

UDK: 316.7:796.012.1
Prethodno priopćenje
27. IV. 2023.

KREŠIMIR LACKOVIĆ*

IVAN PAVIĆ**

GORDANA TKALEC***

UTJECAJ USPJEHA U SPORTU NA MEDIJSKO PRAĆENJE

SAŽETAK

Sport je jedna od rijetkih rubrika u medijima u kojoj „dobra vijest“ povećava zanimanje publike za sportski sadržaj. Pobjeda i ostvareni rezultati u sportu smatraju se dobrim vijestima koje su sve manje zastupljene u suvremenim medijima. Cilj je rada prikazati utjecaj sportskoga uspjeha na medijsko praćenje i povećano zanimanje u medijima na primjerima ostvarivanja značajnih sportskih rezultata. Glavna je hipoteza rada da ostvaren uspjeh u sportu povećava zanimanje publike. U tome su smislu definirani sportski uspjeh te postupci i tehnike stvaranja publiciteta sportaša i sportskih organizacija, što je preduvjet za kasnije istraživanje. U radu su analizirani različiti mediji i njihov sadržaj za vrijeme natjecanja u kojima su hrvatski sportaši ostvarili sportski uspjeh. Uz to analizirana je čitanost tekstova objavljenih tijekom sličnih natjecanja u kojima je očekivani rezultat izostao. Osim analize sadržaja hrvatskih medija za potvrdu hipoteze preuzete su i analize iz drugih internetskih izvora. Uz metodu analize sadržaja primijenjene su kvantitativna i komparativna metoda s egzaktnim podacima. U manjoj mjeri korištena je kvalitativna metoda kako bi se u tekstovima prepoznao uspjeh ili neuspjeh kao dobra ili loša vijest. Rezultati i rasprava pokazuju ispravnost cilja istraživanja i postavljene hipoteze.

Ključne riječi: sportski mediji, uspjeh, publicitet praćenost, *google trends*

*University North, klackovic@unin.hr

**University North, pavicivan41@gmail.com

***University North, gtkalec@unin.hr

UVOD

Vijesti iz sporta zauzimaju značajno mjesto u svim medijima. Najznačajniji mediji, televizije, radija, tiskovine, ali i portali u svojoj strukturi imaju organiziranu sportsku redakciju ili novinare zadužene za praćenje sporta. Kod istraživanja praćenja televizijskoga programa, sportski događaji najgledaniji su u kompletnu sadržaju emitiranja tijekom godine. Slična situacija dogodila se i pojavom interneta. Na brojnim portalima, koji imaju takvu strukturu i uređivačku politiku, upravo sportske vijesti imaju najviše pregleda. Sportaši na različitim društvenim mrežama imaju najviše pratitelja. Prostor koji će neki sportski događaj dobiti u mediju i dalje je proizvoljna odluka urednika, odnosno uređivačke politike. Komunikolog Philip Gaunt (1990) zaključio je da na izbor i oblikovanje vijesti utječe kombinacija profesionalnog obrazovanja, organizacijskih uvjeta, osobnih sklonosti i općedruštvenih čimbenika (Perišin, 2004,87). Na temelju teorije i medijske literature, najviše temeljenih na tekstovima Mayeuxa (1991) i Tugglea (2001), Stantić i Perišin (2003) izradili su listu informativnih čimbenika na kojoj se nalaze relevantnost, osobna uključenost, utjecajnost događaja, blizina, konfliktnost i kontroverznost, personalizacija/humanost, prominencija, novost/pravodobnost, tematizacija, raspoloživost ili posebna atraktivnost (Perišin 2004, 88). Kada je riječ o sportskome novinarstvu, kriterije medija za odabir sportskih događaja postavio je Vasilj. Među njima je kao jedan od kriterija naveo i velike pothvate – rekorde (Vasilj, 2014, 39).

Cilj je rada prikazati na koji način sportski uspjeh utječe na medijsko praćenje sportaša ili ekipe.

Postavili smo, stoga, sljedeće hipoteze:

H1: Uspjeh sportaša ili ekipe povećava zanimanje publike za određeni sport ili sportski događaj.

H2: Uspjeh afirmira praćenje u medijima i povećava zanimanje kod publike, više od skandala ili bilo kojih drugih negativnih vijesti u sportskim rubrikama.

U radu ćemo prikazati kako je sportski uspjeh definiran u recentnim radovima različitih autora. Prilikom istraživanja upotrijebljena je znanstve-

na metoda analiza sadržaja koja je tradicionalno pozicionirana u domeni kvantitativne metode, pa su i rezultati istraživanja uglavnom iskazivani u kvantitativnome obliku. Još je Berelson utjecao na percipiranje analize sadržaja kao kvantitativnoga postupka pa je po njemu „analiza sadržaja istraživačka tehnika za objektivnu, sistematsku i kvantitativnu opis manifestirajućeg sadržaja komunikacije” (Berelson, 1952,18). Prema navedenome izvoru kvantitativna analiza sadržaja počiva na upotrebi numeričkih pokazatelja, a kvalitativna na opisivanju sadržaja komunikacije terminima koji izražavaju kvantitetu. Isti autor smatra da je kvalitativna analiza sadržaja često usmjerena na utvrđivanje (ne)zastupljenosti proučavanih kategorija u građi, točnije na registriranje javljaju li se ili ne relevantne kategorije, a ne na frekvenciju javljanja kategorija, poput kvantitativne analize sadržaja (Berelson, 1952, 119).

U tome smislu u ovom je istraživanju dominantna metoda kvantitativne analize sadržaja, ali postoje i određeni elementi kvalitativne analize kako bi se ostvario cilj istraživanja i potvrdila hipoteza. Prikazani rezultati i rasprava s obrazloženjima pojedinih podataka pokazuju uzročno-posljedičnu vezu sportskoga uspjeha i zanimanja konzumenata sadržaja u medijima.

USPJEH U SPORTU KAO ČIMBENIK ODNOSA IZMEĐU SPORTAŠA, MEDIJA I PUBLIKE

Uspjeh je moguće ostvariti na poslu, u školi, obitelji, karijeri, općenito u životu i svim ljudskim djelatnostima. Stephen R. Covey, autor nekoliko knjiga o psihologiji uspjeha, tvrdi kako je sva literatura do otprilike 1926. godine smatrala temeljem uspjeha etikom karaktera. Nakon Drugoga svjetskog rata stav o uspjehu prelazi s etike karaktera na etiku ličnosti (Covey, 1998, 12).

Teorija uspjeha svoje uporište može pronaći u teoriji izvrsnosti koja objašnjava „kako odnosi s javnošću mogu pridonijeti funkciji menadžmenta u cjelokupnoj učinkovitosti organizacije“ (Tomić Z., 2008, 98). L. A. Grunig, J. Grunig i D. M.

Dozier dokazivali su vrijednost komunikacija za organizaciju u pomoći izgradnje dobrih odnosa sa strateškom ciljanom javnošću (Tomić Z., 2008, 98). Collins smatra kako je „kvaliteta neprijatelj izvrsnosti“ (Collins, 2001, 7). To je prema spomenutom autoru glavni razlog zbog čega samo neki postaju izvrsni.

