

# Utjecaj velike teniske trojke na medije i publiku

---

Jazbec, Patrik

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:724824>

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

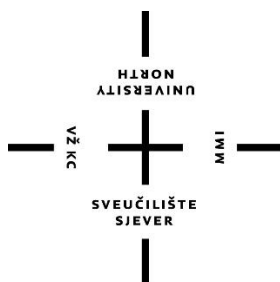
Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-13**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





# Sveučilište Sjever

Završni rad br. 274\_KMN\_2023

## **Utjecaj velike teniske trojke na medije i publiku**

Patrik Jazbec, 0336049663

Koprivnica, rujan 2023. godine

# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo

STUDIJ preddiplomski sveučilišni studij Novinarstvo

PRISTUPNIK Patrik Jazbec

MATIČNI BROJ 0336049663

DATUM 14. 9. 2023.

KOLEGIJ Sportsko novinarstvo

NASLOV RADA Utjecaj velike teniske trojke na medije i publiku

NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU The influence of the tennis big three on the media and the public

MENTOR Krešimir Lacković

ZVANJE docent

### ČLANOVI POVJERENSTVA

- izv. prof. dr. sc. Željko Krušelj, predsjednik
- izv. prof. dr. sc. Lidija Dujčić, članica
- doc. dr. sc. Krešimir Lacković, mentor
- izv. prof. dr. sc. Gordana Tkalec, zamjenska članica
- 

## Zadatak završnog rada

BROJ 274\_KMN\_2023

### OPIS

Pristupnik obrađuje temu prikaza u medijima trojice najvećih svjetskih tenisača i njihovog utjecaja na publiku. U radu je analizirana količina i način prikaza najvećih svjetskih tenisača na hrvatskim portalima, na engleskom portalu te na specijaliziranom teniskom portalu. Njihova popularnost prikazana je uz pomoć analize na stranici Google trends.

U radu je potrebno:

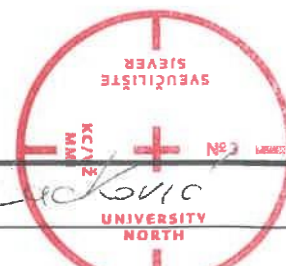
- Postaviti teorijski okvir, prikupiti dostupnu literaturu i izvore;
- Definirati metodologiju istraživanja i postaviti hipoteze;
- Analizirati medijske sadržaje prema zadanim kriterijima;
- Prikazati analizirane rezultate;
- Na temelju provedene analize izvesti zaključke.

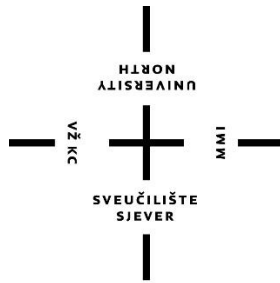
ZADATAK URUČEN

15.9.2023

POTPIS MENTORA

Lackovic





# Sveučilište Sjever

**Odjel za komunikologiju medije i novinarstvo**

**Završni rad br. 274\_KMN\_2023**

## **Utjecaj velike teniske trojke na medije i publiku**

**Patrik Jazbec, 0336049663**

**Mentor**

**doc. dr. sc. Krešimir Lacković**

Koprivnica, rujan 2023

## **Predgovor**

Sportsko novinarstvo bilo mi je glavni motiv za studiranje na Sveučilištu Sjever, Odjelu za komunikologiju, medije i novinarstvo. Na kraju prijediplomskog studija bilo je posve jasno da će moj završni rad biti iz područja sporta. Budući da pratim tenis već punih deset godina, nije bilo boljeg izbora teme za moj rad. Medijska analiza praćenja trojice teniskih velikana i njihov utjecaj na medije i publiku činio se prirodnim odabirom, a pisanje takvoga završnog rada pružilo mi je zadovoljstvo i ispunjenje.

Želim izraziti zahvalnost svom mentoru doc. dr. sc. Krešimiru Lackoviću na pomoći koju mi je pružio tijekom procesa pisanja završnog rada. Također, želim zahvaliti svim profesorima koji su me poučavali i usmjeravali tijekom protekle tri godine. Velika zahvalnost ide i mojoj obitelji, rodbini i svim osobama koje su me podržavale jer bez njihove potpore ovo ne bi bilo ostvarivo.

## Sažetak

Završni rad istražuje utjecaj najvećih tenisača svih vremena Rogera Federera, Novaka Đokovića i Rafaela Nadala na medije, publiku i na sam sport, s posebnim naglaskom na analizu medijskog pokrivanja i načina njihove praćenosti. Teorijski dio rada fokusira se na sportsko novinarstvo i ulogu medija u sportu. Također se naglašava važnost etičkog ponašanja u sportskom novinarstvu i kako mediji oblikuju percepciju sporta. Istraživački dio rada pokušava ponuditi odgovor na niz postavljenih hipoteza. Analizirali smo sadržaj koji je objavljen u različitim medijima, kako domaćim tako i inozemnim. Zatim smo analizirali objave na službenoj ATP stranici. Za potvrdu postavljenih hipoteza koristili smo i *online* alate poput Google Trendsa kako bi se pratila popularnost trojice tenisača tijekom određenog perioda. Konačni cilj ovoga završnog rada jest prikazati koliki utjecaj „velika teniska trojka“ ima na svjetski sport, kako su svojom prisutnošću u medijima i na terenu doprinijeli povećanju popularnosti tenisa te kako su oblikovali percepciju tenisa kao globalnog sporta.

Ključne riječi: tenis, velika teniska trojka, mediji, publika

## **Abstract**

The final thesis explores the impact of the greatest tennis players of all time, Roger Federer, Novak Djokovic, and Rafael Nadal, on the media, the audience, and the sport itself, with a particular emphasis on the analysis of media coverage and their viewership. The theoretical part of the paper focuses on sports journalism and the role of the media in sports. It also highlights the importance of ethical behavior in sports journalism and how the media shape the perception of sports. The research part of the paper attempts to provide answers to a series of hypotheses. We analyzed content published in various media outlets, both domestic and international. We also analyzed posts on the official ATP website. To confirm our hypotheses, we used online tools such as Google Trends to track the popularity of the three tennis players during specific periods. The ultimate goal of this paper is to demonstrate the extent of the impact of the “big three” in tennis on the global sport, how their presence in the media and on the court has contributed to the increased popularity of tennis, and how they have shaped the perception of tennis as a global sport.

Key words: tennis, The Big Three, media, audience

## **Popis korištenih kratica**

**ATP** – Asocijacija teniskih profesionalaca

**FED** – Federation

**WTA** – (eng.) Woman tennis association



# Sadržaj

1. Uvod.....	1
1.1. Hipoteze i metodologija rada.....	1
2. Sportsko novinarstvo.....	3
2.1. Obilježja sportskog novinarstva .....	4
3. Sportski mediji .....	5
3.1. Mrežno novinarstvo .....	6
3.2. Mrežno sportsko novinarstvo .....	6
4. Etičko ponašanje u sportskom novinarstvu.....	8
5. Sportski novinarski stil izvještavanja .....	10
6. Odnosi s medijima u sportu.....	12
6.1. Važnost medija u promociji sporta .....	13
7. „Velika teniska trojka“ .....	15
8. Analiza sadržaja na primjeru trojice teniskih velikana .....	17
8.1. ATP TOUR.....	18
8.2. Večernji list.....	19
8.3. 24 sata .....	20
8.4. The Times .....	21
8.5. Google Trends .....	22
9. Analiza sadržaja službene ATP stranice .....	23
9.1. Analiza sadržaja hrvatskih portala.....	26
9.2. Analiza sadržaja britanskog portala Thetimes.uk .....	26
9.3. Analiza sadržaja prema Google Trends .....	28
10. Zaključak.....	30
11. Literatura .....	32
12. Popis slika, tablica i grafikona .....	34



# 1. Uvod

Tenis je uvijek imao svoje zvijezde, ali smo tijekom proteklih dvadesetak godina svjedočili dominaciji trojice tenisača poznatih i kao „velika teniska trojka“. Trojica iznimnih igrača, Švicarac Roger Federer, Španjolac Rafael Nadal i Srbin Novak Đoković, postali su sinonimima za izvanredne sportske uspjehe, istinska rivalstva i neprocjenjive trenutke na teniskim terenima diljem svijeta. Njihova prisutnost i uspjesi nisu samo obilježili svijet tenisa, već su i duboko utjecali na sportske medije, novinarstvo i samu publiku.

Završni rad temeljit ćemo se na analizi i istraživanju kako je „velika teniska trojka“ utjecala na sportsko novinarstvo, medijsku pokrivenost tenisa i percepciju publike. U prvom dijelu rada definirat ćemo ključne pojmove kao što su sportsko novinarstvo, sportski mediji i sportska javnost te objasniti kako su oni povezani s teniskim svijetom. Nakon toga, prikazat ćemo razvoj, karakteristike i ulogu sportskog *online* novinarstva. Također, prikazat ćemo karakterističan sportski novinarski stil izvještavanja.

U drugom, istraživačkom dijelu rada, konkretno ćemo analizirati utjecaj Roger Federera, Rafaela Nadala i Novaka Đokovića na medijsku pokrivenost tenisa i sportsku publiku. Kroz analizu na inozemnim i hrvatskim portalima te pomoću objava na službenoj ATP stranici i rezultatima upisanih ključnih riječi u *online* alatu Google Trends dokazat ćemo ili opovrgnuti hipoteze koje ćemo postaviti u ovom završnom radu. Cilj rada je prikazati koliki utjecaj „velika teniska trojka“ ima na svjetski sport, kako su svojom prisutnošću u medijima i na terenu doprinijeli povećanju popularnosti tenisa te kako su oblikovali percepciju tenisa kao globalnog sporta.

## 1.1. Hipoteze i metodologija rada

U završnom radu postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: Na specijaliziranim portalima o trojici teniskih velikana objavljeno je najviše tekstova.

Podhipoteza: Na specijaliziranom portalu od trojice najvećih tenisača najviše tekstova objavljeno je o Rafaelu Nadalu.

H2: Roger Federer najviše privlači publiku i medije.

H3: Hrvatski mediji pišu o Novaku Đokoviću više od ostale dvojice teniskih velikana.

U svrhu ispitivanja navedenih hipoteza, analizirali smo sadržaj putem službene ATP stranice u tri različita vremenska razdoblja: 2022-2023, 2017-2018 i 2017-2022. Nakon obavljene

kvantitativne analize prikazat ćemo broj objavljenih tekstova o svakom od njih trojice. Ova vremenska razdoblja odabrana su kako bismo analizirali količinu medijske pokrivenosti o ovoj trojici tenisača tijekom 2022. i 2023. godine kada je Roger Federer otišao u mirovinu, razdoblja 2017.-2018. kada su sva trojica bila na vrhuncu svoje karijere i razdoblja 2017.-2022. kako bismo usporedili njihovu popularnost s drugim igračima koji su bili konkurencija za osvajanje velikih teniskih naslova.

