

Percepcija američkog nogometa u Hrvatskoj u sezoni 2019./2020.

Mihaljević, Fran

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:941276>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-29**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

Fran Mihaljević

PERCEPCIJA AMERIČKOG NOGOMETA U HRVATSKOJ U SEZONI
2019./2020.

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2020.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

PERCEPCIJA AMERIČKOG NOGOMETA U HRVATSKOJ U SEZONI
2019./2020.

DIPLOMSKI RAD

mentor: dr. sc. Marin Galić

student: Fran Mihaljević

Zagreb,
rujan 2020.

IZJAVA O AUTORSTVU

Izjavljujem da sam diplomski rad „Globalizacija američkog nogometa na primjeru Hrvatske“ koji sam predao na ocjenu mentoru dr. sc. Marinu Galiću, napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTS-bodove.

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

Fran Mihaljević

ZAHVALE

Zahvalio bih svima koji su i na najmanji način pomogli u izradi ovog diplomskog rada, a posebno:

Tomislavu Globanu na ukazanom vremenu i pomoći;

Tomislavu Katiću, kojem želim da Zagreb Patriotse odvede do razine imenjaka iz Foxborougha;

prof. dr. sc. Draženu Laliću na sudjelovanju, pomoći i savjetima;

Martinu Sinkoviću, za kojega se nadam kako će u ovo vrijeme sljedeće godine biti dvostruki olimpijski prvak;

Vladi Radičeviću na neumornoj pomoći u finalizaciji intervjua s Peteom Radovichem,

Peteu Radovichu na izdvojenom vremenu i sudjelovanju;

dvojcu Ivan Ivković i Hrvoje Bulić – mentorima, kolegama, ali prije svega dragim prijateljima;

Posebna zahvala ide mojem mentoru, dr. sc. Marinu Galiću, na ukazanoj pomoći i povjerenju koje mi je pružio tijekom provođenja istraživanja i pisanja ovoga rada.

Na kraju, najveća zahvala ide mojoj obitelji – roditeljima, sestri i bratu, koji su uvijek bili tu za mene i na tome im neizmjereno hvala.

Fran

SADRŽAJ

1. Uvod.....	1
2. NFL u Sjedinjenim Američkim Državama.....	2
2.1. Formirajuće godine NFL-a.....	2
2.2. Američki sport broj jedan.....	8
2.3. Moderne godine.....	15
3. Super Bowl.....	20
4. Američki nogomet u Hrvatskoj.....	25
5. Istraživanje.....	28
6. Prikaz nalaza.....	38
7. Rasprava.....	50
8. Zaključak.....	58
9. Literatura.....	60

Popis ilustracija:

Slika 1: Joe Namath i glumica Raquel Welch na dodjeli Oscara 1972. godine	11
Slika 2: Pete Rozelle predstavlja plan spajanja dviju liga	13
Slika 3: Beyonce, Chris Martin i Bruno Mars nastupaju u poluvremenu Super Bowla 50	27
Slika 4: Tomislav Globan	31
Slika 5: Martin Sinković	32
Slika 6: Hrvoje Bulić	33
Slika 7: Tomislav Katić	34
Slika 8: Ivan Ivković	35
Slika 9: Dražen Lalić	36
Slika 10: Pete Radovich	37

Popis priloga:

PRILOG 1: Pitanja za polustrukturirani intervju	66
PRILOG 2: Intervju s Tomislavom Globanom	67
PRILOG 3: Intervju s Martinom Sinkovićem	71
PRILOG 4: Intervju s Hrvojem Bulićem	75
PRILOG 5: Intervju s Tomislavom Katićem	79
PRILOG 6: Intervju s Ivanom Ivkovićem	83
PRILOG 7: Intervju s Draženom Lalićem	88
PRILOG 8: Intervju s Peteom Radovichem	93

Popis tablica:

Tablica 1: Vrijednost televizijskih ugovora kroz povijest modernog NFL-a	16
Tablica 2: Gledanost Super Bowla kroz povijest	24
Tablica 3: Ocjena praćenosti NFL-a 2010. godine	39
Tablica 4: Ocjena trenutne popularnosti NFL-a	41
Tablica 5: Ocjena buduće popularnosti NFL-a	43
Tablica 6: Doprinos Sportkluba u promociji NFL-a	45
Tablica 7: Glavne prepreke američkog nogometa u Hrvatskoj	57

1. Uvod

Američki nogomet svakako je specifičan sport u širokoj paleti svjetski poznatih sportova. Razlog tome činjenica je da postoji samo jedna profesionalna liga na svijetu, *National Football League* (NFL), u kojoj ima mjesta samo za najbolje. Sama liga koncipirana je kao zatvoreni sustav s 32 franšize, specifičan američkom profesionalnom sportu, bez promocije i relegacije iz lige, uz godišnji limit plaća za igrače (*salary cap*) što omogućava neizvjesnost iz godine u godinu.

Američki nogomet kao sport razvio se iz dva europska sporta, nogometa i ragbija, koji su u drugoj polovici 19. stoljeća pristigli u Sjevernu Ameriku. Prvi zapis odigrane utakmice datira iz 1869. godine i utakmice dva sveučilišta, Rutgers i Princeton. Rutgers je slavio 6:4, u utakmici koja je više sličila ragbiju nego današnjem američkom nogometu. (Long, 2011)

Prijevod američkog naziva *football* u „američki nogomet“ nije najsretnije izveden u hrvatskoj inačici, ali on je kao takav uvriježen i koristit će se u ovom diplomskom radu. Kako je gore navedeno, sport ima puno više sličnosti s ragbijem, poput izgleda lopte, terena i cijele poante igre (postići polaganje u zadnjem polju protivnika), ali engleski naziv *football* za nogomet označava igru u kojoj se lopta okrugla oblika udara nogom (foot + ball). U američkom nogometu naziv *football* dolazi iz spoja riječi *foot* koja u ovom slučaju ne označava nogu, već mjernu jedinicu „stopa“ (jedna stopa = 30.48 centimetara) koliko otprilike iznosi dužina lopte koja se koristi na utakmici. Riječ *ball* označava loptu, ali spoj te dvije riječi u slobodnom bi prijevodu zvučao kao „lopta dužine stope“.

Ovaj diplomski rad bit će podijeljen u dva dijela, teorijski i istraživački. Cilj je dati cjeloviti uvid u značaj američkog nogometa u kontekstu globalizacije s posebnim naglaskom na prostor Hrvatske.

U prvom dijelu rada prikazat ću razvoj i značaj američkog nogometa u Sjedinjenim Američkim Državama, objasniti kako je postao najvažniji i najgledaniji sport te svojevrsni simbol američke kulture. Također, odgovorit ću i na pitanje zašto je Super Bowl jedan od najgledanijih i najvažnijih sportskih događaja na svijetu.

U drugom dijelu rada slijedit će istraživanje koje će kroz strukturirane intervjuje sa sugovornicima iz svijeta medija, sporta, ekonomije i sociologije imati za cilj analizirati stanje američkog nogometa u Hrvatskoj te dati odgovore na pitanja: Je li NFL u Hrvatskoj doživio uzlet u posljednjih deset godina? Koliko je za popularnost NFL-a u Hrvatskoj napravila Sportklub televizija sa svojim prijenosima i popratnim sadržajima? Je li američki nogomet osuđen isključivo na titulu medijskog sporta na prostoru Hrvatske?

Ovim radom želim prikazati trenutno stanje američkog nogometa u Hrvatskoj, istražiti uzroke koji su doveli do trenutne medijske i sportske situacije te istražiti načine na koji ovaj fantastični sport može dodatno rasti u hrvatskom medijskom i sportskom prostoru.

2. NFL u Sjedinjenim Američkim Državama

Nedavno zaključena sezona NFL-a bila je jubilarna, 100. po redu. U čast tome, NFL je iz tjedna u tjedan obilježavao svoju bogatu povijest na razne načine. U specijalnim televizijskim emisijama prikazivala se povijest NFL-a od najranijih dana, birala se ekipa stoljeća sačinjena od stotinu igrača podijeljenih u 15 pozicija i deset najvećih trenera svih vremena. Na popisu¹ su se našli igrači poput Cala Hubbarda koji je karijeru započeo 1927. godine i najstariji je igrač među izabranima, a popis sadrži i četvoricu aktivnih igrača od kojih je posljednji u ligu došao Rob Gronkowski 2010. godine. (nfl.com, 2020)

Treba uzeti u obzir kako je football u svojim počecima bio daleko od ovoga što je danas. Neorganizirana i često pretjerano nasilna igra s vremenom je postajala sve više sklonija taktici i znanju u odnosu na čistu snagu. Modificirana pravila koja su smanjila broj ozljeda i spasila opstanak sporta utjecala su i na rast popularnosti sporta koji je uspio u onome što se prije Drugog svjetskog rata smatralo nemogućim - prestići *baseball* po popularnosti i postati američki sport broj jedan.

Povijest NFL-a i footbala može se podijeliti u tri faze koje postupno transformiraju američki nogomet u najvažniji američki sport. Prvi dio govori o samim počecima i osnutku lige te postupnom rastu prije Drugog svjetskog rata i nakon njega. Drugi period povijesti NFL-a ujedno je i najvažniji jer se radi o godinama u kojima je football preuzeo primat američkog sporta broj jedan i postao ono što je danas, svojevrsno oličenje američke sportske kulture. Posljednji razdoblje traje i danas, a riječ je o godinama u kojima je NFL, zahvaljujući televiziji i internetu te spajanjem sporta i zabave, postao globalni brend i jedan od najgledanijih sportskih događaja u svijetu, generirajući profit za sve uključene.

2.1. Formirajuće godine NFL-a

Sedam godina nakon prve odigrane utakmice, američki nogomet postaje zastupljen sport na sveučilištima diljem Istočne obale i Kanade. U svrhu standardizacije igre, 1876. godine, objavljena je prva knjiga pravila koju je četiri godine kasnije „otac footbala“, Walter Camp,

¹cijeli popis igrača pogledati na <https://www.nfl.com/100/all-time-team/roster>

dodatno nadgradio uvođenjem linije razdvajanja (*line of scrimmage*) i brojem pokušaja (*downs*) čime su postavljeni temelji današnje igre. (Long, 2011)

Smanjenje broja igrača s ragbijaških 15 na trenutnih 11 i zamjena „skupa“ (*scrum*) bacanjem lopte unatrag (*snap*) kao početka akcije dovelo je do odvajanja američkog nogometa od ragbija i europskog nogometa. Također, ukinut je „leteći klin“ (*flying wedge*), formacija koja je iz sigurnosnih razloga nestala i iz ostalih sportova što je dovelo do povećanja sigurnosti u ionako krhkim godinama opstanka američkog nogometa.

Početak 20. stoljeća, točnije 1906. godine, prijetilo je potpuno ukidanje sporta, ali intervencijom američkog predsjednika Theodorea Roosevelta koji je uspio uvjeriti predstavnike sveučilišta da usvoje dodatne sigurnosne mjere kako bi se spriječile pogibije igrača na terenu, sport je ipak opstao. Prema podacima iz 1905. godine, 18 igrača poginulo je te godine na utakmicama zbog brutalnih startova i udaraca i manjka zaštitne opreme. (Long, 2011) Iste godine doneseno je najvažnije pravilo za razvoj američkog nogometa, pravilo koje ga je u potpunosti odvojilo od ragbija. Omogućeno je bacanje lopte prema naprijed, što je otvorilo nove taktičke mogućnosti i raširilo teren.

NFL kao liga nastao je na temeljima *American Professional Football Association* (APFA) 1920. godine. Sedmorica predstavnika četiriju klubova iz savezne države Ohio održali su sastanak u automehaničarskoj radionici Ralpa Haya u Cantonu prilikom kojeg su dogovorili osnivanje *American Professional Football Conference*, prve službene konferencije u povijesti lige. Par mjeseci kasnije, u istoj automehaničarskoj radnji, održani su novi sastanci koji su u kolovozu doveli tri nova kluba u ligu, dok su mjesec dana kasnije u ligu uključene preostale franšize, njih sedam. (Crepeau, 2014)

Prvi predsjednik lige bio je Jim Thorpe, dvostruki olimpijski prvak iz Stockholma, a među osnivačima našao se i George Halas, osnivač *Decatur Staleysa*, današnjih *Chicago Bearsa* koji su i dalje u vlasništvu obitelji Halas (trenutna vlasnica njegova je najmlađa kćer, Virginia McCaskey Halas). Sam Halas jedan je sastanak opisao riječima: „Sjedili smo na branicama automobilima, ispijali pivo pokušavajući osnovati profesionalnu ligu.“ (Crepeau, 2014: 7)

Pobjednicima na kraju prve sezone proglašena je ekipa *Akron Pros* iz savezne države Ohio koja je ostvarila učinak od osam pobjeda i tri neriješena susreta. Za usporedbu,

drugoplasirana ekipa *Decatur Staleys* ostvarila je dvije pobjede više, ali je zbog jednog poraza imala slabiji postotak pobjeda, iako je odigrala i dva susreta više od Akrona. Kroz sezonu, ekipe su odigrale između sedam i trinaest utakmica, ovisno o tome koliko je tko stigao zbog nejasnog rasporeda i financijskih mogućnosti. (Long, 2011)

Sa završenom prvom sezonom, tadašnja liga susrela se s problemom gledanosti. Prosjek gledatelja na stadionima iznosio je tek nešto više od 4000 gledatelja uz pojedine utakmice koje su privlačile preko 10 000 gledatelja. Problem je predstavljao manjak interesa, izuzev gradova u kojima se igralo, kao i velika popularnost sveučilišnog footbala koji je bez problema privlačio više desetaka tisuća gledatelja na račun tradicije i rivalstava među sveučilištima koja su se održala i danas.

