



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK: KOMUNIKOLOGIJA

Magistarski rad na temu: „UTJECAJ MASMEDIJA NA NOGOMET I
KONZUMENTE NOGOMETNOG SADRŽAJA“

Kandidat:

Imamović Haris

Broj indeksa: 1006/II-k

Mentor: Prof.Dr. Fahira Fejzić Čengiđ

Sarajevo, oktobar 2021 god.

Ovaj rad posvećujem svojim roditeljima, Samiru i Denijadi, svome bratu Mirzi i svojoj majki Ganimeti na koju sam uporan i istrajan u svemu. Želim im se zahvaliti za sve što su mi omogućili jer bez njih ovaj moj uspjeh bi bio beznačajan. Zahvaljujem se i mnogim kolegama na nesebičnoj pomoći, jer sve je mnogo lakše kada se radi zajedničkim snagama. Veliko hvala i mojoj mentorici prof.dr. Fahiri Fejzić Čengić na nesebičnoj podršci i savjetima. Na kraju bih se želio zahvaliti mojoj omiljenoj i najdražoj profesorici Eniti Čustović na velikoj podršci od prvog do zadnjeg dana moga studiranja na Fakultetu političkih nauka.

Sadržaj:

1. UVOD	5
2. METODOLOŠKI OKVIR RADA	7
2. 1. Predmet	7
2. 2. Problem	7
2. 3. Ključni pojmovi u istraživanju	8
2. 4. Ciljevi istraživanja	10
3. 1. Hipoteze i variable	11
3. 1. 1. GENERALNA HIPOTEZA	11
3. 1. 2. Sporedne hipoteze	11
3. 1. 3. Varijable	11
3. 1. 4. Indikatori	12
4. Metode- Načini istraživanja	13
3. HISTORIJA NOGOMETA I SPORTA	13
3. 1. Historija Svjetskih prvenstava	15
3. 2. Historija Evropskih prvenstava	15
3. 3. Historija bosanskohercegovačkog nogometa	15
3. 4. Historija i razvoj ostalih sportova, koji pokušavaju parirati nogometu u popularnosti	16
4. UTJECAJ MASS MEDIJA NA NOGOMET I KONZUMENTE NOGOMETNOG SADRŽAJA (kroz praćenje, reklamiranje, empatiju)	18
4. 1. Anketa o utjecaju mass medija na nogomet	20
5. OSVRT NA DEFINIRANJE MASS MEDIJA I NJHOV ZADATAK	28
5. 1. Ideologizacija mass medija	28
5. 2. Počeci novinarstva i mass medija	30
5. 3. Vjerodostojnost mass medija	31
5. 4. Mass mediji kao glavni izvor informacija	31
5. 5. Medijska pismenost	33
6. ULOGA MASS MEDIJA U NOGOMETU I SPORTSKOM NOVINARSTVU	34
6. 1. Nogomet i mediji	35
6. 2. Fudbalski snovi i stvarnost	35
7. NOGOMET I KONZUMENTE NOGOMETNIH SADRŽAJA	36
7. 1. Općenito o nogometu	36
7. 2. Uvod u svijet i fudbal	37

7. 3. Konzumente nogometnih sadržaja.....	38
8. NOGOMET KAO NAJVAŽNIJA SPOREDNA STVAR NA SVIJETU	38
8. 1. Sport u bivšoj SFRJ.....	39
8. 2. Nogomet u bivšoj SFRJ	40
8. 3. Nogomet za vrijeme agresije na Bosnu i Hercegovinu	41
9. NOGOMET KAO OPSESIJA ILI STVAR UŽIVANJA.....	41
9. 1. Svjetski nogomet.....	42
9. 2. Europski nogomet	43
9. 3. Razlike između svjetskog, evropskog i BiH nogometa	44
10. ODNOS IZMEĐU MASS MEDIJA I NOGOMETA.....	45
10. 1. Sport i printani mediji	46
10. 2. Sport i internetski mediji.....	47
10. 3. Utjecaj mass medija na nogomet.....	48
10. 4. Utjecaj mass medija na popularnost nogometa	50
10. 5. Odnos mass medija i nogometnih klubova (kroz promociju, reklame i politiku)	51
11. VRIJEDNOST NOGOMETA NEKADA I SADA- PROMJENE U 21.STOLJEĆU.....	52
12. INTERVJU.....	55
13. ZAKLJUČAK.....	58
14. LITERATURA.....	61
15. BIOGRAFIJA	63

1. UVOD

Kroz ovo istraživanje želim da protumačim zbog čega se baš nogomet smatra nečim i bez čega se ne može. Otkako postoji ova famozna igra, ljudi su jednostavno zaljubljeni u nju. Neki ovaj sport zovu lepršavim, neki grubim, ali rijetki kažu da je ovaj sport dosadan. Sama činjenica da ovaj famozni sport prati i ženska populacija, dovoljno govori o njegovoj popularnosti. Ono što ću ja istraživati kroz svoj rad jeste, zbog čega to muška populacija prati više ovaj sport od ženske i zašto npr. žene prate više odbojku od fudbala. Za nas muškarce fudbal je nešto lijepo, nešto bez čega jednostavno ne možemo. Kroz devedeset minuta jedne utakmice, čovjek promijeni stotinu raspoloženja. U jednom trenutku je sretan, u drugom tužan, a u trećem i bijesan. Postoje tri vrste ljudi u nogometu; ljudi koji su ravnodušni prema ovom sportu, ljudi kojima ovaj sport donosi zaradu i ljudi koji vole ovaj sport. Neki više vole da odu na utakmicu i da prisustvuju tom događaju a drugi više vole da sa svojim porodicama u kućnoj atmosferi, pogledaju neki dobar meč. Tokom gledanja utakmica ljudi postaju ovisni o njima samim. U svijetu postoje na hiljade ljudi koji ne mogu zamisliti dan bez jedne utakmice, bila ona na europskom ili našem nivou. Svi sportovi privlače pažnju i svi sportovi su jako gledani ali ono što fudbal donosi, to se jednostavno ne može opisati. U posljednje vrijeme košarka naravno ona svjetska, počela se upoređivati sa fudbalom u popularnosti ali većina gledateljstva izmeću košarke i fudbala izabere fudbal, jer fudbal donosi onu dozu straha, trepeta, želje, sreće i naravno zadovoljstva. Europski fudbal za razliku od svjetskog je dosta dominantniji, bolji, brži i jednostavno prigodniji za gledanje. Domaći fudbal jako kaska za europskim i svjetskim. U današnje vrijeme koga god da pitate da li ima favorita u domaćem fudbalu reći će vam da nema, a što se tiče Europe tu naravno svi imaju svoje favorite. Engleski fudbal je najbrži fudbal kojeg možete gledati, talijanski fudbal je najgrublji a njemački najpožrtvovaniji. Ovisno o tome šta se kome koliko sviđa toliko se i

prati. Pored mnogobrojnih prvenstava koja se igraju, ono što je neizbježno i što svaki nogometni sladokusac prati, jesu utakmice Lige prvaka koje se igraju utorkom i srijedom, kao i utakmice Lige evrope koje se igraju četvrtkom. Kroz ovaj istraživački rad, želim da izvršim analizu moje teme i da kroz određeno vrijeme saznam koliki je to utjecaj mass medija na nogomet. Otkako postoji nogomet, mediji su unutar njega. Što se tiče televizijskih prava, tu klubovi imaju dobar profit, jer dobru utakmicu ne otkupljuje samo jedna televizija, već na desetine njih. Svi sportski komentatori imaju veliku čast prenositi velike utakmice. U današnje vrijeme u kojem su mediji kvalitetnij, profesionalni i bolji, nijedna dobra utakmica ne može proći bez njih. Danas mediji donose zaradu mnogim timovima. Fudbalski timovi jako puno koriste medije za promociju svojih klubova. Danas ne postoji nijedan tim koji nema svoju stranicu na određenim društvenim mrežama. Facebook i Instagram su najpoznatije društvene mreže koje koristi većina fudbalskih timova i preko njih najavljuju svoje utakmice, dešavanja i sve ostalo. Mediji nas iz dan u dan informišu o mnogim sportovima, ali akcenat se uvijek stavlja na onaj „najpopularniji“. Akcenat na kojem se moja tema temelji jeste i ko su to „konzumenti“ odnosno ljubitelji ove igre. Ljubitelji ove igre mogu biti svi ljudi koji vole da svoje slobodno vrijeme provode uz svoje televizore i fudbalske utakmice. Neki su ovisnici o konzumiranju nogometa, neki to prate rekreativno, a neki to gledaju radi raznih kockarskih igara. Fudbal sve više postaje društvena ovisnost, pogotovo sada u vrijeme pandemije korona virusa. Fudbal bez navijača nije isti, nema tog naboja i žara koji donose navijači, kako nama ispred televizora tako i igračima je veoma čudno igrati pred praznim tribinama ogromnih stadiona. Pandemija korona virusa je uzrokovala veoma veliku krizu među mnogim klubovima, ali ono što sve raduje, jeste, da fudbal nije stao i da se igra kako-tako. Razlog zbog kojeg sam ja uzeo ovu temu, jeste moja želja da se sazna koliki je to utjecaj mass medija na nogomet i koliko to ljudi gleda odnosno „konzumira“ nogomet. Šta je to što privlači mnoge ljude da prate nogomet i koliko im u tome pomažu mediji. Da li mediji dovoljno promoviraju fudbal i da li u našoj zemlji ima dovoljno sportskog sadržaja na tv-u. Ovdje još treba reći da nogomet u većini zemalja predstavlja najvažniju sporednu stvar na svijetu. U nekim zemljama je nogomet nešto bez čega se ne može i nešto za šta se živi, pogotovo tu moramo izdvojiti južnoameričke zemlje, a u nekim zemljama se fudbal igra čisto rekreativno. U Turskoj su navijači jako fanatični, nogomet prate i stari i mladi. Na tribinama se mogu pronaći i ljudi koji su u dubokoj starosti, a i dalje su jako vezani za određeni sportski klub i ne propuštaju nijednu njegovu utakmicu. Za razliku od Turske u kojoj sve vrvi od žara i naboja,

Njemačka je zemlja u kojoj navijači obje ekipe na terenu sjede zajedno i utivaju u određenim pićima. U Njemačkoj sve prolazi u fer i koretnom navijanju nema skandala, psovki i incidenata. U Dubaiju i Arapskim Emiratima sve je na visokom nivou, pojedini igrači iz Europe potpisuju ugovore sa timovima iz Emirata zbog novca kojeg šeici imaju i previše.

2. METODOLOŠKI OKVIR RADA

2. 1. Predmet ovoga istraživanja, odnosno ove teme jeste da se provjeri koliko to mass mediji utječu na nogomet i da li se nogomet dovoljno promovira odnosno prikazuje na tv kanalima. Ono na šta treba obratiti pozornost jesu i konzumenti- ljubitelji nogometa, i njihova ljubav prema najpopularnijem sportu. Zašto mediji u Bosni i Hercegovini toliko malo prate sportske sadržaje, a druge zemlje barem trostruko više od nas, odlučio sam istražiti u ovom magistarskom radu. Koliko to mass mediji utječu na nogomet veliko je pitanje, nogomet teško funkcioniра bez medija, a i sami mediji bez sporta uopće. Mnogi ljudi su ljubitelji sporta pogotovo fudbala i oni ne mogu zamisliti da domaće televizije ne prenose određene utakmice. Naše domaće televizije u posljednje, vrijeme, ne nude skoro nikakve prenose i zbog toga su ljudi kivni i naravno to bih želio proćešljati. Šta se dogaća sa našim televizijama veliko je pitanje. Ono što je predmet ove teme jeste zbog čega to mediji u Bosni i Hercegovini prate „malo“ sportske sadržaje u odnosu na medije iz susjednih zemalja, a onda i iz same Europe. Mediji iz susjednih zemalja su dosta napredovali i vremenom pokazuju svoje rezultate. Uglavnom, svi sportski kanali nam dolaze iz susjedne Srbije. Zbog čega mi nemamo takve kanale ostaje da istražimo. Većinu kanala pratimo preko kablovskih operatera, kao što su Telemach i Logosoft koji dolaze iz susjednih zemalja. Jedini kablovski operater koji dolazi iz naše zemlje i koji je jako poznat, jeste Moja TV koja je u vlasništvu Bh Telecoma.

2. 2. Problem ovog istraživanja jeste kako to mass mediji utječu na nogomet? Da li mass mediji utječu pozitivno ili negativno saznat ćemo u ovome istraživanju. Ono što još predstavlja problemsko pitanje u ovom istraživanju jeste da li je fudbal stvar utivanja, opsesija ili gubljenje vremena pred televizorom? Mass mediji promovišu sportiste kada god su oni uspješni ali isto

tako ih i spuštaju kada god su u centru nekoga skandala. Mediji su sastavni dio svakoga sporta i jednostavno je nemoguće ne pratiti medije. Ovo istraživanje je interdisciplinarno zato što uključuje zemlje u kojima postoje ljubitelji nogometa. Veliko je pitanje da li sport može bez medija općenito. Problemsko pitanje u ovom radu je veoma komplikovano i veoma zanimljivo za istraživanje. Ono što bi još moglo biti problemsko pitanje ovoga istraživanja jeste i činjenica da većina djece od mnogih sportova za treniranje, izaberu baš nogomet. Neki nogomet vide kroz novac, a neki ga jednostavno istinski vole.

2. 3. Ključni pojmovi u istraživanju

Mass mediji, su mediji preko kojih se posreduju, u masovnim količinama, poruke i informacije, prema masovnoj publici. To je zapravo, anglicizam (mass) za način komunikacije sa mnoštvom ljudi putem medija za masovni prijenos poruka. Izraz koji označava sve što nosi difuziju informacija da bi se taknuo što veći broj pojedinaca. U savremenom značenju mass-mediji su štampa, radio televizija, plakati, film, kompjuteri, sateliti. Moguće je ovoj listi priključiti i knjige. U Francuskom leksikonu „Larousse“ mass-mediji se definišu kao „tehnički“ posrednici za neprekidno rasprostiranje audiovizuelnih, auditivnih, i pisanih poruka. Masovni mediji su osnova masovnog komuniciranja i jedan od osnovnih faktora regulacije savremenog društva. Od prirode medija zavisi način prenošenja poruke. (Tucaković, 2004)

Nogomet, u nogometu vrijede i borba i vještina, suradnja i soliranje, inteligencija i snaga. On ne ovisi o vremenskim prilikama ; po zimi se brzo ugriješ, po vrućini pokazuješ izdržljivost, a po kiši hrabrost. Natjecanje nije ni dugo ni kratko, prekršaji su jasni, vještina poput maĀioniĀarske, snaga viteška, a napor nadnaravan. Brzini je nadreĀena vještina, snazi disciplina, a vještini inteligencija. Nogomet ima ozbiljnost planiranja, provedbe, taktike ali i duhoviost poteza dodavanja petom, duplog pasa, prebaĀaja. Ima ljepotu umjetnosti u brzini i eleganciji napada, reakcijama i osjećajima za prostor, ali i strahotu ravniĀarske bitke izjednaĀenih protivnika u rovovskoj borbi koju Āe odluĀiti neĀije nadahnuće. O nogometu govorimo i kada nema utakmica, naravno, samo muškarci s muškarcima . Muška je logika jasna : mi volimo nogomet i volimo ŀene i iskreno ŀelimo naŀe drage ŀene poĀastiti, razveseliti i usreĀiti ljepotom te genijalne igre. (MaruŀiĀ, 2018).

Pravila igre, nogomet je, kao i sve druge igre, u svojoj biti fenomen omećen setovima ograničenja. Više od svega, nogometni treneri moraju raditi na prilagodbama tim ograničenjima. Neka ograničenja ne možete zaobići. Pravila su takva kakva jesu, to su ograničenja koja određuju igru. Ograničenja u vidu kvalitete kadra kojim raspolazete ne možete potpuno zaobići, ali ih možete razvući. A postoje i ona najzanimljivija ograničenja, ona koja ste kao nogometni trener pozvani lomiti. Ograničenja u vidu taktičkih postavki, nešto što možete beskrajno razvlačiti i što možete unaprijediti do krajnjih granica. (Topić, 2017).

Konzument, ljubitelj nečega sada to može biti sport, pjevanje, kultura, zabava, politika. Konzument nekog sadržaja koristi svaku priliku da gleda sadržaj koji ga zanima. Potrošač ili konzument je nositelj potreba za konkretnim proizvodom, koji ujedno u konačnici fizički ili na neki drugi način troši, odnosno koristi proizvod. Psihologija konzumenta razmjerno je mlada znanstvena disciplina koja je prvobitno bila sastavni dio industrijske psihologije, odnosno psihofiziologije rada, ali se zahvaljujući svojim nedvojbenim osobitostima već dvadesetih godina prošlog stoljeća u cijelosti osamostalila. Predmet proučavanja psihologije potrošača u najvećoj je mjeri ponašanje potrošača (Consumer Behavior), koje je moguće definirati kao „mentalne“, emocionalne i fizičke aktivnosti koje obavljaju kada izabiraju, kupuju, upotrebljavaju i troše proizvode i usluge u cilju zadovoljavanja njihovih potreba i želja. (Meler, 2005).

Novinarstvo, je djelatnost , nastala i razvijala se u epohi masovnih medija, kao rezultat potrebe ljudi da razmjenjuju i primaju novosti radi lakšeg i bržeg uspostavljanja odnosa sa svijetom oko sebe. Možda je suštinu novinarstva najbolje izrazio Andre Ťid: „Novinarstvo je sve ono što je sutra manje interesantno nego danas“. Novinarstvo kao posao ima dvije osnovne funkcije: da obavještava i da obavještavanjem utječe. Pukim plasiranjem informacija, bez ličnog stava, novinarstvo dovodi recipijenta u situaciju da sam, na osnovu prezentiranih činjenica donosi odluku. (Tucaković, 2004).