Nekoliko autora definiralo je uspjeh u sportu i o čemu on ovisi. Iancheva i Kuleva s Nacionalne sportske akademije Vassil Levski iz Sofije smatraju kako je uspjeh

težnja prema pobjedi, postignuću, poboljšanju sportskog rezultata, fizičkom savršenstvu koje je bitno obilježje sportske aktivnosti. Uspjeh se najčešće promatra kao pozitivan rezultat unaprijed postavljenih namjera. Povezuje se s postizanjem cilja, rezultata, pobjedom, društvenim priznanjem odobravanjem i slavom. Radi se o subjektivnom doživljaju sportaša (Iancheva, Kuleva 2017, 47).

Bar-Eli, Plessner i Raab smatrali su kako prosuđivanje i donošenje odluka imaju glavnu ulogu u sportskoj aktivnosti i ovise o uspjehu u sportu. Prosudbe i odluke donose se na razini sportaša, trenera, menadžera, sudaca, čak i novinara.

Sportaši moraju stalno odlučivati između različitih načina djelovanja tijekom natjecanja i moraju birati između različitih načina kako poboljšati svoju izvedbu; treneri biraju igrače za svoje momčadi i odlučuju o različitim trenažnim programima i strategijama natjecanja; menadžeri donose odluke, otpuštaju neuspješne trenere i ocjenjuju natjecatelje uspješnima ili neuspješnima; suci procjenjuju situacije u igri jesu li u skladu s pravilima ili ne; novinari procjenjuju trenutne izvedbe i predviđaju ishode budućih sportskih događaja koje mogu biti od velikog značaja za gledatelje i navijače koji sudjeluju na rastućem tržištu sportskog klađenja (Bar Eli, Plessner, Raab, 2011, 1).

John Wooden, košarkaški trener na sveučilištu UCLA-u (SAD), osim što je bio uspješan u sportu, podučavao je i bio mentor brojnim ljudima izvan sporta. Zajedno s Don Yaegerom suautor je knjige *Plan igre za život. Moć mentorstva*. Wooden je poručio da „ne mjeri svoj uspjeh prema onome što si postigao, nego prema onome što si mogao postići sa svojim mogućnostima“ (Wooden, Yaeger, 2011).

Uspjeh u sportu vrednuje se kroz mogućnosti, znanje i kvalitetu koje netko ima, no ostvareni rezultat u sportu nije dovoljan za privlačenje publike odnosno dobivanja medijskoga prostora ili stvaranje publiciteta koji Z. Tomić definira kao „informacija iz nekog vanjskog svijeta koju mediji koriste jer ima vrijednost vijesti“ (Tomić Z., 2008, 70).

U uvodu smo naveli kako su prema Vasilju veliki pothvati i rekordi jedan od kriterija medija za odabir praćenja sportskih događaja. Vasilj velikim pothvatima i rekordima smatra kada „sportašica i sportaš iz siromašne i ratom opustošene zemlje kao potpuni autsajderi, nakon velike ozljede, kao vrlo mladi ili pak u zreloj dobi, postižu vrhunске sportske rezultate. Postizanje vrhunskih rezultata ima veći medijski učinak od prosječnih rezultata ili poraza“ (Vasilj, 2014, 39).

Odnosi s javnošću u sportu najčešće se ostvaruju kroz odnos s medijima. Tomić I. (2021.) opisuje dva najčešća modela sportskih odnosa s medijima.

1. Reklamni model i publicitet – Praktičari koji upotrebljavaju taj model nastoje sportskim organizacijama osigurati što veći publicitet.
2. Model javnog informiranja – usredotočuje se na pružanje učinkovite usluge masovnim medijima koji inače redovito izvješćuju o sportskoj organizaciji (Tomić I., 2021, 295).

Unatoč utjecaju interaktivnih medija odnosno korištenja interneta u sportskim odnosima s javnošću Tomić I. (2021.) smatra kako „nije došlo do promjene važnosti u masovnijim medijima. Ono što se promijenilo u usporedbi s 20. stoljećem je količina mogućnosti kako možete doprijeti do svoje ciljne skupine“ (Tomić I., 2021, 297).

Do suradnje i komunikacije između sportaša ili sportske organizacije i medija dolazi prije ne-

goli se ostvari uspjeh u sportu ili situacija koja zahtijeva krizno komuniciranje. Vrlo su slične aktivnosti razvijanja odnosa s različitim vrstama javnosti putem interneta, konkretnije putem različitih društvenih mreža. Razlika je što se putem društvenih mreža ostavlja mogućnost izravne komunikacije sportaša sa svojom publikom bez posrednika, a publika više nije prostorno ograničena. Društvene mreže i vlastite klupske internet-ske stranice mogu također biti i novi izvor informacija za medije, pa se često događa da upravo prenošenje vijesti s profila na društvenoj mreži nekoga sportaša dobije veći publicitet u drugim medijima negoli nakon same objave sportaša ili kluba na vlastitome profilu. Kako bi se povećali medijsko zanimanje i zanimanje medijske publike moraju biti jasno definirani komunikacijski kanali te mora postojati jasna komunikacijska strategija. Na taj način može se postići određeni cilj odnosno, u konkretnu slučaju, kako bi ostvareni sportski uspjeh bio prepoznat u medijima i javnosti.

ANALIZA ČITANOSTI SADRŽAJA U MEDIJIMA

Za potvrdu u uvodu postavljenih hipoteza analiziran je sadržaj u različitim hrvatskim medijima. Urađene su tri kvantitativne analize s elementima kvalitativne te je nakon rasprave izveden zaključak.

Kvantitativnom metodom analiziran je sadržaj u sportskoj rubrici na portalu *Večernji.hr* u razdobljima tijekom siječnja i veljače 2019., 2020. i 2021. godine. Fokus istraživanja velika su rukometna natjecanja koja se održavaju u siječnju i tekstovi koji su vezani za rukomet i rukometna natjecanja objavljeni na portalu u sportskoj rubrici *Večernji.hr*. Svjetsko prvenstvo 2019. godine održano je u Danskoj i Njemačkoj od 10. siječnja do 27. siječnja. Godinu dana kasnije, od 9. do 26. siječnja, Europsko prvenstvo održano je u Austriji, Švedskoj i Norveškoj, a 2021. godine Egipat je od 13. do 31. siječnja bio domaćin Svjetskoga prvenstva. Hrvatska muška rukometna reprezentacija nastupila je na sva tri natjecanja s tri različita uspjeha. Na Svjetskome prvenstvu

2019. godine hrvatski su rukometaši zauzeli šesto mjesto. Najveći uspjeh ostvaren je na Europskome prvenstvu 2020. godine kada su hrvatski rukometaši osvojili srebrnu medalju, a Hrvat Domagoj Duvnjak proglašen je najboljim igračem prvenstva. Najslabiji rezultat ostvaren je na Svjetskome prvenstvu 2021. godine. Hrvatska je zauzela 15. mjesto što je najslabiji rezultat u povijesti hrvatske rukometne reprezentacije na svjetskim prvenstvima od samostalnosti. U analizu su uključeni tekstovi s više od 30.000 pregleda tijekom siječnja i veljače 2019., 2020. i 2021. godine.

