

Usporedna analiza hrvatskog i inozemnog sportskog novinarstva

Višak, Karlo

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:064082>

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

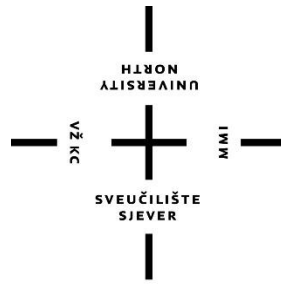
Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-04**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



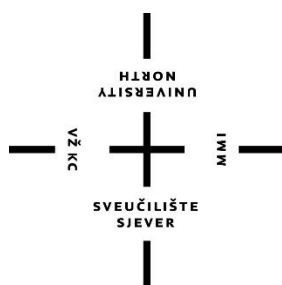


**Sveučilište
Sjever**

**Usporedna analiza hrvatskog i inozemnog sportskog
novinarstva**

Karlo Višak, 1432/336

Koprivnica, rujan 2019. godine



Sveučilište Sjever

Preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo

Usporedna analiza hrvatskog i inozemnog sportskog novinarstva

Student

Karlo Višak, 1432/336

Mentorica

doc. dr. sc. Irena Radej Miličić

Komentorica

doc. dr. sc. Gordana Tkalec

Koprivnica, rujan 2019. godine

Predgovor

Sportsko novinarstvo kako kroz povijest tako i u sadašnjosti promatralo se kroz prizmu posebnog dijela kojeg obuhvaća novinarska struka. Iako se sportsko novinarstvo i novinare “često“ znalo smatrati neozbiljnima, situacija se vremenom ipak mijenjala, posebice uoči i za vrijeme velikih natjecanja kada je medijskim kućama itekako važna kvaliteta rada sportske redakcije ili sportske rubrike. Bilo koja medijska organizacija naprosto mora imati ozbiljnu sportsku redakciju koja prati događanja u tom području života jer su ona postala neiscrpan izvor informacija. Tako u sportskom novinarstvu vrijede zakonitosti i pravila koja su karakteristična samo za tu granu novinarstva.

Globalni utjecaj koji sport ima na cjelokupno stanovništvo u svijetu jest vrlo značajan i to na više razina. Razna velika natjecanja poput Olimpijskih igara, Svjetskih nogometnih prvenstava, ali i ostalih momčadskih i individualnih nadmetanja očituju se i na ekonomskim, gospodarskim te različitim poljima nekog društva. No, emocionalna povezanost s klubom, sportašem-individualcem ili reprezentacijom dolazi do vrlo visokog stupnja izražaja upravo u sportu. Stoga, sportski novinari imaju zadatak pokušati prenijeti barem dio sportskoga ozračja u domove svih koji prate svoje omiljene klubove i ekipe. Zahvaljujući razvoju tehnologije sportskim je medijima uvelike olakšan posao kako bi sportske događaje uistinu vjerno mogli popratiti i izvijestiti javnost. Bilo da se radi o televiziji, radiju, portalu ili tiskovinama sportski novinari moraju se držati pravila struke kako bi njihov konačan produkt rada bio validan.

Neki su tako sportsko novinarstvo odveli na zavidnu razinu te stvorili svjetske poznate sportske medijske centre. Bilo da se radi o televizijskim postajama američkog *ESPN-a* ili britanskog *BBC-a* ili specijaliziranih sportskih dnevnih listova poput španjolske *Marce* i francuskog *L'Equipea* (najtiražniji sportski dnevnik u Europi) svi se oni međusobno razlikuju po pristupu određenoj temi te kako će istu predstaviti javnosti. Iako se vode jednakim i temeljnim postulatima sportskog novinarstva, njihovi se drugačiji pristupi mogu vidjeti u tehničkoj izvedbi, načinu izvještavanja, političkom opredjeljenju (ako postoji), itd.

Tako i u hrvatskom sportskom medijskom prostoru televizijski kanali, portali te tiskovine koji se bave tematikom sporta, pokušavaju djelovati na drugačiji način od konkurencije kako bi privukli što veći broj čitatelja i gledatelja. Upravo se u njihovim pristupima mogu uočiti brojne sličnosti u prezentiranju informacija sa svjetskim istaknutim i priznatim medijskim korporacijama kojima je sportsko novinarstvo primarna ili sekundarna djelatnost.

Sažetak

Sport i mediji u današnjem su svijetu usko povezani na više razina ljudskog djelovanja. Od turističkog, kulturnog i ekonomskog polja pa sve do uloge medija u popularizaciji nekog sporta te „promotora“ kod mladih kako bi ga prakticirali što više. Iako se u sportskom novinarstvu kako u inozemstvu tako i u Republici Hrvatskoj poštuju jednaka pravila prilikom izvještavanja ili pisanja određenih tekstova, ipak postoje mnoge razlike tijekom prezentiranja određenog sadržaja.

Tako se divergencije, ali i sličnosti jasno mogu vidjeti u tiskovinama, online novinarstvu (portalima) radijskom te televizijskom programu. Također, specijalizirana sportska izdanja novina uvelike ovise o kulturi čitanja sadržaja kod publike što jasno ukazuje koje teme neko društvo više voli čitati. Kod nekih društvenih zajednica praćenje sporta duboko je ukorijenjeno u svijest građana pa stoga postoje i brojni listovi koji otvoreno iskazuju naklonost prema određenom klubu.

Shodno tome, ovaj rad općenito tumači osnovne karakteristike sportskog novinarstva te po čemu se ono razlikuje od ostalih grana novinarstva. Također, istražuje se i ukazuje na povijest sportskog novinarstva u Republici Hrvatskoj te značajnim svjetskim sportskim medijskim „centrima“.

Nadalje, uspoređuju se metode te načini rada u hrvatskom i inozemnom sportskom novinarstvu kroz prizmu različitih vrsta medija. Naravno, analiza se temelja na primjerima gdje se jasno mogu uočiti razlike i sličnosti u pristupu i obradi zadane teme.

Upravo se kroz zadani kontekst žele izložiti specifičnosti sportskog novinarstva te kako je ono kroz povijest u Hrvatskoj i svijetu mijenjalo koncepte rada. Isto tako, kroz analitički dio rada žele se prikazati sličnosti i razlike sportskog novinarstva u RH-a i inozemstvu te načini pomoću kojih pojedine redakcije pristupaju određenom problemu.

Ključne riječi: mediji, sport, sportsko novinarstvo, radio, televizija, tisak, online novinarstvo

Summary

In today's world, sports and media are closely linked to multiple levels of human actions. From the tourist, cultural and economic fields to the role of the media in popularizing a sport. Also, media have a significant role in promoting sports among young people, because of health benefits. Although the same rules are followed in sports journalism both abroad and in the Republic of Croatia when reporting or writing certain texts, there are still many differences between these areas when it is time to present some specified content.

So, the differences and similarities clearly can be seen in print media, online journalism (portals) radio and television. Also, specialized sports editions of newspapers depend heavily about the audience and their reading habits. Therefore, some nations like to read more about different topics than sports. However, some social communities are more keen to track sports in media because that is deeply rooted in their minds and therefore many newspapers openly show affection for a particular club.

According to that, this paper generally interprets the basic characteristics of sports journalism and the way how it differs from other branches of journalism. Also, this paper is paying attention to the history of sports journalism in Croatia and significant sports media centers in the world.

Furthermore, the methods in Croatian and foreign sports journalism are compared through the prism of different types of media. Of course, the analysis is based on examples where differences and similarities in the approach of a given topic can be observed.

Through the given context it is an intention to highlight the specifications of sports journalism in Croatia and on other parts of the world. It is also purpose, to show through the analytical part of the paper, the similarities and differences of sports journalism in the Republic of Croatia and abroad, as well as how each newsroom approach a particular problem.

Key words: media, sport, sports journalism, the radio, TV, press, online journalism

Popis korištenih kratica

| | |
|-------------|---|
| ESPN | Entertainment and Sports Programming Network |
| BBC | British Broadcasting Corporation |
| RH | Republika Hrvatska |
| HND | Hrvatsko novinarsko društvo |
| PR | Public Relations |
| AIPS | Međunarodno udruženje sportskih novinara |
| SP | Svjetsko prvenstvo |
| HAŠK | Hrvatski akademski športski klub |
| TV | Televizija |
| HDSN | Hrvatsko društvo sportskih novinara |
| HZSN | Hrvatski zbor sportskih novinara |
| NBA | National Basketball Association |
| NBC | National Broadcasting Company |
| ABC | American Broadcasting Company |
| MOO | Međunarodni olimpijski odbor |
| FIFA | Fédération Internationale de Football Association |
| UEFA | Union of European Football Associations |
| GNK | Građanski nogometni klub |
| UK | Ujedinjeno Kraljevstvo |
| EFL | English Football League |
| NFL | National Football League |
| TNT | Turner Network Television |
| ITF | International Tennis Federation |

Sadržaj

| | | |
|--------|---|-----------|
| 1. | Uvod..... | 6 |
| 2. | Karakteristike sportskog novinarstva..... | 7 |
| 2.1. | Obilježja sportskog novinarstva | 8 |
| 2.2. | Etika u sportskom novinarstvu | 9 |
| 2.3. | Važnost medija u popularizaciji sporta | 10 |
| 3. | Sportsko novinarstvo u svijetu..... | 12 |
| 3.1. | Povijest svjetskog sportskog novinarstva..... | 13 |
| 3.2. | Razvoj sportskog novinarstva u elektroničkim medijima | 15 |
| 3.3. | AIPS – Svjetska udruga sportskih novinara | 16 |
| 4. | Sportsko novinarstvo u Hrvatskoj..... | 18 |
| 4.1. | Povijest hrvatskog sportskog novinarstva | 19 |
| 4.1.1. | <i>Razvoj sportske publicistike u Hrvatskoj.....</i> | <i>19</i> |
| 4.1.2. | <i>Razvoj radijskog sportskog programa u Hrvatskoj.....</i> | <i>21</i> |
| 4.1.3. | <i>Razvoj televizijskog sportskog programa u Hrvatskoj.....</i> | <i>22</i> |
| 4.2. | Oni koji su pokrenuli hrvatsko sportsko novinarstvo..... | 23 |
| 4.3. | Hrvatski zbor sportskih novinara | 25 |
| 5. | Sličnosti i razlike sportskog novinarstva u svijetu i RH-a..... | 27 |
| 5.1. | Tisak | 29 |
| 5.2. | Radio | 32 |
| 5.3. | Televizija..... | 35 |
| 6. | Suvremeno hrvatsko sportsko novinarstvo i utjecaj online medija | 38 |
| 7. | Zaključak..... | 40 |
| 8. | Literatura..... | 42 |
| 8.1. | Popis slika | 44 |
| 9. | Popis tablica | 45 |

1. Uvod

Tema ovog završnog rada su karakteristike sportskog novinarstva u Republici Hrvatskoj i u inozemstvu s naglaskom na međusobne sličnosti i razlike te njihov povijesni razvoj. Pod navedenim terminom podrazumijevaju se načini funkcioniranja određenih i poznatijih svjetskih sportskih medija u odnosu s hrvatskom sportskom scenom. Bilo da se radi o televiziji, radiju, tiskovinama ili pak u današnje vrijeme popularnim portalima, svaki od njih je karakterističan po svom sustavu rada i obrađivanju različitih tema. „Sport je područje kojem masovni mediji posvećuju golemu pozornost. Gotovo nijedno područje nema toliko specijaliziranih izdanja, od dnevnih novina, radijskih i televizijskih postaja, do posebnih kanala, emisija, revija, časopisa, a o broju rubrika i novinara da i ne govorimo“ (Malović 2005:305). Upravo je to glavni cilj i problematika koja se želi prikazati ovim radom. Također, svrha ovog rada je prikazati i distinkcije među hrvatskim sportskim portalima kao konkurencijom te kojim se sve metodama koriste kako bi privukli što veći broj čitatelja.

Shodno tome završni rad strukturiran je u više poglavlja koja su međusobno logično povezana kako bi se stvorio potreban kontekst za razumijevanje teme u cijelosti. Tako će prvo poglavlje istražiti obilježja sportskog novinarstva te važnost medija u popularizaciji sporta uz osvrt na etičke standarde koje novinari u toj grani novinarstva trebaju poštivati. Potom, rad će se fokusirati na razvoj sportskog novinarstva te njegove početke u svijetu. Dakako, kroz to poglavlje predočit će se koliko su se pojedini mediji mijenjali kroz povijest te jesu li zadržali svoje karakteristike i danas s obzirom na sve veće zahtjeve konzumenata njihovih sadržaja.

Nadalje, na isti način obradit će se povijest hrvatskog sportskog novinarstva u kojem će se posebno istaknuti razvoj istog na televiziji, radiju i tiskovinama. Također, spomenut će se naši najznačajniji sportski novinari te udruga koja bi im trebala olakšati posao i omogućiti što bolje uvjete rada. Nakon toga, rad će se fokusirati na same sličnosti i razlike hrvatskog i svjetskog sportskog novinarstva. Kroz elektroničke medije pokušat će se pojasniti funkcioniranje stranih i domaći sportskih redakcija te koliko „manji“ mediji prate trendove od onih većih, istaknutijih i svjetski priznatijih. Isto tako, kada govorimo o usporedbi kvalitete sadržaja treba istaknuti kako veliku ulogu u tome svemu imaju financije i tržište. Stoga, budžeti sportskih redakcija koje obuhvaćaju manje tržište za razliku od većih, primjerice američkih i nisu toliko usporedivi. No, kada se stvari gledaju iz perspektive načina rada, funkcioniranja, strukture i kvalitete sadržaja onda se itekako mogu uočiti sličnosti ili pak razlike.

Nakon toga, rad će se osvrnuti na suvremeno stanje RH-a sportskog te značaju mrežnog novinarstva koji postaje sve važniji za normalno funkcioniranje medijskih kuća. Rad završava zaključkom nakon čega slijedi popis korištenih slika, tablica i literature.

2. Karakteristike sportskog novinarstva

Sportsko novinarstvo pripada u najomiljenije grane novinarske struke i jedno je od najisplativijih zbog različitih oblika natjecanja kojih kroz cijelu godinu nikako ne manjka. Kao takav nepresušan izvor informacija ono je karakteristično po mnogim faktorima koji ga u potpunosti odvajaju od ostalih dijelova novinarstva. „Sportsko novinarstvo definirano je kao posebna vrsta koja sportske događaje i s njima povezane teme najavljuje, prenosi komentira te analizira. Neizostavni dio tog procesa su sportski događaji i njihovi sudionici, predmet informacije, mediji i sportski novinari te primatelji odnosno publika“ (Vasilj 2014:23).

Tako je i Ron Rapport, kolumnist *Los Angeles Daily Newsa* sportske i klasične novinare podijelio pomoću dvije ključne razlike. Prva je ta da su sportski novinari bliži ljudima kojima se bave te bolje ostvaruju kontakte dok se druga odnosi na sportska natjecanja u kojem postoji više prostora za pisanje o uzrocima i posljedicama (pobjede ili poraza) nekog događaja.