Novinari, prema najjednostavnijoj definiciji, novinarstvo je struka kojom se bave novinari. Posao im je prikupljanje, pisanje i objavljivanje informacija za štampane medije, časopise, radio, televiziju, i internet. Pojam „novinar“ u literaturi se različito tretira, a jedan od važnih razloga leži u činjenici da je sam sadržaj tog zanimanja znatno modificiran tijekom vremena, meću ostalim uvoćenjem novih tehnologija u tu djelatnost te prilagodbom gospodarskim promjenama. Novinarke i novinari ostvaruju svoje zanimanje kao honorarni zaposlenici ili namještenici nekog medijskog poduzeća odnosno na području rada s javnošću u nekom preduzeću ili upravi. U načelu, novinar bih prvo trebao odrediti koje bi informacije njegovi čitatelji, slušatelji ili gledatelji trebali saznati, a zatim bih morao doći do tih informacija i obraditi ih tako da publici budu zanimljive i razumljive. (Klarić, 2014).

2. 4. Ciljevi istraživanja

Društveni cilj ovog istraživanja jeste da se dođe do rezultata, koliko to mass mediji utječu na nogomet i koliko mediji zapravo prate nogomet i da li ga eksponiraju. Cilj ovoga istraživanja je da se utvrdi, koliko zapravo ima zaljubljenika u fudbal, i da li je fudbal stvar opuštanja ili opsesija. Ovo istraživanje će koristiti svima onima koji prate nogomet i nogometne sadržaje koje nam nude mediji. Ono što je također cilj istraživanja jeste da se uradi analiza koliko mediji utječu na nogomet i ako utječu na koji način pozitivno ili negativno. Koliko nogometni sladokusci prate nogomet i da li im je nogomet najvažnija sporedna stvar na svijetu. Dugoročni cilj je da poslije ovoga istraživanja mediji dosta više prate nogomet, i da ljudi još više zavole „najpopularniji“ sport. U ovom istraživanju ću insistirati na tome da saznam koliko to ljudi preferira posebno nogomet kao najdraži sport. Nadam se da će ovo istraživanje doprinjeti tome da što više ljudi gledaju sport, u ovom slučaju fudbal jer je to po meni najljepši sport na svijetu.

3. 1. Hipoteze i variable

3. 1. 1. GENERALNA HIPOTEZA

Mass mediji imaju pozitivan utjecaj na nogomet, što za posljedicu ima povećano praćenje nogometa u Evropi i Svijetu.

Mass mediji svojim utjecajem na nogomet, daju neku novu verziju samog nogometa. Čuveni termin medijalizacije daje neku novu verziju nogometa. Medijalizacija je pojam, nastao u vrijeme eksplozije najsavremenih medija (kompjutera i satelita), koji su čitav svijet pretvorili u jedinstven medijski prostor. Proces pretvaranja razbijenih, autonomnih nacionalnih i regionalnih informativnih sistema, u jednu svjetsku cjelinu, naziva se medijalizacijom. Svaki mediji ima svoju rubriku sporta u kojoj u većini slučajeva preovladava fudbal. Ta famozna igra privlači gotove sve medije a sportski novinari su „gotovo ljudi“ bez ove lepršave igre.

3. 1. 2. Sporedne hipoteze

1. Mass mediji su od nogometa napravili, jedan od najpopularnijih i najzanimljivijih sportova na svijetu.
2. Mass mediji su od svih sportova, najbolji odnos izgradili sa nogometom bez kojeg godinama ne mogu.

3. 1. 3. Varijable

- Nezavisna (uzročna varijabla)- **Utjecaj mass medija na nogomet**
- Zavisna (posljedična varijabla)- **Povećano praćenje nogometa u Evropi i svijetu**

3. 1. 4. Indikatori

Indikatori za istraživanje i mjerenje nezavisne varijable – utjecaj mass medija na nogomet:

- Analiza utjecaja mass medija na nogomet, i na dešavanja u nogometu;
- Praćenje i uporedba utjecaja mass medija nekada i sada.

Kroz analizu mass medija želimo utvrditi koliki je to utjecaj mass medija na nogomet i na sama dešavanja u nogomet. U analizi će biti jako puno medija, koje ćemo uporediti i na kraju saznati koliki je to utjecaj mass medija na nogomet.

Praćenje medija će trajati određeni period u kojem ćemo saznati kako to mass mediji utječu na nogomet. Uporedit ćemo djelovanje mass medija nekada i sada tj. kako je to bilo unazad nekoliko godina a kakvo je sada stanje.

Indikatori za istraživanje i mjerenje zavisne varijable – povećano praćenje nogometa u Evropi i svijetu:

- Statistika (upoređivanje, praćenje nogometa u Evropi, i praćenje nogometa u Svijetu);
- Broj ljudi koji prate nogomet u procentima;
- Odnos između mass medija i nogometnih klubova (kroz promociju klubova, prihode, reklame za pića, sličice, dresove).

4. Metode- Načini istraživanja

U radu će biti korištena kombinacija kvantitativnog i kvalitativnog pristupa putem metoda za prikupljanje podataka, tehnikom anketa, intervjua kako bih se došlo do što više informacija vezanih za istraživanje. U radu će također biti korištene metode indukcije i dedukcije. Sve ove metode će biti od velike pomoći u ovome istraživanju. U istraživanju će biti dosta dijagrama i statističkih podataka. Statistika u nogometu je nešto bez čega nogomet ne može funkcionirati. Kroz ankete ćemo utvrditi koliko ljudi uopće prati ovaj sport i koliko ljudi to prati iz ljubavi. Također ćemo u ovome istraživanju saznati koliko je to ljudi „ovisnih“ o ovome sportu.

Mislim da je ovaj koncept rada najbolji za izradu ovoga istraživačkog rada. U uvodu ću se osvrnuti na sam nogomet i na to šta on donosi. O historiji nogometa se dosta toga može napisati i istražiti. Kroz istraživanje ćemo saznati koliki je to utjecaj mass medija na nogomet i koji su to konzumenti odnosno ljubitelji ovoga sporta. Definiranje mass medija u ovome istraživanju je veoma važno i njega ćemo se također dotaknuti. Smatram da ću kroz sve stavke koje sam poredao u konceptu rada, moći dokazati zašto je baš fudbal ono bez čega se ne može.

3. HISTORIJA NOGOMETA I SPORTA

Lopta se prvi put zakotrljala u Engleskoj, 26 oktobra 1863.godine. To je datum osnivanja nogometnog saveza u Londonu. U Brazilu je Charles Miller službeno predstavio ovaj sport 1894.godine, u Rio de Janeiru. Međutim, praksa je vrlo stara a zapisi su u Kini, Japanu, predšpanskoj Americi, Grčkoj, Rimu i Italiji. U Kini, oko 2600 pne, ritual nazvan TsüTsü sastojao se od upotrebe glave neprijateljskog poglavice od strane pobjedničkih plemena kao lopte koji su pobjednici morali šutnuti. Ratnici su vjerovali da će pješice asimilirati neprijateljsku inteligenciju, hrabrost, snagu, sposobnost i vodstvo. Slična izvješća nalaze se u srednjovjekovnoj

Europi i u 10.stoljeću u Engleskoj. Također oko 2600 pne, praksa Kemarija započinje u Japanu, čiji je cilj kontrolisati loptu nogama otkrivajući platičnost, delikatnost i eleganciju. Ova ceremonija, koja još uvijek postoji u zemlji slavi samospoznaju samomeditaciju, samokontrolu, i samo-učenje. Također služi kao osnova za disciplinu. U razdoblju između 1200 i 1600, Prije Krsta, Predhistanska Amerika započela je praksu Tlachtlija, igrao se tvrdom gumenom loptom i čija je svrha bila predstavljati bitku između svijetla i tame. Na kraju te utakmice, jednom od igrača je odrubljena glava, njegovo je tijelo postavljeno pokraj polja i krv je korištena za pročišćavanje prostora. Manje nasilni su bili Epyskiros i Harpastum, koji su se prakticirali u Grčkoj od 4. stoljeća prije Krista i u Rimu. Sport je obilježio igrač koji bi nogama trebao odvesti loptu na protivničku stranu. Sport je bio rezervisan za aristokrate, ali ljudi su mogli slobodno vježbati na zabavama u čast Bacchusa, boga vina. Sličniji model koji se prakticira danas, Calcio storico prakticiralo je u Italiji u 14.stoljeću plemstvo. Igrači su morali poštovati prostor od 120 metara sa 180 metara obilježen drvenim golovima na krajevima. Timovi su imali između 25 i 30 članova. Jasno je da je cilj bio provući loptu kroz protivničku gredu. Taj su model u Englesku u 17.stoljeću donijeli pristaše Karla II prognanog u Italiju. Na Engleskom je tlu nogomet bio regulisan kao način organiziranja pravila koja su se pojavila i slijedila u raznim školama u kojima se igrao. U Brazilu je prva asocijacija koja je uključivala nogomet bio Brazilski kriketski klub. To se dogodilo 1880. godine u Rio de Janeiru, tačnije na području omeđenim ulicama Carlos de Campos, Pinedo i Paissandu i u Flamengo. Od datuma osnivanja pa sve do 1886. godine klub je privukao oko 3 hiljade ljudi. Međutim Brazilac, britanskog porijekla Charles Miller službeno je predstavio nogomet u Brazilu. Prvog avgusta 1901. godine Oscar Cox iz Rio de Janeira je organizovao prvu nogometnu utakmicu u zemlji na Rio Cricketu i Associação Atlética, u Niteróiju. Brazilska reprezentacija u fudbalu je svoje prvo Svjetsko prvenstvo osvojila tek 1958. godine u Švedskoj kada je brazilska momčad pobjedila domaćina sa 5:1. Najbolji igrači su bili Pele, koji je tada imao 17 godina i Garrincha. U početku osnivanja i samog igranja nogometa, crncima je bilo zabranjeno igrati nogomet, međutim Brazilski sportski savez odobrio je klubove i regionalne entitete da prihvaćaju crnce.¹

¹ (<https://hr.madskillsvocabulary.com/hist-ria-do-futebol>) Pristupljeno: [27.04.2021] godine.

3. 1. Historija Svjetskih prvenstava

Što se tiče historije svjetskih prvenstava tu dominiraju Brazil, Njemačka i Italija koji su po četiri puta bili prvaci svijeta. Brazil je bio prvak svijeta 1958., 1962., 1970., i 1994. godine. Njemačka je bila prvak svijeta 1954., 1974., 1990 i 2014., godine. Italija je bila prvak svijeta 1934., 1938., 1982., 2006. godine.

3. 2. Historija Evropskih prvenstava

Kada su u pitanju europska prvenstva, glavnu riječ vode Njemačka i Španija, zemlje koje su po 3 puta bili prvaci Europe. Njemačka je bila prvak Europe 1972., 1980., i 1996., godine. Španija je bila prvak Europe 1964., 2008., i 2012. godine.

3. 3. Historija bosanskohercegovačkog nogometa

U Bosni i Hercegovini fudbal se počeo igrati za vrijeme Austro-Ugarske vladavine, 1908. godine, kada je prva lopta donesena u grad na Neretvi, Mostar. Do prvog svjetskog rata, već su bili formirani klubovi u Mostaru, Sarajevu, Banjaluci, Tuzli, Zenici i Bihaću. Prva takmičenja su započela 1908.godine. Za vrijeme Kraljevine Jugoslavije, broj klubova i igrača rastao je iz dana u dan. Na nivou Drinske i Vrbaške banovine postojali su fudbalski savezi. Nakon drugog svjetskog rata formiran je Fudbalski Savez SR Bosne i Hercegovine kroz organe za fizičku kulturu republike. Fudbalski Savez SRBIH bio je u sastavu Fudbalskog Saveza tadašnje SFRJ. U to vrijeme fudbal je bio organizovan u svim kategorijama. Najbolji klubovi učestvovali su na saveznom nivou u prvoj, drugoj i trećoj ligi. Timovi iz bosanskohercegovačke prve lige bili su nekoliko puta šampioni SFRJ: Fk Sarajevo (1965/66 i 1984/1985), Fk Ťeljezničar (1971/1972). Na mećunarodnoj sceni, najdalje je došao Fk Ťeljezničar, koji je igrao u polufinalu UEFA kupa 1985. godine.²

² (<https://www.nfsbih.ba/savez/istorija/>) Pristupljeno: [27.04.2021] godine.

3. 4. Historija i razvoj ostalih sportova, koji pokušavaju parirati nogometu u popularnosti

Što se tiče ostalih sportova, **košarku** je utemeljio Kanaćanin James Naismith davne 1981.godine. Naime, došao je na ideju o igri kojom bi mladići na Sveučilištu McGill, zadržali kondiciju tijekom hladnih sjevernoameričkih zimskih dana. Prvi koš je imao čvrsto dno a postavljen je na 3,05 metara visine. Nakon svakog ubačaja lopta se morala vaditi van iz koša. Današnji koševi imaju mrežicu kroz koju lopta prolazi. Studenti sa Gimnazije YMCA bili su prvi košarkaši u povijesti a kasnije se košarka proširuje na cijeli sjevernoamerički kontinent.³

Tenis je jedan od najskupljih sportova na cijelome svijetu. Pretpostavlja se da su s ovim, danas iznimno raširenim sportom, započeli još stari Egipćani, Grci i Rimljani, no svi se dokazi svode na nekoliko arapskih riječi iz vremena starog Egipta koje bi se mogle dovesti u vezu sa sličnim sportom te rezbarije u egipatskim hramovima iz 1500. godine prije Krista. Walter C. Wingfield je 1874. godine u Londonu patentirao opremu i pravila za igru vrlo sličnu današnjem tenisu. Iste godine teniski tereni su se počeli pojavljivati u SAD-u. Već sljedeće godine teniski tereni i oprema su se počeli pojavljivati u Rusiji, Indiji, Kanadi i Kini. Wingfieldovi tereni su imali oblik pješčanog sata, najuži na mreži i bili su kraći od današnjih terena. Prvi veliki turnir odigran je u Londonu na Wimbledonu davne 1877.godine. Najpoznatija četiri turnira u tenisu su Australian Open, Roland-Garros, Wimbledon, US Open.⁴

³ (<https://www.sportilus.com/sportopedia/povijest-kosarke/>) Pristupljeno: [27.04.2021] godine.

⁴ (<https://www.tennis.hr/blog/povijest-tenisa/>) Pristupljeno: [27.04.2021] godine.

Rukomet je jedna od najstarih igara na svijetu. Neki povjesničari smatraju da je ljudima u davnoj prošlosti lakše bilo manipulirati rukama nego nogama. Postoje čvrsti dokazi da su stari Grci i stari Rimljani igrali igre koje smatraju pretečama modernog rukometa. Svoju igru Grci su zvali "Urania". Rukomet kakvim ga znamo danas nastao je od tri sporta koji su se neovisno razvijali u tri europske zemlje a to su Češka, Njemačka i Danska. Internacionalna rukometna amaterska federacija (IAHF) osnovana je 13.9.1925. godine koja je rukomet kao demonstrativni sport uvrstila u Olimpijske igre 1936. godine. Igrali su samo muškarci a nakon završetka Olimpijade rukomet je izbačen sa igara. Ponovno je vraćen tek 1972. godine na Olimpijadi u Münchenu. Najpoznatije takmičenje u rukometu je Liga prvaka.⁵

Izumitelj **odbojke** William G. Morgan rođen je 1870. godine u Lockportu (država New York). Nakon diplome na Springfield Collageu dolazi u Holyoke na radno mjesto direktora fizičkog odgoja što mu omogućuje da svojim radom utječe na vježbe za rekreaciju i razvoj sporta. Radio je na tome da izmisli neku novu igru kojom bi svoj program učinio što raznolikijim. Razmišljao je i o košarci ali je od te ideje odustao radi grubosti. Tako se dosjetio tenisa, ali problem je bio taj što mu za to trebaju reketi, loptice i mreža. Od toga mu se jedino svidjela mreža koju je postavio na visini od 1,98 metara što je iznadprosječna visina muškarca. Originalni naziv za odbojku je bio Mintonette. Morgan prvi puta 1896. godine u Springfieldu na konferenciji u YMCA gimnaziji predstavlja i igrački demonstrira Mintonette sa dvije ekipe svaka sa pet igrača. Nakon demonstracije igre Morgan objašnjava da se igra može igrati i na otvorenom a ne samo u dvorani kako je prvobitno predvidio. Cilj igre je taj da se lopta čim dulje održava u zraku prebacujući loptu iznad mreže s jedne na drugu stranu. 1897. godine izlazi priručnik sa pravilima odbojke kojeg je napisao Morgan. Na spomenutoj konferenciji ime je promijenjeno u Volley ball. To ime

⁵ (<https://www.sportilus.com/sportopedia/povijest-rukometa/>) Pristupljeno: [27.04.2021] godine.

se koristilo sve do 1952. godine kada je odlučeno da se piše spojeno kao jedna riječ-Volleyball. Morgan je umro 1942.godine a osnovna škola u Holyokeu nosi njegovo ime.⁶

4. UTJECAJ MASS MEDIJA NA NOGOMET I KONZUMENTE NOGOMETNOG SADRŽAJA (kroz praćenje, reklamiranje, empatiju)

Mass mediji, sredstva masovnog priopćavanja, skupni naziv za komunikacijska sredstva javnog priopćavanja i ustanove koje djeluju na veliki broj čitatelja, slušatelja i gledatelja. Znanost o medijima društvena je znanost koja proučava ljudsko djelovanje i socijalnu zbilju koja je rezultat tog djelovanja. Pod pojmom „društvene zbilje“ shvaćamo sve elemente zbilje dostupne čovjeku koji nastaju ljudskim sudjelovanjem, međusobnim zauzimanjem i borbom jednih protiv drugih, kao načini ponašanja, obrasci djelovanja, uloge, skupovi uloga, organizacije i institucije bilo koje kompleksnosti. S društvenom zbiljom mijenja se i predmet istraživanja struke. Prvobitno je naime predmet znanosti o medijima prije svega bila masovna komunikacija . Na osnovu novog tehničkog razvoja (npr. interneta) postaju sve važniji ostali oblici komunikacije.⁷

Američki istraživač masovnih komunikacija Denis McQuail navodi sedam zajedničkih osobina svih savremenih medija za masovno komuniciranje a to su: 1. složena organizacija, velika sredstva, jak menadžment i visokostručni kadrovi; 2. usmjerenost na masovnu publiku; 3. javnost i otvorenost prema svima; 4. heterogenost publike koje povezuje zajedničko praćenje nekog medija; 5. prenošenje poruka na velike udaljenosti; 6. jednosmjernost komuniciranja koja dolazi do izražaja u obraćanju poznatih ličnosti ljudskom mnoštvu; 7. povezanost publike zajedničkim interesovanjima. Poruke koje utječu na nogomet mogu biti: faktografske, apsolutne, vrijednosne.⁸

⁶ (<https://www.sportilus.com/sportopedia/povijest-odbojke/>) Pristupljeno: [27.04.2021] godine.

