

# Analiza sadržaja sportske studijske emisije "EURO 2024"

---

Vincek, Lea

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:149522>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-01**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





# Sveučilište Sjever

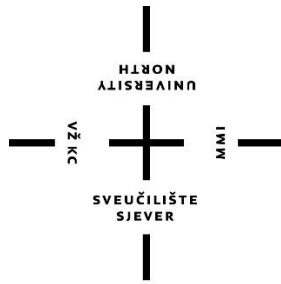
**Završni rad br. 290/KOM/2024**

## **Analiza sadržaja sportske studijske emisije „EURO 2024.“**

**Lea Vincek, 0336048762**

Koprivnica, rujan 2024. godine





# Sveučilište Sjever

Odjel za Komunikologiju, medije i novinarstvo

Završni rad br. 290/KOM/2024

## Analiza sadržaja sportske studijske emisije „EURO 2024.“

### Student

Lea Vincek, 0336048762

### Mentor

Krešimir Lacković, doc. dr. sc.

Koprivnica, rujan 2024. godine



# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo		
PRISTUPNIK	Lea Vincek	MATIČNI BROJ	0336048762
DATUM	01.09.2024.	KOLEGIJ	Sportsko novinarstvo
NASLOV RADA	Analiza sadržaja sportske studijske emisije „EURO 2024.“		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Analysis of the content of the sports studio show "EURO 2024."		

MENTOR	Krešimir Lacković	ZVANJE	docent
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv.prof.dr.sc. Željko Krušelj		
	2. doc.dr.sc. Branimir Felger		
	3. doc.dr.sc. Krešimir Lacković		
	4. izv.prof.dr.sc. Lidija Dujčić		
	5.		

## Zadatak završnog rada

BROJ	290/KOM/2024
OPIS	<p>Pristupnica obrađuje temu sportskog novinarstva na televiziji i analizira studijske emisije koje se emitiraju tijekom velikih sportskih natjecanja. Predmet njezine analize su studijske emisije Hrvatske radio televizije pod nazivom "EURO 2024." koje su se emitirale tijekom Europskog nogometnog prvenstva u Njemačkoj.</p> <p>U radu je potrebno:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>Postaviti teorijski okvir, prikupiti dostupnu literaturu i izvore;</li><li>Definirati metodologiju istraživanja i postaviti hipoteze;</li><li>Definirati sportsko novinarstvo i žanrove u televizijskom sportskom novinarstvu;</li><li>Analizirati studijske sportske emisije po postavljenim kriterijima;</li><li>Na temelju provedene analize i intervjua izvesti zaključke.</li></ol>

ZADATAK URUČEN

6.9.2024

POTPIS MENTORA

Lacković

SVEUČILIŠTE  
SIEVER

## Predgovor

Sportsko novinarstvo je kolegij koji je od samog početka mog studiranja u meni izazivao najviše znatiželje i interesa. Kao i svaki pravi zaljubljenik u sport, već sam prvog dana studija odlučila da će moj završni rad biti iz područja sporta. Tu svoju odluku potvrdila sam onog trenutka kada sam u jednoj knjizi pročitala rečenicu koji glasi: „*U sport se navodno svi razumiju i svi znaju sve, čak i kad nemaju pojma...*“. Naime, ovime je autor aludirao na to da je rad sportskog novinara gotovo uvijek izložen kritici. Tako da mi se završni rad sportske tematike činio kao odlična uvertira u svijet sportskog novinarstva.

Ovim putem željela bih izraziti i svoju iskrenu zahvalnost svima koji su na bilo koji način doprinijeli nastanku ovog završnog rada. Prije svega, zahvaljujem svom mentoru doc. dr. sc. Krešimiru Lackoviću, koji je nesebično dijelio svoje znanje iz područja sportskog novinarstva sa mnom, ali i s ostalim studentima. Isto tako, posebno mu se zahvaljujem i na mnoštvu korisnih savjeta koje mi je udijelio tijekom pisanja ovog završnog rada.

Na kraju, željela bih se zahvaliti i svojoj obitelji i prijateljima zato što su bili nepresušan izvor podrške i motivacije tijekom cijelog mog obrazovanja. Vi svi zajedno bili ste jedan vrlo važan „kotačić“ u cijelom ovom mom procesu i bez vas ovo sve ne bi bilo moguće.

## Sažetak

U ovom završnom radu analiziran je sadržaj sportske studijske emisije „EURO 2024.“. To je studijska emisija koja se emitirala na Hrvatskoj radioteleviziji za vrijeme trajanja Europskog nogometnog prvenstva u Njemačkoj. Analiza je provedena na pet različitih emisija iz različitih faza natjecanja. Posebnost je bila izražena u emisijama na dan kada je igrala hrvatska nogometna reprezentacija što je također analizirano. Isto tako, različiti su bili termini emitiranja emisija. Cilj ovog rada je prikazati na koji način se u hrvatskom sportskom televizijskom novinarstvu koriste novinarski žanrovi. Nadalje, cilj je istražiti i koje su razlike u izvještavanju i načinu prikazivanja emisije na dan kada igra hrvatska reprezentacija u odnosu na dane kada igraju druge reprezentacije. Sam rad sastoji se od dva dijela – teorijskog i praktičnog. U prvom dijelu objašnjeni su pojmovi iz sportskog novinarstva s naglaskom na sportsko novinarstvo na televiziji. Drugi dio sastoji se od analize sadržaja pet studijskih emisija. Nakon pojedinačnih analiza provedena je i usporedna analiza sadržaja emisija. U ovom radu korištene su metode promatranja i zapisivanja te analiza sadržaja. U svrhu analize određeno je nekoliko parametara, a to su: duljina trajanja emisije, vremenska raspodjela emisije, broj emitiranih priloga, vrste korištenih novinarskih žanrova te broj emitiranih reklamnih oglasa.

Ključne riječi: sportsko novinarstvo, televizija, HRT, EURO 2024., emisija, novinarski žanrovi



## Summary

This paper analyzes the content of the sports studio show "EURO 2024". It is a studio show that was broadcast on Hrvatska radiotelevizija during the European Football Championship in Germany. The analysis was carried out on five different shows from different stages of the competition. The special feature was expressed in the broadcasts on the day when the Croatian national football team played, which was also analyzed. Likewise, the dates of the broadcasts were different. The aim of this paper is to show how journalism genres are used in Croatian sports television journalism. Furthermore, the goal is to investigate the differences in the reporting and the way the TV show is shown on the day when the Croatian national football team plays compared to the days when other national football teams play. The work itself consists of two parts - theoretical and practical. The first part explains the terms of sports journalism with an emphasis on sports journalism on television. The second part consists of an analysis of the content of five studio shows. After the individual analyses, a comparative analysis of the content of the shows was carried out. The methods used in this paper are observation, recording and content analysis. For the purpose of the analysis, several parameters were determined, namely: the duration of the show, the time distribution of the show, the number of broadcasts, the types of journalism genres used and the number of broadcast advertisements.

Keywords: sports journalism, television, HRT, EURO 2024, TV show, journalism genres

## **Popis korištenih kratica**

<b>EURO</b>	<i>European Football Championship</i> (hrv. Europsko nogometno prvenstvo)
<b>HRT</b>	Hrvatska radiotelevizija
<b>UEFA</b>	<i>The Union of European Football Association</i>
<b>AIPS</b>	<i>Association Internationale de la Presse Sportive</i>
<b>HDSN</b>	Hrvatsko društvo sportskih novinara
<b>HZSN</b>	Hrvatski zbor sportskih novinara
<b>BBC</b>	<i>British Broadcasting Company</i>



# Sadržaj

1.	Uvod .....	1
1.1.	Hipoteze i metodologija rada.....	2
2.	Sportsko novinarstvo .....	3
2.1.	Sportski novinari.....	4
3.	Razvoj sportskog novinarstva u svijetu .....	5
3.1.	Razvoj sportskog novinarstva u Hrvatskoj.....	6
3.2.	Povijest televizijskog sportskog novinarstva.....	7
4.	Sportsko novinarstvo na televiziji .....	9
4.1.	Sportski novinarski žanrovi u televizijskom novinarstvu .....	9
4.1.1.	<i>Izveštaj</i> .....	10
4.1.2.	<i>Reportaža</i> .....	10
4.1.3.	<i>Intervju</i> .....	11
4.1.4.	<i>Televizijska izjava</i> .....	12
4.1.5.	<i>Komentar</i> .....	12
4.1.6.	<i>Analiza</i> .....	12
4.1.7.	<i>Izravni televizijski prijenos</i> .....	13
4.2.	Televizijsko oglašavanje .....	14
5.	Analiza sadržaja sportske studijske emisije „EURO 2024.“ .....	16
5.1.	Emisija „EURO 2024.“ 19. lipnja 2024. ....	17
5.2.	Emisija „EURO 2024.“ 23. lipnja 2024. ....	19
5.3.	Emisija „EURO 2024.“ 24. lipnja 2024. ....	20
5.4.	Emisija „EURO 2024.“ 29. lipnja 2024. ....	21
5.5.	Emisija „EURO 2024.“ 14. srpnja 2024.....	23
5.6.	Usporedna analiza emisija .....	24
6.	Zaključak.....	27
7.	Literatura.....	30



# 1. Uvod

Jedna od najpoznatijih sportskih izreka današnjice glasi: „*Nogomet je najvažnija sporedna stvar na svijetu.*“. Da ova rečenica nije samo puko fanatično nagađanje dokazuju i podaci o gledanosti televizija za vrijeme emitiranja nogometnih prvenstava. Naime, upravo su nogometna prvenstva najgledaniji televizijski događaj u godini u kojoj se natjecanje održava. No, osim nogometnih utakmica, gledatelji s posebnim zanimanjem prate i studijske emisije posvećene nogometnim natjecanjima. Tijekom studijskih emisija najavljuju se utakmice te ih kasnije i analiziraju. U sklopu emisija obično se prikazuju i vrlo zanimljive sportske reportaže te priloge o navijačima ili gradovima u kojima se održavaju utakmice.

Tema ovog završnog rada je analiza medijskog sadržaja studijske emisije „EURO 2024.“. Riječ je o sportskoj emisiji koja se svakodnevno prikazivala na Hrvatskoj radioteleviziji u periodu od 13. lipnja do 14. srpnja 2024., odnosno za vrijeme Europskog nogometnog prvenstva koje je održano u Njemačkoj. U svrhu analize sadržaja odabrano je pet emisija iz različitih faza natjecanja. Posebno ćemo analizirati emisije koje su emitirane na dan odigravanja utakmice hrvatske nogometne reprezentacije te usporediti emisije kada Hrvatska nije igrala. Isto tako, neke emisije emitirane su u popodnevnom, a neke u večernjem terminu. Cilj ovog rada je prikazati na koji način se u hrvatskom sportskom televizijskom novinarstvu koriste novinarski žanrovi. Nadalje, cilj je istražiti i koje su razlike u izvještavanju i načinu prikazivanja emisije na dan kada igra hrvatska reprezentacija u odnosu na dane kada igraju druge reprezentacije.

