zbog svoje biološke muške konstitucije lakše nadvladala žensku konkurenciju natječući se kao transrodna žena. Prema pravilima Američkog plivačkog saveza (USA

Swimming), transrodni sportaši moraju proći trogodišnju hormonsku terapiju prije nego što im se dopusti natjecanje. Thomasu je nedostajalo samo šest mjeseci do tog cilja kada je osvojila naslov, no NCAA, upravno tijelo sveučilišnog sporta u SAD-u, odlučilo je ignorirati pravila Saveza i dopustiti joj da se natječe. Republikanci diljem SAD-a zagovaraju zakon koji bi ograničio sudjelovanje transrodnih osoba u sportu, tvrdeći da se zalažu za fer natjecanje (The Guardian, 2022).

Ženski nogomet je postao izuzetno popularan i uspješan širom svijeta. Mnogi renomirani nogometni klubovi poput Hajduka, Dinama, Rijeke, Osijeka, uključili su ženske ekipe u svoje organizacije, čime su stvorili platformu za talentirane ženske igračice da pokažu svoj talent i ostvare velike uspjehe na međunarodnoj razini. Ove ženske nogometne ekipe ne samo da privlače sve veću pozornost navijača, već i potiču razvoj ženskog nogometa i promiču ravnopravnost spolova u sportu. Ženski nogomet sve više privlači i podršku sponzora, medija i sportskih organizacija, što omogućava daljnji rast i profesionalizaciju ovog sporta. Njegova popularnost također doprinosi promociji sporta među ženama i djevojčicama te potiče njihovo sudjelovanje u sportskim aktivnostima. Nogomet je jedan od boljih primjera položaja ženskog sporta.

Također, dobar primjer jednake zastupljenosti su gimnastička i atletska natjecanja koja se održavaju u isto vrijeme za razliku od drugih sportova koji imaju posebno muška i ženska natjecanja. Ova praksa promovira ravnopravnost spolova u sportu, naglašava važnost raznolikosti i ujedinjuje sportaše i ljubitelje sporta. Osim toga, kombiniranje muških i ženskih natjecanja može privući širu publiku i gledatelje, jer se ljubitelji sporta mogu diviti izvanrednim vještinama i izvedbama muških i ženskih sportaša. Također se potiče osjećaj zajedništva među sportašima različitih spolova i gradi sportsku kulturu koja cijeni izvrsnost i trud bez obzira na spol. Sve u svemu, zajednička natjecanja muškaraca i žena u gimnastici i atletici doprinose promicanju ravnopravnosti, raznolikosti i zajedništva u svijetu sporta.

4. Zastupljenost sportašica u hrvatskim medijima

U istraživanjima koje su provele Ana Brenčić (2022) i Iva Prpić (2020) s Fakulteta političkih znanosti za svoje diplomske radove, obje su dokazale da su žene u hrvatskim medijima podzastupljene, ali se ne prikazuju na objektivan i stereotipan način. Osim toga, dolazi do povećanja zastupljenosti tijekom godina što je pozitivan smjer ravnopravnosti izvještavanja.

Prvo istraživanje, koje je provela Ana Brenčić, odvijalo se u periodu od tri tjedna tijekom veljače i ožujka 2022., u kojem je na tri televizije (jedna javna i dvije komercijalne) analizirala zastupljenost žena u sportskim TV blokovima te naslovne stranice u Sportskim novostima i njihovim web izdanjima, dok je tijekom cijelog mjeseca ožujka analizirala sportsku programsku shemu javne televizije i komercijalne televizije specijalizirane za sport. Treba napomenuti da je u istraživanju obuhvaćen i posljednji tjedan Zimskih olimpijskih igara u Pekingu kako bi se usporedilo hoće li biti više izvještavanja o ženskim sportovima tijekom velikog natjecanja.

