

UDK: 070.446 (497.6)
Stručni rad
27. III. 2023.

DEJANA RADOVANOVIĆ ŠARENAC*

SPORTSKO NOVINARSTVO U BIH – SPECIFIČNOSTI U IZVJEŠTAVANJU I NOVINARSKA DEONTOLOGIJA

SAŽETAK

Suvremene medijske tehnologije strukturalno, formalno i temeljno oblikuju novinarsku profesiju, a izmještanje sportskoga novinarstva „s polica s igračkama“, gdje se smještalo zbog mišljenja da se ne bavi ozbiljnim temama, u sferu značajna, važna i ekonomski vrijedna medijskog sadržaja možda je njihov presudni utjecaj. Sportski sadržaji postali su nezaobilazan dio medija jer imaju izrazito visok stupanj interesiranja u javnosti. I dok su sportski novinari nekada bili „naoružani“ statistikama i važili za dobre poznavatelje sporta, njihove nasljednike danas odlikuju interaktivnost, konvergencija, hipertekstualnost i prilagođavanje na potrebu drugačijega oblikovanja i formatiranja sadržaja. Te i takve promjene nesumnjivo su sferu novinarske deontologije i same profesije potisnule u drugi plan. Uloga i važnost sporta u suvremenome svijetu i životu svakoga pojedinca stvorile su i jednu novu sastavnicu sportskoga novinarstva koja se ogleda u njegovoj ulozi sukreatora društvenih prilika. Mnogi politički događaji izazvani događanjima na sportskim terenima, mišljenjima i stavovima vrhunskih sportaša o, uvjetno rečeno, nesportskim temama postali su dio kulturnoga i nacionalnoga identiteta, a ostvareni sportski uspjesi i priznanja kolektivna nacionalna euforija. U Bosni i Hercegovini, specifičnoj po svojoj ustavnoj strukturi, podijeljenoj po entitetskome i etničkome konceptu, sastavnica sportskoga novinara, kao sukreatora društvene stvarnosti, posebno je izražena, što ćemo u ovome radu i izložiti.

Ključne riječi: Mediji, sportsko novinarstvo, novinarska deontologija, Bosna i Hercegovina.

UVOD

Vrijeme nastanka ovoga rada omogućava nam da sveukupnu društvenu stvarnost i njezine aktere, pojedince, grupe i zajednice, promatramo i/ili projektiramo kroz prizmu *globalnoga stadiona*. Sportski nogometni spektakl u Katru, barem na mjesec dana, okupio je i, možemo reći, zbližio nogometne obožavatelje, zaljubljenike u igru između stativa, bolje i slabije poznavatelje, navijačke grupe, nacionalne sportske saveze i one koji su u suvremenome umreženom svijetu manjina i ne preferiraju nogomet i sport, ali su, htjeli to ili ne, uhvaćeni u mrežu događanja na 22. Svjetskome prvenstvu u nogometu. Davno je prošlo vrijeme jasnih podjela i granica na one koji neizostavno prate značajne sportske događaje i one, uvjetno rečeno, nezainteresirane članove društva koji su razdoblje velikih sportskih nadmetanja koristili kao priliku za sebe, izolirani od sportskih aktualnosti. Globalizacija u smislu planetarizacije i kao sinonim mondijalizacije jest „društveni proces međusobnog povezivanja ljudi na planetarnom nivou koji je omogućen ogromnim naučnim i tehničko-tehnološkim progresom, društveno-političkim promjenama (...) i pretenzijama transnacionalnih kompanija kojima su nacionalna tržišta postala skućena“ (Šuvaković, 2009: 469-470). Izazvala je tektonske promjene u društvenim, političkim, ekonomskim područjima, promijenila kulturne obrasce i preoblikovala komunikacijsku sferu. Medijski centri akumuliraju monopol gigantskih razmjera, postajući moćna sila koja „globalnu kulturu pretvara u prividno univerzalnu, stvara svet *hiperrealnosti* simulakruma, veštački konstruisane stvarnosti i, sledeći svoje afinitete, kreiraju realnost“ (Pečujlić, 2002: 79). Sveukupno preoblikovanje društvenih obrazaca i modela komunikacije uzrokovalo je i promjene u sferi sporta koji je u suvremenome svijetu izišao iz okvira prirodne potrebe ljudi za fizičkim aktivnostima i težnji da se ostvari sklad duha i tijela.