Ovaj rad sastoji se od dva dijela – teorijski i praktični dio. Radi lakšeg razumijevanja praktičnog dijela i same analize sadržaja studijske emisije, u prvom dijelu objašnjeni su teorijski pojmovi koji se odnose na sportsko novinarstvo. Na samom početku objašnjen je pojam sportskog novinarstva i sva njegova obilježja. Isto tako, navedena su i znanja, vještine i kompetencije koje moraju posjedovati sportski novinari te objašnjeni najčešći novinarski žanrovi koji se koriste u sportskom novinarstvu. Ukratko je opisan razvoj sportskog novinarstva u svijetu, ali i u Hrvatskoj. Navedeni su i najpoznatiji svjetski sportski mediji. Nakon toga slijedi dio posvećen sportskom novinarstvu na televiziji. Objašnjena je važnost televizije kao medija te njen utjecaj na samo sportsko novinarstvo. Prikazan je i razvoj i trenutni status i uloga televizijskog sportskog novinarstva u Hrvatskoj. Drugi dio rada sastoji se od analize sadržaja pet studijskih emisija „EURO 2024.“ u različitim periodima i različitim fazama natjecanja, što je u konačnici važno za ispitivanje istinitosti hipoteza.

## 1.1. Hipoteze i metodologija rada

Definirane su četiri istraživačke hipoteze:

H1: Tijekom emitiranja veći udio emisije odnosi se na studijski dio emisije negoli na javljanja uživo i emitiranje priloga.

H2: Više je različitih novinarskih rodova korišteno u emisiji emitiranoj na dan kada igra Hrvatska.

H3: Više je reklamnih oglasa emitirano na dan kada igra Hrvatska negoli na dan kada ne igra Hrvatska.

H4: Više je reklamnih oglasa u emisiji emitiranoj u večernjem terminu negoli u popodnevnom terminu.

Kako bismo potvrdili ili opovrgnuli navedene hipoteze, u ovom završnom radu korištene su metode promatranja i zapisivanja te analiza sadržaja. „Analiza sadržaja je istraživačka metoda koja se odnosi na raščlanjivanje složenih cjelina (pojmovi, sudova i zaključaka) na njihove jednostavnije dijelove ili elemente“ (Bešić 2019: 220). U samoj analizi korištene su kvalitativna i dominantno kvantitativna metoda. „Metoda promatranja i zapisivanja jedna je od praktičnih formi u procesu analize sadržaja. Kod ove metode važno je da se na samom početku odredi predmet promatranja te način na koji će se registrirati opažanja“ (Bešić 2019: 221). U svrhu analize određeno je i nekoliko parametara, a to su: duljina trajanja emisije, vremenska raspodjela emisije, broj emitiranih priloga, vrste korištenih novinarskih žanrova te broj emitiranih reklamnih oglasa.

## 2. Sportsko novinarstvo

„Sportsko novinarstvo specifično je po mnogočemu i od svih vrsta područnog novinarstva najbolje je definirano i jasno ograničeno“ (Malović 2005: 305). Prema Vasilju, „sportsko novinarstvo je posebna vrsta novinarstva koja sportske događaje i s njima povezane teme najavljuje, izravno prenosi, komentira te ih analizira nakon što završe, a neizostavni dio tog procesa su: sportski događaji i njihovi sudionici, predmet informacije, mediji i sportski novinari te recipijenti“ (Vasilj 2014:23). Danas sport više ne predstavlja samo rekreaciju i hobi, već i medijsku senzaciju i spektakl.

Sportsko novinarstvo ima nekoliko sljedećih glavnih zadataka:

1. Izvještavanje o sportskim događajima (uključuje najave, izvještavanje, komentare i analize)
2. Prikaz profila (uključuje predstavljanje igrača, trenera, klubova, reprezentacija, analizu sezone itd.)
3. Prikaz negativnosti i skandala koje donosi sport (primjerice namještanje rezultata i navijački neredi) (Malović 2005: 305-306).

Isto tako, važno je napomenuti kako sport svoj prostor pronalazi u sva četiri masovna medija, a to su:

1. Tisak – specijaliziran za praćenje, najavu te analizu sportskih događaja; često koristi subjektivne novinarske žanrove
2. Radio – specijaliziran za izravne auditivne prijenose; interaktivan jer često uključuje i slušatelje u program
3. Televizija – specijalizirana za izravne prijenose sportskih događaja te njihovu analizu; bilježi najveći broj recipijenata od svih medija
4. Novi mediji – značajan su čimbenik u izvještavanju o sportskim događajima; pretežito ih koristi mlađa populacija; brišu granicu između tradicionalnog novinarstva i građanskog novinarstva u kojem konzumenti medijskog sadržaja mogu isto tako biti i njegovi kreatori (Vasilj 2014: 22).

Kao što je i ranije navedeno, najveći broj konzumenata medijskog sadržaja bilježi upravo televizija. Samim time ona ima i najveći utjecaj na sport. Primjerice, danas televizija uvelike utječe na termine održavanje nekog sportskog događaja. Najbolji primjer su nogometne utakmice, koje se zbog utjecaja medija i sponzora gotovo uvijek održavaju u elitnom večernjem terminu, ili kako mu i sam originalni engleski naziv glasi – *prime time* (Allen i Thompson 2024). To je vremensko



razdoblje u kojem televizijski program doseže maksimalnu gledanost. Osim toga, televizija je imala utjecaj i na samo skraćivanje sportskih događaja. Jedan od primjera je odbojka. Prema starom sistemu bodovanja za osvajanje seta bilo je potrebno 15 bodova, no bod je mogao osvojiti samo onaj tim koji je imao servis. Tada su odbojkaške utakmice trajale znatno duže. Za vrijeme Olimpijskih igara u Sidneyju 2000. godine uveden je novi sistem bodovanja. Za osvajanje seta potrebno je 25 bodova, uz minimalno dva boda prednosti, no bod može osvojiti bilo koji tim, neovisno o tome tko servira. Time je cijeli format natjecanja postao prikladniji za izravne televizijske prijenose.

## 2.1. Sportski novinari

Sportski novinari moraju posjedovati posebna znanja, vještine i kompetencije. Najčešće su to ljudi koji su posvećeni sportu i koji ga prate cijeli život. Sportska publika je vrlo zahtjevna i ne oprašta greške pa samim time sportski novinari trebaju biti inovativni te spremni na neprestano usavršavanje. Ron Rapoport, nekadašnji sportski kolumnist *Los Angeles Daily Newsa*, smatra da se sportski novinari razlikuju od klasičnih novinara. Naime, oni su bliže ljudima o kojima izvještavaju te im je puno lakše odgovoriti na pitanje *zašto* se nešto dogodilo, što često nije slučaj s „5W“ pitanjima u klasičnom novinarstvu (Mencher 2010: 428).

Svaki kvalitetan sportski novinar trebao bi zadovoljavati nekoliko bitnih sljedećih kriterija:

- Poznavanje sporta (informacijska kompetencija sportskog novinara)
- Razumijevanje potreba recipijenata (razumijevanje potreba i interesa publike)
- Poznavanje retoričkih pravila (jasnoća iskaza i čistoća jezika)
- Poznavanje specijalnih vještina (poznavanje novih medija, stranih jezika itd.)
- Tehnike pisanja i dobro poznavanje medija (nužna medijska pismenost, ovisno o mediju u kojem sportski novinar radi)
- Opća naobrazba (dodatno informiranje o drugim temama van sporta)
- Razvijanje osobnosti i vlastitoga stila rada (važnost prepoznatljivosti i autentičnosti)
- Korištenje statistikom (nužna lingvističko-matematička inteligencija – primjerice, važno je publiku na jednostavan način informirati o broju postignutih golova na utakmici, o broju dodijeljenih žutih i crvenih kartona i slično)
- Pridržavanje rokova (važna pravodobnost) (Vasilj 2014: 24).

### 3. Razvoj sportskog novinarstva u svijetu

Korijeni sportskog novinarstva sežu duboko u doba Rimskog Carstva. Tada je Gaj Julije Cezar utemeljio *Acta Diurne*, prve službene državne novine koje su se klesale na kamenim pločama. Sadržavale su službena izvješća sa Senata, ali i vijesti iz područja sporta. Kako Vasilj navodi, najveći rimski govornik Ciceron se jednom prilikom požalio na svog izvjestitelja jer ga je ovaj više obavještavao o sportskim događanjima negoli o političkim događanjima (Miljanić 2001 prema Vasilj 2014: 18).

Pravi početak sportskog novinarstva kakvog znamo danas dogodio se u 19. stoljeću. To je bilo stoljeće industrijskih revolucija, a obilježio ga je tehnološki napredak. Taj se napredak posebice osjetio u tiskarskoj industriji, što je u konačnici dovelo i do procvata novinarstva. Tada je došlo i do pojave prvih sportskih novinara. Prve novine koje su imale poseban dio posvećen sportu bile su *The Morning Herald*. To su bile dnevne novine koje su se izdavale u Ujedinjenom Kraljevstvu, a izlazile su od 1780. do 1869. godine. Svoj dio posvećen sportu dobile su 1817. godine. Krajem 19. stoljeća sportsko je novinarstvo već steklo masovnu čitalačku publiku. Tako su na prijelazu s 19. na 20. stoljeće nastale jedne od najpoznatijih europskih, ali i svjetskih sportskih novina današnjice – talijanska *La Gazzeta dello sport* 1896. godine, francuski *L'Equipe* 1900. godine te španjolski *El Mundo Deportivo* 1906. godine (Rodek 2018: 114).

Tijekom 20. stoljeća osnovane su i prve udruge sportskih novinara. U Parizu je 2. srpnja 1924. godine osnovana Svjetska udruga sportskih novinara, odnosno AIPS. Od tada se svake godine 2. srpnja obilježava Međunarodni dan sportskih novinara (AIPS Media 2024). Osim toga, s vremenom je poraslo i financijsko ulaganje u sportsko novinarstvo. Time je sportsko novinarstvo dobilo i neke nove zadatke – osmišljavanje medijskog sadržaja koji će biti informativnog, edukativnog, ali i zabavnog sadržaja. To je posebice bilo izraženo u televizijskom sportskom novinarstvu. Gotovo sve najpoznatije svjetske televizijske kuće osnovale su svoje vlastite sportske odjele. Televizijski kanali kao što su *BBC Sport*, *Sky Sports*, *Fox Sports* te *Eurosport* primjeri su stvaranja i emitiranja najkvalitetnijeg sportskog medijskog sadržaja na globalnoj razini.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> [The Continuing Evolution of Sports Media - Alumni Ventures \(av.vc\)](#)

### 3.1. Razvoj sportskog novinarstva u Hrvatskoj

Počeci hrvatskog sportskog novinarstva sežu u daleku 1767. godinu, kada je objavljena „*Pisma od uvoza kako Makarani privezoše Splitsane na 6. rujna 1767.*“. Pjesma opisuje veslačku regatu između dviju posada – makarske i splitske posade, a pobjedu je odnijela makarska posada. Pjesmu je opjevao franjevac Franjo Radman (Jajčević 1987: 11). Važnu ulogu u razvoju sportskog novinarstva imao je i sportski publicist Andrija Hajdinjak. Naime, on je zajedno s Franjom Hochmanom 1878. godine počeo uređivati časopis „Sokol“, prvi sportski časopis u Hrvatskoj, no to je trajalo samo godinu dana. Nadalje, u Splitu su 1890. godine osnovane novine pod nazivom „*Sport Dalmato*“. To su bile prve novine koje su sadržavale grafičke i sadržajne elemente novina kakve znamo danas. Najpoznatiji hrvatski sportski list osnovan je 9. kolovoza 1945. godine. Tada je Miroslav Habunek pokrenuo „*Ilustrirane fizikulturne novine*“. Naime, nakon nekoliko izdanja one su promijenile naziv u „*Narodni sport*“, a od 1962. godine nose naziv „*Sportske novosti*“. Pod tim nazivom izlaze i danas (Jajčević 1987: 39-42).