Analizirajući sportske TV blokove tijekom tog trojednog razdoblja, primijetila je da je javna televizija objavila najveći broj sportskih sadržaja posvećenih ženskim sportašicama, iako se i kod njih uočava veća razlika u količini emitiranja muškog i ženskog sporta. Dvije komercijalne televizije su objavile dvostruko manje sadržaja vezanih uz sportašice. Iako je javna televizija premašila komercijalne televizije u količini ženskog sportskog sadržaja, muški sport i dalje značajno prevladavao u sportskim informativnim emisijama. Najviše interesa za ženski sport na televizijama je bilo tijekom prvog perioda dok su trajale Zimske olimpijske igre u Pekingu kada su se redovito objavljivali rezultati iz svih sportova pa su prema tome i sportašice bile više zastupljene. O sportašicama se najviše izvještavalo u drugim zimskim sportovima osim alpskog skijanja – sanjkanju, skijaškim skokovima, klizanju, biatlonu, snowboardu, hokeju, curlingu te slobodnom skijanju – što je bilo i za očekivati jer je zanimanje veće za vrijeme Igara, iako se žensko alpsko skijanje na javnoj televiziji prenosi i prati bez obzira traju li Olimpijske igre i nastupaju li hrvatske predstavnice dok se na komercijalnim televizijama poprati isključivo kada je u pitanju neki veći uspjeh. Osim alpskog skijanja, redovito se izvještavalo i o teniskim turnirima, ali u slučaju kada nema hrvatskih predstavnica, spominju se samo muški pobjednici, ne i ženski. Na svim televizijama se otprilike podjednako izvještava o hrvatskim i stranim sportašicama, ali razlika je što je na javnoj televiziji povod redovito izvještavanje o rezultatu na nekom natjecanju, dok komercijalne televizije ženama

uglavnom daju medijski prostor tek nakon iznenađujućeg uspjeha ili neočekivano velike medijske pozornosti (npr. doping skandali, rat u Ukrajini).

Na sve tri televizije, najviše sadržaja se odnosilo na pojedinačnu konkurenciju, zatim reprezentativnu te se najmanje izvještavalo o hrvatskim ženskim klubovima. U promatranom periodu odigravale su se kvalifikacijske utakmice za Europsko prvenstvo u rukometu pa se iz tog razloga nešto više izvještavalo na reprezentativnoj razini, ali treba reći da ni rukometašice nisu dobivale toliko medijske pozornosti dok nisu osvojile brončanu medalju 2020. godine.

Za razliku od javne televizije u kojima je uočeno svega nekoliko slučajeva, na komercijalnim televizijama, u skoro polovici priloga u kojima se izvještava o ženama, postojala je doza senzacionalizma ili dramatičnosti. Primjerice, doping skandal ruske klizačice Kamile Valieve koja sigurno ne bi dobila toliko medijske pažnje da se nije našla u toj situaciji. Zatim, na početku ruske invazije na Ukrajinu više se izvještavalo o ukrajinskim i ruskim sportašicama. Takvi slučajevi umanjuju vrijednost sportskih uspjeha sportašica jer se fokus stavlja na događaje koji ili nemaju veze sa sportom, poput vijesti iz privatnog života sportašica, ili se radi o nekakvom iznenađujućem (najčešće negativnom) događaju koji se prenosi isključivo radi senzacionalizma.

Osim analize sadržaja sportskih blokova, Brenčić (2022) analizirala je i programsku shemu javne televizije i komercijalne sportske televizije koja na 10 kanala prikazuje isključivo sportski program. Istraživanje se odvijalo tijekom mjeseca ožujka. Komercijalna televizija je na svih deset kanala ukupno, najčešće imala tek jedan ženski prijenos dnevno, a čak osam dana u mjesecu nije bilo nijednog prijenosa. U tom su razdoblju prikazana samo dva sporta, rukomet i odbojka. Ovako niska zastupljenost ženskog sporta ne događa se zbog financijskih razloga, primjerice nedovoljno sredstava za otkup prava za prenošenje, jer ova komercijalna televizija prikazuje čak 36 različitih tipova nogometnih natjecanja, a osim najpopularnijih europskih liga prenose manje popularnu Korejsku ligu, te čak i Druge nogometne lige u Španjolskoj i Francuskoj. Također, kako bi nadmašili konkurenciju, kupili su sportska prava engleske lige za koju su ponudili višestruko veći iznos. Stoga se može pretpostaviti da, kada bi željeli, mogli bi otkupiti prava za ženske sportove, koja su često i jeftinija. (Brenčić, 2022) Ovakva minimalna zastupljenost u prijenosima slaže se s tvrdnjama da muški sport tradicionalno privlači veću medijsku pažnju, kako kroz medijsko izvještavanje tako i kroz sportske prijenose na televiziji. Ovdje se postavlja i pitanje principa ponude i potražnje, jer ako publika nema pristup prijenosima ženskog sporta na barem jednom od deset kanala na komercijalnoj televiziji,

nemaju priliku ni odlučiti o svojim preferencijama prema tom sadržaju. Ovako niska prisutnost ženskog sporta u medijima može rezultirati lošom percepcijom i manjim interesom za njim, dok istodobno potiče interes publike za pretežno muškim sportom ograničavajući mogućnost razvoja ženskog sporta i njegovog šireg prihvaćanja među publikom.