Predmet druge analize je portal *Index.hr* odnosno najčitaniji tekstovi u rubrici *Index/sport* 2018., 2020. i 2021. godine. Tijekom 2018. godine Hrvatska nogometna reprezentacija osvojila je drugo mjesto na svijetu što se smatra jednim od najvećih uspjeha hrvatskoga sporta općenito. U 2020. godini dogodilo se, već spomenuto, Europsko prvenstvo u kojemu su hrvatski rukometaši igrali finale, a 2021. godina poslužit će za usporedbu jer se u toj godini održalo nekoliko velikih natjecanja od kojih ističemo Svjetsko rukometno prvenstvo, Europsko nogometno prvenstvo i Ljetne olimpijske igre.

Kao treći predmet istraživanja poslužit će mrežna stranica *Google trends* koja prikazuje popularnost pretraživanih pojmova u *Googleovoj* tražilici. Upisujući točno navedene pojmove, kao ključne riječi prikazuje se popularnost njihovih pretraživanja u određenome razdoblju.

Analiza sadržaja sportske rubrike na portalu Večernji.hr

Za analizu čitanosti *Večernji list* koristi tzv. *real usere* kojima se procjenjuje stvarni broj ljudi, odnosno korisnika, koji doista konzumiraju mrežni sadržaj. Na listi *Gemius Audienca* nalaze se gotovo svi vodeći hrvatski portali pa tako i *Večernji.hr*. Na Grafikonu 1 prikazan je broj *real usera* po analiziranim mjesecima. Iz njih je vidljivo da je najveći broj *real usera* bio u siječnju 2020. godine.

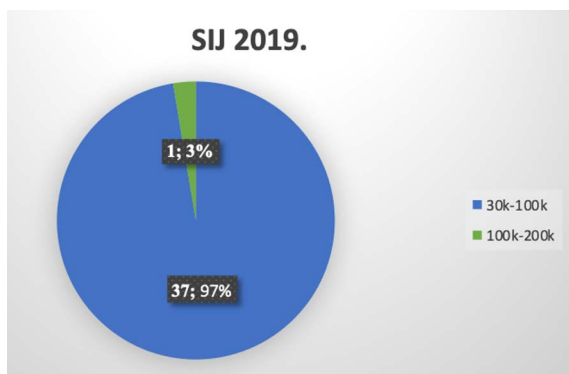
Grafikon 1: Broj real usera po analiziranim mjesecima



Izvor: autor Pavić, I., 2022, 32

Na Grafikonu 2 prikazan je broj tekstova objavljenih u sportskoj rubrici *Večernji.hr* s više od 30.000 pregleda tijekom siječnja 2019. godine odnosno za vrijeme trajanja Svjetskoga prvenstva u Danskoj i Njemačkoj. Utvrđeno je da je samo jedan tekst pregledan više od 100.000 puta, dok je u rasponu od 30 do 100 tisuća pregleda 37 tekstova.

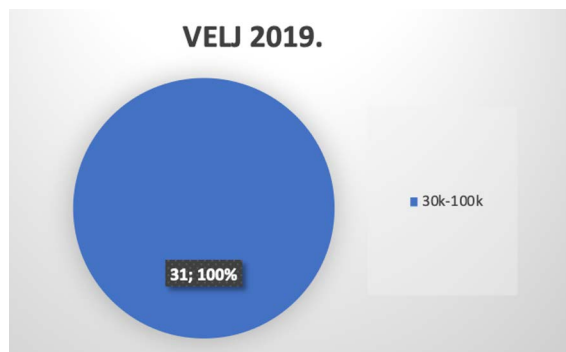
Grafikon 2: Prikaz tekstova po rasponu broja pregleda u siječnju 2019.



Izvor: autor Pavić, I., 2022, 37

U veljači 2019. godine ni jedan tekst objavljen na *Večernji.hr* u sportskoj rubrici nije zabilježio više od 100 tisuća pregleda. Osim siječnja, tijekom sve tri analizirane godine, u analizu je uključena i veljača jer se medijsko praćenje pojedinoga sporta intenzivno nastavi i nakon završetka velikoga natjecanja.

Grafikon 3: Prikaz tekstova po rasponu broja pregleda – veljača 2019.



Izvor: autor Pavić, I., 2022, 37

Nakon slabije čitanosti portala 2019. godine došlo je do određenih promjena u načinu rada u sportskoj rubrici na portalu *Večernji.hr*. Dogovoreno je da se smanji broj objavljenih tekstova na dnevnoj bazi što pokazuje Grafikon 4. Na njemu je vidljivo kako je, tijekom analiziranih mjeseci, najveći broj tekstova objavljen u mjesecima koji bilježe najmanji broj *real usera*. Kvaliteta ovaj put nije bila predmet istraživanja.

Grafikon 4.: Ukupan broj objavljenih tekstova na mjesečnoj razini.

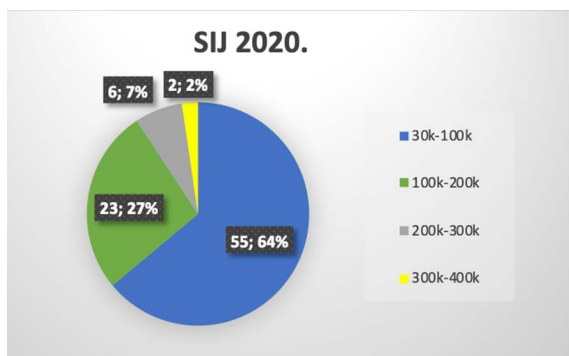


Izvor: autor Pavić, I., 2022, 33

U siječnju 2020. godine, a prema podacima iz *Večernji.hr*, postavljen je i dotadašnji rekord jedne sportske rubrike u povijesti hrvatskih *online* medija (Pavić I., 2022). Čak 86 tekstova zabilježilo je više od 30 tisuća pregleda, a od toga broja 55 tekstova imalo je od 30 do 100 tisuća pregleda, 23 teksta imala su od 100 do 200 tisuća pregleda, 6 je tekstova imalo od 200 do 300 tisuća pre-

gleda, a 2 su teksta tijekom siječnja 2020. godine zabilježila više od 400 tisuća pregleda.

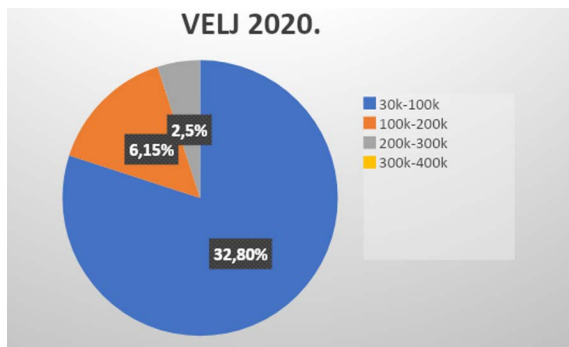
Grafikon 5.: Prikaz tekstova po rasponu broja pregleda – siječanj 2020.



Izvor: autor Pavić, I., 2022,33

U veljači 2020. godine zabilježeno je 40 tekstova s više od 30 tisuća pregleda od čega je njih 80 posto imalo do 100 tisuća pregleda. Šest tekstova imalo je od 100 do 200 tisuća pregleda, a 2 teksta imala su od 200 do 300 tisuća pregleda.