⁷ (<https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kroatien/04582.pdf>) Pristupljeno: [27.04.2021] godine.

⁸ Tucaković, Š. (2004), „Leksikon mass medija“, Prosperitet d.d., Sarajevo. str.194

Faktografska poruka

Faktografska poruka je ona vrsta poruke koja sadrži u sebi informativne i redundantne elemente, ili informativni i redundantni sloj. Faktografska poruka je spoj oba ova dijela, ili sloja profesionalne informacije, koji čine faktografsku cijelinu. U slobodnoj interpretaciji Quintilijanove maksime, znači faktografska poruka kazuje šta se zbilo, gdje se zbilo, kako se zbilo, kada se zbilo, ko je u zbivanju učestvovao, i konačno zašto se zbilo. Ovu vrstu faktografije moguće je postići sasvim objektivnim registriranjem događaja, bez imalo potrebe za tumačenjem toga događaja. Pri tome treba imati u vidu da su kriterij za ocjenu faktografske poruke: istinitost, objektivnost i korisnost. Faktografske informacije koje se upućuju pojedincima u masi, ili masovnoj publici i, koje su po pravilu jednosmjerne, i kod kojih je intencija neizrata, doživljavaju svoju reinterpetaciju u interpersonalnim kontaktima. To znači, da komunikator mora voditi računa o tome kakve će refleksije u tim kontaktima poruka izazvati. U zaključku ćemo kazati još i to, da je kod enkodiranja faktografske poruke značajno voditi računa o tome kakve će efekte ova poruka imati na drugom nivou komuniciranja. I to je temeljna polaznica za razumijevanje mišljenja, ponašanja i rezoniranja recipijenata.⁹

Apsolutna objektivnost poruke

Apsolutna novinarska objektivnost bila bi ostvarena samo u laboratorijskim uvjetima. Kako je život i njegova svakodnevna uturbana praksa daleko izvan laboratorijskih uvjeta, očito je onda da je nemoguće dosezati apsolutnu objektivnost. Različiti ljudi imaju vrlo različite odnose prema masovnim medijima i njihovim dnevnim sadržajima. Sve to utiče na stav o prihvatanju ili odbijanju novinarskih informacija. Slična je situacija i sa sredinama u kojima nije razvijena medijska situacija, i nije razvijen medijski sistem. Također, to je vrlo značajno u uvjetima posebnih socijalnih tenzija u nekom društvu.

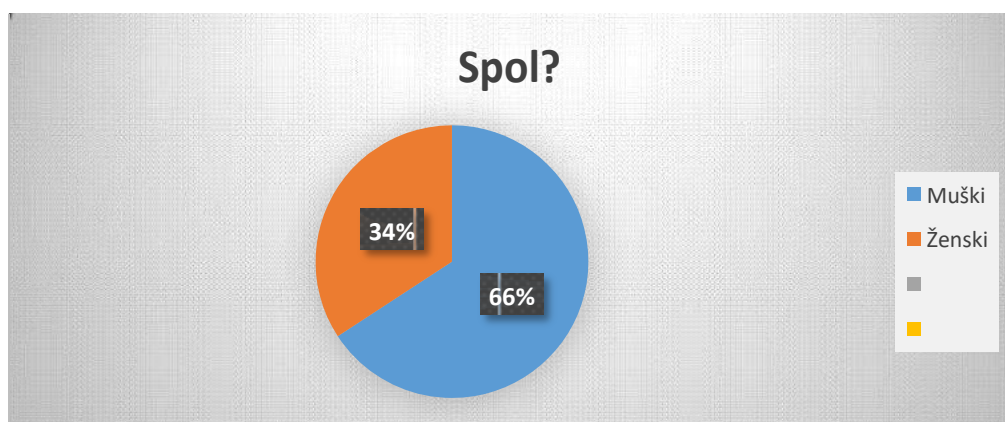
Vrijednosna poruka

⁹ Fejzić, F. (2007), „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo, str. 129,131

France Vreg, podsjeća na osnovu funkcije masovnih medija. Pri tome insistira na razumjevanju imanentne funkcije masovnih medija. Imanentnu funkciju masovni mediji ostvaruju pomoću orijentirajuće, mnijenske, akcione funkcije, i funkcije dodjele statusa. Vrijednosna poruka može biti data u nekom nizu, u nekome sljedu, ili u nizu zasebnih, parcijalnih poruka, ili u zbiru tih poruka. U raspravi o vrijednosnim porukama dolazimo do ishodišta na kojemu analiziramo njihov sadržaj- odnosno, fenomen objektivnosti-subjektivnosti informiranja. Mediji sa apsolutnom neutralnošću često izbjegavaju da kažu istinu. Dakle, neutralnost i objektivnost ne mogu ići na štetu istine i obrnuto. Istina ne ide na štetu objektivnosti. Tu je pitanje profesionalne etike i pitanje primjene različitih novinarskih kodeksa.¹⁰

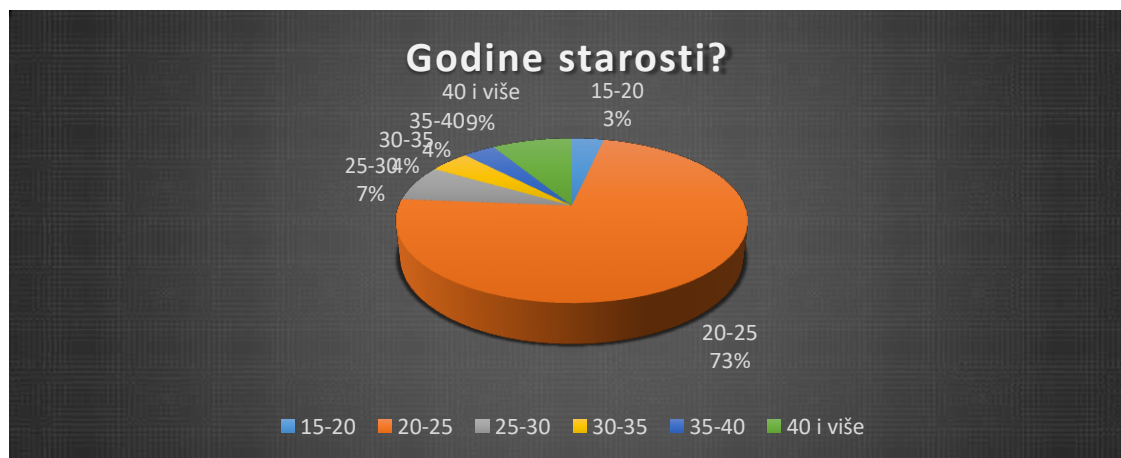
4. 1. Anketa o utjecaju mass medija na nogomet

Koliko ljudi prate nogomet, zbog čega prate, šta preferiraju, koje su razlike između nogometa i drugih sportova odlučio sam istražiti pomoću ankete, a sve to želim predstaviti putem grafikona. Također koliko i na koji način mass mediji utječu na nogomet odlučio sam istražiti pomoću ankete, iz koje se nadam da ću izvući pozitivne rezultate.

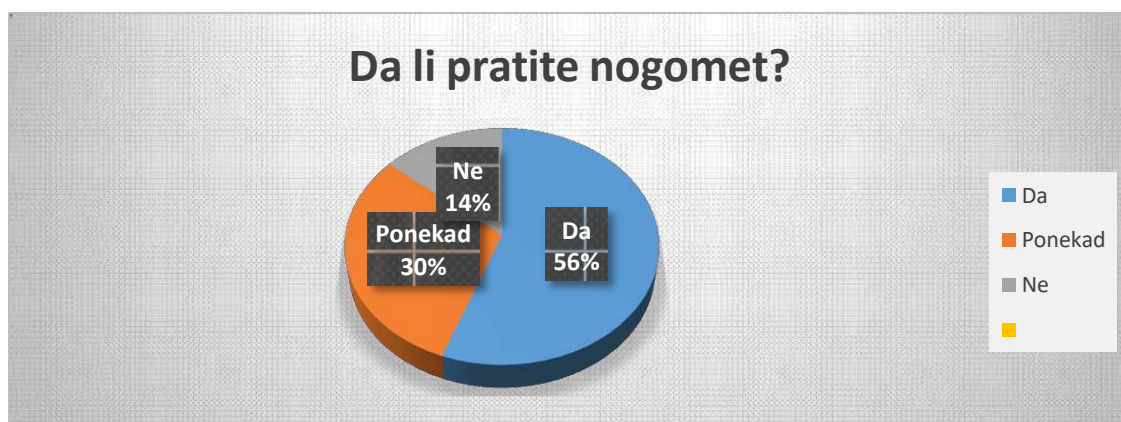


¹⁰ Fejzić, F. (2007), „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo, str. 130,131,132

Ukupno 114 ispitanika, 75 muškaraca i 39 žena.

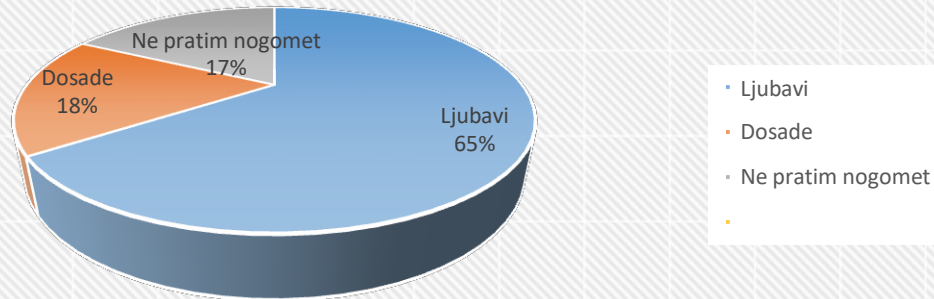


Najviše ispitanika je dolazilo iz dobi od 20 do 25 godina.



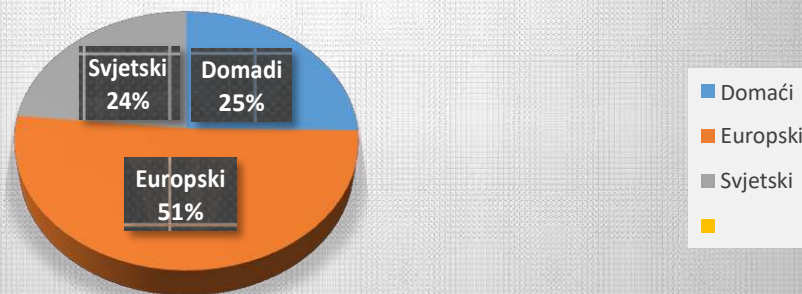
Većina ispitanika tj. njih 56% je odgovorilo da prati nogomet, 30% njih je reklo da prati nogomet ponekad, a 14% je potvrdilo da ne prati nogomet uopšte. Ovo anketno pitanje nam je dalo uvid u to da je fudbal jako praćen sport.

Ako već pratite nogomet da li je to iz?



Veliko se pitanje se postavlja zbog čega se prati nogomet? Velika većina ispitanika odnosno njih 65% je potvrdilo činjenicu da se nogomet prati iz ljubavi, a 18 % njih prati ovaj sport čisto iz dosade, 17% ispitanika ne prati nogomet uopšte. Jako je lijepo vidjeti da ovoliki procenat ljudi prati nogomet iz ljubavi pošto je to danas postala prava rijetkost.

Koji nogomet preferirate?



Veliko pitanje za sve nogometne sladokusce jeste koji nogomet preferiraj? Očekivano je bilo da većina ljudi, u ovom slučaju ispitanika izabere Europski fudbal koji je danas najbrži, najpreglednij i najbolji fudbal za gledanje. Odgovori na ovo pitanje u anketi potvrđuju da je Europski fudbal najpopularnij fudbal kojeg danas u ovo vrijeme možete gledati.

Koje takmičenje najviše pratite?



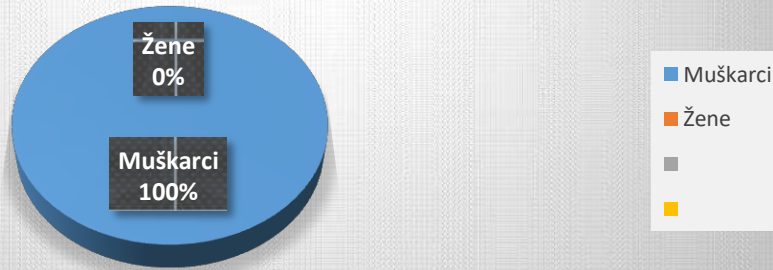
Što se tiče ovoga pitanja, odgovori su jako očekivani, Liga prvaka je od svog postojanja pa do dan danas najomiljenije takmičenje na cijelome svijetu. 81% ispitanika je potvrdilo ovu činjenicu, 10% njih je reklo da najviše prate takmičenje Lige Evrope, 5% njih je odabralo čuveno takmičenje zvano Copalibertadores, a samo 4% ispitanika je kazalo da im je najdraže takmičenje Copasudamericana.

Koje prvenstvo preferirate?



Veliko pitanje koje se postavlja na svakom „koraku“ jeste koje prvenstvo je popularnije Svjetsko ili Europsko? Kroz ovu anketu vidjeli smo da je dosta popularnije prvenstvo svijeta koje se održava svake 4 godine u odnosu na prvenstvo Europe koje se održava svake 2 godine.

Ko više prati nogomet?



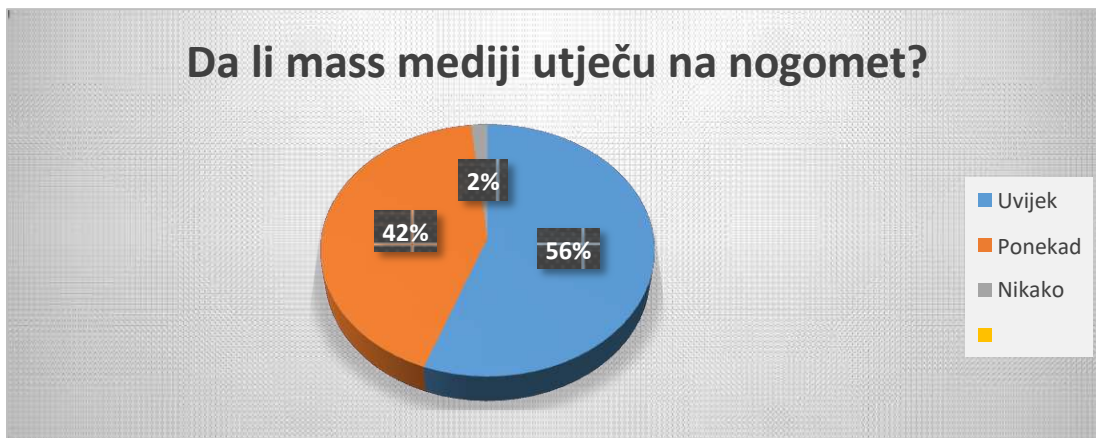
Pitanje na koje odgovor sigurno svi znamo, jeste ko prati nogomet više muška ili ženska populacija? Rezultati na ovo pitanje su bili očekivani, pa su svi ispitanici potvrdili da muška populacija prati nogomet više nego ženska.

Može li košarka parirati fudbalu u popularnosti?



Jedini sport koji se sa fudbalom mjeri po popularnosti jeste košarka. Ispitanici su na ovo pitanje u većini, odnosno njih 55% odgovorili da košarka veoma teško može parirati fudbalu u popularnosti, a 29% misli da košarka sigurno može parirati fudbalu u popularnosti. Mnogi su ljudi ubjeđeni da nogometu košarka ne može parirati.

Da li mass mediji utječu na nogomet?



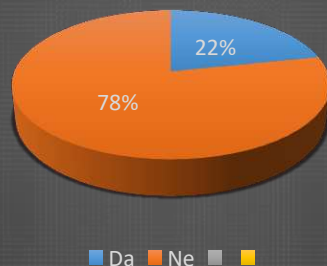
Glavno pitanje ove ankete jeste, da li mass mediji utječu na nogomet? 56% ispitanika je odgovorilo da mass mediji uvijek utječu na nogomet, njih 42% se izjasnilo da utječu ponekad, a samo njih 2% misle da mass mediji ne utječu na nogomet. Mediji ne mogu bez nogometa i jednostavno mogu i moraju utjecati na njega.