Javna televizija, za razliku od komercijalne, „je dužna proizvoditi i objavljevati programe namijenjene ostvarivanju ravnopravnosti muškaraca i žena“ te „prenositi sportske događaje u zemlji i inozemstvu kada sudjeluju hrvatski nacionalni timovi ili sportaši, te manje zastupljene sportove odnosno sportske događaje koji su od interesa za javnost“ (Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji, NN 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17, 94/18, 114/22, 20/23). Stoga bi bilo razumno očekivati veću zastupljenost ženskog sportskog sadržaja na javnoj televiziji u usporedbi s komercijalnim televizijama, što je u skladu s prethodnim nalazima istraživanja. Ipak, tijekom ožujka, na javnoj televiziji je i dalje bilo više muških sportskih prijenosa u usporedbi s onima posvećenim ženskim sportašicama. Iako se omjer zastupljenosti približio savršenom omjeru od 50:50, i dalje je bio na strani muškog sporta, za razliku od komercijalnih televizija gdje je zastupljenost ženskog sportskog sadržaja bila gotovo zanemariva. Treba primijetiti da su muškarci dobili gotovo dvostruko više medijskog prostora za vrijeme Zimskih olimpijskih igara te da je gotovo polovica ženskih prijenosa bilo prenošeno jer su nastupale hrvatske sportašice. Kada nije bilo prijenosa hrvatskih predstavnika, programska shema se popunjavala drugim sportovima.

Kao posljednji dio ovog istraživanja o kojem je riječ ističu se, naslovnice sportskih novina te njihova internetska izdanja, a kod njih je vidljiva još manja zastupljenost ženskog sporta u odnosu na televizije. Čak oko 90% sadržaja se odnosilo isključivo na muškarce, dok su žene zauzele tek 6-8% prostora na naslovnicama. Veća zastupljenost ženskog sporta bila je u web izdanju zbog svoje prostornosti koju online okruženje pruža dok su tiskane novine ograničene prostorom. Naslovnice oba izdanja najviše pokrivaju nogomet, ostavljajući manje mjesta ostalim sportovima. Tijekom Olimpijskih igara nije zabilježena veća zastupljenost, štoviše, u drugom ili trećem tjednu je objavljeno najviše članaka. Iako, veći dio objavljenih članaka tijekom Igara ima elemente senzacionalizma poput doping skandala i drugih. (Brenčić, 2022)

Naposljetku, istraživanje zastupljenosti ženskog sporta u sportskim novinama u periodu od 1945. do 2020. koje je provela Iva Prpić (2020). Podijelila je 75 godina u šest petogodišnjih etapa: vrijeme ranih poslijeratnih godina (1945.-1950.), Đurđica Bjedov osvaja prvu žensku

medalju za SFRJ (1968.-1973.), Zimske olimpijske igre 1984. u Sarajevu i Univerzijada 1987. u Zagrebu (1983.-1988.), razdoblje Domovinskog rata (1990.-1995.), poslijeratne godine i početak novog tisućljeća (2000.-2005.) i naposljetku suvremeno doba i relevantni sportski događaji (2014.-2019.).

Tijekom razdoblja od 75 godina, žene su barem nekim dijelom bile zastupljene u novinama od samih početaka izlaženja, nakon Drugog svjetskog rata, do danas. Iako je nakon Drugog svjetskog rata ženama bilo zabranjeno baviti se određenim sportovima, tijekom godina razvijao se, kako sportski, tako i društveni sustav na području obaju država, a većina sportova dobila je svoje ženske reprezentacije.

Na početku, žene su u novinama bile zastupljene uz muškarce i njihove uspjehe i to najčešće na kraju teksta, a ako bi se pojavile samostalno, dobile bi svega jednu do dvije rečenice iako je riječ o velikom sportskom uspjehu. Godinama se to mijenjalo te su žene dobivale više samostalnog sadržaja, ali opet ne dovoljno. No, pozitivno je što se privatni život sportašica nije toliko pojavljivao, tek 2,5% analiziranog sadržaja odnosio se na privatni život sportašica. Najveći porast zainteresiranosti za privatnost zabilježen je u periodu od 2000. do 2005. kada je općenito došlo do porasta tabloida i senzacionalizma.

