

Izvešće o medijskim napisima prije i tijekom pandemije na portalu Večernji.hr na primjeru GNK Dinamo Zagreb

Zefkić, Filip

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:793109>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-12**

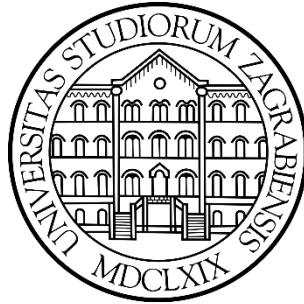


Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva



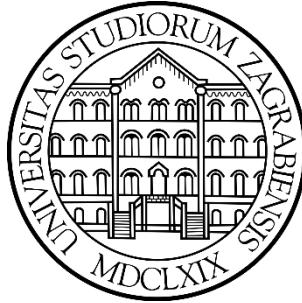
Filip Zefkić

IZVJEŠĆE O MEDIJSKIM NAPISIMA PRIJE I TIJEKOM PANDEMIJE NA
PORTALU VEČERNJI.HR NA PRIMJERU GNK DINAMO ZAGREB

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2023.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva



Filip Zefkić

IZVJEŠĆE O MEDIJSKIM NAPISIMA PRIJE I TIJEKOM PANDEMIJE NA
PORTALU VEČERNJI.HR NA PRIMJERU GNK DINAMO ZAGREB

DIPLOMSKI RAD

Mentor: izv. prof. dr. sc. Višeslav Raos

Student: Filip Zefkić

Zagreb, rujan 2023.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad *Izvješće o medijskim napisima prije i tijekom pandemije na portalu Večernji.hr na primjeru GNK Dinamo Zagreb*, koji sam predao na ocjenu mentoru izv. prof. dr. sc. Višeslavu Raosu, napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. *Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu*.

Filip Zefkić

Sadržaj

1. UVOD	1
2. METODOLOGIJA	4
3. SPORT KAO SPEKTAKL.....	5
4. SENZACIONALIZAM U MEDIJIMA	8
5. NOVAC U NOGOMETU.....	10
6. ZABRANE.....	13
7. STIGMATIZACIJA.....	16
8. KRŠENJE MJERA	18
9. GUBITAK NOVCA	20
10. FILANTROPIJA.....	23
11. ESKAPIZAM.....	26
12. ZAKLJUČAK.....	29
LITERATURA	33
Članci korišteni u analizi	35
SAŽETAK	39
ABSTRACT.....	40

1. UVOD

Krajem 2019. godine u svijetu se pojavio novi koronavirus. Virus se toliko proširio u svijetu tijekom 2020. godine da je proglašena pandemija koronavirusa. S obzirom na to da je situacija bila vrlo ozbiljna, uvedene su epidemiološke mjere kako bi se spriječilo ili usporilo širenje virusa. Zbog uvođenja mjera, život mnogih ljudi uvelike se promijenio. Uvođenjem fizičke distance, društvene mreže dodatno su dobile na važnosti jer su omogućavale ljudima da ostanu u kontaktu. Međutim, društvene mreže nisu imale samo pozitivne učinke tijekom pandemije. Tu je bilo i negativnih jer su njima često kružile informacije o koronavirusu koje su bile neprovjerene ili netočne. Mnoštvo takvih informacija koje su ljudi primali i percipirali kao istinite, stvaralo je probleme u borbi protiv pandemije koronavirusa. Tada je uveden i pojam infodemija, koja podrazumijeva previše informacija o nekom problemu, posebice onih lažnih (Lesinger, 2021: 17-18).

Pojavom koronavirusa, mijenjaju se teme u medijima, kao i način izvještavanja. Tada se vidjelo koliko su masovni mediji važni. Oni biraju teme koje su važne za ljude, a tijekom pandemije, bilo je važno znati što više o sâmom koronavirusu. Teorija postavljanja dnevnog reda (*agenda-setting*) tvrdi da masovni mediji možda ne mogu direktno utjecati na to koje će stavove zauzeti ljudi, ali odabirom tema uvelike mogu utjecati na to o čemu će stanovništvo misliti i biti informirano (Kunczik i Zipfel, 2006: 197).

Uz taj koncept veže se i teorija uokvirivanja (*framing*). Uokvirivanje se odnosi na stvaranje interpretativnog okvira u kojem se prezentira neki tekst. Kod uokvirivanja postoji glavna ideja na temelju koje se organizira čitavi tekst. Fokusiranjem na određenu stvar u tekstu, ona dobiva na značaju. Dakle, postoje informacije koje se naglašavaju, dok su druge marginalizirane. Tako se stvara taj interpretativni okvir. Iz tih se razloga koncept uokvirivanja smatra vrlo važnim u smislu propagande jer samo kroz mijenjanje interpretativnog okvira može utjecati na kreiranje stavova kod mnogobrojnih ljudi (Holy, 2021: 2817-2818).

Pandemija koronavirusa značajno je utjecala na svijet sporta, izazivajući niz promjena u usporedbi s periodom prije pojave virusa. Sportski događaji koji su nekad okupljali tisuće gledatelja bivali su odgođeni ili čak otkazani.

Smanjenje ili potpuna odsutnost publike na sportskim događajima nije samo promijenilo atmosferu, već je i utjecalo na prihode klubova i sportskih organizacija koji su tradicionalno značajno ovisili o prodaji ulaznica i sponzorstvima.

Prije pandemije, tribine na sportskim stadionima bile su prazne samo u slučaju kazne klubu zbog neprimjerenog ponašanja publike. Primjer takvog ponašanja bili su rasistički povici ili nasilno ponašanje dijela publike. Pojavom koronavirusa, tribine su bile prazne kako bi se zaštitilo zdravlje svih onih koji bi došli na utakmicu. Iako su tribine uglavnom bile prazne ili poluprazne u natjecanjima poput engleske *Premier lige*, postojale su tehnike koje su to prikrivale. Kada su tribine imale malo gledatelja, kut kamere koja snima utakmicu znao je uhvatiti kadar u kojem se vide gledatelji, a prazni dijelovi su sakriveni. U slučaju da su tribine bile potpuno prazne, na tribine su ponekad stavljeni kartoni s licima ljudi koji su za to platili. To su uglavnom bili vjerni navijači nekog kluba. Osim toga, na utakmica su se puštali snimljeni zvukovi navijača koji su karakteristični u nogometnim utakmica, sve kako bi se ublažio dojam praznih tribina (Rowe, 2020: 709).

Za mnoge sportaše, pandemija je značila prekid ili značajne prekide treninga i natjecanja, što je dovelo do izazova u održavanju kondicije i motivacije. Neki su se okrenuli alternativnim načinima treninga kod kuće ili u izolaciji, dok su drugi možda bili prisiljeni prekinuti svoje sportske aktivnosti. To je značilo i da su mnogi veliki sportski događaji poput Olimpijskih igara bili odgođeni za godinu dana.

Digitalizacija je također postala ključna za održavanje povezanosti s publikom i daljnju interakciju s obožavateljima putem virtualnih događaja, online turnira i interakcija na društvenim medijima. S obzirom na putovanja i ograničenja, sportski kalendar je pretrpio promjene, a mnogi natjecatelji su se suočili s izazovima i nesigurnostima u vezi svojih budućih nastupa.

Pandemija koronavirusa imala je utjecaj i na sportske teme o kojima se izvještava. Uzrok tome bilo je odgađanje ili otkazivanje utakmica, što je značilo da se više one ne prenose uživo te da ne postoje izvještaji koji bi obradili odigranu utakmicu. Također, tiskovne konferencije igrača ili trenera nisu postojale te se medijski i novinski prostor trebao popuniti drugim temama.

Tako su novinari i mediji bili u situaciji da moraju smisliti temu koja će se razlikovati od teme konkurentnih medija. Radi toga možemo reći da je pandemija koronavirusa potaknula razvoj kreativnosti u sportskom novinarstvu (Sadri i dr., 2022).

Zaključno, pandemija koronavirusa izazvala je duboke promjene u sportu i svijetu, mijenjajući način na koji se sportski događaji organiziraju, doživljavaju i prate. Bez obzira na izazove, sport je ostao važan izvor inspiracije, zajedništva i optimizma, pružajući ljudima širom svijeta nadu i motivaciju u teškim vremenima.

Iako je pandemija koronavirusa prestala, taj virus je obilježio živote ljudi posljednjih nekoliko godina. Isto tako, možemo reći da je to bio recentan fenomen i nešto posve novo u svijetu. Svijet je suočen s nečim nepoznatim. Upravo je bio izražen taj strah od nepoznatog, posebice u prvim mjesecima pandemije. To su razlozi zbog kojih je tema ovog rada uključivala izvještavanje tijekom pandemije. Portal *Večernjeg lista* izabran je jer je jedan od najčitanijih portala u Hrvatskoj, a i radi se o dnevnim novinama koje imaju nacionalni karakter, a redovno izlaze od 1959. godine.

Kao nogometni klub od interesa za ovu analizu izabran je GNK Dinamo Zagreb. Razlog tome je Pleićevo istraživanje (2018: 35) o medijskom prostoru koje zauzimaju klubovi iz Hrvatske nogometne lige (HNL). Naime, utvrđeno je da se u *Jutarnjem* i *Večernjem listu* najviše tekstova odnosi na Dinamo. Konkretno, u *Večernjem listu*, čak 40% članaka se odnosi na Dinamo, dok ostatak čine članci o drugim klubovima.

Ovaj rad sadrži tri velika poglavlja. Osim uvoda i zaključka, srednji i najveći dio odnosi se na analizu članaka. Prvo poglavlje predstavlja metodologiju rada. Sljedeća tri poglavlja uključuju članke objavljene prije pandemije, a posljednjih šest uključuju one koji su objavljeni tijekom pandemije koronavirusa. Korpus tekstova koji su analizirani objavljen je na portalu *Večernjeg lista* od 1. rujna 2019. do 1. rujna 2020. godine. Članci su pretraživani prema filteru „Dinamo Zagreb“ te je utvrđen uzorak od 79 članaka. Analizirana su 23 članka. Svi su analizirani kvalitativnom metodom.

2. METODOLOGIJA

Postoje kvantitativne i kvalitativne metoda analize sadržaja. U ovome radu se pri analizi članaka koristi kvalitativna metoda. Razlika između kvantitativne i kvalitativne analize je u mnogočemu. Primjerice, kod kvantitativne analize naglasak je na objektivnosti i generalizaciji rezultata na opću populaciju. Nasuprot tome, kod kvalitativne analize sadržaja, naglasak je na interpretaciji i dubljem razumijevanju pa tako medijski tekstovi, ovisno o primatelju, mogu imati višestruka značenja (Gunter, 2000: 82-83).

Za razliku od kvalitativne analize sadržaja, rezultate kvantitativne analize moguće je iskazati egzaktno, u brojkama, te se zato smatra objektivnijom analitičkom metodom. Kako bismo kvalitativnom analizom došli do relevantnih zaključaka, vrlo je značajna određena pojava, ako ona postoji, dok je kod kvantitativne analize mnogo važnije koliko se puta ponavlja određena pojava (Lamza Posavec, 2004: 170).

U svim člancima spominje se GNK Dinamo Zagreb, stoga je to bio jedan od kriterija pri odabiru članaka. Drugi kriterij odnosio se na razdoblje u kojem su članci objavljeni i to na portalu *Večernjeg lista*. Naime, za prva tri poglavlja, birani su članci objavljeni u razdoblju od 1. rujna 2019. do 29. veljače 2020. godine. To razdoblje je birano jer do toga datuma pandemija koronavirusa u Hrvatskoj još nije bila započela, pa je stoga cilj bio uočiti razliku u izvještavanju prije i tijekom pandemije.

Za drugi dio analize koja uključuje ostala poglavlja, birani su članci objavljeni od 1. ožujka 2020. pa sve do 1. rujna 2020. godine. Svi članci koji su analizirani birani su prema već spomenutim kriterijima. Osim toga, analizirani su oni članci koji su imali dovoljno elemenata za analizu te oni koji su imali dovoljno teksta koji bi se analizirao. Postojali su i članci koji su uključivali samo fotografije i opise, no takvi članci nisu bili uzeti u obzir u analizi jer se njih ne može adekvatno analizirati u ovako postavljenom metodološkom okviru.