Svakako, sportski dio novinarstva pruža veći dio slobode ljudima koji se time bave jer i sama publika očekuje pročitati nešto više o određenoj utakmici ili događaju. Uzmimo za primjer utakmice hrvatske nogometne reprezentacije o kojima veći dio publike želi analizu nakon kraja susreta. Naravno, mediji će odmah nakon završetka dvoboja prenijeti kratku vijest o tom događaju koju će kasnije nadograđivati informacijama, izjavama, reakcijama te video ili audio zapisima. Baš je taj detalj jedan od prepoznatljivih karakteristika sportskog novinarstva. Fascinantno je kada gledatelji, unatoč tome što su nešto odgledali uživo ili u snimci te vidjeli što se točno dogodilo na terenu, i dalje drugi dan žele čitati izvještaj, analize ili komentare o susretu koji se odigrao.

Time se dolazi do kompletnog izvještaja s nekog sportskog zbivanja koji mediji jednostavno moraju ponuditi javnosti. „Opijenost sportom možda je ujedno tajna sportskog novinarstva. Novinar koji prati školstvo ne provodi dane u učionicama sudjelujući u nastavi, a onaj koji prati zdravstvo ne prati neurokirurga iz operacije u operaciju. Sportski novinari čine upravo to. Oni žive životom sporta ili kluba koji prate. Važan su dio sportske obitelji“ (Malović 2005:305).

Upravo iz toga i proizlazi jedna od najvažnijih karakteristika sporta općenito, a to je interaktivnost s okolinom. „Sport, je dakle, u jednom živom interakcijskom odnosu s medijima i gospodarskim sustavom, a povezan je s drugim društvenim sustavima, kao npr. obrazovnim, zdravstvenim i vojnim sustavom, iz čega proizlazi njegovo veliko društveno značenje“ (Rodek 2018:108).

Samim time novinari koji se bave sportskom tematikom djeluju kao spona između sporta i javnosti u kojoj je izrazito bitna povratna informacija publike sportskoj redakciji nekog medija.

Svakako, materijala za pisanje o različitim sportskim natjecanjima nikako ne nedostaje, počevši od onih lokalnih do globalno značajnijih.

2.1. Obilježja sportskog novinarstva

Sportski novinari iz golemog opusa informacija nekog natjecanja ili utakmice imaju puno specifičnih zadataka koje moraju obaviti kako bi određena tema na pravilan način bila obrađena.

„Sportskim novinarima najvažniji poslovi jesu:

1. Izvještavanje o sportskim natjecanjima, uključujući najave, izvještavanje s natjecanja, komentare, reakcije i osvrte nakon njih.

2. Profili: priče i portreti sportaša, predstavljanje novih igrača, trenera, novih sportova, analize i slično.

3. Negativnosti koje donosi sport sve su brojnije: podmićivanje sudaca, namještanje rezultata, doping, navijački izgređi i kazne sportašima“ (Malović 2005:36).

Upravo zbog toga poželjno je korištenje različitih novinarskih žanrova kako se ne bi izostavili bitni detalji za cjelovito razumijevanje teme, ali i zbog prikazivanja svih strana priče.

Ipak, u sportskom vidu novinarstva osim klasičnih vijesti te prijenosa uživo dominiraju izvještaji i reportaže, kao forme koje su publici najinteresantnije. Isto tako, pojavom portala cjelokupnu su javnost sve više počela zanimati i mišljenja stručnjaka koji svoje stavove ističu u komentarima i kolumnama. Iznimka nije nikako niti sportsko novinarstvo kod koje je ova forma iznimno popularna i raširena te gotovo svaki portal danas „uz svoje“ stalne ima i stručne kolumniste i komentatore koji pojašnjavaju ili upoznaju publiku s određenim fenomenom ili problemom koji je aktualan.

U takvom okruženju novinari sportske redakcije neke medijske kuće djeluju poticajno i kritički te svojim načinom pisanja mogu stvoriti pozitivnu ili negativnu atmosferu u javnosti. Isto tako, njihovo djelovanje može biti izrazito motivirajuće za društvo ili pak sportaše pred neki bitan susret. Baš u takvim situacijama novinar mora pripaziti na dvije stvari koje nikako nisu poželjne u djelokrugu njegovog zaduženja:

- Sportski novinari jednostavno moraju zadržati jednaku konstantu prema svim klubovima, selekcijama ili sportašima uz poštivanje osnovnih pravila novinarske struke;
- Iako novinar ima pravo simpatizirati koga hoće to se u njegovom načinu pisanja ili izvještavanju nikako ne smije pojaviti kako time ne bi ostavio dojam neprofesionalizma i eventualno prekršio moralna načela.

„Kad je riječ o športskim novinarima, najvažnije da oni ne budu navijači. Najgore je ako su navijači jedne strane ili tima. Tada oni raspaljuju loše strasti i ne pridonose shvaćanju iskonskog grčkog pojma da šport treba biti lijep i moralan“ (Sapunar 1995:307).

Nadalje, vrlo važno je da novinar iako ima veću slobodu u izražavanju i korištenju rječnika, mora zadržati racionalan odnos prema sportašu ili ostvarenom sportskom uspjehu.

2.2. Etika u sportskom novinarstvu

Kao u svakoj drugoj grani novinarstva tako i u sportskom postoje moralna i etična pravila kojih bi se novinari trebali pridržavati kako u pitanje ne bi doveli vlastitu te vjerodostojnost medija za koje rade.

„Neki su novinari postali osobe koje odlučuju o zbivanjima u sportskim klubovima, dovode ili smjenjuju trenere i igrače, sudjeluju u donošenju odluka. No, nikada se ne smije prijeći granica profesije i postati nešto drugo“ (Malović 2005:307).

Shodno tome bi i novinari na području Republike Hrvatske trebali djelovati prema Kodeksu časti hrvatskih novinara koje je 2009. godine objavio HND.

Tako prema Vasilju neke od najvažnijih etičkih dvojba s kojima se sportski novinar susreće su:

- Nezavisnost novinara u odnosu na čelnike saveza, klubova, menadžere, trenere, sportaše i sportske PR-ovce – svatko od njih može na novinara utjecati svojim položajem te od njega pokušati dobiti što bolji publicitet među javnosti. Novinari naprosto ne smiju „pasti“ pod njihove interese te moraju prikazivati stvari onakve kakve jesu i u priču uključiti sve strane kojih se ista tema dotiče;
- Sukob interesa – čest je slučaj da novinar uz svoju djelatnost u medijima radi i u uredu za odnose s javnošću koja može zastupati neku sportsku organizaciju. U takvoj situaciji vrlo je važno da se zamrzne jedna od te dvije djelatnosti jer ih je u isto vrijeme nemoguće obavljati;
- Propusti u provjeravanju informacija – svaka informacija u novinarstvu se mora provjeriti kako vijest ne bi izgubila na vjerodostojnosti. Tako je i u sportu bitno prenijeti istinitost informacije;
- Prikazivanje informacija koje daju prednost određenom klubu, sportašu, treneru – kao što je slučaj u politici, gdje novinari ne smiju otvoreno zagovarati određenu političku grupaciju tako i u sportu ne smiju pokazivati pristranost prema „svojem“ klubu. Novinar ima pravo privatno simpatizirati bilo koju momčad, no te ne smije biti

vidljivo prilikom izvještaja ili komentiranja s nekog događaja. Ipak, kada se radi o nacionalnim natjecanjima tada je pristranost opravdana, ali u granicama racionalnog;

- Zadiranje u privatnost sportaša/ice – svakom čovjeku je zagarantirano pravo na privatnost. Iako se sportaši karakteriziraju kao javne osobe i oni također imaju pravo na vlastitu intimu koju se ne smije narušavati;
- Prikazivanje nasilja ili pogibeljnih scena – huliganizam koji se često očituje na tribinama nogometnih ili drugih utakmica predstavlja veliki problem sporta. Nasilju na sportskim borilištima nije mjesto, a prikazivanje takvih scena uživo u medijima daleko pridonosi popularnosti tog ponašanja. Bakljade i ostala pirotehnička sredstva tučnjave, transparenti koji potiču na mržnju strogo su zabranjeni te se jedino mogu komentirati uz osudu;
- Govor mržnje – sportski novinari ne smiju pozivati na širenje mržnje po bilo kojoj osnovi;
- Plagijat – krađa tuđeg autorstva koji je nažalost raširen i izvan novinarstva. U današnjem vremenu kada je bitna brzina objavljivanja informacija, a ne kvaliteta sadržaja često dolazi do prisvajanja nečijeg teksta bez jasnog naznačivanja legitimnog autora (Vasilj 2014: 32-35).

Također, postoji još jedan kodeks kojeg bi se trebali pridržavati sportski novinari diljem svijeta. Radi se o etičkom kodeksu međunarodnog udruženja sportskih novinara. Cilj struke zasnovan na kodeksima jest usmjeriti novinare na pravilno informiranje javnosti kako ničija moralna ili etična pravila ne bi bila dovedena u pitanje.

2.3. Važnost medija u popularizaciji sporta

„Sport je od svojih početaka bio dio društva i kulture. No, svjedoci smo sve veće popularnosti sporta. Svi pričaju o sportu, komentiraju sportske događaje ili ih s nestrpljenjem očekuju. Jednostavno, ne može proći niti jedan dan da negdje na ulici ili preko medija ne čujemo nešto o sportu“ (Bartoš, 2012:158).

Na tom tragu možemo sa sigurnošću reći kako su mediji jedni od najzaslužnijih platformi koja je uvelike pridonijela razvoju sporta te njegovoj rastućoj svjetskoj popularnosti.

„Uz pomoć medija sport nadilazi samo mjesto na kojem se sportski događaj odvija, kao i sudionike tog događanja i postaje konzumna roba za široki krug korisnika unutar, a često i izvan nacionalnih granica. Tim širenjem i prodiranjem u mase, sve više dolaze do izražaja i ekonomski potencijali sporta, jer se time otvara novi prostor, koji razni ekonomski subjekti koriste za reklamiranje svojih proizvoda (Rodek 2018:108).

Svakako su mediji i sport usko povezani te svojim uzročno - posljedičnim vezama kreiraju benefite u kojima određene društvene zajednice mogu uživati. Od promocije zemalja preko gospodarskih, turističkih, kulturnih i društvenih pogodnosti koje im neko natjecanje donosi, prednosti imaju i same države sudionice tih sportskih manifestacija. Naravno, uloga medija ovdje nije nikako zanemariva jer su upravo oni koji će u svijet prenositi priče i slike država organizatora pojedinih natjecanja.

Tako bi se najvažniji medijski utjecaji nekog sportskog događaja mogli očitovati na dvije razine:

- Razini subjekta, tj. natjecateljima neke priredbe – čiji je utjecaj usmjeren na grad domaćina te njegovo stanovništvo, državu, sportaše te organizacijski odbor
- Razini aspekta djelovanja – kulturni, politički, tehnološki, ekološki, ekonomski i drugi aspekti utjecaja određene sportske manifestacije (Bartoluci, Čavlek 2007:119).

Na tom tragu može se vidjeti kako su sportu mediji potrebni ne samo zbog promocije već i zbog lakšeg pronalaska određenih sponzora koji će im omogućiti lakše funkcioniranje u ekonomskom smislu. S druge strane, medijima je sport važan zbog atraktivnosti tema te količine sadržaja i informacije što će im omogućiti potencijalno povećanje broja publike.

Međutim, to nije jedina poveznica koju dijele mediji i sport već postoji ona puno bitnija za cjelokupno društvo. Naravno, radi se o zdravstvenim benefitima koje bavljenje sportom pruža što je pak osobito važno za razvoj mlađe populacije. Primat u takvoj popularizaciji sporta preuzeli su elektronski mediji koji u suvremenom društvu više – manje odlučuju o popularnim trendovima u određenoj zajednici.

„No, kada su elektronski mediji počeli masovno izvještavati o sportu, prenositi sportske događaje te ih analizirati, promijenio se i značaj sporta u društvu. Mlade se nastoji u što većoj mjeri okrenuti sportu, zbog zdravstvenih i edukativnih razloga. Djeca i odrasli kroz sport zapravo i uče, stječu nova znanja i vještine. Međutim, popularnost sporta ima i negativne posljedice. Sport je postao proizvodom te se kupuje kao roba na tržnici, i to bez pravila“ (Bartoš 2012:158).

3. Sportsko novinarstvo u svijetu

U svijetu, naravno, postoji puno više medija nego u Hrvatskoj koji su specijalizirani samo za sportska događanja, bilo da se radi o tiskovinama, radiju, televiziju i portalu ili pak kombinaciji u kojoj medijska kuća producira razne sadržaje kroz sva nabrojana sredstva informiranja. Sigurno najpoznatije primjere takvih medija možemo pronaći u francuskom *L'Equipeu*, talijanskoj *La Gazzetti dello Sport*, španjolskoj *Marci*, američkom *Sports Illustratedu* ili pak medijskoj kući poput *ESPN-a*. Naravno, u obzir se treba uzeti i veći broj publike, odnosno stanovništvo, ekonomske faktore, tržište, ali i politiku vođenja pojedinih medija.

Svi nabrojani faktori uvelike utječu na rad sportskih medijskih kuća u svijetu. Dovoljno je za primjer uzeti sportske prijenose nogometnih utakmica u pet najvećih liga na svijetu te raspodjelu televizijskih prava koju mediji izdvajaju kako bi osigurali utakmice upravo na svojim kanalima.

„Klubovi pet najvećih europskih liga (Španjolska, Engleska, Njemačka, Italija, Francuska) prošle sezone uprihodili su od televizijskih prava ukupno 6,505 milijardi eura. Englezi uvjerljivo dominiraju. Čak 42,3 posto (2,574 milijarde) ukupnog prihoda pet najvećih liga otpada na englesku Premierligu, 19,2 posto (1,247 milijarde) na španjolsku La Ligu, 15,4 posto (1,002 milijarde) na njemačku Bundesligu, 14,2 (924 milijuna) na talijansku Serie A i 8,9 posto (578 milijuna) na francusku Ligue 1“ (Medo, 2018.).

Samim time što mediji izdvajaju velike količine novaca u sportove koji su najpraćeniji, tako i njihovo novinarstvo u vidu raznih emisija, analitičkih i taktičkih opservacija stručnjaka, opremljenosti studija, prijenosa uživo pružaju kvalitetniji produkt nego što je to slučaj u nekim manjim zemljama koji jednostavno nemaju takve mogućnosti.

Koliko značajna uloga medija u sportu može biti, možemo vidjeti iz primjera *Sky Sportsa* i nogometa u Engleskoj koji je zapravo direktno utjecao na formiranje njihovog današnjeg najelitnijeg razreda.