Utakmica između dva vojna učilišta, *Army* (vojska) i *Navy* (mornarica), tradicionalno se igrala krajem kalendarske godine na neutralnoj lokaciji. Svojevrni prijateljski, ali i natjecateljski susret između West Pointa i Annapolisa, vojne i mornaričke akademije, ratne 1945. godine privukao je najveću gledanost u tadašnjoj povijesti sveučilišnog footbala. U svojevršnom festivalu pobjede u Drugom svjetskom ratu, na stadionu Wells Fargo u Philadelphiji, utakmici je prisustvovalo 102 000 gledatelja, uključujući novog američkog predsjednika Harry S. Trumana. Utakmica je naknadno uvrštena među „utakmice stoljeća“ i privukla je skoro dvostruko više gledatelja od najgledanije utakmice NFL-a iste sezone. (SBNation.com, 2020)

American Professional Football Association 1922. godine mijenja ime u National Football League (NFL), ime koje se održalo do danas. Te iste sezone u ligi su nastupale tri franšize koje su se održale do danas. Chicago Staleys te su godine u čast baseball ekipe Chicago Cubs (medvjedići) postali *Chicago Bearsi*, *Green Bay Packersi* godinu ranije pristupili su novoj ligi, dok je druga ekipa iz Chicaga, Cardinals, danas smještena u Phoenixu, te nosi ime *Arizona Cardinals*. Povodom stote NFL sezone, upravo je dvoboj Chicago Bearsa i Green Bay Packersa otvorio jubilarnu sezonu, u čast dvije ekipe osnovane 1919. godine.²

Upravo su Green Bay Packersi najbolji primjer kakvi su financijski uvjeti bili u prvim godinama nove lige. Prvu sezonu odigrali su koristeći sveučilišne igrače, dok su u drugoj bili na

² <http://www.nfl.com/news/story/0ap3000001024147/article/packersbears-rivalry-kicks-off-2019-nfl-season> (datum pristupa 09.05.2020.)

rubu bankrota i prestanka postojanja. Osmišljeni sistem koji je i danas na snazi u Packersima temeljio se na prodaji dionica u vrijednosti od pet dolara kako bi održali ekipu „na životu“. (Crepeau, 2014) Isti sistem vlasništva svih ovih godina čuva Packerse u Green Bayu, gradiću od jedva 100 000 stanovnika.

Packersi kao primjer nisu slučajno odabrani. Tijekom prvih deset godina postojanja lige, kroz sustav natjecanja prošlo je skoro četrdeset različitih ekipa od kojih su mnoge uspjele izdržati svega godinu ili dvije. Joe Carr, novi predsjednik lige posvetio se rješavanju problema neujednačenog rasporeda, financijski nestabilnih ekipa i manjka popularnosti tijekom svojeg upravljanja, što se probalo riješiti privlačenjem sveučilišnih zvijezda i pojavom novih investitora.

Dva dana po završetku sveučilišne sezone, Harold „Red“ Grange, *halfback* (trkač/probijač) sveučilišta Illinois potpisao je ugovor s Chicago Bearsima i postao najveća zvijezda lige zbog koje su ljudi dolazili gledati utakmice. Posjećenost gradskog derbija protiv Cardinalsa iznosila je 36 000 gledatelja, dok je Tim Mara, vlasnik *New York Giantsa* koje je kupio za 500 dolara, uspio isposlovati da se utakmica Bearsa i Giantsa odigra na njegovom stadionu *Polo Grounds* kako bi pokrio financijske gubitke iz prošle sezone (zarada od ulaznica iznosila je 143 500 tadašnjih dolara ili 2.1 milijun današnjih dolara). Utakmica je bila najposjećenija u povijesti, sa 76 000 gledatelja koji su došli vidjeti čovjeka koji je „spasio“ ligu. (Long, 2011)

Red Grange, po osnutku *Pro Football Hall of Fame* (Kuće slavnih američkog nogometa) 1963. godine, bio je jedan od prvih 17 odabranika koji su našli svoje mjesto kao velikani i najvažniji pojedinci u povijesti američkog nogometa. Uz Grangea, svoja mjesta pronašla su i prva dva predsjednika, Jim Thorpe i Joe Carr, kao i tri vlasnika i dalje aktivnih franšiza, George Halas iz Chicago Bearsa, Tim Mara iz New York Giantsa te *Curly Lambeau* iz Green Bay Packersa. (profootballhof.com, 2020)

NFL se polagano širio tijekom tridesetih godina 20. stoljeća te su pristigle franšize koje i danas čine sastavni dio lige. *Pittsburgh Pirates* (danas Pittsburgh Steelers), *Philadelphia Eagles*, *Boston Braves* (Washington Redskins), *Cleveland Rams* (Los Angeles Rams) i *Portsmouth Spartans* (Detroit Lions) pet je franšiza koje su svoje mjesto pronašle u tridesetim godinama te su danas dio „devetorke“ koja je nastala u predratnim godinama. Također, u tridesetim godinama

nastala su i dva neizostavna dijela NFL sezone; godišnji izbor sveučilišnih igrača (NFL Draft) i doigravanje koje je u početku bila samo jedna utakmica između pobjednika konferencija.

U istom razdoblju, javljaju se i prvi afroamerički igrači u ligi, ali segregacija je i dalje prejaka u navedenom razdoblju, te 1933. dolazi do dogovora koji je predložio vlasnik Boston Bravesa (danas Washington Redskinsa), George Preston Marshall - nema mjesta za tamnopusite igrače. Upravo je Marshall bio posljednji vlasnik koji je angažirao tamnopusitog igrača, punih 29 godina nakon donesenog pravila. Kenny Washington, jedan od najboljih sveučilišnih igrača na održanom draftu 1940. godine, ostao je neizabran zbog boje kože, iako je bio vrhunski igrač s nacionalnim priznanjima. Možda je svojevrsna pravda kako je upravo on postao prvi tamnopusiti igrač u povijesti poslijeratnog NFL-a, ali i kako je na sveučilištu bio suigrač Jackie Robinsona, igrača koji je otvorio vrata tamnopusitim igračima u profesionalnom bejzbolu. (Paolantonio, 2015)

Drugi svjetski rat zahvatio je i američki profesionalni sport, ali ne u tolikoj mjeri kao bejzbol. U to vrijeme, bejzbol je i dalje bio američki sport broj jedan i odlazak najvećih zvijezda na ratište utjecao je na kvalitetu lige. Također, financijski nestabilne franšize prekinule su postojanje što je ostavilo samo stabilne franšize, odnosno navedenu devetorku, od kojih su Ramsi pauzirali sezonu 1943. godine, dok su Philadelphia i Pittsburgh kao gradovi iz iste savezne države jednostavno spojili preostale igrače u jednu momčad, kolokvijalno zvanu *Steagles* (kombinacija nadimaka Steelers i Eagles). (Crepeau, 2014)

Godine nakon rata dovele su do osnivanja Cleveland Brownsa, koji su dobili ime po osnivaču i suvlasniku, Paulu Brownu. Brown je jedna od najvažnijih figura u povijesti sporta, trener koji je uveo američki nogomet u profesionalne vode. Tehnike koje je koristio i inovacije koje je uveo danas su sastavni dio američkog nogometa; pozivao je akcije svoje ekipe, zapošljavao je pomoćne trenere na stalne ugovore, uveo gledanje videokazeta s utakmicama protivnika u svrhu pripreme, crtao nove akcije, posebno pripremao ekipu ovisno o protivniku koristeći njihove mane te uveo disciplinu i pravila ponašanja u franšizu kako bi stvorio profesionalne uvjete. (Crepeau, 2014) Tražimo li usporedbu Paulu Brownu među nogometnim trenerima to bi morao biti Rinus Michels - dva autoritativna trenera koja su napravila revoluciju u vlastitom sportu. Jedan je izmislio „totalni nogomet“ i postavio temelje moderne igre, drugi je uveo NFL u profesionalne vode, osvjetljavajući put prema ultimativnom statusu američke sportske svetinje.

2.2. Američki sport broj jedan

Dolaskom šezdesetih godina 20. stoljeća, NFL polagano počinje sličiti današnjoj ligi. Veliki broj zvijezda igrao je u tim godinama, igrači koji se danas smatraju jednim od najboljih na svojoj poziciji u povijesti. Tako su Jim Brown, Johnny Unitas, Gale Sayers, Dick Butkus i Deacon Jones prve velike zvijezde lige koja je do tada bila podređena sveučilišnim utakmicama. Njihovom pojavom i statusom koji su uživali polagano se počeo i profesionalni football približavati poziciji gdje su ga vlasnici i liga priželjkivali - na samome vrhu ljestvice američkih sportova.

Nakon iznenadne smrti predsjednika Berta Bella u listopadu 1959. godine, čelnici franšiza okupili su se kako bi izabrali novog predsjednika lige koji će se pozabaviti nadolazećim prijetnjama u vidu nove *American Football League* (AFL). Stariji vlasnici zalagali su se za Austina Gunsela, Bellovog zamjenika i privremenog predsjednika lige, dok su noviji vlasnici gurali Marshalla Leahya, odvjetnika San Francisco 49ersa. Nakon 22 neuspješna glasovanja, Jack Mara i Dan Reeves odlučili su kako je potreban treći, neovisni kandidat. Izabran je tada 33-godišnji generalni menadžer Los Angeles Ramsa Alvin „Pete“ Rozelle, što se pokazalo najboljom odlukom u povijesti lige. (Oriard, 2010)

Dolaskom na poziciju predsjednika, Rozelle je odmah premjestio urede lige iz Philadelphije u Rockefeller Centar u New Yorku, smjestivši ih blizu zgrada televizijskih kuća. Sama simbolika tog poteza može se najbolje okarakterizirati kao odmak od starih dana i prelazak na novo poglavlje. Prvi značajni potez novog predsjednika odnosio se na poboljšanje televizijskih prava za sve uključene. Do tog trenutka klubovi su sami ugovarali iznose za prijenose utakmica koji su ovisili o uspjesima, lokaciji i ostalim faktorima. Primjerice, New York Giantsi dobivali su 175 000 dolara, odnosno 100 000 više od Green Bay Packersa. Rozelle je uveo novi sistem koji danas koriste sve američke lige i pojedine europske nogometne lige. Pravilna raspodjela novca za sve uključene, neovisno o tržištu i uspjehu, jer time se osigurava stabilnost svim franšizama, što je Rozelle dugoročno predvidio kao smjer u kojemu liga treba ići. (Oriard, 2010)

Lamar Hunt, 27-godišnji sin naftaša H.L. Hunta, htio je vlastitu franšizu u NFL-u. Manjak razumijevanja preostalih vlasnika NFL-a i njihovo odbijanje za ekspanzijom dovelo je

do osnivanja nove lige. Hunt je ubrzo pozvao mlade bogataše da mu se pridruže, te je 1959. godine nastao AFL. Bud Adams, još jedan naftaš, osnovao je franšizu u Houstonu, koju je prigodno nazvao Oilers. Hotelski magnat Barron Hilton smjestio je Chargerse u Los Angeles, Ralph Wilson osnovao je Buffalo Bills, Bob Howsman Denver Bronco, dok su dva najstarija vlasnika, 52-godišnji Chet Soda i 45-godišnji Billy Sullivan, postali vlasnici Oakland Raidersa i Boston Patriotsa. Navedena sedmorka ubrzo je postala osmorka kada im se pridružio Harry Wismer s New York Titansima te su ubrzo postali poznati i kao „Originalna AFL osmorka“. (Gruver, 1997)

Borba između NFL-a i AFL-a nastavila se i u pogledu igrača koji su izlazili na draft te su ubrzo krenule ponude s obje strane za sveučilišne igrače. NFL je imao prednost većih, već postojećih zvijezda u svojim redovima, dok je AFL bio očajan za zvijezdama koji će puniti stadione, što je rezultiralo većim ugovorima, ali i minusom na kraju prve dvije sezone postojanja. Ipak, AFL je izvojevao jednu veliku pobjedu nad NFL-om. Njihov ugovor s televizijskom kućom ABC iznosio je skoro 50 000 dolara po ekipi više od NFL-ovog, ali prava pobjeda dogodila se na finalnoj utakmici AFL-a 1962. između Houston Oilersa (od 1997. Tennessee Titans) i Dallas Texansa (dva mjeseca kasnije postali Kansas City Chiefs) koja je zbog lošeg vremena diljem Sjedinjenih Američkih Država privukla 58 milijuna televizijskih gledatelja, a usput je ponudila nevjerojatnu napetost do samog kraja susreta, čime su mnogi Amerikanci odlučili dati priliku i novoj ligi. NFL je imao tradiciju i jake obrane, AFL inovativnost i napadačku rapsodiju što je dovelo i do nadimka **Always Fun League**. (Crepeau, 2014)

Lamar Hunt zasigurno je jedna od najvažnijih figura u povijesti NFL-a. Uz osnivanje nove lige koja će ubrzo spojiti svoje operacije s NFL-om, zaslužan je i za konačnu desegregaciju. AFL-om je vladalo razmišljanje kako je svaki dobar igrač vrijedan igrač, bio on bijel ili crn. Nije se radila podjela, a upravo je Hunt bio glavni zagovaratelj ideje ravnopravnosti i svoje je riječi prenosio u djela. U trenutku tada četvrtog po redu Super Bowla, polovica igrača Chiefsa bila je tamnoputa. Središnji *linebacker* i *quarterback*, „misaone pozicije“ u američkom nogometu, kao lideri obrane i napada upravo su u AFL-u prvi puta zauzeli tamnoputi igrači. Vrijeđanje i ponižavanje tamnoputih igrača tijekom All Star vikenda u New Orleansu 1965. i potencijalni bojkot istih riješen je prebacivanjem utakmice u Houston čime je poslana jasna poruka, ali je i uočeno kako profesionalni sport ima snagu stati na kraj diskriminaciji. Rozette i NFL pratili su u

stopu Huntove zamisli te je i najveći zagovornik segregacije, George Marshall iz Washington Redskinsa, bio prisiljen angažirati tamnoputog igrača 1962. godine, čime je konačno zatvoreno jedno ružno i sramotno poglavlje lige. (Crepeau, 2014)

Rat između dvije lige dosegao je vrhunac 1965. godine na draftu kada su St. Louis Cardinals iz NFL-a i New York Jetsi iz AFL-a u istom danu izabrali istog igrača, tako je Joe Namath postao čovjek koji je dodatno zakomplicirao odnose dviju liga. Namath je tražio od ekipe koja ga potpiše ugovor od minimalno 200 000 američkih dolara i novi automobil *Lincoln Continental* što su inicijalno Cardinals bili spremni platiti, ali na koncu Namath je odabrao New York Jetse koji su mu platili 427 000 dolara za tri sezone (140 000 po godini), tada najveći ugovor u povijesti lige, uz naravno, novi kabriolet Lincoln Continental vrijedan 7000 dolara. (Yeatter, 2012)