Smatra se da nije slučajno to što je interes prema sportu vrlo raznolik. Sportski interesi igraju važnu komunikacijsku ulogu u društvu stvarajući mnogobrojne veze između ljudi u socijalnoj, psihološkoj, poli-

tičkoj i ekonomskoj sferi čovjekovih djelatnosti. Drugi, ne manje važni interesi sporta, leže u sferi radne djelatnosti jer za mnoge sport je profesija. Također predstavlja subjekt i dio je masovne kulture. (...) Sport je uvijek predmet interesa najšire javnosti i izložen je neprestanom fokusiranju sredstava masovnog informiranja. U mnogome je zrcalo i odraz prirodnog stanja društva (Tomić, 2016: 549).

Uspoređujući tvrdnje da su mediji ogledalo društva i Tomićev osvrt da je *sport zrcalo i odraz prirodnog stanja društva*, na primjeru Bosne i Hercegovine, s aspekta složenosti njezine unutrašnje strukture i relevantnosti odnosa i veza s cjelinom, uočava se izvjesna proturječnost s gledišta društvenoga fenomena sporta i odnosa koji se na tome polju razvijaju. Predmet interesiranja društvene su promjene izazvane ekspanzijom medija i njihovim tehnološkim razvojem pod utjecajem procesa globalizacije, a posebno u domeni sporta i sportskoga novinarstva. S tim u vezi referirali smo se na nekolicinu relevantnih teorijskih pristupa i usredotočili se na narativni opis društvenih pojava i na izlaganje smisla i značenja koje pojedini događaji i akteri imaju na promatrane društvene pojave. U skladu s iznesenim opažanjima i tvrdnjama pri izradi rada koristili smo se metodom deskripcije da bismo opisali osnovne pojmove i pojave i osigurali objektivnost pri analizi tekstova u vezi s tematikom.

SUVREMENO NOVINARSTVO I SPORT

Rana spoznaja o mogućnostima uvjeravanja i usmjeravanja javnosti prema potrebama vlasnika kapitala, tržišta i političara u prvi plan stavlja dvije, na ekonomskoj i političkoj moći, ustanovljene funkcije medija, propagandnu i manipulativnu. Trend razvijen u zapadnim zemljama medije je pretvorio u kontrolora misli masa, kreatora događaja, neslućeno moćne katalizatore događanja nad kojima ne postoji društvena kontrola. Gubitak osnovne funkcije medija, trenutak kada su prestali pokazivati, prenositi i informirati te počeli stvarati i kreirati tu evoluciju, prema Balu, dovršilo je nakon 1960. godine carstvo koje su zasnovali

čudni prozorići (Bal, 1997: 11). Carstvo televizije počiva isključivo na logici i zakonima tržišta koje ovaj medij opredjeljuje kako bi selekcijom, redukcijom i banalizacijom, ukratko oblikovanjem vijesti, predvidio, nametnuo zaključak i utjecao na stavove javnosti. Razdoblje kasnih osamdesetih godina 20. stoljeća i uspostavljanje integriranog medijskoga tržišta autori Herman i Mekcesni poistovjećuju s usponom neoliberalne politike slobodnoga tržišta u kojemu „globalni medijski sistem predstavlja nužnu komponentu globalizacije tržišne ekonomije u cjelini“ (Herman i Mekcesni, 2004: 279). Broj pretplatnika postao je važniji od istine, a broj oglašivača od oboje. Tehnološki razvoj pogodio je superiornim medijima koji su s vremenom obogaćivali fond manipulativnih metoda i tehnika i izrasli u „divove psihološke propagande koji danas stvaraju neverovatno maštovite modele za kalupljenje mišljenja javnosti, pa systemske Levijatan laži i stereotipi obmanjuju i opredeljuju čitave segmente publike otklanjajući pažnju sa pravih činjenica“ (Jevtović, 2003: 23). Ogromna moć medija, a posebno televizije, koja je stvorila svijet bez smisla „koji nas ništa ne pita i koji nam ne dozvoljava da bilo šta radimo, ali koji je beskrajno zabavan“ (Postman, 2005: 77), u drugi plan potisnula je interese i potrebe konzumenata medijskih proizvoda. Potreba za objektivnom informacijom zadovoljava se samo u mjeri u kojoj ne ometa interese uskoga kruga političkih i ekonomskih moćnika, pa je medijsko tržište preplavljeno *servilnim novinarstvom* (Hallimi, 2002). Fascinantan razvoj tehnologija i s tim i medija, uspostavio je jednu novu razinu lako umnoživih i strukturiranih informacija, dostupnih u svakome dijelu zemlje. Homogena publika nestala je zajedno s državno-stranačkim televizijskim i radijskim kanalom i nekolicinom nacionalnih dnevnih novina i danas se dijeli na stotine programa elektroničkih i izdanja tiskanih medija, sve više okrenuta društvenim mrežama i različitim digitalnim platformama. Bura, koju je u sredstvima masovnog komuniciranja izazvala globalizacija, nepovratno promijenila je i novinarsku profesiju i njezin najvažniji proizvod – informaciju. Danas je to roba, kao i svaka druga, koja se stvara, kreira, oblikuje, odabire, dizajnira i pakira kako bi, različitim distributivnim modelima, doprla do što većega broja konzumenata. Preobražaji koji su nastali i mije-