„Sportsko izvještavanje o ženskom sportu često je usredotočeno na kontroverzne događaje, dok je izvještavanje o natjecateljskim događajima i dalje rijetko“ (Cooky et al., 2013: 206). Uz slabu vidljivost, tendencija seksualiziranja sportašica prilikom izvještavanja u medijima dakako pridonose reproduciranju rodni razlika u sportu.

U Hrvatskoj se ova tvrdnja pokazala netočnom. Svega 1,81% fotografija (16) prikazalo je sportašice kao objekt, a na ostalim slikama su sportašice većinom prikazane u sportskoj opremi ili dresu ili im je prikazana samo glava. Tih 16 fotografija je bilo povezano s rubrikom „Miss sporta“ ili s kalendarom u kojem su izlazile fotografije golih žena od 1990. Ipak, najviše je slučajeva kada uz članak o ženskom sportu nije objavljena nikakva fotografija.

Što se tiče naslovnica, sportašice se često pojavljuju zajedno s muškarcima ili su u nekoj sporednoj vijesti. Samostalno su se na naslovnici uspjele pojaviti samo Đurđica Bjedov, Janica Kostelić, Blanka Vlašić, Sandra Perković i Sara Kolak.

Kao izvor informacija, najčešće su bili muškarci u ulozi trenera ili predsjednika kluba iako bi riječ bila o ženskom sportu. Nerijetko bi se pisalo o ulozi trenera u uspjehu sportašice

ili bi oni dali izjave umjesto sportašice same. Tek nakon 1990. žene su više bile izvor informacija.

Žene su najzastupljenije u sportovima poput tenisa, stolnog tenisa, gimnastike, skijanja i veslanja koji pripadaju kategoriji „ostalih sportova“, dok se najmanje spominju uspjesi u boksu i nogometu. Boks se pojavio tek u razdoblju 1990. – 1995., a s godinama su se žene pojavljivale u sve više različitih sportova.

Prema svemu navedenom, da se zaključiti da situacija u Hrvatskoj nije u potpunosti negativna. Postoje određeni pozitivni aspekti, kao što je vidljivo povećanje zastupljenosti tijekom godina. Međutim, i dalje postoji znatan prostor za napredak. Razlike u medijskoj pažnji između muških i ženskih sportskih događaja, nedostatna prisutnost ženskih sportskih priča u glavnim sportskim izvještajima te nedovoljna promocija sportskih uspjeha ženskih sportašica sve su to područja koja zahtijevaju poboljšanje.

5. Primjeri ravnopravnijeg izvještavanja u Europi i Hrvatskoj

5.1. BBC: Kampanja #CHANGETHEGAME

Britanski javni servis (British Broadcasting Corporation, BBC) je u svibnju 2019. godine, za vrijeme finala poznatog nogometnog turnira FA Kupa, pokrenuo kampanju naziva „#changethegame“. Kampanja se fokusirala na velika ženska natjecanja tog ljeta te je bila plasirana na televiziji, radiju i društvenim mrežama. Prenosili su čak devet natjecanja od kojih se ističu FIFA Svjetsko nogometno prvenstvo, teniski turnir Wimbledon, Svjetska prvenstva u atletici i paraatletici te finale FA Kupa s kojim su i započeli kampanju (BBC, 2019). Vodili su se jednostavnim pravilom: „Slavimo sportaše, a ne spol“ („Celebrate the athletes, not the gender“). Prvo veliko natjecanje bilo je FIFA Svjetsko prvenstvo za žene koje je dodatnim uložnim financijskim sredstvima u produkciju zadobilo jednaku medijsku podršku kao i muško prvenstvo održano godinu dana ranije. U sklopu kampanje radili su na posebnom sadržaju koji je uključivao priče sportašicama s teškim životnim pričama, profile sadašnjih vrhunskih sportašica te „legendi“ sporta, odnosno sportskih heroina koje su privukle 45% više pažnje. Osim toga, uložili su dodatna sredstva prema marketinškim strategijama kako bi dosegli novu publiku i približili te podigli svjesnost o problemu podzastupljenosti žena u sportu. Projektom su postigli svoj cilj, a to je da je sve više mladih prepoznalo da 'je sport - sport' i da rodne razlike ne bi trebale postojati. Također, porast gledanosti i slušanosti ženskog sporta je

porasla za 2 milijuna ljudi u dobi 16-34 godine. Osim društvene dobrobiti, BBC je profitirao i kao javni servis od BBC Sporta koji je stvorio pozitivnu percepciju među mladom publikom (Arapi, 2021).