Početak sportskog novinarstva na radiju veže se uz 1927. godinu i doba Jugoslavije, kada je Radio Zagreb prvi puta prenosio nogometnu utakmicu HAŠK – Građanski. Radijski reporter bio je Vilim Brkić. To je bio početak prve etape razvoja sportskog novinarstva u Hrvatskoj. S početkom Drugog svjetskog rata došlo je do stagnacije razvoja. Druga etapa razvoja počela je nakon samog rata (Marković 1977 prema Vasilj 2014: 155). U Hrvatskoj je 1948. godine osnovana prva stručna sekcija profesionalnih sportskih novinara. U narednim godinama radilo se i na obrazovanju i usavršavanju sportskih novinara, što je u konačnici dovelo i do njihova porasta. Tada je došlo i do prvih izravnih televizijskih prijenosa, točnije 1956. godine. Poticala se i suradnja s krovnom udrugom sportskih novinara, s tzv. AIPS-om. Nakon izlaska Hrvatske iz Jugoslavije 1991. godine, sekcija sportskih novinara preimenovana je u Hrvatsko društvo sportskih novinara, odnosno HDSN. Samo godinu dana kasnije HDSN je primljen u članstvo AIPS-a. HDSN je 1994. godine promijenio naziv u Hrvatski zbor sportskih novinara, odnosno HZSN, a taj naziv nosi i danas (HZSN 2024).

Televizija je već 1960-ih godina postala glavni medij za emitiranje sportskog sadržaja. Time sve više na važnosti dobivaju sportski izvjestitelji, komentatori, novinari i urednici, vlasnici medija, sponzori itd. (Rodek 2018: 116). Jedan od najpoznatijih hrvatskih televizijskih sportskih novinara i komentatora zasigurno je bio Mladen Delić. U hrvatskoj je javnosti ostao zapamćen po svom slavnom uzviku „*Ljudi moji, ma je li to moguće?!*“. Dogodilo se to 22. prosinca 1983. godine za vrijeme utakmice između Jugoslavije i Bugarske. Naime, igrale su se kvalifikacije za Europsko prvenstvo i Jugoslavija je u posljednjim trenucima izborila pobjedu. Velik trag u sportskom novinarstvu ostavio je i Božo Sušec. Riječ je o jednom od najpoznatijih HRT-ovih komentatora.

Komentirao je brojna nogometna, rukometna, atletska i ostala natjecanja te Olimpijske igre. Među ženama se posebno istaknula Milka Babović. I sama je bila sportašica, točnije atletičarka, te se kasnije okušala i u sportskom novinarstvu, a poznati su ostali njezini prijenosi umjetničkog klizanja. Boris Mutić istaknuo se prijenosima u pojedinačnim sportovima, a posebno je ostao upamćen po prijenosima skijaških utrka Janice Kostelić na Olimpijskim igrama u Salt Lake Cityju 2002. godine. Slavko Cvitković prenosio je košarkaške utakmice pa tako i onu čuvenu između Hrvatske i SAD-a u finalu Olimpijskih igara u Barceloni 1992. godine. Njegov povik „Spusti se Franjo!“ kada je hrvatski košarkaš Franjo Arapović zakucao loptu u koš i donio Hrvatskoj vodstvo na toj utakmici ostat će zauvijek zapamćeno. Sinonim za teniske mečeve bio je Mićo Dušanović, a posebice će biti upamćeni njegovi prijenosi mečeva Gorana Ivaniševića.

U novijoj povijesti hrvatskog televizijskog sportskog novinarstva zasigurno je posebno upamćen komentator Drago Ćosić. Ćosić je javnosti ostao poznat po svojim izrazito emotivnim sportskim prijenosima. Posebno se istaknuo prijenosima utakmica Svjetskog nogometnog prvenstva u Rusiji 2018. godine. Njegova emotivna izjava u televizijskom prijenosu nakon utakmice polufinala „Hrvatska je u finalu Svjetskog prvenstva! Kako je to lijepo reći, kako je to lijepo izgovoriti! Čudo nad čudima u Rusiji! Divna, predivna noć koju nikada zaboraviti nećemo! Čudesna, nevjerojatna Hrvatska!“ jedan je od najpoznatijih i najupečatljivijih trenutaka Svjetskog prvenstva 2018.

### **3.2. Povijest televizijskog sportskog novinarstva**

Prvi izravni televizijski prijenosi bili su upravo sportski prijenosi. Njemačka i Velika Britanija smatraju se pionirima izravnih sportskih prijenosa. Njemačka je prvi izravni prijenos realizirala 1936. godine kada su se prenosile Ljetne olimpijske igre u Berlinu (Sapunar 2002: 195). Isto tako, Velika Britanija je svoj prvi izravni prijenos realizirala 1939. godine kada se prenosila najvažnija konjska utrka u Engleskoj ili tzv. *Derby*. Za sljedeći veliki pothvat Velike Britanije bio je zadužen BBC sa svojim izravnim prijenosom Ljetnih olimpijskih igara u Londonu 1948. godine (Kovačević 1977 prema Vasilj 2014: 185). No izravni prijenos je svoj puni procvat doživio u Francuskoj 1955. godine. Francuska televizija prenosila je automobilističku utrku „24 sata Le Mansa“, no u jednom trenutku jedan od automobila izletio je sa staze na tribine, pri čemu je poginulo više od 100 gledatelja. Tako su zapravo gledatelji u stvarnom vremenu gledali jednu od najstravičnijih scena na televizijskim ekranima (Šagolj 2011 prema Vasilj 2014: 185).

Prvi izravni televizijski prijenos na hrvatskim prostorima također je vezan za sportsko novinarstvo. Zagrebačka televizija (današnja Z1 televizija) je 1956. godine prenosila utakmicu Engleska – Jugoslavija, a iz Londona je za Radio Zagreb utakmicu komentirao Mladen Delić. Tada

je zapravo radijski ton bio prislonjen na televizijsku sliku. Izravni televizijski prijenos kakvog znamo danas emitiran je 12. svibnja 1957. godine. Iz maksimirskog stadiona je po prvi puta i slikom i tonom izravno prenošena utakmica Jugoslavija – Italija. Komentator je ponovno bio Mladen Delić (Draženović 2009 prema Vasilj 2014: 186).

## 4. Sportsko novinarstvo na televiziji

S pojavom televizije sportsko novinarstvo doživjelo je svoj istinski procvat. Televizija je transformirala kvalitetu informacije i dovela je gotovo do savršenstva. „Gledatelj je, osim recipijenta senzacije i konzumenta medijskog sadržaja, postao i svjedok realnosti“ (Vasilj 2014: 163). To je posebice primjetno kod izravnih prijenosa sportskih događaja. Gledatelj tako ima osjećaj da promatra spektakl iz prvog reda tribina. Ovdje veliku važnost imaju i sportski komentatori koji gledateljima dodatno dočaravaju atmosferu. „Običava se kazati da je izravan prijenos prava televizija. Njene su kamere prisutne tamo gdje se nešto događa, a s njima i njeno gledateljstvo. Možda stoga ne pretjeruju oni koji tvrde da televizija tada pokazuje povijest u njenu stvaranju. Ona ne samo da prikazuje stvarnost, nego tada i utječe na nju“ (Letica 2003: 264).

Televizija je zaslužna i za proizvodnju novih vrsta sportskih televizijskih emisija. Najpoznatije su: tjedni sportski magazini, dnevne sportske kronike, sportske vijesti, sportske emisije prije i nakon izravnih prijenosa, sportski blok u Dnevniku, sportske dokumentarne emisije itd. Isto tako, u praćenju sporta na televiziji koriste se i određeni novinarski žanrovi, a najčešće su to: vijest, izvješće, reportaža, izravni prijenos, izjava, anketa, anketa, *stand-up* i panel-rasprava (Vasilj 2014: 169).

Jedan od primjera kvalitetnog sportskog televizijskog novinarstva u Hrvatskoj zasigurno je HRT. Naime, HRT je poznat po svojim izravnim prijenosima sportskih događaja, ali i sportskim emisijama prije i nakon izravnih prijenosa. Najčešće je to za vrijeme svjetskih i europskih nogometnih prvenstava, za vrijeme nogometne Lige prvaka te Olimpijskih igri. Najpoznatiji projekti su emisije „*Brazuka*“ za vrijeme Svjetskog prvenstva u Brazilu 2014. godine, „*Zabivaka*“ za vrijeme Svjetskog prvenstva u Rusiji 2018. godine te „*Qatara*“ za vrijeme Svjetskog prvenstva u Kataru 2022. godine. Studijske emisije emitiraju se i za vrijeme europskih nogometnih prvenstava pa je tako za vrijeme Europskog prvenstva u Njemačkoj emitirana emisija „EURO 2024.“. No osim nogometnih prvenstava, studijske emisije emitiraju se i za vrijeme ostalih velikih sportskih natjecanja. Tako je i za vrijeme Olimpijskih igri u Parizu emitirana emisija pod nazivom „*CROissant*“.

### 4.1. Sportski novinarski žanrovi u televizijskom novinarstvu

HRT u sklopu svojih sportskih studijskih emisija koristi razne novinarske žanrove koji su karakteristični za sportsko novinarstvo na televiziji. Oni se protežu kroz studijsko dio emisije, ali i kroz emitiranje priloga. U emisiji se obično izmjenjuju informativni i analitički novinarski

žanrovi. Najčešće se koriste novinarski žanrovi kao što su: izvještaj, reportaža, intervju, televizijska izjava, komentar, analiza te izravni televizijski prijenos.

#### **4.1.1. Izvještaj**

Izvještaj je informativni novinarski žanr koji je u suštini vrlo sličan klasičnoj novinarskoj vijesti kojoj je cilj odgovoriti na „5W“ pitanja. No izvještaj je zapravo puno opsežniji nego vijest te sadrži više podataka. Za izvještaje vrijede ista pravila kao i za vijesti – moraju biti važni, zanimljivi, točni, jasni te moraju sadržavati neku novost. Televizijski izvještaji obično traju od 40 do 150 sekundi, a u rijetkim slučajevima nešto duže (Letica 2003: 232). U sportskom se novinarstvu obično koriste nakon sportskih natjecanja. Primjerice, za vrijeme trajanja Europskog prvenstva u Njemačkoj, u sklopu studijske emisije „EURO 2024.“ emitirani su izvještaji o svakoj odigranoj utakmici. Cilj im je kronološki opisati što se dogodilo za vrijeme utakmice te izvijestiti o najvažnijim događajima.

Postoje tri varijante obrade prikupljenih podataka za televizijski izvještaj. Prva varijanta je da se najprije snima i montira kadrove, a na samom kraju se sastavlja tekst. Druga je da se najprije pripremi tekst te se onda po njemu montira kadrove. Treća mogućnost je da novinar otprilike zna što sadrže snimljeni kadrovi te koji će se koristiti pa odmah sastavlja svoj tekst (Letica 2003: 235-236).