naju se pod utjecajem tehnoloških dostignuća, medijima omogućavaju da auditorij ciljano oblikuju i usmjeravaju u pravcu konstruirane stvarnosti. Novinari, koristeći dostupne alatke, događajima tempiraju pažnju, selektiraju informacije, modeliraju kontekst kako bi, naoko nenamjerno, utjecali na stavove i mišljenja recipijenata. U tim aktivnostima ogleda se, konceptualno i temeljno, razlika tradicionalnoga poimanja novinarstva, iz doba kada je predstavljalo četvrti stub demokracije, i suvremenoga koje je „evoluiralo u osmišljen proces kreiranja značenja“ (Jevtović, Petrović, Aracki, 2014: 39).

Globalizacija je presudno utjecala, između ostalih oblasti društvenoga života, i na sport. Iako su mediji i sport od samih početaka išli ruku pod ruku, sportski sociolozi složni su u ocjeni da je upravo televizija „odigrala ključnu ulogu u rastu zarade u sportu, poglavito u nogometu“ (Vasilj, 2014: 20). Sport postaje planetarno popularan i neizostavan dio svakodnevice zahvaljujući medijima, čijim se posredovanjem sportski događaji i nametanja pomjeraju s mjesta događaja, zajedno s akterima, i postaju roba kojom se opslužuju mase. Tako je stvoren novi prostor koji su za sebe priskrbili ekonomsko-profitni subjekti radi učinkovite promocije i prodaje svojih proizvoda. Sport je postao potpuno zavisian od novca dobivena reklamiranjem i raznim oblicima sponzorstva, što je utjecalo na neraskidivo povezivanje medija i sporta o čemu govori i Coakley (2011). On ističe da je riječ o recipročnoj povezanosti medija i sporta, pri čemu je stvoren utjecaj jedne društvene sfere na drugu kao i njihova međusobna zavisnost. Korist je obostrana, dok televizije značajan dio svojih programskih shema popunjavaju sportskim sadržajima, čime osiguravaju visoke rejtinge gledanosti i ogroman interes oglašivača, sportski klubovi od prodaje televizijskih prava na emitiranje ubiru značajna financijska sredstva. Odnos između sporta, medija i ekonomskoga sustava Altheide i Snow (1998) objašnjavaju kroz pojam medijizacije¹, kao komunikacijsko-znanstvenoga koncepta koji

1 „Medijizacija je dugoročni proces strukturalnih promjena u društvu i kulturi u kojima mediji zauzimaju značajno mjesto u smislu definisanja društvene stvarnosti i uslova socijalne interakcije/kulture“ (Hjarvard, 2008: 113).

počiva na tezi da o masovnim medijima ovise ekonomski interesi i sport. U tome smislu, obim medijizacije zavisi od stope interesa javnosti, pa se svojstveno tomu intenzitetu izdvajaju sportski događaji koji imaju najveću gledanost. Najvažnija poveznica između medija i sportskih klubova svakako su novinari. Dosadašnja praksa nedvosmisleno je potvrdila da specijalizacija u novinarskome izvještavanju medijima osigurava prijeko potrebne attribute – pravovremenost, dosljednost blisku originalnu saznanju, zanimljivost, integritet i civiliziranost. U medijskim redakcijama postoje dvije vrste novinara: dežurni novinari, koji prema dnevnoj dispoziciji prate različite teme, od anketa na ulici i pazarnoga barometra, *press*-konferencija visokih dužnosnika, izvanredne i krizne situacije pa do izravnih uključenja u centralne informativne emisije, u praksi, a nerijetko i stručnoj literaturi te se nazivaju svaštarima. Krase ih brzina, spretnost, prilagodljivost situaciji, ali i površnost, odnosno, posjedovanje neophodnih saznanja i činjenica potrebnih za kreiranje vijesti ili dnevnoga izvještaja. U drugu grupu spadaju novinari specijalisti u određenim područjima koji važe za dobro obaviještene i upućene u sva sektorska događanja, po pravilu iskusniji su i s razvijenom sposobnošću procjene događaja i analize uočena trenda u određenome području. Ovu svojevrsnu specijalizaciju novinara svakako bi trebalo razvijati i potencirati u sportskome novinarstvu, kao posebnoj vrsti novinarstva. I dok u nekoj od tradicionalnih redakcija ili rubrika, poput unutrašnje i vanjske politike, dežurni novinari imaju veoma važnu ulogu i mjesto, u redakcijama za ekonomiju, kulturu i sport trebali bi biti angažirani novinari specijalisti koji će svojim specifičnim znanjima iz područja, iskustvom, ali i ugledom stečenim unutar područja svoga rada, ostvarenim vezama i kontaktima, svakako pridonijeti kvaliteti, ugledu i zastupljenosti određenoga medija. U području informiranja o sportu izazovi su još veći zbog sveprisutnosti i brojnosti novih medija i erupcije tzv. građanskoga novinarstva gdje se dominantno iznose subjektivni i neutemeljeni stavovi, neprovjerene informacije, snimci sumnjiva sadržaja i autentičnosti. Važno je istaknuti da su i izvještaji sa sportskih terena medijski posredovana stvarnost sporta, jer se stvarna