Ako mislite da utječu na koji način?



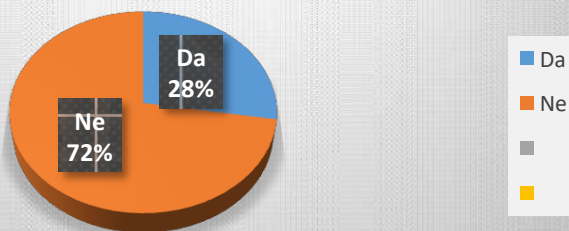
Veliko je pitanje na koji način mass mediji utječu na nogomet? Na grafikonu vidimo da 52% ispitanika misli da mass mediji na nogomet najviše utječu preko reklama, odnosno reklamiranjem samog fudbala, 42% ispitanika misle da mass mediji nogometu najviše pridonose kroz promociju, dok 6% ispitanika misle da mass mediji utječu na nogomet kroz empatiju. Bez promocija i reklamiranja nogomet ne bih bio ovoliko popularan kao što je to danas.

Da li nogomet može funkcionisati bez medija?

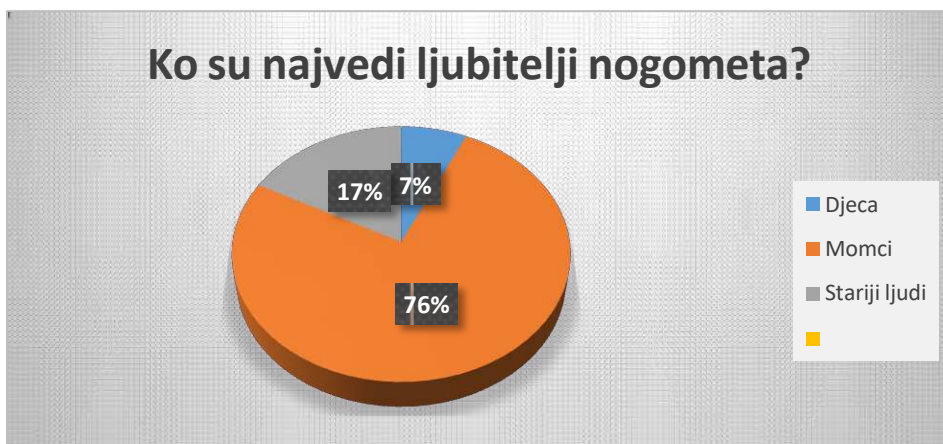


Ogromna većina ispitanika je rekla da nogomet jednostavno ne može funkcionisati bez medija! Očekivani rezultati na ovo pitanje, jer jednostavno mediji su tu da podignu fudbal i kad on nije u tiži javnosti. Bez medija nogomet jako teško može funkcionirati jer nogometu uvijek treba promocije i reklama da bih bio iznad svih.

Da li su mediji dovoljno objektivni što se tiče sporta?



Velika većina ispitanika smatra da mediji nisu dovoljno objektivni što se tiče sporta. Mediji u današnje vrijeme su sve manje objektivni po pitanju sporta. Borba za prestižom između „rivalskih“ medija dovodi do toga da mediji ponekad izbace neku vijest koja još nije potvrđena i tako dezinformišu svoje gledaoce i pratioce.



Ispitanici su potvrdili činjenicu da su najveći ljubitelji nogometa momci, odnosno tinejdžeri. Iza tinejdžera tu su stariji ljudi, a na zadnjem mjestu su djeca. Momci odnosno tinejdžeri danas sigurno najviše prate nogomet i najviše znaju o njemu samom. Svi su danas dobro upućeni u informacije o sportu i jako dobro se snalaze u sferi nogometa. Dosta momaka kroz same igrice saznaje mnoge vijesti koje su vezane za nogomet, tako da im teško nešto može promaći.



Možda i najvažnije pitanje u cjelokupnoj anketi jeste da li je nogomet najvažnija sporedna stvar na svijetu? 51% ispitanika je kazalo da je fudbal najvažnija sporedna stvar na svijetu a njih 49%

je reklo suprotno. Ovdje je vrlo bitno reći da je u anketi učestvovao veliki broj tenske populacije, pa su zbog toga procenti na ovo pitanje jako „tjesni“. Inače većina muškaraca smatra da je fudbal zaista najvažnija sporedna stvar na svijetu i da se bez njega teško može funkcionisati.

5. OSVRT NA DEFINIRANJE MASS MEDIJA I NJHOV ZADATAK

5. 1. Ideologizacija mass medija

U svim fazama svog povijesnog razvoja, komuniciranje je imalo obilježje društvenog procesa u kojem se ostvaruju međusobni uticaji. Posebna je uloga medija u formiranju stavova kroz koje se čovjek potvrđuje kao aktivno, društveno i svjesno biće. Stoga su pitanja: ko stoji iza medija, čije se poruke pomoću njih posreduju, kakve sadržaje i informacije prenose? Uvijek bila od prvorazrednog značaja. Značaj medija u tom pogledu postao je naglašen uključivanjem u komunikacione procese savremenih mass medija (štampe, televizije, radija, a sada i satelita i kompjutera koji su se, svojim mogućnostima, u komunikativnom procesu nametnuli kao nezamjenjivi faktori funkcionisanja svih društvenih procesa i odnosa. Baš zbog tih velikih mogućnosti i naglog razvoja, mass mediji su postali stvarna društvena sila. Neki ih nazivaju sedmom, a neki, pak petom silom. ¹¹

Postoje tri modela komuniciranja:

- Agit- prop model komuciranja koji je utemeljila komunistička ideologija
- Fašistički model komuniciranja
- Građanski koncept slobodnog informiranja i komuniciranja

a) Komunistički model komuniciranja

¹¹ Tucaković, Š. (2000), „Historija komuniciranja“, Univerizetska knjiga, Sarajevo, str. 115,117

Komunistička ideologija utemeljila je, početkom ovog vijeka, model komuniciranja, zasnovan na marksističkom poimanju povijesti i organizaciji društva. Suština mu je, u učenju da je historija zapravo borba između potlačenih i povlaštenih klasa.

b) Fašistički model komuniciranja

Ideologizacija komuniciranja dovedena je do apsuirda u Fašističkim sistemima organizacije društva, koji su bili utemeljeni na rasističkim teorijama „krvi i tla“ po kojima postoje vrijedne i manje vrijedne nacije. Osnovni sadržaj fašističkog modela komuniciranja, utemeljio je ministar Trećeg njemačkog Rajha Josef Gebels, jeste propagandno komuniciranje. Odmah po dolasku na vlast 1933.godine fašisti su u njemačkoj organizovali takav sistem komuniciranja koji je imao zadatak da glorifikuje fašističku politiku i ideologiju, njemačku prošlost i fašističke vođe. Mediji sa drugačijim ukonom bili su najstrožije zabranjivani. Informisanje je imalo zadatak da usmjerava svijest naroda u pravcu podrške fašističkoj politici.¹²

c) Demokratski model komuniciranja

Komuniciranje u zapadnim demokratskim društvima zasniva se na onim načelima koje je proklamovala prvi put francuska buržoaska revolucija pred kraj 18. vijeka. Demokratsko komuniciranje je zapravo sve ono što omogućuje čovjeku da u demokratskom dijalogu, u svojoj sredini vidi i čuje sebe i druge, da komunicira s drugim ljudima na ravnopravnoj osnovi, i da kroz taj složen proces ostvaruje demokratski napredak u svim oblastima.

Komunikacija kao beskrajno složen psiho-sociološki fenomen, uvijek je, bio uslovljen razvojem komunikacionih tehnika i prirodnom organizacije vlasti. Društveni život i društveni odnosi u čitavoj su povijesti određivali prirodu komunikacije. Maršal Makluan, kanadski teoretičar komuniciranja, prvi je sačinio jedan evolucionistički pogled u proučavanju razvoja medija komuniciranja. Prema njemu, pri sagledavanju cjelokupnog društvenog života, nije bitan samo

¹² Tucaković, Š. (2000), „Historija komuniciranja“, Univerzetska knjiga, Sarajevo, str. 120

sadržaj poruke, nego i sam medij, dakle onaj tehnički sistem koji obezbjeđuje širenje komunikativnih sadržaja.¹³

5. 2. Počeci novinarstva i mass medija

Mass mediji, su mediji preko kojih se posreduju, u masovnim količinama, poruke i informacije, prema masovnoj publici. Danas je uloga medija globalno toliko jaka da se može porediti sa ulogom globalne politike, globalne ekonomije i sličnih vrijednosti. Čak i kada tvrde da su posve neovisni, nepristrasni i profesionalni, mediji upućuju na svoju ogromnu i gotovo neprocijenjenu moć u eteru. Slijevaju se u uho svakom pojedincu.

Početak novinarstva je, svakako u događaju. Ali je nastavak novinarstva često u pseudodogađaju. Na prijelazu iz događaja u pseudodogađaj moguć je teorijski i praktični govor o vjerodostojnosti medija i njihovih sadržaja. Vjerodostojnost bi trebala biti potpuna. Objektivna. Proizašla iz jednostavne definicije o objektivnosti kao svojstvu informacije. Toj minimalnoj epistemi ispod koje je smještena laž. Jednostavnom zanatskom pravilu da se čuju dvije strane, dva suprotna izvora. Dakle, apsolutna vjerodostojnost i ne postoji, jer je apsolutnost svakako transcendentna, te je s onu stranu čovjekovih mogućnosti, pa i profesionalnih. Ali, svaki put kad zafali standardnih događaja koji to omogućuju, kada treba preusmjeriti autentičnost Zbilje, nastaje prostor za pseudodogađaje. Stoga je moguće govoriti o relativnoj vjerodostojnosti medija.¹⁴

Svaki medij, po svojoj prirodi, preodređen je za neke funkcije. Tako štampa informira, televizija informira i zabavlja, radio uglavnom zabavlja, potom informira i slično. Mediji danas imaju ulogu da budu pouzdana društvena aktivnost, koja je neraskidivi dio modernoga i suvremenoga života: „ Nezavisno, naime, od pozicioniranosti mass-medija u društvenoj strukturi i subjektivnih

¹³ Tucaković, Š. (2000), „Historija komuniciranja“, Univerzitetna knjiga, Sarajevo, str. 115,116,120,121

¹⁴ Fejzić, F. (2014), „Stvarnost i mediji, vrijeme istrošenih ideologija“, Dobra knjiga, Sarajevo, str. 62

namjera medijskih vlasnika, kontrolora i profesionalnih komunikatora, mediji masovnog komuniciranja nužno obavljaju društvene funkcije informisanja, obrazovanja i zabave pripadnika masovne publike.¹⁵

Glavne odlike medija jesu da utječu na formiranje masovnog konzumentskog društva koje je uglavnom u rascjepu sa samostalnim odlučivanjem pa ih u tome smislu i razlikujemo prema snazi ekspresije, ali i utjecaja na publiku.

5. 3. Vjerodostojnost mass medija

Za savremenu vjerodostojnost medija, vrlo je važno shvatiti da svaki detalj, svaka nijansa, svaki fakat, denotativ, ima smisla, da je vrlo važno dobronamjerno proniknuti u suštinu događaja, u vrijednost razlike. Vrlo česta ubrzana uopćavanja, svoćenja ljudi i zajednica složenih identiteta na samo jedan aspekt identiteta predstavljaju pregrub intelektualni pad. A takva jednostranost je vrlo lahko probabljiva u medijima. A sve što je lahko, vrlo brzo se pamti. Strah i nasilje su dvije važne kategorije koje pronalaze mjesta i prostora u medijskim prezentacijama. Strah. Važna kategorija. Nasilje. Važna kategorija. Zašto? Zato što su strah i šok posebno stanje svake osobe. Tad osoba reagira na osnovu ida. Ne stigne do ega. Pogotovo ne do svog superega. Stara društva bila su više nejednaka, jer su u njima mnogi govorili: „Ja sam gladan“. Savremeno društvo je nesigurno društvo- sve veći broj je dinki u njemu govori: „Ja se bojim“.¹⁶

5. 4. Mass mediji kao glavni izvor informacija

Većinu informacija o svijetu u kojem živimo dobivamo iz medija. Bilo da je riječ o medijima čije sadržaje kreiraju profesionalni novinari (štampa, radio, televizija, web portali) ili o medijima

¹⁵ Radojković, M., Miletić, M. (2006), „Komuniciranje, mediji i društvo“, Stilos, Novi Sad, str.173

¹⁶ Fejzić, F. (2014), „Stvarnost i mediji, vrijeme istrošenih ideologija“, Dobra knjiga, Sarajevo, str. 74

čije sadržaje kreiraju drugi korisnici (društvene mreže), mediji su u središtu našeg interesa, posebno u kriznim situacijama.¹⁷

Ono što svaki korisnik mora znati kada prati medijske sadržaje jeste kako je nužno da ima kritički osvrt na sadržaj. To, međutim, ne znači da ima nepovjerenje prema medijima i da ih smatra neobjektivnim, ali u svakom slučaju znači da ima obavezu provjeravati informacije te razmišljati o njihovom kontekstu.

Ono što bi publika od medija morala očekivati jeste vjerodostojnost. Vjerodostojnost podrazumjeva:

* nepristrasnost (da je medij/ novinar kreirao informaciju tako da ona dosta reflektira ono što se dogodilo, koristeći više različitih izvora koji osvjetljavaju događaj iz različitih uglova ne preferirajući nijedan izvor ili stav u informaciji);

* vođenje brige o ljudskim interesima (da je medij/ novinar kreirao informaciju tako da je ona od javnog interesa za publiku, ali i da ne ugrožava one koji su predmet priče (njihovu privatnost, povjerljive informacije itd.);

* vođenje brige o javnom interesu (to praktično znači da medij mora imati osjećaj za ono što je publici značajno, za ono što utiče na njihov život i što im omogućava da razumiju okruženje u kojem žive);

* poštovanje privatnosti (mediji imaju jasno definirane standarde izvještavanja, a zaštita privatnosti spada u jedno od temeljnih standarda, posebno kada je riječ o maloljtnicima).

* Svaki novinar ima obavezu da informacije kreira i prezentira na način koji podrazumjeva sljedeće elemente:

* sveobuhvatnost (kazivanje cijele istine);

* tačnost (maksimalno „poklapanje“ informacije s onim na šta se ona odnosi);

* činjeničnost (zasnovanost informacija na činjenicama, koje su provjerene i provjerljive);

* istinitost;

¹⁷ Turčilo L.; Osmić A., Tuga J., „*Mladi, politika i mediji*“ - priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Sarajevo 2017., str. 56

- * lakoća upotrebe (razumljivost i jednostavnost za korištenje);
- * lokalizam (povezanost sa zajednicom u kojoj se informacija prezentira, s ciljnom publikom);
- * uravnoteženost (korištenje više izvora, od kojih su svi jednako zastupljeni);
- * razlikovanje činjenica od komentara (jasno odvajanje onoga što je činjenica od onoga što je stav novinara ili izvora prema toj činjenici);
- * istraživanje (zasnovanost na istraživačkom pristupu, na na copy-paste metodi);
- * brzina/pravovremenost (prijenos u kratkom vremenu nakon što se neki događaj desio).

5. 5. Medijska pismenost

Mediji su tehničko-tehnološki posrednici, odnosno prijenosnici informacija i u tehnološkom smislu ih djelimo na štampane, elektronske i online medije. No mediji nisu neutralna sredstva prijenosa informacija. Oni su i specifične društvene institucije koje imaju svoje vlasnike, način funkcioniranja, moć i utjecaj. Suština medijskog utjecaja ogleda se u tome da publika često čak i o događajima kojima je sama prisustvovala više informacija dobije od medija nego iz svog iskustva.¹⁸

Ključni razlog zašto medije smatramo društvenim institucijama, a ne tek pukim prijenosnicima informacija, jeste taj da oni vrše ne samo prijenos informacija o nekim događajima, akterima i pojavama nego i interpretaciju tih događaja, u čemu, zapravo, i leži njihov utjecaj.

Moć medija se ogleda se u tome da oni mogu napraviti pozitivan ili negativan kontekst u vezi s nekim događajima, nakon čega publika na te događaje reagira pozitivno ili negativno, ovisno o tome kako su događaj „potretirali“ mediji.

Medijska pismenost, podrazumjeva sposobnost pristupa medijima, razumjevanje i kritičke evaluacije medija i medijskih sadržaja i razvijanja komunikacije u različitim kontekstima.

¹⁸ Turčilo L.; Osmić A., Țiga J, „*Mladi, politika i mediji*“ - priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Sarajevo 2017., str. 49

Medijski pismena osoba ne prihvata medijske sadržaje zdravo za gotovo, već ih kritički valorizira imajući na umu nekoliko važnih parametara:¹⁹

- Kome je namijenjena određena medijska poruka?
- Ko njome želi da dopre do publike/javnosti i zašto?
- Iz kakve je perspektive neka medijska priča ispričana?
- Čiji su stavovi u njoj izneseni, a čiji su izostali?