#### **4.1.2. Reportaža**

Reportaža je „izvještaj o nekom događaju, ekspediciji, skupini ljudi, osobnoj ili društvenoj djelatnosti što ga objavljuje reporter, izvjestitelj u nekom dnevnom ili periodičnom listu“ (Letica 2003:360). Iako ju se definira kao oblik izvještaja, reportaža je znatno kompleksnija od samog klasičnog izvještaja. Naime, „reportaža mora biti autentična, tema joj je stvarni događaj. Slobodno je strukturirana, najviše ovisi o sposobnosti autora, a njezina je osnovna funkcija izazvati estetski doživljaj kod čitatelja“ (Malović 2005: 329). Smatra ju se jednom od najzahtjevnijih i najopsežnijih novinarskih vrsta. Od novinara zahtijeva vrstan način izražavanja i elokventnost. Tema joj mora stvaran događaj, a sam sadržaj mora biti autentičan. Naime, najčešće su upravo sportske reportaže primjer najkvalitetnijih reportaža. Cilj im je informirati i zabaviti publiku te izazvati kod njih estetski doživljaj. Obiluju sportskim žargonom, metaforama i kolokvijalizmima. U televizijskom novinarstvu sportska se reportaža najčešće koristi kod predstavljanja reprezentacija, klubova, igrača, trenera, navijačkih skupina, sportskih uspjeha, atmosfere na stadionu i slično. Obično traje do tri minute.

Svaka reportaža sadrži nekoliko karakterističnih elemenata, a to su: slika, zvuk okruženja, izjave, *off* – tekst, grafika, *stand-up* i arhiv (Vasilj 2014: 172). Prema angloameričkom modelu prije izrade same reportaže potrebno je odrediti fokus priče. Nakon toga potrebno je pratiti strukturu koja se sastoji od četiri dijela:

1. *Hook* (hrv. mamac) – na samom početku koriste se jake i upečatljive slike te prirodni i zanimljivi zvukovi kako bi se privukla pozornost gledatelja, tu se predstavlja tema reportaže
2. *Context* (hrv. kontekst) – daje se veći broj informacija, zahtijeva vještinu dobrog pisanja
3. *Development* (hrv. razvoj) – fokus se stavlja na sudionike priče, sadrži znatno manje teksta, a puno više tonkih izjava aktera priče
4. *Wrap* (hrv. omot) – prognozira se razvoj daljnjih događaja, vraća se na početni ton i ugođaj priče (Vasilj 2014: 175).

### 4.1.3. Intervju

Intervju je dijalog između dviju osoba u kojem novinar postavlja pitanja, a intervjuirana osoba na njih odgovara. Vrlo je važno da novinar dođe na intervju pripremljen i informiran. Naime, „intervju se ne smije koristiti za prikupljanje činjenica, već za ispitivanje reakcija i interpretaciju postojećih činjenica“ (Malović 2005: 217). Isto tako, poželjno je koristiti i otvorena i zatvorena pitanja, ovisno o sugovorniku. U okvirima televizijskog novinarstva, intervju je jedan od najpopularnijih novinarskih žanrova. Cilj intervjuja je odgovoriti na pitanja koja zanimaju gledateljstvo i dati neke pozadinske informacije (Letica 2003: 278). Posebice ga se koristi i u okvirima sportskog televizijskog novinarstva. Na temelju intervjuja s jednim sportašem novinari često rade velike i senzacionalne priče, pogotovo za vrijeme velikih sportskih natjecanja.

Postoje različite vrste intervjuja, ali i različite kategorizacije intervjuja. Naime, *Missouri Group* dijeli intervjuje na nekoliko vrsta:

- Spoznaja novoga – novinar unaprijed prikupi informacije, a intervju odrađuje rutinski, postoji mogućnost iznenađenja
- Profil – novinar temeljito predstavlja osobu, njena postignuća itd.
- Istraživački intervju – važan za istraživačko novinarstvo, novinar utvrđuje činjenice (Malović 2005: 222-223).



Još jedna često korištena podjela je ona prema Robertu L. Hilliardu. Hilliard je autor knjige „*Writing for Television and Radio*“ (hrv. „Pisanje za televiziju i radio“). Njegovo razvrstavanje je najjednostavnije i najčešće korišteno. On dijeli intervjue u tri skupine:

- Intervju gledišta i ideja – intervju se usredotočuje na uvjerenja pojedinca o političkim, gospodarskim, kulturnim, sportskim i sličnim pitanjima
- Informativni intervju – cilj intervjua je prikupiti informacije o određenim činjenicama
- Intervju s istaknutom osobom – intervju je usredotočen na sugovornika, njegov život, njegov rad i postignuća itd. (Letica 2003: 284).

#### **4.1.4. Televizijska izjava**

Izjava je jedan od jednostavnijih novinarskih žarova. Upravo zbog njene jednostavnosti ju se često koristi u televizijskom novinarstvu jer zahtijeva poseban nivo pripreme kao primjerice intervju. U sklopu sportskog novinarstva, izjavu novinaru obično daje osoba iz svijeta sporta u svoje osobno ime ili pak ime kluba, reprezentacije, saveza ili slično.

Postoje dvije vrste izjava:

- Informativna – gledateljima se iznosi nova nepoznata informacija
- Emotivna – gledateljima se analizira i dublje tumači već poznata informacija (Vasilj 2014: 186-187).

#### **4.1.5. Komentar**

Komentar je monološki novinarski žanr. To je „zajedničko ime za niz analitičkih i angažiranih žanrova kojima novinarstvo ostvaruje svoju najvišu izražajnu vrijednost“ (Sapunar 2004 prema Vasilj 2014: 79). Svrha komentara je tumačenje i objašnjavanje informacija da bi ih recipijent mogao što lakše dekodirati u svojoj svijesti. U sportskom novinarstvu komentar je oblik kojim novinari izražavaju svoja mišljenja, stavove i ocjene o određenim sportskim događajima, pojavama i društvenim ponašanjima.

#### **4.1.6. Analiza**

„Analiza je subjektivni žanr u kojem novinar ili stručnjak na temelju podataka i statističkih pokazatelja analizira pojave u sportu, dostignuća sportaša/sportašica, klubova, reprezentacija...“

(Vasilj 2014: 84). Iako ju se često koristi u tiskanim medijima, na televiziji je prisutna u sklopu sportskih studijskih emisija u kojima stručnjaci gledateljima objašnjavaju određene situacije u igri. Postoje dvije vrste analiza: autorska analiza i analiza sa sugovornicima (Vasilj 2014: 85). Na televiziji se obično koristi analiza sa sugovornicima.

#### **4.1.7. Izravni televizijski prijenos**

Izravan prijenos je jedan od najkorištenijih žanrova u sportskom novinarstvu. Obično ga se naziva i „pravom televizijom“ jer gledateljima omogućuje da iz udobnosti svoga doma prate sportska događanja u stvarnom vremenu. Tako gledatelji imaju osjećaj da se nalaze na stadionu i da su i sami dijelom sportske atmosfere. Često upravo izravan prijenos gledateljima pruža bolji pregled igre nego što to ima publika na stadionu. Naime, izravan prijenos omogućuje i repriziranje određenih trenutaka, usporenu snimku, prikaz statistike i slično. „Natjecanja u nekim sportskim disciplinama mogu se sagledati u cjelini samo preko televizije (veslanje, alpsko skijanje, biciklističke utrke itd.)“ (Kovačević 1977 prema Vasilj 2014: 178). Isto tako, kamera gledateljima prikazuje i ono što možda ne vidi ili ne čuje publika na stadionu, kao što je to primjerice slavlje igrača ili razgovor s trenerom. Izravan prijenos obično zahtijeva odličnu pripremu. Televizijske kuće unaprijed moraju biti spremne na sve moguće krajnje ishode, ali i na neočekivane situacije, kao što su to primjerice upadi navijača na teren. No takve se incidentne situacije obično ne prikazuju televizijskom auditoriju. Primjerice, u javnosti je ostao upamćen slučaj danskog nogometaša Christiana Eriksena. Naime, Eriksen se za vrijeme utakmice Danska – Finska na Europskom prvenstvu 2021. godine uslijed zastoja srca srušio na teren. Tada u televizijskom prijenosu nisu bile prikazane scene u kojima je on ležao na travi u besvjesnom stanju. U takvim slučajevima kamera obično snima publiku ili se emitiraju reklame. Još jedan od problema s kojima se susreću urednici jest i moguće predugo trajanje izravnoga prijenosa. To se obično događa kod prijenosa teniskih mečeva za koje se ne zna koliko dugo će trajati ili kod nogometnih utakmica kada uđu u produžetke.

U izravnim prijenosima posebno se ističe uloga komentatora. Njihova zadaća jest da komentiraju i objašnjavaju događanja na terenu, daju pozadinske informacije te dočaravaju atmosferu na stadionu. Oni obično postaju zaštitna lica sportskog novinarstva. Sportsko komentatorstvo isto tako zahtijeva odličnu pripremu, no važno je da komentator ne zasjeni sama događanja na terenu iznošenjem prevelikog broja podataka. Isto tako, od komentatora se očekuje da koristi izraze koji su razumljivi široj publici. Oni si mogu dopustiti i emocionalne izljeve, no na to često velik utjecaj ima kultura iz koje sam sportski komentator dolazi. Prema Reardon, „svaka kultura ima vlastita pravila komuniciranja“ (Reardon 1998: 175).

Tako se u okvirima sportskoga komentatorstva na europskoj razini već ustalila podjela na tri različita stila:

- Kontinentalni – karakterističan za kontinentalni dio Europe (primjerice Njemačka i Austrija), komentatori ne pokazuju previše emocija
- Mediteranski – karakterističan za područje Mediterana (Italija, Španjolska, Portugal, Grčka, Turska, Bliski istok, sjeverna Afrika, djelomice prostor jugoistočne Europe), komentatori pokazuju znatno više emocija
- Kombinacija kontinentalnoga i mediteranskoga – Hrvatska, Bosna i Hercegovina, Crna Gora i Srbija

Važno je napomenuti kako se na svjetskoj razini posebno ističe latinoamerički stil komentiranja. Karakterističan je za područje Južne i Središnje Amerike. Prepoznatljiv je po velikim izljevima emocija koji često graniče s galamom (Vasilj 2014: 182). Često se u izravnim prijenosima uz sportskog komentatora uključuje i stručni sukomentator. Obično su to bivši sportaši, treneri ili stručnjaci za određeni sport. Iako stručni sukomentatori najčešće nisu novinari, važno je da znaju i razumiju osnove novinarstva.

## 4.2. Televizijsko oglašavanje

Oglašavanje je oblik marketinške komunikacije čiji je cilj informiranje potencijalnih kupaca o određenim proizvodima ili uslugama (Malović 2007: 57). Najpopularniji i najefikasniji način oglašavanja jest upravo televizijsko oglašavanje, odnosno oglašavanje putem televizijskih reklama. Reklamni spotovi ili televizijske sponzorske kampanje podižu svijest potrošača o određenom proizvodu ili usluzi te povećavaju mogućnost kupnje.<sup>2</sup>

Najčešći način oglašavanja proizvoda ili usluga jest oglašavanje putem sponzorstva. Na televiziji, kao jednom od masovnih medija, obično je prisutno sponzoriranje medija (Kesić 2003: 472). Uzimajući u obzir činjenicu da su velika sportska natjecanja najgledaniji televizijski događaji u godini u kojoj se održavaju, sve se više korporacija odlučuje na sponzoriranje medija koji prenose sportska natjecanja. Jedan od primjera sponzorstva medija u hrvatskom medijskom prostoru jest Petrolovo sponzorstvo HRT-a za vrijeme trajanja Europskog nogometnog prvenstva 2024. godine. Petrol je slovenska korporacija koja trguje naftnim derivatima, plinom i ostalim

---

<sup>2</sup> [Sports TV Advertising – TV Advertising Media](#)

energentima. Njihova kampanja nosila je naziv „Uvijek pun pogodak!“.<sup>3</sup> Ulogu u njihovoj televizijskoj reklami imali su i hrvatski nogometni reprezentativci Joško Gvardiol, Marko Pjaca i Nediljko Labrović (Slika 1).