događanja na nekome sportskom događaju ne poklapaju s medijskim sadržajem toga događaja. Novinar ne može prenijeti sve detalje nekoga sportskog događaja, pa selekcijom i redukcijom sadržaja izdvaja podatke koje smatra da su važni, vrijedni i relevantni. Na proces selekcije sadržaja utječu brojni čimbenici, a finitet novinara prema određenomu sportu ili sportskomu klubu i akteru, određeni interesi unutar samoga medija, dužina trajanja, planirano vrijeme emitiranja, iz čega proizlazi finalni medijski proizvod koji je posredovana slika stvarnoga sportskog događaja i ne oslikava svu njegovu kompleksnost. Tako konstruirana medijska slika predstavlja redukciju kompleksnosti, odnosno ono što Loosen (1998) opisuje kao posredovanu stvarnost sporta u medijima nastalu na temelju simbiotičkoga odnosa između sporta i novinara. Novinarstvo bi trebalo težiti idealu istine, novinari bi trebali uvijek pitati, propitivati, istraživati, kreirati informacije i ideje, ali i utjecati na mišljenje. Uza sve izneseno, dodajmo i Vasiljevu definiciju sportskoga novinarstva, kao posebne vrste novinarstva, koje

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).

Svaki zaposlenik novinarske profesije, pa tako i sportski, obvezan je u svome radu javni interes i dobro staviti ispred osobnoga i privatne koristi, izrečenomu dati pravo značenje, biti civiliziran, u priču uključiti sve zainteresirane strane i aktere, ponuditi dovoljno kvalitetnih podataka da se o informaciji može korektno suditi i preuzeti odgovornost za ono o čemu obavještava. Kompetencije sportskoga novinara proizlaze iz akademskoga obrazovanja, spektra znanja iz drugih znanstvenih područja, razvijenih komunikacijskih sposobnosti, vještina u pisanju i vladanju tehnologijama, razvijena sportskog duha, naklonosti i talenta za sport, poznavanja sporta i sportskih disciplina, poznavanja potreba publike i novinarske deontologije.

NOVINARSKA DEONTOLOGIJA I SPORTSKO NOVINARSTVO U BIH

Ishodište je novinarske profesije objektivnost i novinar mora intelektualno, duhovno i stvaralački nadvladati nacionalnu, etničku, socijalnu, emotivnu i svaku drugu percepciju vlastite individue jer je pozvan procijeniti događaje ili pojave, izvještavati i objašnjavati njihovu važnost. „Za većinu novinara objektivnost je svetinja, ali takođe postoji shvatanje stava da je apsolutna objektivnost iluzija“ (Dej, 2008: 57). Promatrajući teoretski postavljena pravila ponašanja za novinare i njihove obveze, može se pretpostaviti da u izvršavanju svoga osnovnog zadatka, informiranja javnosti, zaposlenici javne riječi i nemaju tako težak zadatak. To je samo na prvi pogled točno, jer zbog obveze da primatelju poruke osigura blagovremene i sveobuhvatne informacije, na temelju kojih recipijent treba samostalno formirati svoje mišljenje, novinar se suočava s dvojbama, primjerice kako iz pregršt izbora selektirati činjenice, na koji način ih prezentirati, kojim komunikacijskim kanalima, kako eliminirati subjektivnu procjenu događaja i interpretirati ih, kako ublažiti pritisak rokova i volju urednika i izdavača. U oblikovanju poruka koje potiču recipijente na stvaranje i zauzimanje osobnih stavova novinar je ponajprije dužan plasirati pouzdanu, relevantnu i sveobuhvatnu informaciju. Preduvjeti za takvu novinarsku aktivnost jesu privrženost i određenost prema kriterijima i mjerilima dobra i pravedna djelovanja. Transponiranje sporta s margina i *polica s igračkama* u samo središte medijske pažnje i svakodnevice, uz presudan financijski moment sporta u medijima, ističe još jednu sastavnicu sportskoga novinarstva kao sukreatora društvenih prilika. Brojne su situacije kada su događanja na sportskim terenima inicirala značajne političke događaje. Događaji na nogometnoj utakmici zagrebačkoga *Dinama* i beogradske *Crvene zvezde* 13. svibnja 1990. godine² i nemiri koje su izazvali