5.2. RTE: Kampanja 20x20 („If she can't see it, she can't be it“)

Irska radiotelevizija (Radio Telefís Éireann, RTE) bila je dio dvogodišnje kampanje koju je 2018. pokrenuo Irski sportski savez. Nit vodilja kampanje bila je poticanje vidljivosti žena u sportu u Irskoj kako bi se stvorila održiva promjena. Ciljevi ove kampanje do 2020. godine bili su: 20% više medijske zastupljenosti žena u sportu, 20% više sudjelovanja žena kao igračica, trenerica, sutkinja, 20% više posjećenosti ženskih utakmica i natjecanja. Odličnu poruku šalje i slogan projekta: „Ako ona to ne može vidjeti, ne može ni biti to“ („If she can't see it, she can't be it“) sugerirajući da bez zastupljenosti ženskog sporta ne može se ni stvoriti interes za bavljenje sportom (Federation of Irish Sport, 2018). Na kraju razdoblja, u 2020., RTE je proveo anketu u kojoj je tri četvrtine ispitanika izjavilo da im je ženski sport postao „više kul“. 73% ispitanika je promijenilo svoje mišljenje o ženama u sportu nabolje nakon 20x20 kampanje, dok je 68% ispitanika izjavilo da više podupire žene u sportu. Također, 42% žena je izjavilo da se više bave sportom zbog kampanje. Zahvaljujući 20x20 kampanji, 77% ispitanika prati ženski sport više nego prije. Ovi rezultati samo su potvrdili uspješnost ove kampanje (Reaper 2020).

5.3. SVT: Jednakost na ekranu i izvan njega

Švedska javna televizija (Sveriges Television, SVT) svjetska je perjanica kada je u pitanju uspješnost ravnopravno izvještavanje u sportu te dobitnica brojnih priznanja i nagrada upravo za ovaj projekt. Posjeduju razvijen softver koji mjeri točan postotak zastupljenosti žena i muškaraca u izvještavanju. Zahvaljujući tom softveru jedini u svijetu imaju poštenu zastupljenost žena i muškaraca u sportskom izvještavanju – 50-50. SVT je ovaj jedinstveni projekt započeo još 2015. godine kada su uvidjeli koliki utjecaj imaju u Švedskoj kao javni medijski servis. Želja im je bila postati broj 1 sportski medij u Švedskoj koji će kvalitetnije izvještavati sport i široko obuhvaćati sportske događaje. Nakon revizije 2015. godine otkrili su da im se samo 20-25% sportskog sadržaja odnosi na ženski sport, shodno tome, postavili su si cilj kojim bi izjednačili sportaše i sportašice ali i cjelokupnu strukturu redakcije. Spomenuti visokorazvijeni softver osim što broji priloge u vijestima, prijenose utakmica emitiranih uživo

i objave na društvenim mrežama, također prikuplja i broj pojavljivanja te broj sekundi emitiranja pojedinih sportova. SVT-ov impresivan rezultat uravnoteženog sadržaja se mnogima činio kao lak podvig bez puno uloženog truda dok je realnost bila upravo suprotna – iza svih brojki stajao je naporan rad i svakodnevni napor produkcijskih i uredničkih timova SVT-a da postignu 50-50 pokrivenost muškog i ženskog sporta na svim platformama. Bilo je potrebno kupiti nova sportska prava; novinari su morali izdvojiti više vremena za pronalazak priča i vijesti o ženskim sportašicama; a s novinskim agencijama morali su sklopiti novi dogovor kako bi imali pristup većem broju fotografija, videa i novosti o ženskim sportašicama. Osim dogovora s novinskim agencijama, puno se pregovaralo i sa sportskim savezima i klubovima kako bi se riješio problem satnica ženskih utakmica da bi im se dala prilika za veću zastupljenost. Rezultati su bili i više nego zadovoljavajući – broj publike na internetu porastao je za više od 100%, kao i interes za žensku ligu. Toliko da je ženska nogometna utakmica domaće lige na SVT-u gledanija od muške utakmice Lige prvaka na komercijalnoj televiziji. Također su privukli i velik broj nove publike koja prije praćenja ženskog sporta nije pratila muški sport.