Namath je godinu prije izlaska na draft imao tešku ozljedu koljena koja ga je ujedno maknula s liste potencijalnih putnika u Vijetnam i omogućila mu da se posveti američkom nogometu. Vlasnik Jetsa, Sonny Werblin, izgubio je u dvije ranije sezone skoro milijun i 400 tisuća dolara, ali gledao je dugoročno i čekao svojeg spasitelja kojeg je vidio u Namatahu. Liječnik franšize dr. James Nicholas pregledao je brzinski Namathovo koljeno prije *press* konferencije i savjetovao vlasniku da potraži drugog quarterbacka jer Namath nema „više od četiri sezone u koljenu“. (Lederer, 2018: 92)

Vlasnik Sonny Werblin samo u prvome tjednu nakon dovođenja Namatha prodao je karata u vrijednosti većoj od 200 000 dolara. (Crepeau, 2014) Suigrači su govorili kako postoje dva seta pravila, jedna za Namatha, druga za ostale. Joe Namath, uz vrhunsku sportsku karijeru iz koje se uvijek izdvaja pobjeda protiv favoriziranih Baltimore Coltsa u Super Bowlu III (prva finalna pobjeda AFL ekipe nad NFL ekipom), donio je u američki nogomet i životni stil popularnih zvijezda zbog čega je i dobio nadimak *Broadway Joe*. Namath je bio prvi *football celebrity* koji je poslije osvajanja Super Bowla imao status božanstva. Snimao je reklame i glumio u serijama, imao popularnost ravnu Beatlesima, Frank Sinatra ga je obožavao, dok je Elvis Presley predvodio ovacije publike kad je Namath došao na njegov koncert. (Paolantonio, 2015)

Slika 1: Joe Namath i glumica Raquel Welch na dodjeli Oscara 1972. godine



Izvor: IMDB.com (2020) (autor fotografije: Gary Lewis)

Upravo je 1965. godina označila početak promjene. Televizijska gledanost porasla je za sedam posto (NFL), odnosno 25 posto (AFL), što je donijelo više novca koji je morao biti negdje potrošen. Joe Namath bio je samo jedan od igrača koji su zahvaćeni u borbi između dvije lige za potpisivanjem najboljih sveučilišnih igrača. Gale Sayers, Mike Garrett, Lance Alworth i mnogi drugi igrači izabrani su od strane obje lige i vlasnici su krenuli masovno trošiti novac na igrače kako bi ih privukli u svoju ekipu. Procjenjuje se kako su samo 1966. godine vlasnici potrošili 25 milijuna dolara za plaće i bonuse tek izabranih igrača sa sveučilišta. (Crepeau, 2014)

U Harrisovoj službenoj anketi krajem listopada 1965. godine, američki nogomet prvi je put prestigao bejzbol na ljestvici najpopularnijih sportova. (latimes.com, 2020) Porastom popularnosti američkog nogometa diljem Sjedinjenih Američkih Država sve je više gradova htjelo svoju franšizu i ubrzo je uz rat za sveučilišne igrače krenuo i rat za ekspanziju. Atlanta je prvi grad koji je doživio takvu sudbinu, odobreno im je mjesto u AFL-u, ali zahvaljujući brzom reakciji komesara NFL-a Petea Rozellea provedeno je ispitivanje koje je pokazalo kako građani

Atlante preferiraju NFL i da u toj ligi žele gledati svoju franšizu. Ista situacija dogodila se i u Minneapolisu koji je prvotno trebao biti jedan od gradova osnivača AFL-a, ali odlučili su čekati otvaranje mjesta u NFL-u čime su otvorili mjesto Oaklandu u AFL-u. Suočen s dva poraza, AFL se okreće južnim gradovima i privlači Miami koji je platio 7.5 milijuna dolara za franšizu. (Crepeau, 2014)

Ključni čovjek za konačno spajanje dvaju neprijatelja bio je vlasnik Dallas Cowboysa, Tex Schramm, koji je nakon neobuzdanog trošenja 1966. godine kontaktirao predsjednika lige Rozellea u vezi potencijalnog spajanja dviju liga kako bi se zaustavio sukob i neobuzdano trošenje. Rozelle u početku nije bio za spajanje jer je vjerovao kako će NFL isplivati kao pobjednik, ali pod pritiskom vlasnika ovlastio je Schramma za predstavnika NFL-a koji će s Lamarom Huntom kao predstavnikom AFL-a održati tajne sastanke u vezi spajanja. Nakon mjesec dana pregovora došli su blizu spajanja, da bi nedugo potom New York Giantsi i Tim Mara potpisali igrača iz druge lige, što je do tada bilo nezamislivo, čime su pobornici „ratnog stanja“ došli na svoje. (Crepeau, 2014: 66-67)

Ubrzo su krenuli potpisi i drugih igrača između dvije lige te je došlo do trenutka u kojemu su vlasnici poručili Rozelleu kako idu u spajanje „s njim ili bez njega“ na što je konačno Rozelle popustio i krenuo u izradu plana širenja i spajanja koji je ponuđen AFL-u uz poruku „uzmi ili ostavi“, na što su u konačnici vlasnici AFL franšiza i pristali. (Crepeau, 2014: 67)

Dogovoreno je postupno spajanje dviju liga, AFL se obvezao platiti NFL-u 18 milijuna dolara u narednih dvadeset godina te dodatnih 10 milijuna New York Giantsima i osam milijuna San Francisco 49ersima zbog konkurentnosti tržišta (Oakland Raidersi i New York Jetsi kao dvije ekipe pristigle iz AFL-a). (Crepeau, 2014: 67) Dogovoreno je i osnivanje dvije nove franšize u narednim godinama, finalna utakmica između dvije lige koja će dati konačnog pobjednika te su dogovoreni i financijski uvjeti televizijskih ugovora koji su ostali netaknuti do 1970. godine i konačnog spajanja dvije lige u jednu, pod nazivom *National Football League*.

U novoosnovanoj ligi postojat će dvije konferencije, *American Football Conference* (sastavljena od bivših AFL franšiza) i *National Football Conference* (sastavljena od originalnih NFL franšiza), koje će imati zajednički NFL Draft od 1967. godine, uz Petea Rozellea kao čelnog čovjeka udruženih liga i prvog komesara zajedničkog NFL-a. (Crepeau, 2014: 68)

U sedamdesete je godine NFL ušao s 26 franšiza, 10 iz AFL-a i 16 iz NFL-a te je bilo potrebno izjednačiti konferencije na jednaki broj. Iz toga razloga, tri originalne NFL ekipe preselile su u Američku konferenciju, u kojoj su se zadržale i do danas. Riječ je o Pittsburgh Steelersima, Baltimore Coltsima (danas u Indianapolisu) i Cleveland Brownsima koji su smješteni u diviziju upravo s novom franšizom Paula Browna, Cincinnati Bengalsima. (latimes.com) Šest godina kasnije u ligu su ušle dvije nove franšize, *Seattle Seahawksi* i *Tampa Bay Buccaneersi*, što je ubrzo dovelo i do povećanja broja utakmica s 14 na 16.

Slika 2: Pete Rozelle predstavlja plan spajanja dviju liga



Izvor: Latimes.com (2020) (autor fotografije: John Duricka)

Najveći udarac koji je liga zadobila u sedamdesetima vezan je za *Rozelle Rule* koji datira iz 1974. godine. Tim pravilom komesar lige Pete Rozelle imao je pravo dodijeliti kompenzaciju ekipi koja je izgubila igrača od strane druge ekipe, bilo preko oduzimanja igrača ili draft izbora. Zbog tog pravila igrači su održali štrajk od 1. srpnja do 10. kolovoza te je na koncu pravilo srušeno na sudu zbog američkog zakona znanog kao Shermanova stavka. (latimes.com)

Predvodnik kolektiva NFLPA (National Football League Players Association) bio je mladi odvjetnik Ed Garvey koji je uspio srušiti Rozelle Rule na sudu te krenuo u borbu za povećanje minimalnih plaća *rookie* igrača i veterana, ukidanje kazni za nepoštivanje pravila ponašanja te povećanje dnevnica za vrijeme trening kampova. (Oriard, 2010)

Ako je Paul Brown glavna figura pedesetih godina, Joe Namath ikona šezdesetih, u sedamdesetima i osamdesetima dva su čovjeka ostavila najveći trenerski trag. Jedan je trener s najviše pobjeda u povijesti lige, ali bez revolucionarnog utjecaja na samu dinamiku igre, Don Shula. Suprotno tadašnjim običajima, njegovi Miami Dolphinsi bili su sastavljeni od velikog broja kvalitetnih igrača, ali bez izražene zvijezde te su se oslanjali na snagu i igru po zemlji. Iako postoje argumenti da su Oakland Raidersi, Dallas Cowboysi i Pittsburgh Steelersi imali bolje ekipe u sedamdesetima i više uspjeha, ipak su Dolphinsi Dona Shule jedini uspjeli ostvariti neporaženu sezonu, nešto što se ipak ne može zanemariti kada se traži ekipa desetljeća. (Long, 2011)

Bill Walsh, trener koji je izumio *west coast* napad na sveučilištu Stanford te ga kasnije prenio na NFL terene kroz San Francisco 49erse, jedan je od najvećih reformatora igre. Napad koji se temelji na brzim, kratkim dodavanjima i općenito daje prednost bacanju lopte i uključivanju svih igrača u napad, suprotan tradicionalnim formacijama i formacijama u kojima se favorizira probijanje i trčanje s loptom. *Running back* ili probijač, u *west coast* napadu često je glavni hvatač jer dolazi iz pozadine i nije primarni fokus obrane. Walsh je implementirao napad u San Francisco 49erse koji su u svojim redovima imali Joe Montanu, jednog od najboljih quarterbackova u povijesti te Jerry Ricea, najboljeg *wide receivera* u povijesti koji su činili temelje izuzetnog napada koji je tri puta vodio San Francisco do Super Bowla. Zbog svega toga Ninersi su zasigurno najvažnija ekipa osamdesetih, a Bill Walsh svojim je napadom i inovacijama nadogrudio ideje Sida Gillmana te pokrenuo napadačku filozofiju koja je u narednih tridesetak godina bila temelj mnogih trenera i eventualnih Super Bowl prvaka. (Long, 2011)

Trener, ali prije svega inovator, sam se možda i najbolje opisao riječima: „Ako imam jedan talent, onda je to na umjetničkoj strani terena. Varijacije kretanja 11 ljudi na terenu najljepša je stvar profesionalnog footbala.“ (nytimes.com, 2020)

2.3. Moderne godine

Dolaskom devedesetih godina prošlog stoljeća NFL je već duboko etabliran u američku kulturu i suvereno drži status američkog sporta broj jedan. Glavni razlog tome razvoj je televizije koja je donijela više prijenosa utakmica, kao i udarne televizijske termine. Tako Crepeau (2014) navodi kako početkom devedesetih od 25 najgledanijih sportskih događaja u Sjedinjenim Američkim Državama, njih 22 upravo su utakmice američkog nogometa, uključujući deset najgledanijih. Samim time, postavilo se pitanje što je skuplje, kupiti prava za NFL utakmice ili ne prikazivati NFL i time gubiti gledatelje? (Crepeau, 2014: 107)

Pete Rozelle povukao se s mjesta komesara lige 1989. godine i ostavio ju u financijski izvrsnom stanju. U trenutku njegovog odlaska liga je imala godišnje prihode od 975 milijuna dolara i prosječna vrijednost franšize iznosila je oko 100 milijuna. (Oriard, 2010) Navedeno je ranije kako je Miami svega dvadeset godina ranije platio franšizu i mjesto u ligi 7.5 milijuna dolara, što je povećanje vrijednosti od 1333.4 %. Gledajući 2018. godinu, NFL je imao godišnji prihod od 14.48 milijardi dolara, dok je prosječna vrijednost franšize 2.57 milijardi američkih dolara, što odražava godišnji skok od 2% porasta vrijednosti iz sezone u sezonu. (forbes.com, 2020)

Novi komesar lige Paul Tagliabue imao je financijski i organizacijski sređenu situaciju, potpuno suprotnu onoj koju je zatekao Pete Rozelle. No, porast popularnosti i javljanje novih kabelskih operatera zainteresiranih za prijenose NFL-a, poput Fox Networka i ESPN-a, dovelo je do osnivanja vlastitog NFL televizijskog kanala. (Oriard, 2010) Osnivanje NFL Networka 2003. godine pokrenulo je dodatnu zaradu za vlasnike i ligu jer su dodani novi termini odigravanja utakmica. Od rujna do studenog, profesionalni američki nogomet, ili u ovom slučaju NFL, ne smije se igrati petkom i subotom što je dovelo do osnivanja *Thursday Night Footballa* (TNF) čime liga direktno drži u vlasništvu jedan od tri *primetime* termina. (Billick, 2009) Vlasništvo nad jednim udarnim terminom omogućava NFL-u da loše, nezanimljive ili marketinški neprimamljive ekipe imaju barem jednu utakmicu na nacionalnoj televiziji u izoliranom terminu.