3. SPORT KAO SPEKTAKL

Sport je nekada bio samo zabava, kako za sudionike, tako i za gledatelje. Nogometaši, a i ostali sportaši, uglavnom su bili amateri koji su, uz to, bili studenti ili sveučilišni profesori. Ulaskom velikog kapitala u sport, on je dobio mnogo veću važnost te je samim time upravljanje nekim klubom postalo mnogo zahtjevniji posao. Klubovi danas sve više ulažu u marketing i nastoje ga predstaviti na najbolji mogući način, kako bi osigurali što veću podršku navijača ili sponzora. Za to je važno da se potencijalni sponzori i navijači emotivno vežu za klub (Kolarec, 2021: 31).

Sportski događaji često privlače velike mase ljudi. Bilo da je riječ o lokalnim natjecanjima ili međunarodnim turnirima, stadioni i sportske dvorane često su ispunjeni strastvenim navijačima koji stvaraju energičnu atmosferu. Ta masovna prisutnost ljubitelja sporta stvara intenzitet i uzbuđenje koje se teško može replicirati u drugim područjima života.

Osim toga, sport je poznat po nepredvidivosti i dramatičnosti. U sportskim natjecanjima i utakmicama nikad ne znamo što će se dogoditi. Od iznenađujućih obrata u igri do nevjerojatnih pobjeda i poraza, svaki trenutak može biti prepun uzbuđenja. Ovi neočekivani momenti stvaraju napetost i uzbuđenje, privlačeći pažnju gledatelja i čineći sport pravim spektaklom.

Sport je također često popraćen impresivnim fizičkim i tehničkim sposobnostima sportaša. Kada vidimo iznimne atlete kako izvode nevjerojatne pokrete, izvode akrobacije ili postižu velike rezultate, to nas ostavlja bez daha. Takva izvedba sportaša izaziva divljenje i čuđenje te nas privlači da pratimo i uživamo u njihovim nastupima.

Medijska pokrivenost je još jedna stvar koja sportu daje na značaju. Televizijski prijenosi, internetski *streaming*, novinski članci i društvene mreže omogućavaju širokoj publici da prati sportske događaje uživo ili na zahtjev. Ova medijska prisutnost ne samo da omogućuje ljudima da prate omiljene sportove iz udobnosti svog doma, već također stvara platformu za raspravu, analizu i stvaranje zajedničke strasti među navijačima.

Do takve ekspanzije došlo najviše zbog globalizacije, a kao najvažniji medij za sport ističe se televizija, koja ponekad utječe na termine odigravanja natjecanja ili utakmica (Vasilj, 2014: 18-19).

Sport ima sposobnost da nas izdigne iz svakodnevnih briga i pruži nam bijeg u svijet natjecanja, strasti i ljepote. Gledajući sport, ljudi se povezuju s emocijama, podržavaju svoje ekipe i sportaše, te postaju dio nečeg većeg od samih sebe. Taj osjećaj pripadnosti i zajedništva čini sport spektaklom koji nas okuplja i obogaćuje na mnoge načine.

Vasilj tvrdi da postoje „istraživanja koja pokazuju da 70% budnoga stanja provedemo uz medije“ (Vasilj, 2014: 13). Ako se uzme u obzir masovnost publike koja prati sport te da je sportski sadržaj veoma popularan, publika mnogo vremena provede u praćenju sporta. Vasilj također navodi da je sport fenomenalan proizvod koji je u medijima toliko prisutan da se može zaključiti da je on za medije možda i najvažnija tema (Vasilj, 2014: 13-17).

U sljedećem dijelu nalaze se članci koji su objavljeni na portalu *Večernjeg lista* u periodu od 1. rujna 2019. do 29. veljače 2020. godine, a odabrani su nasumično, ali na temelju tematike koje obrađuju. Drugim riječima, to su tekstovi karakteristični za nogometne utakmice, poput najava, izvještaja i komentara utakmice.

„Srna pohvalio igru hrvatskog prvaka: 'Dinamo nam nije dao disati'“

Prvi članak u svom naslovu sadrži izjavu Darija Srne, pomoćnog trenera Šahtara s kojim je Dinamo igrao utakmicu Lige prvaka. U samom članku spominju se tri osobe iz Šahtara, a to su trener, Darijo Srna te Dodo, igrač koji je nastupio utakmici. Izjave sve trojice navedene su u članku, a zanimljivo, izjava Darija Srne stavljena je u prvi plan, odnosno u sâm naslov. Sâma izjava sadrži metaforu „nije nam dao disati“, koja se često upotrebljava u nogometnom rječniku, a označava agresivnu igru momčadi koja ne ostavlja puno prostora suparnicima.

Ton članka je neutralan, bez subjektivnih dojmova autora, a sâm članak napisan je u formi intervjua sa spomenutom trojicom.

Iako je izjava trenera Šahtara zauzela najveći dio članka, istaknuta je ona Srnina, potencijalno zbog toga što je on jedan od onih koji su ostavili najveći trag u reprezentativnoj karijeri. Može se kazati da je to jedan tipičan članak nogometne tematike koji je svojevrsni izvještaj o utakmici.

„Noć koju će Dinamo željeti što prije zaboraviti! Plavi daleko ispod europske razine“

Članak ovog naslova u *Večernjem listu* također se može smatrati tipičnim izvještajem o utakmici.

Autor članka je opisao tijek utakmice, nabrojao najvažnije situacije i zaključio kakva je Dinamova pozicija nakon te utakmice. Treba spomenuti da se u ovom članku ponavljaju uobičajene sintagme koje se koriste u nogometu: „europsko proljeće“, „europska razina“.

Za razliku od prethodnog članka u kojem su se samo prenosile izjave, ovaj članak sadrži i komentare koji nalikuju na komentiranje utakmice uživo: „Uh, kako je Dinamo bio blizu izjednačenje u 36. minuti, već smo loptu koju je uputio Oršić u suprotni gornji kut vidjeli u mreži, no pogodila je prečku, kakva šteta, prekrasan udarac!“ Što se tiče novinarske objektivnosti, možemo reći da niti u jednom nema subjektivnih komentara autora, ali u ovom članku dominira pozitivan ton, spominje se da Dinamo nije igrao loše, piše se i o dobrim šansama Dinama na utakmici. Autor u podnaslovu piše ohrabrujuće riječi: „Glavu gore“, što pokazuje spomenuti pozitivan ton jer sâm poraz Dinama ne smatra tragedijom, već se fokusira na one svijetle trenutke koji su utakmicu eventualno mogli odvesti u neizvjesnost.

„Bergamo je od jutra na nogama, donosimo prve snimke 'invazije' na Zagreb“

U naslovu članka koji je naveden, vidljiva je tendencija da se čitatelja namami da pročita članak, odnosno pogleda video koji prikazuje „invaziju“ navijača Atalante na Zagreb. Dodatnu želju za gledanjem daje činjenica da su to, kako piše, prve snimke. U medijima su uobičajeni članci koji najavljuju utakmicu, a jedan od takvih je i ovaj, iako se u ovom više spominju navijači oba kluba, negoli sami igrači.

Ono što treba istaknuti je da u članku prevladava pozitivan ton, nastoji se podići euforija i uzbuđenje kod čitatelja prije važne utakmice. Osim toga, spominjanjem broja gostujućih navijača utakmici se daje posebna draž i važnost: „Čak je 27 autobusa krenulo oko pola osam put Zagreba iz Bergama! Naime, ovo je velik dan i za navijače Atalante, jer njihov voljeni klub prvi puta nastupa u Ligi prvaka.“ U ovim rečenicama vidimo koliko je nogomet važan mnogobrojnim navijačima i zbog čega se s pravom govori o njemu kao o spektaklu.

Zajedničko svim člancima je da su pisani relativno objektivno, gotovo da nema subjektivnih komentara autora te su takvi članci vrlo česti u medijskom izvještavanju o sportu.

Također, to su uglavnom najave ili izvještaji o utakmici, nema senzacionalističkih naslova te se često rabe metafore i sintagme karakteristične za nogomet.

4. SENZACIONALIZAM U MEDIJIMA

Senzacionalizam u nogometu predstavlja tendenciju medija da prenose vijesti i informacije o nogometu na bombastičan i atraktivan način kako bi privukli pažnju i povećali svoju čitanost. Često se stvaraju naslovi koji su dramatični, šokantni i rabe se hiperbole kako bi zainteresirali čitatelja. To može uključivati izvještavanje o kontroverznim događajima sukobima među igračima ili trenerima, skandalima izvan terena i slično. Skandali o kojima se izvještava su primjerice ljubavne afere igrača, rasizam u nogometu te korupcija.

Kada govorimo o skandalima poput rasizma, uz samu pojavu rasizma veže se pojam nacionalizma, a on se odnosi na stvaranje bliskosti na temelju nekih zajedničkih vrijednosti. Saeed i Kilvington tvrde da u posljednje vrijeme nacionalizam i etnicitet postepeno postaju bitniji nego rasizam. Primjer razvoja nacionalizma postojao je u Engleskoj 70-ih godina prošloga stoljeća, nakon što je broj tamnoputih igrača u engleskoj *Premier ligi* naglo porastao (Saeed i Kilvington, 2011).

Senzacionalistički članci mogu imati negativan utjecaj na nogomet jer se često umanjuje važnost sportskih dostignuća i fokusira se na senzacionalističke elemente, što može narušiti ugled igrača, klubova ili cijele igre. Isto tako, takvo izvještavanje može izazvati negativne reakcije među navijačima, stvarajući nepotrebnu dramu i podjelu među njima.

Pojava koja se može vidjeti u sljedećim primjerima je pisanje *clickbait* naslova.

Senzacionalistički naslovi postali su jedno od glavnih oružja za privlačenje čitatelja jer im na taj način probude veliku znatiželju. *Clickbait* naslovi navode čitatelja na krivi zaključak pa se on može osjećati prevarenim nakon što pročita cijeli članak. Postavlja se pitanje zašto postoji takva praksa, a odgovor je vrlo jednostavan.

Online mediji privlače oglase na temelju broja klikova. Što više ljudi klikne na članak, to su veće šanse da će medij više zaraditi od plaćenih oglasa. Osim toga, oglasi su većini portala najznačajniji izvor prihoda (Dokler, 2018). Naslove u *online* novinarstvu vrlo je izazovno napisati. Trebaju biti kraći nego u tiskanom obliku, a osim toga trebaju privući čitatelja. Vasilj u svojoj knjizi ističe jednu zahtjevniju stvar za novinare: „Još je veće umijeće u *online* novinarstvu zadržati čitatelje da pročitaju cijeli tekst“ (Vasilj, 2014: 208). Privlačenje čitatelja je primarni cilj, ali bi uz to naslov trebao dati glavnu misao priče.

Ta glavna misao priče često je izostavljena u senzacionalističkim naslovima, a u idućem dijelu izdvojeni su najzanimljiviji članci s izraženim obilježjem senzacionalizma.

„Igrač Dinama upisao fakultet, ali morao je brzo odustati, otkrio i razlog“

U ovom članku je predstavljen igrač Dinama Dino Perić. Pisan je u formi intervjua, s tipičnim pitanjima koji se tiču njegovog nogometnog puta, odrastanja i komentiranja prošlih i budućih utakmica Dinama. Naravno, u tih desetak pitanja našlo se i poneko osobno koje se tiče obrazovanja ili njegovog podrijetla.

Nije rijetka pojava da profesionalni nogometaši ne pohađaju fakultete tijekom svoje karijere, a razlog je najčešće manjak vremena. Naslov, u kojem se spominje da je Perić otkrio razlog, čitatelja navlači na to da otvori i pročita zbog čega je Perić morao odustati od fakulteta. S obzirom na to da je pored drugih zanimljivosti za naslov izdvojena baš ta o fakultetu, za očekivati je da je razlog njegova odustajanja bio neki, za nogometaša, rijedak i atipičan.

Međutim, kao što je navedeno, razlog je bio taj što pored dva treninga dnevno nije stizao izvršavati fakultetske obaveze. Može se reći da je to jedan od tipičnih *clickbait* naslova, koji privuku čitatelja, a koji nakon otvaranja članka ostane razočaran sadržajem jer nije doznao ništa neobično ili novo.

„Španjolac doputovao u Zagreb pa ostao u čudu: Ovo je brutalno“

Naslov je napisan tako da zaintrigira publiku da otvori i pročita članak. Taj element senzacionalizma je dosta čest, posebice u *online* medijima kao što je portal *Večernjeg lista*.