*Slika 1. Prikaz scene iz reklame Petrola<sup>4</sup>*

---

<sup>3</sup> [PETROL - UVIJEK PUN POGODAK \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/watch?v=...)

<sup>4</sup> [Petrol: Uvijek pun pogodak! — More-Magnets](https://www.more-magnets.com/...)

## 5. Analiza sadržaja sportske studijske emisije „EURO 2024.“

U ovom poglavlju analizirano je pet emitiranih emisija sportske studijske emisije „EURO 2024.“. „EURO 2024.“ je emisija koja se emitirala na HRT-u za vrijeme Europskog nogometnog prvenstva u Njemačkoj. „EURO 2024.“ je sportska studijska emisija koju je producirao HRT. Cjelokupan medijski sadržaj emisije bio je posvećen Europskom nogometnom prvenstvu u Njemačkoj. Emisija se emitirala na drugom programu HRT-a od 13. lipnja 2024. do 14. srpnja 2024. Urednik projekta, ali i jedan od komentatora, bio je Marko Šapit, dok su urednici programa i voditelji bili Ivan Dorian Molnar te Viki Ivanović. U ulozi stručnih komentatora i analitičara u studiju pojavljivali su se nekadašnji nogometaši Tomislav Ivković, Mario Carević, Vedran Ješe, Joško Jeličić, Mario Cvitanović te sportski novinari Anton Samovojska i Robert Matteoni. Naknadno je dijelom emisije postala i doktorica nogometa – Tihana Nemčić Bojić. Time je ispisala povijest jer je postala prva žena koja je obnašala ulogu stručne komentatorice i analitičarke na hrvatskoj javnoj televiziji. Njezini su stručni komentari izazvali jako pozitivno mišljenje kod hrvatske, ali i šire javnosti.<sup>5</sup> U ulozi komentatora utakmica, osim Marka Šapita, pojavljivali su se i Stjepan Balog, Luka Petrincec, Željko Vela i Andrija Cmrečnjak. Nadalje, dužnosti sportskih novinara i izvjestitelja obnašali su Edin Mahmuljin, Boris Jelavić i Andrej Rašljanin (Slika 2).



Slika 2. Prikaz sudionika HRT-ova projekta "EURO 2024."<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> [HRT Jeličića zamijenio profesoricom nogometa, ljudi oduševljeni - Index.hr](#)

<sup>6</sup> [Upoznajte našu ekipu za Euro - HRT](#)

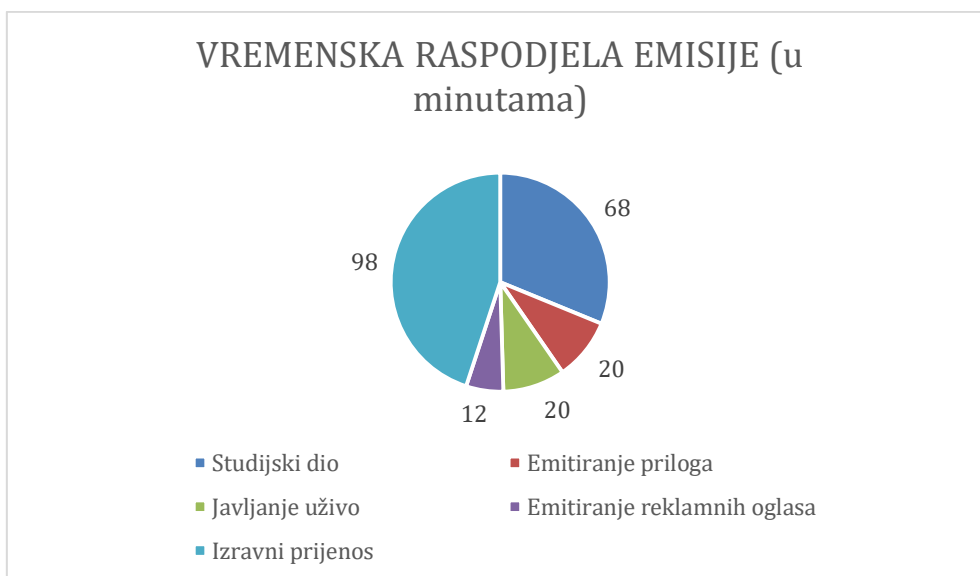
Prva analizirana emisija emitirana je 19. lipnja 2024. Bila je posvećena utakmici između Hrvatske i Albanije. Riječ je o utakmici grupne faze prvenstva. Sam program emisije započeo je s emitiranjem u 14 sati. Druga odabrana emisija emitirana je 23. lipnja 2024. Ova je emisija bila posvećena utakmici između domaćina Njemačke i Švicarske. Također je riječ o utakmici grupne faze prvenstva. Program je započeo s emitiranjem u 20 sati. Treća emisija koju smo analizirali emitirana je 24. lipnja 2024. Program ove emisije bio je posvećen utakmici između Hrvatske i Italije. Riječ je o posljednjoj utakmici hrvatske reprezentacije u grupnoj fazi Europskog prvenstva. Emitiranje je započelo u 20 sati. Četvrta analizirana studijska emisija je ona emitirana 29. lipnja 2024. Bila je posvećena utakmici *knockout* faze, točnije utakmici osmine finala između Njemačke i Danske. Program emisije započeo je s emitiranjem u 20 sati. Posljednja analizirana emisija emitirana je 14. srpnja 2024. Bila je to finalna utakmica prvenstva između Španjolske i Engleske. Program je započeo s emitiranjem u 20 sati. Nakon pojedinačnih analiza sadržaja usporedno je analizirano svih pet emisije. Svih pet emisija analizirano je na temelju određenih kriterija, odnosno parametara, a to su: duljina trajanja emisije, vremenska raspodjela emisije, broj emitiranih priloga, vrste korištenih novinarskih žanrova te broj emitiranih reklamnih oglasa.

### **5.1. Emisija „EURO 2024.“ 19. lipnja 2024.**

Prva analizirana emisija emitirana je u srijedu 19. lipnja 2024., s početkom u 14 sati. Bila je posvećena utakmici drugog kola skupine B, točnije utakmici između Hrvatske i Albanije. Sama utakmica odigrana je u popodnevnom terminu, s početkom u 15 sati. Naime, ovakav popodnevni termin obično nije toliko popularan za gledatelje i oglašivače kao što je to primjerice večernji termin. Emisiju je vodio Ivan Dorian Molnar, a gosti u studiju bili su stručni komentatori Anton Samovojska, Vedran Ješe i Tomislav Ivković. S obzirom da su se u grupnoj fazi natjecanja na dan odigravale po tri utakmice, analiziran je samo onaj blok koji je bio vezan za utakmicu između Hrvatske i Albanije.

Cjelokupni program emisije trajao je tri sata i 38 minuta, točnije 218 minuta, uključujući i prijenos same utakmice. Na Grafikonu 1 prikazana je vremenska raspodjela emisije izražena u minutama. Vidljivo je da je u cjelokupnom programu najviše vremena zauzeo prijenos utakmice, 98 minuta. No u okviru same emisije, najveći udio zauzeo je studijski dio, čak je 68 minuta emitirano uživo iz studija HRT-a. Nadalje, 20 minuta trajalo je emitiranje svih priloga. Također, 20 minuta trajalo je i javljanje uživo, dok je najmanje vremena, 12 minuta, bilo rezervirano za emitiranje reklamnih oglasa.

Grafikon 1. Prikaz vremenske raspodjele prve emisije



Na Grafikonu 2 prikazani su svi korišteni novinarski žanrovi u emisiji. Vidljivo je da su korišteni različiti novinarski žanrovi te su neki od njih korišteni i nekoliko puta. Prikazani su: jedna najava utakmice, dva izvještaja, tri novinarske reportaže, dva intervjua, pet izjava nakon utakmice, jedna konferencija za medije, tri stručna komentara, jedna analiza utakmice te jedan izravni prijenos, koji je vremenski zauzeo najveći dio emisije.

Grafikon 2. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u prvoj emisiji

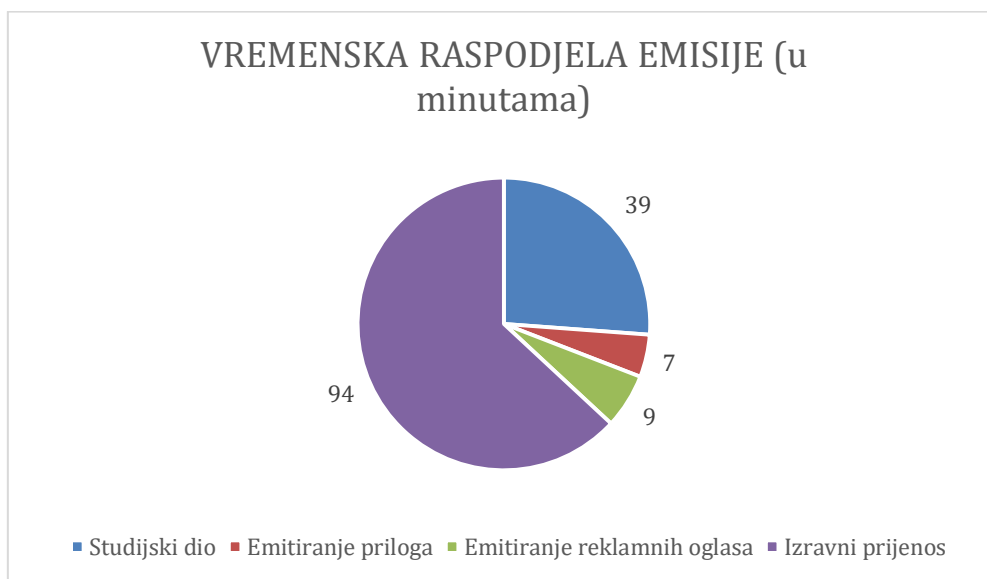


## 5.2. Emisija „EURO 2024.“ 23. lipnja 2024.

Druga analizirana emisija emitirana je u nedjelju 23. lipnja 2024., s početkom u 20 sati. Bila je posvećena utakmici trećeg kola skupine A, točnije utakmici između Njemačke i Švicarske. Sama utakmica odigrana je u večernjem terminu, s početkom u 21 sat. Emisiju je vodio Ivan Dorian Molnar, dok su gosti u studiju bili stručni komentatori Mario Cvitanović i Joško Jeličić.

Cjelokupni program druge emisije trajao je dva sata i 29 minuta, točnije 149 minuta, uključujući i izravni prijenos utakmice. Na Grafikonu 3 prikazana je vremenska raspodjela emisije. Vidljivo je da se najveći udio u cijelom programu odnosio na prijenos utakmice, točnije 94 minute, dok se znatno manji udio odnosio na samu emisiju. U okviru studijske emisije ponovno se najveći udio, čak 39 minuta, odnosio na emitiranje iz HRT-ova studija. Nadalje, najmanje vremena, sedam minuta, posvećeno je emitiranju priloga. Na emitiranje reklamnih oglasa utrošeno je devet minuta, dok javljanja uživo nije bilo.