Utakmica ponedjeljkom, tradicionalni *Monday Night Football* (MNF), pokrenut je 1970. godine i unio je revoluciju u prijenose NFL utakmica. Isprva udarni termin nije bio primamljiv televizijskim kućama zbog solidne, ali ne spektakularne popularnosti američkog nogometa pa je

Rozelle imao problema s nalaskom zainteresirane TV kuće. Roone Arledge, direktor ABC-a, u prvoj sezoni uzeo je samo šest utakmica kao svojevrsni eksperiment u kojemu će koristiti šest kamera umjesto tri kamere na terenu uz dodatne helikopterske kamere, snimatelje uz teren i ostale do tada neviđene načine snimanja utakmica. Plan je bio i privući veći broj žena i djece kroz humoristične skečeve tijekom poluvremena komentatora Dona Mereditha i Howarda Cossella „koji je imao sposobnost iziritirati skoro svaku osobu u Americi“. (Crepeau, 2014: 97) Time je Monday Night Football postao apsolutni hit među američkim gledateljima, polagano pretvarajući primetime termin poželjnim i ostalim televizijskim kućama. ESPN je preuzeo prijenose Monday Night Football utakmica i 2006. godine platio 8.8 milijardi dolara za osmogodišnje razdoblje i to bez uključene trogodišnje rotacije Super Bowla između ostalih televizijskih kuća. Šest godina kasnije, produžili su ugovor na novih osam godina, ali to su platili čak 73% više, ukupno 15.2 milijarde dolara. (nytimes.com, 2020)

Tablica 1: Vrijednost televizijskih ugovora kroz povijest modernog NFL-a

Godina potpisivanja ugovora	Vrijednost i trajanje ugovora (4, 5, 7 godina)	Televizijske kuće
1970.	156 milijuna (4 godine)	CBS, NBC
1977.	646 milijuna (4 godine)	ABC, CBS, NBC
1982.	2.1 milijarda (5 godina)	ABC, CBS, NBC
1993.	4.4 milijarde (4 godine)	ABC, ESPN, FOX, NBC, TNT
2005.	22.4 milijarde (4 godine)	ABC, CBS, ESPN, FOX
Trenutni ugovori (od 2014. i 2015. do 2021./2022.)	54.65 milijardi (7 godina)	CBS, ESPN, FOX, NBC

Sredinom devedesetih liga je dosegla razinu u kojoj je nekoliko ekipe iz godine u godinu igralo Super Bowl jer su imali neograničen budžet za plaćanje svojih najboljih igrača koji zbog tadašnjih pravila o izjednačavanju plaća nisu mogli odlaziti iz svojih ekipa. Takav način poslovanja nije odgovarao igračima koji su krenuli u borbu za slobodno tržište, što se i ostvarilo 1993. godine micanjem zaštite nad igračima, izuzev igrača koji su tek zaključili svoj rookie

ugovor. Time je NFL ušao u novi način poslovanja u kojemu su igrači dobili veća prava kroz vlastitu organizaciju NFLPA koja se uspješno izborila za minimalnu plaću, veću raspodjelu zarade, ali i ono najvažnije; jednakost odlučivanja i svoje mjesto za stolom s vlasnicima. (Oriard, 2010)

Godinu nakon uvođenja slobodnog tržišta igrača, na snagu je stupio prvi *salary cap*, maksimalni budžet koje ekipe smiju potrošiti na plaće igrača u jednoj sezoni kako bi se povećala neizvjesnost i uzbuđenje u ligi, ali i održao balans potrošnje. Prvi salary cap iznosio je 34.6 milijuna dolara te je dogovoreno kako će rasti ovisno o rastu prihoda. Sukladno rastu prihoda, rasle su i plaće igrača, što je iz godine u godinu povećavalo salary cap. Prosječna plaća 1988. godine iznosila je 250 tisuća dolara, 1997. godine skočila je na 800 tisuća, dok je 2009. godine iznosila 1.8 milijun dolara što je dovelo do porasta salary capa na 128 milijuna dolara. (Long, 2011) Sezona 2020. imat će salary cap od 198 milijuna dolara (nfl.com, 2020), a za sezonu 2021. očekivao se prelazak granice od 200 milijuna koji će vjerojatno zbog pandemije COVID-19 morati pričekati koju godinu.

Od 1984. do 1993. godine, u deset sezona Super Bowl igralo je deset franšiza, uz česta ponavljanja finalista iz godine u godinu (četiri uzastopna finala Buffala, tri naslova Dallasa u četiri sezone). Prvih deset godina salary cap ere dovelo je do veće neizvjesnosti što je rezultiralo s 15 Super Bowl sudionika i prestankom dinastija Dallasa i San Francisca koje su dominirale krajem osamdesetih i početkom devedesetih, otvarajući mjesta novim franšizama da dođu do uspjeha.

Od uvođenja salary capa do 2019. godine, ukupno su 22 franšize (espn.com, 2020) pronašle put do završne utakmice sezone, odnosno više od dvije trećine lige, što pokazuje kako je salary cap bio korak u pravom smjeru za nepredvidljivost i pokazatelj kako i najslabije ekipe mogu kroz nekoliko godina dobrog draftiranja i pametnog poslovanja postati najbolje. Najbolji su primjer za posljednju tvrdnju San Francisco 49ersi koju su u sezoni 2018. imali drugi najlošiji omjer u ligi, da bi svega godinu dana kasnije upisali poraz u Super Bowlu od Kansas City Chiefsa.

Do početka devedesetih NFL je bio uglavnom rezerviran za mušku populaciju Sjedinjenih Američkih Država te se često koristio termin „Father's Sunday“ kada se spominjao

football u kontekstu televizije. (Oriard, 2010: 295) Sredinom 1994. godine, stvari se mijenjaju dolaskom Sare Levinson, bivše kopredsjednice MTV-a, na mjesto predsjednice *NFL Properties*, grane NFL-a koja se bavi brendiranjem i službenim marketingom lige. Potez je isprva izazvao veliko čuđenje javnosti iz dva razloga. Prvi je zapošljavanje žene na iznimno važnom mjestu u upravi NFL-a u godinama kada je diskriminacija i dalje prisutna, te dovođenje osobe koja nema nikakvo iskustvo s marketingom u sportu, već dolazi iz svijeta zabave. Subliminalna poruka odnosila se na proširenje publike koja je pratila sport. Na svojoj strani imali su većinu muške populacije. Sada je bio red na žene i tinejdžere koji su lako mogli prebaciti interes na NBA. Dovođenje osobe koja je MTV podredila tinejdžerima i napravila od toga cijeli pogon, trebala je football iz utakmice pretvoriti u spektakl. (Oriard, 2010)

Iako je 2000. godine Levinson otišla s mjesta predsjednice, liga je nastavila njezin utabani put. Veliki broj manjih sponzora i suradnika pretvoren je u odabrano društvo sponzora koji su trebali osigurati prestiž kroz bogate i ekskluzivne ugovore. Tako je *Sprint* platio 600 milijuna dolara kako bi direktno mogli prikazivati sažetke utakmica na mobilnim telefonima. Počelo se prodavati pravo na ponovljene snimke i najbolje poteze (*play of the game powered by Amazon*) te je pokrenuta suradnja s najvećim glazbenim zvijezdama koje su nastupale na otvaranju sezone, na utakmicama za Dan zahvalnosti ili su jednostavno snimale uvodne glazbene špice za *Thursday, Sunday* i *Monday Night Football*. (Oriard, 2010: 310-311) NFL je postao više od sportske lige, postao je spektakl u kojemu su svi htjeli svoj dio.

Jedan od problema s kojima se NFL morao suočiti posljednjih godina je i pad gledanosti. Bejzbol je trenutno u situaciji kada imaju problema s privlačenjem mlađih gledatelja koji nemaju koncentracije i volje gledati utakmicu tri sata te je popularnost i gledanost bejzbola u stalnom padu zbog starije publike. Taj problem nije zaobišao ni NFL kao puno dinamičniji sport. Glavni problem NFL-a bilo je predugo trajanje utakmice i previše reklama. Problem duljine utakmica sanirao se izbacivanjem prvih reklamnih blokova i skraćivanjem pauza između dvije akcije kako bi utakmice trajale do tri sata i time bile zanimljivije mlađoj publici koja traži „svoj“ sport koji će pratiti.

Drugi veliki problem odnosio se i na pad gledanosti utakmica zbog klečanja za vrijeme himne, svojevrsnog političkog aktivizma kojeg je pokrenuo Colin Kaepernick u predsezonskim utakmicama 2016. godine. To je dovelo do nezadovoljstva kod dijela američke javnosti koji je

krenuo paliti dresove svoje franšize koja nije najstrože osudila takav čin i bojkotirati utakmice na stadionu, ali i na televiziji. U 2016., prvi put nakon tri sezone, prosječna gledanost utakmice bila je ispod 17 milijuna, što je pad od 7% u odnosu na dvije godine ranije, a 2017. brojka gledanosti pala je na nepojmljivih 14.9 milijuna. (Evens, 2017) Posljednjih godina gledanost je ipak u porastu za stabilnih 5-10 % te je trenutno na 16.5 milijuna što je brojka iz 2016. godine, ali i pokazatelj kako se NFL oporavlja. Gledanost bi moglo dodatno porasti i ukoliko će zbog sigurnosnih mjera biti limitiran broj gledatelja na stadionima u sezoni 2020. (statista.com, 2020)

NFL je početkom 21. stoljeća spoznao kako imaju potencijala proširiti svoj utjecaj i popularnost i izvan granica SAD-a. Tako je 2004. godine pokrenut televizijski kanal na španjolskom jeziku koji je trebao približiti američki nogomet latinoameričkoj populaciji i na materinjem jeziku servirati proizvod direktno u Južnu Ameriku i Meksiko. Drugo veliko tržište na koje se NFL planirao probiti je Europa, što su i napravili osnivanjem lige NFL Europe koja je služila kao svojevrsna razvojna liga za igrače koji nemaju mjesto u NFL-u, ali ujedno i širila utjecaj NFL-a po Velikoj Britaniji, Njemačkoj i ostatku Europe. Najveći problem nastao je ipak kod pojma *football* koji Europljani koriste za europski nogomet i nisu bili spremni zamijeniti ga američkim. (Oriard, 2010)

Jedan od glavnih katalizatora popularnosti diljem svijeta je i popularna igrice Madden NFL koja je zaradila 1.5 milijardu dolara u prvih 16 izdanja u svijetu, često služeći kao jedini način ostatku svijeta za naučiti pravila i „sudjelovati“ u igri. U 2005. NFL je u svijetu prikazao 190 tisuća sati programa u 234 zemlje i teritorija na 31 jeziku, protežući se kroz 24 vremenske zone. (Crepeau, 2014: 166). Ta brojka u posljednjim godinama i dalje raste, svake sezone igraju se tri ili četiri utakmice u Londonu u sklopu internacionalne serije NFL-a te se sve ozbiljnije spominje selidba jedne franšize u Europu. NFL je uistinu postao svojevrsno „carstvo u kojemu sunce nikad ne zalazi“.

3. Super Bowl

Predloženo spajanje dviju liga dovelo je do potrebe za odigravanjem finalne utakmice iz jednostavnog razloga. Iako ne spajaju poslovanje do 1970. godine, potpisan je sporazum i primirje koje je AFL i NFL učinilo saveznicima, a ne neprijateljima. Do tog trenutka svaka liga imala je svojeg prvaka što je bilo dovoljno i za jedne i za druge, prvak AFL-a i prvak NFL-a, no spajanjem poslovanja došlo je i do potrebe za jedinstvenim prvakom i odigravanjem finalnog susreta koji će postati tradicionalni završni događaj sezone. Tako je po završetku sezone 1966., 15. siječnja 1967. godine odigrano prvo finale između dvije donedavno sukobljene lige. (profootballreference.com, 2020)

Prvi Super Bowl nije nosio taj naziv, već je jednostavno nazvan *AFL-NFL World Championship Game*. Samo podrijetlo imena Super Bowl kasnije je otkrio Lamar Hunt koji je promatrao svoju djecu kako se igraju igračkom *Super Ball* i jednostavno predložio ime koje u početku nije bilo važno, ali su mediji, navijači i javnost odmah prisvojili. Super Bowl pod trenutnim imenom tiskao se na karte i promotivne postere tek od četvrtog izdanja koje se počelo označavati i rimskim brojevima, što je Lamar Hunt smatrao otrcanim, a Pete Rozelle nije od početka prisvojio cijelu ideju. Svejedno, naziv se uvukao među navijače koji su odmah počeli masovno širiti ime događaja koji će ubrzo postati standardni dio njihovih života. (Crepeau, 2014: 69-70)

Popularnost Super Bowla proizlazi iz tri razloga. Prvi je sportske prirode jer je riječ o finalnoj utakmici najpopularnijeg američkog sporta. Drugi razlog tiče se cjelokupnog popratnog sadržaja koji generira Super Bowl, a on uključuje reklame za vrijeme utakmice, koncerte prije utakmice i koncert u poluvremenu koji je postao zasebni spektakl. Treći razlog globalno je proširenje na ostale države svijeta koje kroz američku popularnu kulturu dolaze u doticaj s donedavno tradicionalnim američkim događajem.

NFL sezona je kratka, traje svega četiri mjeseca i ukupno se odigra 256 utakmica, što je ekvivalent tri NBA/NHL momčadi ili jednoj i pol MLB ekipi u sezoni. U seriji na četiri dobivene utakmice u velikoj većini slučajeva pobijediti će bolja momčad jer se umanjuje faktor sreće i kvaliteta dolazi do izražaja. U NFL-u doigravanje se igra na samo jednu dobivenu utakmicu, uključujući i Super Bowl, na unaprijed određenom terenu što donosi veću neizvjesnost.

Jedna utakmica na neutralnom terenu u kojoj jedna izgubljena lopta ili nesvakidašnji potez ne daje šansu za popravak. Kako je to Long (2011:51) opisao, Super Bowl je uzmi ili ostavi, a to je ono što tu utakmicu čini specijalnom.

Dvije stvari izdvajaju se u svjetskom izvještavanju o Super Bowlu. Prva se tiče nastupa poznatih glazbenih zvijezda u poluvremenu, a druga cijene za 30 sekundi reklamnog prostora. Do 1993. godine zabavni dio susreta u poluvremenu utakmice sačinjavali su sveučilišni bendovi limene glazbe, dječji zborovi i unikatni izvođači ne pretjerano primamljivi široj publici. Početkom devedesetih, Keenan Ivory Wayans pokrenuo je humorističnu improvizacijsku TV emisiju *In living Color* (imdb.com, 2020) u kojoj su poznati komičari tog doba izvodili skečeve i otimali publiku u poluvremenu Super Bowla. Razmišljanje ljudi bilo je jasno, zašto gledati i slušati dječji zbor ili pijanista kad postoji emisija u kojoj Jim Carrey i ostali komičari rade budale od sebe? Televizijska kuća Fox, koja je 1993. godine imala na rasporedu Super Bowl, odlučila je angažirati najveću zvijezdu tadašnjice, Michaela Jacksona, da održi koncert pred 100 tisuća ljudi na stadionu Rose Bowl u poluvremenu susreta između Dallas Cowboysa i Buffalo Billsa. (cbssports.com, 2020)

Nakon uspjeha koncerta Michaela Jacksona nastavila se praksa dovođenja najvećih zvijezda u poluvremenu, uz obostranu korist. Naime, NFL ne plaća izvođačima nastup jer je svjetska pozornost i porast potražnje poslije nastupa puno isplativija od običnog honorara, što je najbolje vidljivo na primjeru Justina Timberlakea čije su pjesme u danima nakon Super Bowla LII dosegle porast pretraživanja od 214% na Spotifyu. (cosmopolitan.com, 2020) Uz glazbeni nastup u poluvremenu, reklame su postale jednak važan dio toga spektakla. Cijena reklamnog bloka od 30 sekundi raste iz godine u godinu, a reklame su postale specijalizirane samo za potrebe Super Bowla.