2 Američka televizijska kuća CNN taj događaj uvrstila je među pet nogometnih utakmica koje su promijenile svijet, pozicionirajući događanja na zagrebačkome Maksimiru na četvrto mjesto. <https://www.google.com/search?q=jutarnji.+hr+utakmica+dinamo+crvena+zvezda&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab> pristupljeno: 30. 11. 2022.

navijači dvaju nogometna kluba, *Bad Blue Boys* i *Deliye*, u teoriji i potonjoj praksi označeni su kao prekretnica u pozicioniranju i značaju sportskoga novinarstva. Sportskim novinarima tada je, mnogo više od znanja o sportu i posebno nogometu, trebalo znanje o političkome sustavu tadašnje države, prevladajućim političkim i međunacionalnim odnosima, psihologiji grupe i masa. Izdvajamo i događaj na nogometnoj utakmici u okviru kvalifikacija za EURO 2016. između Srbije i Albanije, koja se igrala u Beogradu, kada je tijekom utakmice iznad stadiona preletio dron s državnom zastavom Albanije. Većina i danas ne zna konačan rezultat utakmice, informacija o strijelcima zahtijeva pomno pretraživanje iako su to podatci neophodni za sportski izvještaj, što ovaj događaj po svojoj prirodi i jest. Međutim, pažnja je javnosti preusmjerena i izmještena u sferu politike, a sportski novinari bili su u obvezi pružiti sve relevantne informacije o povijesti političkih i državnih odnosa Srbije i Albanije, ustavno-pravnome poretku Srbije u odnosu na pitanje Kosova, politički stav Albanije o tome, kao i činjenicu da je pilot drona zatražio azil u Hrvatskoj.

I dok je svjetska populacija, koja je nedavno premašila brojku od osam milijardi, većinski uživala u blagodatima raznovrsnih i lako dostupnih medijskih sadržaja i formata, prateći događanja na Svjetskome prvenstvu u Katru, u BiH razvila se polemika o televizijskim pravima i prirodi odnosa sportskoga komentatora spram nacionalnih selekcija, sudionica Svjetskoga prvenstva. Prava za emitiranje utakmica sa SP-a u Kataru otkupio je Javni RTV servis BiH /BHRT/, a uoči samoga početka prvenstva objelodanjeno je da prijenos svih utakmica ipak neće biti dostupan na teritoriji cijele BiH (pokrivenost signalom BHRT-a je oko 98 %) jer je ovaj medij prava na emitiranje podijelio s jednim mobilnim operaterom u Federaciji BiH, BH Telekomom, čiji su pretplatnici većinom Bošnjaci. To praktično znači da je u Republici Srpskoj i Herceg-Bosni, dijelu Federacije BiH s većinskim hrvatskim stanovništvom, Javni RTV servis BiH uskratio mogućnost građanima gledanja skoro jednu trećinu od ukupno 64 prijenosa uživo nogometnih utakmica iz Katara. *Zakon o javnom radiotelevizijskom servisu BiH* u članku 10. obvezuje BHRT da, radi ostvari-

vanja interesa cjelokupnoga stanovništva BiH, omogući pokrivanje najvažnijih svjetskih kulturnih, sportskih, zabavnih i drugih događaja te emiterima koji nisu dostupni na području cijele BiH propisuje da „nemaju pravo na dobijanje ekskluzivnih prava za sljedeće sportske događaje: olimpijske igre, svjetska i evropska prvenstva u fudbalu, košarci, rukometu i drugim sportovima, utakmice u okviru zvaničnih međunarodnih takmičenja u kojima nastupaju reprezentacije BiH (...) BHRT će uložiti sve napore da stekne ekskluzivna prava na važne događaje koji su pobrojani“ (Zakon o javnom radiotelevizijskom servisu BiH, Službeni glasnik BiH, br. 92, 2005.). Nakon objave BHRT-a o podjeli prava na emitiranje utakmica iz Katra, uslijedila je reakcija Javnoga RTV servisa Republike Srpske /RTRS/ i tvrdnje da je ovaj medij u nekoliko navrata pokušao dogovoriti suradnju s BHRT-om, ali „da je BHRT odbio sublicenciranje prava prenosa, odnosno kupovinu pojedinih utakmica RTRS-u, iako RTRS ima pokrivenost na čitavoj teritoriji BiH“ (Saopštenje RTRS, 23.11.2022.).³ Ogledalo ovdašnje društvene stvarnosti jesu bosanskohercegovački mediji, koji

nisu prevazišli međunacionalne i etničke podjele, reforme nisu uspjele, a profesionalna uloga medija, koja bi trebalo da pospiješi demokratski razvoj društva u cjelini i integriše, ostala je neostvarena. Javni servisi, unutar nametnutog Javnog RTV sistema BiH, kontinuirano se bore za prevlast sopstvenih produkcija i pažnje javnosti kojoj preferiraju, a njihova međusobna saradnja je minimalna (Radovanović Šarenac, 2019: 46).