Tako je Saša Ibrulj u kolumni na Telesportu između ostalog napisao: „Naime, Murdochov je Sky u to vrijeme imao jedva nekoliko stotina tisuća pretplatnika i bio u ogromnim dugovima, dok je ITV-jev reach bio preko 10 milijuna ljudi. ITV je ponudio nevjerojatnih 262 milijuna funti za pet sezona, garantirajući 30 prijenosa po sezoni. Legendarna je danas priča o Sugarovu pozivu Murdochovim ljudima nakon što je stigla ITV-jeva ponuda. Sugar je iz hotela u kojem su klubovi odlučivali zvao Murdocha i panično tražio da se ponuda Sky-a povisi, a Murdoch – kojeg su u New Yorku usred noći digli iz kreveta – je to i napravio. Sky je ponudio 46 milijuna funti više i dodatnih 30 utakmica u TV prijenosima. Usto je postigao dogovor s BBC-jem, kojemu je prodan Match of the Day, odnosno tjedni pregled svih utakmica, i time svakom kućanstvu u Britaniji otvoren pristup Premiershipu – kako je natjecanje nazvano zbog

izbjegavanja riječi 'league'. Klubovi Velike petorke digli su ruke za ITV, ali učinio je to samo još jedan od ostalih. S 14 glasova prihvaćena je Murdochova ponuda i zauvijek promijenjena slika nogometa u Engleskoj“ (Ibrulj, 2018.).

Još jedna karakteristika sportskog novinarstva koja je u punoj većoj mjeri izražena u SAD-u nego što je to slučaj u ostatku svijeta su tzv. insajderi. Svakako najbolji primjer nalazi se u američkoj NBA ligi u kojoj je ime Adriana Wojnarowskog najcjenjenije i najpouzdanije za nove informacije. Popularni *Woj* pomoću svojih izvora u ligi objavljuje najnovije informacije te se one u pravilu uzimaju kao službene.

„Svatko tko čak i tek poluozbiljno prati NBA ligu prepoznat će ime Adriana Wojnarowskog, legendarnog novinara ESPN-a koji je postao sinonim za 'prijelomne vijesti' u najjačoj svjetskoj ligi. To se posebno odnosi na prijelazne rokove u kojima dominira popularni 'Woj'. Praktički ne postoji NBA novinar koji na konstantnoj razini svijetu prezentira najnovije vijesti iz lige, a da pritom ponekad šokira i one koji sudjeluju u samim vijestima. Termin „WojBombs“ govori zapravo i o takoreći kultu zanimanja i percepcije koju je stvorio Adrian Wojnarowski“ (Živko, 2019.).

Kroz sve američke sportove, ali i njihovo novinarstvo izraženi su insajderi poput Wojnarowskog. Naravno, nisu svi relevantni izvori te postoji i puno novinara koji namjerno izbace krive informacije u želji da sebi, ali i medijskoj kući za koju rade na brz i efikasan način podignu rejting i kvalitetu u javnosti.

Možda i najveću ulogu u objavljivanju takvih insajderskih informacija u današnjem digitalnom dobu imaju društvene mreže. Svakako najznačajnija je Twitter pomoću kojih kao što je to i slučaj kod Wojnarowskog izbacuju kratke i najvažnije informacije o nekom događaju, vijesti ili transferu igrača.

3.1. Povijest svjetskog sportskog novinarstva

Razni oblici sportskih događanja još su od početka ljudske civilizacije bili omiljena razonoda koja je plijenila pažnju velikom dijelu javnosti. Od antičkih Olimpijskih igara do rimskih gladijatorskih borbi, pozornosti publike nije nedostajalo. Kako nisu svi mogli uživo gledati sportske predstave tako su se u ranim počecima vijesti o spomenutim te sličnim manifestacijama prenosile usmenom predajom. Naravno, popularnost sportskih natjecanja među ljudima je s vremenom sve više rasla pa sukladno s time došlo je do potrebe da se takve informacije prenose i pisanim putem. Tako se prva sportska rubrika mogla pronaći u prvim „novinama“ (*Acta Diurna*).

„Počeci međusobne interakcije između medija i sporta imaju već dugu povijest. Prvi članci o sportu objavljeni su u novinama, prije pojave prvih specijaliziranih sportskih izdanja. Već 1792. godine u Engleskoj počinje izlaziti prvi sportski magazin u svijetu „*Sporting Magazine*“, a 1821.

pojavi se i prvi sportski dnevnik („*Sporting Life*“). Beck i Bosshart (2003) navode da su i poznati engleski dnevnik iz tog doba uveli stalnu sportsku rubriku (npr. „*Morning Herald*“, 1817., „*The Globe*“, 1818.) Od 1822. počinje u Londonu izlaziti i „*Bells Life*“, s redovitim dijelom posvećenim sportu, a londonski „*Times*“ uvodi 1829. godine stalnu rubriku *Sporting Intelligence*. Tu treba spomenuti i druge engleske dnevnike koji se također dijelom posvećuju sportu, kao npr. „*Sporting Chronicle*“, tjednik „*The Illustrated Sporting and Dramatic News*“ i „*Sporting Chronicle*“ i „*Athletic News*“ (Rodek 2018:110).

Iako su prve novine na svijetu tiskane početkom 17. stoljeća na prve tekstove o sportu svijet je trebao čekati čak 150 godina poslije, a pojavili su se u Sjedinjenim Američkim Državama. „Sredinom 18.st. sport postaje tema novinskog izvještavanja: 1733. godine u listu „*Boston Gazette*“ opisan je lokalni boks meč između Johna Faulcomera i Boba Russela (prema: Beck i Bosshart, 2003). U 19.st. u SAD-u izlaze prve sportske novine, „*The American Farmer*“ (1819), kojima vlasnik Skinner 1829. godine mijenja naslov u „*American Turf Register & Sporting Magazine*“. Novine su uglavnom usmjerene temama iz lova, ribolova i biciklizma (Rodek 2018:111).

Nadalje, 1823., u *New York Evening Postu* po prvi puta pojavio se izvještaj o boksu dok sedam godina kasnije u svjetskim novinskim redakcijama počinje zapošljavanje i prvih sportskih urednika (Newworldencyclopaedia, 2018.). Što se sportskog novinarstva u Njemačkoj tiče ono je započelo pisanjem o gimnastici, (npr. *Gimnastičar* izlazi 1846., dok *Opće novine za gimnastiku* izlaze četiri godine ranije). U Francuskoj prvi sportski magazin bio je *Le Sport* iz 1854. godine.

„Krajem 19. st. u nekim zemljama Europe novine sve više stječu masovniju čitalačku publiku, i ne obraćaju se više samo višim slojevima, već postupno osvajaju i šire slojeve društva. Tako se i novinstvo u Engleskoj obraća sve više srednjim slojevima, pa se uz teme o konjskim trkama i kriketu sve više pojavljuju i teme o nogometu. Na prijelomu stoljeća postoji već velik broj sportskih novina. Godine 1896. izlazi talijanska „*Gazetta dello sport*“, 1900. francuski „*L'Equipe*“, 1906. španjolski „*Mundo Deportivo*“ itd“ (Rodek 2018:113-114).

Kako je vrijeme sve više odmicalo tako su medijske kuće uvidjele da im rastuća popularnost sporta i sportaša može biti samo od koristi te da time mogu povećati svoju potencijalnu čitalačku publiku i povećati vlastiti profit.

„U 20. st. novinski izdavači počinju uvažavati potrebe i želje svojih čitatelja, pa uskoro gotovo da i nema dnevnih novina, koje ne sadrže dio koji se odnosi na sport. Popularnost sporta sve više raste, a sportski novinari sve više u prvi plan postavljaju zabavne elemente sporta. Tridesetih godina tzv. bulevarsko novinarstvo je u porastu, što najbolje potvrđuje pariški večernji list „*Paris-Sour*“, čiju glavnu tematsku orijentaciju čine skandali, katastrofe, atentati i sport (Dimitrou, 2007). Pedesetih i šezdesetih godina u prvi plan sve više dolaze ekonomski aspekti

sporta. Povećava se broj članaka posvećenih sportu, čime se želi povećati i naklada. Šezdesetih godina, pod utjecajem bulevarskog novinstva teme se više usmjeravaju i na osobe, što pogoduje stvaranju sportskih idola i junaka. Takva tematska orijentacija nije ni danas izgubila na svome značenju“ (Rodek 2018:114).

3.2. Razvoj sportskog novinarstva u elektroničkim medijima

Pojava radija kao novog medija također je pridonijela razvoju sportskog novinarstva, ali u isto vrijeme i sebi omogućila veći izbor sadržaja za emitiranje programa. „Razni sportovi pridonijeli su brzom društvenom i komercijalnom razvitku i prodoru radija u mase. U Americi to je bio boks. Već 4. travnja 1921. radiostanica KDKA prvi put uživo prenosi boks meč iz Pittsburga, a dvije godine kasnije, 1923. godine dvije njujorške radiostanice, WJY i WY2, prenose u okviru svjetskog boksačkog prvenstva borbu za prvo mjesto između Jacka Dempseya i Georges-a Carpentiera u New Yorku. Beck i Bosshart (2003) navode još jedan zanimljiv podatak. David Sarnoff, koji je kasnije bio predsjednik NBC-a, instalirao je velik broj radioprijamnika na javna mjesta (kazališta, plesne dvorane itd.). Oko 300.000 ljubitelja boksa platilo je ulaznice, a prihod je doniran za obnovu Francuske poslije drugog svjetskog rata. Taj je događaj ujedno snažno djelovao na popularnost radija u SAD-u i svijetu (Rodek 2018:115).

Nedugo nakon što se radio pojavio kao novi pružatelj informacije i zabave, razvojem tehnologije došlo je i do otkrića nove tehnologije koja će zauvijek promijeniti medijsku sliku u cijelom svijetu. Tako je samo osam godina nakon radija svijet upoznao i televiziju. Doduše te 1928. god. sve je još bilo u eksperimentalnom stanju dok je do prvog pravog emitiranja televizijskog programa došlo 1935., u Njemačkoj. Samo godinu dana kasnije tek stotinjak ljudi moglo je putem TV prijemnika gledati Olimpijske igre u Berlinu što je bio prvi sportski televizijski prijenos u svijetu. Prvi prijenos u boji prenosila je američka televizija NBC i to teniski susret između Australije i SAD-a.

„U skladu s brzim razvitkom u području tehnike i tehnologije, rasla je i kvaliteta direktnih televizijskih prijenosa sportskih događaja. U određenom razdoblju istaknutu ulogu u tome imao je i sportski direktor američke televizije ABC, Roone Arledge („Roone-revolucija“), koji je šezdesetih godina prošlog stoljeća zaslužan za brojne inovacije u tom području, od uvođenja prvih ručnih kamera i kamera na kranu, do stalne mogućnosti replaya, podijeljenog ekrana i povećanje tonskih prijenosa. Iz toga su proizašle i neke nove kvalitete medijskog sporta, kao npr. usporene snimke pojedinih detalja sportskog događaja i povećana vidljivost svake sportske akcije“ (Rodek 2018:117-118).

No, ubrzanim razvojem tehnologije televizija nudi neke druge još kvalitetnije mogućnosti za praćenje sportskog događaja koji će poboljšati doživljaj svakog gledatelja i „zaljubljenika“ u sport.

„Prijelazom na odašiljanje signala digitalnom tehnikom još se više poboljšava kvaliteta prijenosa i omogućuju se dodatne usluge funkcionalnosti, kao npr. višekanalni zvuk, interaktivnost, Pay-TV, i slika visoke razlučivosti (HD). Međutim, recentnim ubrzanim razvojem tehnologije u tom području i donedavni direktni prijenosi sportskih događaja postupno će pasti u zaborav, jer taj razvoj donosi sa sobom nove parametre koji bitno određuju moderni tv-prijenos – vremenska lupa, super lupa, usavršene pokretne kamere, specijalne kamere za trenere itd. Sve to rezultiralo je i još većim intenziviranjem napetosti i dramatike sporta, kao i povećanom atraktivnošću sporta koji se ostvaruje putem medija (Rodek 2018:118).

3.3. AIPS – Svjetska udruga sportskih novinara

Do udruženja sportskih novinara cijelog svijeta (AIPS – *Association Internationale de la Presse Sportive*) došlo je daleke 1924. godine dok se začetnicima te organizacije smatraju francuski i belgijski novinari Frantz Reichel te Victor Boin koji su o tome diskutirali tijekom OI-a u Antwerpenu 1920. god., kada se na jednom mjestu skupio veći broj novinara.

Tako je u knjizi povodom 50. obljetnice HZSN-a objavljeno kako je Francuska najzaslužnija za međunarodno povezivanje sportskih novinara. Upravo je Reichel pišući isključivo o sportu konstantno naglašavao potrebu za ujedinjenjem novinara koji pišu i prate sportska događanja u funkcionalnu cjelinu.

„Ta se organizacija u kojoj se udružuju nacionalna udruženja sportskih novinara s ciljem da zajednički rješavaju probleme tog poziva, zalaže se za što bolje radne uvjete na sportskim priredbama, a sudjeluju i u očuvanju sportskih ideala“ (Ur., Drpić, Kovačević, Susić 1999:132).

AIPS je vremenom postao sve značajniji u svjetskim okvirima te je za vrijeme mandata predsjednika Boina još više širio svoj utjecaj među sportskim novinarima.

„U tom razdoblju AIPS je učvrstio svoje veze s vodećim međunarodnim sportskim organizacijama (MOO, FIFA, itd.), a počeo je raditi i po specijaliziranim komisijama za pojedine sportove. Iskaznica AIPS-a je s vremenom i službeno priznata, pa ju je sve veći broj organizatora velikih natjecanja počelo uzimati kao osnovni dokument sportskog novinara (Ur., Drpić, Kovačević, Susić 1999:134).

Organizacija poput AIPS-a uvelike je pomogla razvoju sportskog novinarstva u svijetu te kao takva i dalje radi na promicanju sustavnih vrijednosti novinara kojima je glavni dio zadatka – sport.

„Pomoć novinarima, koji govore uvijek istim, zajedničkim, sportskim jezikom, neovisno o podrijetlu, religiji i boji, te iskazuju cehovsku solidarnost – temeljni je zadatak AIPS-a. To je i glavna vodilja djelovanja ove organizacije u koju je učlanjeno čak 600 turskih, 545 njemačkih i 513 brazilskih novinara, dok se Hrvatska sa 117 AIPS-ovih iskaznica nalazi na visokom, 21. mjestu među 130 nacionalnih udruga.

AIPS i njegove kontinentalne organizacije naglašeno rade i na promicanju sporta, pa tradicionalno biraju i najuspješnije sportaše godine. Nagrađuju i najbolje press-službe, kako bi time poticali rad koji, u novim uvjetima tehničkog razvoja, svakim danom postaje sve zahtjevniji“ (Ur., Drpić, Kovačević, Susić 1999:136).

Čast da dobije nagradu za najboljeg sportaša 2018. godine u izboru AIPS-a imao je i hrvatski nogometni reprezentativac Luka Modrića, a trofej mu je predao rizničar te v.d. glavnog tajnika navedene organizacije Jura Ozmec koji je ujedno predsjednik HZSN-a što pak dovoljno govori o položaju hrvatskih sportskih novinara u AIPS-u.