Prosječni čitatelj se sigurno zapita zbog čega je dotični Španjolac ostao u čudu, stoga se odluči otvoriti i pročitati cijeli članak. Vrlo često se u naslov stavljaju izjave sa snažnim pridjevima ili ponekom hiperbolom, a ni ovaj naslov nije iznimka jer vidimo da se upotrebljava riječ „brutalno.“

Članak sadrži hiperbole, a to uočavamo u opisu Dinamovih i Hajdukovih navijača. Oni su opisani kao „dvije najnasilnije skupine navijača“, iako se može reći da su skupine ponekad nasilne zbog rivalstva koje postoji između dva kluba. O utakmici se piše kao jednom od najopasnijih derbija u Europi, što je također upotreba pridjeva koji su upečatljivi i ciljaju na to da se što atraktivnije predstavi taj derbi. Obilježje i ovog članka je to što je naslov probudi znatiželju publike, dok sadržaj ne ponudi ništa spektakularno.

„Srpski mediji vrište: Konačno da se i mi slažemo s Hrvatima!“

Iz navedenog naslova je veoma jasno na što autor cilja. Živimo u društvu u kojem je svako stavljanje Srba i Hrvata u istu rečenicu mamac za publiku, komentare, raspršivanje mržnje ili ponekad neke pomirujuće komentare. Drugim riječima, naslov ima političke konotacije i to je nešto što definitivno može privući mnogo čitatelja.

Iako su Srbi i Hrvati uglavnom na suprotnim stranama, kako u politici, tako i u sportu te se često ne slažu u mnogočemu, glavna misao koja je naglašena je da Srbi i Hrvati dijele isto mišljenje. Može se kazati da je to pomalo paradoksalno. Iako je to mišljenje vezano za suca utakmice Dinamo-Šahtar i nije od pretjerane važnosti, u naslovu se naglašava to samo zato što su u pitanju narodi koji su vodili rat. U članku se prenose mišljenja četiriju srpskih medija. Vidljiv je i kontrast jer se u članku prenosi da su u Dinamu tužni zbog lošeg suca koji im je „ukrao“ pobjedu, dok su Srbi sretni jer taj rezultat srpske klubove stavlja u bolji položaj.

Svi ovi članci imaju zajedničke elemente, a najviše se ističe senzacionalizam u naslovu. Naslovi uglavnom služe samo da privuku čitatelja da članak i otvori, a ne da daju neke važne informacije. Cilj je što atraktivnije napisati naslov i tekst kako bi se ostvarila što veća čitanost, a posljedično i veći prihodi. U člancima se češće rabe epiteti te hiperbole jer podižu vrijednost teksta.

5. NOVAC U NOGOMETU

Novac igra iznimno važnu ulogu u svijetu nogometa i ima značajan utjecaj na sve aspekte igre. Financijska dimenzija nogometa postala je sveprisutna i ključni faktor u razvoju sporta. Prvenstveno, novac je važan jer omogućuje klubovima da privuku i zadrže vrhunske igrače.

U nogometu postoje klubovi čiji vlasnici ulažu ogroman novac kako bi klub doveli do uspjeha. Nasuprot tome, puno je više manjih klubova koji su primorani prodavati najbolje igrače u moćnije klubove kako bi bili likvidni i mogli funkcionirati. U posljednje vrijeme se iznosi koji se troše na transfere rapidno povećavaju, a raste i broj transfera. Najmoćniji svjetski klubovi imaju sve više prihoda pa je izražen jaz između najvećih i manjih klubova, a o tome piše Mićović (2015: 521): „samo dva posto, od ukupne svote koja se izdvaja za transfere, pripada malim klubovima.“

Još jedna stvar u nogometu u kojoj se vidi važnost novca je marketing. Klubovi troše velike iznose na marketinške kampanje, sponzorstva i oglašavanje kako bi privukli navijače i povećali prodaju ulaznica, dresova i ostalih suvenira. Te prihode zatim klubovi mogu uložiti u daljnji razvoj.

Značajan dio prihoda nogometnih klubova dolazi od televizijskih prava. Medijske kompanije plaćaju velike svote novca kako bi dobile prava za prijenos utakmica, a ti prihodi se zatim distribuiraju klubovima, pomažući im u financiranju igrača, trenera i raznih operativnih troškova. Drugi izvori prihoda nogometnih klubova odnose se na prodaje ulaznica, sponzorstva s tvrtkama te nagrade od uspjeha u natjecanjima u kojima igraju (Ramljak, 2018).

Novac u nogometu može imati i negativne posljedice. Prekomjerno trošenje i ogromne plaće mogu dovesti do neravnoteže i financijskih problema klubova. Također, veliki financijski interesi mogu korumpirati sport, dovodeći do ilegalnih aktivnosti poput mita, namještanja utakmica i drugih oblika prijevара.

Novac ima ključnu ulogu u infrastrukturnom aspektu nogometa. Klubovi ulažu velike iznose u izgradnju i održavanje stadiona, trening-centara i ostalih objekata, a financijski resursi omogućuju klubovima da unaprijede rad svoje mladeži i razviju talente kroz akademije i sustave omladinskog nogometa.

Uz to, visoko plaćeni transferi, velike plaće i bonusi igračima često su ključni čimbenici koji odlučuju o njihovom prelasku iz jednog kluba u drugi. U skladu s navedenim, izdvojeni su članci u kojima se spominju novčani iznosi i njihova uloga.

„Dinamo će dobiti novi stadion! Gradnja je dogovorena, nedostaje samo - pečat“

Ovaj članak stavlja fokus na tadašnjeg gradonačelnika Milana Bandića i gradnju stadiona. Članak nije pisan posebno pozitivnim ili negativnim tonom, već se može reći da se u njemu najviše prenose izjave Milana Bandića vezane za gradnju novog stadiona Dinama.

Ono što svakako treba istaknuti je podnaslov koji je i podebljan, tj. naglašen u tekstu, a u njemu je Bandićeva izjava u kojoj kazuje da je Grad Zagreb u 20 godina uložio 550 milijuna kuna (73 milijuna eura) u Dinamo. Također, prva rečenica u naslovu čitatelju odmah daje do znanja što će se dogoditi sa stadionom, stoga on ne treba otvoriti članak kako bi to saznao. Uskličnik na kraju te rečenice naglašava koliko je to važna vijest.

Nasuprot tome, kod senzacionalističkih naslova u prethodnom poglavlju nije bio slučaj da se u naslovu doznaje najvažnija vijest. Još jedna zanimljivost je ta da se na dnu članka nalazi čak 70 komentara, što znači da je to tema koja zanima veliki broj ljudi.

„Tražio je da mu pljunu u lice ako ne ispuni obećano: Hoće li se u Dinamu napokon radovati?“

Ton članka je pretežno negativan, a sve zbog toga što je novi stadion igračima i stožeru Dinama odavno obećan, a početak izgradnje nije niti blizu. Iz članka je prilično jasno da je i stav prema Milanu Bandiću negativan zbog prethodnih obećanja pa se autor na njih podsjeća, uz dozu ironije: „Živi bili pa vidjeli jer, ako se gradonačelnik ne sjeća, već je puno puta izrekao obećanja o stadionu pa njegova riječ očito nije imala snagu, kako on kaže, potpisa.“

Osim toga, autor nas podsjeća na Bandićevu izjavu da mu mogu pljunuti u lice, ako se ne izgradi krov iznad dviju tribina. Autor je imao slobodu pa je više teksta zauzela analiza uz iznošenje subjektivnih misli, a manje prenesene izjave gradonačelnika. Ima i nekoliko epiteta, a glavni je onaj koji se više puta ponavlja u kontekstu maksimirskog stadiona: „ruglo“. Toliki je naglasak na riječi „ruglo“ da ta imenica zamjenjuje originalni naziv stadiona.

Kroz cijeli članak se kritiziraju Bandićeva neispunjena obećanja za gradnju stadiona, nacionalnog stadiona te krova na tribinama. Kritizira se i rastrošnost, odnosno ulaganja koja su bila velika (oko 800 milijuna kuna, tj. 106 milijuna eura), ali ne i pametna. U tekstu se ističe razočarenje zbog neispunjenih obećanja gradonačelnika, a autor ne vjeruje da će se stadion uskoro početi graditi ili obnavljati.

„Bjelica otkrio je li ucijenio Olma, Španjolac je u vrlo neugodnoj poziciji“

Da bi se saznao odgovor na pitanje iz naslova, mora se pročitati članak. To je jedna od tehnika koja se obilato koristi u online medijima, pa tako i ovdje. Često se najbolji igrači klubova zbog financijskih razloga prodaju u bogatije klubove, a u članku se govori o potencijalnom transferu Olma. Rabi se nogometni vokabular koji često ima preneseno značenje, poput toga da je Olmo „vruća roba“ na tržištu.

U članku se spominje da Dinamo traži više od ponuđenih 10 milijuna eura od Barcelone, odnosno 16 milijuna od Borussije Mönchengladbach. Zanimljivo, u članku je samo jedna izjava, ona

Nenada Bjelice, a ostatak teksta bavi se analizom i davanjem konteksta. Autor analizira situaciju Olma i ističe potencijalna rješenja koja bi mogla biti dobra i za Dinamo i za Olma. Tu je vidljivo da ima određenu slobodu iznositi vlastite misli i iskoristiti znanje kako bi čitatelje bolje uputio u temu. U tekstu se osjeti mala zabrinutost za tu situaciju koja bi mogla naštetiti Dinamu, ako se Olmo ne proda za zadovoljavajući iznos. U tom slučaju bi možda ostao u klubu, iako želi transfer, što se u tekstu i navodi: „I sam je izjavljivao da je njegov ciklus u Dinamu završen!“

Za ove članke karakteristična je veća sloboda autora koji detaljnije analiziraju određene situacije u klubu. Zbog toga su i članci uglavnom nešto dulji, nego u prethodnim poglavljima.

Još jedna stvar koju je vrijedno spomenuti je to što su uz analizu češći i subjektivni stavovi autora, a samim time je i ton članka rijetko neutralan.

6. ZABRANE

Tijekom pandemije virusa COVID-19, nogomet je bio jedan od sportova koji je pretrpio značajne promjene i ograničenja. Kako bi se suzbilo širenje virusa i zaštitilo zdravlje igrača, osoblja i navijača, uvedene su zabrane. Mnoge lige i natjecanja širom svijeta su privremeno prekinute ili odgođene, a neka čak i otkazana. Ograničenja su uključivala igranje utakmica bez prisustva gledatelja ili s vrlo malim brojem prisutnih, kako bi se održavalo fizičko distanciranje.

Od odgođenih događaja valja izdvojiti Olimpijske igre u Tokiju koje su odgođene na godinu dana te su se umjesto 2020., održale 2021. godine. Slično je bilo i s Europskim nogometnim prvenstvom, koje se trebalo igrati od 12. lipnja 2020. do 12. srpnja 2020. godine. To je prvenstvo također odgođeno na godinu dana te se održalo od 11. lipnja 2021. do 11. srpnja iste godine (Horvat, 2022: 10-23).

Olimpijske igre u Tokiju bile su jedne od prvih velikih natjecanja koje su morale biti odgođene zbog širenja koronavirusa. Održale su se godinu dana kasnije i to uz posebne mjere. Sportaši su imali zabranu korištenja javnog prijevoza i izlaska iz smještaja, osim kada su se morali natjecati. Osim toga, pljesak je zamijenio vikanje, budući da je sportašima ono bilo zabranjeno tijekom utakmica i natjecanja kako bi se smanjio rizik širenja virusa (Coleman, 2021).

Osim toga, igrači su podvrgnuti strožim zdravstvenim protokolima, uključujući testiranja na virus COVID-19 prije utakmica i karantenu u slučaju pozitivnih rezultata. Ove mjere su bile neophodne kako bi se osigurala sigurnost svih sudionika igre, ali su istovremeno utjecale na atmosferu i dinamiku utakmica. Sve ove zabrane i ograničenja su svjedočile izvanrednom periodu u povijesti nogometa, gdje su se klubovi, igrači i navijači morali prilagoditi novim uvjetima i izazovima kako bi nastavili s igrom.