Predanost u ciljevima donijela im je kvalitetniji program s više prijenosa, priča i vijesti za široku javnost (SVT, 2020; SVT Sport, 2022; PMA, 2022).

5.4. AEM: „Za veću vidljivost ženskih sportova u elektroničkim medijima“ i „Glas žena u sportu“

Agencija za elektroničke medije (AEM) neovisno je regulatorno tijelo koje promiče javni interes i medijski pluralizam, potiče medijsku pismenost, stvara uvjete za proizvodnju kvalitetnih hrvatskih audiovizualnih sadržaja te osigurava jednake uvjete za razvoj medija i slobodu medija (AEM, bez dat.).

2016. godine, analizom sportskih vijesti emitiranih u sklopu središnjih dnevnika na tri najgledanije nacionalne televizije, pokazalo se da je, od ukupnih priloga u sportskim vijestima, niti 4% posvećeno ženskom sportu.

S ciljem podizanja svijesti medijskih i sportskih djelatnika, ali i građana o diskriminaciji prema sportašicama, Agencija je pokrenula kampanju „Za veću vidljivost ženskog sporta“ u suradnji s Hrvatskim olimpijskim odborom i Uredom za ravnopravnost spolova Republike

Hrvatske te pod pokroviteljstvo Središnjeg državnog ureda za šport. Slogan kampanje bio je „Sto posto strasti za sto posto ponosa“ a kampanja se održavala u dva dijela, tijekom svibnja i tijekom listopada 2018. godine. Spotovi za podizanje svijesti emitirani su na tri nacionalne i 23 lokalne televizije te na preko 100 radijskih postaja. U kampanju su se, kao ambasadori projekta, uključili i istaknuti sportaši i sportašice, među njima i Danira Bilić, Anđa Jelavić te braća Sinković. Kampanja je bila odlično popraćena od strane medija te je rezultirala i izdavanjem Preporuka za bolje praćenje ženskog sporta u elektroničkim medijima 2019. godine. Cilj Preporuka je popularizacija ženskog sporta u elektroničkim medijima. Preporuke, osim opsežne analize zatupljenosti ženskog sporta u medijima, sadrže i konkretne preporuke namijenjene medijima, ali i preporuke namijenjene sportskim savezima i klubovima. Projekt “Za veću vidljivost ženskog sporta” je dobio svoj nastavak u 2022. U suradnji s Mediteranskom mrežom regulatornih tijela (MNRA), tijekom 2022. godine napravili su novu analizu vidljivosti ženskog sporta u medijima na znatno opsežnijem uzorku. Rezultati analize još nisu poznati (AEM, 2022).

Ponukani uspjehom ove kampanje, Agencija se odlučila za još jednu kampanju 2021. godine. U lipnju je predstavljen projekt „Glas žena u sportu“ koji su zajednički organizirali Hrvatski olimpijski odbor, Agencija za elektroničke medije, Ured za ravnopravnost spolova Vlade Republike Hrvatske, Pravobraniteljica za ravnopravnost spolova i Hrvatski paraolimpijski odbor, pod pokroviteljstvom Ministarstva kulture i medija te Ministarstva turizma i sporta. Projekt je usmjeren na izjednačavanje postupanja prema sportašima i sportašicama u medijima te smanjivanju seksizma i stereotipa prilikom izvještavanja o sportašicama a naglašavanju sportskih vještina i ostvarenja. Sadržavat će se od nekoliko cjelina u kojima će se, kroz razne edukacije, istraživanja, konferencije te izradu televizijskih sportova u kojima će biti predstavljane hrvatske olimpijske, pokušati doći do cilja (Žene i mediji, 2021).