Cilj je bio analizirati koji od njih privlači najviše medijske pažnje na hrvatskim i inozemnim portalima. Konkretno za hrvatske portale Večernji.hr i 24sata.hr, analizirali smo sadržaj objavljen 2021. i 2022. godine dok smo za britanski portal Thetimes.uk istraživali sadržaj od 2007. do 2023. godine. Koristili smo i *online* alat Google Trends kako bismo analizirali pretragu u tražilici o „velikoj teniskoj trojki“ tijekom posljednjih pet godina.

## 2. Sportsko novinarstvo

Sportsko novinarstvo pripada među najpopularnije grane novinarske struke, a privlačno je mnogima zbog raznolikosti natjecanja koja se odvijaju tijekom cijele godine. Sport je nepresušan izvor informacija do kojih dolazimo ne samo tijekom održavanja natjecanja, nego i uoči natjecanja, čak i kada se ne održavaju prvenstva. „Sportsko novinarstvo se može definirati kao posebna vrsta novinarstva koje se bavi najavljuvanjem, izvještavanjem, komentiranjem i analiziranjem sportskih događaja i tema povezanih s njima“ (Vasilj 2014: 23).

Sportsko novinarstvo odlikuje se većom slobodom novinara jer navijači očekuju sveobuhvatno praćenje i prezentaciju najzanimljivijih trenutaka u sportskim događanjima. Na primjer, kada se održava veliki teniski meč između najpoznatijih svjetskih tenisača, većina publike želi naknadno pročitati dubinske analize tog meča ili pregledati ključne trenutke na platformama poput YouTubea ili drugim kanalima. Ovo je jedna od karakterističnih crta sportskog novinarstva koja daje veću autonomiju novinarima u pružanju opsežnih informacija u pokrivanju sportskih događaja. Zapanjujuće je kako čak i nakon što su gledatelji već prisustvovali uživo ili pogledali snimku utakmice te znaju sve detalje događanja, imaju želju drugog dana pročitati izvještaje, analizu ili kvalitetan tekst o susretu koji su gledali. To naglašava važnost i relevantnost sportskog novinarstva za publiku koja želi dublje razumjeti i intenzivnije doživjeti sportske događaje.

Jedna od ključnih karakteristika sporta općenito je njegova interaktivnost s okolinom. Kada govorimo o interaktivnosti s okolinom u sportu možemo reći da je ona vrlo važna za svakog čovjeka, u ovom slučaju sportaša. Dobar primjer koji možemo primijeniti na tu konstataciju je da u tenisu, ako su nepovoljni vremenski uvjeti, meč će se odgoditi, što može biti vrlo nezgodno za igrače jer će onda vrlo vjerojatno sljedeći dan morati igrati više od jednog meča u danu. S druge strane, gledatelji koji su platili ulaznicu za taj meč moraju prilagoditi svoje ostale obaveze ako dođe do odgode susreta, a žele prisustvovati tom meču. „Sport je u živom interakcijskom odnosu s medijima i gospodarskim sustavom te je povezan s drugim društvenim sustavima poput obrazovnog, zdravstvenog i vojnog sustava. Ova povezanost daje sportu veliko društveno značenje“ (Rodek 2018: 108).

## 2.1. Obilježja sportskog novinarstva

Sportski novinari imaju različite zadatke koji su ključni za pravilno izvještavanje o određenom natjecanju ili utakmici. Neki od najvažnijih zadataka sportskih novinara uključuju:

1. Izvještavanje o sportskim natjecanjima – uključuje najave natjecanja, izvještavanje tijekom samog događaja, komentare o utakmicama, reakcije igrača i trenera te osvrte nakon natjecanja. Sportski novinari moraju pratiti sve ključne trenutke i statistike kako bi prenijeli cjelokupnu sliku događaja.

2. Profili sportaša – osim izvještavanja o utakmicama, sportski novinari također pišu priče i portrete sportaša. Oni predstavljaju nove igrače, trenera i nove sportove, analiziraju njihove uspjehe i pružaju dublji uvid u njihovu osobnost i karijeru.

3. Negativne strane sporta – „sve češće se suočavamo s negativnostima u sportu, poput podmićivanja sudaca, namještanja rezultata, dopinga, navijačkih izgređa i kazni sportašima“ (Malović 2005: 36).

Raznolikost novinarskih žanrova poželjna je kako bi se osigurao cjeloviti prikaz teme i obuhvatili svi bitni detalji. U sportskom novinarstvu, osim klasičnih vijesti i prijenosa uživo, izvještaji i reportaže su najdominantnije forme koje najviše privlače publiku. Također, sportska javnost pokazuje interes za mišljenja stručnjaka, koji se obraćaju publici u komentarima ili kolumnama. Ova forma je osobito popularna u sportskom novinarstvu, gdje gotovo svi značajniji mediji imaju stalne stručne komentatore koji publici pokušavaju pobliže objasniti što se dogodilo tijekom nekoga sportskog natjecanja.

### 3. Sportski mediji

„Mediji su kanali komunikacije, kao što su štampani mediji, online portali, radio i televizijske stanice. Ovi kanali služe kao posrednici između novinara, oglašivača, stručnjaka za odnose s javnošću i drugih komunikatora s jedne strane i njihove publike s druge strane“ (Malović 2005: 55).

Od samih početaka prisutnosti sporta u medijima pa sve do danas, izvještavanje u različitim oblicima i na različitim medijima doživjelo je značajan rast i postalo je neizostavan dio svakodnevnog života velikog broja ljudi. Zamisliti pregledavanje novinskih stranica, praćenje vijesti na malim elektroničkim uređajima ili otvaranje *web* stranica i portala bez susreta sa sportskim sadržajem gotovo je nemoguće. Praćenje sportskih događaja pruža gledateljima, slušateljima ili čitateljima određenu dozu zabave i odmaka od svakodnevnice, omogućujući im uvid u najnovija događanja vezana za njihove omiljene ekipe, klubove, sportaše i sportske discipline.

Uz svoju osnovnu svrhu kao izvor zabave i opuštanja, sport brzo postaje predmetom komercijalnog interesa u medijskom pokrivanju. „Sport osigurava sadržaj za raznolike medijske platforme, dok mediji pružaju vidljivost i prihode onim sportskim disciplinama koje su atraktivne za gledatelje“ (Coackley 2015: 35).

Najugledniji sportski portal u Hrvatskoj je online verzija Sportskih novosti, najdugovječnijeg sportskog tiska u Republici Hrvatskoj. Tijekom početnih faza razvoja internetskog sportskog novinarstva, značajan je utjecaj imao i portal Sportnet, koji je i danas u funkciji.

### 3.1. Mrežno novinarstvo

„Mrežno novinarstvo predstavlja jedinstvenu granu novinarstva jer se provodi putem interneta kao glavnog medija, što rezultira specifičnim pristupom prezentaciji sadržaja i radnim postupcima” (Bratuović 2011: 11). U knjizi *Online novinarstvo*, Brautović opisuje „online medije kao web stranice čija je osnovna svrha informiranje korisnika, bez obzira na prirodu sadržaja – može se raditi o informativnom, političkom, zabavnom ili drugom tipu sadržaja. Ovaj opis obuhvaća kako digitalna izdanja klasičnih medija, tako i nove oblike medija. Online mediji imaju sposobnost ili potencijal postići masmedijski utjecaj“ (Brautović 2011: 13).

Što se tiče mrežnog novinarstva, Brautović ga definira kao „proces prezentacije novosti putem World Wide Weba i drugih internetskih servisa. To uključuje pružanje informacija od strane tradicionalnih novinskih organizacija poput novina, televizijskih stranica i mreža, ali također i od netradicionalnih izvora kao što su internet operateri (America Online i T-com), elektronički oglasni prostori, web magazini i diskusijske liste“ (Brautović 2011: 15).

### 3.2. Mrežno sportsko novinarstvo

Kada je riječ o sportskom mrežnom novinarstvu, mnogi smatraju da je ono postalo prijatnija profesionalnom načinu izvještavanja novinara. „Više se ne stavlja naglasak na detalje s utakmica i analizu rezultata, već je brzina objave teksta postala ključna. Čitatelje online medija uglavnom zanima samo rezultat i nekoliko bitnih detalja sa sportskih događaja. Također, koncentracija čitatelja pri čitanju vijesti na ekranu često opada sa svakom sljedećom rečenicom“ (Vasilj 2014: 199).

Jedna od značajnih prednosti sportskog *online* novinarstva jest mogućnost izravnog blogiranja ili *liveblogginga*. Ovaj pristup podrazumijeva prijenos sportskog događaja u pisanoj formi koristeći kratke i koncizne rečenice koje se kontinuirano objavljuju kronološkim redosljedom. „Svaki relevantan trenutak ili događanje tijekom utakmice opisuje se jednom ili dvjema rečenicama. Liveblogging omogućuje svakom internet korisniku da u stvarnom vremenu prati rezultate i dešavanja na sportskom događaju putem svog računala, tableta ili mobilnog uređaja“ (Vasilj 2014: 204).

Kao i na sportskim portalima, *liveblogging* je postao široko dostupan na svim značajnijim internetskim stranicama i portalima, a svaka objava privlači sve više klikova kako vrijeme prijenosa sportskog događaja odmiče. Ovaj trend pomaže portalima povećati svoju čitanost i



vidljivost jer na taj način privlače veliki broj posjetitelja tijekom sportskih događanja. Sportski timovi i organizacije također primjenjuju *liveblogging* kako bi se približili svojim ciljanim gledateljima i privukli korisnike na svoje digitalne platforme za komunikaciju. Na taj način direktno konkuriraju sportskim portalima i privlače svoju željenu publiku

## 4. Etičko ponašanje u sportskom novinarstvu

Objektivnost je vrlo važna u novinarstvu pa tako i u sportu. Sportski novinari i komentatori moraju govoriti činjenice koje su se dogodile na sportskom događaju. „Kada je riječ o sportskim novinarima, ključno je da ne iskazuju pristranost prema određenom timu ili strani. Najnepoželjnije je kada su navijači jedne strane ili tima, jer to može potaknuti negativne emocije i ne doprinosi razumijevanju istinskog grčkog pojma da šport treba biti lijep i moralan“ (Sapunar 1995: 307).

U sportskom novinarstvu, kao i u drugim granama novinarstva, postoje moralna i etička načela kojih bi se novinari trebali pridržavati kako bi očuvali vlastitu vjerodostojnost i integritet medija za koje rade. „Neki novinari su postali vrlo utjecajne osobe u sportskim klubovima te sukladno tome sudjeluju u donošenju odluka, dovode ili smjenjuju trenere i igrače. Međutim, iznimno je važno da novinari ne prelaze granicu svoje profesije i ne postaju nešto drugo“ (Malović 2005: 307).