U svim sljedećim odlomcima analizirani su članci na portalu *Večernjeg lista* koji su objavljeni od 1. ožujka 2020. do 1. rujna 2020. godine.

Što se tiče ovog poglavlja, izdvojeni su članci koji se tiču zabrana koje su postojale tijekom pandemije, a da su vezane za Dinamo. Konkretnije, radi se o zabranama treniranja, odigravanja utakmica te putovanja.

„Dinamo zaposlio legendu koja zbog koronavirusa ne može doći u Zagreb“

U samom naslovu se spominje koronavirus. To dokazuje da je tema pandemije postala učestala u medijima, pa čak i u svijetu nogometa. U članku je podebljanim slovima napisano, a samim time i naglašeno da je Goce Sedloski bio u potpunoj karanteni. Osim toga, spominje se da su mjere bile toliko stroge da se od petka do utorka nije smjelo izlaziti izvan kuće.

Jedan podnaslov u članku naziva se „Policijski sat“, a govori o spomenutoj zabrani izlaska. Članak je pisan u formi izvještaja o situaciji Sedloskog uz njegovih par izjava vezanih za nju, a postoji i dio koji se bavi njegovom prošlosti u Dinamu.

Osim spominjanja „policijskog sata“, zabrani izlaska te karanteni, spominje se još par zanimljivih stvari koje se prije pandemije nisu imale povoda spominjati. Napisano je da su službeno zatvorene naše granice te da se s treninzima u Dinamu još uvijek ne može početi. Sve to bilo je teško i zamisliti prije nego što je počela pandemija koronavirusa. Izvještaj je objektivan, bez subjektivnih misli autora. Osim toga, ne obiluje stilskim sredstvima.

Može se zaključiti da je ton članka negativan zbog svih ograničenja i zabrana koje postoje. Također, fokus članka je na koronavirusu i postojanju tih zabrana.

„Dinamo kreće s treninzima u skupinama do najviše pet igrača“

Nekoliko je članaka koji su slične ili iste tematike kao ovaj. Autor u podnaslovu piše „Maksimir se budi“, što je metafora koja znači da se počinje nešto pozitivno događati. Iz tog razloga, možemo smatrati da je članak pisan u pozitivnom tonu. Osim toga, kratak je i iznosi samo ono najvažnije. Spominje se da treninzi nisu otvoreni za javnost zbog pandemije koronavirusa te da se zbog mjera protiv širenja virusa treninzi moraju održavati u skupinama do pet igrača. Također, napomenuto je da se iz tog razloga treninzi moraju podijeliti u više različitih termina.

Iako je sama vijest o početku treninga pozitivna i ohrabrujuća, sama činjenica da se nogometni treninzi moraju održavati u skupinama do najviše pet igrača je prije pandemije bila nezamisliva jer nogometna utakmica broji minimalno 22 igrača.

„HNL se neće nastaviti prije 16. svibnja“

Članak je pisan u formi vijesti, dakle, kratak je. Osim toga, u samom naslovu je iznijeto najvažnije, tako da čitatelj odmah sazna glavnu vijest. U tekstu je glavna vijest malo produžena, autor ne iznosi svoje stavove ili subjektivno mišljenje, već samo prenosi informacije koje je objavio Hrvatski nogometni savez. U skladu s tim, ne postoje metafore ili epiteti koji su karakteristični za druge forme članka i medijskog teksta.

Jedino što se uz priopćenje HNS-a dodaje u tekst je trenutno bodovno stanje na tablici Hrvatske nogometne lige te informacija da je HNL prekinut 12. ožujka. Najzanimljivija riječ koja je u tekstu napisana podebljanim slovima je „nepredvidivost“. Situacija je okarakterizirana kao nepredvidiva zbog pandemije koronavirusa. Iz toga se može zaključiti da se autor fokusira na to da postoji neizvjesnost oko odigravanja preostalih utakmica u HNL-u.

Izdvojeni članci imaju veoma sličnu tematiku, spominju se zabrane koje su uslijedile zbog pojave koronavirusa u svijetu. Sve članke karakterizira objektivnost u izvještavanju, vrlo malo stilskih figura i nedostatak senzacionalističkih elemenata u naslovu ili tekstu.

7. STIGMATIZACIJA

Higijena je stvar koja je tijekom pandemije još više dobila na važnosti. Kako bi se spriječilo širenje virusa, bilo je bitno, primjerice, imati čiste ruke i pribor za jelo. Mary Douglas piše kako je higijena oduvijek bila važna te da su Židovi zbog održavanja higijene i pranja ruku prije jela možda bili mnogo manje pogođeni raznim epidemijama. Ipak, to je samo pretpostavka, a ne činjenica. Nečistoću bismo trebali izbjegavati ne radi straha od bolesti, nego zbog kvalitetnijeg života i organiziranije okoline (Douglas, 2004: 22-55).

Stigmatizacija ljudi u doba pandemije postala je sveprisutna i zabrinjavajuća pojava. Mnogi pojedinci postali su žrtve negativnih predrasuda i diskriminacije zbog povezivanja s određenim faktorima rizika ili bolešću. Osobe koje su preboljele ili bile izložene virusu COVID-19 često se susreću sa stigmatizacijom i odbacivanjem, iako su prošle kroz teško iskustvo. Također, osobe koje su uključene u zdravstveni sektor, poput medicinskog osoblja i liječnika, bile su izložene stigmatizaciji zbog straha od prijenosa virusa.

Osobe koje su se percipirale kao osjetljivije i ranjivije na virus, imale su veću tendenciju da stigmatiziraju osobe koje su bile zaražene koronavirusom. Također, veća stigmatizacija kovid pozitivnih dolazila je s većim povjerenjem u institucije. Drugim riječima, osobe koje su vjerovala da institucije i znanstvenici rade dobar posao tijekom pandemije, bile su sklonije stigmatizirati osobe zaražene koronavirusom i smatrati ih opasnima (Markov, 2021: 21-24).

Pojedinci azijskog podrijetla suočavaju se s povećanim rasizmom i predrasudama jer je virus prvo identificiran u Kini. Stigmatizacija u doba pandemije ima ozbiljne posljedice, uključujući mentalnu i emocionalnu traumu, izolaciju, gubitak posla i smanjenje kvalitete života. Važno je podići svijest o ovom problemu i promicati razumijevanje, empatiju i podršku za sve ljude koji su pogođeni pandemijom.

Doba pandemije i život u opasnosti koji su živjeli mnogi ljudi, Douglas uspoređuje sa životom primitivnih plemena. Naime, primitivna plemena su na temelju fizičkih stvari određivali je li nešto dobro ili loše. Primjerice, tako su dodir sa slinom smatrali vrlo opasnim. Osim toga su i kontakt s truplima i krvlju smatrali potencijalno opasnim (Douglas, 2004: 32). I u doba pandemije se taj

fizički kontakt i dodir sa slinom trebao izbjegavati, kako bi se opasnost od širenja koronavirusa svela na najmanju moguću mjeru.

U ovom poglavlju izdvojeni su članci u kojima se govori o samoizolaciji, zaraženim, odnosno kovid-pozitivnim članovima Dinama. Članci su analizirani kvalitativnom metodom.

„Zaražen nogometaš Dinama: 'Nema potrebe za samoizolacijom ostalih igrača'“

Članak je pisan u formi izvještaja. Najvažnije informacije navedene su odmah u naslovu, a ime zaraženog igrača nije spomenuto jer ga ni GNK Dinamo nije objavio zbog *Zakona o zaštiti osobnih podataka*. Preneseno je priopćenje Dinama, izvještava se objektivno, osim u dijelu teksta gdje autor navodi da se nagađa da nije riječ o nekome tko je stalno prisutan na treninzima prve momčadi. Iako je pozitivan slučaj istaknut kao nova negativna vijest, u tekstu je naglašeno da nema potrebe za samoizolacijom ostalih igrača.

Način pisanja je relativno formalan jer većinu teksta čini službeno priopćenje Dinama podijeljeno u nekoliko dijelova. Autor je članak napisao sažeto, jasno i bez uporabe stilskih figura. Primarni cilj bio je informirati čitatelje.

„Doznali smo koji je igrač Dinama zaražen koronavirusom!“

Uskličnik na kraju naslova je tu da bi se od te informacije stvorila atraktivna vijest, senzacija. Podnaslov se također odnosi na koronavirus jer ga čini riječ „pozitivan“. Nekoliko je riječi naglašeno, odnosno podebljano u tekstu: simptomi, samoizolacija te ime igrača koji je bio pozitivan na testu koronavirusa – Kristijan Jakić. Iako Dinamo nije javno objavio koji je od igrača zaražen, autor članka je iznio svoju pretpostavku na temelju relevantnih podataka, stoga u članku postoje elementi istraživačkog novinarstva i subjektivnosti.

Naslov je napisan bombastično i nastoji privući čitatelje. Treba reći i da, za razliku od *clickbait* naslova, u članku se zaista daje nova informacija. Osim navedenog, članak je relativno kratak. Najveći dio zauzima priopćenje Dinama, a tek na kraju se autor osvrće na to da je zaraženi nogometaš Kristijan Jakić zbog činjenice da nije igrao protiv Istre, a klub nije objavio da je ozlijeđen. Članak ne sadrži stilske figure ili metafore karakteristične za nogomet. Članak je pisan u relativno negativnom tonu zbog toga što se javno objavljuje ime igrača koji je vjerojatno zaražen,

a i posljednje rečenice u tekstu koja se odnosi na tri igrača Lokomotive: „Priča se da su i oni pozitivni.“

Ispod članka nalazi se devet komentara, a zanimljiv je sljedeći: „Čemu prokazivati ljude? Da li ga sada treba kamenovati?“ Čitatelj je shvatio da se otkrivanjem identiteta igrača isti može etiketirati kao opasan za okolinu.

Oba članka pisana su u kratkoj formi, to su vijesti ili kratki izvještaji. Većina teksta otpada na prenesene izjave kluba ili drugih institucija, a manji dio je djelo sâmog autora. Članci ne obiluju stilskim figurama te daju jasne informacije.

8. KRŠENJE MJERA

Nažalost, tijekom pandemije virusa COVID-19 bilo je nekoliko slučajeva kršenja korona-mjera u nogometu. Iako su postojala jasna pravila i smjernice za održavanje sigurnosti, neki igrači, klubovi ili navijači nisu se pridržavali propisanih protokola. Primjeri kršenja uključuju organizaciju ilegalnih treninga ili okupljanja igrača izvan službenih timskih aktivnosti, nedisciplinirano ponašanje tijekom putovanja ili boravka u hotelima te ignoriranje fizičkog distanciranja ili nošenja zaštitnih maski.

Ovi incidenti su izazvali negativnu reakciju i kritike javnosti, jer su se takva ponašanja smatrala neprihvatljivim i neodgovornim. Kršenje korona-mjera u nogometu nije samo ugrožavalo zdravlje sudionika, već je također moglo imati širi utjecaj na zajednicu u smislu širenja virusa i produljenja trajanja pandemije.

Jedna od mjera protiv širenja koronavirusa koja se kršila je bila mjera samoizolacije. Ta mjera podrazumijeva da osoba 14 dana bude doma te da ne bude u bliskom kontaktu s drugim osobama. Ipak, tu mjeru nisu svi poštivali pa se može reći da su se ponašali rizično i antisocijalno te su potencijalno bili prijetnja društvu. Mnogi su bili kritični prema osobama koje su kršile mjere te nisu mogli razumjeti razloge zbog kojih osoba krši takve mjere. Tilinger je u svom istraživanju kao jedan od razloga zašto ljudi krše mjeru samoizolacije je taj što su podložni dosadi. Drugi razlog koji je izdvojen je pretjerani optimizam ljudi vezan za budućnost. Drugim riječima, pretjerano

optimistični ljudi i oni podložniji dosadi, vjerojatnije će kršiti mjere samoizolacije (Tilinger, 2021: 1-18).

Nogometni savezi i organizatori natjecanja su često poduzimali sankcije protiv klubova ili pojedinaca koji su kršili protokole protiv širenja koronavirusa. To uključuje kažnjavanje financijskim kaznama, suspenzijama ili odgađanjem utakmica. Ove mjere su poduzete kako bi se osiguralo da se svi u nogometnoj zajednici pridržavaju propisanih smjernica i time smanji rizik od širenja virusa.