6. Zaključak

Sport, koji pruža emocionalna iskustva, zajedništvo i povezanost, predstavlja ključni element identiteta za mnoge pojedince i zajednice. Mediji, uključujući televiziju, radio, novine i internet, igraju ključnu ulogu u širenju sportskih informacija i emocija te promicanju sporta i sportaša. Unatoč očiglednim prednostima ovog odnosa, suočavamo se s izazovom neravnoteže u medijskoj zastupljenosti između muškog i ženskog sporta. Tradicionalno muški sportovi dominiraju medijskim prostorom, dok ženski sportovi ostaju nedovoljno zastupljeni. Ova neravnoteža ima duboke implikacije, ne samo na percepciju ženskog sporta, već i na sportsku industriju i opću javnost.

Tijekom povijesti, ženama nije bilo prilično baviti se sportom. S godinama se taj 'trend' mijenjao te je danas na razini gdje gotovo svaki sport ima i ženske i muške predstavnike. Zahvaljujući uspješnim sportašicama tijekom godina u svijetu, ali i u Hrvatskoj, koje su popularizirale sportove i potaknule mnoge žene da se bave sportom i postignu uspjeh, sportašice su zastupljene u medijima i svakom godinom sve više.

Važno je napomenuti da se svijest o ovim pitanjima povećava, osobito u vezi sa ženskim sportom. Sve više ljudi i organizacija prepoznaje potrebu za promicanjem ravnopravnosti spolova u sportskim medijima i pružanjem podrške manje zastupljenim sportovima i natjecanjima. Unatoč izazovima, postoji optimizam da će daljnji naponi i angažman zajednice dovesti do veće ravnoteže i pravednosti u medijskom praćenju sportskih događaja. Ključno je nastaviti poticati dijalog i djelovati prema postizanju pravednijeg medijskog pejzaža za različite sportske discipline i natjecateljske skupine.

Ugledajući se na primjer švedske javne televizije, svaki mediji bi trebao težiti prema ravnopravnom izvještavanju jer princip ponude i potražnje se ne može izvršiti ako je ponuda jednolična pa ni potražnja ne može biti različita. Uz puno volje, ustrajnosti i truda može se doći do omjera 50:50 u medijima. U konačnici, sport i mediji ostaju neraskidivo povezani, oblikujući našu svakodnevicu i kulturu. Njihova uloga je duboka i široka, a njihova interakcija ima snažan utjecaj na naše društvo. Kroz bolju ravnotežu u medijskom izvještavanju, možemo doprinijeti stvaranju inkluzivnijeg i pravednijeg sportskog svijeta, gdje svaki sport i svaki sportaš ima svoje mjesto i priliku za sjaj.

Literatura

1. Arapi, E. (2021). *Reimagining Sport: Pathways to Gender-Balanced Media Coverage*. Ženeva, Švicarska: EBU, Eurovision Sport.
2. Braumüller, B., Emberger, D., & Hartmann-Tews, I. (2020). Gendered Coverage of the Olympic Games in German Print Media: A Longitudinal Content Analysis in the Context of Participation, Success and Disciplines. *European Journal for Sport and Society*, 1–20. doi:10.1080/16138171.2020.1792086
3. Christensen, K., Guttman, A. & Pfister, G. (ur.) (2001). Millat, Alice. U *International Encyclopedia of Women and Sports*. New York: Macmillan Reference USA
4. Cooky, C., Messner, M. A., & Hextrum, R. H. (2013). Women Play Sport, But Not on TV. *Communication & Sport*, 1(3), 203–230. doi:10.1177/2167479513476947
5. Gizdić, J. (2015). *Hrvatske sportašice na Olimpijskim igrama*. Zagreb, Republika Hrvatska: Hrvatski olimpijski odbor.
6. Guttman, A. (1978). *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*. New York: Columbia University Press.
7. Guttman, A. (1991). *Women's Sport: a History*. New York: Columbia University Press
8. Kidd, B. (2021). Sport and International Relations. U Phillips, M, Booth, D. & Adams, C. (ur.) *Routledge Handbook of Sport History*, 144-151. London: Routledge
9. Levinson, D., Christensen, K. (1999). *Encyclopedia of World Sport. From Ancient Times to the Present*. New York – Oxford: Oxford University Press
10. Nicholson, M. (2007). *Sport and the Media: Managing the Nexus*. Oxford: Elsevier.
11. Paar, A. (2011). *Hrvatski sokol*. Samobor: Društvo za športsku rekreaciju „Šport za sve” – Samobor.
12. Pfister, G. (2010). Women in Sport – Gender Relations and Future Perspectives. *Sport in Society*, 13(2), 234–248. doi:10.1080/17430430903522954
13. Polley, M. (2014). Sport, Gender and Sexuality at the 1908 London Olympic Games. U Hargreaves, J., Anderson, E. (ur.), *Routledge Handbook of Sport, Gender and Sexuality* 30–38. London: Routledge
14. Szymanski, S. (2008). A Theory of the Evolution of Modern Sport. *Journal of Sport History*, 35(1), 1–32.