4. Sportsko novinarstvo u Hrvatskoj

Hrvatska je izuzetno sportska nacija koja s ne tako velikim brojem stanovništva postiže značajne uspjehe gotovo u svim disciplinama sporta. Od sportaša individualaca do njihovih važnih uloga u najjačim sportskim klubovima (npr. Luka Modrić u Real Madridu), do momčadskih natjecanja sportsko novinarstvo je izuzetno bitna grana novinarstva u „Lijepoj našoj“.

Mediji su kod nas jedni od najvažnijih nositelja euforije kada neka nacionalna izabrana vrsta ostvari važnu pobjedu. Najpoznatiji primjeri su naravno utakmice hrvatske nogometne reprezentacije od koje se gotovo na svakom većem natjecanju očekuje rezultat primjeren kadru nacionalne selekcije.

Dakako, mediji su najveći katalizatori koje društvo svojim izvještavanjem i pisanjem vrlo lako mogu dovesti u stanje euforije ili dubokog razočaranja. Čest je slučaj kada su nakon pobjede mediji dizali našu reprezentaciju u visine te ih smatrali kandidatima za najveća dostignuća bez da su pomno analizirali načine i mehanizme koji su najvažniji pokazatelji koliko neka momčad uistinu može postići. Isto tako, kada se radi o porazima često medijski natpisi znaju odlaziti u krajnost tako da loš nastup okarakteriziraju kao tragediju.

„Mediji su, inače, jedni od nositelja euforije nakon sportskih pobjeda, koje se u našem iracionalnom balkanskom mentalitetu doživljavaju kao nešto najvažnije u životu, dok nam porazi predstavljaju (nacionalnu) tragediju. Pobjede poput one nad Engleskom se redovito popraćuju naslovima tipa: „Heroji“, „Junaci“... Utakmice se, pak, najavljuju pokličima: „U boj“, „Sad ili nikad“, „Moramo pobijediti“, kao da se, zapravo, radi o ratnim poprištima (Došen, 2007.).

Naravno, takvih se primjera može pronaći i kod slučajeva pojedinca kojeg su određeni mediji optužili kao glavnog krivca za neuspjeh ili pak najzaslužnijeg za dobar rezultat. „Prisjetimo se s tim u vezi navedenog SP u Njemačkoj kada su novinari, nakon ispadanja iz daljeg natjecanja naše reprezentacije već nakon prvog „kruga“ između ostalog optužili izbornika Zlatka Kranjčara za „nepotizam“ jer je „uporno gurao u momčad svog sina koji to ne zaslužuje“. Prije toga je Cico bio proglašavan genijalcem, a Niko najvećim talentom o kome su mnogi novinari govorili i pisali bajke, nazivajući velemajstorskim potezom i kada bi on rukom namjestio frizuru“ (Došen, 2007).

Također, senzacionalizam i *clickbait* naslovi su nešto što se u sportskom novinarstvu nikako nije moglo izbjeći. Kako je primarni cilj prodati neki tekst često se koristi takav pristup, iako se sadržaj ne poklapa s opremom teksta. Dakako, takvo što postoji i u inozemnim medijima, ali s jednom bitnom razlikom. Hrvatska kao malo tržište nema toliko medija koji bi mogli odbaciti takav način rada te uspješno funkcionirati iz vrlo jednostavnog razloga, a taj je da u svijetu postoji puno više specijaliziranih medija koji prate samo sport poput španjolske *Marce* ili *Mundo*

Deportiva te talijanske *Gazzette delo Sport*. S druge strane, najpoznatiji primjeri specijaliziranih sportskih izdanja u Republici Hrvatskoj su Sportske novosti s dnevnim tiskom i portalom. Uz njih na internetskim stranicama Telesport.hr i Tribina hr., mogu se pronaći različite sportske priče i kolumne te analitički i taktički pristupi odigranih utakmica.

4.1. Povijest hrvatskog sportskog novinarstva

Hrvatsko sportsko novinarstvo ima puno dulju povijest nego što je svjesna cjelokupna javnost, ali i sami novinari koji su se tim poslom tek počeli baviti ili ga rade već dugi niz godina. Naime, kao početak sportskog novinarstva na hrvatskom tlu može se smatrati rad nepoznatog autora iz daleke 1782. godine pod naslovom „Strigliagne alkle dvi pisme sloxene i prikazane na cast i postegne gospode Makarske“.

4.1.1. Razvoj sportske publicistike u Hrvatskoj

Ipak, prvi poznati autor kojeg se može smatrati pretečom sportskog teksta u Hrvatskoj bio je fra Franjo Radman čije je djelo 1891. godine bilo objavljeno u Pučkom listu br. 13. „Na hrvatskom je tlu sve započelo s objavljivanjem Pisme od uvoza kako Makarani privezoše Splićane na 6. IX. 1767., tj. s opisom veslačke regate između dviju posada ribarskih brodica od otočića Mrduje kod Milne na otoku Braču do splitske luke. Pobjedu makarske nad splitskom posadom opjevao je franjevac Franjo Radman (1772.-1789.)“ (Jajčević 1987:11).

Za pojavu sportske publicistike u Hrvata najzaslužniji su Andrija Hajdinjak i Franjo Hochmann koji su 15. siječnja 1878. godine počeli s objavljivanjem prvog sportskog časopisa – *Sokol*. Njih dvojicu se ujedno može smatrati i prvim sportskim novinarima u Hrvata. „Taj časopis će (kasnije pod imenima: Hrvatski sokol, Glasnik Hrvatskog sokolstva) izlaziti dugi niz godina promičući tjelesni odgoj i pojedine sportove, koji su u to doba počeli sve više prodirati u naše krajeve“ (Ur., Drpić, Kovačević i Susić 1999:30).

Nadalje, „prvo pravo izdanje u novinarskoj formi počelo je izlaziti 1890. u Splitu. Bio je to Sport Dalmato, list koji je istovremeno tiskan na talijanskom i hrvatskom jeziku. Pokrenuo ga je Ante Parać, a izlazio je polumjesečno. Pozornost je poklanjao u to vrijeme svim prihvaćenim sportovima u Dalmaciji. U Gradskoj biblioteci u Splitu sačuvano je nekoliko brojeva. Navodno je (ne postoje dokumenti) izašlo trideset brojeva“ (Ur., Drpić, Kovačević i Susić 1999:30).

Poslije lista *Sporta Dalmato* na scenu je 1908. godine stupilo prvo hrvatsko neovisno novinsko izdanje pod nazivom *Hrvatski športski list*. Urednik tih novina bio je jedan od prvih sportskih novinara na području Republike Hrvatske, Mario Reiger Vinodolski.

„Dugo međutim, nije bilo stalnih organizirani rubrika u dnevnim listovima. U Zagrebu je Jutarnji list prvi češće objavljivao sportske vijesti, te prvi, na srazmjerno velikom prostoru, počeo redovito pisati o sportu. Urednici nisu bili specijalisti za sport sve dok tridesetih godina uređivanje sportske rubrike Jutarnjeg lista nije preuzeo vanj-atletski trener Miroslav Dobrin, zvan Minča, koji je rubriku vodio sve do prestanka izlaženja Jutarnjeg lista, 1941. godine“ (Ur., Drpić, Kovačević i Susić 1999:30).

Ipak, i danas najpoznatiji hrvatski sportski list u Republici Hrvatskoj pokrenuo se u kolovozu 1945. godine zahvaljujući Miroslavu Habuneku. Ispočetka im je naziv bio *Ilustrirane fiskulturne novine*, pa zatim *Narodni sport* dok su 1962. godine konačno promijenile naziv kakav je još i danas aktualan – *Sportske novosti*. Svake godine od njihova osnutka SN izrasle su u medij velikog utjecaja i ugleda upravo zbog svojih vrhunskih sportskih novinara komentara te reportaža.

„Bolje od ikoga su „pokrivale“ sve najveće i najmanje sportske događaje, pokrenule su niz iznimno prihvaćenih, tradicionalnih i najmanje sportske događaje, pokrenule su niz iznimno prihvaćenih, tradicionalnih, poticajnih akcija, manifestacija i priredbi, od kojih je svakako najpoznatiji Izbor sportaša godine“ (Ur., Drpić, Kovačević i Susić 1999:39).

I danas su *Sportske novosti* jedne od najutjecajnijih specijaliziranih medija u RH-a, ali ponajviše zbog pojave novih medija te uređivačke politike, načina rada i sklonosti prema određenim interesima, njihov se rejting među publikom i cjelokupnom javnosti ipak malo srozao.

Najkritičnije razdoblje SN-a bilo je za vrijeme Domovinskog rata (krajem 1991. i početkom 1992.), kada je list izlazio samo na 12 stranica i s jedva 19 000 prosječne dnevne naklade. U tom vremenu mnogi su predviđali kako će upravo to biti kraj postojanja popularnih *Sportskih novosti*. „Ekipa SN-a nije klonula ni u to doba započinjanja borbe za samostalnu Hrvatsku, kad su zračne i opće opasnosti prigušile sportski život, kad su otkazana sva domaća prvenstva u glavnim sportovima. Tad se veliki prostor davao vrhunskim domaćim sportašima koji su diljem svijeta širili istinu o Hrvatskoj, postajući najveći ambasadori svoje domovine“ (Ur., Drpić, Kovačević u Susić 1999:39).

Tijekom svoje duge povijesti i tradicije urednici, novinari i suradnici prvo *Narodnog sporta*, zatim i *Sportskih novosti* su uz glavni list objavljivali i časopise, mjesečnike, revije, itd. Tako je najpopularniji dodatak uz navedenu tiskovinu bio tjednik SN revija (pojavi se 15. listopada 1976. god.) koja je tijekom godina svog izlaženja doživjela mnogobrojne transformacije i promjene imena. Tjednik prestao je izlaziti zbog financijskih problema. Sportske novosti su ujedno jedini specijalizirani sportski dnevni list u Hrvatskoj s višedesetljetnom tradicijom koje kontinuirano na tržište „izbacuju“ nove brojeve. Tijekom tog razdoblja bilo je pokušaja izlazaka

na tržište konkurentnih listova, koji su vrlo brzo ugašeni. Tako je jedan od primjera sportski dnevnik Novog lista, SportPlus koji se nije dugo zadržao u hrvatskom medijskom prostoru.

4.1.2. Razvoj radijskog sportskog programa u Hrvatskoj

Nakon što su tiskovine u svijetu i Hrvatskoj već postale ustaljeni način informiranja kod publike te bile najbrži i najaktualniji izvor informiranja javnosti od jednom su se morale suočiti s novim i još bržim načinom izvješćivanja ljudi diljem svijeta. Dakako, radi se o radijskim stanicama koje je javnost uvelike prihvatila zbog raznolikosti sadržaja (npr. od zabavnih, informativnih i sportskih emisija pa sve do predstava i drama).

Tako je prva komercijalna radijska postaja u svijetu koja je počela emitirati svoj program bio američki KDKA i to 2. studenog 1920. godine. Niti u Hrvatskoj nismo trebali dugo čekati na pojavu radijskog emitiranja. Za to se pobrinuo Radio Zagreb koji je svojim djelovanjem počeo 15. svibnja 1926. god., i to kao prva stanica u ovom dijelu Europe.

Što se pak prvog sportskog prijenosa u Europi tiče, dogodio se 6. listopada 1926. godine kada se u eteru prenosila nogometna utakmica iz Praga dok se u manje od godine dana dogodio i prvi radijski prijenos utakmice na području RH-a.

„Dana 17. srpnja 1927. igrala se nogometna utakmica između „Građanskog“ i HAŠK-a za pokal znamenitog violinskog virtuozu Zlatka Balokovića. S igrališta kod Koturaške ceste u izravnom prijenosu se oglasio naš prvi sportski reporter Vilim Brkić, u to vrijeme poslovni tajnik Zagrebačkog nogometnog podsaveza. „Građanski“ je pobijedio sa 4:2. Povijesni dan „vjenčanja“ radija i sporta u našoj zemlji naišao je na veliko zadovoljstvo slušatelja. Radio Zagreb je tada imao snagu samo 350 vata, pa se prijenos mogao čuti nešto dalje od granice samog grada“ (Ur., Drpić, Kovačević i Susić 1999:31).

Nakon što je Brkić izrekao uvodne riječi, preostali prijenos susreta odradio je sportski entuzijast, a tada student prve godine Pravnog fakulteta dr. Marijan Polić. „Radio-stanica Zagreb organizirala je prijenose i s drugih utakmica (Zagreb-Split), a s mototrkališta u Črnomercu (danas tvornica „Rade Končar“) i prve međunarodne motociklističke utrke (7. kolovoza 1927.). Reporter je bio istaknuti poznavatelj ovog sporta Nikola Bošković, koji je kasnije prenosio i druge priredbe“ (Ur., Drpić, Kovačević i Susić 1999:32).

Uz nabrojane pionire sportskih reportera na radiju treba svakako spomenuti i Hrvoja Macanovića kao i profesore Vladimira Jankovića te Dragu Ulaga koji su svojim znanjem i radom pokrenuli sportsko radijsko novinarstvo u Hrvatskoj. Također, Ulaga i Macanović između ostalog, ostat će zapamćeni po tome što su prvi hrvatski reporteri s olimpijskih igara (Garmisch-Partenkirchen).

Prvu sportsku emisiju Radio Zagreb pokrenuo je 1955. godine pod nazivom *Sport, muzika, sport* koju je uređivao Mladen Delić uz reportere Hrvoja Macanovića i Ivu Tomića. Emisija je kroz povijest nekoliko puta mijenjala naziv te se danas emitira pod imenom *Sport i glazba*, subotom i nedjeljom u terminu od 16 do 20 sati na Drugom programu Hrvatskog radija (Glas Slavonije, 2017.). Kao još jedan dokaz kvalitete ova već sada kulturna emisija dobitnica je nagrade za najbolju radijsku emisiju iz 2016., koju dodjeljuje Hrvatski zbor sportskih novinara.

4.1.3. Razvoj televizijskog sportskog programa u Hrvatskoj

Dolazak novog medija kod nas uvelike je kasnio te su u Hrvatskoj s pokretanjem projekta televizijskog programa počeli tek kada je svijet svjedočio TV prijenosima u boji. Tako je prvi televizijski prijenos uopće u RH-a bio 7. svibnja 1956. godine kada se pratilo otvorenje Zagrebačkog velesajma. Do prijenosa sportske utakmice javnost nije trebala dugo čekati, no prije toga u program puštene su i emisije sportskog karaktera. Par mjeseci kasnije (točnije 26. listopada 1956.) u eter je pušten i drugi eksperimentalni program te je u TV dnevniku objavljena i prva sportska reportaža u vidu vaterpolske utakmice prije odlaska reprezentativaca na OI u Melbourne.