6. ULOGA MASS MEDIJA U NOGOMETU I SPORTSKOM NOVINARSTVU

Kao što postoji nepobitna i organska veza između industrijske revolucije koje je omogućila tehničko-tehnološka sredstva posebno prevozna sredstva: auta, avione i vozove, tako postoji i neraskidiva veza između sporta i masovnih medija : novina, časopisa, radija, TV, interneta. Sport je ustvari najbitnija odlika masovne kulture i provala mase u svijet na povijesnu pozornicu. Od sedam odnosa, okvira i oblika u kojem čovjek i ljudi žive u svakom vremenu i na svakom prostoru: dominacija, asimilacija, diskriminacija, segregacija, sve odnosi koji su nespojivi sa čovjekovim dostojanstvom i ljudskim životom te akulturacija, integracija, i koegzistencija tri odnosa koji valjaju i koji čovjeka afirmiraju. Mada je koegzistencija kroz sličnost i različitost u ravnopravnosti na temelju priznanja jedini put dostojan čovjeka i ljudi, povijest Evrope, naspram drugih naroda, zemalja i kontinenata od otkrića Amerike 1492.godine je teorija, praksa i politika kolonizacije, eksploatacije, izrabljivanje i porobljavanje, izvana potpune dominacije, segregacije i diskriminacije i asimilacije.²⁰

¹⁹ Turčilo L.; Osmić A., Tuga J, „*Mladi, politika i mediji*“ - priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Sarajevo 2017., str. 58

²⁰ Spahić, M. (2010), „Svijet i fudbal“, Bemust, Sarajevo, str. 8

6. 1. Nogomet i mediji

Nogomet je danas postao nezamisliv bez medija, mediji naravno prate sve sportove ali fudbal je jednostavno odavno postao broj jedan. Mediji su postali dio nogometa koji je tu uvijek uz nogomet. Mediji nas iz dana u dan obavještavaju o novim informacijama iz svijeta sporta, tako da smo uvijek u toku sa najnovim vijestima. Nijedna informacija iz nogometa, nijedan transfer igrača, nijedna povreda igrača ne može proći bez medija koji sve pomno prate. Na velikim utakmicama bude i preko stotinu medija što dovoljno govori koliko ovaj sport privlači medije. Naravno mediji najviše pažnje posvećuju „najboljim“ i „najvećim“ nogometašima koji zarađuju nevjerovatne cifre od ovog sporta. Sponzoriranje razne odjeće, parfema, šampona najveći nogometaši skupo naplaćuju. Biti fudbaler u današnjem svijetu je zaista postao „unosan“ posao. Privatne televizije posljednjih godina su prevazišle državne televizije u sferi sporta a posebno fudbala. Privatne televizije iz susjedne Srbije nude najviše sporta i dobro plove u sportskom novinarstvu. Sport klubovi i Arene sport su postali kanali bez kojih nijedan fudbalski fanatik jednostavno ne može. Ono što još privlači zaljubljenike u ovaj sport, jeste profesionalizam, strast, i uzbudljivost novinara koji prenose utakmice. Bez dobrog sportskog komentatora nijedna utakmica ne može biti dobra i zanimljiva. Sportski novinar je tu da svojim glasom, željom i nabojem privuče gledatelja da pregleda cijelu utakmicu. Svaki sportski novinar mora biti profesionalan, subjektivan i tačan, jer se danas svaka greška primjećuje. Mediji su tu da podignu popularnost igračima kada su oni uspješni, ali su tu i da spuste karijere sportista kada god su oni u centru nekog skandala. Takvih slučajeva je bilo zaista puno jer je mnogo „uzdignutih“ sportista. Biti poznat donosi mnoge privilegije ali to pojedinci zloupotrebe.

6. 2. Fudbalski snovi i stvarnost

Fudbal je danas postao nešto što privlači sve, kako mlađe tako i starije ljude ali i djecu, kojima je u životu glavni cilj da postanu fudbaleri i da budu poznati širom cijeloga svijeta. Lopta je postala sve što jedno dijete želi kada protrčkara. Nogomet je postao jako unosan posao, pogotovo ako igrate izvan „Balkanskih zemalja“ . U Evropi, pogotovo u Ligama petice sve pršti od sjaja i lukusuza. Stadioni su ogromni, igrači su jako dobro plaćeni, a vlasnici klubova su itekako poznati ljudi. Ono što je najvažnije u svim sportovima a ne samo fudbalu jesu sponzori. Bez

sponzora nijedan klub ne može dobro funkcionisati. Sponzori su ti koji imaju najveće zasluge za uspjehe najvećih klubova. Biti fudbaler danas donosi mnoge privilegije, mnogim ljudima se život promjeni u minuti. Glavni primjer nam može biti naš reprezentativac Edin Džeko koji je u ratnom Sarajevu trenirao i sanjao da jednoga dana postane slavni nogometaš. Ali san nekada postane java, tako je i našem Edinu postao, poslije famoznog Ťelje, potpisuje za češke Teplice, zatim njemački Wolfsburg u kojem je proigrao, a onda bum i najveći transfer u karijeri, transfer u Manchester City, da bi potom zaigrao i u slavnom timu kao što je Roma. Ova priča je dokaz da su snovi ostvarivi ako to zaista Ťelite i ako ste u životu uporni, jer je upornost vrлина koju svaki čovjek treba imati.

7. NOGOMET I KONZUMENTE NOGOMETNIH SADRŤAJA

7. 1. Općenito o nogometu

„Tu čudesnu stvar, loptu, koju je sam Čavo izmislio, treba zabraniti“- rekla je kraljica Elizabeta još u 13 vijeku, a za loptanje se zna više od tri hiljade godina. Pretpostavlja se da su, loptu iz Azije u Evropu prenijeli rimski legionari. Lopta je oduvijek plijenila paŤnju, kako bogatih, tako i siromašnih, od pješčanih plaŤa Brazila, pa do snijeŤnih tajgi hladne Rusije. Sredinom prošloga vijeka, u Engleskoj, fudbal se konačno odvaja od ragbija, a već 1863. godine napisana su i prva pravila. U Škotskoj se javlja prvi sistem sa pet igrača u istoj liniji, a u Engleskoj se uvodi drugo pravilo ofsajda i sistemi, prvo WW (dubl ve) pa MW (em ve) koji, zapravo predstavljaju osnovu svim bivšim i sadašnjim sistemima. Zbog ovih korjentnih promjena u igri, mnogi za Englesku kaŤu da je kolijevka fudbala. Vremenom se tako, od vrlo proste i jednostavne igre, razvila lijepa, sadrŤajna, atraktivna, sloŤena igra koja od fudbalera zahtijeva potreban nivo tehničko-taktičkog znanja, visok nivo fizičko-funkcionalne pripremljenosti, psihološku i moralno- voljnu stabilnost, kao i osnovna teoretska znanja o fudbalskoj igri.²¹

²¹ Matić, R. (1998), „Fudbal- Metodika obuke, usavršavanja i treninga fudbalske igre“, Compact-E, Sarajevo, str. 7

7. 2. Uvod u svijet i fudbal

U geografskom ili zemljopisnom smislu Evropa je zapadni dio Azijskog kopna (poluotok), ali se usljed povijesne, kulturne, političke, privredne, znanstveno civilizacijske, ekonomske i sveukupne uloge u svijetu od davnina smatra kontinentom. U njoj se zahvaljujući prvom pravom primjenenom eksperimentu od strane Bekona dogodila eksperimentalno-znanstvena i tehničko-tehnološka revolucija i parna mašina. To je omogućilo prelazak sa ručne, pojedinačne, unikatne i manufaktularne proizvodne na serijsko-industrijsku proizvodnju razorio je i rastočio velike seoske porodice, porodičnu solidarnost i život u prirodi doveo je do formiranja velikih, dječinskih gradova u dolinama rijeka, na morskim obalama, industrijskih centara, a ti gradovi postaju masovne radionice, spavaonice, sjedišta i središta masovnih poroka, kocke i raznih igara koje čovjek i ljudi do tada nisu poznavali.²²

Na tlu Evrope napravljena je i sastavljena prva štampaća mašina od strane Gutenberga, i tako je pokrenuta „Gutenbergova galaksija“ ili masovno štampanje knjiga. Da „Gutenbergova galaksija“ i industrijska revolucija stoje u organskoj vezi dovoljno svjedoči činjenica da se fudbal kao vrsta sportske masovne igre (masovna i serijska proizvodnja iziskuje i potrebuje masovnu igru) i prvi fudbalski timovi, ne slučajno, nego slijedom logike života javljaju se u Velikoj Britaniji oko 1850. ili polovinom 19. stoljeća. Ipak, prvo Svjetsko prvenstvo u fudbalu odigrat će se nakon 80 godina iza formiranja prvih fudbalskih klubova u Engleskoj i to 1930.godine u Urugvaju, a prvo Evropsko prvenstvo u fudbalu bit će tek nakon 110 godina iza formiranja prvih fudbalskih klubova u Engleskoj i to 1960. godine u Francuskoj.²³

²² Spahić, M. (2010), „Svijet i fudbal“, Bemust, Sarajevo, str. 7

²³ Spahić, M. (2010), „Svijet i fudbal“, Bemust, Sarajevo, str. 7

7. 3. Konzumente nogometnih sadržaja

Konzument odnosno potrošač ove igre može biti svaki čovjek na svijetu koji voli ovu lepršavu igru. Neko ovu igru smatra kao nešto bez čega se jednostavno ne može, dok neko drugi ovaj sport gleda jednostavno iz dosade. Veliko pitanje na koje sam odgovor dobio u provedenoj anketi jeste ko su najveći ljubitelji odnosno „konzumenti“ nogometa. U odabiru između djece, momaka i starijih ljudi, veliku većinu glasova nose momci. Jako očekivano da su momci odnosno tinejdžeri izglasani jer realno gledajući momci u ovo vrijeme najviše prate i znaju o sportu a posebno o nogometu. „Konzumirati“ nogomet znači neprestano pratiti utakmice i biti veliki fanatik ovoga sporta. Konzumenti ove igre uživaju u njenim čarima, jedni vole sami da prate nogomet, drugi vole zajedno u kućnoj atmosferi, a treći vole u velikom broju se skupljajati u kafićima i uz piće i hranu bodriti svoje ljubimce na terenu. Tačan broj „potrošača“ nogometa nije poznat ali da se radi o miliardama ljudi koji prate ovaj sport, to je neosporno. Fudbal nije samo najvažnija sporedna stvar na svijetu, već je i najuzbudljivija stvar na svijetu, jer donosi veliku dozu uzbuđenosti pogotovo za one koji su jako vezani za pojedine utakmice. Za nekoga nogomet ne predstavlja apsolutno ništa, dok za fanatike ove igre fudbal predstavlja strast, želju, uzbuđenje, emociju i ne kažu ljudi tek tako da je fudbal više od igre.

8. NOGOMET KAO NAJVAŽNIJA SPOREDNA STVAR NA SVIJETU

Mnoge sportske igre ljude opčinjavaju, običavaju, navode, zavode, iz životu a iz perverzije i izbjavljanja u sve moguće vrste idolatrije, strasti, poroka, kocke, droge i alkoholizma. U današnje vrijeme se kroz igru, Olimpijske igre, Ligu fudbalskih šampiona, Evrope, Evropsko fudbalsko prvenstvo, Fudbalsko prvenstvo Južne Amerike, Afrike, Azije, i Svjetsko fudbalsko prvenstvo svake četvrte godine, putem elektronskih medija koji su čovječanstvo pretvorili u elektronsko selo, plasiraju i politika, i kultura, i civilizacija, i privreda, i ekonomija, i običaji i turizam, i diplomacija, i ideje, i doktrine, i koncepcije, i znanje, i tradicija, i običaji, i nošnja, i država, i društveno-političko uređenje, ali i religija.²⁴

²⁴ Spahić, M. (2010), „Svijet i fudbal“, Bemust, Sarajevo, str. 24,32

Najveća vrijednost sporta fudbala, košarke, atletike, boksa, pored svih zamki i opasnosti koje vrebaju od profesionalnog sporta, sa stajališta međuljudskih odnosa, veza, relacija i komunikacija leži u činjenici da zemlje, države i nacije najlakše i najbezbednije postaju otvorene, kozmopolitske multirasne, multikonfesionalne, multietničke i multikulturalne upravo kroz sport, posebno fudbal.

8. 1. Sport u bivšoj SFRJ

Sportske aktivnosti u predratnim periodima odvijale su se uglavnom u školskim društvima koja su bila građanske organizacije i odražavale su ondašnje društvene odnose. U organizacijama fizičke kulture, sokoli postaju snažni eksponenti nacionalnih težnji. Prvi atlentski miting održan je u Sarajevu 1912.godine, a fudbalske aktivnosti počinju 1903, u Mostaru. U to vrijeme razvijaju se biciklizam, konjički sportovi, mačevanje, gimnastika, koturanje, dizanje tegova i tenis. Fudbal postaje sve popularnij: dolazi do formiranja brojnih fudbalskih klubova. Interesantno je istaći da su fudbaleri sarajevskog „Osmana“ odigrali utakmicu u Splitu s Hajdukom 1912. godine. Poslije prvog svjetskog rata, kada je bio prekinut sportski život, pokret fizičke kulture ponovo se obnavlja, ali u cijelosti nosi pečat tadašnjih društvenih odnosa.²⁵

Tokom 1949.godine u takmičarskim sportovima, naročito atletici, boksu, fudbalu, gimnastici, rvanju, i stonom tenisu postižu se zapaženi rezultati. Širi se sport među radnicima. Započinje izgradnja objekata i zasniva se Srednja fiskulturana škola u Sarajevu i Komitet za fizičku kulturu. Srednja fiskulturana škola odigrala je izvanrednu ulogu u podizanju stručnih kadrova. Brojni stručnjaci krenuli su u gradove i sela da podižu sportski život. Mnogi od njih kasnije su završili studij fizičke kulture i postali zapaženi stručnjaci u ovoj oblasti. Značajan doprinos

²⁵ Đudralo, M. (1981), „Zvezdani trenuci bosanskohercegovačkog sporta“, NIŠRO, Sarajevo, str.

razvoju sporta i fizičke kulture dala je sportska štampa. Treba istaći listove „Osloboćenje“ i „Fiskultura i sport“, te kasnije „Svijet“, „Većernje novine“, „Glas“, „Sportske novine“. Naročito veliki doprinos razvoju sporta u našoj republici dali su „Osloboćenje“ i Radio-Sarajevo koji od prvih dana socijalističke Jugoslavije afirmišu naš sport, naročito sport u Bosni i Hercegovini. Značajan doprinos razvoju sporta dala je i Televizija Sarajevo koja je kao sredstvo informisanja znatno mlađa od radija i štampe. Neki od najpoznatijih sportskih novinara koji su dali veliki doprinos afirmaciji sporta u Bosni i Hercegovini : Leo Korošec, Alojz Šunarić, Radomir Mitrović, Rade Jovanović, Branko Zlobicki, Milutin Podboj, Džavid Husić, Pavle Lukač.²⁶

8. 2. Nogomet u bivšoj SFRJ

Fudbalske aktivnosti u Bosni i Hercegovini javljaju se u Mostaru 1903.godine. Prva kožna lopta donesena je u Sarajevo 1910.godine. Loptu je donio poznati hirurg Fedor Lukač. Prvi fudbalski klub u Sarajevu bio je Srednjoškolski sportski klub kojeg su sačinjavali učenici Prve gimnazije. Fudbalski sport u Bosni i Hercegovini doživljava veliki uspon naročito poslije drugog svjetskog rata kada se osnivaju novi klubovi i nastavljaju rad klubovi revolucionarne prošlosti. Prvu šampionsku titulu u Bosnu i Hercegovinu donosi ekipa Sarajeva u prvenstvenoj sezoni 1966/1967.godine. Taj uspjeh ponavlja Željezničar u prvenstvenoj sezoni 1971/1972. Bosna i Hercegovina je dala niz fudbalera godine koji su ovu titulu osvajali u anketi sportskih novinara Jugoslavije. Iz naše republike je i nekoliko najboljih strijelaca Fudbalskog prvenstva Jugoslavije. Fudbal u Bosni i Hercegovini je najpopularniji i najmasovniji sport. Dovoljno je istaći samo ove podatke pa da se dobije slikovita predstava o fudbalu u našoj republici. Nijedna fudbalska selekcija u Jugoslaviji se ne može zamisliti bez igrača iz Bosne i Hercegovine. Bosna i Hercegovina ima sve više modernih stadiona, sve bolje uslove za rad klubova. Naša republika je bila organizator velikih fudbalskih priredbi (utakmice reprezentacije i međunarodni kupovi).²⁷

²⁶ Đdrale, M.(1981), „Zvezdani trenuci bosanskohercegovačkog sporta“, NIŠRO, Sarajevo, str. 17,18

²⁷ Đdrale, M.(1981), „Zvezdani trenuci bosanskohercegovačkog sporta“, NIŠRO, Sarajevo, str. 64,65