Postavlja se pitanje je li cijena od 5 milijuna dolara za reklamni blok puno ili malo? Derek Thompson (2017) napisao je odličan članak za *The Athletic* u kojemu prikazuje pozitivne i negativne strane cijene reklamnog bloka. S negativne strane ističe se da za cijenu od 5 milijuna dolara kompanija koja plaća reklamu može pet godina plaćati deset radnika s godišnjom plaćom od 100 tisuća dolara što je dugoročno isplativije nego platiti poznatoj osobi da reklamira njihov proizvod 30 sekundi. S druge strane, 110 milijuna ljudi gleda utakmicu, što je ujedno i 110 milijuna potencijalnih kupaca koji će istu reklamu vidati i narednih dana na Twitteru, Facebooku

i ostalim društvenim mrežama te će se one najsmješnije ili najčudnije prepričavati u narednim danima. Usporedbe radi, najgledaniji film u SAD-u 2016. godine bio je *Rogue One* iz serijala Ratovi Zvijezda za koji je 55 milijuna Amerikanaca kupilo kinokartu, što je dvostruko manje od Super Bowl gledatelja. Iako često cijena proizvodnje reklame prelazi milijun dolara, velike kompanije moraju sudjelovati jer tržište je najveće i najpraćenije tijekom utakmice. Super Bowl 2014. godine, između Seattle Seahawksa i Denver Broncosa, privukao je 111.5 milijuna gledatelja, ali i 15 milijuna korisnika Twittera koji su generirali 1.8 milijardi reakcija na samoj društvenoj mreži. (Oh i sur, 2015)

Gledajući iz europske perspektive, vremenska razlika igra veliku ulogu. Istočna obala SAD-a šest je sati razlike, dok je Zapadna devet sati iza naše vremenske zone. To znači da utakmica koja počinje u 19 sati po američkom vremenu počinje ili u jedan ili u četiri ujutro što u kontekstu četiri ili više utakmice, od čega dvije usred radnog tjedna, predstavlja problem s gledanjem uživo. Super Bowl ima jedan termin u 18:30 po istočnom vremenu, što je ponoć i 30 minuta u našoj vremenskoj zoni, a samo jedna utakmica ipak predstavlja manji problem za žrtvovati jednu noć bez sna jer sljedeća je tek za godinu dana i ne nužno u istoj finalnoj postavi.

Posljednjih tjedana i mjeseci najveću pažnju svjetske javnosti izazvao je dokumentarac *Last Dance* koji govori o Chicago Bullsima i Michaelu Jordanu. Sam dokumentarac izazvao je veću globalnu pozornost nego stvarne utakmice odigrane prije dvadeset i više godina. NBA, NHL i MLB, tri preostale „velike američke lige“, imaju opsežniji sustav natjecanja s više utakmica u regularnoj sezoni. Finalne serije igraju se na četiri dobivene utakmice, što daje mogućnost odigravanja između četiri i sedam susreta što daje više prijenosa, ali i manje prilike za napraviti spektakl. Gledajući na glazbenom primjeru, bi li skuplja karta i veća pozornost svjetske javnosti bila usmjerena na samo jedan, završni koncert *Rolling Stonesa* ili bi više pažnje privuklo šest koncerata u šest gradova?

Htjeli to priznati ili ne, američke serije i filmovi imaju veliki utjecaj na naše živote. Svaka američka humoristična serija snimljena unazad 20 godina ima minimalno jednu epizodu posvećenu Super Bowlu. Jedna od najpopularnijih i najgledanijih serija devedesetih, *Prijatelji*, svoju najgledaniju epizodu imala je upravo sa Super Bowl tematikom i to po završetku Super Bowla XXX, 1996. godine. (thewrap.com, 2020) Epizodu je uživo u SAD-u gledalo 52.9 milijuna ljudi, a globalna popularnost serije pomogla je i u širenju samog Super Bowla.

Društvene mreže kao što su Facebook ili Instagram, na kojima najveće svjetske zvijezde poput Dwayne „The Rock“ Johnsona imaju preko 180 milijuna pratitelja, a isti najavljuje startere San Francisca i Kansas City Chiefsa uživo prije utakmice, privlače sve one koje ne zanima samo sport, već i zabava, što Super Bowl može ponuditi u izobilju. (youtube.com)

Slika 3: Beyonce, Chris Martin i Bruno Mars nastupaju u poluvremenu Super Bowla 50



Izvor: Billboard.com (2020) (autor fotografije: Jeff Kravitz/FilmMagic)

Neslužbeni američki praznik prve nedjelje u veljači zaustavlja život stanovnika SAD-a i podređuje ga isključivo jednom događaju. Ostale profesionalne lige, NBA i NHL, planski svoje utakmice uklone iz tog datuma ili stave prijepodnevnu matineju kako bi izbjegli termin rezerviran za finalnu utakmicu NFL-a. Glumci, pjevači, sportaši i sve ostale zvijezde redovito na društvenim mrežama objavljuju fotografije sa stadiona ili s druženja na kojima gledaju utakmice s prijateljima ili u krugu obitelji. Super Bowl je u 54 godine svojeg postojanja prošao put od obične finalne utakmice do globalnog spektakla i najvažnijeg američkog televizijskog događaja.

Tablica 2: Gledanost Super Bowla kroz povijest

Godina održavanja	Gledanost (u milijunima)	Napomena
1967. (Green Bay – Kansas City)	26.75	Prvi održani Super Bowl
1972. (Dallas – Miami)	56.64	Prvi SB s preko 50 milijuna gledatelja
1978. (Dallas – Denver)	78.94	Prvi SB s preko 70 milijuna gledatelja
1982. (San Fransisco – Cincinnati)	85.24	Prvi SB s preko 80 milijuna gledatelja
1986. (Chicago – New England)	92.57	Prvi SB s preko 90 milijuna gledatelja
1993. (Dallas – Buffalo)	90.99	Prvi SB s modernim halftime showom
2006. (Pittsburgh –Seattle)	90.75	Prvi SB s preko 90 milijuna u 21. stoljeću
2010. (New Orleans – Indianapolis)	106.48	Prvi SB s preko 100 milijuna gledatelja
2015. (New England – Seattle)	114.44	Najgledaniji Super Bowl u povijesti
2020. (Kansas City – San Francisco)	100.45	Posljednji odigrani Super Bowl

4. Američki nogomet u Hrvatskoj

Američki sportovi, izuzev košarke, nisu pronašli plodno tlo na prostoru Hrvatske. Hokej je došao najbliže tome zahvaljujući KHL Medveščak koji je 2009. godine ušao u austrijski EBEL i nekoliko godina kasnije zaigrao u drugoj najjačoj svjetskoj ligi, ruskom KHL-u. Poneka utakmica na otvorenom terenu, poput Šalate ili spektakularnog susreta u pulskoj Areni koji je privukao pažnju svijeta nakratko je zainteresirao Hrvate za sport koji je u dobrom dijelu Europe nacionalni. (telesport.hr, 2020) Bejzbol i američki nogomet nisu imali te sreće. Bejzbol je i dalje nepoznanica Hrvatima, često se opisuje kao „američka glupost“ i izuzev šačice zaljubljenika nikada nije stvorio publiku niti bio medijski popraćen. Američki nogomet u posljednjih desetak godina počeo se više probijati na prostoru Hrvatske, ali i dalje veliki broj ljudi pogrešno interpretira američki nogomet kao ragbi, spajajući dva sporta u jedan.

Američki nogomet u Hrvatskoj je i dalje većinom medijski sport. Postoji nekoliko klubova američkog nogometa koji pokušavaju u limitiranim uvjetima održati postojanje i promovirati sport, ali zbog financijskih problema i zahtjeva koje predstavlja američki nogomet (prije svega oprema) nisu u mogućnosti organizirati ligu, te su osuđeni na povremene utakmice između domaćih klubova i ponekog kluba iz susjedne Slovenije ili Bosne i Hercegovine. Tako se u posljednje vrijeme razvila beskontaktna verzija američkog nogometa, takozvani *flag football* (nazvan po zastavici koju igrači nose oko struka, te se igra zaustavlja kada je igrač s loptom ostao bez zastavice) koji mogu igrati i maloljetnici, ali ne zahtijeva veliku financijsku pozadinu.

Prvi klub američkog nogometa u Hrvatskoj bio je *Zagreb Thunder* koji je osnovan 2005. godine. Klub je nekoliko godina nastupao u Centralnoeuropskoj ligi (CEFL), ali su zbog nedostatka hrvatskih klubova bili prisiljeni igrati Slovensku ligu dvije godine. Ipak, 2010. godine zaigrali su u premijernoj sezoni domaće, Hrvatske lige američkog nogometa, i nastupili u prvom izdanju finalne utakmice, prigodno nazvane Cro Bowl. Klub je posljednjih nekoliko godina postojanja ostao bez velikog broja igrača koji su osnovali novi zagrebački klub, *Zagreb Patriotse*.

Predsjednik kluba Zagreb Patriotsa, Tomislav Katić³ na početku polustrukturiranog intervjua provedenog u sklopu istraživanja diplomskog rada prikazao je cijelu povijest Zagreb Patriotsa i ukazao na trenutnu situaciju američkog nogometa na prostoru Republike Hrvatske. Patriotsi su osnovani 2010. godine na inicijativu bivših igrača Zagreb Thundera koji nisu bili zadovoljni vođenjem kluba te su odlučili osnovati vlastiti klub kojem su se ubrzo priključili mnogi igrači Zagreb Thundera i *Zagreb Raidersa* koji u svojem kratkom postojanju nisu zabilježili veće uspjehe. Patriotsi su uz domaću ligu nastupali i u regionalnim ligama *Alpe Adria Football League* (AAFL) i Srednjoeuropskoj ligi (CEFL) gdje su ipak bili u podređenom položaju prema klubovima iz Srbije i Austrije.

Od ove sezone Patriotsi su trebali nastupiti u premijernoj sezoni *Balkan Football League* čiji je početak odgođen zbog globalne pandemije virusa COVID-19. Uz Patriotse, u ligi su trebali nastupiti klubovi iz Srbije, Rumunjske i Bosne i Hercegovine što je trebalo unijeti dodatnu kvalitetu u ligu, ali i pomoći širenju američkog nogometa na ovim prostorima. (wheremountaincollide.com, 2020) Uz nekoliko zagrebačkih klubova, američki nogomet izrodio je i jedan klub iz Splita, Morske Vukove (Sea Wolves) koji su 2018. godine nastupili u finalnoj utakmici sezone. Zbog već spomenutih financijskih zahtjeva, nekoliko klubova odlučilo se isključivo za flag verziju footballa te su trebali ove godine nastupati u Balkanskoj flag football ligi, a to su redom: Bjelovar Greenhorns, Dubrovnik Sharks, Karlovac Dukes, Osijek Cannons, KAN Torpedoes Rijeka, Zaprešić Saints, te spomenuti Splitski Morski Vukovi, uz mladu selekciju Zagreb Patriotsa.

Televizijski NFL prisutan je u Hrvatskoj od sredine devedesetih godina 20. stoljeća. Hrvatska radiotelevizija (HRT) prenosila je nekoliko utakmica Super Bowl, ali regularna sezona prvi put prikazana je na zagrebačkoj televiziji Z1, gdje je komentator bio Hrvoje Bulić. Upravo je Bulić jedan od glavnih znalaca i autoriteta za američki nogomet u Hrvatskoj. Nakon prijenosa na Z1 odradio je Super Bowl između *New England Patriotsa* i *New York Giantsa* 2008. godine koji je prenosio Sportklub, a nakon tog susreta prijenosi NFL utakmica završili su na televiziji Arena Sport, gdje su se zadržali do 2015. godine kada se vraćaju na kanale Sportklub televizije. (n1info.com, 2020)

³ cijeli intervju može se pronaći na kraju rada

Izuzev televizije, NFL je doživio nagli rast popularnosti i na ostalim medijima u Hrvatskoj. Najranije NFL vijesti na sportskim portalima odnosile su se na nastupe poznatih glazbenika u poluvremenu Super Bowla, bizarne ozljede i događaje s terena te poneku vijest o Billu Belichicku, uz obavezno navođenje njegovih hrvatskih korijena. Danas se na tjednoj bazi može pronaći između pet i deset vijesti s aktualnostima vezanima uz samu ligu, suradnike ili rezultate doigravanja i Super Bowla. Nedavnu smrt trenera s najviše pobjeda u povijesti, Dona Shule, (vecernji.hr, 2020) prenijeli su hrvatski portali, što je prije deset godina bilo nezamislivo. Iako se promijenio način pisanja o NFL-u, a Super Bowl više nije isključivo cijena reklama i glazbeni nastup u poluvremenu, već se piše i o utakmicama i događanjima izvan terena, i dalje prevladavaju vijesti zabavnog sadržaja kojima je cilj privući čitatelje da otvore članak.

5. Istraživanje

Predmet istraživanja ovog diplomskog rada jest globalizacija američkog nogometa s naglaskom na Hrvatsku u periodu između 2010. i 2020. godine. Cilj istraživanja prikazati je trenutno stanje američkog nogometa u hrvatskom medijskom prostoru, vidjeti koji su razlozi doveli do trenutne situacije i pronaći način na koji bi se američki nogomet mogao dodatno proširiti u Hrvatskoj.

Pogledamo li situaciju samo deset godina unatrag, primijetit ćemo kako je američki nogomet spadao u pomalo „egzotične“ sportove o kojemu je jako malo ljudi znalo. Televizijski prijenosi nisu bili svakodnevna pojava, u medijima se američki nogomet pojavljivao isključivo za vrijeme Super Bowla i to kroz onaj zabavni dio, tko je nastupio u poluvremenu i koliko su koštale reklame. Danas je situacija drugačija, prijenosi su na tjednoj bazi, sve više je navijačkih obilježja (dresovi, majice, kape) koja se mogu vidjeti na prolaznicima i dojam je kako je američki nogomet postao izuzetno cijenjen i praćen sport.

Što se promijenilo u proteklih deset godina s NFL-om u Hrvatskoj?

Za dobiti odgovor na to, ali i brojna druga pitanja, morao sam odabrati prave sugovornike koji će znati dati odgovore na pitanja iz više kutova te time proširiti područje istraživanja. (Milas, 2005) Kako američki nogomet, ili u ovom slučaju konkretno NFL, nije samo sportski događaj, već sa sobom povlači i ostale aspekte, morao sam proširiti krug sugovornika na više područja. Super Bowl odavno više nije sportski događaj, već američki događaj. Količina informacija, novca i vijesti koje se dotiču druge strane Super Bowla (nastup u poluvremenu, reklame, neslužbeni američki praznik...) premašuje samu utakmicu i stoga su pojedini sugovornici odabrani iz područja sociologije i ekonomije.