„Zatim je Mladen Delić vodio gledatelje „Od Atene do Melbournea“. Bila je to prva sportska emisija iz zagrebačkog studija, emisija u povodu Olimpijskih igara 1956. godine. Mladen Delić je razgovarao s poznatim sportskim djelatnicima – Arturom „Turetom“ Dubravčićem, prof. Ferdom Krizmanićem, inž. Antom Rojom, Zulejkom Stefanini-Tučan i Stjepanom „Vojvodom“ Ljubićem“ (Ur., Drpić, Kovačević i Susić 1999:33).

Prvi sportski prijenos kojeg je Radiotelevizija producirala bila je nogometna utakmica između reprezentacija Jugoslavije i Italije. Susret se odigrao 12. svibnja 1957., dok se emitiranje odvijalo na Maksimirskom stadionu u Zagrebu. Jugoslavija je slavila rezultatom 6:1, a reporter koji je pratio događaj, bio je legendarni Mladen Delić.

Razvojem i napretkom tehnologije sportski dio televizije u Hrvatskoj počeo je rasti te pokrivati sve veći broj događanja, kako svjetskih tako i domaćih. Svakako jedan od najvažnijih projekata koju su na Televiziji Zagreb u početku radili bio je prijenos osmih Mediteranskih igara koje su se 1979., održale u Splitu.

4.2. Oni koji su pokrenuli hrvatsko sportsko novinarstvo

Kada se govori o kontekstu najznačajnijih sportskih novinara u Hrvata (između ostalog već spomenuti Hrvoje Macanović te Miroslav Habunek) treba spomenuti i Milku Babović koja svojim radom zadužila domaće sportsko novinarstvo.

Osim što je uspješna novinarka može se pohvaliti i brojnim uspjesima u atletici. Tako je Babović višestruka jugoslavenska prvakinja i rekorderka te dva puta svjetska šampionka u trčanju na 80 metara preko prepona.

Sportskim novinarstvom počela se baviti još za vrijeme atletičarske karijere, prvo surađujući u Vjesniku te *Narodnom sportu* dok se na TV-u Zagreb pojavila 1956. godine. Milka je prva hrvatska sportska reporterka te jedna od osnivačica sportske redakcije na Radioteleviziji Zagreb kao i njezina prva urednica. Daleko najpoznatija Babović postala je komentirajući umjetničko klizanje, ali i druga brojna natjecanja. „Fascinirajućom staloženošću i stručnošću prenosila je sve do odlaska u mirovinu, 1991., atletska i klizačka, pa gimnastička, konjička, veslačka i druga natjecanja, komentirala zbivanja na mnogim europskim i svjetskim prvenstvima, na zimskim olimpijskim igrama u Innsbrucku 1964., i 1976., Grenobleu 1968. i Sarajevu 1984., te na ljetnim OI u Rimu 1960. i Münchenu 1972 (Ur., Drpić, Kovačević, Susić 1999:77).

Zbog brojnih dostignuća dobitnica je nekoliko nagrada od kojih se svakako ističe Zlatno pero Društva novinara Hrvatske 1974., nagrade Grada Zagreba (1977.) te državna nagrada Franjo Bučar iz 2014. godine. Uz Milku Babović te Žarka Susića (najstariji hrvatski novinar, ali isključivo sportski) jedan od najvažnijih sportskih novinara jest i Mladen Delić koji je osnivač i urednik sportske redakcije Radija Zagreb 1950. godine. Najviše je komentirao nogomet i atletiku te je zbog svog pristupa i temeljitosti bio vrlo cijenjen i slušan od strane publike i struke.

Također, istodobno je za radio i televiziju komentirao prvi TV sportski prijenos u Hrvatskoj i tadašnjoj Jugoslaviji (nogometna utakmica između Jugoslavije i Italije). „Isticao se zvonkom bojom glasa, temeljitim pripremama, poznavanjem činjenica bitnih za sportske prijenose te spontanim, emocionalnim reakcijama, među kojima je dijelom svakidašnjeg govora postala ona na dramatične preokrete u kvalifikacijskoj utakmici između Jugoslavije i Bugarske u Splitu (1983.): „Ljudi moji, je li to moguće!“ (HRT, 2018.).

Uz taj angažman, Delić proučavao je povijest sporta i izdao nekoliko sportskih publikacija te je također bio jedan od osnivača Svjetske atletske statističke organizacije. Isto tako, svojim djelovanjem u sportu i zbog postignuća dobitnik je raznih nagrada i priznanja.

Svakako jedan od najbitnijih sportskih novinara kada je u pitanju radio je, Edo Pezzi. Svoj put u novinarstvu započeo je 1960. u gradskoj rubrici Slobodne Dalmacije dok je četiri godine kasnije došao na Radio Zagreb – studio u Splitu. Do umirovljenja 2007. god., izravno je prenosio

više od 2500 rukometnih, nogometnih, košarkaških i vaterpolskih utakmica (HRT, 2018.). Svakako ne treba izostaviti niti legendarnog zagrebačkog radijskog novinara Ivu Tomića. „Njegova popularnost bila je nemjerljiva, on je toliko dobro vodio radijske prijenose da su zbog njega prijenose utakmice slušali i oni koji nogomet, ne da nisu voljeli, nego ga nisu ni podnosili. Ivo Tomić posjedovao je osebujni stil, uvijek decentan, ali s vrhunskom duhovitošću, čak i u stihovima s rimom – prenosio je utakmice iz tjedna u tjedan. Uvijek originalno, predano i šarmantno, bio je omiljen, uz sve to bio je i vrhunski sportski i nogometni znalac“ (Kačić-Karlin, 2016.)

Isto tako jedan od najvažnijih novinara koji su pratili sport bio je Tomislav Židak koji je svoju karijeru započeo 1977. godine u Sportskim novostima u kojima se zadržao dva desetljeća. Zatim je kao urednik-reporter odlučio prijeći u sportsku redakciju Jutarnjeg lista. Najviše je bio poznat po svojoj redovitoj kolumni *Iz Maksimirske šume*, o Dinamu te hrvatskoj nogometnoj reprezentaciji.

„Židak je bio prepoznatljiv po svojem osebujnom stilu pisanja, koji nije bio niti dosadan niti suhoparan. Njegovo pisanje je specifično po tome što voli unijeti svoj osobni stav ili neko svoje osobno iskustvo. Često u tekstu govori u prvom licu te jasno izražava za koju se političku preferenciju opredjeljuje. O kojoj god temi pisao u tekstovima se uvijek voli osvrnuti na „Dinamo“ (Zambelli 2017:7). Svojim radom zaslužio je brojne nagrade, ali i veliki ugled kod ostalih kolega koji su znali i znaju cijeniti njegov rad te ostavštinu.

Jedan od njih jest i Zdravko Reić koji je postao sinonim za sportsku rubriku *Slobodne Dalmacije*. Tamo je proveo čak 32 godine, a kroz sve te godine prošao je put sportskog novinara koji je počeo kao honorarac te kasnije napredovao sve do mjesta reportera, urednika, kolumnista i komentatora. Nakon toga radio je u *Sportskim novostima* te kao hrvatski suradnik *World Soccer* i *France Football*. Također, autor je televizijskog showa *Istinom do gola* te kao i Židak kroz cijelu karijeru osobito prati i komentira događaje oko jednog kluba. Naravno, radi se splitskom Hajduku. Kroz karijeru izvještavao je s 10 europskih i pet svjetskih prvenstava, kao i s 11 Liga prvaka te preko 200 utakmica Hrvatske i nekadašnje Jugoslavije. Također, treba spomenuti i dugogodišnjeg te u svjetskim razmjerima veoma cijenjenog novinara Nevena Bertičevića koji je dobitnik posebne nagrade Međunarodne teniske federacije (ITF) za značajan doprinos u praćenju Davis Cupa.

Isto tako, i danas u hrvatskom sportskom novinarstvu postoji puno cjenjenijih medijskih djelatnika koji svoj posao odrađuju na zavidnoj razini. Od legendarnog Bože Sušeca, Slavka Cvitkovića, Miće Dušanovića, Drage Ćosića ili pokojnog Borisa Mutića do Marka Šapita, Mile Horvat, Željka Vele, Ivice Blažička pa sve do priznatih sportskih analitičara (npr. Mihovil Topić, Ivan Ivković), zaslužni su za izradu i promicanje kvalitetnog sportskog novinarstva u Hrvatskoj.

4.3. Hrvatski zbor sportskih novinara

Kako i samo ime udruge govori, ona okuplja hrvatske sportske novinare te svojim djelovanjem želi postići što bolje i kvalitetnije radove u toj grani novinarstva. Cilj joj je zaštita i usavršavanje sportskog novinara, ali nastoji ukazati i na probleme s kojima se susreću te prikazati njihov doprinos i položaj u društvu. Hrvatski zbor sportskih novinara postoji već 70 godina, a u bogatoj povijesti članovi su bili neki od naših najznačajnijih sportskih pera. Današnji predsjednik je dugogodišnji sportski novinar Jura Ozmec.

Ipak, sve je počelo daleke 1949. godine (6. rujna) kada je osnovana prva sekcija profesionalnih sportskih novinara u Hrvatskoj, a inicijatori osnivanja bili su Miroslav Habunek i Hrvoje Macanović. U to vrijeme sport je kod nas postajao sve popularniji te su se počeli postizati izraženiji rezultati na mnogim različitim nadmetanjima. Paralelno s time počeo je rasti i interes dnevnih tiskovina i medija općenito za sport koji su, pak, počeli prenositi bitnija natjecanja te formirati zasebne redakcije i uredništva za sport. Tako su sportski novinari imali potrebu za što većim stručnim znanjem pa su kroz udругu počeli pozivati poznate sportaše te stručne djelatnike koji bi im pomogli da što vjerodostojnije i kvalitetnije odrade vlastiti posao. „Osnivanjem Sekcije rad je na usavršavanju dodatno pojačan organiziranjem usmenih novina diljem Hrvatske te izlozbama sportskog tiska i publicistike. Nakon osnivanja sportske sekcije unutar Društva novinara osnivaju se i ostale, specijalističke, sekcije pa Sekciji sportskih novinara pripada zasluženno mjesto pokretača trenda“ (Bakić 2019:28).

Uz financijske poteškoće tadašnja sekcija sportskih novinara Hrvatske susretala se i s problemom akreditacija na velikim međunarodnim natjecanjima. Razlog takvog problema bio je što nisu bili dio AIPS-a koji je imalo poprilični utjecaj u dodjeljivanju novinarskih mjesta za pojedine države. Jugoslavija još nije imala svoju sekciju sportskih novinara pa s obzirom na politiku AIPS-a, Hrvatska nije bila u povoljnom položaju glede akreditiranih mjesta sportskih novinara. No, na inicijativu Miroslava Habuneka 1964., osnovana je i Savezna sekcija sportskih novinara Saveza novinara Jugoslavije koja je te iste godine na Kongresu u Münchenu, primljena za redovnog člana AIPS-a. Krucijalan trenutak u Hrvatskoj dogodio se 1991. god. (8. kolovoza) kada su zbog ratnog stanja i srpske agresije sportski novinari hrvatskih redakcija pod ravnanjem Darka Draženovića istupili iz Udruženja sportskih novinara Jugoslavije. Kao odgovor Jugoslavija je ukinula akreditaciju hrvatskim novinarima za Olimpijske igre 1992., u Barceloni, pa je 5. rujna 1991., osnovano Hrvatsko društvo sportskih novinara (HDSN) koji će se vrlo brzo preimenovati u HZSN.

„Hrvatski zbor sportskih novinara nastao je iz nužde proizašle iz općeg stanja u Hrvatskoj, gdje su u ljeto 1991. srpski pobunjenici počeli, a onda, u suradnji s Jugoslavenskom narodnom

armijom i nastavili rat, želeći se odcijepiti od novostvorene Republike Hrvatske. U takvim okolnostima bilo je nužno promijeniti način djelovanja sportskih novinara, budući da su se lige u svim sportovima na jugoslavenskoj razini raspale“ (Draženić 2009:18).

Jedan od najvažnijih trenutaka bilo je primanje HDSN-a u Svjetsku udruhu sportskih novinara (AIPS) što se i dogodilo 2. svibnja 1992. Proces je učlanjenja u najveću sportsko-novinarsku udruhu na svijetu tekao relativno brzo, a od pomoći je svakako bilo to što je Hrvatska u ime Jugoslavije dva puta organizirala i bila domaćin kongresa AIPS-a (Dubrovnik i Split). Dvije godine kasnije u Rovinju na trećem Saboru HDSN-a mijenja se naziv organizacije u Hrvatski zbor sportskih novinara.

Također, odlučeno je da se uvedu i godišnje sportske nagrade i to za: životno djelo, pisano, radijsko i televizijsko novinarstvo te za snimateljski i fotoreporterski rad, za organizaciju press-službe kao i nagrada „Vukovarac“.

5. Sličnosti i razlike sportskog novinarstva u svijetu i RH-a

Sportsko novinarstvo specifično je po mnogim parametrima, a njegovoj popularnosti u svijetu pridonosi i to što su se njime bavila i još se uvijek bave poznati sportaši i sportašice koji se najčešće nakon svoje karijere okušaju u ulozi komentatora ili analitičara.

Tako je portugalski nogometni stručnjak i jedan od najpriznatijih trenera današnjice Jose Mourinho, nakon otkaza u Manchester Unitedu potpisao ugovor s televizijskom mrežom BEIN Sports te postao njihov stručni komentator.

Naravno, i u Hrvatskoj postoje takvi primjeri, a svakako jedni od najpoznatijih su bivši nogometaši te sada popularni voditelji Joško Jeličić i Stipe Pletikosa koji na PlanetSportu komentiraju UEFA-inu Ligu prvaka.

No, osim toga „neka od najboljih novinarskih pera bavila su se sportskim novinarstvom, a i mnogi su se književnici okušali kao sportski novinari. Ernest Hemingway počeo je kao sportski novinar, a Norman Mailer je na vrhuncu karijere izvještavao sa svjetskih boksačkih mečeva. Ni Veselko Tenžera nije odolio izazovu sportskog izvještavanja, pa je pisao o boksačkim dvobojima Mate Parlova, jer je bio opčinjen dramatikom i uzbuđenjima koja donose vrhunski sportski događaji“ (Malović 2005:305).

Značajan obol sportskom novinarstvu dali su književnici i spisatelji, a o njihovom načinu pisanja i kako je takva vrsta novinarstva međusobno širila utjecaj na ostale zemlje svijeta pojasnio je Saša Ibrulj u Telesportovoj kolumni „Knjigom po голу“.

„I dok je u Velikoj Britaniji Martin Amis u rujnu 1981. pisao kako 'intelektualce koji vole nogomet jednako preziru i intelektualci i zaljubljenici u nogomet', u SAD-u su se ozbiljni autori već desetljećima bavili sportskim spisateljstvom. Jack Kerouac, Damon Runyon ili Norman Mailer su se, između ostalih, bavili sportskim novinarstvom, a *Sports Illustrated* je u više navrata angažirao Ernesta Hemingwaya, uključujući i priču o borbi bikova za koje je navodno isplatio honorar od 30.000 dolara.