8. 3. Nogomet za vrijeme agresije na Bosnu i Hercegovinu

Uoči raspada SFRJ u Prvoj saveznoj ligi jednu trećinu lige činili su klubovi iz BiH, a neposredno pred agresiju na BiH u okviru Fudbalskog saveza Bosne i Hercegovine djelovala su 963 kluba sa preko 50.000 registrovanih fudbalera u svim kategorijama. U skoro svim reprezentativnim selekcijama SFRJ igrali su nogometaši iz BiH. Posljednja prvenstvena utakmica koja se trebala odigrati u proljeće 1992. godine na Grbavici između Tjeljezničara i beogradskog Rada ipak nije odigrana jer je 5. aprila već počeo napad agresora na Sarajevo. Nakon toga je došlo do prekida takmičenja u svim ligama u Bosni i Hercegovini. Međutim, fudbalska aktivnost nije prestala. Odmah se započelo sa aktivnostima na prijemu NSBIH u svjetsku i evropsku asocijaciju FIFA i UEFA. Istovremeno, zemlja je već počela odbranu od agresije. Iako je cijela država bila obuhvaćena ratnim vihorom, nogometna aktivnost nije prestajala. Nogomet se igrao u slobodnim djelovima BiH, pa i u opkoljenom Sarajevu doduše u dvorani. Organizovani su brojni nogometni turniri u malom nogometu. Inače, prva međudržavna utakmica u BiH odigrana je u proljeće 1994. godine 25. marta na stadionu Koševu pred oko 25.000 gledalaca. Igrala je reprezentacija Sarajeva sa selekcijom UNPROFOR-a. Pobjedilo je Sarajevo sa 4:0, a utakmicu je prenosila RTVBIH. Inače sa ove utakmice imao je priliku gledati cijeli svijet. Pokazalo se Evropi i svijetu, a prije svega onim što su napadali na našu zemlju, da se nogomet u BiH nije mogao uništiti. Bio je to svojevrsan nogometni otpor agresiji na BiH. Veliki broj nogometaša, nogometnih radnika i poklonika nogometne igre izgubio je živote u odbrani države Bosne i Hercegovine.²⁸

9. NOGOMET KAO OPSESIJA ILI STVAR UŽIVANJA

Praćenje nogometa, vrlo brzo može da pređe u opsesiju. Postoje ljudi koji po cijeli dan prate nogomet i za te ljude se može reći da jednostavno ne mogu bez ove igre. Čovjek vrlo brzo postane opsjednut nečim što ga privlači a da toga ni sam nije svjestan. Neki nogomet prate samo radi kockarskih igara, kojih u današnje vrijeme ima i previše. Ljudi su opsjednuti tim igrama na

²⁸ Talović, M., Čalija, D. (2002), Pravila nogometne igre, Nogometni savez Bosne i Hercegovine, Sarajevo, str. 15

sreću, a govore suprotno da su opsjednuti nogometom. Sport brzo privlači ljude i ostavlja ih zakovane za televizore. Većini ljudi nogomet predstavlja stvar uživanja, jako puno ljudi uživa u određenoj utakmici uz piće i hranu i tako iskorištavaju svoje slobodno vrijeme. Nekolicina ljudi odnosno navijača ispoljava svoje emocije gledajući utakmicu, a neki su jako nervozni tokom praćenja neke bitne utakmice. Tokom praćenja određene utakmice, čovjek promjeni stotinu raspoloženja, u jednom trenutku je sretan a u drugom tužan zbog momčadi koju bodri. Za neke pojedine igrače fudbal je život, ljubav i opsesija. Pojedini igrači kao što su: Francesco Totti, Steven Gerrard i Gary Neville su svoj cijeli život posvetili samo jednom klubu, Totti Romi, Gerrard Liverpoolu a Neville Manchester Unitedu. Ovi primjeri govore kako ljubav prema određenom klubu nema cijenu i kako igrači postanu opsesivni igrajući za taj klub i davajući svoj maksimum na terenu. Ti igrači koji su sada u fudbalskoj penziji, ne samo da su igrali ovu lepršavu igru, već su uživali u njoj i gradili ljubav prema svom timu i radovali navijače svojom pojavom na terenu. Nogomet je odavno već postao više od igre, fudbal postaje opsesija, postaje nešto bez čega se jednostavno ne može. Fudbalski fanatici ne mogu zamisliti ni jedan dan bez neke utakmice na bilo kojem nivou. Nogomet je igra koja je jako zarazna i vrlo se lako navući na nju. Veliku većinu fudbalskih fanatika čini muška populacija, ali i manji broj ženske populacije prati ovaj sport, pa čak i u našoj zemlji postoje ženski nogometni klubovi koji postižu zavidne uspjehe. U današnje vrijeme postaje sve popularniji i mali nogomet koji se popularno zove futsal. Futsal je sport koji je odnedavno postao jako popularan i igra se većinom u Evropi. Ono što u posljednje vrijeme postaje sve više jasnije, jeste da teško koji sport može parirati fudbalu u popularnosti i da je ova igra pokupila simpatije u cijelome svijetu.

9. 1. Svjetski nogomet

Nogomet je sport koji najviše vole ljudi širom svijeta. To se može dokazati punim entuzijazmom ili nogometnim stadionom tijekom utakmice. Nogomet se sastoji od riječi „nogomet“ i „lopta“. Kao što i samo ime govori, nogomet je jednostavan sport koji koristi loptu kojom se slobodno dribla i šutira nogom dok lopta ne uđe u protivnički gol. Nogometna igra započela je puno prije nego što je civilizacija napredovala. U povijesti samog nogometa postoje dvije verzije drevni i moderni nogomet. Povijest modernog nogometa obilježila je inauguracija nogometnog saveza sa

sjedištem u Taverni nogometnog saveza Freemanson, London, Engleska. Sastanak je uspostavio nekoliko pravila nogometne igre koja su potom sljedila nogometna udruženja iz Walesa, Škotske, Irske. Nakon toga je nekoliko nogometnih saveza iz tih zemalja osnovalo Međunarodni odbor nogometnih saveza (IFAB) kao veće udruženje za udruge svjetskih nogometnih saveza. Nogomet je narastao i široko je poznat javnosti od uspostave Federacije međunarodne nogometne asocijacije (FIFA) u Parizu, u Francuskoj 21. maja 1904. godine. Od tada se održavaju svjetska nogometna natjecanja i javnost ih sve više traži. Okupacija svjetske nacije imala je puno utjecaja na svjetsku naciju. Jedan od utjecaja koji je donesen u to vrijeme bio je ulazak nogometa kako bi svjetska zajednica znala za nogomet. Nogomet je uvela kineska država da bi pokazao svoju superiornost. O tome svjedoči i stvaranje udruge UMS u Džakarti. Stoga svjetski nogomet brzo napreduje. Napredak svjetskog nogometa u to je vrijeme doveo do formiranja krovnog tijela za svjetski nogomet koje je 19. travnja 1930. u Yogyakarta imenovano Svjetskim nogometnim savezom (PSSI). Taj se događaj zbio prije nego što je svijet 1938. ušao u Svjetski kup.²⁹

9. 2. Europski nogomet

Mnoge negativizme Evropa pokušava da nadiđe i prevaziđe pomoću sporta, posebno fudbala. Granica između Evrope i Azije pruža se istočnim podnožjem gorja Ural, rijekom Ural i dolinom rijeke Manyč između Kaspijskog jezera i Crnog mora. Cijelokupna obala Evrope duga je 41.000 km i u svako doba godine uglavnom je pristupačna za brodove. Evropa nije samo najrazvijenij nego je istovremeno i najgušće naseljen kontinent svijeta. Najmnogoljudnija zemlja Evrope sa 85 miliona stanovnika je Njemačka.³⁰ Njemačka je zemlja koja se ne može zamisliti bez fudbala. U Njemačkoj je fudbal najvažnija sporedna stvar na svijetu. Njemci su poznati po veoma dobrom domaćinstvu kako svjetskog tako i europskog prvenstva. Popularne švabe su osvjači mnogih trofeja i medalja. Najpoznatiji stadion u Njemačkoj jeste Allianz Arena koja prima 69.000 posjetilaca. Najveća zemlja po površini je Francuska. Francuska je zemlja fudbala, u posljednjih

²⁹ (<https://hr.skylineropescourse.com/171-history-of-world-and-world-football-complete>)
Pristupljeno: [24.06.2021] godine.

³⁰ Spahić, M. (2010), „Svijet i fudbal“, Bemust, Sarajevo, str. 59

40 godina ova zemlja je iznjedrila mnoge fudbalske znalce kao što su: Michel Platini, Zinedine Zidane, David Trezeguet, Thierry Henry, Jean Tigana, Kylian Mbappe, Antoine Griezmann, Patrick Vieira i još mnogo, mnogo fudbalskih majstora. Francuska reprezentacija je osvojila Europsko prvenstvo dva puta 1984 i 2000 godine. Najpoznatiji Francuski klub je PSG, a najveći stadion u Francuskoj je Saint-Denis koji prima 80.000 posjetilaca. Engleski fudbal je najpopularniji i najbrži fudbal kojeg možete gledati na svojim televizorima. U Engleskoj ne postoji ekipa koja nije jaka, liga je takva da svak svakoga može iznenaditi. Najveći stadion u Engleskoj jeste Wembley koji prima 90.000 gledalaca i na tom stadionu igra reprezentacija Engleske.

9. 3. Razlike između svjetskog, evropskog i BiH nogometa

Svjetski nogomet je najburniji i najemotivniji nogomet kojeg možete pratiti. U Brazilu i Argentini ljudi žive za fudbal i fudbalske utakmice. Atmosfera koja vlada kada se igra neki derbi u Južnoj Americi je neopisiva. Koliko je naboja i žara u tim utakmicama, najbolje govori situacija kada se nevjerojatno tresu tribine, to se jednostavno može vidjeti samo u Južnoj Americi. Utakmica koja najbolje opisuje fudbal na svjetskom nivou jeste najveći derbi u kojem se sastaju dvije najveće ekipe u Argentini a to su Boca Juniors i River Plate. To je utakmica koja svim navijačima kako jedne tako i druge ekipe znači život. Naboj i emocije u toj utakmici ne mogu se uporediti ni sa jednom drugom na bilo kakvom nivou. Takvo „ratovanje“ na terenu može donijeti samo nogomet na svjetskom nivou. Svjetski nogomet iznjedrio je mnoga velika nogometna imena kao što su: Maradona, Pelle, Garrincha, Ronaldo, Carlos, Cafu, Ronaldinho, Kaka, Adriano i mnogi drugi majstori ovoga sporta. Europski nogomet za razliku od svjetskog je dosta brži i ljepši za gledanje. Velika većina ljudi bira Europski nogomet zbog veće preglednosti igre, kvalitetnih timova, veće popularnosti i satnice, pošto se utakmice na svjetskom nivou igraju jako kasno. Europski fudbal je najljepši fudbal za gledanje, a Europska takmičenja su najpopularnija takmičenja. Europski fudbal se po brzini igre najviše razlikuje od svjetskog. Igra je dosta tečnija, brža i jednostavno Vas mami da odgledate jednu utakmicu. U Engleskoj se igra najbolji fudbal, u Njemačkoj najkulturniji, a u Italiji najprgaviji. Što se tiče našeg Bosanskohercegovačkog nogometa, situacija nije sjajna. U Bosni i Hercegovini se sve manje i

manje ulaže u sport, tako da svi igrači koji poniknu u našoj zemlji jedva čekaju neki inostrani angažman. Fudbal u našoj zemlji je jako spor i nema tu dinamiku kojom bih privukao gledatelje, naš fudbal gledaju samo oni koji su rođeni ovdje i koji od malena navijaju za klubove iz naše države. Iako naš fudbal nije toliko popularan, zanimljiv i u njemu nema toliko novca, Bosna i Hercegovina je ipak iznjedrila nekoliko jako kvalitetnih igrača kao što su: Safet Sušić, Mehmed Baždarević, Vahid Halilhodžić, Ivica Osim, Edin Džeko, Zvezdan Misimović, Zlatan Bajramović, Vedad Ibišević, Miralem Pjanić i mnogi drugi. Najveći uspjeh Bosanskoheregovačka reprezentacija je napravila odalskom na Svjetsko prvenstvo u Brazilu 2014.godine.

10. ODNOS IZMEĐU MASS MEDIJA I NOGOMETA

Poruka svakog medija ili svake tehnike je da se čovjek produžava u svakoj situaciji, svakom društvu, svakom svijetu, svakoj situaciji. Tehnika mijenja našu okolinu, ali i nas same, bezuvjetno. Sam po sebi. Sadržaj jednog medija uvijek je drugi medij. Jezik je sadržaj rukopisa, ovaj opet štamparske tehnike. Mediji funkcioniraju u zajedničkoj igri različitog smisla. Koordinacija prošlog sa sadašnjim koje se proteže u budućnosti, to je želja McLuhana koju mediji trebaju ispuniti. Mediji su metafore u kojima se oslikavaju različite varijacije prijenosa različitih formi i utjecaja koji čine u procesima postvarenja u društvu. Taj utjecaj je različit i odatle njegova osnovna podjela na vruće i hladne medije jeste zapravo podjela koja se mjeri stepenom učesovanja naših čula u jednom medijskom procesu.³¹

Bilo da je riječ o prijenosima na radiju, televiziji ili u novije vrijeme, internetu, najavama, ili pak o raznim izvještajima i analizama sportskih događanja, elektronski mediji imali su veliki utjecaj na popularnost samog sporta. Moderno dinamično potrošačko društvo traži svoj identitet i u medijima i u sportu. Jasno je kakav utjecaj medija na popularizaciju sporta, ali postavlja se pitanje: kako sport utječe na medije? S jedne strane elektronski mediji omogućuju određenom

³¹ Kećo-Isaković, Emina. (2006), IZAZOVI MAS-MEDIJA, DES, Sarajevo, str. 176,177

sportu povećanje popularnosti i osiguravaju mu da financijsku budućnost, kvalitetu i društvenu korisnost, a s druge strane, sport omogućuje medijima da dopru do teže dostupnih i novih korisnika. Funkcija medija očituje se u informiranju i ispunjavanju slobodnog vremena, u tom smislu sport zauzima značajno mjesto. Od svih oblika zabave sport je najprivlačniji. Čovjek je od davnih dana imao potrebu za sportom i rekreacijom, a ta potreba se razvojem društva samo povećavala. U tom smislu, prijenosi popularnih sportskih događaja prvobitno bi trebali služit za opuštanje, zabavu i razonodu ljudi. Može se reći da da nogomet u općem smislu pridonosi elektronskim medijima znatno više, nego što oni pridonose nogometu. Sport koji su popularizirali mediji jer su uvidjeli potencijal i veliku korist koju im on donosi, u današnje vrijeme ima ključnu ulogu u medijskim sadržajima kao što su televizija, radio, internet. Sve je više sportskih kanala na televiziji, sve je više radio prenosa na različitim radijskim postajama, a pogotovo internet prijenosa ili izvještaja i članaka o sportskim događanjima. I nije tu riječ samo o popularnosti sporta odnosno nogometa, već i o popularnosti samih nogometaša. Možemo reći da se elektronski mediji zapravo na neki način natječu tko će obuhvatiti veći spektar sportskih događanja i informacija odnosno tko će prije pružiti takve informacije, a sve to čine kako bi privukli što veći broj korisnika.³²

10. 1. Sport i printani mediji

Počeci međusobne interakcije medija i sporta imaju već dugu povijest. Prvi članci o sportu objavljeni su u novinama, prije pojave prvih specijaliziranih sportskih izdanja. Već 1792.godine u Engleskoj počinje izlaziti prvi sportski magazin u svijetu „Sporting Magazine“, a 1821.godine pojavio se i prvi sportski dnevnik „Sporting Life“. Beck i Bosshart (2003) navode da su i poznati engleski dnevnik iz toga doba uveli stalnu sportsku rubriku „Morning Herald“ iz 1817.godine i „The globe“ iz 1818 godine. Od 1822. godine počinje u Londonu izlaziti i „Bells Life“, s redovitim dijelom posvećenim sportu, a londonski „Times“ uvodi 1829. godine stalnu rubriku Sporting Intelligence. Tu treba spomenuti i druge engleske dnevnik koji se također dijelom posvećuju sportu, kao npr. „Sporting Chronicle“, tjednik „The Illustrated Sporting and Dramatic

³² ([file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20(1).pdf)) Pristupljeno: [08.08.2021] godine.