Najveći problem s kojim sam se susreo bio je pronaći prave sugovornike za istraživanje. Trebali su mi sugovornici s područja ekonomije, sociologije, medija i sporta. Sugovornike iz medijskog dijela bilo je najlakše pronaći s obzirom da se radi o dvojici komentatora NFL-a na Sportklub televiziji kojima je naknadno pridodan i Pete Radovich, glavni producent CBS-a za NFL. Iako na amaterskoj razini, postoje i klubovi američkog nogometa u Hrvatskoj te je predsjednik Zagreb Patriotsa bio idealni sugovornik zbog poznavanja prilika na domaćoj sceni. Drugi sugovornik iz svijeta sporta naš je proslavljeni veslač Martin Sinković, kojega je ljubav

prema američkom nogometu odvela i na utakmice omiljenih Green Bay Packersa u Sjedinjene Američke Države. Kod ekonomskog i sociološkog aspekta najveći je problem bio pronaći stručnjaka koji je upoznat sa situacijom u NFL-u, ali Tomislav Globan, docent na Ekonomskom fakultetu, i Dražen Lalić, profesor i sociolog s Fakulteta političkih znanosti, usprkos primarnom zanimanju i djelovanju vezanom za „naš“, europski nogomet, onaj američki drže na drugom mjestu najdražih sportova. Tako je kompletiran popis od sedam stručnih sugovornika za potrebe istraživanja:

1. Tomislav Globan
2. Martin Sinković
3. Hrvoje Bulić
4. Tomislav Katić
5. Ivan Ivković
6. Dražen Lalić
7. Pete Radovich.

Svaki od navedenih sugovornika dobio je svoju „osobnu karticu“ u kojoj su navedeni razlozi zašto je sugovornik relevantan za istraživanje te osnovni podatci o sugovornicima. Slike sugovornika i kartice nalaze se na kraju poglavlja.

Metoda istraživanja korištena u radu polustrukturirani je intervju u kojemu ispitivač slijedi unaprijed pripremljeni redoslijed pitanja koja mogu biti otvorenog ili zatvorenog tipa. Na taj način istraživač dolazi do novih spoznaja o istraživanoj temi. Za razliku od strukturiranog intervjua, metoda polustrukturiranog intervjua omogućuje mogućnost potpitanja te se sugovornika potiče na slobodni odgovor i na taj način dolazi se do informacija koje su važne za istraživanje. U metodi polustrukturiranog intervjua broj sugovornika može varirati ovisno o količini prikupljenih podataka, te sukladno tome se unaprijed zadani broj može smanjivati ili povećavati. Također, polustrukturirani intervju ima opušteniji ton razgovora od strukturiranog intervjua, iako se od istraživača traži da ne izgubi kontrolu nad istraživanjem kroz eventualna dodatna pitanja. (Milas, 2005)

Istraživanje provedeno u sklopu diplomskog rada pokušat će dati odgovore na tri istraživačka pitanja:

1. Je li interes za NFL u Hrvatskoj porastao u odnosu na razdoblje prije 10 godina?
2. Jesu li Super Bowl i popratni sadržaji oko same utakmice zaslužni za globalno širenje američkog nogometa, uključujući i Hrvatsku?
3. Može li se američki nogomet odmaknuti od isključivo medijskog sporta u narednoj budućnosti?

Od sugovornika se tražilo da odgovore na osam pitanja u polustrukturiranom intervjuu. Prvo pitanje odnosilo se na njihov prvi doticaj s NFL-om i kako su uopće počeli pratiti sport koji Hrvatima nije kulturološki „usađen“, poput košarke ili nogometa. Slijedila su pitanja vezana uz situaciju s američkim nogometom u hrvatskom medijskom prostoru na koja su sugovornici morali dati ocjenu bivšeg, trenutnog i budućeg stanja popularnosti i praćenosti NFL-a te obrazložiti svoj odgovor i ocjenu. Na kraju intervjua sugovornici su morali dati i svoje prijedloge za poboljšanje stanja američkog nogometa u Hrvatskoj kako bi se u narednim godinama povećala trenutna popularnost. Nacrt polustrukturiranog intervjua nalazi se na kraju ovog diplomskog rada.

Polustrukturirani intervjui provedeni su u svibnju 2020. godine, na lokacijama diljem grada Zagreba odabranima od strane samih sugovornika. Kako su nekoliko dana ranije ukinute mjere Civilnog stožera za zaštitu i prevenciju virusa COVID-19, većina intervjua održana je u ugostiteljskim objektima, s izuzetkom intervjua s Ivanom Ivkovićem koji je odrađen u njegovom stanu te intervjua s Peteom Radovichem koji živi u New Yorku pa je vođen preko društvenih mreža. Svi intervjui snimani su mobilnim diktafonom.

Intervjui su trajali između 20 i 30 minuta, s izuzetkom intervjua Dražena Lalića koji je trajao 50 minuta. Sugovornici su odmah pristali na sudjelovanje u diplomskom radu, izražavajući zanimanje za odabranu temu o kojoj se jako malo, skoro pa nikako ne piše u svrhu znanstvenog istraživanja fenomena koji izaziva sam sport kao dio američke kulture i Super Bowl kao ultimativni svjetski spektakl. Svi intervjui odrađeni su u opuštenoj atmosferi te su sugovornici naglasili kako stoje na raspolaganju za dodatnu pomoć i pitanja po završetku intervjua.

a) Tomislav Globan



Slika 4: Tomislav Globan (Izvor: Tomislav Globan)

Dr. sc. Tomislav Globan rođen je u Zagrebu 3. rujna 1986. godine. Diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Zagrebu 2011. godine na području financija. Doktorirao je 2013. na području makroekonomije financijskih tržišta i europskih ekonomskih integracija. Dobitnik je Državne nagrade za znanost koju dodjeljuje Hrvatski sabor.

Voditelj je istraživačkog projekta Hrvatske zaklade za znanost, od 2018. godine voditelj MacroHuba, istraživačkog Centra za makroekonomsko modeliranje pri Ekonomskog fakultetu u Zagrebu čiji je cilj provoditi i popularizirati istraživanja iz makroekonomije, ali i ostalih područja ekonomskih znanosti. Krajem 2018. ocijenjen je kao najbolji nastavnik na programu *Bachelor Degree in Business* za što je dobio priznanje Dekana Ekonomskog fakulteta. Istraživački interesi tiču se makroekonomije, tokova kapitala, financijske integracije u Europskoj Uniji, ekonomike europskih integracija te ekonomike sporta. Trenutno je docent na Ekonomskom fakultetu gdje među ostalim kolegijima drži i *Sports economics* (Ekonomika sporta).

Objavio je preko četrdeset radova, od kojih su mnogi vezani upravo za sport i financije. Česti je gostujući predavač na konferencijama vezanima za nogomet te je do sada bio gostujući predavač na četiri konferencije, uključujući istraživački posjet sveučilištu North Carolina u Charlotteu (SAD), 2017. godine gdje je održao predavanje na temu „Multiple Ownership, Collusion and Unusual Result Patterns in Soccer“. S profesorom Craigom Depkenom sa sveučilišta North Carolina dogovorio je buduću znanstvenu suradnju vezano uz kolegij *Sports economics*. Objavljuje i radove za širu publiku na portalu „Ekonomski lab“ te je čest gost emisija i podcasta vezanih uz financije u sportu. (Podcast Inkubator, Sportklub, Tribina.hr)

b) Martin Sinković



Martin Sinković rođen je 10. studenog 1989. godine u Zagrebu. Počeo je veslati u dobio od 10 godina, točnije 1999. nakon što je najstariji brat Matija počeo veslati u HAVK Mladost. Ubrzo mu se pridružio i stariji brat Valent te su braća počela zajedno veslati i ostvarivati prve uspjehe od kojih treba izdvojiti broncu sa svjetskog juniorskog prvenstva iz Pekinga 2007. godine.

Slika 5: Martin Sinković (izvor: worldrowing.com, 2020)

Prelaskom u seniorsku konkurenciju braća Sinković ulaze u četverac na pariće koji su činili još Damir Martin i David Šain te na prvenstvu 2009. godine uzimaju zlatnu medalju. Na Olimpijskim igrama u Londonu 2012. godine kao četverac odveslali su do srebrne medalje, zaostavši jedino za posadom Njemačke. Naredne godine osvajaju zadnju zlatnu svjetsku medalju kao članovi četverca na pariće te od 2014. Martin i Valent veslaju u dvojcu na pariće i dolaze do zlatne medalje na prvenstvu 2014. kada postaju prvi dvojac na pariće koji je 2000 metara odveslao ispod 6 minuta. Dvije godine kasnije, na Olimpijskim igrama u Rio de Janeiru, potvrđuju svoju dominaciju i uzimaju zlatnu medalju. Manjak konkurencije motivirao ih je na promjenu discipline tako da od 2017. godine veslaju u dvojcu bez kormilara te su uzastopni dvostruki svjetski prvaci.

Tijekom svojih putovanja po Americi, Martin je došao u doticaj s američkim nogometom te se odmah zaljubio u sport. Veliki je navijač ekipe Green Bay Packersa čiju je majicu nosio u brojnim javnim pojavljivanjima, ali i na povratku sa svjetskog prvenstva 2018. godine. Sliku svjetskih prvaka Valenta i Martina u majici Packersa na Instagramu „lajkao“ je i službeni profil ekipe Packersa što je Martin opisao kao jedan od najdražih trenutaka. U rujnu 2019. godine tijekom dvotjednog posjeta Sjedinjenim Američkim Državama Martin je prisustvovao NFL atmosferi uživo te je gledao dvije utakmice Green Bay Packersa i upoznao nekoliko bivših igrača svoje omiljene NFL franšize.

c) Hrvoje Bulić



Slika 6: Hrvoje Bulić (Izvor: sportklub.com, 2020)

Hrvoje Bulić rodio se u Dubrovniku 9. kolovoza 1979. godine. Zbog očevih poslovnih obaveza, djetinjstvo je proveo na raznim mjestima, uključujući Ujedinjeno Kraljevstvo gdje je kao sedmogodišnjak došao u doticaj s američkim nogometom na televiziji i odmah se zaljubio u sport koji obožava više od 30 godina.

Iako je završio Pravni fakultet i danas radi u struci, uvijek ga je privlačilo i novinarstvo te se 2003. godine javio urednicima Sportskih Novosti kada su prestali objavljivati članke o američkom nogometu. Ponudio se da bi radio kao vanjski suradnik specijaliziran za američki nogomet, što su urednici i prihvatili. Kako sam kaže: „Prvi članak bio mi je o Michaelu Vicku i tako je sve počelo.“ Nekoliko godina kasnije prijenosi NFL-a došli su na zagrebačku televiziju Z1, gdje je Hrvoje prešao iz uloge kolumnista u onu komentatora. Po završetku prijenosa na Z1, odradio je jednu sezonu na Sportklubu, uključujući Super Bowl između Cardinalsa i Steelersa.

Prelaskom NFL-a na kanale Arenasporta 2010. godine postao je komentator na Areni gdje je komentirao utakmice pet godina, uglavnom u paru s Tonijem Kajinićem. Vraćanjem NFL-a na kanale Sportkluba 2015. godine, Bulić radi novi transfer te uz ulogu glavnog komentatora dobiva i mentorski dio posla u vidu obučavanja trojice novih zaljubljenika u sport koji će i sami ubrzo postati komentatori. Od 2016. godine radi minimalno jednu utakmicu tjedno u paru s Ivanom Ivkovićem, što ih je dovelo do statusa svojevrsnih „božanstava“ među gledateljima NFL-a, te ih se često spominje kao glavni razlog zašto je netko počeo pratiti američki nogomet.

Iako posljednjih desetak godina radi na televiziji kao komentator, i dalje prije svakog Super Bowla piše najavu utakmice za Sportske Novosti. Krajem 2017. godine na Sportklubu je pokrenuta specijalizirana NFL emisija *First Down* čiji je Bulić sukreator i stalni gost analitičar/stručni komentator. Zahvaljujući svojem radu na televiziji, Bulić je jedan od najvećih

NFL autoriteta na ovim prostorima, a zbog svojeg velikog znanja i mirnijeg karaktera često ga se doživljava kao svojevrsnog „NFL profesora“.

d) Tomislav Katić



Slika 7: Tomislav Katić (Izvor: Tomislav Katić)

Tomislav Katić predsjednik je kluba američkog nogometa Zagreb Patriots i kapetan ekipe. Rođen je u Zagrebu 19. studenog 1984. godine. Od malih nogu vezan je za sport, prvo se bavio košarkom, a u ranim dvadesetima odlučio je kako mu je dosta „loptanja pod obručima“ i na nagovor brata počinje pratiti američki nogomet na televiziji.

Prestanak igranja košarke htio je nadomjestiti igranjem nekog drugog sporta, te je nakon par odgledanih utakmica američkog nogometa saznao kako postoji klub američkog nogometa Zagreb Thunder u koji je ubrzo i pristupio. U Thunderu je proveo četiri sezone, prije nego što je s grupom suigrača napustio Thunder i osnovao novi klub, Zagreb Patriots. Između napuštanja Thundera i osnivanja Patriotsa kratko je igrao i za Novi Sad.

Od 2017. godine predsjednik je kluba Zagreb Patriotsa i pod njegovim vodstvom klub je postao stabilan i organiziran. Nekoliko godina igrao je u CEFL-u (Centralnoeuropska football liga) s Patriotsima, osvajač je dva naslova prvaka Hrvatske te se aktivno bavi promocijom američkog nogometa. Od 2017. godine Patriotsi su stvorili zdrave temelje s nikad većim brojem igrača u klubu, sređenim financijama i sponzorima poput vlastite Orsus grupe, tako da se slobodno može reći da je Katić uložio puno svojeg vremena, ali i novca, kako bi od Patriotsa napravio najbolji hrvatski klub američkog nogometa na terenu, ali i izvan njega.

e) Ivan Ivković



slika 8: Ivan Ivković (Izvor: Podcastinkubator, 2020)

Ivan Ivković rođen je u Zagrebu 23. ožujka 1983. godine. Tijekom studija bio je predsjednik Studentskog zbora Filozofskog fakulteta u Zagrebu te je na istom fakultetu u Zagrebu završio za profesora filozofije i sociologije. Po završetku studija otišao je ipak drugim smjerom te nedugo nakon diplome postaje vanjski sportski suradnik na Tportalu.