Osim ovoga primjera ili, bolje reći, još jedne prilike koja nije propuštena kako bi se pokazao prepoznatljiv fenomen rascjepa u bosanskohercegovačkome društvu, politička dimenzija sporta ogleda se i u smislu suprotstavljanja sportskoga pokušaju nametanja nacionalnoga identiteta. Izbor pojedinca, grupe, zajednice ili političkoga predstavnika o tome za koju nacionalnu sportsku

selekciju navija, u BiH predmet je izvještavanja, često u samome vrhu, informativno-političkih sadržaja i aktualnosti. Može se reći da je u BiH to izraženo s obzirom na činjenicu da je u jednoj dijelu populacije razvijen osjećaj da susjedi predstavljaju neku vrstu prijetnje, pa se istupi političkoga vodstva jednoga konstitutivnog naroda u BiH i njihova naklonost prema nacionalnim selekcijama neke od susjednih zemalja generalno karakteriziraju kao sumanutni nacionalizam i pokušaj supremacije jedne nacije nad drugom.⁴ U BiH se taj specifičan vid sportskoga nacionalizma često (zlo)upotrebljava i preoblikuje u teže forme nacionalizma. Nisu rijetki primjeri sukoba navijača i navijačkih grupa na domaćim prvenstvenim utakmicama, gdje se, ovisno o tomu tko je bio domaćin, a tko gostujuća ekipa, odabire i specifičan medijski kutak te zanemaruje sportski kontekst. U medijskim sadržajima o neredima na sportskim terenima i navijačkim ispadima primjetan je relativno pasivan odnos prema nasilju u sportu, prevladavaju opće konstatacije, sagledavaju se oblici i sredstva nasilja, ali ne i motivi, ciljevi, uzroci i povodi nasilja.⁵ Uočava se dominantna pojava senzacionalističkih naslova, povremeno uključivanje „druge strane“ i kreće forme prezentacije. U centru medijske pažnje u BiH bila je i košarkaška utakmica između reprezentacija BiH i Slovenije na ovogodišnjemu Europskom prvenstvu u Njemačkoj, ne toliko zbog iznenađujuće pobjede nad favoriziranim Sloven-

4 Portal Klix u tekstu pod naslovom *Dodik uz „Bože pravde“ bodri reprezentaciju Srbije u duelu protiv Švicarske*, objavljenu 2. prosinca 2022. ističe podatak da se u Banja Luci intonirala državna himna Republike Srbije, čime se pažnja čitatelja usmjerava na jedan aspekt događaja koji nema veze sa sportom. Reakcije čitalaca ovoga portala su u skladu s naslovom teksta: „Pravda je i bila“, „Pravda ih uvijek stigne“, „Pravda je pobijedila“ na račun neuspjeha reprezentativaca Srbije. Dostupno na <https://www.klix.ba/vijesti/bih/dodik-uz-boze-pravde-bodri-reprezentaciju-srbije-u-duelu-protiv-svicarske/221202146> pristupljeno 1. 2. 2023.

5 <https://reprezentacija.ba/348831-navijacki-sukobi-u-hercegovini-ima-povrijedjenih-i-uhapsenih> pristupljeno 1. 2. 2003.

<https://n1info.ba/sport-klub/nogomet/sukob-navijaca-na-grbavici-prekinut-mec-izmedju-zelje-i-borca/> pristupljeno 1. 2. 2003.

<https://sportske.jutarnji.hr/sn/nogomet/nogomet-mix/video-kaos-na-ulicama-mostara-navijaci-se-sukobili-sa-snagama-reda-ima-hospitaliziranih-stizu-snimke-15> pristupljeno 1. 2. 2023.