News „i „Sporting Chronicle“ i „Athletic News“. Medijska slika sporta više ili manje reprezentira realnu sportsku stvarnost. Da bismo pojasnili tu konstataciju pojednostavljeno ćemo analizirati proces nastanka nekog članka u nekom sportskom listu, kojim sportski novinar opisuje neki sportski događaj. Zbog kompleksnosti događaja on ne može prikazati ili komentirati sve njegove elemente i aspekte, pa iz cjeline sportskog događanja izabire one dijelove koji se njemu čine bitnima. U tom odabiru on “važe“ pojedine elemente i informacije, selektira ih u skladu s njemu poznatim kriterijima, odbacuje ono što mu se čini nebitnim i komentira te informacije na svoj način. Nije potrebno posebno isticati da se proces selekcije ostvaruje u skladu s određenim interesima u koje se mogu ubrojiti npr. afinitet novinara prema toj vrsti sporta o kojoj se izvještava, značenje i težina koje taj sport ima u dotičnim novinama i sl. Na kraju, rezultat svega toga nije stvarna, već medijska slika sportskog događaja, koja ne odražava svu njegovu kompleksnost i složenost. Tako prikazan sportski događaj predstavlja zapravo insceniranu stvarnost, koja prikazuje subjektivnu sliku sportske stvarnosti. Medijska slika koja je tako nastala predstavlja redukciju kompleksnosti, odnosno, kako to opisuje Loosen (1998), posredovana stvarnost sporta u medijima nije ni umanjeni odraz nekog stvarnog događaja, već jedna medijska konstrukcija stvarnosti, nastala na osnovi simbiotičkog odnosa između sporta i novinara.³³

10. 2. Sport i internetski mediji

Uz tradicionalne medije u medijskom sportu danas sve više dolaze do izražaja i razni internetski mediji koji svojom komplementarnošću i konkurentnošću pridonose još većoj aktualizaciji i popularizaciji sportskih sadržaja. U uvjetima njihova sve bržeg umnožavanja i rastućih konkurentskih odnosa mnogi internetski mediji se natječu u tome da odgovore na pitanje kako biti zanimljiviji, originalniji, kako biti bolji od drugih medija i privući što više korisnika? U internetske medije ubrajamo društvene mreže, razne profesionalno i redakcijski organizirane medijske ponude, sportske internetske portale, blogove itd. Uz to što također, poput televizije, omogućuju izravne prijenose sportskih događaja, oni omogućuju i stalnu interakciju i participaciju pojedinaca i grupa, tj. aktivno sudjelovanje recipijentata u diskursu o sportskim sadržajima. To se ostvaruje pisanjem komentara, iznošenjem vlastitog mišljenja, postavljanjem

³³ ([file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20(2).pdf)) Pristupljeno: [14.07.2021] godine.

vlastitih video priloga, tonskih priloga, slika itd. Upravo takvi servisi pružaju velike mogućnosti za sve sportove, one lokalnog ili regionalnog karaktera, bez obzira na njihovu popularnost kod sportske publike. Za brzo informiranje o sportskim sadržajima zaslužni su brojni internetski portali. Portali su mjesta koja objedinjuju različite aplikacije. To su mjesta koja se koriste kao interaktivne platforme za diseminaciju informacija o sportu i sportskim događajima, za izravni prijenos sportskih sadržaja (live streaming), prikazivanje videomaterijala i audiomaterijala itd. Portali obično imaju svoj vanjski segment, koji je dostupan svim korisnicima, koji služi za praćenje sadržaja na portalu i unutarnji dio, koji je dostupan samo autorima tj. kreatorima sadržaja na portalu, a služi za ažuriranje i prikazivanje novih sadržaja. Uz mnoštvo internetskih portala koji obrađuju sportsku problematiku, posebno valja J. Rodek: Sport i mediji 119 naglasiti i značenje društvenih mreža za sport. Radi se o besplatnim online servisima koji omogućuju komunikaciju s pojedincima i skupinama. Zahvaljujući određenim alatima, korisnici mogu međusobno komunicirati i dijeliti razne sadržaje.³⁴

10. 3. Utjecaj mass medija na nogomet

Nogomet u današnje vrijeme je jako teško zamisliti bez medija, bili oni printani ili elektronski. Nogomet je sport koji je u današnje vrijeme postao jako popularan, a popularnost za sobom nosi i velike sume novca. Igrati nogomet je danas postao jako unosan posao, a mediji su tu da dignu popularnost nogometa do krajnjih granica. Velike utakmice kao što su derbi utakmice, u kojima se sastaju oni najljući rivali privlače najveći broj medija. Utakmica koja privlači najveći broj medija jeste čuveni El Clasico, utakmica koju gotovo niko ne propušta a to je utakmica između Barcelone i Real Madrid. Mnogi mediji o toj utakmici pričaju i po nekoliko dana, i uvijek pred taj derbi se osjeti euforija u mnogim medijima. Mediji često šire dezinformacije, a te dezinformacije se tiču transfera, odnosno prodaje igrača. Veliki broj medija žuri da što prije objavi transfer nekog igrača, ne uzimajući u obzir da ta informacija možda nije tačna. Za

³⁴ ([file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20(2).pdf)) Pristupljeno: [14.07.2021] godine.

sportske novinare praćenje ne samo nogometa, nego i svih ostalih sportova predstavlja zadovoljstvo, sreću i samu ljubav prema tim sportovima. Biti u sportu znači neprestano pratiti sve sportove, odnosno biti online u svako vrijeme jer informacije moraju biti brze, provjerene i tačne. Novo vrijeme nogometa, donosi i nove vrijednosti nogometa. Danas na fudbalskim utakmicama postoji sve, tehnologija je toliko napredovala da se sve greške sudija jako brzo isprave pomoću VAR tehnologije. Sportski novinari su jako sretni ljudi, jer oni u okviru svoga posla običu dosta gradova, stadiona, osjete mnoge atmosfere i tako stvaraju svoja iskustva. Takav jedan sportski novinar dolazi iz Bosne i Hercegovine a njegovo ime je Sabahudin Topalbećirević zvani Baho. Čovjek koji je u okviru svog novinarskog posla prošao mnoge gradove, obišao mnoge stadione i prenosio najveće utakmice. Cilj svakog sportskog novinara (komentatora), jeste da prenosi one najveće utakmice koje donose tu dozu adrenalina, kojeg se sami komentatori riješe kada utakmica počne. Mnogi televizijski programi su najgledaniji kada prenose određene utakmice koje privlače najviše pažnje meću gledateljima. Utakmice koje su najskuplje za otkupiti, jesu utakmice popularnog takmičenja zvanog Liga šampiona. Utakmice Lige šampiona, privlače najveći broj medija koji direktno izvještavaju sa stadiona na kojima se igraju utakmice. Mora se reći da su i emisije o nogometu jako gledane, u našoj Bosni i Hercegovini najpoznatija emisija je bila „Top gol“ koja se emitirala svakog ponedjeljka u 21 sat, a upravo tu emisiju je vodio popularni Baho. Ta emisija odavno više ne postoji, ali ostala su mnogima lijepa sjećanja na tu emisiju u kojoj se moglo saznati šta se to događalo u sferi nogometa u proteklih sedam dana.



(Sabahudin Topalbećirević Baho)

10. 4. Utjecaj mass medija na popularnost nogometa

U savremenoj znanstveno-tehničkoj civilizaciji vrlo značajnu ulogu u procesu socijalizacije imaju i masovni mediji, pogotovo oni elektronski. Mladi se preko pojedinih igrica također uče kompetivnosti, što je jedna od karakteristika sporta, ali i života općenito. Preko masovnih medija mladi također sudjeluju i u sportskim događajima javljajući se kao posredna publika, a dobivaju i određene informacije te znanja. Savremeni sport karakterizira visok stupanj komercijalizacije i profesionalizacije, za što su zaduženi elektronski mediji. Osim toga, pred sport se stalno postavljaju novi trendovi i izazovi, zato je važno pratiti tehnološke novine i učinke koji dolaze s njima, ali ne samo to, već sve to treba okrenuti u korist sporta i njegove popularnosti, i to na način da se u što većoj mjeri zadovolje potrebe društva. Javnost koristi elektronske medije kao jedan od osnovnih načina informisanja. To je razlog zašto elektronski mediji vrše selekciju onoga što je ili nije važno. Jasno je da elektronski mediji na taj način zapravo izravno utječu na samu popularizaciju ili depopularizaciju određenog sporta. Ne tako davno, situacija između elektronskih medija i sporta nije bila takva kakvu danas poznajemo. Dapače, u povijesti je postojao otpor sportskih organizacija prema medijima jer su se bojali da će im mediji odvući pažnju odnosno zaradu, na način da će diktirati termine odigravanja utakmica ili čak natjecanja, a postojala je i bojaznost da bi mediji mogli čak i sami utjecati na pravila igre.

Međutim ta zamisao je vrlo brzo pala u vodu. Sportske organizacije i savezi uvidjeli su da u nastaloj situaciji zapravo svi mogu izvući korist i zadovoljstvo. Postali su svjesni da će elektronski mediji stvoriti jasniju sliku o sportu putem javnih kanala te da će popularizirati sport i predočiti i informirati ljude o nekim novim sportskim sadržajima i trendovima. Kako bi se mogao kvalitetno izvršiti proces informiranja ili populariziranja nekog sporta ili sportskog događaja, sportske organizacije, udruge te njihovi čelnici moraju imati i kvalitetne odnose s medijima. Odnose s medijima moraju obavljati profesionalne osobe koje se vode načelom izgradnje dugoročne i stabilne suradnje s medijima. Samo na takav način moguće je utjecati na popularnost sporta i sportskih događaja. Na određeni način, elektronski mediji su zapravo marketing modernog sporta, a znamo da marketing ne može odrađivati svako. Marketing se mora odvijati po posebnom planu i programu. Upravo zato je vrlo bitna stručnost i profesionalnost osoba koje komuniciraju posredstvom medija. Konačan cilj je da poruka, ma kakva bila dospije do krajnjih korisnika odnosno šire javnosti. Ukoliko je poruka poslana pravoj publici u pravo vrijeme, stvara se opća slika o određenom sportskom događaju. Na takav način se zapravo formira javnom mnijenje kada je u pitanju sport i njegova popularizacija. Održavanjem dobrih odnosa s medijima sportska će organizacija izgraditi temelj za promoviranje i upoznavanje javnosti sa sportskim aktivnostima i trendovima te na taj način potaknuti popularizaciju određenog sporta, u ovom slučaju nogometa.³⁵

10 . 5. Odnos mass medija i nogometnih klubova (kroz promociju, reklame i politiku)

Mnogi će se složiti da profesionalnog sporta danas ne bi bilo bez marketinga i sponzora. Bez obzira koliko sport, u ovom slučaju nogomet bio koristan za svakog pojedinca, koliko promiče pozitivne vrijednosti, koliko djece uvede u sportske vode i koliko je značajan u promociji neke zemlje, bez ogromnog novca koji se slijeva od sponzora i pokrovitelja sve bi završilo na lećima velikih entuzijasta. Mnogi žele profitirati od raznih sportskih događanja, a u cijeloj priči zapravo najviše ispaštaju upravo sportaši, i to ni krivi ni dužni. Elektronski mediji omogućuju globalno

³⁵ ([file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20(1).pdf)) Pristupljeno: [08.08.2021] godine.

praćenje sportskih događaja, što opet omogućuje pojedincima i klubovima svjetsku slavu. No, medijske kuće se bore koja će prva otkupiti prava emitiranja najpopularnijih i najvećih sportskih zbivanja. A zašto? Zato jer i oni žele svoj „dio kolača“, žele zaradu. Upravo to diktira popularnost određenog sporta – zarada. Poseban je medijski i sportski problem postao profit. Moćni pojedinci diktiraju cijenu sportaša pa tako nastaju tzv. nemoralne ponude. Klubovima se nudi ogromna količina novca za prodaju najboljih, ali i najpopularnijih igrača. Naravno, nudi se ogromna količina novca i igračima ali u pravilu, nije igrač taj koji odlučuje. Uostalom, često imamo priliku vidjeti, slušati ili čitati u elektronskim medijima kako je određeni klub „morao“ prodati određenog igrača zbog ekonomske situacije u klubu. Ono što možemo vidjeti za vrijeme najpopularnijih sportskih utakmica jesu reklame koje mogu priuštiti samo najbogatiji. Cijena tih reklama je iz dana u dan veća. U „medijsku igru“ uključeni su i proizvođači sportske opreme te sponzori koji također plaćaju velike iznose najpopularnijim sportistima kako bi ih reklamirali. Nije teško uočiti i shvatiti da oni to ne bi radili da nemaju od toga velike koristi. Iz svega je vidljivo da je sport određen tržišno-ekonomskim faktorima. Ako nastavi ovakvim tempom, sport će u cijelosti postati tek proizvod.³⁶

11. VRIJEDNOST NOGOMETA NEKADA I SADA- PROMJENE U 21.STOLJEĆU

Nogomet nekada i sada je zaista neuporediv. Da će nogomet biti „najvažnija“ sporedna stvar, moglo se naslutiti tridesetsetak godina unazad. Stadioni su i u to vrijeme bili zaista ispunjeni do posljednjeg mjesta, a igrači nisu bili toliko gladni novca odnosno zarade, već su bili željni uspjeha i sreće koju su pobjede donosile. U to vrijeme Bosna i Hercegovina je iznjedrila nekoliko zaista sjajnih igrača, kao što su: Safet Sušić, Mehmed Baždarević, Refik Šabanadžović i mnogi drugi. Jugoslavija je u to vrijeme bila zaista jaka ekipa, koje su se mnoge druge reprezentacije jako plašile. Fudbal je u to vrijeme zaista bio lijep za oko, navijači su išli na sva moguća gostovanja i zajedno sa domaćinima pravili dobru atmosferu. Navijači su bukvalno tičjeli za vikende kada su se održavale utakmice. Sve je bila jako popularno i gledano, a opet nije bilo toliko moderno niti pravila, niti tereni, niti igrači, koji su bili igrači samo na terenu,

³⁶ ([file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20(1).pdf)) Pristupljeno: [08.08.2021] godine.

izvan terena su bili normalni građani svojih gradova i to su svi navijači cijenili. Nije bilo moderne opreme, nije bilo sponzora, nije bilo toliko novca a igralo se zaista na vrhunskom nivou. Pravila igre također nisu bila toliko moderna kao danas, sudci utakmica su bili dosta strožiji i nije se moglo sa njima toliko pričati kao danas. Na mnogim utakmicama koje su se igrale na prostoru bivše Jugoslavije delegirane su uglavnom strane sudije, radi fer i korektnog suđenja. Utakmice su se najavljivale putem postera i plakata, koje su navijači ljepili po naseljima i tako najavljivali određene utakmice, pošto tada internet nije bio ni na vidiku. Neki navijači uopšte nisu kupovali karte, već su preskakali ograde i tako prisustvovali velikim utakmicama, tako da se broj navijača na stadionu nikad nije mogao sa sigurnošću potvrditi. Gostujući navijači su u gradove u kojima se održavaju utakmice dolazili vozom. Ljubav prema nogometu je bila tada mnogo veća, nego danas jer nogomet u današnje vrijeme postaje proizvod, kojeg svako ko ima novac može kupiti. Biti igrač i reprezentativac bivše Jugoslavije u to vrijeme je bila velika čast i privilegija svakom igraču. Kada ljudi pričaju o tim vremenima fudbala, kada mi mladi nismo ni rođeni bili, čovjek se nekako najeti, jer to stari ljudi pričaju sa takvom ljubavlju, emocijama i željom da dokažu zapravo kakvo je to vrijeme bilo. Sve dogodovštine naših roditelja, komšija, poznanika Vas tjeraju da zavolite ovaj sport koji je danas postao nešto bez čega mnogi ljudi ne mogu. 20. stoljeće je bilo jako interesantno u sferi sporta a ne samo nogometa, ali 21. stoljeće donosi sve ono što su mnogi fudbalski fanatici sanjali.

Nogomet u 21. stoljeću je najmodernij i najsavremenij nogomet kojeg možemo gledati. Nogometni igrači su postali jako skupi, a sam nogomet je postao igra brojki. U ovo današnje vrijeme rijetko postoje igrači koji iz ljubavi igraju za neki klub, većinom su to finansije koje su jako velike u najvećim i najboljim ligama kao što su: Engleska, Njemačka, Francuska, Portugal, Španija itd. Ova igra koja je „kupila“ mnoge ljude u ovo moderno vrijeme je dostupna na mnogim televizijskim ekranima, laptopima, telefonima i relativno svako je može gledati. Internet i mnogi portali su pomogli nogometu da postane ovako popularan, jer mnogi ljudi i ako ne gledaju ovaj sport, gotovo uvijek na internetu naiđu na neki članak o sportu i pročitaju ga. Portali su tu da tokom cijelog dana obavještavaju svoje čitaoce o raznim vijestima iz sfere cjelokupnog sporta a ne samo nogometa. Nogometni tereni, stadioni te sami gradovi u kojima se održavaju utakmice su zaista prelijepi. Tu moramo izdvojiti naravno stadione poput: Park Prinčeva u

Parizu, Wembley u Londonu, Allianz Arena u Minhenu, Santiago Bernabeu u Madridu, Estadio do Dragao u Portu i mnogi drugi koji mame uzdah svakom nogometnom sladokuscu. Što se tiče najljepših Balkanskih stadiona tu možemo izdvojiti: Marakanu, Maksimir, Poljud, Grbavicu, Koševo, Bilino polje, Ljduski vrt, Stožice, Stadion pod Goricom itd. „Moderni fudbal“ zahtjeva dosta sponzora koji će finansijski podupirati klubove i tako im pomagati u zacrtanim ciljevima. Svi igrači imaju dužnost da nose naljepnice sponzora na opremi u kojoj treniraju, igraju i idu na izlaganja pred novinarima. Promovisanje raznih artikala fudbalerima u ovo vrijeme postaje drugi posao. Najveći nogometaši zarađuju velike pare promovirajući artikle kao što su: šamponi odjeća i obuća, osvježavajući napitci itd. Što se tiče prenosa fudbalskih utakmica one su uglavnom u HD rezoluciji, sportske televizije ka što su Arena Sport i Sport klub nude najbolji i najkvalitetnij sportski sadržaj. Televizije u našoj Bosni i Hercegovini nude jako malo prenosa, pa i ono što kupe ili dobiju uglavnom ne bude u HD rezoluciji. Nekako se čini da naša država nikako ne može uhvatiti korak za Evropom, ne samo što se tiče sporta već općenito, čini se da nam Evropa i dalje jako bježi a mi jednostavno „tapkamo“ u mjestu. Sva sportska, a pogotovo nogometna natjecanja privlače veliki broj ljudi na stadione, ali 2020.godine tribine svih stadiona širome Evrope i svijeta bile su potpuno prazne. Korona je uništila spot općenito u 2020.godini, bilo je mnogo sportsita koji su bili zaraženi, pa su sva takmičenja u jednom trenutku skroz prekinuta. Kada se nastavilo sa fudbalskim takmičenjima, tribine svih stadiona su bile puste, pa zbog toga i nije bilo onog ugođaja kada gledatete utakmice, jer bez navijača fudbal nije fudbal. Kako bih napravili ugođaj gledateljima ispred malih ekrana, nogometni klubovi su puštali snimljene navijačke pjesme i tako pokušali kompenzirati prazne tribine. Smirivanje situacije sa koronom došlo je u 2021.godini, pa se tako i navijači polako vraćaju na tribine, ne u punom sjaju ali sve to bolje izgleda kad na tribinama ima nekoliko hiljada navijača. 21. stoljeće iznjedrilo je mnoge fudbalske majstore koji su postali čarobnjaci ove igre, a neki od njih su: Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Neymar, Benzeme, Mbappe, Griezmann, Pogba i mnogi drugi. Gledati njih kako igraju ovaj nogomet je zaista nešto neopisivo. Na kraju možemo reći da je 21. stoljeće donijelo mnogo lijepog fudbala, mnogo lijepih poteza, kada bih zanemarili godinu u koju je došla korona, mogli bih onda reći da smo u posljednjih 10 godina gledali najljepši, najzanimljiviji, najatraktivniji i najposjećeniji sport. Fudbal je odavno postao ono bez čega se jednostavno ne može i ono što brzo osvaja mnoge gledaoce i fanatike ovoga prelijepog sporta.