Pet načela koja Malović spominje jesu sljedeća:

- Istinitost – Princip istinitosti predstavlja osnovni i najbitniji standard. Različiti autori različito interpretiraju pojam istine i različite metode za njeno ostvarivanje, ali jedna stvar je neosporno jasna – „vijest može biti ili istinita, ili ne može biti vijest“ (Malović 2005: 19).
- Točnost – Malović ističe da se najčešće greške i netočnosti događaju prilikom zapisivanja imena i prezimena. „On upozorava da novinaru koji nepravilno napiše ime i prezime svjedoka, sugovornika ili aktera u nekom događaju, nitko neće vjerovati i naglašava da brzina i neznanje u ovom slučaju ne mogu biti opravdanje“ (Malović 2005: 31).
- Nepristranost – „Novinar se u izvještavanju ne bi smio svrstati ni na koju stranu. Izvještaj treba prikazati događaj onako kako se dogodio, bez obzira na osobne sklonosti novinara koji, dakako, svoja stajališta može objaviti u komentaru, ali nikako u vijesti“ (Malović 2005: 42).
- Uravnoteženost – Malović spominje kako „profesionalnom novinaru i takav službeni izvor predstavlja tek jedan od izvora, a kako je informacije dobivene od službenih tijela potrebno provjeriti i istražiti, a zatim i uravnoteženo prikazati“ (Malović 2005: 37).
- Poštenje – „Poštenje je temelj vjerodostojnosti novinarova izvještavanja. Ako čitatelj, slušatelj ili gledatelj uoči nepoštenje, on gubi povjerenje u novinara i medij koji je to objavio“ (Malović 2005: 25).

Prema Vasilju, najvažnije etičke dvojbe s kojima se sportski novinar susreće jesu:

- „Nezavisnost novinara u odnosu na čelnike saveza, klubova, menadžere, trenere, sportaše i sportske PR-ovce – „svatko od njih može na novinara utjecati svojim položajem te od njega pokušati dobiti što bolji publicitet među javnosti“ (Vasilj 2014: 32-35).
- Sukob interesa – „čest je slučaj da novinar uz svoju djelatnost u medijima radi i u uredu za odnose s javnošću koja može zastupati neku sportsku organizaciju. U takvoj situaciji vrlo je važno da se zamrzne jedna od te dvije djelatnosti jer ih je u isto vrijeme nemoguće obavljati“ (Vasilj 2014: 32-35).
- Propusti u provjeravanju informacija – „svaka informacija u novinarstvu se mora provjeriti kako vijest ne bi izgubila na vjerodostojnosti. Tako je i u sportu bitno prenijeti istinitost informacije“ (Vasilj 2014: 32-35).
- Prikazivanje informacija koje daju prednost određenom klubu, sportašu, treneru – „Novinar ima pravo privatno simpatizirati bilo koju momčad, no to ne smije biti vidljivo prilikom izvještaja ili komentiranja s nekog događaja. Ipak, kada se radi o nacionalnim natjecanjima tada je pristranost opravdana, ali u granicama racionalnog“ (Vasilj 2014: 32-35).
- Zadiranje u privatnost sportaša/ice – „svaki čovjek ima pravo na privatnost. Iako se sportaši karakteriziraju kao javne osobe i oni također imaju pravo na vlastitu intimu koju se ne smije narušavati“ (Vasilj 2014: 32-35).
- Prikazivanje nasilja ili pogibeljnih scena – „huliganizam koji se često očituje na tribinama nogometnih ili drugih utakmica predstavlja veliki problem sporta. Nasilju na sportskim borilištima nije mjesto, a prikazivanje takvih scena uživo u medijima daleko pridonosi popularnosti tog ponašanja“ (Vasilj 2014: 32-35).
- Govor mržnje – „sportski novinari ne smiju pozivati na širenje mržnje po bilo kojoj osnovi“ (Vasilj 2014: 32-35).
- Plagijat – „krađa tuđeg autorstva koji je nažalost raširen i izvan novinarstva, ova praksa uključuje preuzimanje teksta ili sadržaja nekog drugog autora bez pravilnog priznavanja i naznačavanja stvarnog autora“ (Vasilj 2014: 32-35).

## 5. Sportski novinarski stil izvještavanja

Prema Andrews, „novinarski stil u sportskom izvještavanju treba biti jednostavan, izbjegavajući kompleksne i nejasne rečenice. Rečenice trebaju biti kratke, izravne i ne smiju biti duže od trideset ili manje riječi. Paragrafi također ne bi trebali sadržavati više od dvije rečenice jer dugi paragrafi mogu biti teški za čitanje i demotivirajući za čitatelje. U stilističkom smislu, treba izbjegavati upotrebu eufemizama i klišea te ih zamijeniti alternativnim rješenjima. Iako humor može biti koristan, bolje ga je izbjegavati ako može uzrokovati nelagodu ili uvredu“ (Andrews 2005: 69).

„Specijalizirani sportski magazini, baš kao i drugi medijski kanali, imaju svoj prepoznatljiv stil izvještavanja o sportu. Svaki medij na različite načine pokriva sport i izvještava o njemu, bilo da se radi o tisku, radijskim ili televizijskim prijenosima ili internetu. Svaki od tih medija zahtijeva poseban skup znanja i vještina kako bi se kvalitetno izvještavalo o sportu“ (Andrews 2005: 3).

Kada je riječ o novinarskom izvještavanju, temelj se obično postavlja na izvorima informacija. U tom kontekstu, primarni izvori su od najveće važnosti jer pružaju najrelevantnije informacije i mišljenja za razvoj priče. U sportskom novinarstvu, gotovo svaka vijest će se oslanjati na izvore kao što su sami sportaši, treneri, sportski djelatnici ili predstavnici uprave klubova, saveza itd. Kada postignu značajne rezultate ili osvoje nagrade, sportaši postaju primarni izvor jer publika želi čuti njihovo mišljenje i reakciju, bez obzira na to koliko je njihov komentar predvidljiv.

Većina priča u sportu najbolje se stvara kada su uključeni i drugi izvori. Na primjer, izvještavanje o budućnosti trenera u nekoj momčadi zahtijeva komentare i uprave. Iako ponekad uprava možda neće imati komentara, šutnja također može biti sama po sebi komentar, pa se takvo stanje također može navesti u izvještaju. „Izvori informacija u sportskom novinarstvu često uključuju i sportske menadžere, posebno kada je riječ o transferima igrača u druge sportske ekipe. Također, relevantni izvori informacija mogu biti i investitori ili politički akteri, posebno kada se razmatraju velike investicije, kao što su izgradnja stadiona i slični infrastrukturni projekti“ (Stofer, Schaffer, Rosenthal 2010: 32-33).

Kao primjer drugih izvora možemo navesti kako tijekom izgradnje stadiona u Osijeku primarni izvori nisu bili samo članovi uprave, nego i ljudi koji su sudjelovali u njegovoj izgradnji, kao što su arhitekti, izvođači radova te sami radnici na stadionu.

Sezona u svim sportovima ne traje istovremeno. Na primjer, skijaška sezona ili sezona u zimskim sportovima, događa se samo tijekom zimskih mjeseci. Europska i svjetska prvenstva u rukometu, posljednjih godina, održavaju se u siječnju svake godine. S druge strane, europska i svjetska nogometna prvenstva održavaju se u lipnju i srpnju. Velika natjecanja u košarci i odbojci tradicionalno se održavaju krajem kolovoza i početkom rujna. Atletska i plivačka prvenstva održavaju se ljeti, kada je primjerice „mrtva“ gimnastička sezona i sezona borilačkih sportova. Premda, postoje uvijek izuzeci pa se najveći boksački mečevi održavaju i tijekom ljeta, a bili smo svjedoci i Svjetskog nogometnog prvenstva koje se 2022. godine održalo u studenom i prosincu u Katru.

Dojam je kako europske i svjetske sportske federacije itekako paze na kalendar natjecanja, kako se ne bi velika sportska natjecanja održavala istovremeno. Za sportske novinare veliki je izazov o čemu izvještavati kada nema natjecanja. „Novinari specijalizirani za određeni sport tijekom sezona bez sportskih natjecanja često prate druge sportske teme. Na primjer bave se time kako se sportaši bave prehranom i što rade u svoje slobodno vrijeme“ (Vasilj 2014: 217-221). Kod kolektivnih sportova vrlo su praćene vijesti o transferima igrača odnosno odlascima iz jednoga u drugi klub.

Kada je riječ o teniskoj sezoni, ona traje gotovo cijele godine. Prvi teniski turniri započinju već u prvim danima nove godine. Osim pojedinačnih turnira, tijekom godine, održavaju se i ekipna natjecanja poput Davis kupa i FED kupa. Najveće zanimanje ipak kod teniske publike pobuđuju najveći Grand slam turniri koji se igraju istovremeno i u ženskoj i u muškoj konkurenciji. Po jedan Grand slam turnir održava se svake godine u jednom godišnjem dobu. Tako se Australian open u Melbourneu igra u periodu kada je na sjevernoj zemljinoj polutci zima. Roland Garros u Parizu igra se u kasno proljeće, a Wimbledon u Londonu na početku ljeta. US Open u New Yorku igra se krajem ljeta.

## 6. Odnosi s medijima u sportu

„Odnosi s medijima jedan su od najvažnijih programa odnosa s javnošću. Takav je pogled nepotpun i netočan. Odnosi s medijima područje su komunikacije organizacije s jednim od najvažnijih dionika, a to su mediji. Unutar takve suradnje praktičari odnosa s javnošću u stalnoj su komunikaciji s novinarima. Taj odnos često zna biti napet i prožet brojnim nesporazumima. S druge strane, moguće je izgraditi korektne odnose koji će biti u interesu organizacije i medija, a time i javnosti“ ( Tomić, Z. 2016: 252).

U kontekstu sportskih komunikacija, „odnosi s javnošću označavaju interakciju između aktera u sportskom području i šire društvene zajednice u vezi s informacijama povezanim sa sportskim komuniciranjem“ (Bjelica, B. i Bjelica, J. 2006: 125).

Odnosi s javnošću unutar sportskog okvira obavljaju barem dvije ključne uloge. „Prva je komunikacijska uloga koja se sastoji od unutarnje i vanjske komunikacije. Unutarnja komunikacija odnosi se na interakciju između sportaša i klubova, dok se vanjska odnosi na komunikaciju između sportaša i medija te šire javnosti. Druga važna funkcija sportskih odnosa s javnošću je oblikovanje imidža sportaša kao brenda. Ovaj zadatak je zahtjevan jer nije moguće svakog pojedinca profilirati kao brend, stoga se često brendiranje sportaša primjenjuje samo na najistaknutije među njima“ (Tomić, Z. 2016: 550).