Važno je napomenuti da većina nogometnih klubova, igrača i navijača poštuje mjere i pridržava se protokola. Međutim, izolirani slučajevi kršenja jasno pokazuju potrebu za kontinuiranim podsjećanjem i usklađivanjem s mjerama kako bismo svi zajedno suzbili širenje virusa i očuvali sigurnost svih uključenih u nogometnu industriju.

Značajno je istaknuti da u uzorku istraživanja ne postoji niti jedan članak u kojem se spominje da je neki član GNK Dinamo Zagreb kršio mjere protiv širenja koronavirusa. Iako je u drugim državama bilo primjera kršenja javnozdravstvenih mjera i to od strane nekoliko nogometaša, svi igrači i članovi Dinama očito su bili dovoljno savjesni i poštivali propisane mjere, bilo da se radi o mjerama samoizolacije, karantene ili onih koje se tiču treniranja u manjim skupinama.

Kršenje samoizolacije kao mjere u većini slučajeva tretirao se kao prekršaj za koji se plaća novčana kazna. Ipak, postoje i kriteriji zbog kojih se nepoštivanje ove mjere moglo kažnjavati i na drugačiji način. Način na koji je bilo moguće kazniti osobu koja krši spomenutu mjeru je zatvorska kazna (Primorac, 2021: 381).

Primjer igrača koji je kršio mjere tijekom pandemije je Luka Jović, tadašnji napadač Real Madrida, koji je po povratku iz Španjolske u Srbiju uhvaćen u kršenju propisane mjere samoizolacije (Gol.hr, 2020).

9. GUBITAK NOVCA

Tijekom pandemije virusa COVID-19, nogometni klubovi diljem svijeta suočili su se s ozbiljnim financijskim izazovima. Ograničenja prisiljena na društvo kako bi suzbilo širenje virusa dovela su do zatvaranja stadiona za navijače, otkazivanja utakmica i prekida natjecanja.

To je značilo dramatičan pad prihoda od prodaje ulaznica, televizijskih prava te sponzorstava, što je predstavljalo veliki udarac za financijsku stabilnost klubova.

Upravo su sponzorstva od velike važnosti kada je riječ o financiranju sporta i sportskih aktivnosti. Profesionalni sport se, za razliku od rekreativnog, financira većinom iz privatnih izvora pa su zato sponzori veoma značajni za nogometne klubove i same nogometaše. Primjera radi, Cristiano Ronaldo je u razdoblju od svibnja 2019. do svibnja 2020. godine zaradio 45 milijuna eura od sponzora. Veliki pad dogodio se i u tom dijelu. Broj sponzorskih ugovora je u ožujku 2020. godine pao za 40%, u odnosu na prvi mjesec iste godine. Dašić i drugi navode i rezultate istraživanja koje pokazuje da će 70% kompanija u Sloveniji smanjiti davanja za slovenski sport za 25% (Dašić i dr., 2020: 111-113). Sve to ukazuje na vrlo tešku situaciju za sve sportske klubove.

Klubovi su zato morali smanjiti plaće igrača i osoblja kako bi ublažili gubitke. Transferi igrača su se znatno smanjili, a neki planirani transferi su otkazani jer klubovi nisu imali sredstava za plaćanje visokih naknada. Financijske patnje klubova bile su vidljive na svim razinama, od elitnih europskih liga do manjih regionalnih natjecanja.

Neki klubovi su bili prisiljeni posuđivati novac, neki su bili blizu bankrota, a mnogi klubovi morali su davati otkaze svojim zaposlenicima kako bi preživjeli krizu. Jedan od klubova koji je podijelio mnogo otkaza je engleski prvoligaš Arsenal. Zbog financijskih problema, otkaz je dobilo najmanje 55 zaposlenika (Dašić i dr., 2020: 115).

Ipak, neki su klubovi uspjeli prebroditi ovo razdoblje prilagodbom svojih strategija i upravljanjem financijama. Neki su se usmjerili na razvoj vlastitih mladih igrača, smanjili su troškove transfera i plaća, te se usredotočili na očuvanje temeljnih vrijednosti kluba.

Također, pomoć vlada i UEFA-e u obliku financijskih potpora i olakšica igrala je ključnu ulogu u spašavanju mnogih klubova od bankrota. Neki klubovi su također prodali udjele klupskih imovina kako bi prikupili sredstva.

Još jedna stvar koja je drastično pala zbog koronavirusa je tržišna vrijednost nogometaša. Primjerice, zbog pada vrijednosti nogometaša, momčadi Dinama je vrijednost pala sa 137 milijuna na 79 milijuna eura, što je razlika od 58 milijuna eura. Što se tiče Prve HNL, ukupna vrijednost svih klubova pala je za 81 milijun eura, odnosno za 30%. Veliki pad doživjeli su i drugi. Kylian Mbappé, najvrjedniji nogometaš svijeta, zabilježio je pad od 20 milijuna eura. Najveći pad u pet najjačih europskih liga zbio se u engleskoj *Premier ligi* gdje je ukupna vrijednost bila manja za 1,8 milijardi eura (Hina, 2020).

Ovo razdoblje pandemije je pokazalo kako je financijska stabilnost ključna za dugoročni uspjeh klubova, a mnogi su naučili važnost racionalnog i održivog financijskog upravljanja. Iako je put do oporavka bio izazovan, nogometna industrija pokazala je izniman otpornost i prilagodljivost u suočavanju s financijskim posljedicama pandemije.

Sljedeći članci izdvojeni su na temelju iste tematike, a bave se financijskim problemima, odnosno novčanim gubicima tijekom pandemije u GNK Dinamo Zagreb. Objavljeni su na portalu *Večernjeg lista* u periodu od 1. ožujka 2020. do 1. rujna 2020. godine.

„Igrači Dinama nisu prihvatili smanjenje plaća!“

Članak je pisan u relativno negativnom tonu jer se u samom naslovu naglašava da igrači Dinama nisu prihvatili smanjenje plaća. To je naglašeno i u početku teksta. Ističe se razlika u ponašanju igrača prve momčadi i ostalih članova kluba: „Igrači prve momčadi, za razliku od ostalih, još nisu prihvatili nove uvjete.“

U tekstu se prenose izjave Dinama te nema iznošenja subjektivnog mišljenja autora. Prenesena je izjava u kojoj se Dinamo zahvaljuje zaposlenicima, B momčadi i nogometnoj školi na prihvaćanju novih uvjeta.

Od riječi koje se u tekstu ističu podebljanim slovima, tu su uglavnom one koje se vežu uz koronavirus: „poteškoće“, „neizvjesnost situacije.“ Naslov je pomalo bombastičan, završava usklikom te zvuči dramatično.

„Udarac za HNL: Dinamo izgubio 130 milijuna kuna, Hajduk oko 30 milijuna!“

Već naslov članka govori o negativnoj pojavi, odnosno financijskom gubitku klubova. Kroz cijeli tekst govori se o financijskim problemima mnogih klubova, padu vrijednosti klubova i nogometaša, iz čega se vidi negativan ton. Može se reći da je to i očekivano jer su financijski gubici tijekom pandemije bili veliki. Članak je relativno opsežan, pun je informacija o mnogobrojnim klubovima i igračima. Spominju se točne brojke vezane za pad vrijednosti nogometaša i klubova poput ove: „Kompletna momčad hrvatskog prvaka trenutno vrijedi 79,5 milijuna eura, u odnosu na 97 prije pandemijskog ažuriranja vrijednosti.“

Prenesene su tek dvije izjave osnivača *Transfermarketa* pa se većina teksta bavi analizom nogometnog tržišta. Članak sadrži epitete i metafore pa se tako Dominik Livaković opisuje kao „prvi vratar Vatrelih“, a internetska stranica *Transfermarket* spominje kao „sveta knjiga“ za tržišne vrijednosti nogometaša.

„Nije ni čudo što u Maksimiru drame: Dinamo preko noći ostao bez više od stotinu milijuna kuna!“

Podnaslov članka koji glasi: „Stiže recesija“ zvuči vrlo dramatično i zastrašujuće. Osim toga, sama tvrdnja da je Dinamo ostao bez toliko novaca, koja je dodatno naglašena usklikom, zvuči veoma negativno. Dakle, negativan je i ton članka. Naglašava se da će to biti teško ljeto, da je Dinamo preko noći na desetorici najskupljih igrača izgubio 14 milijuna eura te da se zbog koronavirusa očekuju drastične promjene na tržištu. Sve to stvara negativnu atmosferu.

Iako se u naslovu tvrdi da je Dinamo ostao bez tih novaca, što zvuči tragično, istina je malo drugačija. Naime, vrijednost igrača je pala te bi u slučaju njihove prodaje Dinamo zaradio manje nego prije pandemije. Dakle, to je samo potencijalni financijski gubitak, a ne stvarni. Iz takvih bombastičnih naslova vidljivi su elementi senzacionalizma.

Članak ne sadrži niti jednu izjavu neke osobe ili institucije, već je fokus na analizi nogometnog tržišta, a posebice se analizira promjena vrijednosti Dinamovih igrača. Članak karakteriziraju i stilske figure poput metafora i epiteta. Tako igrači Dinama postaju „Modri“, a Real iz Madrida se opisuje kao „bogati Real“.

Zajedničko ovim trima člancima je da sadrže pomalo bombastične i dramatične naslove te završavaju uskličnikom što naslov i članak čini još atraktivnijim. Osim toga, u svim člancima prisutan je negativan ton i to zbog potencijalno velikih financijskih gubitaka. Članci su uglavnom bogati stilskim figurama. Suprotno, malo je priopćenja ili izjava koje se prenose, stoga autor ima veću slobodu u pisanju.

10. FILANTROPIJA

Filantropija se odnosi na nesebično pružanje pomoći i podrške drugima kroz financijske donacije, volontiranje ili druge oblike angažmana u humanitarnim aktivnostima. Tu se kao pozitivan primjer često ističu poznati sportaši, glumci, pjevači. Poznate osobe imaju značajan utjecaj na naše ponašanje, posebno kada je riječ o društveno odgovornom ponašanju tijekom pandemije koronavirusa. Kada vidimo poznate osobe kako pružaju podršku i sudjeluju u humanitarnim akcijama, to nas može potaknuti na razmišljanje o vlastitom doprinosu zajednici. Njihova javna izloženost čini njihove postupke vidljivima široj publici, što može stvoriti pozitivan presedan i potaknuti ljude na veću odgovornost prema društvu.

Tijekom pandemije koronavirusa, ponašanje poznatih osoba poput sportaša bilo je pod povećalom. Javne osobe vrlo jednostavno mogu utjecati na stavove i mišljenja drugih ljudi. To im najviše omogućuju društvene mreže i brzina kojom njihov komentar ili objava dođe do mnogo ljudi na svijetu. Iz tog razloga poznati sportaši mogu se smatrati brendom. Od sportaša koji su tijekom pandemije koronavirusa bili utjecajni, izdvaja se srpski tenisač Novak Đoković. Naime, njegov stav da se neće cijepiti ni pod koju cijenu odjeknuo je u javnosti. S obzirom na njegovu popularnost, sigurno je da mnogi uvažavaju njegovo mišljenje te je onima koji slično misle dao dodatni razlog da se ne cijepe. Nasuprot njemu, španjolski tenisač Rafael Nadal izjavio je da se pravila trebaju poštivati, uključujući obvezno cijepljenje (Dubelj i Prlić, 2022: 106-107).

Kada poznate osobe doniraju sredstva za borbu protiv pandemije ili se aktivno uključuju u kampanje o važnosti nošenja maski i cijepljenja, to može potaknuti ljude da se pridržavaju preporučenih mjera i postupaju odgovorno prema zdravlju svoje zajednice.

Njihov utjecaj može inspirirati ljude da prepoznaju važnost solidarnosti i uzajamne brige u izazovnim vremenima te da se angažiraju u pomaganju onima koji su najugroženiji. Na taj način, poznate osobe mogu biti katalizatori za promjene u društvenom odgovornom ponašanju, pozivajući nas na zajednički napor kako bismo zajedno prevladali izazove koje je donijela pandemija koronavirusa.