Činjenica da su Amerikanci često fokus stavljali na samu priču, ali i autorovu osobnu impresiju, kroz sportsko novinarstvo je promovirala neke od vrhunskih spisatelja poput — opet između još gomile ostalih — Reda Smitha, Grantlanda Ricea, Franka Deforda, kao i legendarnog Huntera S. Thompsona te W.C. Heinza čiji je *Death of a Racehorse* za mene i najbolje napisani 'izvještaj' s nekog sportskog događaja ikad.

Upravo zato su američki autori i njihov stil pisanja o sportu, koji su jasno prenijeli i na mnogobrojne knjige, imali ogromni utjecaj na nadolazeću generaciju (mahom britanskih) novinara i pisaca koji će promijeniti percepciju pisanja o sportu u Europi na početku 1990-ih“ (Ibrulj, 2018.).

Nadalje, prenošenje sportskih informacija i kod nas i u svijetu odvija se pomoću jednakih platformi (tisak, radio, televizija, internet) te generalno imaju jednake značajke po kojima se razlikuju jedni od drugih.

Što se tiska tiče u njoj „medijska slika sporta više ili manje reprezentira realnu sportsku stvarnost. Da bismo pojasnili tu konstataciju pojednostavljeno ćemo analizirati proces nastanka nekog članka u nekom sportskom listu, kojim sportski novinar opisuje neki sportski događaj. Zbog kompleksnosti događaja on ne može prikazati ili komentirati sve njegove elemente i aspekte, pa iz cjeline sportskog događanja izabire one dijelove koji se njemu čine bitnima. U tom odabiru on „važne“ pojedine elemente i informacije, selektira ih u skladu s njemu poznatim kriterijima, odbacuje ono što mu se čini nebitnim i komentira te informacije na svoj način“ (Rodek 2018:114).

Radio je kao novi medij omogućio sportu dodatnu dimenziju popularnosti, a novinarstvu novi oblik izvješćivanja te još kvalitetnije radove. „Prijenos uživo stvara dojam kod slušatelja da se nalazi na mjestu događaja. Slušatelji intenzivnije, s više emocija, prate sportski događaj koji postaje dinamičniji i atraktivniji. Prednost tog medija u odnosu na tisak je i ogromna brzina prijena, tako da se uz pomoć prijamnika informacije mogu primiti u bilo koje vrijeme i na bilo kojem mjestu (u stanu, automobilu, na otvorenom, na plaži, itd.). Radijsko izvještavanje omogućilo je i razvitak posebnog žanra koji se i danas puno koristi za vrijeme i poslije sportskog prijena, a to je intervju“ (Rodek 2018: 115).

Ipak, u današnje vrijeme prijenosi sportskih nadmetanja u radijskom eteru i nisu toliko česti, ponajviše zbog „ulaska“ radijskih TV prava na hrvatsko tržište. Tako je ulaskom T-coma i ugovorom s HNS-om osim TV prava svaka radijska postaja morala platiti nositelju prava za radijske prijene. Time su primjerice i nestali prijene utakmica NK Osijeka koji su se godinama emitirali na Gradskom i Slavonskom radiju u Osijeku. Također, internet i tehnologija utjecali su, naravno ne u tako velikoj mjeri na smanjenju popularnost radijskih prijena. Upravo je internet postao najbrži izvor informacija i zamijenio radio koji je to prije 30-ak godina „obavljao“ kroz izravna radijska javljanja s mjesta događaja.

Na televiziji će se, pak, ističe Rodek emocionaliziranjem kod gledatelja izazvati intenzivni događaji koje nije moguće doživjeti preko tiska i radija. „U pojedinim situacijama prikazat će se lice sportaša s puno emocija, ali i bijes na licu trenera suprotne momčadi. Pojedini rituali kao npr. izvođenje himne, također su u funkciji emocionalizacije, a u tu će svrhu poslužiti i krupni plan igrača koji je postigao pogodak, koji slavi pobjedu, itd., jer se tako najbrže mogu transportirati emocije prema gledateljstvu. Personalizacijom, tj. korištenjem imena i prezimena sportaša postići se približavanje i veća prisnost između gledatelja i sportaša“ (Rodek, 2018:117).

No, nasuprot tradicionalnim medijima pojavili su se i tzv. internetski koji omogućuju kombinaciju raznih sadržaja kako sportskih tako i ostalih društvenih tema.

„U internetske medije ubrajamo društvene mreže, razne profesionalno i redakcijski organizirane medijske ponude, sportske internetske portale, blogove, itd. Uz to što također, poput televizije, omogućuju izravne prijenose sportskih događaja, oni omogućuju i stalnu interakciju i participaciju pojedinaca i grupa, tj. aktivno sudjelovanje recipijenata u diskursu o sportskim sadržajima. To se ostvaruje pisanjem komentara, iznošenjem vlastitog mišljenja, postavljanjem vlastitih video priloga, tonskih priloga, slika, itd.“ (Rodek 2018:118)

Ipak, za brzo saznavanje informacija i praćenje raznih sportskih događaja najzaslužniji su internetski portali. „To su mjesta koja se koriste kao interaktivne platforme za diseminaciju informacija o sportu i sportskim događajima, za izravni prijenos sportskih sadržaja (live streaming), prikazivanje videomaterijala i audiomaterijala, itd.“ (Rodek 2018:118).

5.1. Tisak

U Hrvatskoj gotovo da i nema medija koji dio svog sadržaja i programa u većoj ili manjoj mjeri ne posveti sportu. Takva je situacija i u tiskovinama kojima se posljednjih par godina broj naklada itekako smanjio. Tako za razliku od ostalih svjetskih medija u RH-a ne postoji toliko velik izbor specijaliziranih sportskih novina već gotovo sve vlasničke medijske strukture, sportske teme imaju ukomponirane s ostalim kategorijama poput politike, *lifestylea*, crne kronike, itd.

Tako su kod nas *Sportske novosti* daleko najvažniji i najpopularniji specijalizirani sportski medij koji izlazi kao tiskovina, ali ujedno i prati trendove pa ih se može naravno pronaći i na internetskim stranicama. „Oni s dužom tradicijom, s većom nakladom, gledanošću ili slušanošću, financijski i novinarski moćniji i stabilniji, izvješćuju s najvećih natjecanja; na vrhunskom domaćem i svjetskom sportu čak grade nakladu ili, poput Sportskih novosti, žive od sporta, pa i utječu na ozračje u djelatnosti koja se odavno, od razbibrige i rekreacijskog gombanja, pretvorila u veliki business“ (Ur., Drpić, Kovačević, Susić 1999:37).

Novinari SN-a zaduženi su za praćenje svih sportskih i olimpijskih natjecanja dok se poseban naglasak stavlja na nogomet koji je daleko najpopularniji i najpraćeniji sport u našoj državi. „Sve naše novine, a naročito tjednici, gubili su na važnosti, a zatim i propadali, jer su se uredništva u histeričnoj žudnji za tiražom, a katkad i za političkim utjecajem, utrkičala u promjenama koncepcije, grafičkom i sadržajnom redizajnu, promjeni po uzoru na velika strana izdanja. Više je naših novina postradalo od čitanja Guardian i New York Timesa, ili od toga što su nam

urednici znali engleski a ne, recimo, njemački, nego od partijskih, komitetskih, središnjičkih, korporativnih i oglašivačkih pritisaka.

Za to vrijeme Sportske novosti nisu propadale, jer se nisu mijenjale. One su sve vrijeme bile uzor drugima, nekad beogradskom Sportu ili sarajevskim Sportskim novinama, a kasnije nekim zagrebačkim i riječkim listovima, pa su svi oni propali umjesto Sportskih novosti“ (Jergović, 2015.).

Ipak, znale su se Sportske novosti naći na udaru javnosti zbog specifičnog načina pisanja o Zdravku Mamiću i GNK-a Dinamu. Recentni primjer može se pronaći kada su na naslovnici objavili komentar Mamića o Dinamovom uspjehu u Europskoj ligi, a kojega se tereti za niz nezakonitih radnji, dok je cijelu priču objavio portal Telegram.hr.



Slika 5.1. Naslovnica Sportskih novosti

Naklonost tiskovina nekom klubu može se više ili manje vidjeti i u drugim sportskim tiskovinama Europe. „Najkomercijalniji sportski list kontinenta, Gazzetta, dnevno se prodaje u prosječno 400.000 primjeraka, a najviše u ponedjeljak, kad se čitatelji informiraju o događajima od vikenda. Dok je Corriere snažno orijentiran prema Romi i Laziju, a Tuttosport prema Juventus i Torinu, Gazzetta je prilično neutralna, vrlo diskretno naginjući prema lokalnima Interu i Milanu. Još je bogatija sportska novinska scena u Španjolskoj. Navijači Real i Atlético čitaju madridske dnevne Marcu i As, dok se sljedbenici Barcelone napajaju na Sportu i Mundo Deportivo. Sva četiri medija služe kao neformalni klupski fanzini, neuvijeno podržavajući svoje miljenike i podbadajući (ili ignorirajući) one s druge strane ograde“ (Podnar, 2015.)

Tako se jasna razlika može vidjeti na naslovnicama katalonskog *Sporta* i madridskog *Asa* koji su istu situaciju opisali, odnosno prenijeli na drugačiji način, ističući kvalitete „svog“ kluba

nasuprot njihovog velikog rivala. Naime, Barcelona je protekle sezone u gostima kod Real Madrida slavila 3:0 te tako prošla u finale Kupa kralja. Pobjedu „njihovog“ kluba *Sport* popratio je s naslovima „Gospodari Bernabeua“ i kako ističu „Još jedno ponižavanje Madrida“. S druge strane, *AS* na naslovnici ističe kako je Barcelona iz dva udarca zabila tri pogotka, ali su isto tako pronašli zamjerke u čistoj pobjedi gostiju koja im „krasi“ prednju stranu novina: „Real je tražio dva penala i ofsajd kod drugog gola koji je primio“ te „Messi je bio potpuno nevidljiv“.



Slika 5.2. – Usporedba naslovnica španjolskih tiskovina *Sport* i *AS-a*

U Republici Hrvatskoj od specijaliziranih novina još se može pronaći sportski tjednik „Max Germanijak“ dok je situacija u regiji isto slična gdje naše susjedne zemlje također imaju najčešće po jedan sportski list. U drugim državama situacija je ponešto drugačija te tako npr., „brojnost sportskih medija u Španjolskoj posljedica je dinamične navijačke kulture, koja pak izvire iz nacionalističkih i regionalnih suparništava. Španjolska je multietnička država čije se etničke zajednice (Katalonci, Valencijanci, Balearci, Galicijci i Baski) ogorčeno suprotstavljaju centralističkoj vlasti u Kastilji. Tako u Španjolskoj sport, posebno nogomet, odražava politička i etnička trvenja, nakladnika“ (Podnar, 2015.).

Ipak, kako Podnar ističe u svom tekstu neke od zemalja kao što su Njemačka, Austrija, Švicarska, Nizozemska, UK te SAD nemaju sportske dnevnikе zato što prosječni sportski čitatelji u tom podneblju jednako čitaju i ostale teme te im je potrebna neka opća tiskovina koja će ponuditi različite sadržaje u jednakoj mjeri na istom mjestu.

„S druge strane, južnjački ljubitelji sporta daleko su više okrenuti sportu nego bilo kojoj drugoj tematici, pa im sportski dnevnik utražuje svu glad za informacijama. Umjesto sportskih

dnevnika, u Zapadnoj i Sjeverozapadnoj Europi te u SAD-u prisutni su tiražni sportski, ponajviše nogometni magazini. Takvi su Sport Illustrated u SAD-u, World Soccer i Four Four two u UK-u, Voetbal International u Nizozemskoj te Sport Bild i Kicker u Njemačkoj“ (Podnar, 2015).

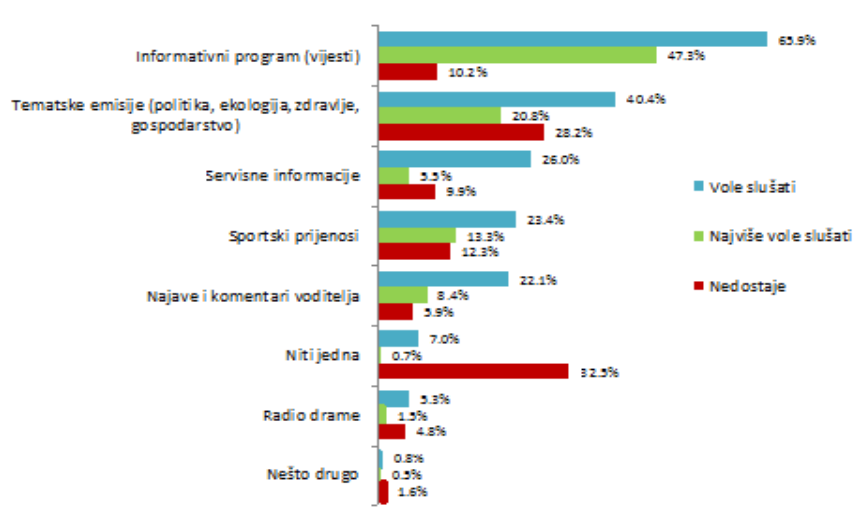
5.2. Radio

Radio je i u današnjem vremenu kada sve više raste popularnost *podcasta* i internetskih *streamova* uspio pronaći svoj prostor te i dalje biti aktivan u prenošenju te izvještavanju sa sportskih događaja. Naravno, ne u tolikoj mjeri kada je bio na vrhuncu svoje popularnosti upravo zbog gore navedenih razloga.

No, u početku emitiranja prema Vasilju priroda radija uvelike je pogodovala sportu. Dvosmjerna komunikacija, brzina i sadašnjost unijela je svježinu u svijet medija. Također, i osnovne karakteristike radija prihvaćaju sport kao jedan od zanimljivih načina kojima privlače slušatelje. Stoga osnovne karakteristike radija i sportskog izvješćivanja su da taj medij poučava, informira i zabavlja te stvara slike u umu slušatelja i dobrodošao je prijatelj. Koristi se široki raspon glasova, zvukova i zvučnih efekata, glazbe i tišine, ostavlja dojam te se dugo pamti. Brzo reagira, izvješćuje uživo s mjesta događaja te zna da je vrijeme kratko i kako ga se zbog toga mora ekonomično iskoristiti (Vasilj 2014: 143-144).

U Hrvatskoj sportsko novinarstvo na radiju uglavnom se svodi na dnevno pružanje kratkih informacija o sportašima i njihovim dostignućima te pokojim intervjuom. Zašto je tome tako može se pronaći i u analizi hrvatskog radijskog tržišta *Ipsos Connecta* iz 2015. godine u kojem su između ostalog obuhvaćena publici najzanimljivija tematska područja za slušanje u našoj državi.