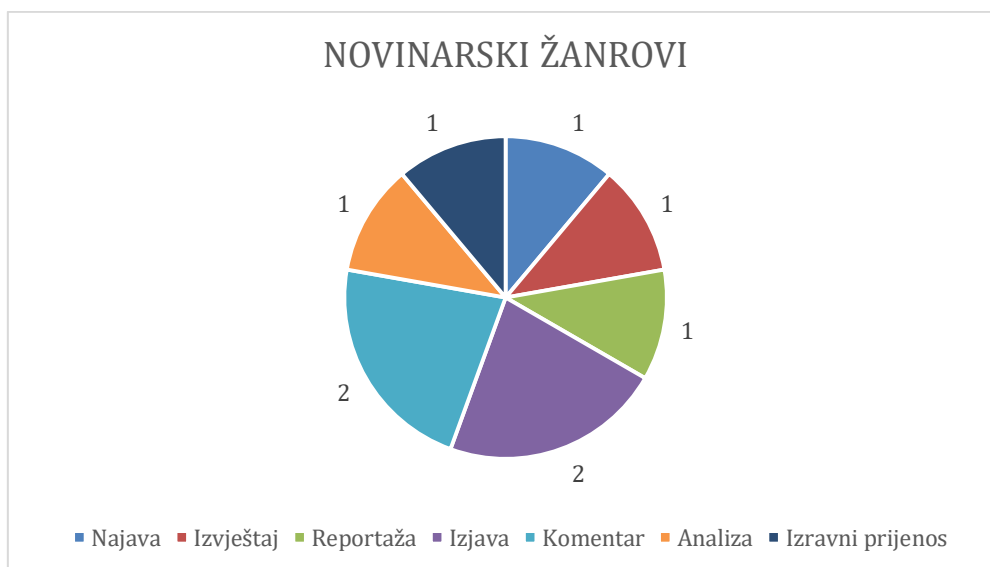
Grafikon 3. Prikaz vremenske raspodjele druge emisije



Na Grafikonu 4 prikazani su svi zastupljeni novinarski žanrovi. U ovoj emisiji korišteni su: jedna najava utakmice, jedan izvještaj, jedna novinarska reportaža, dvije izjave, dva stručna komentara, jedna analiza utakmice te jedan izravni prijenos utakmice, koji je vremenski zauzeo najveći dio emisije.



Grafikon 4. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u drugoj emisiji

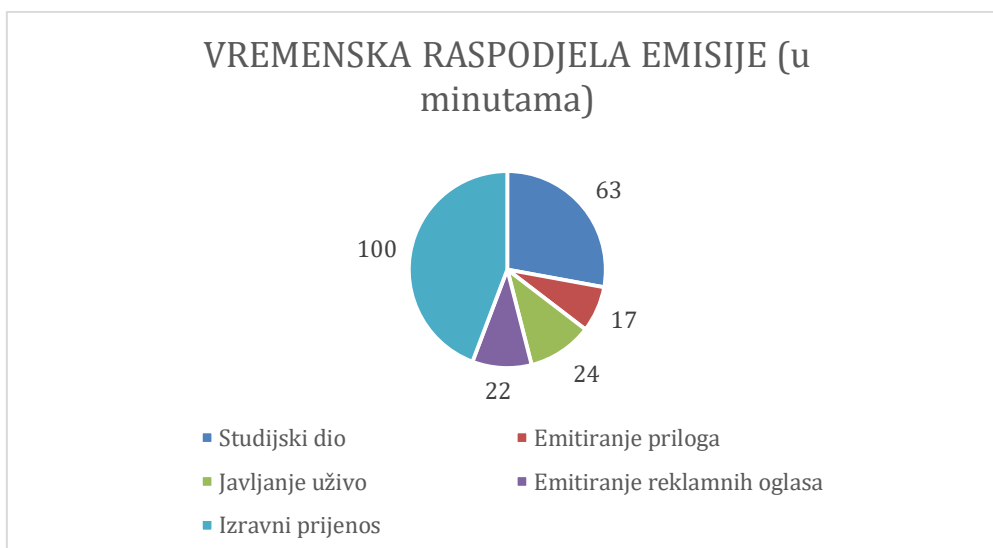


### 5.3. Emisija „EURO 2024.“ 24. lipnja 2024.

Treća analizirana emisija emitirana je u ponedjeljak 24. lipnja 2024., s početkom u 20 sati. Bila je posvećena utakmici trećeg kola skupine B, odnosno utakmici Hrvatske i Italije. Sama utakmica započela je u 21 sat. Naime, nakon ove utakmice odlučeno o tome koje će reprezentacije nastaviti natjecanje u osmini finala, a koje će ispasti s Europskog prvenstva. Emisiju je vodio Viki Ivanović, a gosti u studiju bili su stručni komentatori Anton Samovojska, Joško Jeličić i Tomislav Ivković.

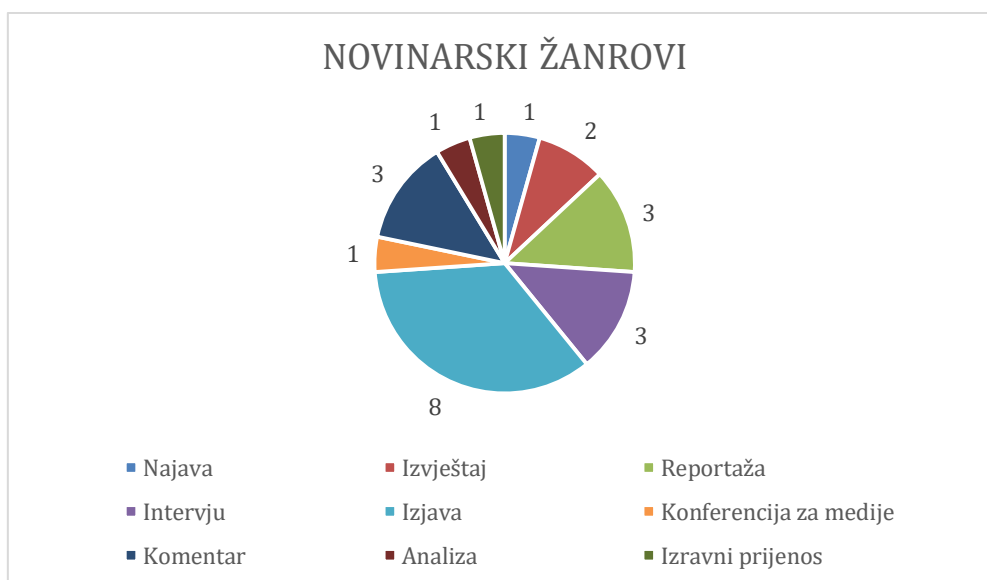
Cjelokupni program treće emisije, uključujući i izravni prijenos utakmice, trajao je tri sata i 46 minuta, odnosno 226 minuta. Na Grafikonu 5 prikazana je vremenska raspodjela emisije izražena u minutama. Ponovno se najveći udio u programu odnosio na izravni prijenos utakmice, čak 100 minuta. Ostatak je bio posvećen studijskoj emisiji. Najveći udio u emitiranju emisije zauzelo je emitiranje iz studija, točnije 63 minute odnosile su se na emitiranje uživo iz studija HRT-a. Nadalje, 17 minuta trajalo je emitiranje svih priloga, dok su čak 24 minute posvećene javljanju uživo. Na emitiranje reklamnih oglasa utrošene su 22 minute.

Grafikon 5. Prikaz vremenske raspodjele treće emisije



Grafikon 6 prikazuje sve korištene novinarske žanrove. Kao što je vidljivo i u ovoj su emisiji korišteni razni novinarski žanrovi. Prikazani su: jedna najava utakmice, dva izvještaja, tri novinarske reportaže, tri intervjua, osam izjava, jedna konferencija za medije, tri stručna komentara, jedna analiza utakmice te jedan izravni prijenos utakmice, koji je ponovno vremenski zauzeo najveći dio emisije.

Grafikon 6. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u trećoj emisiji



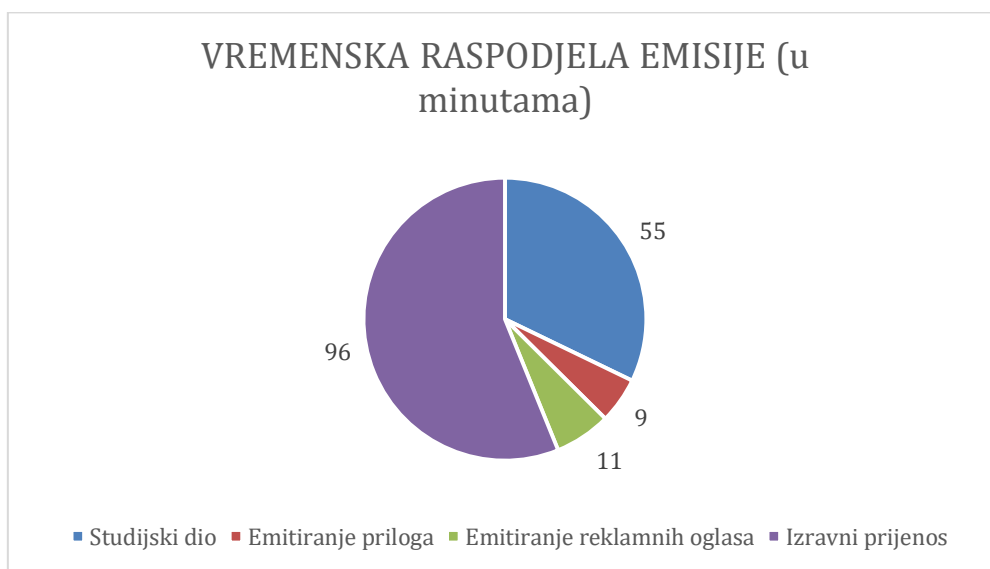
#### 5.4. Emisija „EURO 2024.“ 29. lipnja 2024.

Četvrta analizirana emisija emitirana je u subotu 29. lipnja 2024., s početkom u 20 sati. Bila je posvećena utakmici osmine finala između Njemačke i Danske. Sama utakmica započela je u 21

sat. Studijsku emisiju vodio je Ivan Dorian Molnar, dok su gosti u studiju bili stručni komentatori Robert Matteoni, Vedran Ješe i Tomislav Ivković.