Nešto slično govori i teorija *priminga*. Primjerice, u kontekstu medijskog utjecaja na ponašanje, prevelika izloženost nasilnim sadržajima osobu može potaknuti da se i sama ponaša nasilno. Također, ulogu ima i sličnost situacije u kojoj se osoba nalazi s onom koju je sklon gledati u medijima. Dakle, veća sličnost uzrokuje veći utjecaj medija u takvim situacijama (Valković, 2010: 80-84).

Prema teoriji *priminga*, izlaganje određenim stimulansima ili informacijama može aktivirati određene mentalne koncepte ili asocijacije unutar uma, što potom utječe na našu interpretaciju i reakciju na nove podražaje. Dakle, kada se u javnosti opisuje neka pojava na određeni način, to će ostati u ljudskoj memoriji te će kasnije na temelju tih informacija kreirati stavove i mišljenja (Scheufele i Tewksbury, 2007). U kontekstu pandemije koronavirusa, kada se u javnosti promovira odgovorno ponašanje poput nošenja maski i distanciranja, nama će to ostati u pamćenju te je vjerojatnije da ćemo se i sami tako ponašati.

U sljedećem dijelu izdvojena su tri članka koja su analizirana kvalitativnom metodom, a u kojima se spominju dobra djela koja su tijekom pandemije učinili neki od članova nogometnog kluba Dinamo, njegovi navijači ili sami klub. Članci su objavljeni na portalu *Večernjeg lista*, a izabrani su upravo ovi jer imaju dovoljno teksta, odnosno materijala za analizu. Svi niže navedeni članci objavljeni su u razdoblju od 1. ožujka 2020. do 1. rujna 2020. godine.

„Gesta igrača Dinama oduševila susjede: Napravio je to u tišini, bez slikanja i pompe“

U članku je prisutan pozitivan ton, a to se vidi već iz samog naslova i podnaslova. U naslovu stoji da je igrač Dinama (Komnen Andrić) oduševio susjede svojom gestom, a u podnaslovu piše „svaka čast“. Riječi koje su u tekstu istaknute podebljanim slovima odnose se na to da je Komnen human i dobar čovjek.

Iz svega toga primjetno je da autor članka hvali Komnena i pozitivno izvještava o njemu i njegovom činu. Naime, Andrić je donacijom pomogao ambulanti u svom rodnom Baljevcu tijekom pandemije koronavirusa.

U članku su prenesene dvije izjave medicinskog osoblja, pohvaljen je potez Andrića, a na samom kraju se navodi par informacija o nogometnom putu Andrića. Iz toga se vidi da je fokus članka bio pohvaliti to što je Andrić pomogao ambulanti, ali i što je to napravio tako da ne promovira sebe. Ipak, za njegov potez se saznalo nakon što mu se ambulanta javno zahvalila. Članak je vrlo objektivno pisan, nema puno komentara autora, a pisan je u formi vijesti s nadodane dvije izjave.

Članak ima tek par epiteta: „lijepa gesta“ te „nemiran dječak“, a ostale stilske figure nisu prisutne. Tekst je relativno kratak i jasan. Članak sadrži elemente senzacionalizma, u naslovu se ne otkriva koji je igrač Dinama oduševio susjede te kojom gestom, već je potrebno pročitati članak kako bismo to saznali. Dakle, naslov nastoji privući čitatelja jer ne odaje najvažnije informacije odmah.

„Krasna gesta iz Maksimira: Dinamo će pomoći u obnovi bolnica, ali to nije sve“

Već iz naslova primjetno je da postoje elementi senzacionalizma. To je vidljivo iz posljednje četiri riječi: „ali to nije sve“. Iako naslov daje informaciju da će Dinamo Zagreb pomoći u obnovi bolnica, čitatelju se nastoji probuditi interes za čitanjem cijelog članka upravo s tih nekoliko posljednjih riječi. Iako nije potpuno jasno na što se misli sa zadnje četiri riječi, vjerojatno je u pitanju Dinamova kupnja dvaju novih sanitetskih vozila koja će služiti zdravstvenom sustavu.

U ovom članku koji je pisan objektivno, autor nema mnogo svojih rečenica, već većinu teksta čini prenesena izjava GNK Dinama. Članak od stilskih sredstva sadrži nekoliko epiteta: „krasna gesta“, „veliki potres“, „razorni potres“. Kroz cijeli tekst vlada pozitivan ton, što je i očekivano, s obzirom na pomoć Dinama.

U podnaslovu je prisutan još jedan epitet: „velika donacija“, što naglašava pomoć Dinama i nastoji što više pohvaliti Dinamo kao klub. Dakle, fokus je upravo na isticanju Dinama i pomoći koju pruža.

Ono što još treba istaknuti je da se na kraju članka nalaze podaci potrebni za uplatu donacija. Tu se nalaze podaci za donacije vezani za potres u Zagrebu, a drugi dio vezan je za donacije za borbu protiv koronavirusa. Kada čitatelj vidi koliko je Dinamo donirao za obnovu bolnica (500 tisuća

kuna, tj. oko 66 tisuća eura), to bi ga moglo potaknuti da i on donira određeni iznos u svrhu borbe protiv koronavirusa ili za obnovu Zagreba nakon potresa. Dakle, osim hvaljenja Dinama, cilj je bio i potaknuti druge na slične poteze.

„Građani, javite se *Bad Blue Boysima*, tu su da pomognu u ove teške dane!“

U samom naslovu potiču se građani da se jave glavnoj navijačkoj skupini Dinama, ako im treba pomoć. Time se hvali potez *Bad Blue Boysa* koji su spremni pomoći ljudima u nevolji. O tome govori i podnaslov: „Hvale vrijedna akcija“. Članak je pisan objektivno, a prevladava pozitivni ton jer se spominje da su navijači Dinama pomogli da se pacijenti što prije smjeste u KB Dubrava te da su počeli dostavljati potrepštine građanima koji su najugroženiji. Članak je pisan u formi vijesti, sažet je te sadrži priopćenje *Bad Blue Boysa* koje zauzima većinu teksta.

Zanimljivo, na kraju članka nalaze se i upute Crvenog križa za primanje pomoći za starije i nemoćne osobe. Fokus članka je pomoći koju pružaju *Bad Blue Boysi*, a cilj je pohvaliti ih te informirati građane o načinu na koji mogu dobiti pomoć. Članak od stilskih figura sadrži nekoliko epiteta: „nesebični rad“, „najugroženija skupina građana“.

U sva tri analizirana članka prisutan je pozitivan ton. Može se kazati da je to i očekivano jer se u člancima ipak govori o dobrim djelima nogometaša, navijača Dinama ili samog kluba. Osim same pomoći, model ponašanja tih navijača ili nogometaša mogu preuzeti i drugi ljudi kako bi pomogli bližnjima ili društvu. To je također jedan od ciljeva pisanja takvih članaka. Osim navedenog, članci su sažeti, pisani su objektivno, većina teksta u članku otpada na prenesene izjave ili priopćenja. Od stilskih figura ističu se epiteti kojih u navedenim člancima ima nekoliko, dok druge stilske figure uglavnom nisu prisutne.

11. ESKAPIZAM

Eskapizam je fenomen koji se sve više primjećuje u suvremenom društvu. Predstavlja tendenciju ljudi da pobjegnu od stvarnosti i svakodnevnih briga kroz različite oblike bijega. Može se manifestirati kroz konzumiranje različitih medija poput knjiga, filmova, televizije, videoigara ili glazbe koje nude imaginarni svijet ili drugačiju stvarnost. Osim toga, može biti privlačan jer

omogućuje ljudima da privremeno zaborave svoje probleme i izazove te se utope u fantazije ili priče koje ih odvede na drugačija i bolja mjesta.

Uz taj pojam vežemo i medijski pojam *gatekeeping*, koji se odnosi na filtriranje, odnosno odabir informacija koje će doći do određene publike. Isto tako, postoje informacije se neće plasirati u javnost. Osim toga, neki događaji i informacije koje novinar ili glavni urednik ne smatraju osobito važnima ostat će neobjavljene (Pleić, 2018: 15).

Eskapizam također može biti i dvosjekli mač. Pretjerani bijeg od stvarnosti može dovesti do izbjegavanja odgovornosti i suočavanja s realnim životnim situacijama. Umjereni oblik eskapizma, kao zdrav način opuštanja i relaksacije, može biti koristan, ali važno je pronaći ravnotežu između bijega i suočavanja s izazovima koje život donosi.

U idućem dijelu izdvojena su tri članka. Sva tri objavljena su na portalu *Večernjeg lista* i to u razdoblju od 1. ožujka 2020. godine pa sve do 1. rujna iste godine. Izabrani su upravo niže navedeni članci jer sadrže dovoljnu količinu teksta, što znači da se mogu adekvatno analizirati. Članci su odabrani na temelju tematike koja stoji i u naslovu poglavlja. Koronavirus i njegove posljedice kao da ne postoje u navedenim člancima. Drugim riječima, odabrani su članci koji se odmiču od teme koronavirusa, zaraza, zabrana, odgoda i svih drugih negativnosti koje su bile prisutne tijekom pandemije.

„Dinamo i Lokomotiva odigrali gradski derbi, lokosi sjajno 'spustili' plavima“

Iz samog naslova i podnaslova „U inat koroni“, pomislili bismo da je nogometna utakmica u vrijeme pandemije zaista odigrana. Ipak, u ovom članku vide se elementi senzacionalizma jer je gradski derbi zapravo bio u igri križić-kružić.

Iako se u dva navrata spominje da su utakmice HNL-a odgođene zbog koronavirusa, u članku se najviše ističu duhovite objave i komentari Lokomotive i Dinama: „Sudeći po brzini vremena za odgovor, u GNK Dinamo Zagreb vjerojatno koriste Internet Explorer“ te „Iako je posljednji potez NK Lokomotiva Zagreb provjeravao VAR više od 5 minuta (ili je na računalu admina krenuo Windows Update), prvi kružić križić dvoboj je završen prijateljskim remijem!“

Dakle, članak je satiričnog karaktera, a fokus je na animiranju čitatelja. Cilj je odmaknuti se od teme pandemije koja je bila aktualna i stalno prisutna. Prisutna je uporaba nogometnog rječnika,

ima metafora, epiteta i usporedbi. NK Lokomotiva su „lokosi“, a Dinamo „plavi“. U naslovu piše da su im lokosi „spustili“ što je, u ovom slučaju, metafora za dobar odgovor na provokaciju. Brzina odgovora Dinama uspoređuje se s brzinom rada Internet Explorera.

„Pregazili smo Partizan s 5:0, a Tuđman mi je rekao 'moglo je to i bolje'“

Ono što prvo treba istaknuti je da se u tekstu niti jednom ne spominje koronavirus, pandemija ili neka slična riječ koja se povezuje s tim razdobljem. Članak je pisan kao svojevrsni izvještaj s te utakmice koja se odigrala 1997. godine. Fokus članka je prisjetiti se te važne Dinamove utakmice i velike pobjede nad Partizanom. Članak sadrži nekoliko izjava bivših igrača Dinama.

U članku prevladava pozitivan ton. Autor teksta nekoliko je puta iznio svoje mišljenje. Piše da je to jedna od najvećih pobjeda u Dinamovoj povijesti te da je Dinamo mnogo toga promašio u prvoj utakmici. U tekstu autor rabi i metafore i epitete. Dinamo naziva „Modri“, a Partizan „crno-bijeli“. Utakmica se opisuje kao „veličanstvena“, a pobjeda kao „jedna od najvećih“. Piše se i da je Partizan ispraćen s pet „komada“ u mreži. Vidljiva je uporaba nogometnog rječnika.

Fokus je i na politici, a to se vidi iz riječi koje su podebljane u tekstu. Naglašene su riječi „politička utakmica“. Istaknuto je i da je to prva utakmica hrvatskog i srpskog kluba nakon završetka Domovinskog rata.

„Rene Bitorajac uz pjesmu punu psovki komentirao ponos Zagreba: Ko tu koga?“

U članku prevladava negativni ton, a to je vidljivo iz podnaslova: „Situacija je loša“.

Piše se o teškoj situaciji Dinama koji ne igra dobro te često mijenja trenere. Članak sadrži stilske figure. Dinamo je metaforički opisan kao „ponos Zagreba“.

Što se tiče epiteta, situacija se opisuje kao „kaotična“, a glumac Bitorajac kao „veliki navijač“. Fokus članka je na tome da se kroz komentar glumca Bitorajca opiše situacija u GNK Dinamo koja je loša, kao i igra nogometne momčadi.