Internetski izvori:

1. Agencija za elektroničke medije (2022, 8. studenog). Aktivnosti Agencije za elektroničke medije vezane za ravnopravnost spolova i medijski tretman žena. Preuzeto:

13. 6. 2023. s <https://www.aem.hr/blog/2022/11/08/aktivnosti-agencije-za-elektronicke-medije-vezane-za-ravnopravnost-spolova-i-medijski-tretman-zena/>
2. Agencija za elektroničke medije. (bez dat.). About the agency: Our mission. Preuzeto: 13. 6. 2023. s <https://www.aem.hr/about-the-agency/>
3. Babović, M. (2022). Hazena: svjetske prvakinja 1934. Preuzeto: 4. 9. 2023. s <https://zagrebmojgrad.hr/hazena-svjetske-prvakinja-1934/>
4. BBC. (2019). Change The Game. Preuzeto: 22. 8. 2023. <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/mediapacks/change-the-game>
5. Brenčić, A. (2022). Zastupljenost ženskog sporta u hrvatskim medijima (Diplomski rad). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti. Preuzeto: 31. 3. 2023. s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:224068>
6. Federation of Irish Sport. (2018). 20x20 If she can't see it, she can't be it. Preuzeto: 22. 8. 2023. s <https://www.irishsport.ie/20-x-20/>
7. Hrvatski jezični portal. (bez dat.). Sport. Preuzeto: 18. 8. 2023. s https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=d1xjXBc%3D
8. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2021). Hazena. Hrvatska enciklopedija. Preuzeto: 27. 5. 2023. s <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=24666>
9. Prpić, I. (2020). Zastupljenost ženskog sporta u dnevniku Sportske novosti od 1945. do 2020. (Diplomski rad). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti. Preuzeto: 1. 8. 2023. s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:554537>
10. Public Media Alliance. (2022). SVT Sport: A world leader in equal sports coverage. Preuzeto: 22. 8. 2023. s <https://www.publicmediaalliance.org/svt-sport-a-world-leader-in-equal-sports-coverage/>
11. Reaper, L. (2020). Along came a spider. Quantitative Research. Preuzeto: 22. 8. 2023. s <https://banda.ie/wp-content/uploads/20x20-Final-Research-Results-BA.pdf>
12. SVT Sport. (2022). Damidrotten vinner ny publik och tv-avtal. Preuzeto: 22. 8. 2023. s <https://www.svt.se/sport/svt-sport/damidrotten-vinner-ny-publik-och-tv-avtal>
13. SVT. (2020). Elva frågor och svar om SVT Sports jämställda sportbevakning. Preuzeto: 22. 8. 2023. s <https://omoss.svt.se/arkiv/bloggarkiv/2020-03-03-elva-fragor-och-svar-om-svt-sports-jamstallda-sportbevakning.html>
14. The Guardian. (2022, ožujak 31). Lia Thomas says she transitioned to be happy, not to win swimming titles. Preuzeto: 4. 9. 2023. s <https://www.theguardian.com/sport/2022/may/31/lia-thomas-trans-swimmer-university-of-pennsylvania-ncaa-title>

15. Zakon o Hrvatskoj radioteleviziji. NN 137/10, 76/12, 78/16, 46/17, 73/17, 94/18, 114/22, 20/23. Preuzeto: 20. 8. 2023. s <https://www.zakon.hr/z/392/Zakon-o-Hrvatskoj-radioteleviziji>
16. Zakon o sportu. NN 141/22. Preuzeto: 18. 8. 2023. s <https://www.zakon.hr/z/300/Zakon-o-sportu>
17. Žene i mediji. (2021, 1. lipanj). Predstavljen projekt 'Glas žena u sportu' – za veću medijsku vidljivost naših sportašica. Preuzeto: 13. 6. 2023. s <https://www.zeneimediji.hr/predstavljen-projekt-glas-zena-u-sportu-za-vecu-medijsku-vidljivost-nasih-sportasica/>