12. INTERVJU

Za potrebe svog magistarskog rada na zadatu temu, intervju sam obavio sa nekadašnjim igračem fudbalskog kluba Țeljezničar, Mirkom Radovanovićem. Mirko Radovanović je rođen 5.4.1986. godine u Ćačku. U karijeri je igrao za nekoliko klubova kao što su : Borac iz Ćačka, Mladost iz Lućana, Radnički iz Kragujevca, Țeljezničaru, Trenčinu, Zvijezdi iz Gradačca. Bio je član zlatne generacije fudbalskog kluba Țeljezničar sa kojim je osvojio nekoliko trofeja. Karijeru je završio u Zvijezdi iz Gradačca . Poslije završetka karijere i dalje je ostao u sportu, ali sada kao fudbalski trener mladim generacijama fudbalskog kluba Borac Ćačak.

1. Kada ste počeli aktivno da pratite nogomet?

Aktivno sam počeo da pratim fudbal, od kada sam počeo da ga igram, negdje od 7 godine. Od tada je moj život nezamisliv bez fudbala. Fudbal je igra koja osvaja srca mnogih ljudi pa tako je i moje srce osvojila lopta bez koje ni dan danas ne mogu. Ono što je za mene bilo fascinantno u tim ranim godinama jesu derbi utakmice, pogotovo one koje su se igrale u Beogradu, odnosno derbi između Crvene Zvezde i Partizana. Uvijek sam sanjao da u budućnosti igram pred nekom takvom atmosferom kao što je bila u Beogradu. I to mi se ostvarilo ali ne u Bogradu već u Sarajevu, kada sam igrao u fudbalskom klubu Țeljezničar. U životu sam prošao mnogo stadiona, ali atmosfera na Grbavici mi je bila neopisiva, ta emocija i povezanost igrača i navijača može se osjetiti samo na Grbavici. Nogomet je pun emocija i jako mi je drago da sam ga tako brzo zavolio, zaigrao i ostavio neki trag u njemu. I kada sam završio karijeru nisam mogao da se odvojim od nogometa pa sam ušao u trenerske vode u kojima planiram ostati duži vremenski period jer fudbal je moja prva ljubav i bez njega zaista ne bih mogao.

2. Kada ste počeli igrati nogomet i koji je bio Vaš prvi klub u karijeri?

Nogomet sam počeo igrati sa svojih 7 godina u Borcu iz Ćačka gdje sam prošao sve selekcije do prvog tima. Put do prvog tima je bio jako težak imao sad dosta uspona i padova ali sam bio istrajan u svojoj želji da stignem do cilja, a cilj je bio da zaigram za klub iz svog grada. Sva djeca

koja su tada trenirala imala su iste snove da postanu fudbaleri jednoga dana. Rijetki su u tome uspjeli, a meću njima sam se našao i ja. Kada sam odigrao prvu utakmicu za Borac shvatio sam da sam uspio u svom cilju i želio sam se samo nadograđivati i napredovati. Prvi transfer mi je bio transfer u fudbalski klub Požarevac zatim u Radnički 1923, a od inostranih transfera imao sam jedan u Slovačkoj gdje sam igrao za ekipu Trenčina. Jedan od najdražih klubova za koje sam igrao jeste fudbalski klub Željezničar iz Sarajeva gdje sam se osjećao kao kod kuće. Imao sam ogromnu podršku i navijača i stručnog štaba koji su vjerovali u mene a ja sam im to vraćao svojom borbenošću na terenu. Za Želju sam uvijek davao maksimum, a Grbavicu i dan danas smatram svojim drugim domom.

3. Odigrali ste pregršt utakmica u svojoj karijeri, koja Vam je od svih utakmica hajmo reći najdraža?

Bilo ih je zaista mnogo u mojoj karijeri, mnogo uspjeha, mnogo sreće, mnogo lijepih trenutaka. Ali kada bih morao izdvojiti najdražu utakmicu, onda bih rekao da je to utakmica Željezničar Laktaši 2010.godine kada smo proslavljali titulu koja se toliko dugo čekala. Titulu smo proslavljali sa navijačima ispred vječne vatre u Sarajevu i to je trajalo do kasno u noć. Navijači su nas tada smatrali herojima i ako smo mi samo obavljali svoj posao na terenu za koji smo plaćeni. Međutim ljubav koja se tada stvorila između navijača i nas igrača je bila zaista neobjašnjiva jer su navijači vjerovali u nas i u dobrom i u zlu. Tu pozitivnu energiju koju sam doživio u Željezničaru nikada neću zaboraviti.

4. Da li je po Vama nogomet najvažnija sporedna stvar na svijetu?

Da, apsolutno nogomet je danas postao nešto bez čega se ne može. Nogomet je itekako postao broj jedan u gotovo svakom društvu. Fudbal se uvukao pod kožu, pogotovo momcima koji jedva čekaju vikende kako bih ispratili neki meč. Kada sam ja počeo trenirati i tada se moglo naslutiti da će nogomet za neki period postati sport bez kojeg se jednostavno ne može. Fudbal je jako atraktivan, zanimljiv, uzbudljiv sport koji će Vas natjerati da mu se posvetite upotpunosti. Danas se jako puno stvari vrti oko ovog sporta. Bez finansijskih sredstava ovaj sport ne bih ni postojao jer kako se kaže u narodu „koliko para toliko muzike“.

5. Da li i koliko mediji utječu na nogomet?

Mediji, pogotovo sada u vremenu u kojem živimo itekako imaju utjecaja na fudbal. Bez medija ova igra ne bih bila ovoliko popularna i atraktivna. Mediji su glavni krivci što se danas na svakom uglu priča samo o fudbalu i o tome šta se desilo na nekoj utakmici. Mediji omogućavaju da gledaoci, čitaoci brzo saznaju šta se sve dešava u svijetu sporta. Danas većina djece ima samo jednu želju u životu a to je da postanu poznati fudbaleri, košarkaši, teniseri, rukometaši. Čak i oni koji ne prate toliko nogomet preko medija saznaju informacije o njemu koje im ostaju u pamćenju. I na kraju bih samo dodao da mediji i nogomet ne mogu jedno bez drugoga i da se ova dva pojma nadopunjavaju u svakom smislu.

6. Kada bih morali da birate da li bi izabrali nogomet koji se igrao u Bivšoj Jugoslaviji ili ovaj današnji moderni nogomet u kojem postoji bukvalno sve?

Ja bih izabrao fudbal u doba Bivše Jugoslavije zbog ljepote fudbala koji je on donosio. Igralo se dosta lijepše a nije bilo toliko novca i svi su jako uživali u ovoj igri. U današnje vrijeme su finansijska sredstva broj jedan kod svih igrača, a u to vrijeme se igralo iz ljubavi prema klubu i gradu u kojem se igra. Fudbal je tada bio pun čari, efektnih poteza, idelanih kombinacija koje su dovodile do golova. Atmosfere koje su vladale tada na stadionima se ne mogu opisati navijači plus fudbal u doba Bivše SFRJ su zaista bili dobitna kombinacija.

7. Da li je novac donekle počeo uništavati nogomet?

Ogroman novac je počeo uništavati fudbali pravu smisao fudbala. Danas je svaki transfer odnosno prodaja igrača nevjerovatna. Cifre koje su kreću su zaista nevjerovatne i mislim da to malo po malo uništava fudbal i samo njegovo postojanje. Kako sam i reko u prethodnom pitanju nekada se fudbal igrao zbog navijača i kluba a danas isključivo zbog novca kojeg svi sportisti žele što više.



(Mirko Radovanović)

13. ZAKLJUČAK

Fudbal je igra koja je osvojila planetu i igra koja nikoga ne ostavlja ravnodušnim. Praćenje nogometa sve više prelazi u ovisnost, a oni najovisniji ne mogu propustiti nijednu utakmicu. Fudbal ima jako mnogo lijepoga u sebi ali koliko lijepoga toliko i gruboga, jer ovaj sport je takoČer i jako grub. Fudbal je danas u mnogim drŕavama postao tema broj jedan. Vikendi su u

mnogim kućama i stanovima rezervisani za praćenje utakmica kojih tada ima i previše. Mnogi ljudi ne mogu zamisliti nijedan dan svoga života bez neke utakmice. Može se zaključiti da se nogomet uvukao pod kožu mnogim fanaticima ovoga sporta. Nogomet je u današnje vrijeme postao igra brojki u kojoj se najbolje snalaze oni jako pametni, jer novac samo pametno treba ulagati. Cijena jednog igrača danas dostiže i do 100 miliona eura i to nam govori da je nogomet jako skup i plaćen sport. Nogomet se nekada igrao iz ljubavi a danas većinom iz koristi odnosno radi zarade. Europski nogomet je u posljednje vrijeme najviše napredovao i sigurno je najpraćeniji nogomet. Ova igra povezuje mnoge ljude, mnoge igrače, rađaju se nova prijateljstva ljudi koji navijaju za isti klub također i igrači koji igraju za isti klub postaju nerazdvojni prijatelji. Nogomet je igra koja ne podržava nasilje, omalovažavanje i vrjeđanje protivnika. Svaki sudija prije svake utakmice pozove kapitene domaće i gostujuće ekipe da bi ih upozorio da očekuje fer i sportsku igru. Ukoliko toga ne bude tu su žuti i crveni kartoni. Ovaj sport donosi mnoge nagrade a najprestižnija je ona za najboljeg igrača godine koji dobiva zlatnu loptu. Najviše zlatnih lopti je podigao Lionel Messi ukupno njih šest, a odmah poslije njega je tu Cristiano Ronaldo sa osvojene četiri. Biti najbolji igrač u svijetu nogometa donosi mnoge povlastice ali i dosta pritiska. Nogomet nikada ne može biti isti bez navijača koji ovu igru čine nevjerovatnom, pune tribine su uvijek znak nečega dobrog na terenu. Velika većina navijača da bi gledali svoje klubove moraju kupiti sezonske ulaznice, jer onih pojedinih rijetko ima koliko se brzo sezonske rasprodaju. Nogomet je timski sport i samo kroz timsku igru se mogu postići zavidni rezultati. Klubovi koji imaju najviše navijača u Evropi su: Barcelona, Real Madrid, Manchester United, Chelsea, Arsenal, Liverpool, Bayern Munchen, Manchester City, Galatasaray, Milan. Sve su ovo klubovi koji imaju svoje navijače u mnogim zemljama širom Evrope i svijeta i sve su to ljudi koji su veliki fanatici ovih klubova i koji daju svoje bogatsvo kako bih otišli gledati utakmice omiljenih klubova. Sponzori nogometnih klubova najveća sredstva upravo vide u nogometu, to jeste u sponzoriranju njega samoga. Fudbal bez sponzora teško bih opstao, jer kako kaže ona narodna „koliko para toliko muzike“. Tv prava također donose velike prihode nogometim klubovima, pogotovo onim najvećim jer jednu utakmicu zna prenositi i preko 100 televizijskih stanica koji imaju svoje sportske kanale. Nogomet je odavno postao nezaobilazna tema mnogih novina i portala, koji tokom cjelog dana prate nogometna dešavanja, kojih ima najviše tokom vikenda. Vikend je udaran što se tiče nogometa mada i ostali dani znaju biti jako zanimljivi. Kada jednom učete u nogomet, poslije je teško izaći iz njega.

Mnogi bivši igrači poslije završetka svojih karijera, pokušavaju da se okušaju u trenerskim vodama jer jednostavno ne žele izaći iz nogometa. Neki od najpoznatijih trener-igrača su : Pep Guardiola, Antonio Conte, Mauricio Pochettino, Steven Gerrard, Gareth Southgate, Roberto Mancini i mnogi drugi. Fudbal privlači dosta djece, od kojih će neko nekada u dalekoj budućnosti postati zvijezda ovoga sporta. Na Balkanu zaista ima mnogo nogometnih zvijezda, a u našoj Bosni i Hercegovini u novijoj eri najpoznatije su: Edin Džeko, Miralem Pjanić, Vedad Ibišević i Senad Lulić. Fudbal je iz godine u godinu sve popularniji i popularniji i nema sumnje da će za par godina doživjeti svoj vrhunac. Znanje u fudbalu je jako važno jer nekada ekipa pobjedi na znanje i na strategiju a ne na kvalitetu. Kvalitet prečesto postaje kvantitet zbog toga što je u današnjem fudbalu previše „umišljenih zvijezda „ koje svoj izlazak na teren skupo naplaćuju a na njemu ništa ne pokazuju. Zbog toga postoje mnogi stručnjaci koji analiziraju sve moguće igrače, znaju sve o njima, skautiraju ih određeno vrijeme a poslije uspostave kontakt i realizuju transfer. Jedno je sigurno nogomet sve više postaje okupacija kako mladima tako i starima, ljudi su sve više uneseniji u sport i od njega očekuju mnogo. U Master radu je dokazana generalna hipoteza koja glasi „Mass mediji imaju pozitivan utjecaj na nogomet, što za posljedicu ima povećano praćenje nogometa u Evropi i Svijetu“. U radu su dokazane i sporedne hipoteze koje glase „Mass mediji su od nogometa napravili, jedan od najpopularnijih i najzanimljivijih sportova na svijetu“ i „Mass mediji su od svih sportova, najbolji odnos izgradili sa nogometom bez kojega godinama ne mogu“.

14. LITERATURA

Knjige:

1. Fejzić, F. (2007), „Uvod u teoriju informacija“, Promocult, Sarajevo
2. Tucaković, Š. (2000), „Historija komuniciranja“, Univerzitet, Sarajevo
3. Fejzić, F. (2014), „Stvarnost i mediji, vrijeme istrošenih ideologija“, Dobra knjiga, Sarajevo
4. Radojković, M., Miletić, M. (2006), „Komuniciranje, mediji i društvo“, Stilos, Novi Sad
5. Spahić, M. (2010), „Svijet i fudbal“, Bemust, Sarajevo
6. Matić, R. (1998), „Fudbal- Metodika obuke, usavršavanja i treninga fudbalske igre“, Compact-E, Sarajevo
7. Ćudra, M. (1981), „Zvezdani trenuci bosanskohercegovačkog sporta“, NIŠRO, Sarajevo
8. Talović, M., Ćalija, D. (2002), Pravila nogometne igre, Nogometni savez Bosne i Hercegovine, Sarajevo
9. Kećo-Isaković, Emina. (2006), IZAZOVI MAS-MEDIJA, DES, Sarajevo

Leksikoni:

1. Tucaković, Š. (2004), „Leksikon mass medija“, Prosperitet d.d., Sarajevo.

Priručnici i časopisi:

1. Turčić L.; Osmić A., Ćiga J, „*Mladi, politika i mediji*“- priručnik za razvijanje političke i medijske pismenosti mladih, Friedrich-Ebert-Stiftung (FES), Sarajevo 2017

Internet stranice:

1. <https://hr.madskillsvocabulary.com/hist-ria-do-futebol>
2. <https://www.nfsbih.ba/savez/istorija/>
3. <https://www.sportilus.com/sportopedia/povijest-kosarke/>
4. <https://www.tennis.hr/blog/povijest-tenisa/>
5. <https://www.sportilus.com/sportopedia/povijest-rukometa/>
6. <https://www.sportilus.com/sportopedia/povijest-odbojke/>
7. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/kroatien/04582.pdf>
8. <https://hr.skylineropescourse.com/171-history-of-world-and-world-football-complete>
9. [file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20(1).pdf)
10. [file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20(2).pdf)
11. [file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/07_JRodek_vjesnik_1%20(2).pdf)
12. [file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Home%20PC/Downloads/A_Bartos%20(1).pdf)

15. BIOGRAFIJA

Imamović Haris rođen je 26 marta 1997.godine u Sarajevu. Završio je osnovnu školu Saburina u Sarajevu. Zatim završava Elektrotehničku školu za energetiku također u Sarajevu, gdje dobiva zvanje elektrotehničar energetike. Trenutno radi kao oficijelni spiker Rukometnog kluba Vogošća, a bavi se još pjevanjem i komentarisanjem utakmica. Po prirodi je vrlo neiskvarena osoba i veliki veseljak. 2017.godine pojavljuje se na jednom pjevačkom takmičenju, gdje oduševljava mnoge svojom energijom, harizmom i pozitivnim stavom. Njegov nastup je i dan danas milionski i pravi je hit. U sportu je od malih nogu, bavio se raznim sportovima a medalje je osvajao u nogometu i stonom tenisu. Diplomirao je na Fakultetu političkih nauka 2019. godine na smjeru Komunikologija. Iste godine upisuje master studij također na odsjeku Komunikologija.

Naziv odsjeka i/ili katedre: Komunikologija

Predmet: _____

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Haris Imamović

Naslov rada: Utjecaj masmedija na nogomet i konzumente nogometnog sadržaja

Vrsta rada: Završni magistarski rad

Broj stranica: 65

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum

Potpis

Sarajevo, 14.9.2021. _____

Haris Imamović_