Veći dio teksta čini autorova analiza stanja u klubu. U skladu s tim, ima iznošenja subjektivnih dojmova pa tako autor tvrdi da Dinamo ne izgleda dobro na terenu, a da je situaciji u klubu još lošija. Dakle, članak je pisan relativno subjektivno. Iako je pandemija koronavirusa u tijeku, u ovom članku se niti jednom ne spominje koronavirus.

U navedenim člancima fokus nije na koronavirusu. Dapače, koronavirus se spominje samo u jednom od tri analizirana članka. U člancima uglavnom nema elemenata senzacionalizma, ali su zato vrlo česta iznošenja subjektivnih dojmova autora. Zajedničko svim člancima je i to da su bogati sintagmama koje se koriste u nogometu. Isto tako, tekstovi obiluju stilskim figurama poput metafora i epiteta.

12. ZAKLJUČAK

Pandemija koronavirusa drastično je izmijenila sport diljem svijeta, a nogomet i nogometni klubovi poput GNK Dinamo Zagreb nisu bili iznimka. Pandemija je utjecala na svaki aspekt sportskog svijeta, mijenjajući način na koji se natjecanja organiziraju, kako se igraju utakmice te kako se klubovi povezuju sa svojim navijačima.

Na početku pandemije, mnoge nogometne lige i turniri diljem svijeta su privremeno prekinuti ili otkazani, što je izazvalo neizvjesnost u rasporedu natjecanja i stvorilo prazan prostor na stadionima.

Nastojanja da se natjecanja nastave dovela su do promjena u dinamici igre, a prisustvo gledatelja postalo je ograničeno ili potpuno zabranjeno. Ovo je utjecalo na atmosferu na stadionima, a igrači su se morali prilagoditi igranju pred praznim tribinama. Zdravstveni protokoli postali su sastavni dio nogometnog okruženja. Klubovi su morali organizirati redovita testiranja igrača, osoblja i članova kluba te se pridržavati strogih smjernica kako bi osigurali sigurnost svih uključenih.

Financijski aspekt je također pretrpio znatne posljedice. Smanjenje prihoda od prodaje ulaznica, komercijalnih sponzorstava i drugih izvora prihoda utjecalo je na financijsku stabilnost klubova. GNK Dinamo Zagreb, kao i drugi klubovi, suočavao se s financijskim izazovima u održavanju svojih operacija, plaćanju igrača i osoblja te ulaganju u infrastrukturu. Klubovi su bili ograničeni financijskim sredstvima za angažiranje novih igrača, dok su putovanja i zdravstveni protokoli otežali regrutaciju talenata iz drugih zemalja.

U konačnici, utjecaj pandemije koronavirusa na nogomet i klubove poput GNK Dinamo Zagreb bio je golem. Klubovi su se morali prilagoditi novim uvjetima, tražiti inovativne načine

komunikacije s navijačima i pronalaziti održive poslovne modele kako bi prevladali izazove koje je donijela kriza.

U ovom radu analizirana su 23 članka kvalitativnom metodom. U prvih nekoliko poglavlja, zaključno s poglavljem koje tematizira ulogu novca u nogometu, analizirano je devet članaka. Svih devet objavljeno je na portalu *Večernjeg lista* u razdoblju od 1. rujna 2019. godine do 29. veljače 2020. godine. U preostalim poglavljima, analizirani su članci objavljeni na portalu *Večernjeg lista* i to u razdoblju od 1. ožujka 2020. godine do 1. rujna iste godine. Cilj je bio uočiti na koji se način izvještavalo o GNK Dinamu prije i tijekom pandemije koronavirusa. Osim toga, nastojalo se prepoznati koje teme su prevladavale prije pandemije i na čemu je bio fokus, a koje teme su postale nove na dnevnom redu nakon pojave koronavirusa u Hrvatskoj.

Što se tiče članaka koji pripadaju razdoblju prije pojave koronavirusa u Hrvatskoj, fokus tih članaka je na informiranju čitatelja o sportskim rezultatima, analizama utakmica ili financijskog stanja u Dinamu.

Osim toga, postoje i senzacionalistički naslovi kojima je cilj namamiti čitatelje da otvore i pročitaju članak jer na taj način privlače više oglasa, što im donosi novac. Ipak, analizirani članci ne sadrže mnogo senzacionalizma.

Nasuprot tome, u svim odabranim člancima prije pandemije koronavirusa, primjetno je obilato korištenje stilskih figura poput metafora i epiteta. Također, česte su i sintagme koje su dio nogometnog rječnika.

Kada govorimo o najavama i izvještajima utakmica, postoji objektivnost u izvještavanju. To nije slučaj u člancima koji su svojevrsna analiza klupske financijske situacije i općenito nogometnog tržišta. Tu autor ima veću slobodu pa je češće iznošenje subjektivnih stavova.

Dok je u razdoblju prije pandemije fokus bio na već navedenom, od ožujka 2020. godine situacija se mijenja. Na dnevni red dolaze teme zabrana, odgađanja utakmica, gubitka novca zbog pojave koronavirusa, a vrlo su rijetki članci u kojima se koronavirus uopće ne spominje. U tom dijelu možemo vidjeti najveću promjenu u načinu izvještavanja i temama koje prevladavaju u razdoblju prije i tijekom pandemije koronavirusa.

Razlika se može vidjeti i u korištenju stilskih figura. Dok su se prije pandemije u člancima relativno često upotrebljavale stilske figure i nogometni rječnik, od ožujka 2020. godine to je bilo mnogo rjeđe. Posebice je to rijetko u člancima koji govore o zabranama, koje su uslijedile zbog pojave virusa ili zaraženim igračima. U tim člancima uopće nema stilskih figura ili sintagmi koje su karakteristične za nogomet.

Treba istaknuti još nekoliko stvari. Analiza je pokazala da se niti u jednom članku ne spominje kršenje javnozdravstvenih mjera poput mjera samoizolacije. Za sva ostala poglavlja postojali su primjeri članaka, dok se kršenje mjera nije dogodilo kod nogometaša ili osoba koje su povezane s GNK Dinamo. Također, valja usporediti analizirane članke koji se tiču financijskog aspekta u periodu prije pandemije s onima koji su pisani za vrijeme trajanja pandemije koronavirusa.

Naime, članci u ta dva perioda imaju mnogo sličnosti. Rijetko su neutralnog tona, uglavnom ima subjektivnih dojmova autora te obiluju stilskim figurama. Ipak, ističe se jedna važna razlika. U člancima prije početka pandemije, senzacionalizma gotovo da nema. Suprotno, članci koji su pisani za vrijeme pandemije uglavnom imaju elemente senzacionalizma poput bombastičnih naslova.

Sljedeći zaključak tiče se članaka koji su pisani tijekom pandemije. Od svih tematika, jedino je u dijelu gdje se spominju dobra dijela navijača ili nogometaša prisutan pozitivan ton članka. U ostalim člancima uglavnom prevladava negativan ili neutralan ton članka. Primjerice, članci koji govore o zabranama i financijskom stanju klubova zbog posljedica pandemije, pretežno su pisani u negativnom tonu.

Zanimljivo, članci koji su bili pisani najobjektivnije, ujedno su i najkraći. Većinom su to vijesti ili izvještaji. Članci koji su pisani objektivno pripadaju prvom dijelu u kojem se nalaze teme poput najava ili izvještaja s utakmica. Što se tiče članaka tijekom pandemije, kao najobjektivniji pokazali su se članci koji obrađuju teme zabrana i stigmatizacije.

Stilske izražajne figure prisutne su u većini članaka. Ipak, u člancima koji su svrstani u teme zabrana i stigmatizacije, stilskih figura nema ili ih ima vrlo malo. U člancima u ta dva dijela govori se o odgodama, zabranama te igračima koji su zaraženi. Cilj je bio informirati čitatelje, a fokus na prisutnosti koronavirusa.

Iz ovoga kvalitativnog istraživanja izvučeni su neki zanimljivi rezultati i zaključci poput tona članka koji je tijekom pandemije negativniji nego što je to bio u razdoblju prije pojave koronavirusa. Temelj za daljnja istraživanja mogla bi biti usporedba u načinu izvještavanja u ta dva razdoblja. Ono što bi moglo donijeti nove zaključke je analiza kvantitativnom metodom. Primjerice, bilo bi zanimljivo vidjeti u brojčanim podacima u koliko se članaka o Dinamu spominje koronavirus. Osim toga, moglo bi se istražiti i koliko je točno članaka pisano u negativnom tonu u oba razdoblja te koliko su česti senzacionalistički naslovi u jednom i drugom razdoblju.

LITERATURA

Coleman, Madeline (2021) Olympic Athletes Face Strong COVID-19 Protocols, Restrictions As Cases Rise in Tokyo. *Sports Illustrated*. <https://www.si.com/olympics/2021/07/23/tokyo-olympics-covid-19-protocols-restrictions-rules-for-athletes>. Pristupljeno 10. kolovoza 2023.

Dašić, Dejan R., Tošić, Miloš i Delečić, Velimir (2020) Uticaj pandemije COVID-19 na industriju oglašavanja i sponzorstva u sportu. *Bizinfo (Blace)* 11(2): 105-116.
doi:10.5937/bizinfo2002105D

Dokler, Ana (2018) Ključne informacije o clickbait člancima i vježbe koje možete raditi s djecom, *medijskapismenost.hr* 26. siječnja. <https://www.medijskapismenost.hr/informacije-o-clickbait-clancima-i-vjezbe-koje-mozete-raditi-s-djecom/?fbclid=IwAR0iquZ-ajM76q1S23kzXY-VlhdX7fwqoAmfXio1VPekcD0GOSsdqhMz-F8>. Pristupljeno 10. kolovoza 2023.

Douglas, Mary (2004) *Čisto i opasno*. Zagreb: Algoritam.

Dubelj, Mihaela i Prlić, Lana (2022) Sportaši kao brend. *South Eastern European Journal of Communication* 4(2): 101-110. doi:10.47960/2712-0457.2022.2.4.101

Gol.hr (2020) Zvijezda Real Madrida otkrila kako je šokirala Srbiju: „Znam da je teško povjerovati, ali...“. *Gol.hr*. 21. ožujka. <https://gol.dnevnik.hr/clanak/rubrika/nogomet/luka-jovic-otkrio-zasto-je-prekrsio-odredbu-o-samoizolaciji-nisam-bio-upucen---598468.html>. Pristupljeno 10. kolovoza 2023.

Gunter, Barrie (2000) *Media Research Methods*, London, Thousand Oaks i New Delhi: Sage.

Hina (2020) Veliki pad vrijednosti igrača zbog korone, Prva HNL vrijedi 81 milijun eura manje. *Vecernji.hr*. 16. travnja. <https://www.vecernji.hr/sport/veliki-pad-vrijednosti-igraca-zbog-korone-prva-hnl-vrijedi-81-milijun-eura-manje-1394867>. Pristupljeno 10. kolovoza 2023.

Holy, Mirela (2021) Media Framing of the Coronavirus in Croatia. *In Medias Res* 10(18): 2813-2828. doi:10.46640/imr.10.18.3.

Horvat, Damir (2022) *Sociološka analiza organizacije sportskih događaja prije i za vrijeme pandemije COVID-19*. Diplomski rad. Međimursko veleučilište u Čakovcu.

<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:110:019237> Pristupljeno 26. lipnja 2023.

Kolarec, Krešimir (2021) *Sport kao sredstvo brendiranja*. Stručni završni rad. Veleučilište s pravom javnosti Baltazar, Zaprešić. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:129:002886>. Pristupljeno 28. lipnja 2023.

Kunczik, Michael i Zipfel, Astrid (2006) *Uvod u znanost o medijima i komunikologiju*. Zagreb: Zaklada „Friedrich Ebert“.

Lamza Posavec, Vesna (2004) *Metode društvenih istraživanja* (skripta). Zagreb: Institut društvenih znanosti „Ivo Pilar“.

Lesinger, Gordana (2021) INFODEMIJA ili prekomjerna količina netočnih informacija objavljenih o pandemiji COVID-19. *South Eastern European Journal of Communication* 3(1): 17-27.

Markov, Marta (2021) *Psihološki čimbenici koji utječu na stigmatizaciju oboljelih od koronavirusa*. Diplomski rad. Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.