„U sportskom kontekstu, objave za medije pišu se o različitim aktivnostima koje su relevantne za organizaciju. One mogu sadržavati pregled natjecanja s rezultatima, bez obzira na ishod za tim koji ih objavljuje. Također, često se koriste za obavještanje o osoblju, rasporedu i njegovim eventualnim izmjenama, predstavljanju proizvoda te sponzorstvima i partnerstvima“ (Stoldt, Dittmore, Branvold 2012: 155).

Važno je napomenuti da objave za medije ne moraju nužno imati pozitivnu konotaciju, budući da im je primarna zadaća informiranje javnosti o relevantnim događajima i informacijama.

Video i audio objave za medije, namijenjene objavi u televizijskim i radijskim programima, pružaju dodatne mogućnosti za izvještanje o sportu. „Osim tekstualnih informacija, ove objave sadrže i snimke izjava dužnosnika sportske organizacije ili sportaša nakon sportskog natjecanja. Ovo je posebno korisno za audiovizualne medije koji nisu prisutni na samom događaju, omogućujući im da prenesu izjave i atmosferu sportskog borilišta svojim gledateljima i slušateljima“ (Nicholson 2007: 149).

## 6.1 Važnost medija u promociji sporta

Ljudi često razgovaraju o aktualnim sportskim događajima. Raspravlja se o različitim kontroverzama koje se pojavljuju u svijetu sporta, uključujući doping skandale, namještanje utakmica, etičke dvojbe i slične teme. „Sport je oduvijek bio sastavni dio društva i kulture, no primjećujemo da sve više ljudi poklanja pažnju sportu. Razgovori o sportskim događajima su svuda prisutni, ljudi komentiraju utakmice ili ih s uzbuđenjem iščekuju“ (Bartoš 2012: 158).

„Mediji igraju važnu ulogu u proširivanju značaja sporta izvan samog mjesta održavanja sportskih događaja i angažiranja širokog kruga korisnika, kako unutar tako i izvan nacionalnih granica. Ovim prodiranjem sport postaje konzumna roba koju koriste različiti ekonomski subjekti za reklamiranje svojih proizvoda. Ovaj proces također otvara nove ekonomske mogućnosti za sport, jer se sve više prepoznaje njegov ekonomski potencijal“ (Rodek 2018: 108).

„Postoji veći naglasak na poticanje mladih da se uključe u sport, zbog njegovih zdravstvenih i edukativnih benefita. Kroz sport, kako djeca tako i odrasli mogu učiti, stjecati nova znanja i vještine. Međutim, popularnost sporta ima i negativne posljedice. Sport je postao predmetom trgovine i kupuje se kao roba na tržištu, često bez pravila i moralnih ograničenja“ (Bartoš 2012: 158).

Kao što smo već naveli, prema različitim autorima sport utječe na zdravlje, fizičku kondiciju, timski duh, socijalizaciju te uči vrijednostima kao što su disciplina, poštovanje pravila i upornost. Također, može pomoći u izgradnji samopouzdanja i razvoju vještina koje su korisne u životu. Stoga, mladi bi trebali imati priliku i poticaj za sudjelovanje u sportu kako bi razvili zdrav način života. No, vrhunski sport donosi i svoje negativnosti pa mladima, ali i njihovim obiteljima, sport postaje način zarade. „Često se vrši dodatan pritisak na mlade sportaše, što ih može potaknuti da mijenjaju svoje motive. Umjesto usredotočenosti na sportske uspjehe, sportaši često streme brzom zaradi kroz ugovore i reklamna oglašavanja“ (Bartoš 2012: 163).

Primjer takvog slučaja može biti Emma Raducanu koja je sa samo 18 godina iznenadila svijet tenisa osvajanjem US Opena. Nakon tog uspjeha, očekivalo se da će imati sjajnu tenisku karijeru, ali stvari nisu išle glatko zbog loših rezultata i ozljeda. Unatoč tome što kasnije nije ostvarila značajne sportske uspjehe na teniskim turnirima, Emma Raducanu i dalje se nalazi među tenisačicama s najvećim prihodom. Njezin prihod uglavnom dolazi iz sponzorstava i reklamnih oglašavanja, a ne iz nagrada od osvojenih turnira.

Još jedan dobar primjer od prije 20 godina je Ana Kournikova, bivša tenisačica koja je stekla ogromnu popularnost zbog svoje izvanredne ljepote i statusa medijske zvijezde, unatoč tome što nije uspjela osvojiti niti jedan WTA naslov tijekom svoje profesionalne karijere.



## 7. „Velika teniska trojka“

„Veliku tenisku trojku“ čine Roger Federer, Rafael Nadal i Novak Đoković. Njih trojica su posljednjih 20-ak godina obilježili svijet tenisa, a i sporta općenito. Među svim ostalim tenisačima, „velika teniska trojka“ ističe se osvajanjem najvećeg broja teniskih naslova. Njihova dominacija i rivalstvo doprinijeli su još većoj popularnosti tenisa. Svaki od njih se izdvaja po svojoj osobnosti i načinu igre, što je činilo ovo rivalstvo još intrigantnijim i raznolikijim.



*Slika 7.1. „Velika teniska trojka“<sup>1</sup>*

Švicarac Roger Federer debitirao je na teniskoj sceni još 1998. godine, no trebalo mu je nekoliko godina da ostvari prve velike uspjehe. Njegova prva značajna titula dogodila se 2003. godine kada je osvojio svoj prvi Wimbledon. Tijekom razdoblja od 2003. do 2008. godine, Roger Federer je apsolutno dominirao teniskim svijetom i redovito osvajao gotovo sve najprestižnije turnire.

Tijekom svoje teniske karijere, Roger Federer osvojio je ukupno 103 naslova, uključujući 20 Grand Slam turnira. Nakon što je Roger Federer već učvrstio svoj status kao jedan od najboljih tenisača, 2005. godine pojavio se Španjolac Rafael Nadal, tada 19-godišnjak, kao iznimno

---

<sup>1</sup> Izvor: <https://firstsportz.com/tennis-juan-carlos-ferrero-speaks-on-the-dominance-of-federer-nadal-and-djokovic/>

talentirani igrač koji je odmah pokazao visoku razinu tenisa. Njih dvojica borila su se u najvažnijim mečevima u finalima Grand Slamova.

Federer je bio stručnjak za igru na travnatim podlogama dok je Nadal briljirao na zemljanim terenima, što je rezultiralo njihovim sudarima u finalima Wimbledonu i Roland Garrosu između 2005. i 2008. godine. Federer je redovito osvajao Wimbledon dok je Nadal dominirao u Roland Garrosu, sve do 2008. godine kada je Nadal konačno uspio pobijediti Federera u Wimbledonu. Nedugo nakon toga, preuzeo je prvo mjesto na ATP ljestvici.

Srbin Novak Đoković prvotno je bio u sjeni Nadala i Federera. Njegov prvi Grand Slam naslov došao je 2008. godine na Australian Openu, ali morao je čekati više od tri godine za sljedeći veliki uspjeh, koji je došao 2011. godine u Wimbledonu, gdje je u finalu pobijedio Nadala. Tom pobjedom, Đoković je preuzeo prvo mjesto na ATP ljestvici. Nakon toga, Federer, Nadal i Đoković zajedno su dominirali svijetom tenisa. Redovito su se susretali u finalima najprestižnijih teniskih turnira izmjenjujući se na vrhu ljestvice najboljih tenisača.

Sveukupno, Federer i Nadal su se susreli na terenu 40 puta, Nadal i Đoković su odigrali međusobno nevjerojatnih 59 mečeva dok su Federer i Đoković odmjerili snage u čak 50 navrata.

Federer je stekao reputaciju po svom elegantnom stilu igre, što je privlačilo mnoge obožavatelje koji su uživali gledati njegove mečeve. S druge strane, Nadal je poznat po svojoj nevjerojatoj borbenosti i neodustajanju, što ga je učinilo omiljenim kod mnogih navijača. Đoković, s druge strane, nije uvijek bio toliko omiljen kao Federer i Nadal zbog svog ponašanja na terenu, ali i nekim kontroverznim stavovima izvan terena.

Način na koji Đoković igra uključuje izvanrednu defenzivnu sposobnost koju rijetko koji drugi igrač posjeduje, uz snažnu mentalnu izdržljivost koja mu je često pomogla preokrenuti mečeve u svoju korist. Federer se povukao iz profesionalnog tenisa 2022. godine s osvojenih 20 Grand Slam naslova i 103 sveukupno dok su Nadal i Đoković i dalje aktivni igrači.

Trenutno, Nadal ima 92 osvojene titule, uključujući 22 Grand Slam naslova dok Đoković ima 95 titula i 24 Grand Slam naslova. Razgovori o tome tko je najveći tenisač svih vremena su česti, ali svatko ima svoje mišljenje. To će vjerojatno ostati pitanje o kojem će se raspravljati još dugo godina.

## 8. Analiza sadržaja na primjeru trojice teniskih velikana

Metodologija koju smo koristili za potvrdu hipoteza uključivala je analizu sadržaja na nekoliko različitih izvora. Glavni predmeti analize bili su službena ATP stranica, hrvatski medijski portali, inozemni portal i alat Google Trends.

Provedena je kvantitativna analiza koja je imala za cilj kvantificirati broj objavljenih tekstova o velikoj teniskoj trojci na ATP stranici. Ova analiza obuhvaćala je razdoblja od 2017. do 2018. godine i 2022. do 2023. godine. Cilj je bio prikazati broj objava i usporediti ih između ta dva razdoblja. Također je uzeto razdoblje 2017.-2022. kako bismo usporedili njihovu popularnost s drugim igračima koji su bili konkurencija za osvajanje velikih teniskih naslova.

Zatim, analizirani su hrvatski i inozemni portali s ciljem prikazivanja koliko je na njima objavljeno tekstova o „velikoj teniskoj trojci“. Od hrvatskih medijskih portala analizirani su 24sata.hr i Večernji.hr dok je od inozemnih portala analiziran britanski Thetimes.uk

Vremenski period koji je bio obuhvaćen za hrvatske portale odnosi se na 2021. i 2022. godinu dok je kod inozemnog portala bio od 2007. do 2023. godine.

Na kraju, korišten je alat Google Trends kako bi se analiziralo *web* pretraživanje pojmova vezano za veliku tenisku trojku u posljednjih pet godina. Ovo je omogućilo usporedbu zanimanja javnosti za Rogera Federera, Novaka Đokovića i Rafaela Nadala tijekom analiziranog razdoblja.

Kombinacija ovih analitičkih metoda omogućila je bolje razumijevanje medijske pokrivenosti i zanimanja javnosti za veliku tenisku trojku u različitim vremenskim razdobljima i medijima, a dobiveni rezultati poslužili su nam za potvrdu ili opovrgavanje naših postavljenih hipoteza.