Tako se na grafikonu jasno vidi da „od govornog sadržaja na radiju, slušatelji u najvećoj mjeri vole slušati informativni program te tematske emisije (emisije vezane uz politiku, zdravlje gospodarstvo i sl.). Osim ta dva sadržaja, 13,3% slušatelja navelo je sportske prijenose kao govorni sadržaj koji najviše vole slušati. Tematske emisije su sadržaj za koji je najveći udio slušatelja izjavio da ga nedostaje na radio programima. Osim tematskih emisija 12,3% slušatelja izjavilo je da nedostaje sportskih prijenosa (Ipsos Connect 2015:13).



Slika 5.3. Govorni sadržaj – trenutna slušanost i nedostaci (Ipsos Connect)

Isto tako, sudionici analize radijskog tržišta iznijeli su mišljenje, točnije njih 35,6% da bi se u Hrvatskoj trebao pokrenuti specijalizirani sportski radio kakvi postoje u nekim drugim državama svijeta. Prema analizi „da treba pokrenuti sportski radio u većoj mjeri smatraju muškarci i njih 34,2% bi slušalo takav radio. Mlađa populacija je također u većoj mjeri zainteresirana za sportski radio, njih 27,2% bi slušalo takvu postaju. Veći interes za sportskim radijem iskazali su stanovnici Dalmacije (47,1% smatra da se treba otvoriti takva postaja), njih 29,3% bi slušalo takvu postaju“ (Ipsos Connect 2015:63).

| | Ne | Da, ali ja ga ne bih slušao/la | Da, i ja bih ga slušao/la |
|---|-------|--------------------------------|---------------------------|
| Sportski radio | 64,4% | 16,5% | 19,1% |
| Radio zajednice (community radio) – radio u kojem građani sudjeluju u kreiranju i izvedbi radijskog sadržaja i to najčešće za isključene manjine poput nacionalnih manjina, osoba s invaliditetom i sl. | 59,5% | 21,0% | 19,5% |
| Specijalizirani glazbeni radio (Jazz, klasična glazba, raggae...) | 61,6% | 14,4% | 24,0% |

Tablica 5.1. Potreba za novim vrstama radio postaja (Ipsos Connect)

Valja spomenuti kako je takva radio stanica u Hrvatskoj i postojala. Dakako bio je to radio *Cibona* koja je emitirala od 1992. godine pa sve do 2011. „Zamišljen kao nacionalna sportska radijska postaja Republike Hrvatske, po mnogo čemu jedinstvena u čitavoj Europi, ovaj radio se nametnuo u svakom trenutku prepoznatljivim sportsko-informativno-glazbenim programom. Zbog uvijek afirmativnog pristupa sportu, usprkos čujnosti u Zagrebu i bližoj okolini, zbog uistinu hrvatske koncepcije, stekao je ugled i popularnost među sportašima, sportskim djelatnicima i sportskom publikom.

U prvih pet godina emitiranja nije propustio ni jedno za hrvatski sport važno natjecanje u zemlji, Europi i svijetu (1700 prijenosa, od čega 300 iz inozemstva, iz 35 zemalja i 110 gradova

Europe, Azije i Amerike“ (Ur., Drpić, Kovačević, Susić 1999:53). Međutim, 1997. god. dolazi do promjene vlasničke strukture koja je odlučila u cijelosti promijeniti programsku koncepciju te je sport u potpunosti zamijenio glazbeni sadržaj.

Ipak, na valovima Hrvatskog radija može se pronaći nešto više sportskog sadržaja od raznih emisija pa sve do prijenosa nogometnih utakmica. Tako je jedna od najprepoznatljivijih i najdugovječnijih sportskih emisija na Drugom programu Hrvatskog radija *Sport i glazba* dobila nagradu HZSN-a za najbolju radijsku emisiju 2016. godine. Neprekidno se emitira od 1955. god., kada se emitirala pod nazivom *Sport, muzika, sport*, a prvi urednik bio je Mladen Delić.

„Uz izravna javljanja s domaćih nogometnih utakmica, u emisiji se objavljuju i izvješća, razgovori, reportaže, osvrti i komentari sa svih važnijih domaćih i međunarodnih sportskih događanja na kojima nastupaju hrvatski sportaši, napose s Olimpijskih igara, svjetskih i europskih prvenstava i kupova. Termin početka i kraja prilagođivao se najvažnijim natjecanjima“ (HRT, 2018.).

Također, na Hrvatskom radiju postoji još emisija koje se bave sportom. Tako *Sportski mikrofon* svakog ponedjeljka prati sportske događaje diljem Hrvatske i svijeta. U *Sportskom vremeplovu* pak se mogu čuti najvažniji trenutci iz hrvatske i svjetske sportske povijesti s insertima iz raznih događaja. Hrvatski radio nastao je po uzoru na BBC te kao takav javnost pokušava informirati, obrazovati i zabaviti. Upravo je drugi program HR radija opušteniji i ležerniji pa se na njemu emitiraju sportski sadržaji. Tako i BBC ima peti zaseban radio kanal gdje programska shema većinom obuhvaća sportske teme.

BBC radio 5 mjesto je prijelomnih vijesti i prijenosa uživo sportskih natjecanja, omogućujući publici glavne priče i sportske događaje u realnom vremenu s programom koji je osmišljen da javnost informira, obrazuje i zabavi (bbc.co.uk, 2019).

Za razliku od našeg medijskog prostora u Velikoj Britaniji u potpunosti emitira specijalizirani sportski radio – talkSPORT. Pokrenuta 2000. godine mreža talkSPORT najveća je sportska radio postaja u svijetu koja u svom eteru ima više prava na emitiranje engleskih nogometnih liga nego ijedna druga britanska televizija. Dvije stanice (talkSPORT i talkSPORT 2) prenose više od 500 utakmica Premier lige, EFL-a, FA kupa i *Checktrade* trofeja. Također, ova radio stanica prenosila je uživo svih 64 utakmice Svjetskog nogometnog prvenstva 2018. godine.

Isto tako, talkSPORT ima ekskluzivna prava i na susrete Lige prvaka, Europske lige, španjolsko prvenstvo, boks, kriket, itd., naravno s popratnim emisijama, stručnim analizama i komentarima. Izvan granica Velike Britanije i Irske talkSPORT je globalni audio partner Premier lige koji prenosi uživo prenosi komentare utakmice na više jezika, uključujući engleski i španjolski (talkSPORT.com 2019.).

Nadalje, i ESPN, poznata američka televizijska medijska kuća ima vlastitu sportsku radio stanicu koja je u većoj mjeri orijentirana na popularne sportove u SAD-u, ali i europske nogometne utakmice „jačih“ i popularnijih liga. ESPN radio ima više od 700 podružnica koji emitiraju program 24 sata na dan te donose informacije raznih sportskih natjecanja u cijelom SAD-u i šire (ESPN.com, 2014.).

5.3. Televizija

Dolaskom televizije u medijski prostor sport je još više stekao na popularnosti među publikom. Povezanost televizije i sporta možda se najbolje očituje u tome da se vrlo često pojedini sportski događaji usklađuju s televizijskim programskim shemama kako bi u optimalno vrijeme privukli što veći broj gledatelja. Naravno, prodaja TV prava za milijunske iznose samo je još jedna činjenica koja dokazuje koliko je važna veza između televizije kao servisa pomoću kojeg se prenose različita natjecanja te sporta koji tako uz sve beneficije postaje omiljeniji među publikom. Tako je Svjetsko nogometno prvenstvo 2018. godine u Rusiji prema FIFA-im brojkama gledalo 3,572 milijardi ljudi. Od toga je barem minutu nogometnih susreta putem televizije u cijelom svijetu pratilo 3,262 milijardi ljudi (Fifa.com 2018.)

Još jedan događaj koji svake godine privuče veliki broj gledatelja putem TV ekrana jest američki *Super Bowl*, odnosno finalna utakmica NFL doigravanja. „Super Bowl redovito ima najveću televizijsku gledanost, a rekordna je zabilježena 2015. godine, kada su New England Patriotsi pobijedili Seattle Seahawkse s 28-24, i tada je 114 milijuna i 442 tisuće Amerikanaca gledalo najvažniju utakmicu godine“ (Žurić, 2019.).

Tako velika gledanost sa sobom nosi i veliku ekonomsku dobit za medijskog pružatelja usluga prijenosa. „Velika televizijska gledanost za sobom nosi i visoke prihode od reklama. U vrijeme prvog Super Bowla, održanog 1967. godine, 30 sekundi reklamnog prostora koštalo je 42.000 dolara. U razdoblju od 1980. do 1995. godine cijena reklama je porasla za pet puta, a 1995. godine cijena je po prvi puta prešla granicu od milijun dolara da bi pet godina kasnije iznosila dva milijuna“ (Žurić, 2019.).

Isto tako, koristi od tako praćenih događaja osim televizijske mreže imaju i ostali koji su izravno ili neizravno povezani s takvim događajima. Upravo se takva situacija može najlakše objasniti na primjeru *Super Bowla*. „Prošlogodišnji domaćin Super Bowla bio je Minneapolis, čije je gospodarstvo zahvaljujući njemu zaradilo 450 milijuna dolara. Uspješniji od Minneapolisa bili su Phoenix 2015. godine (719 milijuna dolara), New York (New Jersey) 2014. sa 600 milijuna zarade i New Orleans 2013. godine s 480 milijuna dolara (Žurić, 2019.).

Nadalje, prema Vasilju postoji nekoliko vrsta emisija koje se emitiraju kao:

- tjedni sportski magazini
- dnevne kronike
- sportske vijesti
- emisije prije i nakon izravnih prijenosa
- sportski blok u Dnevniku
- te sportske dokumentarne emisije.

Upravo smo jednu od tih oblika emisija obrađenu na vrlo zavidnom nivou mogli pratiti prošle godine za vrijeme Svjetskog nogometnog prvenstva na Drugom programu HRT-a. Sportska emisija pod nazivom *Zabivaka* u režiji Marka Šapita i njegovih gostiju funkcionirala je bez većih problema te vrlo visokom kvalitetom sadržaja pridobila mnogo pohvala i pozitivnih reakcija javnosti.

„Emisija "Zabivaka" na čelu s Markom Šapitom bila je pravo osvježanje nakon dosadašnjih, uglavnom smrtno dosadnih emisija posvećenih europskim i svjetskim prvenstvima. Odlični prilozima iz Rusije, opuštena atmosfera u studiju, uključivanje modernih kanala poput Twittera i Instagrama te opuštene zagovornici osim ponekad napornog Antona Samovojske i neartikuliranog divljanja Drage Ćosića u prijenosima) činili su "Zabivaku" stvarno odličnim projektom“ (Index, 2018.).

Šapit je tako kroz vrlo ležeran i zabavan pristup uspješno držao pažnju publike dok se na isti način u emisiju uključivao i Edin Mahmuljin svojim pričama iz Rusije. I gosti su dali izniman doprinos zbog kojeg je *Zabivaka* jedna od boljih sportskih emisija u hrvatskom medijskom prostoru.

„Umjesto na blefovima, neznanju i nekompetenciji, koji nažalost dominiraju televizijskim formatima, Šapitova *Zabivaka* temeljila se na činjenicama, statistikama, dobrom uvidu, stručnim gostima, smirenom tonu i dobroj strukturi. Umjesto načelnog dojma i navijačkih impresija – ajmo naši! – svoju emisiju Šapit je postavio kao ambiciozno zamišljen format, koji je u velikoj mjeri i realizirao“ (Pavić, 2018.). Način na koji je HRT-ov voditelj, novinar i komentator pripremio te vodio emisiju uvelike se može povezati s američkim sportskim emisijama što je i sam Šapit u jednom razgovoru za portal Index.hr istaknuo.

Na tom tragu uz još više opušteniji pristup američka televizijska mreža TNT emitira tzv. *post game show* nakon utakmica NBA košarkaške lige. Uz popularnog domaćina-voditelja Ernieja Johnsona nalaze se i legendarni umirovljeni košarkaši Charles Barkley, Kenny Smith te Shaquille O' Neal. Dokaz kvalitete ove emisije je i osvojenih devet sportskih Emmyja, a sam format je podijeljen na nekoliko dijelova. Tako je od najpopularniji dio *Shaqtin' A Fool* u kojem popularni *Shaq* izdvaja pogreške košarkaša na terenu te ih na satiričan način prezentira publici.

Kroz cijelu emisiju nema dosadnih i suhoparnih analiza te se već stručni komentari daju na jedan zabavan i šaljiv način. Upravo je i humor jedna od najprepoznatljivijih i najkontroverznijih dijelova *showa* koji se može svrstati pod sve popularniji format *infotainmenta*.

Interesa publike za gledanje sportskog programa nikako ne nedostaje te stoga bilo da se radi o javnoj ili komercijalnoj televiziji u svoju shemu treba imati uključenu i takvu vrstu emisija.

Kako u drugim područjima na televiziji tako i sportu gledatelji ne žele pratiti samo činjenice ispričane na dosadan način već u isto vrijeme traže i zabavu.

Isto tako, većina komercijalnih televizija kako kod nas tako i u inozemstvu nude usluge *pay-per-viewa* pomoću kojeg korisnici mogu odabrati pojedini susret ili natjecanje na zahtjev te gledati prijenos.

6. Suvremeno hrvatsko sportsko novinarstvo i utjecaj online medija

U današnjem vremenu zadaća sportskog novinara nije pratiti samo jedan sport za koji se specijalizirao. Upravo naprotiv, situacije u kojima sportski novinari moraju poznavati više sportova postala je uobičajena norma u cijelom svijetu.

„Nekoć su sportski novinari bili u potpunosti posvećeni sportu i praćenju istog. Svaki je novinar imao određene sportove koje je pratio i po kojima je bio poznat. Za te je sportove bio specijaliziran i njegov posao bio je pratiti susrete te što se oko tog sporta i njegovih aktera događa. Danas je ta slika puno šira. Rijetko koji novinar ima privilegiju imati „svoj sport“. Osim sporta mnogo je tu čimbenika na koji današnji sportski novinari moraju obraćati pozornost“ (Krušnik 2017:10).

Uz sportska događanja, novinari često moraju izvještavati i o raznim korupcijama, aferama, dopinzima natjecatelja, navijačkim izgređima i huliganizmu koji, nažalost što se hrvatskih nogometnih travnjaka tiče, nije u potpunosti sankcioniran. Tako medijskih kompanija koje će se baviti sportskim novinarstvom u RH-a nikako ne nedostaje.

„Što se ostalih televizijskih kuća tiče, sportskim sadržajima može konkurirati i RTL koji posljednjih nekoliko godina otkupljuje prava za europska i svjetska prvenstva u jednom od najpopularnijih sportova u Hrvata, rukometu. Nova TV drži se uglavnom borilačkih sportova, dok Sportska televizija od čijih se sadržaja puno očekivalo, nije opravdala dano povjerenje. Na njenom program tako možemo pronaći marginalizirane sportove kao što su judo ili biciklizam, no rijetko u prijenosu uživo, što joj se možda i najviše zamjera“ (Krušnik 2017:11).