Grafikon 6.: Prikaz tekstova po rasponu broja pregleda – veljača 2020.

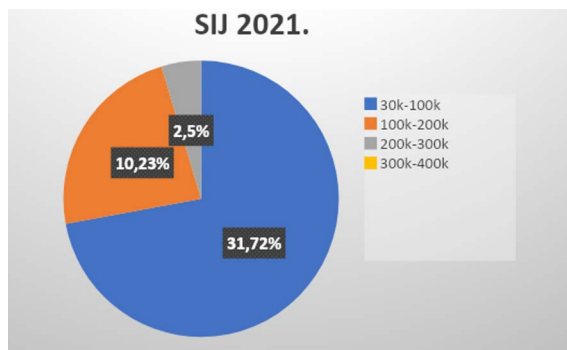


Izvor: autor Pavić, I.,2022,38

Za komparativnu analizu poslužit će rezultati u siječnju i veljači 2021. godine kada je Hrvatska rukometna reprezentacija ostvarila lošiji plasman na Svjetskome prvenstvu u Egiptu. U siječnju 2021. godine 43 teksta zabilježila su više od 30 tisuća pregleda od čega je njih 31 imalo do 100 tisuća pregleda. Od 100 do 200 tisuća pre-

gleda ostvarilo je 10 tekstova, a 2 teksta imala su do 400 tisuća pregleda. Ni jedan tekst nije imao više od 400 tisuća pregleda.

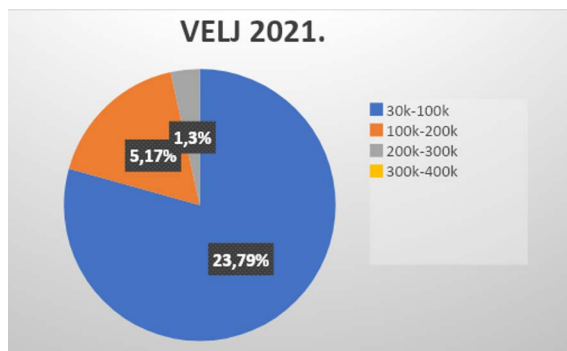
Grafikon 7.: Prikaz tekstova po rasponu broja pregleda – siječanj 2021.



Izvor: autor Pavić, I., 2022,39

U veljači 2021. godine 29 tekstova zabilježilo je više od 30 tisuća pregleda. Više od 100 tisuća pregleda imalo je šest tekstova, a samo je jedan tekst imao i više od 200 tisuća pregleda.

Grafikon 8.: Prikaz tekstova po rasponu broja pregleda – veljača 2021.

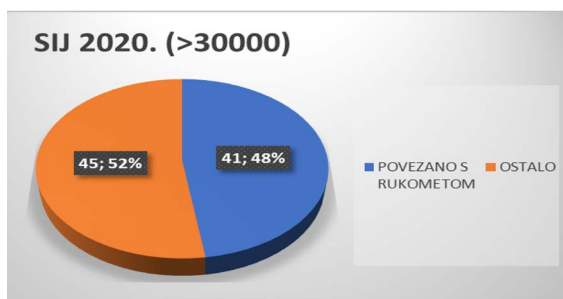


Izvor: autor Pavić, I., 2022, 39.

Sljedeća analiza odnosila se na objavljene tekstove tijekom siječnja 2019., 2020. i 2021. godine za vrijeme velikih rukometnih natjecanja, a čija su teme bile rukomet, rukometno prvenstvo i Hrvatska rukometna reprezentacija.

Grafikon 9 prikazuje da je od svih tekstova s više od 30 000 pregleda u siječnju 2020. godine, za njih 41 odnosno 48 posto bila tema Hrvatska rukometna reprezentacija ili su se odnosili na rukometno natjecanje. Među tekstovima s više od 100 tisuća pregleda njih 15 odnosno 65 posto odnosilo se na Europsko rukometno prvenstvo i Hrvatsku rukometnu reprezentaciju, dok je od dva teksta s više od 300 tisuća pregleda tema jednoga teksta bio rukomet.

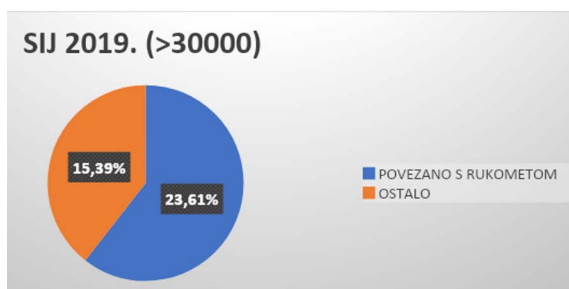
Grafikon 9.: Tekstovi u kojima je tema hrv. reprezentacija – siječanj 2020.



Izvor: autor Pavić, I.,2022,41

Grafikon 10 prikazuje rezultate analize tekstova objavljenih u sportskoj rubrici na portalu *Večernji.hr* u siječnju 2019. godine kada je Hrvatska rukometna reprezentacija zauzela šesto mjesto na Svjetskome prvenstvu. Od ukupno 38 tekstova s više od 30 000 pregleda u tome razdoblju, njih 23 odnosilo se na rukomet i Hrvatsku reprezentaciju. Samo je jedan tekst imao više od 100 000 pregleda i njegova je tema, također, bila Hrvatska rukometna reprezentacija.

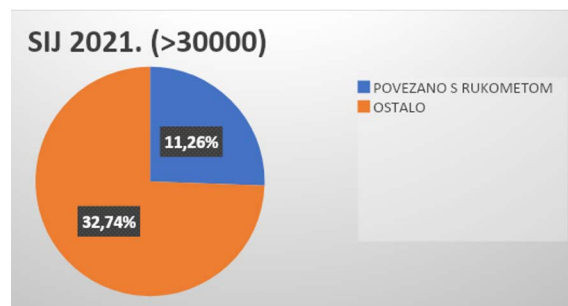
Grafikon 10: Tekstovi u kojima je tema hrv. reprezentacija – siječanj 2019.



Izvor autor Pavić, I., 2022, 41.

U siječnju 2021., kada su hrvatski rukometaši ostvarili najslabiji plasman na velikome natjecanju, u analiziranome razdoblju od 43 teksta s više od 30 tisuća pregleda, njih je 11 (26 posto) bilo povezano s Hrvatskom rukometnom reprezentacijom. Rezultati su prikazani na Grafikonu 11.

Grafikon 11: Tekstovi u kojima je tema hrv. reprezentacija - siječanj 2021.



Izvor: autor Pavić, I.,2022, 41

Analiza čitanosti portala *Index/sport*

Predmet druge analize najčitaniji su tekstovi na portalu *Index/sport* u pojedinim godinama. Prikazani su najčitaniji tekstovi na portalu 2018., 2020. i 2021. godine.