## 8.1. ATP TOUR

ATP ili Asocijacija (udruženje) teniskih profesionalaca je organizacija koja ima odgovornost nad muškim profesionalnim teniskim turnirima i tenisačima diljem svijeta. Njihova uloga uključuje koordinaciju različitih kategorija teniskih turnira, uključujući prestižne Grand Slam turnire poput Wimbledon, Australian Opena, Roland Garrosa i US Opena, kao i Masters 1000, 500 i 250 turnire. Ove brojke prikazuju koliko se bodova može osvojiti osvajanjem takvog turnira.

Osim toga, ATP nadzire i održava svjetske ljestvice za muške tenisače, uključujući rangiranje pojedinačnih igrača i parova. Ove ljestvice se sastavljaju na temelju rezultata tenisača na turnirima, a omogućuju im sudjelovanje na određenim turnirima ovisno o njihovom poretku.

ATP također ima važnu ulogu u postavljanju pravila i propisa za profesionalne teniske turnire kako bi osigurala fer i jednaku konkurenciju te kako bi promovirala sportsko ponašanje tenisača. Kroz svoj ATP Aces for Charity program, ATP potiče uključivanje tenisača u humanitarne aktivnosti i razne dobrotvorne inicijative, što pomaže u izgradnji pozitivnog utjecaja tenisa na društvo i zajednicu.<sup>2</sup>

Asocijacija teniskih profesionalaca (ATP) koristi različite načine komunikacije kako bi održala vezu s publikom i obožavateljima tenisa. ATP ima službenu *web* stranicu na kojoj pruža informacije o turnirima, rezultatima, rasporedu, ljestvicama, vijestima i drugim relevantnim teniskim temama. Ova *web* stranica služi kao centralno mjesto za dobivanje informacija o svim aspektima profesionalnog tenisa. ATP je aktivan na društvenim mrežama kao što su Facebook, Twitter, Instagram i YouTube.

Putem tih platformi ATP dijeli vijesti, video isječke, intervju s tenisačima, fotografije i druge sadržaje kako bi održala angažman i interakciju s publikom. Često šalje e-mailove svojim pretplatnicima s najnovijim vijestima, ekskluzivnim sadržajem i promocijama. Ovo je način kako publiku informira o najvažnijim događanjima i sadržajima.

Također, ATP organizira *live streamove* koje publika može pratiti na You Tube kanalu Tennis TV. Zatim objavljuju blogove, članke i analize na svojoj *web* stranici kako bi pružili dublji uvid u tenis. Ovi sadržaji često pokrivaju analize mečeva, intervju s igračima. ATP koristi prisutnost na mrežnim platformama za promociju različitih nagradnih igara, natjecanja i promocija kako bi povećao angažman publike.

---

<sup>2</sup> <https://www.atptour.com/en/>

## 8.2. *Večernji.hr*

“Večernji.hr imao je značajan utjecaj na promjene u hrvatskom novinarstvu, a njegova prodaja je kontinuirano rasla iz godine u godinu. Primjerice, 1975. godine prodani primjerci premašili su brojku od 200.000, a početkom osamdesetih približili su se 300.000 primjeraka. Nakon smrti Josipa Broza Tita, u svibnju 1980., naklada je privremeno eksplodirala dosegnuvi 603.548 primjeraka, a nastavila je visokim brojkama tijekom nekoliko narednih dana. U svibnju i lipnju 1984., postao je najtiražniji dnevni list u Jugoslaviji s prosječnom nakladom od 365.500 primjeraka, a 1986. godine prosječna dnevna naklada bila je 371.460 primjeraka. Međutim, krajem 1989., naklada je pala ispod 200.000 primjeraka“(Novak 2005: 440).

„Tijekom Domovinskog rata, prodaja je opala, no kasnije je došlo do značajnog povratka. Nagradna igra u siječnju 1999. godine rezultirala je povećanjem naklade Večernjeg lista na impresivnih milijun i 17.200 tiskanih primjeraka“ (Novak 2005: 440).

Dana 8. veljače 1999. godine, Večernji list je predstavio svoje prvo internetsko izdanje na adresi [www.vecernji-list.hr](http://www.vecernji-list.hr). U to vrijeme, njihova *web* stranica uglavnom je prenosila dijelove tekstova iz tiskanog izdanja i još uvijek nije bilo posebne ekipe novinara usmjerenih isključivo na mrežno novinarstvo. Trebalo je proći nekoliko godina prije nego što se takav pristup novinarstvu potpuno promijenio. Zanimljivo je napomenuti da su tehnološki divovi poput Googlea bili relativno novi na sceni u vrijeme pokretanja portala Večernjeg lista. Google se počeo koristiti samo godinu dana ranije, dok je Facebook tek planirao svoj početak, čekajući pet godina da zaživi.

Na Večernjakovom portalu posebno su se isticali izvještaji o uspjesima hrvatskih sportaša i reprezentacija, privlačeći tako velik broj posjetitelja. Ovo je doprinijelo prestižnoj nagradi koju je osvojila redakcija. Konkretno, za svoj multimedijски prijenos Svjetskog prvenstva u nogometu 2006. godine, Večernji list je osvojio treću nagradu na svjetskoj razini – Ifra Cross Media Award

Kako bi se što bolje pratili događaji, Večernji je posebno prilagodio svoj dizajn za tiskano izdanje, uključujući okretanje stranica sporta prema naprijed. Dodatno, na Svjetskom prvenstvu u Njemačkoj, imali su posebnog izvjestitelja za *web* koji je snimao video sadržaje i izvještavao na portalu tijekom trajanja utakmica.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> <https://www.vecernji.hr/vijesti/20-godina-portala-vecernjeg-lista-evo-kako-smo-poceli-i-kako-se-redakcija-mijenjala-1299616>

### 8.3. 24 sata

Tvrtka 24sata d.o.o. osnovana je krajem 2004. godine i predstavila je inovativni koncept dnevnih novina na hrvatskom tržištu. Već godinu dana kasnije, 2006. godine, postali su najčitanije dnevne novine u Hrvatskoj. Ova pozicija najprodavanijih novina održavala se tijekom 14 godina zaredom, što je bilo izuzetno značajno na hrvatskom medijskom tržištu.

Godine 2007. 24sata je pokrenula marketinšku kampanju s poznatim sloganom „To je to što me zanima!“ koja naglašava njihovu prednost – brzu, kratku i jasnu komunikaciju informacija. Cilj je bio usmjeriti se na direktnu i razumljivu komunikaciju s čitateljima, uz naglasak na brzinu.

Portal 24sata.hr postao je jedan od najposjećenijih hrvatskih portala početkom 2008. godine, privlačeći 130.000 jedinstvenih posjetitelja dnevno. Nakon naglog rasta u lipnju 2013. godine, postali su vodeći portal na tržištu i tu poziciju su zadržali sljedećih sedam godina. 24sata je također donio niz noviteta na hrvatsko medijsko tržište, uključujući revolucionarni koncept bez potrebe za klizačem na *web* stranici 2007. godine te jednostrani koncept 2010. godine. Također su lansirali prvu hrvatsku mobilnu novinarsku *web* stranicu 2012. godine, a 2010. godine su predstavili prvu *news* aplikaciju za Android uređaje, a 2012. godine i za iPhone.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> <https://www.24sata.hr>

## 8.4. The Times

The Times je osnovan 1785. godine od strane Johna Waltera I., urednika i izdavača, s ciljem da se zabilježe ključni događaji tog vremena i služi javnosti. U početku se nazivao Daily Universal Register tijekom prvih tri godine sve dok nije promijenjen u The Times 1788. godine, čime je postao prva novina na svijetu koja je koristila taj naziv.

U prvom izdanju, John Walter I. objasnio je kako bi novine trebale biti kao bogato postavljen stol, s raznolikim sadržajem koji zadovoljava različite ukuse. To uključuje politiku, međunarodne odnose, ekonomske teme, pravne procese, oglase i zabavu. Što se tiče stava novina i političke neutralnosti, Walter je naglasio da novine zadržavaju pravo da kritiziraju ili pohvale bilo koju političku stranku te da će se kontroverzne teme obrađivati s poštovanjem i fer argumentima.

The Sunday Times, osnovan 1822. godine kao zasebne novine, također je imao povijest inovacija, uključujući i vlasnicu i urednicu ženskog spola u 19. stoljeću, kao i pionirsko objavljivanje velikih ilustracija, serijala knjiga, posebnih sekcija i prvog dodatka u boji u magazinu 1962. godine. The Sunday Times je podržao Brexit na referendumu 2016. godine.

Online portal [thetimes.co.uk](https://www.thetimes.co.uk) omogućava pristup njihovom digitalnom sadržaju, uključujući vijesti, komentare, članke i više. Čitatelji mogu posjetiti portal i besplatno čitati određeni broj tekstova ili se pretplatiti kako bi dobili potpuni pristup sadržaju *web* stranice. Portal nudi različite rubrike kao što su vijesti, komentare, sport, kulturu i *lifestyle*. The Sunday Times također ima svoj posvećeni *online* portal koji nudi digitalne verzije sadržaja nedjeljnog novinskog izdanja. Oba portala nude model digitalnih pretplata za pristup premium sadržaju i često se koriste od strane čitatelja koji preferiraju konzumiranje vijesti i analiza putem interneta.

The Times i The Sunday Times su prvi put postali dio zajedničkog vlasništva pod Lordom Thomsonom 1966. godine kao Times Media Limited, a zatim ih je 1981. kupio medijski mogul Rupert Murdoch. Danas su obje novine najprodavaniji tiskani kvalitetni listovi u Velikoj Britaniji, a 2018. godine, prema Reuters Institute for Journalism na Oxford University, The Times je proglašen najpouzdanijim nacionalnim listom u Velikoj Britaniji. Obje novine su osvojile mnoge prestižne novinarske nagrade za istraživačko novinarstvo, izvještavanje o međunarodnim događajima, članke u magazinima i intervjuje. Na Press Club Awards 2022. godine, The Sunday Times je osvojio nagradu za najbolje nedjeljne novine.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> <https://www.thetimes.co.uk/static/about-us/>

## 8.5. *Google Trends*

Google Trends je *online* alat koji omogućava korisnicima praćenje koliko često određene ključne riječi, predmeti ili fraze budu pretraživane tijekom određenog vremenskog razdoblja. Funkcionira tako da analizira dio Google pretraživanja kako bi izračunao koliko su puta određeni pojmovi pretraženi u odnosu na ukupan broj pretraživanja na Googleu u isto vrijeme. Rezultati pretraživanja su skalirani prema vremenskom i geografskom kontekstu kako bi se omogućila usporedba relativne popularnosti. To znači da svaka točka podataka dobiva udio u ukupnom pretraživanju za određenu geografsku lokaciju i vremenski raspon koji predstavlja.