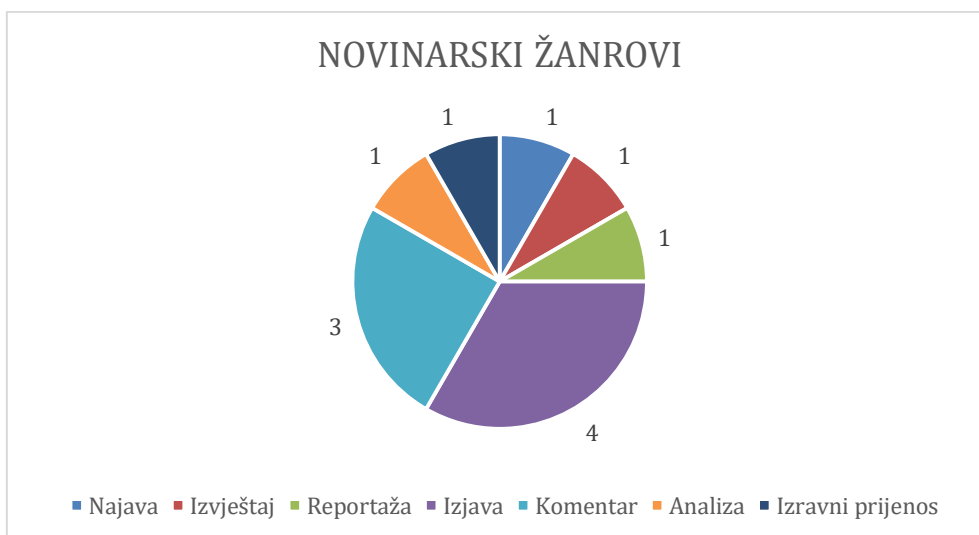
Cijeli program trajao je dva sata i 51 minutu, odnosno 171 minutu. Na Grafikonu 7 prikazana je vremenska raspodjela emisije u minutama. Vidljivo je da je ponovno najveći udio u cijelom programu zauzeo izravni prijenos, 96 minuta. Ostatak se odnosio na emitiranje emisije. Naime, vidljivo je da se od ukupnih 75 minuta čak 55 minuta odnosilo na emitiranje iz HRT-ova studija, što je najveći udio u cijeloj emisiji. Nadalje, najmanje vremena, devet minuta, posvećeno je emitiranju priloga, dok je na emitiranje reklamnih oglasa utrošeno 11 minuta. Javljanja uživo nije bilo u ovoj emisiji.

*Grafikon 7. Prikaz vremenske raspodjele četvrte emisije*



Na Grafikonu 8 prikazani su svi korišteni novinarski žanrovi u četvrtoj emisiji. U ovoj emisiji korišteni su: jedna najava utakmice, jedan izvještaj, jedna novinarska reportaža, četiri izjave, tri stručna komentara, jedna analiza utakmice te jedan izravni prijenos, koji je ponovno vremenski zauzeo najveći dio emisije.

Grafikon 8. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u četvrtoj emisiji

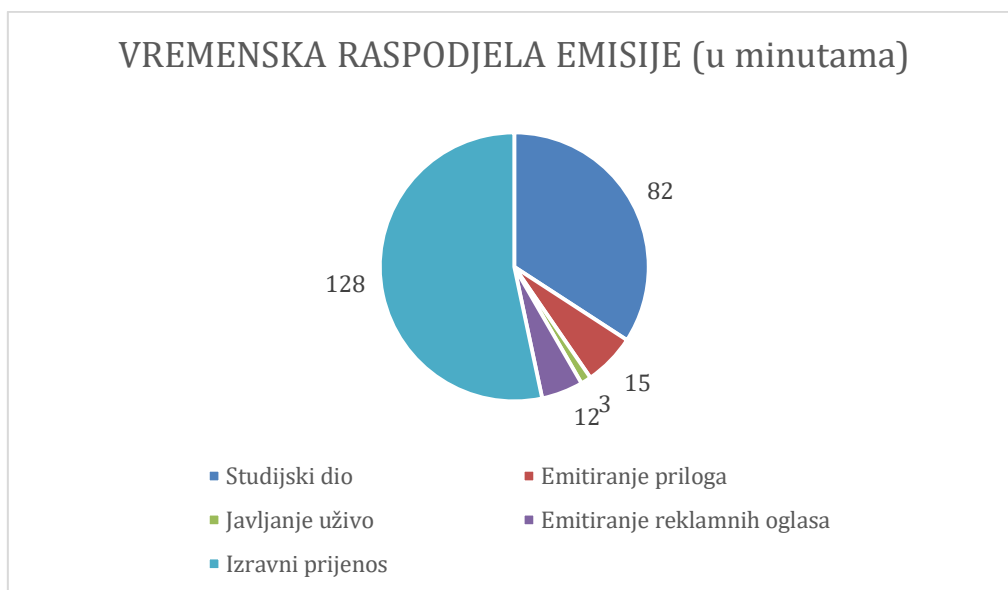


### 5.5. Emisija „EURO 2024.“ 14. srpnja 2024.

Peta analizirana emisija emitirana je u nedjelju 14. srpnja 2024., s početkom u 20 sati. To je ujedno bila i posljednja emisija. Bila je posvećena finalnoj utakmici prvenstva između Španjolske i Engleske. Utakmica je započela u 21 sat, no sam izravni prijenos započeo je 15 minuta ranije, točnije u 20,45 sati, a zbog svečanosti zatvaranja Europskog prvenstva. Emisiju je vodio Viki Ivanović, dok su gosti u studiju bili stručni komentatori Vedran Ješe, Anton Samovojska, Robert Matteoni i Tomislav Ivković.

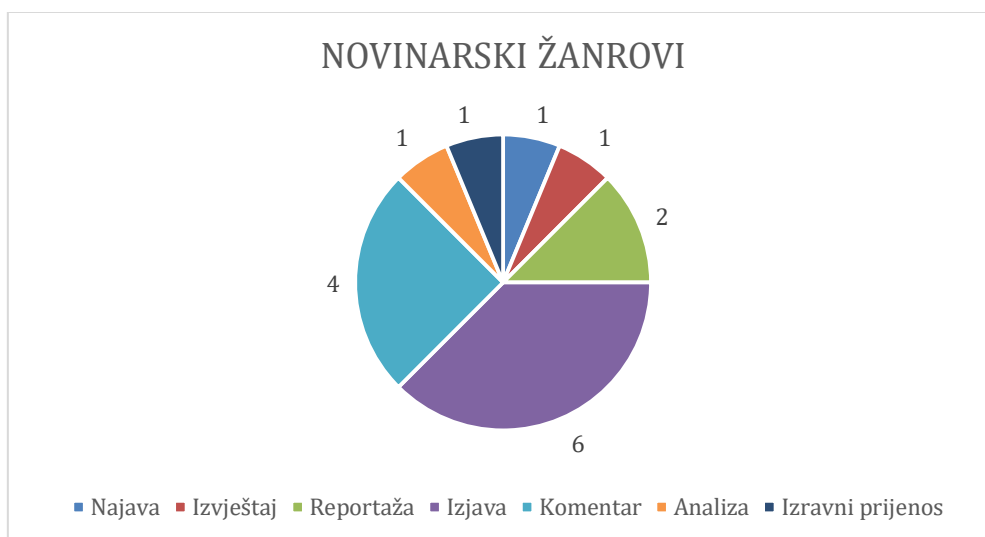
Cjelokupni program finalne emisije trajao je četiri sata, odnosno 240 minuta, uključujući izravni prijenos utakmice, ceremonije zatvaranja prvenstva te dodjele medalja i trofeja. Na Grafikonu 9 prikazana je vremenska raspodjela navedene finalne emisije izražena u minutama. Najveći udio u cijelom programu očekivano se odnosio na izravni prijenos utakmice, čak 128 minuta. Ostatak je bio posvećen studijskoj emisiji. Najveći udio u emitiranju emisije ponovno je zauzelo emitiranje iz studija, točnije 82 minute odnosile su se na emitiranje uživo iz studija HRT-a. Nadalje, 15 minuta trajalo je emitiranje svih priloga, dok su tri minute bile posvećene javljanju uživo. Na emitiranje reklamnih oglasa utrošeno je 12 minuta.

Grafikon 9. Prikaz vremenske raspodjele pete emisije



Grafikon 10 prikazuje sve korištene novinarske žanrove u finalnoj emisiji. Kao što je vidljivo i u ovoj su emisiji korišteni razni novinarski žanrovi. Prikazani su: jedna najava utakmice, jedan izvještaj, dvije novinarske reportaže, šest izjava, četiri stručna komentara, jedna analiza utakmice te jedan izravni prijenos utakmice, koji je ponovno očekivano vremenski zauzeo najveći dio emisije.

Grafikon 10. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u petoj emisiji

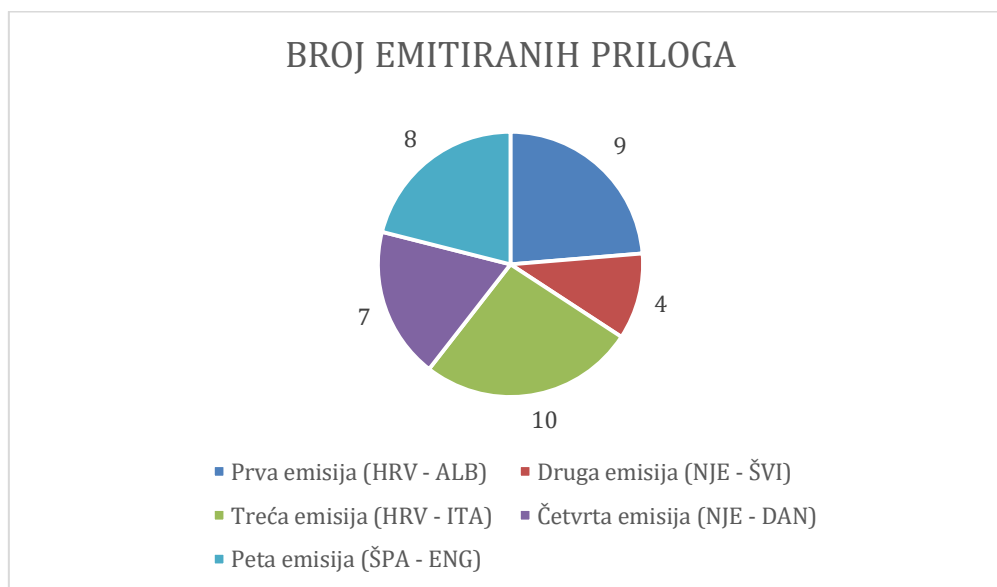


## 5.6. Usporedna analiza emisija

Na Grafikonu 11 prikazan je broj emitiranih priloga u svih pet emisija. Vidljivo je da je najviše priloga emitirano u trećoj emisiji (Hrvatska – Italija), njih deset. Naime, to je bila utakmica koja

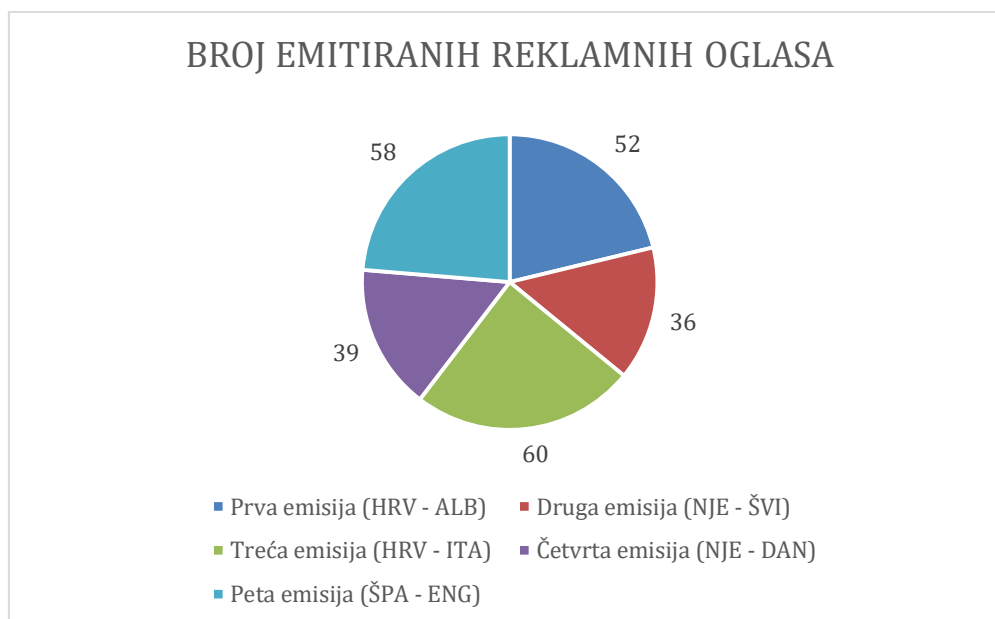
je odlučivala o plasmanu u osminu finala Europskog nogometnog prvenstva. Zatim je nešto manje priloga emitirano u prvoj emisiji (Hrvatska – Albanija), njih devet. Slijedi ih peta, odnosno finalna emisija (Španjolska – Engleska) s osam emitiranih priloga. Nakon njih slijedi četvrta emisija posvećena utakmici osmine finala (Njemačka – Danska) sa sedam emitiranih priloga. Najmanje priloga emitirano je u drugoj emisiji (Njemačka – Švicarska), njih četiri.