Ubrzo po dolasku na Tportal, gdje radi kao sportski novinar, otvara se mjesto komentatora za američke sportove NFL i MLB na Arenasportu. Na Arenasportu proveo je četiri godine kao komentator, među ostalim i kao komentator NFL-a, najčešće u paru s Hrvojem Frančeskim. U međuvremenu postaje i glavni urednik Tribina.hr, specijaliziranog portala za sportske zaljubljenike koji imaju priliku sudjelovati u konstruktivnoj raspravi. U ljeto 2015. godine odlazi s Arenasporta na Sportklub televiziju na mjesto voditelja NFL ekipe.

Na Sportklubu je, poput kolege Bulića, u početku bio jedini NFL komentator s prethodnim iskustvom u komentiranju, tako da je odradio i ulogu mentora trojici novih komentatora koje je prethodno sam pronašao. Na portalu Tribina.hr pokrenuo je i dnevni sportski podcast koji je naišao na veliki odaziv publike, a od početka ove godine stalni je voditelj nogometnog podcasta na Podcast Inkubatoru. Uz posao komentatora na Sportklubu zaposlen je i kao urednik na portalu Index.hr gdje predvodi analitički dio tekstova.

Uz kolegu Bulića postao je zaštitni znak prijenosa NFL-a u Hrvatskoj te jedan od najpopularnijih komentatora u Hrvatskoj. Poznate su njegove rasprave na društvenim mrežama i prilično otvorena komunikacija s gledateljima. Idejni je začetnik emisije *First Down* od 2017. godine gdje obnaša dužnost glavnog urednika i voditelja te je odgovorna osoba za NFL prijenose. Zbog svojeg osebujnog načina komentiranja i legendarnih izjava tijekom prijenosa stekao je pravu malu vojsku obožavatelja koji ga, uz kolegu Bulića, smatraju najvećim NFL autoritetom u Hrvatskoj, uz neizostavnu karakterizaciju kao „glasnji dio“ dvojca Bulić-Ivković.

f) Dražen Lalić



Slika 9: Dražen Lalić (Izvor: Tportal.com, 2020)

Prof. dr. sc. Dražen Lalić rođen je 15. lipnja 1960. godine u Makarskoj. Diplomirao je 1983. godine na Fakultetu političkih znanosti, smjer politologija. Doktorirao je sociologiju 1993. na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Predaje na Fakultetu političkih znanosti od 2000. godine, a od 2011. godine u trajnom je zvanju redovnog profesora.

Sredinom devedesetih radio je kao novinar i voditelj Istraživačkog centra lista Slobodna Dalmacija. Upravo u tom razdoblju prvi put posjetio je Sjedinjene Američke Države gdje je uživo gledao nekoliko košarkaških utakmica, ali i utakmicu sveučilišnog footballa. Bio je i direktor Agencije za istraživanje javnog mijenja, medija i tržišta Puls od 1994. do 1997. godine. Obnašao je i dužnost savjetnika u Upravnom odjelu za socijalnu skrb i zdravstvenu zaštitu grada Splita od 1995. do 2000. godine prije nego što se posvetio podučavanju studenata na fakultetu.

Jedno od glavnih polja istraživanja profesora Lalića u sociologiji tiče se ponašanja navijača, pretežito nogometnih. Autor je nekoliko knjiga nogometne tematike poput „Torcida: Pogled iznutra“ iz 1993., te „Nogomet i politika: povijest i suvremenost međuodnosa u Hrvatskoj“ iz 2018. godine. Na Fakultetu političkih znanosti drži kolegij „Politički i društveni aspekti sporta“ u kojemu često koristi primjere iz američkih sportova, pretežito NFL-a. U posljednjih tridesetak godina nekoliko puta posjetio je Sjedinjene Američke Države gdje je pratio predsjedničke kampanje, ali paralelno s time i promatrao američku kulturu i sport. Za vrijeme trajanja sezone, kako sam kaže - nedjelja popodne rezervirana je za NFL.

g) Pete Radovich



slika 10: Pete Radovich (Izvor: mubi.com, 2020)

Amerikanac hrvatskih korijena, Pete Radovich, rođen je 1969. godine u četvrti Astorija, dijelu Queensa u gradu New Yorku. Majka mu je rođena na otoku Pašmanu u mjestu Neviđane, dok je otac s malenog otoka Kaprije pokraj Šibenika. Obitelj Radovich emigrirala je u Sjedinjene Američke Države sredinom šezdesetih godina 20. stoljeća.

Odrastao je u obitelji u kojoj su se njegovali hrvatski korijeni, tako da je cijelo djetinjstvo i tinejdžerske godine proveo igrajući nogomet, košarku i bejzbol u američkim klubovima hrvatskih iseljenika u New Yorku. Iako sam kaže kako je bio solidan u svim sportovima, više ga je zanimala umjetnost, fotografija i kamera, tako da je po završetku studija pronašao posao kao asistent produkcije na NFL prijenosima televizijske kuće NBC. Polagano se probijao u poslu te je nekoliko godina kasnije dobio priliku biti glavni producent NFL utakmica što je dovelo do transfera na konkurentsku televizijsku kuću CBS u kojoj radi i danas.

Radovich je za svoj posao glavnog kreativnog producenta CBS-a osvojio 37 nagrada Emmy za televizijske emisije, prijenose NFL utakmica i vlastite dokumentarne filmove. Od svojih dokumentarnih filmova uvijek voli izdvojiti *Super Bowl Quarterbacks and their Sick Sons* za koji je dobio pojedinačnu nagradu Emmy. Proteklih godina postao je prepoznatljiv po suradnji s drugim Amerikancem hrvatskih korijena, Johnom Malkovichem, u Super Bowl reklamama, kao i po produkciji CBS-ove emisije *60 minutes*. Uz produkciju najveće američke utakmice, Super Bowla, zadužen je i za specijaliziranu NFL emisiju nedjeljom, *The NFL Today*, koja okuplja neka od najvećih imena američkog nogometa. Uz televizijski posao, Radovich se aktivno bavi i humanitarnim radom i prikupljanjem donacija za razminiranje Hrvatske te mu je cilj jednog dana pomoći u svjetskoj promociji Hrvatske preko kvalitetnijih reklamnih spotova za koje smatra da nisu na razini koju zaslužuju ljepote Lijepe Naše.

6. Prikaz nalaza

a) Prvi kontakt s američkim nogometom

Većina ispitanika navela je kako je njihov prvi kontakt s američkim nogometom bio preko televizijskih prijenosa. Iznimke su Dražen Lalić koji je sport upoznao kroz posjete Sjedinjenim Američkim Državama te Ivan Ivković koji je preko videoigrica počeo pratiti NFL. Zanimarimo li Petea Radovicha koji je rođen u SAD-u i odrastao je u okruženju američkog nogometa, najraniji doticaj od svih sugovornika imao je Hrvoje Bulić koji se upoznao s NFL-om kao sedmogodišnjak: „Otac me pozvao u dnevnu sobu da pogledam meni tada nepoznati sport i do kraja utakmice bio sam potpuno navučen.“

Sredinom devedesetih godina finalna utakmica NFL-a, Super Bowl, nekoliko je puta bila prikazana na HRT-u (Hrvatska radiotelevizija), a prijelazom iz 20. u 21. stoljeće počinje i ekspanzija interneta. Upravo je internet glavni razlog za novi rast popularnosti NFL-a diljem svijeta, uključujući i Hrvatsku. U prvom desetljeću 21. stoljeća tri sugovornika došla su u doticaj s američkim nogometom. Ivan Ivković u studentskim se danima s razvojem interneta odmicao od NBA košarke i približavao se NFL-u koji mu postaje dostupan kroz internetske članke. Tih godina i Tomislav Katić polagano odustaje od igranja košarke i traži novu zanimaciju te sam kaže: „Jednu noć odlučio sam ostati budan i s bratom pogledati utakmicu NFL-a koji je on pratio već neko vrijeme i ubrzo sam odlučio i sudjelovati.“ Otprilike u to vrijeme Dražen Lalić drugi je put posjetio Sjedinjene Američke Države i dodatno se povezao s američkim nogometom, ali konačnu afirmaciju doživio je tek 2008. godine kada je tri mjeseca proveo u Washingtonu prateći predsjedničku kampanju Baracka Obame za svoju novu knjigu.

Preostala dva sugovornika počela su pratiti NFL istih godina, dolaskom prijenosa utakmica na kanale Sportkluba. Za razliku od Arenasporta koji je ekskluzivno na Max TV-u Hrvatskog Telekomu, Sportklub je zastupljen kod svih operatera što ga je približilo većem broju ljudi, u kombinaciji s dvostruko više tjednih prijenosa. I Tomislav Globan i Martin Sinković na prijenose su naišli slučajno, prebacujući programe nedjeljom navečer i odlučili dati šansu sportu. „Naletio sam na utakmicu, komentatori su me jednostavno oduševili i ubrzo sam se doveo u situaciju da nestrpljivo iščekujem nedjelju“, riječi su Tomislava Globana.

b) Praćenost NFL-a u Hrvatskoj 2010. godine

Većina ispitanika smatra kako je stanje prije deset godina bilo jedva prolazno. Jedine dvije iznimke su Tomislav Globan i Pete Radovich koji smatraju da popularnost NFL-a u Hrvatskoj 2010. godine ne zadovoljava standarde za „prolaznu ocjenu“. Većina se dvoumila između prolazne i nedovoljne ocjene, a kod većine je ipak prevagnula činjenica kako je postojala određena grupa ljudi koja je pratila NFL stoga ipak zaslužuje navučenu prolaznu ocjenu. Skoro svi sugovornici odlučili su skalirati sportove po kategorijama popularnosti i praćenosti, stavljajući nogomet kao vlastitu kategoriju, a najkonkretniji bio je Ivan Ivković: „A kategorija je isključivo nogomet i ponekad uspješne reprezentacije, u B kategoriju spadaju košarka i tenis, C kategorija su nama bliski sportovi poput rukometa i vaterpola, dok je NFL bio sport D kategorije jer je imao svoju publiku koja nije bila velika, ali nije bio ni hokej na travi koji je sport E kategorije.“

Sugovornici su složni u odgovoru kako je američki nogomet prije deset godina bio sport koji je pratio malen broj ljudi i nije bio dovoljno medijski eksponiran kako bi se razvilo masovno praćenje. Hrvoje Bulić američki nogomet okarakterizirao je kao sport za „određenu grupu fanatika, a u javnosti se pričalo o sportu isključivo u vrijeme Super Bowla, i to često zbog popratnih događaja s utakmice“, dok Martin Sinković smatra kako je „glavna prepreka u činjenici da Hrvati vole uglavnom nogomet i imaju averziju prema američkim sportovima pa im ne žele uopće dati šansu u startu“.

Katić je kao jedan od razloga slabog praćenja naveo upitnu situaciju s prijenosima, s čime se slaže i Globan: „Nisam siguran kakva je uopće bila gledanost, ako je uopće i bilo prijenosa, ali na društvenim mrežama zasigurno nije bilo nikakve rasprave i vijesti kao što je slučaj danas.“

Tablica 3: Ocjena praćenosti NFL-a 2010. godine

Tomislav Globan	Martin Sinković	Hrvoje Bulić	Tomislav Katić	Ivan Ivković	Dražen Lalić	Pete Radovich
1	2	2	2	2	2	1
Prosječna ocjena: 1.71						

c) Aktualno stanje NFL-a u Hrvatskoj

Popularnost NFL-a u ovome trenutku je nikad veća, složni su svi sugovornici. Od jedva prolazne ocjene kod većine sugovornika, danas svi američki nogomet u Hrvatskoj smještaju u „zlatnu sredinu“ popularnosti sportova. Neki su čak otišli i korak dalje pa su ga približili „ostalim sportovima“ jer kako su ranije već naveli, nogomet je nedodirljiv na vrhu i takav će ostati.

Skok popularnosti Dražen Lalić vidi u dva razloga: „Veliki je utjecaj američke kulture na cijeli svijet, većina filmova i serija dolazi iz SAD-a koji i dalje udara ritam i u dobrom i u lošem smislu, a kulturi treba pridodati i sport koji dolazi iz Amerike. Prije 30 godina NBA je bio vrhunac, danas je u padu, ali zato raste američki nogomet u svijetu. Drugi razlog globalne su zvijezde poput Toma Bradya za kojega danas svi znaju, ali i igrači hrvatskih korijena koji nama posebno imponiraju, kao David Diehl s tetoviranom šahovnicom.“

Globan smatra kako je glavni razlog skoka u društvenim mrežama i povećanju broja prijenosa: „Danas puno više ljudi ima priliku gledati utakmice preko Sportkluba, puno je više prijenosa, podcasta, općenito u medijima je puno sadržaja koji govore o NFL-u, a to prije nije bio slučaj.“ Sinković također smatra kako su mediji odigrali svoju ulogu: „Nedavno je bio NFL Draft pa su to mediji popratili, pisalo se po medijima kako je Brady otišao u Buccaneerse, a ljudi sve više prate i američke zvijezde po društvenim mrežama pa i tu dolaze u doticaj sa sportom.“

Iako primjećuje porast popularnosti i češće pojavljivanje u medijima, Bulić je i dalje svjestan određenih granica: „Moj dojam je da i dalje postoji puno ljudi koji ne žele dati priliku sportu, ali svi koji su mu dali šansu su ili ostali privučeni, ili su svjesni zašto to ljudi prate.“ Takvo viđenje stvari ima i Katić: „Kroz razgovor s prijateljima i poznanicima stekao sam dojam da danas ima jako mali broj ljudi koji ne znaju reći barem nešto o američkom nogometu.“

Ivković je ostao vjeran kategoriziranju sportova pa je skok u B kategoriju opravdao riječima: „Danas je NFL na vrhunskoj razini produkcije i kvalitete prijenosa kod nas te je gledanost utakmica doigravanja u rangu Premiershipa. To je već ozbiljan sport B kategorije.“ Radovich se također slaže s navedenom situacijom te smatra kako je danas situacija puno bolja nego što je bila prije deset godina.