Skala rezultata kreće se od 0 do 100, pri čemu 100 označava najveću učestalost pretraživanja ili vrhunac interesa za određeni pojam. Postupak za izračun indeksa počinje računanjem omjera novih pretraživanja i ukupnog volumena pretraživanja, što rezultira relativnim vrijednostima. Nakon toga, te relativne vrijednosti se uspoređuju s najvišom relativnom vrijednošću. Vrijednost 100 dodjeljuje se vrhuncu interesa dok se ostatak vrijednosti raspoređuje proporcionalno. Ukoliko broj pretraživanja nije dovoljno visok, indeksna vrijednost će biti niska.

Treba napomenuti da Google Trends filtrira ponavljana pretraživanja istog korisnika u kratkom vremenskom razdoblju te uklanja upite s apostrofima i drugim posebnim znakovima kako bi osigurao točnije i relevantnije rezultate.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> <https://www.pageonepower.com/search-glossary/google-trends>

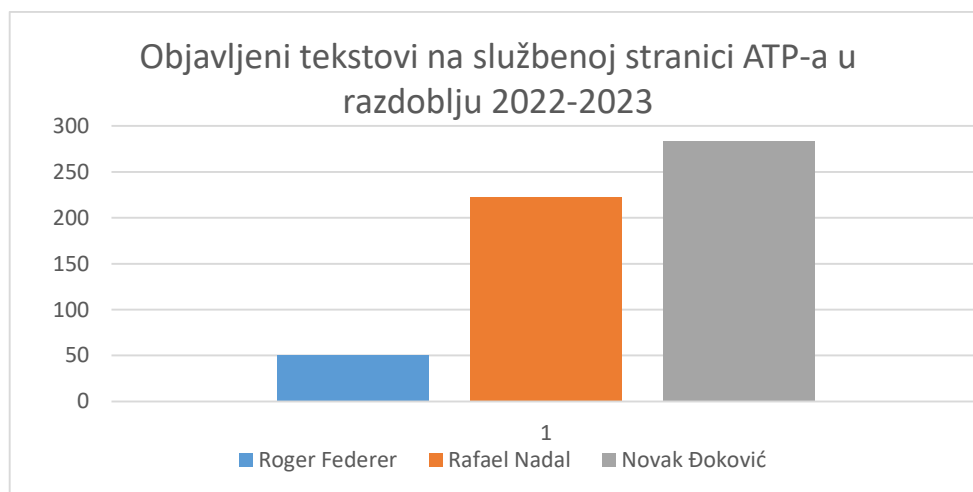


## 9. Analiza sadržaja službene ATP stranice

Tablica 1. i Grafikon 9.1 prikazuju broj objavljenih tekstova o „velikoj teniskoj trojci“ na službenoj ATP stranici tijekom razdoblja od 2022. do 2023. godine. Primjećujemo da je u tom razdoblju najviše tekstova bilo posvećeno Novaku Đokoviću, čak 284, dok je o Rafaelu Nadalu objavljeno 223 članka, a o Rogeru Federeru samo 50. Važno je napomenuti da Federer u tom vremenskom razdoblju više nije igrao zbog umirovljenja, a Nadal je također igrao manje zbog ozljede.

Tablica 1. Prikaz objavljenih tekstova na ATP stranici

Velika teniska trojka	Broj objavljenih tekstova
Roger Federer	50
Novak Đoković	284
Rafael Nadal	223



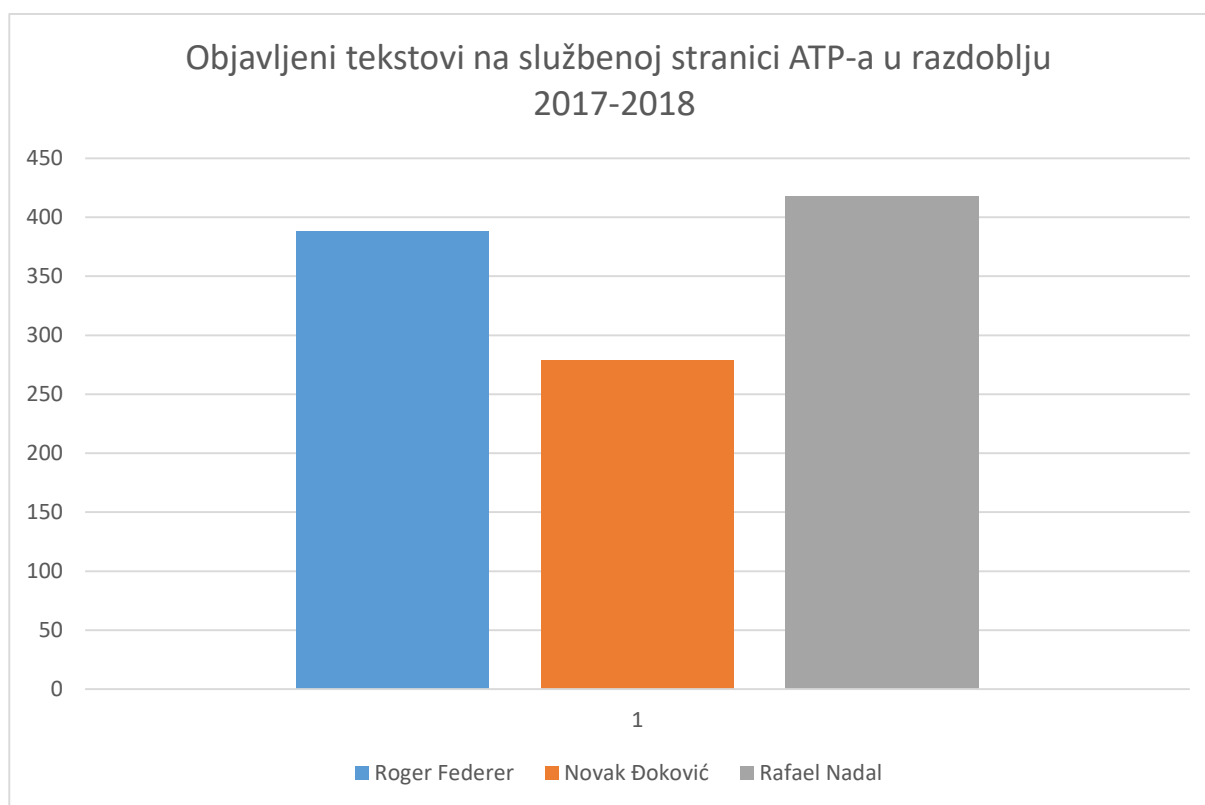
Grafikon 9.1 Prikaz objavljenih tekstova velike teniske trojke na ATP stranici u razdoblju od 2022. do 2023. godine

Tablica 2. i grafikon 9.2 prikazuju broj objavljenih tekstova u razdoblju od 2017. do 2018. godine, kada su sva trojica igrača bila aktivna na vrhuncu karijere. U tom razdoblju Rafael Nadal je bio lider s 418 objavljenih tekstova, slijedio ga je Roger Federer s 388, dok je Novak Đoković

imao 279 tekstova. Važno je napomenuti da Federer u tom razdoblju nije igrao na zemljanoj podlozi, što je sigurno utjecalo na broj tekstova posvećenih njemu.

Tablica 2. Prikaz broja objavljenih tekstova na ATP stranici

Velika teniska trojka	Broj objavljenih tekstova
Roger Federer	388
Novak Đoković	279
Rafael Nadal	418



Grafikon 9.2 Prikaz objavljenih tekstova velike teniske trojke na ATP stranici u razdoblju od 2017. do 2018. godine

Tablica 3. i grafikon 9.3 prikazuju usporedbu broja objavljenih tekstova o „velikoj teniskoj trojci“ i drugim konkurentnim igračima u razdoblju od 2017. do 2022. godine. Konkretno, usporedili smo broj tekstova o našem Marinu Čiliću, Alexanderu Zverevu iz Njemačke, Daniilu Medvedevu iz Rusije i Dominicu Thiemu iz Austrije, koji su bili konkurencija „velikoj teniskoj trojci“ za najveće titule. Rezultati pokazuju da je o velikoj teniskoj trojci objavljeno znatno više tekstova nego o konkurentnim igračima koje smo koristili u našoj analizi. Roger Federer je imao

930 tekstova, Rafael Nadal 1285, a Novak Đoković 1307. U usporedbi s tim, članci o ostalim igračima bili su manje zastupljeni: Daniil Medvedev 553, Alexander Zverev 558, Dominic Thiem 448, a o Marinu Čiliću na službenoj ATP stranici objavljeno je 170 tekstova.

*Tablica 3. Prikaz objavljenih tekstova na ATP stranici*

Velika teniska trojka i ostali igrači	Broj objavljenih tekstova
Roger Federer	930
Novak Đoković	1307
Rafael Nadal	1285
Marin Cilic	170
Daniil Medvedev	553
Alexander Zverev	558
Dominic Thiem	448



*Grafikon 9.3 Usporedba tekstova objavljenih o velikoj teniskoj trojci i ostalim igračima u razdoblju od 2017. do 2022. godine*

Zaključno, u posljednje dvije godine, Novak Đoković je imao najveći broj tekstova zbog svojih izvanrednih uspjeha. Tijekom razdoblja kada su sva trojica bila na vrhuncu, tekstova o Rafaelu Nadalul bilo je nešto više nego o Rogeru Federeru što možemo objasniti Federerovom odsutnošću igranja na turnirima sa zemljanim podlogama. Što se tiče usporedbe s drugim igračima, „velika teniska trojka“ bila je znatno popularnija i zastupljenija u medijskim člancima na službenoj teniskoj stranici.

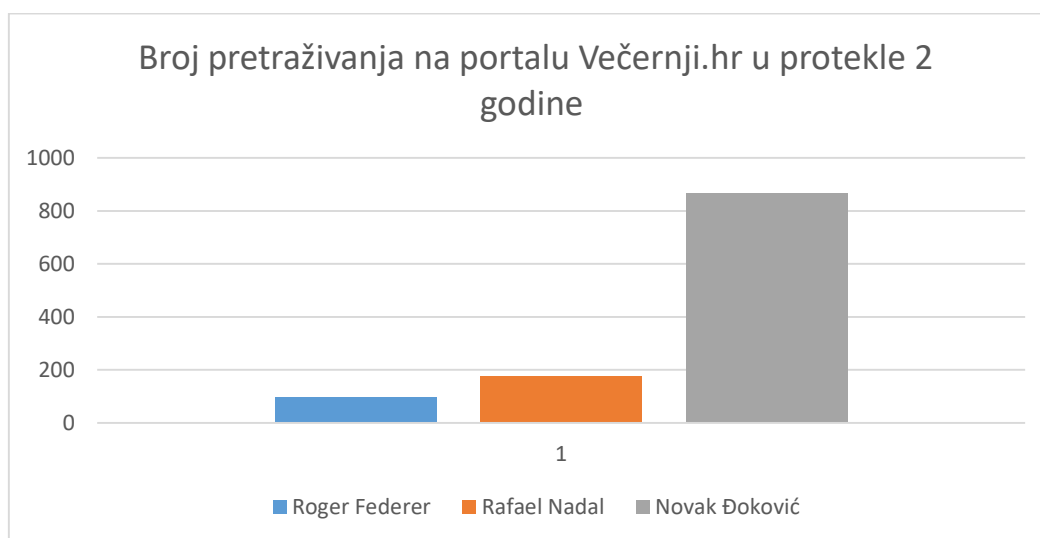
## 9.1. Analiza sadržaja hrvatskih portala

Tablica 4. i grafikon 9.4 prikazuju broj pretraživanja na hrvatskim portalima Večernji.hr i 24 sata.hr. Vremenski period obuhvaća 2021. i 2022. godinu. Najveći broj pronađenih tekstova na tražilici Večernjeg.hr povezan je s Novakom Đokovićem, pri čemu je bilo 866 pretraživanja. Nadal se pojavljuje u 177 pretraživanja, dok je Federer spomenut u 97 pretraživanja. Na tražilici 24 sata.hr najveći broj pronađenih tekstova bio je povezan isto s Novakom Đokovićem, sa čak 1000 pretraživanja, dok je Federer imao 821, a Nadal 817 pretraživanja.