3 <https://lat.rtrs.tv/vijesti/vijest.php?id=494446> – pristupljeno 28. 11. 2022.

cima, nego zbog izjave slovenačkoga reprezentativca i zvijezde NBA lige Luke Dončića, koji je, zatečen, rezigniran i ljut lošom igrom svog tima, *na time outu*, uz psovku upitao „...od koga mi gubimo“, što je u dijelu bosanskohercegovačkih medija predstavljeno kao neoprostiva uvreda.⁶ Nisu se promijenili samo mediji nego i priroda sportskoga novinarstva. U suvremenome medijskom i društvenom okružju sportsko novinarstvo mora osim informativnosti i aktualnosti, u sadržaju obuhvatiti analizu, kritički osvrt, komentar kao i analitičke novinarske forme, primjerenu dozu zabave i duhovitosti. Priče o korupciji, financijskim pronevjerama, drogama, seksualnim izgređima, nasilju i privatnome životu sportaša izazivaju ogromnu pažnju javnosti, a sportskim novinarima su izazov, iskušenje i suočavanje s brojnim etičkim dilemama. Sportski novinari, kao i novinari uopće, svakodnevno postavljaju mnoga moralna pitanja. Postoje problemi o kojim temama izvještavati i kako o njima izvještavati, postoje sukobi i moralne dvojbe povezane s pravom javnosti da zna nasuprot pravu pojedinca na privatnost, pitanjima nacionalne sigurnosti ili drugim društvenim pritiscima da se javnosti uskrate izvjesne informacije, problemi sa zaštitom povjerljivih izvora, postavljanjem granica cenzuri, kao i o mnogim drugim teškoćama (Dej, 2007). Treba izdvojiti i sukob interesa, posebno u odnosu na sportsko novinarstvo, jer nerijetko sportski klubovi i savezi angažiraju sportske novinare da rade u agencijama ili odjeljenjima za odnose s javnošću. „Istodobno obavljanje novinarske i PR-djelatnosti je nespojivo jer je riječ o sukobu interesa s obzirom da novinar ne može pošteno izvješćivati“ (Vasilj, 2014: 32).

Selektivan pristup i favoriziranje određenoga sportskog kluba, sportaša i nacionalne selekcije smatraju se nedopustivim u sportskome izvještavanju. Osobne simpatije, navijačke sklonosti i pristranost trebalo bi ukloniti iz sportskih izvještaja i događaj promatrati objektivno i na

temelju provjerenih činjenica. Međutim, nije realno očekivati od sportskoga novinara da nastup nacionalne selekcije na velikome međunarodnom natjecanju prenosi bez emocija, navijačke pristranosti i osobnih stavova. U sportskome novinarstvu takva je pristranost podrazumijevana kategorija, ali „i u tom slučaju potrebno je imati pošten pristup i respekt prema rivalu i sportašima/sportašicama iz drugih zemalja“ (Vasilj: 2014: 33). Oduprijeti se izazovima zadiranja u privatni život, ako za to ne postoji suglasnost sportaša, velik je izazov za sportskoga novinara jer privatnost vrhunskih sportaša ima nepodijeljenu pažnju i interes javnosti.

ZAKLJUČAK

Zahtjevi za uvećanjem kompetencija sportskih novinara neprekidno rastu proporcionalno povećanju spektra uloga sporta i medija u suvremenome društvu. Tehnološka dostignuća promijenila su i sport i medije, pri čemu je u sportu pobjeda postala najveći ideal i krajnji cilj, dok su mediji izrasli u kreatore stvarnosti. Sportsko je novinarstvo u fazi pozicioniranja i, unatoč porastu interesa publike i sponzora, kao i činjenici da se preselilo u sam vrh vijesti, priznanje njegova društvenog značaja još nije objelodanjeno. Mediji su ogledalo društva, a u tome medijskom odrazu vidljivi su i tragovi kojima se kroz sport oslikavaju sve promjene i različitosti unutar jedne društvene zajednice, kulturološke razlike i tumačenja. Sport može biti kohezivno tkivo, ali i arena za nadmetanje i nasilne konfrontacije, kao u slučaju BiH. Rascjepi u političkim, etničkim i ideološkim postavkama koji u BiH nisu riješeni, kontinuirano se osvježavaju u domenu sporta medijskim posredovanjem. U sportskim izvještajima i komentarima uočljiv je formatiran medijski pristup, kojim se prelazi okvir igre, a afirmira nacionalni identitet, stvaraju se politički stavovi i ideološka značenja. U BiH sport nikada nije dosegao status državnoga projekta, jer su izdvajanja razdijeljena po ustavnome kroju, a rijetki uspjesi sportaša na međunarodnome planu rezultat su isključivo osobnih zalaganja. Novinari danas moraju posjedovati širok spektar znanja i iskustva koje prelaze okvire dobra po-

6 <https://sport.bosnainfo.ba/luca-doncic-zgrozio-i-navijace-u-bih-ovo-niko-u-skorijoj-historiji-nije-radio/> pristupljeno 1. 2. 2003.