U Tablici 1 prikazani su rezultati najčitanijih tekstova na *Index.hr* u rubrici sport tijekom 2018. godine. Najčitaniji tekst na *Index/sport* opisivao je doček Hrvatske nogometne reprezentacije nakon povratka iz Rusije gdje su na Svjetskome prvenstvu osvojili drugo mjesto. Tekst s naslovom „Dalića i igrače dočekalo pola milijuna ljudi“ imao je, prema podatcima iz *Index.hr*, 440 000 ulazaka. Među deset najčitanijih tekstova na portalu još su dva teksta koji su se odnosili na nastup Hrvatske nogometne reprezentacije na Svjetskome prvenstvu. Na drugome mjestu još je jedan tekst koji opisuje pozitivan rezultat odnosno uspjeh nekoga sportaša s kojim se dominantna publika identificira. Riječ je o obrani pojasa u slobodnoj borbi Stipe Miočića, američkoga borca hrvatskog porijekla, koji je pobijedio Francisa Ngannoua. Nisu samo tekstovi koji opisuju uspjeh nekog sportaša ili ekipe među načitanijima. Tako su među deset najčitanijih tek-

stova u 2018. godini na *Index/sport* svoje mjesto našli i vijest kako je izbornik Hrvatske rukometne reprezentacije Lino Červar izostavio vratara Mirka Alilovića, zatim snimka kako Červar vuče bjeloruskoga rukometaša, ali i poraz Hrvatske nogometne reprezentacije od Španjolske sa 6 : 0. Riječ je o prvome službenom susretu Hrvatske nogometne reprezentacije nakon nastupa na Svjetskome prvenstvu u Rusiji. Treba naglasiti kako *Index.hr* u 2018. godini nije objavio brožane podatke o svim najčitanijim tekstovima te godine, nego je samo naglasio broj pregleda kod pojedinih tekstova.

Tablica 1: Najčitaniji tekstovi na *Index/sport* u 2018. godini

	TEMA ČLANKA	BROJ ULAZA
1.	DALIĆA I IGRAČE DOČEKALO POLA MILIJUNA LJUDI	440.000
2.	STIPE MIOČIĆ OBRANIO POJAS	?
3.	ČERVAR MAKNUO MIRKA ALILOVIĆA IZ REPREZENTACIJE	330.000
4.	NEW YORK TIME NAPISAO NAJLJEPŠI TEKST O POBJEDI HRVATSKE	
5.	DINAMO – HAJDUK 0:1	230.000
6.	ČERVAR VUČE BJELORUSKOG IGRAČA	?
7.	ŠPANJOLSKA – HRVATSKA 6:0	?
8.	HRVATSKA – DANSKA 1:1 (3:2)	?
9.	POGLEDAJTE ŠTO JE MIOČIĆ NAPRAVIO NGANNOUU	?
10.	SUCI UPROPASTILI FINALE DINAMO – HAJDUK	?

(Izvor: <https://www.index.hr/sport/clanak/ovo-vas-je-najvise-zanimalo-u-2018-godini-a-jedan-tekst-trebate-procitati-opet/2052795.aspx>)

Osim zbog dostupnosti rezultata, najčitaniji tekstovi na *Index/sport* u 2020. godini prikazani su i iz razloga što je te godine Hrvatska rukometna reprezentacija ostvarila uspjeh na Europskome prvenstvu. Upravo je na *Index/sport* najčitaniji tekst u 2020. godini bio vezan za Hrvatsku rukometnu reprezentaciju odnosno nastup na Europskome prvenstvu. Riječ je o *live bloggingu* polufinalnoga susreta Hrvatska – Norveška. Praćenje finalnoga susreta Hrvatske i Španjolske zauzelo je

četvrto mjesto po broju pregleda, a još su tri teksta u kojima se pratio nastup Hrvatske rukometne reprezentacije među deset najčitanijih tekstova na portalu u 2020. godini. Krajem 2020. godine uspjeh je ostvarila i hrvatska ženska rukometna reprezentacija koja je na Europskome prvenstvu u Danskoj osvojila treće mjesto što je bila prva medalja Hrvatske ženske rukometne reprezentacije na velikim natjecanjima. Životna priča najbolje hrvatske rukometašice Čamile Mičijević našla se na šestome mjestu najčitanijih tekstova.

Tablica 2: Najčitaniji tekstovi na *Index/sport* u 2020. godini

	TEMA ČLANKA	BROJ ULAZA
1.	LIVE BLOGGING POLUFINALE Hrvatska – Norveška (EP 2020.)	483.378
2.	PRIJETNJA MIRKA FILIPOVIĆA "BIT ĆE MU MALO DVA OKA ZA PLAKANJE"	386.974
3.	IZBACIVANJE NOVAKA ĐOKOVIĆA S US OPENA	319.216
4.	PRIJENOS FINALA EP HRVATSKA – ŠPANJOLSKA	276.420
5.	PRIJENOS CLUJ – DINAMO U KVALIFIKACIJAMA ZA LIGU PRVAKA	262.084
6.	PRIČA O ČAMILI MIČIJEVIĆ	223.256
7.	PRIJENOS EP HRVATSKA – NJEMAČKA	214.928
8.	VUJOVIĆEVO SLAVLJE U REPUBLICI SRPSKOJ	219.229
9.	NEVJEROJATAN POTEZ DUVNJAKA PROTIV NJEMAČKE	195.400
10.	MIOČIĆEVA OBRANA TITULE PROTIV CORNIERA	173.838
11.	BABIĆEV TRIJUMF NAD LITTLEOM	152.900
12.	PROBLEMI BORACA SA SKIDANJEM KG	149.252
13.	NAJNEVJEROJATNIJI NOKAUT U POVIJESTI UFC	149.149
14.	ODLAZAK NAJSNAŽNIJEG HRVAČA U MMA	138.811
15.	PRIJENOSI HAJDUK – DINAMO	preko 120.000
16.	PRIJENOSI HRVATSKE U LIGI NACIJA	preko 120.000
17.	BOXEN.DE PROZIVA HRGOVIĆA DA BIRA PRELAKE SUPARNIKE	112.153

(Izvor: <https://www.index.hr/sport/clanak/evo-sto-je-najvise-citali-u-2020-godini-jedan-tekst-ste-otvorili-480-tisuca-puta/2243153.aspx>)

U 2021. godini najčitaniji tekst na *Index/sport* bio je praćenje utakmice Dinamo – Tottenham u kojemu je hrvatski prvak iz Zagreba iznenadio klub iz Engleske. S 546 665 „ulazaka“ to je najčitaniji tekst dotada uopće na *Index/sport*. U Tablici 3 prikazano je 28 najčitanijih članaka u 2021. godini, a među njima su i tekstovi koji opisuju skandale ili nesreće u sportu. Poput slučaja s danskim nogometašem Christianom Eriksenom koji se usred zastoja srca srušio na teren tijekom utakmice Europskoga prvenstva između Danske i Finske. Taj je tekst zauzeo četvrto mjesto po broju pregleda. Što se tiče tekstova posvećenima Olimpijskim igrama u Tokiju, najčitaniji je bio „Bjeloruskinja otkrila najveći skandal igara“, odnosno na osmome je mjestu s 280 216 pregleda. Životna priča olimpijske prvakinje u taekwondou Matee Jelić je na 20. mjestu po čitanosti.