Važno je napomenuti da je Roger Federer u posljednje dvije godine bio ozlijeđen i da je 2022. godine službeno završio karijeru. Unatoč tome, čak i da je nastavio igrati, Đoković bi imao najviše objavljenih tekstova jer dolazi iz Srbije, gdje se govori razumljivim jezikom kao i kod nas te ima osobne veze s Hrvatskom. Između ostaloga, trener mu je i legendarni hrvatski tenisač Goran Ivanišević, nekadašnji broj 2 na ATP listi i osvajač Wimbledonu 2001. godine. To bi i dalje činilo Đokovića najzanimljivijim za hrvatske medije.

Tablica 4. Prikaz broja pretraživanja velike teniske trojke na portalima Večernji.hr i 24sata.hr

Velika teniska trojka	Broj pretraživanja na portalu Večernji.hr u protekle 2 godine	Broj pretraživanja na portalu 24 sata.hr
Roger Federer	97	817
Rafael Nadal	177	821
Novak Đoković	866	1000

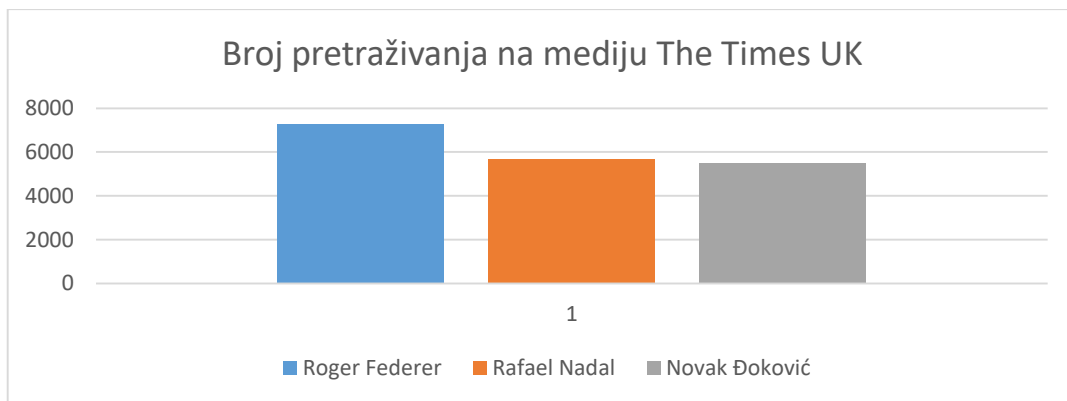


Grafikon 9.4 Prikaz broja pretraživanja na portalu Večernji.hr

## 9.2. Analiza sadržaja britanskog portala Thetimes.uk

Grafikon 9.5 prikazuju broj objavljenih pretraživanja „velike teniske trojke“ na portalu Thetimes.uk u posljednjih 15 godina. Na tražilici The times najviše tekstova pronađeno je gdje je spomenut Roger Federer s impresivnih 7,297 pretraživanja, dok je Rafael Nadal zabilježio 5,688 pretraživanja, a Novak Đoković 5,496 pretraživanja. Ovo pokazuje da je o Federeru objavljeno najviše tekstova i na tom britanskom portalu u usporedbi s preostalom dvojicom velikih tenisača.

Također, ovaj podatak pokazuje kako je Roger Federer izuzetno omiljen među britanskom publikom zbog svojih izvanrednih uspjeha na Wimbledonu, gdje je osvojio rekordnih osam titula i sudjelovao u mnogim finalima. Prepoznao je to i britanski medij koji je najveću pozornost dao švicarskom tenisaču.

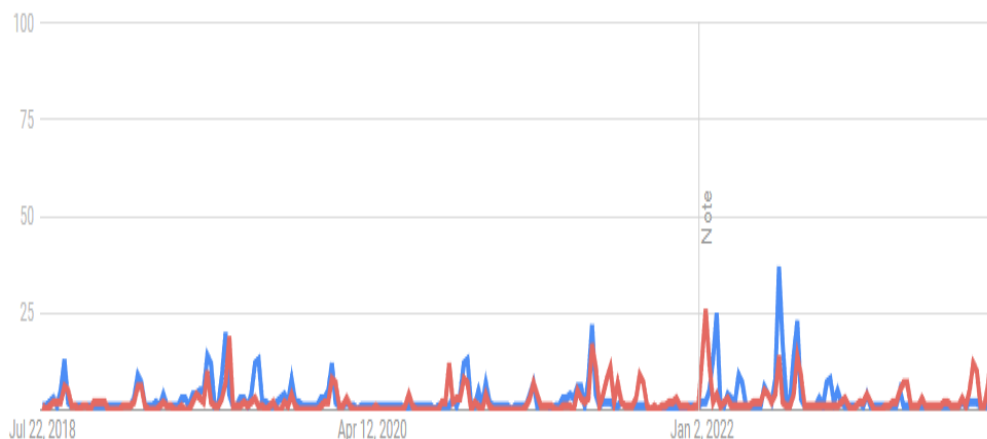


Grafikon 9.5 Prikaz broja pretraživanja velike teniske trojke na britanskom portalu Thetimes.uk

### 9.3. Analiza sadržaja prema Google Trends

Grafovi 9.6, 9.7, 9.8 prikazuju usporedbu popularnosti trojice velikih tenisača u pretraživanjima na *webu* u proteklih pet godina pomoću alata Google Trends. Pomoću Google Trends upisane su ključne riječi Roger Federer, Novak Đoković i Rafael Nadal te je tako dobiven broj pretraživanja na području cijelog svijeta.

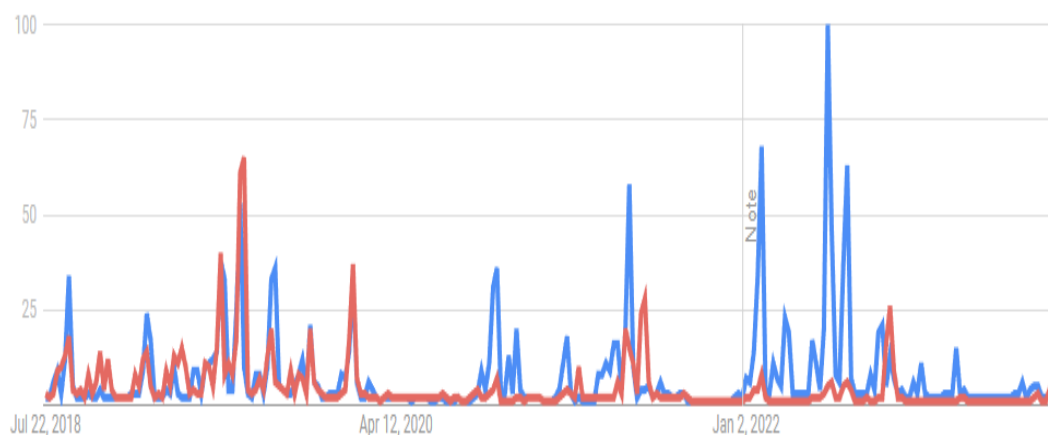
U grafikonu 9.6 prikazana je usporedba pretraživanja između Rafaela Nadala i Novaka Đokovića. Crveni graf prikazuje Novaka Đokovića dok plavi Rafaela Nadala. Od 2018. do 2021. godine, obojica su imala sličan broj pretraživanja. Sredinom 2022. godine, Nadal je imao blagu prednost s nešto više pretraživanja od Đokovića. Nakon toga, vidimo opet relativno slične brojeve pretraživanja, s povremenim blagim prednostima za Đokovića.



*Grafikon 9.6 Google trend usporedba Novaka Đokovića i Rafaela Nadala u web pretraživanju u posljednjih pet godina<sup>7</sup>*

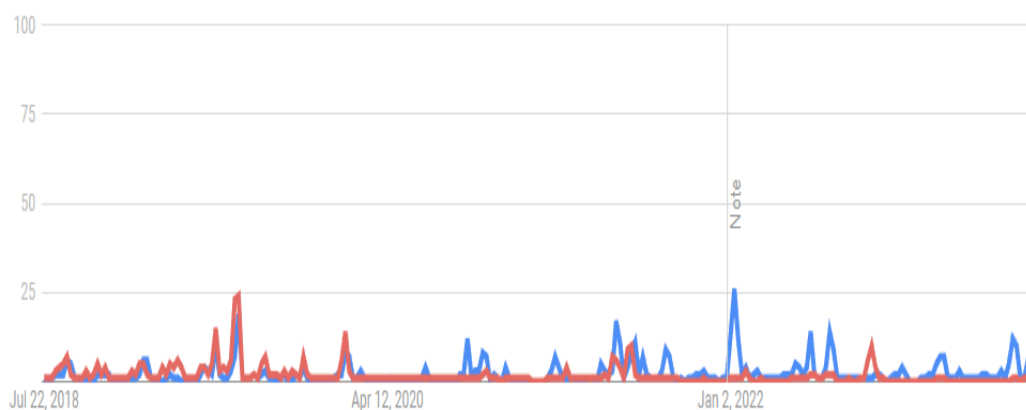
Grafikon 9.7 prikazuje usporedbu između Rogera Federera i Rafaela Nadala. Crveni graf prikazuje Rogera Federera, a plavi Rafaela Nadala. U 2018. godini, Nadal je imao blagu prednost, dok je od 2019. do 2020. Federer doživio značajan porast broja pretraživanja. Važno je napomenuti da su oba igrača tijekom tih godina igrala na visokoj razini. Nakon 2020. godine, Nadal je imao više pretraživanja jer je Federer bio ozlijeđen i nije mogao igrati, dok je nakon 2022. godine Federer imao blagu prednost. U tom razdoblju oba igrača nisu igrala puno zbog ozljede, a Federer je i u međuvremenu završio karijeru.