<https://www.klix.ba/sport/kosarka/doncic-potpuno-podivljao-zbog-poraza-od-bih-psovao-i-bacao-flasu-na-klu-pi/220904099> pristupljeno 1. 2. 2023.

znatelja sporta jer su postali sukreatori društvenih zbivanja. Sada se utakmice analiziraju u stvarnu vremenu, statistike o igračima dobivaju se u trenutku njihova nastupa, raznovrsne informacije dostupne su pomoću jednoga klika dok utakmica još nije završena. Sve su to prednosti koje sportski novinar danas ima. U istome obimu povećali su se i zahtjevi publike, a samim tim i odgovornost sportskih novinara koje bi trebale krasiti pismenost i stil u izražavanju, samokritika i spremnost prihvaćanja kritike, točnosti i brzine, osposobljenost za rukovanje suvremenim tehnologijama opremanja vijesti jer tekst više nije finalan proizvod, civiliziranost, sposobnost promišljanja i uočavanja trendova u sportu i društvu promatranu kroz tu prizmu. Prošlo je vrijeme kada su sportski novinari bili oni koji se ne bave ozbiljnim temama, sada su važan dio svakodnevice i medija. Na ljestvici novinarske izvrsnosti, reference za odgovorno i profesionalno izvještavanje o sportu trebale bi kvalificirati za nadmetanje u dobivanju licencije *promišljena i razvojna* novinarstva.

LITERATURA

- Altheide, D. L. , Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills: Sage.
- Aracki, Z., Petrović, R., Jevtović, Z. (2014). *Žanrovi u savremenom novinarstvu*, Beograd: Jasen.
- Bal, F. (1997). *Moć medija*, Beograd: Clio.
- Coakley, J. (2001). *Sport in society*. Colorado Springs: University of Colorado.
- Dej, L. A. (2008). *Etika u medijima – primeri i kontroverze*, Beograd: Čigoja.
- Hallimi, S. (2002). *Novi psi čuvari*, Ljubljana: Media-Watch.
- Herman, E., Mekcesni, R. (2004). *Globalni mediji*, Beograd: Clio.
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change, *Nordicom Review*, 2(29).
- Jevtović, Z. (2003). *Javno mnjenje i politika*, Beograd: Centar za savremenu žurnalistiku.
- Loosen, W. (1998). *Die Medienrealität des Sports. Evaluation und Analyse der Printberichterstattung*. Wiesbaden: Deutscher UniversitätsVerlag.
- Pečuljić, M. (2002). *Globalizacija - dva lika sveta*, Beograd: Gutenbergova galaksija.
- Postman, N. (2005). *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*, London: Penguin books.
- Radovanović Šarenac, D. (2019). Javni RTV sistem u podijeljenom bosanskohercegovačkom društvu: zašto ne funkcioniše, *Sociološki godišnjak*, (14), 35-48.
- Šuvaković, U. (2014). *Tranzicija*, Kosovska Mitrovica: Filozofski fakultet.
- Tomić, Z. (2016). *Odnosi s javnošću – teorija i praksa*, Zagreb/Sarajevo: Synopsis.
- Vasilj, M. (2014). *Sportsko novinarstvo*, Zagreb/Sarajevo/Mostar: Synopsis.
- <https://www.jutarnji.hr/>
- <https://lat.rtrs.tv/>
- <https://www.klix.ba/>
- <https://reprezentacija.ba/>
- <https://n1info.ba/>
- <https://sport.bosnainfo.ba/>

SPORTS JOURNALISM IN BIH - SPECIFICS IN REPORTING AND JOURNALISTIC DEONTOLOGY

ABSTRACT

Modern media technologies structurally, formally, and fundamentally shape the journalistic profession. The displacement of sports journalism “from the shelves with toys”, where it lived due to the assessment that it does not deal with serious topics, into the sphere of significant, meaningful, and economically valuable media content is perhaps their decisive influence. Sports content has become an indispensable part of the media because they have an exceptionally high level of interest among the public. And while sports journalists were once “armed” with statistics and were considered good sports experts, their successors today are characterized by interactivity, convergence, hypertextuality, and adaptation to the need for different shaping and formatting of content. These changes have undoubtedly relegated the sphere of journalistic deontology and the profession itself to the background. The role and importance of sports in the modern world and every individual’s life have given rise to a new component of sports journalism, reflected in its role as a co-creator of social opportunities. Events on the sports fields caused many political events, the opinions and attitudes of top athletes on, conditionally speaking, non-sports topics became part of the cultural and national identity, and the achieved sports successes and recognitions became a collective national euphoria. In Bosnia and Herzegovina, specifically in terms of its constitutional structure, divided by an entity and ethnic concepts, the component of the sports journalist as a co-creator of social reality is particularly pronounced, which will be explained in this paper.

Keywords: Media, sports journalism, journalistic deontology, Bosnia and Herzegovina