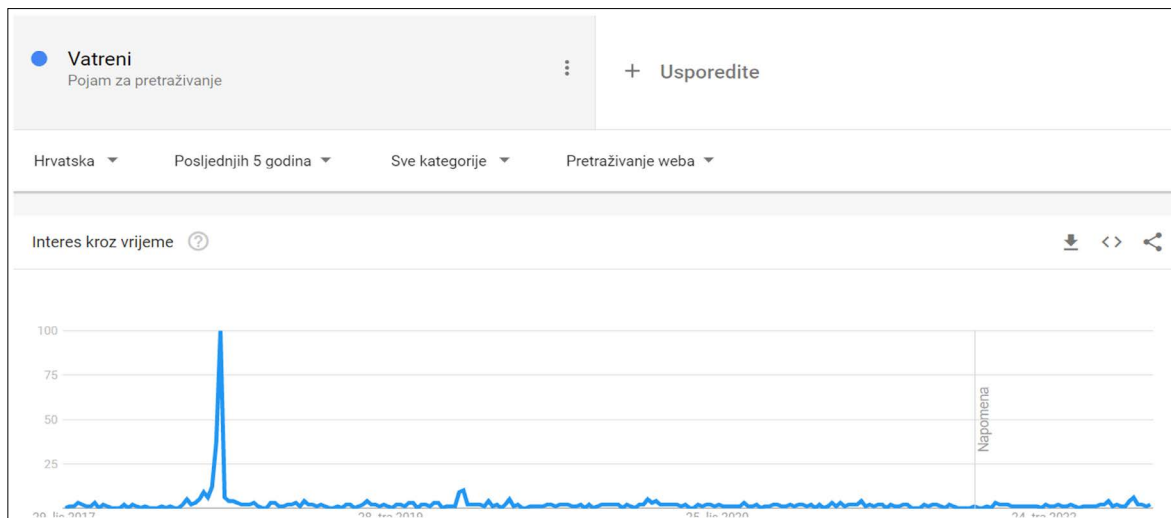
Analiza ključnih riječi u Google trends

Mrežna stranica *Google trends* prikazuje popularnost pretraživanih pojmova u *Googleovoj* tražilici u različitim državama i regijama tijekom određenoga razdoblja što također pokazuje određene trendove. U pretraživanje su upisane sljedeće ključne riječi: „hrvatska nogometna reprezentacija“, „vatreni“, Luka Modrić i Zlatko Dalić, a razdoblje u kojemu su prikazani rezultati bilo je ograničeno na pet godina odnosno od 29. listopada 2017. do 29. listopada 2022. godine kada je i provedena analiza. Kako je riječ o osobnim imenima, popularnost Luke Modrića i Zlatka Dalića ispitana je na području cijeloga svijeta, odnosno koliko su se ti pojmovi pretraživali u cijelome svijetu, dok su pojmovi „hrvatska nogo-

Tablica 3: Najčitaniji tekstovi na *Index/sport* u 2021. godini

TEMA ČLANKA	BROJ ULAZA
1. DINAMO – TOTTENHAM	546.665
2. HRVATSKA – ŠPANJOLSKA EP	457.679
3. BIJES NAVIJAČA PREMA FILIPU HRGOVIĆU	366.000
4. CHRISTIAN ERIKSEN PROTIV FINSKE	360.015
5. ŠTO SE DOGAĐA S ERIKSEKOM	335.372
6. MILAN JOVANOVIĆ O HRVATSKOM NOGOMETU	306.094
7. POBJEDA HRVATSKE NAD ŠKOTSKOM	291.711
8. BJELORUSKINJA OTKRILA NAJVEĆI SKANDAL IGARA	280.216
9. LUDI ZAVRŠETAK PRIJELAZNOG ROKA	262.567
10. BABIĆEVA PRIJATELJICA U TANGAMA	232.529
11. ATRAKTIVNA BRAZILSKA SKAKAČICA U VODU	215.315
12. KOMENTAR: DALIĆ JE NAJSLABIJA KARIKA	205.276
13. GOL MISLAVA ORŠIĆA	202.924
14. ROBERT PROSINEČKI “NE ZNAM TKO JE ANTE REBIĆ”	195.667
15. HAJDUK SVLADA O DINAMO NA MAKSIMIRU	199.643
16. MIOČIĆEV GUBITAK PORAZA	186.000
17. STIPE MIOČIĆ DAO POPULARNO HRVATSKO IME	186.000
18. ZAŠTO JE DALIĆ ZAMIJENIO VRSALJKA	179.250
19. TOBOL – HAJDUK	176.588
20. ANTE REBIĆ SE OBRUŠIO NA IZBORNIKA	170.006
21. TKO JE DJEVOJKA KOJA JE UTRČALA NA TEREN	170.006
22. NAVIJAČ LIVERPOOLA SPASIO GRB U KUĆI U PETRINJI	170.006
23. MATEA JELIĆ U DRUŠTVU NOVAKA ĐOKOVIĆA	170.006
24. ODGOVOR ŽENE NAVIJAČA DAMIRU TRUTU	170.000
25. ŽESTOKA PORUKA TONČIJA KUKOČA	170.000
26. ŽIVOTNA PRIČA MATEE JELIĆ	170.000
27. POBJEDA BABIĆA PROTIV MOLINE	170.000
28. REMI HAJDUKA I OSIJEKA NA PUNOM POLJUDU	160.000

(Izvor: <https://www.index.hr/sport/clanak/evo-sto-ste-najvise-citali-u-2021-godini-jedan-tekst-otvorili-ste-550-tisuca-puta/2329390.aspx>)

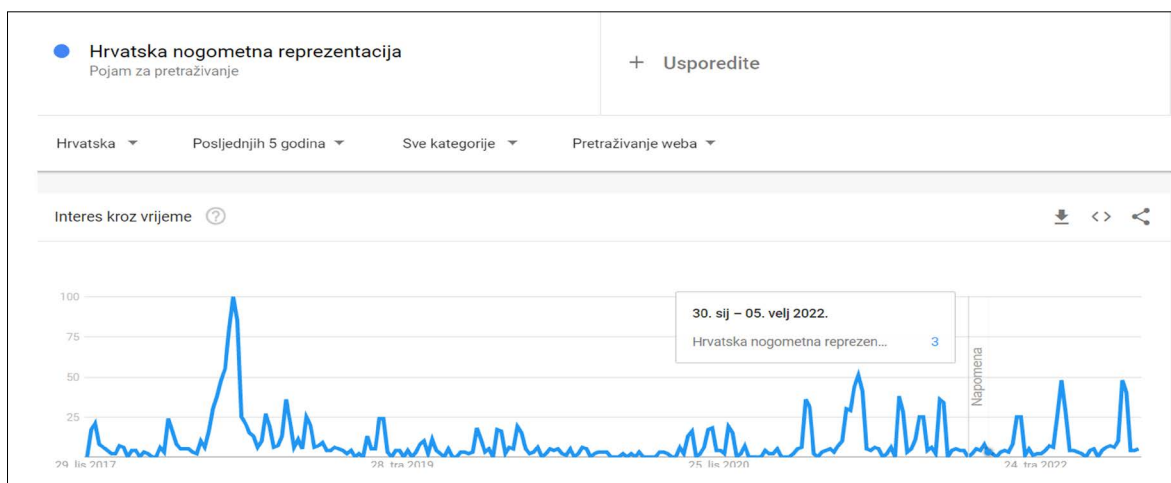


Grafikon 12: Analiza pretraživanja u googleu pojma „vatreni“ u posljednjih pet godina (izvor google trends)