<sup>7</sup> <https://trends.google.com/trends/>



*Grafikon 9.7 Google trend usporedba Rogera Federera i Rafaela Nadala u web pretraživanju u posljednjih pet godina<sup>8</sup>*

Grafikon 9.8 prikazuje usporedbu između Novaka Đokovića i Rogera Federera. Crveni graf prikazuje Rogera Federera, a plavi Novaka Đokovića. Od 2018. do 2020. godine, obojica su imala sličan broj pretraživanja, s povremenim periodima kada je Federer imao više pretraživanja. Nakon 2020. situacija se promijenila jer je Đoković dobio više pretraživanja zbog Federerove odsutnosti s teniskih terena. U zaključku, kada su svi igrali, Federer je imao sličan broj pretraživanja kao ostala dvojica, a ponekad čak i više, ali ga je ozljeda usporila, dok su Nadal i Đoković održavali konstantnu popularnost tijekom ovog razdoblja.



*Grafikon 9.8 Google trend usporedba Rogera Federera i Novaka Đokovića u web pretraživanju u posljednjih pet godina<sup>9</sup>*

<sup>8</sup> <https://trends.google.com/trends/>

<sup>9</sup> <https://trends.google.com/trends/>

## 10. Zaključak

Završni rad proučava utjecaj Roger Federer, Novak Đoković i Rafael Nadal, tri najveća tenisača svih vremena, na medije, publiku te sam sport, s posebnim fokusom na analizi medijske pažnje i načina njihove popularnosti. Cilj istraživanja je istražiti i predočiti razmjere utjecaja "velike teniske trojke" na globalni svjetski sport, kako su svojom prisutnošću u medijima i na teniskim terenima doprinijeli rastu popularnosti tenisa te kako su oblikovali percepciju tenisa kao sveprisutnog globalnog sporta.

Roger Federer, Rafael Nadal i Novak Đoković, popularnije prepoznati i kao „velika teniska trojka“ nedvojbeno su najviše privlačili tenisku publiku što su prepoznali i mediji. O njima je objavljeno najviše tekstova na svim analiziranim portalima, a njihova popularnost vidljiva je i na pretraživanju na internetskim tražilicama.

Što se tiče prve hipoteze „da na specijaliziranim portalima ima najviše tekstova o velikoj teniskoj trojci“ ova hipoteza je potvrđena usporedbom broja tekstova o Rogeru Federeru, Rafaelu Nadalu i Novaku Đokoviću u usporedbi s ostalim igračima koji su konkurirali za najveće naslove u razdoblju od 2017. do 2022. Vidimo da „velika teniska trojka“ pojedinačno ima najviše objavljenih tekstova, a njih trojica zajedno više od sljedeće četvorice igrača koje smo analizirali, što ukazuje na njihovu dominaciju u medijskom prostoru i zanimanju javnosti. Podhipoteza „da od trojice tenisača najviše tekstova je objavljeno o Rafaelu Nadala je uglavnom potvrđena jer je u razdoblju od 2022. do 2023. godine imao najviše objavljenih tekstova, a u tom razdoblju su sva trojica bila na vrhuncu. Tijekom 2022. i 2023. godine Novak Đoković je imao najviše objavljenih tekstova jer se Federer u međuvremenu umirovio, a Nadal je imao problema sa ozljedama.

Što se tiče druge hipoteze „da Roger Federer najviše privlači publiku“ ovu hipotezu također možemo uglavnom potvrditi. Analiza britanskog medija Thetimes.uk ukazuje na veće zanimanje za Federera prema broju pretraženih tekstova u zadnjih 15 godina dok je Google Trends u posljednjih pet godina pokazao da je popularnost Đokovića i Nadala prema pretraživanjima bila veća tijekom vremena kada Federer nije igrao zbog ozljede, a u vremenu kada je on igrao bila su relativno slična pretraživanja sa ponekim skokovima za svu trojicu igrača.

Što se tiče treće hipoteze da hrvatski mediji više pišu o Novaku Đokoviću, ova hipoteza se potvrđuje analizom sadržaja na hrvatskim portalima Večernji.hr i 24 sata.hr. Novak Đoković ima više pretraživanja od Federera i Nadala, što je logično jer dolazi iz Hrvatskoj susjedne zemlje, s vrlo razumljivoga govornog područja, a također trenira pod vodstvom hrvatskog trenera.



„Velika teniska trojka“ Roger Federer, Rafael Nadal i Novak Đoković imala je ogroman utjecaj na medije i publiku u svijetu tenisa i šire. Njihova rivalstva, izvanredne igre i sportska dostignuća privukli su pažnju milijuna gledatelja i medija diljem svijeta. Njihov utjecaj može se vidjeti kroz povećanu medijsku pažnju, gledanost, ali i povećano zanimanje za tenis.

Ova trojka nije samo oblikovala suvremeni tenis kao sport, već je i promijenila doživljaj tenisa i konzumaciju ovoga sporta od same publike. Njihov nevjerojatan uspjeh, stilovi igre i karizma doprinijeli su popularizaciji tenisa, inspirirali nove generacije igrača i ljubitelja sporta te omogućili teniskim turnirima i medijima veću privlačnost sponzora što u konačnici donosi i veći prihod. Izgradnja i promocija prepoznatljivih sportašica ili sportaša ključni je čimbenik u svakom sportu kako bi se proširila publika, što će rezultirati povećanim zanimanjem medija i privlačenjem sponzora.

## 11. Literatura

Knjige:

- [1] Andrews, P. 2005. *Sports journalism: A practical guide*. London: Sage Publications.
- [2] Brautović, M. 2011. *Online novinarstvo*. Zagreb: Školska knjiga.
- [3] Bjelica, S. B., Bjelica, D. J. (2006.) *Komunikacije u sportu*, Podgorica – Nikšić: Crnogorska sportska akademija Podgorica – Filozofski fakultet Nikšić
- [4] Coakley, J. (2007): *Sports in Society: Issues and Controversies*. New York: McGraw-Hill
- [5] Malović, S. (2005.) *Osnove novinarstva*, Zagreb: Golden marketing.
- [6] Malović, S. (2007.) *Mediji i društvo*, Zagreb: ICEJ.
- [7] Nicholson, M. (2007). *Sport and the media: Managing the nexus*. Oxford: Elsevier
- [8] Novak, Božidar *Hrvatsko novinarstvo u 20. stoljeću*, Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga, 2005
- [9] Pedersen, P. M., Miloch, K. S., Laucella, P. C. (2007). *Strategic sport communication*. Champaign: Human Kinetics
- [10] Sapunar, Marko. 2004. *Osnove znanosti o novinarstvu*. Vlastita naklada autora. Zagreb.
- [11] Steen, R. (2015). *Sports journalism: a multimedia primer*. Abingdon: Routledge.
- [12] Stofer, K. T., Schaffer, J. R., Rosenthal, B. A. (2010). *Sports journalism: An introduction to reporting and writing*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- [13] Stoldt, C. G., Branvold, S. E., Dittmore, S. W. (2012). *Sport public relations: managing stakeholder communication*. Champaign: Human kinetics.
- [14] Tomić, Z. (2016). *Odnosi s javnošću: terorija i praksa*. 2. izmijenjeno i dopunjeno izd. Zagreb: SYNOPSIS d.o.o.
- [15] Vasilj, M. (2014.) *Sportsko novinarstvo*, Zagreb: Synopsis.

Znanstveni, magistarski, diplomski i drugi radovi:

- [1] Bartoš, A. 2012. „Značaj i utjecaj elektronskih medija na popularizaciju sporta“. Stručni rad. Udruga za sport i rekreaciju „Veteran 91“, Zagreb.
- [2] Rodek, J. 2018. „Sport i mediji“. Pregledni članak. Kineziološki fakultet u Splitu. Split.

Internetski izvori:

- [1] <https://www.pageonepower.com/search-glossary/google-trends> (pristupljeno 30. kolovoza 2023.)
- [2] <https://www.24sata.hr> (pristupljeno 2. rujna 2023.)

[3] <https://www.vecernji.hr/vijesti/20-godina-portala-vecernjeg-lista-evo-kako-smo-poceli-i-kako-se-redakcija-mijenjala-1299616> ( pristupljeno 3. rujna 2023.)

[4] <https://www.thetimes.co.uk/static/about-us/> ( pristupljeno 3. rujna 2023.)

[5] <https://firstsportz.com/tennis-juan-carlos-ferrero-speaks-on-the-dominance-of-federer-nadal-and-djokovic/> ( pristupljeno 5. rujna 2023.)

[6] <https://www.atptour.com/en/> (pristupljeno 5. rujna 2023.)

[7] <https://trends.google.com/trends/> (pristupljeno 6. rujna 2023.)

## 12. Popis slika, tablica i grafikona

Slika 7.1. „Velika teniska trojka“ .....	15
Tablica 1. Prikaz objavljenih tekstova na ATP stranici.....	23
Tablica 2. Prikaz broja objavljenih tekstova na ATP stranici .....	24
Tablica 3. Prikaz objavljenih tekstova na ATP stranici.....	25
Tablica 4. Prikaz broja pretraživanja velike teniske trojke na portalima Večernji.hr i 24 sata .....	26
Grafikon 9.1 Prikaz objavljenih tekstova velike teniske trojke na ATP stranici u razdoblju od 2022. do 2023. godine .....	23
Grafikon 9.2 Prikaz objavljenih tekstova velike teniske trojke na ATP stranici u razdoblju od 2017. do 2018. godine .....	24
Grafikon 9.3 Usporedba tekstova objavljenih o velikoj teniskoj trojci i ostalim igračima u razdoblju od 2017. do 2022. godine .....	25
Grafikon 9.4 Prikaz broja pretraživanja na portalu Večernji.hr .....	26
Grafikon 9.5 Prikaz broja pretraživanja velike teniske trojke na britanskom portalu Thetimes.uk .....	27
Grafikon 9.6 Google trend usporedba Novaka Đokovića i Rafaela Nadala u web pretraživanju u posljednjih pet godina.....	28
Grafikon 9.7 Google trend usporedba Rogera Federera i Rafaela Nadala u web pretraživanju u posljednjih pet godina.....	29
Grafikon 9.8 Google trend usporedba Rogera Federera i Novaka Đokovića u web pretraživanju u posljednjih pet godina.....	29



Sveučilište  
Sjever

VŽKC



MMI



IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

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

Ja **Patrik Jazbec** pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor završnog rada pod naslovom „**Utjecaj velike teniske trojke na medije i publiku**“ te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student:  
**Patrik Jazbec**

*Patrik Jazbec*

(vlastoručni potpis)

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

Ja **Patrik Jazbec** neopozivo izjavljujem da sam suglasan s javnom objavom završnog rada pod naslovom „**Utjecaj velike teniske trojke na medije i publiku**“ čiji sam autor.

Student:  
**Patrik Jazbec**

*Patrik Jazbec*

(vlastoručni potpis)