Nova TV sada je zadužena za utakmice hrvatske nogometne reprezentacije dok se i RTL sve više usredotočuje na boksačke mečeve. Također, prisutni su i Arena sport, Sportklub te PlanetSport koji kao specijalizirane televizije nude raznovrsniji sportski program nego što je to slučaj kod gore navedenih medijskih kuća.

„Hrvatski radio i dalje opravdava povjerenje svojih slušatelja radeći već dugi niz godina dobro uhodan program. Na drugome programu tako se mogu čuti prijenosi svih važnih utakmica, dok je vikend rezerviran za specijalizirane sportske emisije. Sportske novosti još uvijek su jedini specijalizirani sportski dnevni list u Hrvata, a svoje su djelovanje 2008. godine proširili i na internetsku platformu“ (Krušnik 2017:12).

Sve više informacija dolazi preko internetskih portala te upravo oni zbog svoje brzine u prenošenju vijesti, komentara ili analiza rade veliku konkurenciju ostalim vrstama medija.

„Uz mnoštvo internetskih portala koji obrađuju sportsku problematiku, posebno valja naglasiti i značenje društvenih medija za sport. Radi se o besplatnim online servisima koji

omogućuju komunikaciju s pojedincima i skupinama. Zahvaljujući određenim alatima, korisnici mogu međusobno komunicirati i dijeliti razne sadržaje.

Trail i James (2015) u svojoj studiji o ponašanju sportskih konzumenata konstatiraju da se korištenje društvenih mreža za dobivanje informacija o sportu tijekom posljednjih pet godina dramatično povećalo. Prema istraživanjima za 2014. godinu koje izvodi Perform Progressive Sports Media, više od 80% sportskih fanova u SAD-u prati sportove na društvenim mrežama, a pri tom više od 40% svih navijača pristupa tim mrežama putem mobilnih uređaja. Većina korisnika koristi mrežu Facebook (70%) i YouTubea (40%), dok oko 24% koristi Twitter. S velikom vjerojatnošću može se pretpostaviti da su ti postoci u posljednje 4 godine još znatno uvećani, kad je riječ o mobilnim uređajima“ (Rodek 2018: 118-119).

Također, portali sve više koriste *podcast* kao novu formu u kojoj sa sugovornicima problematiziraju aktualne teme s osvrtima na prošla zbivanja. Dok je ta forma pogotovo u Sjedinjenim Američkim Državama već odavno zaživjela i koristi se u velikoj mjeri kod nas je ona tek u početnoj fazi.

Tako su i Sportske novosti nedavno na svoju internetsku stranicu uvele *podcast* kao novi format predstavljanja informacija, ali i interakciju s publikom.

„Premda se u početnom razdoblju uloga portala i društvenih mreža svodila uglavnom na uspostavljanje veze i komunikacije među pojedincima, danas su internetski portali i društvene mreže postale izvanredno značajni mediji za efikasnu promociju pojedinih sportskih događaja, kao i promociju ukupne djelatnosti pojedinih sportskih institucija, organizacija, saveza i klubova. Stoga možemo slobodno reći da danas više i ne postoji neka važnija sportska institucija ili klub koji ne koristi njihove usluge“ (Rodek 2018:119).

7. Zaključak

Sportsko novinarstvo jedno je od najvažnijih i najpopularnijih grana novinarstva u kojem izvora informacija kao niti tema nikako ne nedostaje. Kroz povijest veza između novinarstva i sporta postajala je sve dublja i značajnija što je dovelo do današnjeg stanja u kojoj su mediji bez sporta ili obrnuto gotovo nezamislivi. Upravo zahvaljujući medijima neka od velikih sportskih događanja koje možemo pratiti, poput Olimpijskih igara, Svjetskih i Europskih prvenstava u nogometu, postala su svjetski poznata i priznata.

Naravno, uloga medija nije samo popularizacija sporta već poticanje i mladih na bavljenje njime te razotkrivanje raznoraznih afera ili kriminalnih radnji kojima smo danas nažalost svjedoci kao i osuđivanje huliganizma kojemu nije mjesto u sportu. Također, nikako nije zanemariva ni financijska strana kojom klubovi zarađuju od televizijskih prava i sponzora.

Tako se kod nas i u svijetu sportsko novinarstvo te način funkcioniranja medijskih kuća uvelike razlikuje. I dok u inozemnim tiskovinama postoji mnogo više specijaliziranih novina i listova koji se bave sportom, u Republici Hrvatskoj imamo tek Sportske novosti koje su ujedno i najznačajnije. Kako broj specijaliziranih tiskovina ovisi o raznim faktorima od ekonomske isplativosti, broju publike i kulturi čitanja različitih tema, tako shodno tome raste ili se smanjuje broj novina koje prate sport. U Njemačkoj ili SAD-u ne postoje sportski dnevници jer je percepcija javnosti takva da se sve teme od politike do tehnologije vole podjednako čitati.

Isto tako, nije rijedak slučaj da pojedine tiskovine otvoreno, kao što je to slučaj u Španjolskoj, pokazuju naklonost prema određenom klubu. Tako se zna da su katalonski sportski listovi *Mundo Deportivo* i *Sport*, Barcelonini saveznici te bez imalo zadržke „napadaju“ njihove najveće rivale Real Madrid kojeg pak jasno podupiru madridski *AS* ili *Marca*.

Što se radijskog sportskog programa tiče, on se kod nas svodi na sportske emisije koje se u velikom broju emitiraju na Drugom programu HR-a koji također izravno prenosi i sve važnije utakmice. Kroz povijest na njemu su se isprofilirala mnoga omiljena sportska imena koja su svojim radom poput Ede Pezzija postali sinonim za sportsko komentiranje na radiju. U svijetu je situacija ponešto razvijenija te postoje specijalizirane sportske radijske stanice poput britanskog talkSPORTA. Vrlo dobar primjer je i ESPN-ova radijska stanica koju čine više lokalnih servisa pomoću kojih se emitira i saznaje sve o sportašima i sportskim natjecanjima diljem američkog područja.

S druge strane televizija koje su se odredile samo za sportska natjecanja u Hrvatskoj ne nedostaje. Iako su sve komercijalne prirode, zahvaljujući „zakonu ponude i potražnje“, ali i nekompetitivnosti HRT-a, gotovo sva važnija natjecanja i utakmice u kojoj nastupaju Hrvati mogu se pratiti upravo na njima.

Ipak, u svemu tome se mogu pronaći i kvalitetne emisije poput *Zabivake* posvećene Svjetskom nogometnom prvenstvu u Rusiji 2018. godine. Sportska emisija koja se smatra jednom od najboljih u hrvatskom TV prostoru u tom području, autora Marka Šapita izazvala je mnogo pozitivnih komentara struke i publike.

Emisija koja je po mnogočemu slična s američkim sportskim showovima je upravo ono što polako postaju želje gledatelja. Opuštena atmosfera, stručni komentatori i prezentiranje informacija na zabavan način karakteristike su emisija koje sve više postaju popularne.

Upravo takve specifikacije podsjećaju na *podcast* koji također postaje nezaobilazni dio novinarstva te će svakako svakoj grani novinarstva donijeti još jednu dimenziju više.

8. Literatura

Knjige:

- [1] Bakić, Marijan. 2019. *70 godina, a još se bavi sportom...* Hrvatski zbor sportskih novinara. Zagreb.
- [2] Bartoluci, Mato; Čavlek, Nevenka i suradnici. 2007. *Turizam i sport – razvojni aspekti*. Školska knjiga. Zagreb.
- [3] Draženović, Darko; Babović, Milka i dr. 2009. *Sjećanje na novinarstvo, 60. obljetnica HZSN-a*. Hrvatski zbor sportskih novinara. Zagreb.
- [4] *50 godina*. 1999. Ur. Drpić, Ante; Kovačević, Zoran; Susić Žarko. Hrvatski zbor sportskih novinara. Zagreb.
- [5] Jajčević, Zdenko. 1987. *Sportska publicistika u Hrvatskoj*. Knjižnice grada Zagreba. Zagreb.
- [6] Malović, Stjepan. 2005. *Osnove novinarstva*. Golden marketing – Tehnička knjiga. Zagreb.
- [7] Sapunar, Marko. 2004. *Osnove znanosti o novinarstvu*. Vlastita naklada autora. Zagreb.
- [8] Vasilj, Miroslav. 2014. *Sportsko novinarstvo*. Synopsis. Zagreb/Sarajevo/Mostar.

Doktorski, magistarski, diplomski i drugi radovi:

- [9] Bartoš, Allen. 2012. *Značaj i utjecaj elektronskih medija na popularizaciju sporta*. Stručni rad. Udruga za šport i rekreaciju „Veteran' 91.“ Zagreb.
- [10] Krušnik, Lana. 2017. *Žene u sportskom novinarstvu*. Diplomski rad. Fakultet političkih znanosti. Zagreb. 61 str.
- [11] Rodek, Jelena. 2018. *Sport i mediji*. Pregledni članak. Kineziološki fakultet u Splitu. Split.
- [12] Zambeli, Ana. 2017. *Diskurs sportskog novinarstva Tomislava Židaka*. Diplomski rad. Fakultet političkih znanosti. Zagreb. 46 str.

Internetski izvori:

- [13] <https://www.bbc.co.uk/programmes/articles/18br0lZdV7sgQTCK52z5d8Q/about-radio-5-live> (pristupljeno 10. srpnja 2019. 17:50).
- [14] Došen, Igor. *Sportski novinari u Hrvata*. <https://www.lupiga.com/vijesti/sportski-novinari-u-hrvata> (pristupljeno 18. srpnja 2019. 12:42).
- [15] <https://www.espn.com/> (pristupljeno 12. srpnja 2019. 16:33).
- [16] http://www.espn.com/espnradio/story/_/page/radiofaq (pristupljeno 12. srpnja 2019. 16:50).

- [17] <https://www.fifa.com/worldcup/news/more-than-half-the-world-watched-record-breaking-2018-world-cup> (pristupljeno 10. srpnja 2019. 11:34).
- [18] <http://www.glas-slavonije.hr/326612/12/Sport-i-glazba-Sinonim-za-gotovo-svaki-sportski-prijenos> (pristupljeno 17. srpnja 2019. 13:20).
- [19] Ibrulj, Saša. *Knjigom po голу*. <https://telesport.telegram.hr/kolumne/na-posudbi/knjigom-po-golu/> (pristupljeno 14. srpnja 2019. 18:10).
- [20] <https://www.index.hr/sport/clanak/poljaci-prodali-tv-prava-domace-lige-za-116-milijuna-aura/2049920.aspx> (pristupljeno 10. srpnja 2019. 11:34).
- [21] <https://www.index.hr/sport/clanak/i-marko-sapit-i-zabivaka-zasluzili-su-medalju/2012328.aspx> (pristupljeno 16. srpnja 2019. 15:28).
- [22] Jergović, Miljenko. *70 godina Sportskih novosti*. <https://www.jergovic.com/sumnjivo-lice/70-godina-sportskih-novosti/> (pristupljeno 11. srpnja 2019. 14:15).
- [23] Kačić-Karlin, Andrija. *Prijenosi Ive Tomića bili su praznik za uši i šećer za sportsku dušu, neponovljivi i jedinstveni!* <https://www.dnevno.hr/sport/sportski-muzej/ned-prijenosi-ive-tomica-bili-su-praznik-za-usi-secer-za-sportsku-dusu-neponovljivi-jedinstveni-890935/> (pristupljeno 4. kolovoza 2019. 21:45).
- [24] Medo, Ivica. *Velikani daleko iza engleskih "mališana": Zastrašujući podaci otkrivaju tko će dominirati Europom!?*. <https://gol.dnevnik.hr/clanak/rubrika/nogomet/zarade-od-tv-prava-spanjolci-drmaju-europom-englezi-ipak-zaradjuju-daleko-najvise---502002.html> (pristupljeno 12. srpnja 2019. 19:27).
- [25] http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Sports_journalism (pristupljeno 16. srpnja 2019. 21:13).
- [26] <https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/> (pristupljeno 11. srpnja 2019. 11:52).
- [27] Pavić, Miran. *Bilo bi jezivo nepošteno ne spomenuti ozbiljnu zvijezdu prvenstva, HRT-ovog Marka Šapita*. <https://www.telegram.hr/sport/bilo-bi-jezivo-neposteno-ne-spomenuti-ozbiljnu-zvijezdu-prvenstva-hrt-ovog-marka-sapita/#> (pristupljeno 14. srpnja 2019. 20:15).
- [28] Podnar, Ozren. *Kako televizijski novac oblikuje europski nogomet*. <https://www.hnd.hr/kako-televizijski-novac-oblikuje-europski-nogomet> (pristupljeno 15. srpnja 2019. 17:48).
- [29] <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/ako-kupite-sportske-novosti-tamo-ce-vam-mamic-u-ime-dinama-govoriti-o-ogromnom-uspjehu/> (pristupljeno 17. srpnja 2019. 14:53).
- [30] <https://talksport.com/> (pristupljeno 19. srpnja 2019. 22:15).

- [31] Živko, Saša. 'Woj Bombs' – tko je čovjek koji stvara senaciju?. <http://sportklub.hr/Sasa-Zivko/a87260-Woj-Bombs-tko-je-covjek-koji-stvara-senzaciju.html> (pristupljeno 18. srpnja 2019. 16:17).
- [32] Žurić, Ivan. Sve je super oko Super Bowla: Super je važan, super gledan, super zarada.... <https://www.tportal.hr/sport/clanak/sve-je-super-oko-super-bowla-super-je-vazan-super-gledan-super-zarada-foto-20190203> (pristupljeno 16. srpnja 2019. 12:42).
- [33] <https://www.aem.hr/wp-content/uploads/2018/11/Analiza-radijskog-tr%C5%BEi%C5%A1ta.pdf> (pristupljeno 17. srpnja 2019. 23:12).
- [34] <https://sportske.jutarnji.hr/tenis/tenis-mix/veliko-priznanje-dobrom-duhu-sportskih-novosti-neven-berticevic-prvi-je-dobitnik-itf-ove-novinarske-nagrade/5306563/> (pristupljeno 4. rujna 2019. 20:12).

8.1. Popis slika

Slika 5.1. Naslovnica Sportskih novosti, Izvor: Telegram.hr (pristupljeno 17. srpnja 2019. 14:53).

Slika 5.2. Usporedba naslovnica španjolskih tiskovina *Sport i AS-a*, Izvor: Index.hr (pristupljeno 16. srpnja 2019. 15:50).

Slika 5.3. Govorni sadržaj – trenutna slušanost i nedostaci, Izvor: Ipsos Connect (pristupljeno 17. srpnja 2019. 23:12).

9. Popis tablica

Tablica 5.1. Potreba za novim vrstama radio postaja, Izvor: Ipsos Connect (pristupljeno 17. srpnja 2019. 23:12)