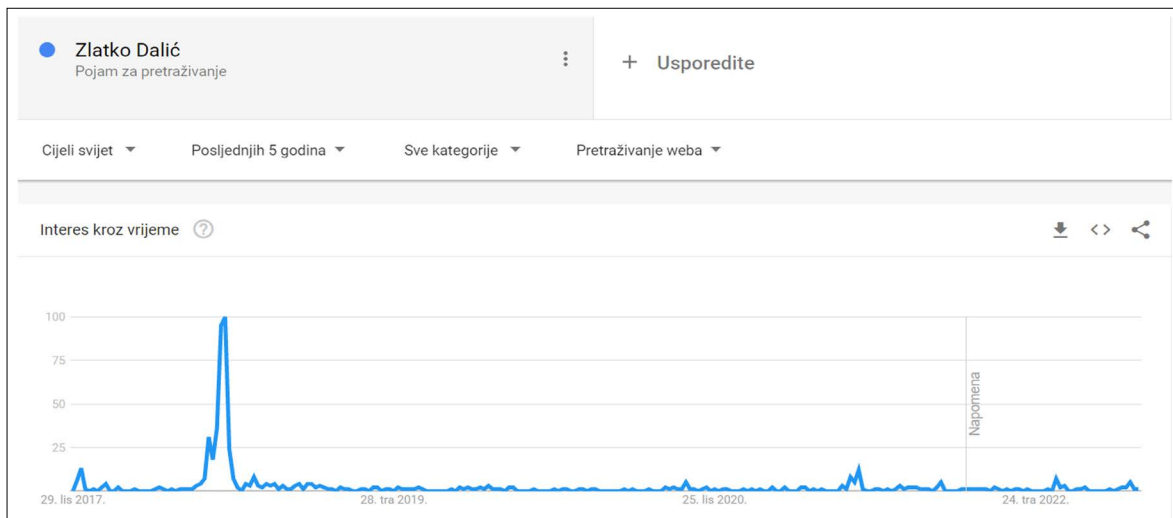
metna reprezentacija“ i „vatreni“ bili ograničeni isključivo na pretragu u Hrvatskoj.

Na Grafikonu 12 prikazano je pretraživanje u Google tražilici pojma „vatreni“ za područje Republike Hrvatske u razdoblju od 29. listopada 2017. do 29. listopada 2022. godine. „Vatreni“ je nadimak Hrvatske nogometne reprezentacije koji se od početka nastupa hrvatskih nogometaša na najvećim natjecanjima učestalo koristi u hrvatskim medijima. Iz Grafikona je vidljivo kako je najveći rast zabilježen tijekom srpnja 2018. godine, a pojam se najviše puta pretraživao tijekom 15. i 16. srpnja

2018. godine, na dan odigravanja finala Svjetskoga nogometnog prvenstva, odnosno dan nakon finala. Za isto područje Republike Hrvatske testiran je pojam „hrvatska nogometna reprezentacija“ odnosno koliko se ključna riječ pretraživala u Google tražilici u razdoblju od 29. listopada 2017. do 29. listopada 2022. godine. Iz Grafikona 13 također je vidljivo kako je najveći rast zabilježen tijekom srpnja 2018. godine. Pojam se najviše pretraživao u razdoblju od 8. do 14. srpnja znači uoči finalne utakmice, dok je početak pada zabilježen već 15. srpnja. Brojke odnosno zanimanje



Grafikon 13: Analiza pretraživanja u googleu pojma „hrvatska nogometna reprezentacija“ (izvor: Google trends)



Grafikon 14: Analiza pretraživanja u googleu pojma „Zlatko Dalić“ (Izvor: Google trends)

za pojam nikada kasnije nisu bili ni približni. Na Grafikonu 14 prikazana je analiza pretraživanja u Google tražilici pojma Zlatko Dalić. Riječ je o izborniku Hrvatske nogometne reprezentacije. Kako je riječ o osobnome imenu i prezimenu, prikazani su rezultati pretraživanja na području cijeloga svijeta. Pojam Zlatko Dalić najviše se pretraživao tijekom 15. i 16. srpnja 2018. godine odnosno za vrijeme odigravanja finalne utakmice Svjetskoga nogometnog prvenstva između Hrvatske i Francuske, odnosno dan nakon odigranoga finala.

Područje cijeloga svijeta analizirano je u Google trendovima i za pojam Luka Modrić, kapetana Hrvatske nogometne reprezentacije i nogometaša madridskoga *Real*a, koji je 2018. godine proglašen za najboljega nogometaša svijeta. Tijekom analiziranog razdoblja od 29. listopada 2017. do 29. listopada 2022. godine ključne riječi Luka Modrić najčešće su se pretraživale u razdoblju od 15. srpnja do 21. srpnja 2018. godine što je prikazano na Grafikonu broj 15.



Grafikon 15: Analiza pretraživanja u googleu pojma „Luka Modrić“ (Izvor: Google trends)

RASPRAVA

Nakon provedenih analiza sadržaja na različitim portalima i pretraživačima kvantitativnom metodom utvrđeno je da su publici najprivlačniji sadržaji oni koji su vezani za uspjeh sportaša, kluba ili reprezentacije.

Kvantitativna analiza portala *Večernji.hr* u sportskoj rubrici, tijekom mjeseci kada su održana velika rukometna natjecanja, a prema Grafikonu 1, pokazala je kako je najveći broj *real usera* portal imao u siječnju 2020. godine, odnosno u razdoblju kada je Hrvatska rukometna reprezentacija ostvarila najbolji rezultat na sva tri natjecanja koja su bila fokus analize. U siječnju 2020. godine zabilježeno je najviše tekstova s više od 30 000 tisuća pregleda što je prikazano na Grafikonu 5. Kvantitativna analiza također je pokazala da za porast broja *real usera* nije bitna količina objavljenih tekstova. Kako je uspjeh rukometne reprezentacije Hrvatske utjecao na broj pregleda, prikazano je na Grafikonu 9 gdje je od svih tekstova s više od 30.000 pregleda tijekom siječnja 2020. godine njih 41 bilo na temu Hrvatske rukometne reprezentacije ili su se odnosili na Europsko rukometno prvenstvo odnosno više nogoli u siječnju 2019. i siječnju 2021. godine što je prikazano na grafikonima 10 i 11.