Grafikon 11. Prikaz broja emitiranih priloga u svih pet emisija



Grafikon 12 prikazuje broj emitiranih reklamnih oglasa u svih pet emisija. Najviše reklama emitirano je u sklopu pete, odnosno finalne emisije (Španjolska – Engleska, početak u 20 sati), njih 62. Zatim slijedi treća emisija (Hrvatska – Italija, početak u 20 sati) sa 60 emitiranih reklamnih oglasa. Slijedi ih prva emisija (Hrvatska – Albanija, početak u 14 sati) s 52 emitirana reklamna oglasa. Nešto manje reklamnih oglasa emitirano je u sklopu četvrte emisija posvećene utakmici osmine finala (Njemačka – Danska, početak u 20 sati), njih 39. Najmanje reklama emitirano je u sklopu druge emisije (Njemačka – Švicarska, početak u 20 sati), njih 36.

Grafikon 12. Prikaz broja emitiranih reklamnih oglasa u svih pet emisija



Mjerenjem je ustanovljeno da je najviše reklamnih oglasa emitirano one dane kada je igrala hrvatska reprezentacija, neovisno o terminu. Iako, vidljivo je da je ipak nešto više reklamnih oglasa emitirano na dan kada je Hrvatska igrala u večernjem terminu jer se tada i očekivala veća gledanost, a to je od velike važnosti za sponzore. Kao što je navedeno više je reklamnih oglasa emitirano u večernjem terminu, čak i kada se u obzir uzmu emisije emitirane na dan kada nije igrala Hrvatska. Primjer je emisija finala koja je emitirana u večernjem terminu i za koju se isto tako unaprijed očekivala veća gledanost.

## 6. Zaključak

Analizom sadržaja sportske studijske emisije „EURO 2024.“ utvrđeno je da se u hrvatskom sportskom televizijskom novinarstvu koriste razni novinarski žanrovi. Isto tako, vidljivo je i da postoje neke razlike u izvještavanju o utakmicama. HRT je hrvatska javna televizija pa je samim time i očekivano da će najveći fokus staviti na utakmice u kojima igra hrvatska reprezentacija. To se može primijetiti i po velikom broju emitiranih priloga u tim emisijama. Utakmice hrvatske reprezentacije smatraju se atraktivnima te se kod njih očekuje visoka gledanost, posebice kada je riječ o utakmicama koje se odigravaju u elitnom večernjem terminu. Emisije posvećene atraktivnim utakmicama gotovo uvijek imaju i velik broj emitiranih reklamnih oglasa. Najviše priloga i reklama emitirano je u emisijama kada igra Hrvatska i kada se sve odvija u večernjem terminu.

Nadalje, našom analizom, potvrđene su sve četiri istraživačke hipoteze:

H1: Tijekom emitiranja veći udio emisije odnosi se na studijski dio emisije negoli na javljanja uživo i emitiranje priloga.

Prva hipoteza potvrđena je analizom vremenske raspodjele svake od emisija. Naime, mjerenjem je ustanovljeno da se u svakoj od pet analiziranih emisija najveći udio odnosio upravo na emitiranje iz HRT-ova studija.

H2: Više je različitih novinarskih rodova korišteno u emisiji emitiranoj na dan kada igra Hrvatska. Druga hipoteza potvrđena je analizom korištenih novinarskih rodova u svakoj od emisija. Mjerenjem je ustanovljeno da je najviše različitih novinarskih rodova korišteno upravo u emisijama emitiranim na dan kada je igrala hrvatska reprezentacija. Naime, izmjenjivali su se i informativni i analitički novinarski rodovi.

H3: Više je reklamnih oglasa emitirano na dan kada igra Hrvatska negoli na dan kada ne igra Hrvatska.

Treća hipoteza potvrđena je usporednom analizom svih pet emisija. Naime, mjerenjem broja emitiranih oglasa u svih pet emisija, ustanovljeno je da je najviše reklamnih oglasa emitirano na dan kada je igrala hrvatska reprezentacija.

H4: Više je reklamnih oglasa u emisiji emitiranoj u večernjem terminu negoli u popodnevnom terminu.

Četvrta hipoteza također je potvrđena usporednom analizom sadržaja svih pet emisija. Mjerenjem broja emitiranih oglasa u svih pet emisija, uzimajući u obzir termin emitiranja emisije, ustanovljeno je da je najviše reklamnih oglasa emitirano u večernjem terminu. Ovdje je vidljiva i sinergija između sporta, televizije i sponzora. Naime, najviše reklama prikazano je upravo u



emisijama emitiranima u večernjem terminu. Uzrok tome je činjenica da se večernji termin smatra elitnim terminom ili *prime time* terminom jer tada televizija dostiže najveću gledanost

Na samom kraju, vidljivo je da su sportske studijske emisije ovog formata namijenjene široj publici. Pretpostavka je bila da će emisiju „EURO 2024.“ gledati vjerni navijači i obožavatelji nogometa, ali i oni koji inače tijekom godine nisu tako vjerni pratitelji nogometnih zbivanja. Upravo iz tog razloga se u takvim emisijama obično koriste i informativni i analitički novinarski rodovi. Naime, cilj ovih emisija jest da gledateljima pruže zanimljiv medijski sadržaj koji će biti informativnog, ali i zabavnog karaktera. Isto tako, važno je da taj sadržaj razumljiv svima – od onih najvjernijih sportskih obožavatelja pa sve do gledatelja koji ne prate sport svakodnevno.

MARK  
ALISBAINA

Sveučilište  
Sjever



SVEUČILIŠTE  
SIEVER

IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, LEA VINCEK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ANALIZA SADRŽAJA SPORTSKE STUDIJSKE EMISIJE "EURO 2024" (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

LEA VINCEK

Lea Vincek

(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, LEA VINCEK (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom ANALIZA SADRŽAJA SPORTSKE (upisati naslov) čiji sam autor/ica. STUDIJSKE EMISIJE "EURO 2024"

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

LEA VINCEK

Lea Vincek

(vlastoručni potpis)

## 7. Literatura

Knjige:

- [1] Andrews, Phil. 2005. *Sports Journalism: A Practical Introduction*. London: SAGE Publications.
- [2] Bešić, Miloš. 2019. *Metodologija društvenih nauka*. Novi Sad: Akademska knjiga.
- [3] Jajčević, Zdenko. 1987. *Sportska publicistika u Hrvatskoj*. Zagreb: Knjižnice grada Zagreba.
- [4] Kesić, Tanja. 2003. *Integrirana marketinška komunikacija*. Zagreb: Opinio.
- [5] Letica, Zvonko. 2003. *Televizijsko novinarstvo*. Zagreb: Disput.
- [6] Malović, Stjepan. 2005. *Osnove novinarstva*. Zagreb: Golden marketing.
- [7] Malović, Stjepan. 2007. *Mediji i društvo*. Zagreb: Golden marketing.
- [8] Matković, Damir. 1995. *Televizija – igračka našeg stoljeća*. Zagreb: AGM.
- [9] Mencher, Melvin. 2010. *News Reporting and Writing*. New York: McGraw-Hill Education.
- [10] Novak, Ivan. 2006. *Sportski marketing i industrija sporta*. Zagreb: Maling.
- [11] Reardon, K. Kathleen. 1998. *Interpersonalna komunikacija: gdje se misli susreću*. Zagreb: Alinea.
- [12] Sapunar, Marko. 1995. *Osnovne znanosti o novinarstvu*. Zagreb: EPOHA.
- [13] Sapunar, Marko. 2002. *Opća povijest novinarstva*. Zagreb: ITG.
- [14] Tomić, Ivan. 2021. *Menadžment i komunikacija u sportu*. Zagreb: Synopsis.
- [15] Vasilj, Miroslav. 2014. *Sportsko novinarstvo*. Zagreb/Sarajevo/Mostar: Synopsis.
- [16] Wenner, A. Lawrence. 1989. *Media, Sports and Society*. London: SAGE Publications.

Članak u elektroničkom časopisu ili *online* bazi podataka:

- [1] Rodek, Jelena. 2018. „Sport i mediji“, *Školski vjesnik*, 67(1), str. 108-121. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/213809> (Datum pristupa: 23.07.2024.)

Mrežni i elektronički izvori:

- [1] Allen, Steve i Thompson, Robert J.. "Television in the United States". Encyclopedia Britannica. Preuzeto s: <https://www.britannica.com/art/television-in-the-United-States> (Datum pristupa: 24.07.2024.)

- [2] [AIPS Media - By Sport Journalists for Sport Journalists. The International Sport Press Association \(AIPS\) is dedicated to sports media professionals.](#) (Datum pristupa: 24.07.2024.)
- [3] [Hrvatski zbor sportskih novinara - Povijest HZSN-a](#) (Datum pristupa: 24.07.2024.)
- [4] [Sports TV Advertising – TV Advertising Media](#) (Datum pristupa: 24.07.2024.)
- [5] [The Continuing Evolution of Sports Media - Alumni Ventures \(av.vc\)](#) (Datum pristupa: 25.07.2024.)

## **Popis slika**

Slika 1. Prikaz scene iz reklame Petrola .....	15
Slika 2. Prikaz sudionika HRT-ova projekta "EURO 2024." .....	16

## Popis grafikona

Grafikon 1. Prikaz vremenske raspodjele prve emisije .....	18
Grafikon 2. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u prvoj emisiji.....	18
Grafikon 3. Prikaz vremenske raspodjele druge emisije .....	19
Grafikon 4. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u drugoj emisiji.....	20
Grafikon 5. Prikaz vremenske raspodjele treće emisije.....	21
Grafikon 6. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u trećoj emisiji .....	21
Grafikon 7. Prikaz vremenske raspodjele četvrte emisije.....	22
Grafikon 8. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u četvrtoj emisiji .....	23
Grafikon 9. Prikaz vremenske raspodjele pete emisije.....	24
Grafikon 10. Prikaz korištenih novinarskih žanrova u petoj emisiji .....	24
Grafikon 11. Prikaz broja emitiranih priloga u svih pet emisija .....	25
Grafikon 12. Prikaz broja emitiranih reklamnih oglasa u svih pet emisija.....	26