<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:980233>. Pristupljeno 26. lipnja 2023.

Mićović, Miodrag (2015) Transfer fudbalera. *Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu* 52(2): 515-522.

Pleić, Marino (2018) *Medijska reprezentacija HNL-a u Jutarnjem listu i Večernjem listu*.

Diplomski rad. Fakultet političkih znanosti, Sveučilište u Zagrebu.

<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:114:154089>. Pristupljeno 28. lipnja 2023.

Primorac, Damir (2021) Samoizolacija kao posebna sigurnosno-pravna mjera zaštite pučanstva od zaraznih bolesti u kontekstu koronavirusa (Covid-19) – javnopravni aspekti. *Godišnjak Akademije pravnih znanosti Hrvatske* 12(1): 367-384. doi:10.32984/gapzh.12.1.18

Ramljak, Ivona (2018) *Marketing u nogometu*. Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković“, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:137:284172>.

Pristupljeno 27. lipnja 2023.

Rowe, David (2020) Subjecting pandemic sport to a sociological procedure. *Journal of Sociology* 56(4): 704-713. doi:10.1177/1440783320941284

Sadri, Sean R. i dr. (2022) Sports Journalism Content When No Sports Occur: Framing Athletics Amidst the COVID-19 International Pandemic. *Communications & Sport*10(3): 493-516.

Saeed, Amir i Kilvington, Daniel (2011) British-Asians and racism within contemporary English football. *Soccer & Society* 12(5): 602-612. doi:10.1080/14660970.2011.599581

Scheufele, Dietram A. i Tewksbury, David (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models of Media Effects. *Journal of Communication* 57(1): 9-20.

Tilinger, Marina (2021) *Zašto je teško „ostati doma“? Istraživanje ponašanja osoba koje su kršile samoizolaciju tijekom pandemije Covid-19*. Diplomski rad. Filozofski fakultet, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. <https://repozitorij.ffos.hr/islandora/object/ffos:5739>.
Pristupljeno 26. lipnja 2023.

Valković, Jerko (2010) Oblici i utjecaji televizijskog nasilja. *Nova prisutnost* 8(1): 67-86.

Vasilj, Miroslav (2014) *Sportsko novinarstvo*, Zagreb, Sarajevo i Mostar: Biblioteka Komunikacij@ Synopsis.

Članci korišteni u analizi

Džindo, Edi (2020) Udarac za HNL: Dinamo izgubio 130 milijuna kuna, Hajduk oko 30 milijuna! *Večernji.hr* 10. travnja. <https://www.vecernji.hr/sport/udarac-za-hnl-dinamo-izgubio-130-milijuna-kuna-hajduk-oko-30-milijuna-1393275>

Hina (2020) HNL se neće nastaviti prije 16. svibnja. *Večernji.hr* 20. travnja. <https://www.vecernji.hr/sport/hnl-se-neece-nastaviti-prije-16-svibnja-1395894>

Junaci, Robert (2019) Igrač Dinama upisao fakultet, ali morao je brzo odustati, otkrio i razlog. *Večernji.hr* 16. rujna. <https://www.vecernji.hr/sport/igrac-dinama-upisao-fakultet-ali-morao-je-brzo-odustati-otkrio-i-razlog-1345460>

Junaci, Robert (2019) Tražio je da mu pljunu u lice ako ne ispuni obećano: Hoće li se u Dinamu napokon radovati? *Večernji.hr* 13. rujna. <https://www.vecernji.hr/sport/trazio-je-da-mu-pljunu-u-lice-ako-ne-ispuni-obecano-hoce-li-se-u-dinamu-napokon-radovati-1344870>

Junaci, Robert (2020) Bjelica otkrio je li ucijenio Olma, Španjolac je u vrlo neugodnoj poziciji. *Večernji.hr* 11. siječnja, <https://www.vecernji.hr/sport/bjelica-nije-ucijenio-olma-ali-situaciju-bi-trebalo-sto-prije-rijesiti-1371749>

Junaci, Robert (2020) Dinamo zaposlio legendu koja zbog koronavirusa ne može doći u Zagreb. *Večernji.hr* 23. travnja. <https://www.vecernji.hr/sport/dinamo-zaposlio-legendu-koja-zbog-koronavirusa-ne-moze-doci-u-zagreb-1396563>

Junaci, Robert i dr. (2019) Noć koju će Dinamo željeti što prije zaboraviti! Plavi daleko ispod europske razine. *Večernji.hr* 26. studenoga. <https://www.vecernji.hr/sport/uzivo-navijacka-povorka-krenula-prema-san-siru-policija-nikad-spremnija-za-cetiri-tisuce-bbb-a-1362151>

Večernji.hr (2019) Bergamo je od jutra na nogama, donosimo prve snimke 'invazije' na Zagreb. *Večernji.hr* 18. rujna. <https://www.vecernji.hr/sport/bergamo-je-od-jutra-na-nogama-donosimo-prve-snimke-invazije-na-zagreb-1346072>

Večernji.hr (2019) Dinamo će dobiti novi stadion! Gradnja je dogovorena, nedostaje samo – pečat. *Večernji.hr* 21. rujna. <https://www.vecernji.hr/sport/dinamo-ce-dobiti-novi-stadion-gradnja-je-dogovorena-nedostaje-samo-pecat-1346875>

Večernji.hr (2019) Srna pohvalio igru hrvatskog prvaka: 'Dinamo nam nije dao disati'. *Večernji.hr* 23. listopada. <https://www.vecernji.hr/sport/srna-pohvalio-igru-hrvatskog-prvaka-dinamo-nam-nije-dao-disati-1354211>

Večernji.hr (2019) Srpski mediji vrište: Konačno da se i mi slažemo s Hrvatima! *Večernji.hr* 7. studenoga. <https://www.vecernji.hr/sport/srpski-mediji-vriste-konacno-da-se-i-mi-slazemo-s-hrvatima-1357736>

Večernji.hr (2019) Španjolac doputovao u Zagreb pa ostao u čudu: Ovo je brutalno. *Večernji.hr* 25. studenoga. <https://www.vecernji.hr/sport/spanjolac-doputovao-u-zagreb-pa-ostao-u-soku-ovo-je-brutalno-1361964>

Večernji.hr (2020) Dinamo i Lokomotiva odigrali gradski derbi, lokosi sjajno 'spustili' plavima. *Večernji.hr* 16. ožujka. <https://www.vecernji.hr/sport/dinamo-i-lokomotiva-odigrali-gradski-derbi-lokosi-sjajno-spustili-gradskom-rivalu-1386190>

Večernji.hr (2020) Dinamo kreće s treninzima u skupinama do najviše pet igrača. *Večernji.hr* 24. travnja. <https://www.vecernji.hr/sport/dinamo-krece-s-treninzima-u-skupinama-do-najvise-pet-igraca-1397051>

Večernji.hr (2020) Doznali smo koji je igrač Dinama zaražen koronavirusom! *Večernji.hr* 22. kolovoza. <https://www.vecernji.hr/sport/doznali-smo-koji-je-igrac-dinama-zarazen-koronavirusom-1425824>

Večernji.hr (2020) Gesta igrača Dinama oduševila susjede: Napravio je to u tišini, bez slikanja i pompe. *Večernji.hr* 29. travnja. <https://www.vecernji.hr/sport/gesta-igraca-dinama-odusevila-susjede-napravio-je-to-u-tisini-bez-slikanja-i-pompe-1398087>

Večernji.hr (2020) Građani, javite se Bad Blue Boysima, tu su da pomognu u ove teške dane! *Večernji.hr* 19. ožujka. <https://www.vecernji.hr/sport/gradani-javite-se-bad-blue-boysima-tu-su-da-pomognu-u-ove-teske-dane-1387235>

Večernji.hr (2020) Igrači Dinama nisu prihvatili smanjenje plaća! *Večernji.hr* 25. ožujka. <https://www.vecernji.hr/sport/igraci-dinama-nisu-prihvatili-smanjenje-placa-1388816>

Večernji.hr (2020) Krasna gesta iz Maksimira: Dinamo će pomoći u obnovi bolnica, ali to nije sve. *Večernji.hr* 25. ožujka. <https://www.vecernji.hr/sport/krasna-gesta-iz-maksimira-dinamo-ce-pomoci-u-obnovi-bolnica-ali-to-nije-sve-1388864>

Večernji.hr (2020) Nije ni čudo što u Maksimiru drame: Dinamo preko noći ostao bez više od stotinu milijuna kuna! *Večernji.hr* 9. travnja. <https://www.vecernji.hr/sport/nije-ni-cudo-sto-u-maksimiru-drame-dinamo-preko-noci-ostao-bez-vise-od-stotinu-milijuna-kuna-1393028>

Večernji.hr (2020) Pregazili smo Partizan s 5:0, a Tuđman mi je rekao 'moglo je to i bolje'. *Večernji.hr* 30. srpnja. <https://www.vecernji.hr/sport/pregazili-smo-partizan-s-5-0-a-tudman-mi-je-rekao-moglo-je-to-i-bolje-1420634>

Večernji.hr (2020) Rene Bitorajac uz pjesmu punu psovki komentirao ponos Zagreba: Ko tu koga? *Večernji.hr* 14. srpnja. <https://www.vecernji.hr/sport/rene-bitorajac-uz-pjesmu-punu-psovki-komentirao-situaciju-u-ponosu-zagreba-ko-tu-koga-1417234>

Večernji.hr (2020) Zaražen nogometaš Dinama: 'Nema potrebe za samoizolacijom ostalih igrača'. *Večernji.hr* 19. kolovoza. <https://www.vecernji.hr/sport/prvi-slucuj-koronavirusa-u-dinamu-nema-potrebe-za-mjerama-1425050>

SAŽETAK

Koronavirus prvi put se pojavio krajem 2019. godine u kineskom gradu Wuhanu, nakon čega se brzo počeo širiti širom svijeta. Ova pojava izazvala je naglu promjenu svakodnevnog života, uz restrikcije i socijalno distanciranje. Mediji su imali ključnu ulogu tijekom pandemije, neprestano su izvještavali o situaciji, broju zaraženih, širenju virusa te mjerama za suzbijanje. Teme koje nisu bile vezane za koronavirus brzo su pale u drugi plan. Tijekom pandemije velike promjene dogodile su se i u nogometu. Prekinute su lige diljem svijeta, odgođena su sportska natjecanja poput Europskog prvenstva i Olimpijskih igara. Utakmice su se igrale bez publike, što je utjecalo na atmosferu i prihode klubova. Pandemija je duboko utjecala na dinamiku i strukturu svjetskog sporta, ostavljajući značajne posljedice na ekonomiju i organizaciju natjecanja. Cilj ovog istraživanja bio je uočiti razliku u medijskom izvještavanju o GNK Dinamo prije i tijekom pandemije. Svi analizirani članci objavljeni su na portalu *Večernjeg lista*. Rezultati istraživanja pokazuju da je tijekom pandemije koronavirus postao gotovo stalno prisutna tema u člancima o nogometu. Osim toga, utvrđeno je da je ton članaka bio negativniji tijekom pandemije, nego što je bio prije pojave koronavirusa.

Ključne riječi: nogomet, GNK Dinamo Zagreb, koronavirus, Večernji list

ABSTRACT

The coronavirus first appeared in late 2019 in the Chinese city of Wuhan, after which it rapidly began to spread worldwide. This occurrence led to a swift change in everyday life, with restrictions and social distancing measures. Media played a pivotal role during the pandemic, consistently reporting on the situation, the number of infections, virus spread, and containment measures. Topics unrelated to the coronavirus quickly took a backseat. Significant changes also took place in football during the pandemic. Leagues around the world were suspended, sporting events like the European Championship and the Olympics were postponed. Matches were played without spectators, impacting the atmosphere and club revenues. The pandemic deeply affected the dynamics and structure of global sports, leaving substantial consequences on the economy and event organization. The aim of this research was to observe the difference in media coverage of GNK Dinamo before and during the pandemic. All analyzed articles were published on the *Večernji list* portal. Research results indicate that the coronavirus became an almost constant topic in football articles during the pandemic. Additionally, it was found that the tone of the articles was more negative during the pandemic compared to before the emergence of the coronavirus.

Key words: football, GNK Dinamo Zagreb, coronavirus, *Večernji list*