U prikazima najčitanijih tekstova na *Index.hr/sport* tijekom 2018., 2020. i 2021. godine u tablicama 1, 2 i 3 vidljivo je kako su u svim analiziranim razdobljima najčitaniji tekstovi u godini bili uvijek oni koji su se odnosili na uspjeh kluba, sportaša ili reprezentacije. Među najčitanijim tekstovima tijekom godine ipak su i oni koji opisuju skandale ili nesreće u sportu što dokazuje kako su i loše vijesti privlačne sportskoj publici. Kvantitativnom analizom u sportskoj rubrici na *Večernji.hr* u raspravi je utvrđeno da je najveći broj tekstova s više od 30 000 pregleda zabilježen u razdoblju kada je Hrvatska rukometna reprezentacija ostvarila najveći uspjeh što je prikazano na Grafikonu 5. Najčitaniji tekstovi u tri analizirane godine na portalu *Index.hr/sport* odnosili su se na uspjehe različitih reprezentacija i klubova što je vidljivo u tablicama 1, 2 i 3, a prikazom pretraživanja u *Google* tražilici pomoć

ću *Google trends* u raspravi je vidljivo da su pojmovi bili najčešće pretraživani za vrijeme ostvarivanja sportskoga uspjeha, a što je prikazano na grafikonima 12, 13, 14 i 15. Urađenim i prikazanim analizama opravdan je i cilj rada. Sportski uspjeh utječe i na medijsko praćenje u medijima. Publici su sportski uspjesi privlačniji u usporedbi s tekstovima u kojima se u sportu prikazuju skandali, incidenti, svađe unutar momčadi ili između sportaša, pa i sami porazi, premda skandali također privlače publiku, što je prikazano u tablicama 1, 2 i 3.

Pretraživanjem ključnih pojmova, uz pomoć alata *Google trends*, što je prikazano na grafikonima 12, 13, 14 i 15, dodatno je potvrđena hipoteza kako sportski uspjeh privlači publiku. Ključne su se riječi najviše pretraživale u vrijeme najvećega sportskog uspjeha.

ZAKLJUČAK

Svaka pobjeda, osvajanje trofeja bilo na državnoj ili međunarodnoj razini sportski je uspjeh. Sportski je uspjeh onaj rezultat koji je sportaš ili ekipa ostvarila u skladu sa svojim mogućnostima i očekivanjima. Uspješni rezultati privlače i masovnu publiku koja informacije o sportašima ne traži više samo putem tradicionalnih medija nego i na društvenim mrežama i portalima.

Na temelju analize različitih hrvatskih portala i pregledom ključnih riječi u tražilici *google trends*, što je prikazano u radu na grafikonima i tablicama, potvrđene su hipoteze kako sportski uspjeh u najvećoj mjeri povećava zanimanje za praćenje određenoga sporta, sportaša, sportskoga kluba, reprezentacija ili samoga sportskog događaja i kako sportski uspjeh utječe i na njihovo praćenje. Uspjeh, također, afirmira praćenje u medijima i povećava zanimanje kod publike, više od skandala ili bilo kojih drugih negativnih sportskih vijesti u sportskim rubrikama. Ovaj bi rad bio još obuhvatniji da smo uradili komparativnu kvantitativnu analizu između nekoliko pozitivnih i negativno intoniranih vijesti, odnosno vijesti koje prate sportski uspjeh i sportski neuspjeh. Zato smatramo kako rad može biti temelj

za buduća istraživanja i analize, posebno kada je riječ o usporedbi je li sportska rubrika jedina rubrika u medijima u kojoj pozitivna vijest više privlači od negativne vijesti. Zbog toga je potrebno provesti kvalitativnu komparativnu analizu sadržaja sportskih i ostalih rubrika u medijima što otvara mogućnosti za buduće radove.

LITERATURA

- Covey, R. S. (1998). *Sedam navika uspješnih ljudi*. Zagreb: Mozaik knjiga.
- Collins, J. (2007). *Od dobrog do izvrsnog (Good to great)*. Zagreb: Nakladnik Binoza press.
- Gaunt, P. (1990). *Choosing the News*, New York/London: Greenwood Press.
- Grunig J., Hunt T. (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Le Associates, Hillsdale: New Jersey.
- Mayeux, P. E. (1991). *Broadcast News, Writing and Reporting*, Dubuque: W im. C. Brown Publishers.
- Tomić, I. (2021). *Menadžment i komunikacija u sportu*, Zagreb: Synopsis.
- Tomić, Z. (2008). *Odnosi s javnošću, teorija i praksa*, Zagreb – Sarajevo: Synopsis
- Tuggle, C. A. (2001). *Broadcast News Handbook*, New York: Mc Graw Hill.
- Vasilj, M. (2014). *Sportsko novinarstvo*, Zagreb/Sarajevo/Mostar: Synopsis.
- Bar Eli, M., Plessner, H., Raab, M (2011). *Judgement, decision making and success in sport*, Wiley-Blackwell, Chichester UK. https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=W-w5IEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=succes+in+sport&ots=Tc0fm3OE7r&sig=fs-J8wwIGO4pxmkPGGR10pNS84Q8&redir_esc=y#v=onepage&q=succes%20in%20sport&f=false, 21. travnja 2023.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Michigan: Free press
- Iancheva, T., Kuleva, M. (2017). *Cope with success in sport*, Sofia: National sports Academy https://www.researchgate.net/publication/329092935_COPE_WITH_SUCCESS_IN_SPORT, 21. travnja 2023.
- Pavić, I. (2022). Utjecaj sportskog uspjeha na čitanost na primjeru analize portala Večernji.hr, diplomski rad: Sveučilište Sjever, Koprivnica (<https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin:4749>), 25. listopada 2022.
- Perišin, T. (2004). Profesionalni kriteriji selekcije vijesti i utjecaj javnosti, *Politička misao*, 2(41).
- Wooden, J., Yaeger, D. (2011). A game plane for life, the power of mentoring. <https://www.prnewswire.com/news-releases/in-the-december-issue-of-success-discover-how->, 25. listopada 2022. <https://audience.gemius.com/en/>, 21. kolovoza 2021. <https://www.index.hr/sport/clanak/ovo-vas-je-na-jvise-zanimalo-u-2018-godini-a-jedan-tekst-trebate-procitati-opet/2052795.aspx>, 25. listopada 2022. <https://www.index.hr/sport/clanak/evo-sto-ste-na-jvise-citali-u-2020-godini-jedan-tekst-otvorili-480-tisuca-puta/2243153.aspx>, 25. listopada 2022. <https://www.index.hr/sport/clanak/evo-sto-ste-na-jvise-citali-u-2021-godini-jedan-tekst-otvorili-ste-550-tisuca-puta/2329390.aspx>, 25. listopada 2022. <https://trends.google.com/trends/?geo=HR>, 29. listopada 2022.

THE INFLUENCE OF THE SUCCESS IN SPORTS ON MEDIA COVERAGE

ABSTRACT

Sports is one of the few sections in the media where “good news” increases the audience’s interest in sports content. Victory and achieved results in sports are considered good news, which is less and less represented in contemporary media. The paper aims to show the impact of sports success on media coverage and increased interest in the media, using examples of significant sports results. The main hypothesis of the paper is that success in sports increases the interest of the media audience. In this sense, sports success and the procedures and techniques of creating publicity for athletes and sports organizations are defined, which is a prerequisite for later research. The paper analyzes various media and their content during competitions in which Croatian athletes achieved sporting success. In addition, the paper analyzes the readership of texts published during similar competitions in which the expected result was absent. In addition to the analysis of the content of the Croatian media, analysis from other Internet sources was taken to confirm the hypothesis. Besides the content analysis method, a quantitative and comparative method with exact data was applied. To a lesser extent, a qualitative method was used to recognize success or failure as good or bad news in the texts. The results and discussion show the correctness of the research objective and the set hypothesis.

Keywords: sports media, success in sports, coverage, google trends