Trojica sugovornika izdvojila su Super Bowl kao ogledni primjer porasta popularnosti. Tomislav Katić dugi je niz godina promatrao po medijima kako se prenosi isključivo onaj zabavni dio Super Bowla, ali smatra kako je situacija danas drugačija: „Prenosi se i onaj drugi aspekt Super Bowla, tko je pobijedio i zašto. Umoran sam već od medijskih natpisa koliko košta reklama i tko je nastupio u poluvremenu.“ Slično mišljenje dijeli i Bulić: „Redovni prijenosi i cijela sezona miču fokus s isključivo jedne utakmice u kojoj se iznova čudimo kako Amerikanci naprave spektakl i koliko se čipsa pojede.“

Lalić važnost vidi u odmicanju od isključivo showa i uskakanju kablovske televizije: „Prije smo imali Super Bowl kao reklame i popratne sadržaje, danas je kod nas fokus i na samoj utakmici. Stvorio se i jedan prazan prostor gdje je kabela televizija uskočila i odjednom imamo priliku gledati sve prijenose, makar oni trajali tri i pol sata.“ S posljednjom rečenicom slaže se i Bulić koji navodi: „Veliki dio razloga za porast popularnosti je što se liga prikazuje iz tjedna u tjedan na našoj televiziji, što nije bio slučaj ranije.“ Katić uz sve to još izdvaja i činjenicu da se radi redovita edukacija: „Komentatori nas obrazuju u svemu, tako i u američkom nogometu. Redovito se prati, edukacija se radi od strane kvalitetnih ljudi koji znaju svoj posao. To je najvažnije od svega.“

Tablica 4: Trenutna popularnost NFL-a u Hrvatskoj

Tomislav Globan	Martin Sinković	Hrvoje Bulić	Tomislav Katić	Ivan Ivković	Dražen Lalić	Pete Radovich
3	3	3	4	4	3	3
Prosječna ocjena: 3.29						

d) Budućnost NFL-a u Hrvatskoj

Većina sugovornika misli kako je popularnost NFL-a u Hrvatskoj dosegla skoro maksimalnu razinu i da će u budućnosti pomak biti malen. Prepreku u širenju američkog nogometa vide u masovnoj popularnosti nogometa koji je i dalje, i uvijek će biti, sport broj jedan u Hrvatskoj. Globan tako tvrdi: „NFL nikada neće biti na razini nogometa kod nas, nikada neće

doseći tu razinu popularnosti, ali će biti jednu stepenicu ispod i mislim da je to maksimum.“ Slično mišljenje ima i Lalić: „Neće nikada biti skroz popularan niti to može zbog popularnosti nogometa i vremenske razlike. Nogomet je danas u jednoj od svojih najboljih faza i to je problem za američki nogomet. Sjećam se vremena nogometa kada se igralo na neriješeno, ali danas je nogomet atrakcija. Vremenska zona je ipak problem, kad se gleda američki nogomet one najvažnije utakmice su ipak tijekom noći.“ Ipak, Lalić vidi i buduću ciljanu publiku: „Mladi muškarci dobra su publika jer domaći nogomet je dosadan, zna se unaprijed tko će biti prvak. Tako da će veliki broj mladih ljudi tražiti spektakl, uzbuđenje, emocionalno sudjelovanje što američki nogomet može ponuditi.“

Sinković blagi rast vidi u globalizaciji i razvoju društvenih mreža: „Otvaranjem svijeta i razvojem društvenih mreža, ljudi će sve više početi pratiti NFL tako da će se dogoditi blagi porast popularnosti.“ Lalić ima slično mišljenje u vezi globalizacije: „Mislim da će se popularnost povećati jer će i mediji ojačati, globalizirao se sport i termini utakmica vjerojatno će se prilagoditi ostatku svijeta.“

Ivkovićevo razmišljanje na tragu je ostalih sugovornika, ali on glavni razlog vidi u ljudima: „Glavni razlog za skok ljudi su koji ga rade. Samo oni, nikakve društvene mreže, samo ljudi.“ Ipak, odlučuje se obrazložiti malo odgovor: „Prva stvar koja je omogućila sve je internet. Danas svi imaju neograničeni internet, sve je dostupno. Američki nogomet je sport koji se ne igra kod nas, on je medijski proizvod u Hrvatskoj. NFL nije produkt sporta, već medija kod nas, a glavni medij za prenošenje informacija bio je internet. Razlika između hokeja s kojim imamo puno više poveznica i američkog nogometa su ljudi koji ga rade u medijima, odnosno na televiziji. Uložena je nevjerojatna količina vremena, volje, entuzijazma i svega ostaloga kako bi NFL prijenosi bili tu gdje su danas i toga su svi svjesni.“

Bulić i Katić složni su u pogledu da se za povećanje popularnosti mora dogoditi i povećanje sudjelovanja u sportu. Tako Bulić smatra kako „Ne može biti puno veća popularnost dok god nemamo infrastrukturu koja bi to omasovila i pokrenula. Publika će biti nešto šira nego danas, ali mainstream proboj neće uspjeti bez da se natjecanje digne na nekom nacionalnom okviru.“ Katić dijeli njegovo razmišljanje, ali problem vidi i u ostalim sportovima: „Uvelike ovisimo o općenitom interesu za sport u Hrvatskoj. Teško možemo očekivati 1500 ljudi na utakmici Zagreb Patriotsa kad toliko jedva skupi PPD Zagreb na utakmici Lige prvaka.“ Smatra i

kako će biti ključno raširiti interes po cijeloj Hrvatskoj: „Nije ista situacija u Zagrebu i Gospiću ili Iloku što se tiče praćenosti. U velikim sredinama uvijek će biti klubova koji će nešto pokušavati, ali u manjim sredinama treba proširiti utjecaj.“ S time se slaže i Lalić, koji je usporedio situaciju s onom u Srbiji: „U Srbiji je NFL još popularniji nego kod nas, ali sigurno nije ista situacija u srpskoj provinciji kao u Beogradu ili Novom Sadu.“

Jedini koji ne vidi potencijalni rast je Pete Radovich koji jednostavno ne smatra Hrvate zaljubljenicima u NFL: „Mislim da se situacija neće promijeniti pretjerano, ne vidim tržište da NFL bude više od onoga što je sad u Hrvatskoj.“

Tablica 5: Budućnost NFL-a u Hrvatskoj

Tomislav Globan	Martin Sinković	Hrvoje Bulić	Tomislav Katić	Ivan Ivković	Dražen Lalić	Pete Radovich
4	4	3	4	4	3	3
Prosječna ocjena: 3.57						

e) Doprinos Sportkluba u popularizaciji NFL-a

Sportklub je napravio najbolji mogući posao u promociji američkog nogometa, složni su svi sugovornici. Za prijenose utakmica, popratne sadržaje na društvenim mrežama, studijske emisije i podcaste, kao i razna druženja sugovornici imaju samo riječi hvale.

Tomislav Globan hvali komentatore: „Veliku ulogu igraju komentatori koji su fantastični, ne samo na hrvatskoj, već i na svjetskoj razini, ali i društvene mreže koje su ubrzale taj rast.“ Njegovo mišljenje dijeli i Lalić: „Ne radi se samo o prijenosima i emisijama, već bih rekao da američki nogomet spada u sportove s komentatorima koji su najstručniji i imaju najbolju podlogu od svih.“ Razlog tome vidi u stilu vođenja prijenosa: „Opušteni ton dosta je američki, sa smijanjem, šalama i nekim detaljima koji prijenos čine još boljim.“

Sinković je izdvojio rad na društvenim mrežama koji smatra najvažnijim u promociji: „Puno ljudi gleda Sportklub kod nas i postupno počnu gledati NFL. Ubrzo krenu pratiti i po društvenim mrežama, vide neke statuse i objave pa se zakače i misle si, ako jedna takva velika televizija prati nešto, mogao bih i ja polako krenuti. Osobno nisam često na društvenim mrežama, ali vjerujem da je tu najviše Facebook donio popularnosti.“ Ipak, najviše mu se sviđjelo organizirano druženje s navijačima prije Super Bowla.

I Katić razlog pronalazi u društvenim mrežama: „Potiče se rasprava na društvenim mrežama i na taj način ljudi su direktno uključeni u cijelu priču i osjećaju da su dio toga. Uz to, sadržaj s društvenih mreža komentira se i u prijenosima, a rezultat se vidi po raspravi, uključenosti i činjenici da ljudi imaju mogućnosti dati svoj stav o nekoj temi.“

Televizijska emisija na Sportklubu posvećena NFL-u kod Bulića predstavlja najveći iskorak: „Bit je da Sportklub krene pričati neku priču svake sezone, još od predsezone krećemo s nekakvim uvodom, kroz najavu klubova, očekivanja i postavljamo temelje koje kroz sezonu kroz razvoj rezultata klubova mijenjamo letvicu i pričamo priču po kojoj će se ta sezona pamtiti. Na taj način imamo cjelokupni doživljaj sezone jer imamo utakmice, emisiju koja daje najbolje trenutke i objašnjenje tih trenutaka. Emisija je definitivno pokretač, jer netko tko nije pratio cijeli tjedan ništa vezano za NFL, može upaliti emisiju u nedjelju i pripremljen ući u sljedeće kolo.“ Gore navedeno potvrdio je i Globan: „Izdvojio bih emisiju First Down, toliko je dobra kemija voditelja da te jednostavno mami da gledaš koliko je zanimljivo.“

Ivković je bio nešto opširniji: „Prvo, i na tome svaka čast Sportklubu, je da se radi minimalno sedam utakmica tjedno. NFL je na Sportklubu pet godina, od 2015. godine i svaki tjedan radi se sedam utakmica, a često zna biti i više, za Thanksgiving, Božić i ostale dodatne termine i podrazumijeva se da se rade sve utakmice doigravanja. S te strane količina utakmica koju Sportklub daje čini taj proizvod dostupnijim, a on je i konstantno zastupljen u programu. Meni se često zbog posla zna dogoditi da sam ponedjeljkom, utorkom ili srijedom u 2 popodne doma pa „šaltam“ po programima i vidim snimku neke utakmice na prva tri kanala.“ Pa nastavlja: „Druga stvar koja je jednako važna je briga oko proizvoda. NFL je uvijek bio predvodnik tu, zbog inicijative uključenih ljudi, znači nas trojice komentatora. Došli smo do situacije u kojoj emisija o NFL-u može ići svaki tjedan, čak i kad nema sezone jer ima publike i volje što je prije pet godina bilo nezamislivo.“

Globan dijeli mišljenje o važnosti ljudi koji rade: „Ljudi su ključni. Možeš imati podcast, emisiju ili što god, ali ako nemaš ljude koji će to napraviti na zabavan način nećeš imati toliki efekt.“

Tablica 6: Doprinos Sportkluba promociji NFL-a⁴

Tomislav Globan	Martin Sinković	Hrvoje Bulić	Tomislav Katić	Ivan Ivković	Dražen Lalić
5	5	5	5	5	5
Prosječna ocjena: 5.0					

f) Super Bowl – globalni spektakl

Super Bowl je u Sjedinjenim Američkim Državama dosegao status neslužbenog praznika. Svi sugovornici složni su u jednome - Super Bowl je postao najveći sportski show na svijetu. „Održava se jednom godišnje, ultimativni događaj. Nevjerojatna je sposobnost Amerikanaca da proizvedu spektakl, tu su Europljani debelo iza i ne vidim scenarij u kojem bi to prošlo u Europi. Poluvrijeme od 30 minuta umjesto 15, postavljanje bine, nastupi najvećih zvijezda, to je baš američki potpis“, otvorio je Lalić objašnjenje. S njim se slaže i Katić: „Organizacijski je to uvijek savršeno, jednostavno *hype* oko Super Bowla nešto je što prodaje tu priču.“

Sinković razlog vidi u važnosti SAD-a: „Razlog broj jedan je što se održava u Americi, Amerikanci znaju napraviti jako dobar show od svega toga i NFL je sport broj jedan u Americi.“ Nastavlja s vlastitim primjerom: „Bio sam 2019. godine u Green Bayu na dvije utakmice, nevjerojatno je koliko si truda daju u samoj organizaciji, ako je utakmica u 12 sati, već u 8 ujutro počinje *tailgating* (okupljanje ispred stadiona) i dođe masa ljudi, od kojih većina ni nema ulaznicu za utakmicu, već samo dođu na druženje, hranu i piće. Tu pričamo o utakmici regularne sezone, Super Bowl je nekoliko razina iznad toga.“

⁴ Pete Radovich nije upoznat sa situacijom pa nije sudjelovao u ocjenjivanju

Pete Radovich odradio je nekoliko Super Bowlova kao glavni producent CBS-a i odmah je razdvojio stvari u startu: „Najveća razlika između Super Bowla i drugih sportskih događaja je da to nije samo sportski događaj, već društveni događaj. U Sjedinjenim Američkim Državama Super Bowl je neslužbeni praznik, dan kad sve stane.“

Globan i Ivković složni su oko opisa da je Super Bowl najveći sportski show, ali ne i najgledanija sportska utakmica. „Ne može se ipak mjeriti s finalima svjetskog nogometnog prvenstva i Lige prvaka kada je gledanost u milijardama, ali u Americi definitivno broj jedan. Za Europu Super Bowl je čisto globalizacijska stvar, a u Americi američki nogomet najvažniji je sport, a sam Super Bowl sve je samo ne utakmica, već i cijeli spektakl.“ Ivković je također istaknuo važnost nogometa: „Neće nikada dosegnuti razinu finala Lige prvaka ili svjetskog prvenstva, jer kao što sam par puta već rekao, nogomet je nogomet i vjerojatno važan kao svi ostali sportovi zajedno.“

Ivković ističe i važnost singularnog datuma: „Ono što ga razlikuje od ostalih američkih finala je što se igra samo na jednu utakmicu, a ne na maksimalnih sedam. Ovo je jedan događaj i ta se pažnja ne može raspliniti za ono što vole reći *America's Game*, sport iznikao iz američke kulture i uz američki marketing koji je praktički globalni marketing. Super Bowl postao je skoro pa globalno značajan događaj.“ Katić se slaže oko marketinga: „Priča prodaje stvari, od slika do sporta. Ista stvar je i sa Super Bowlom. U Hrvatskoj recimo nema nikakve priče oko finala Kupa, nema showa, odnosno ništa što bi gledatelja dodatno zainteresiralo da bude tamo.“

Bulić vidi razloge u uključenosti svih strana: „Svima je jasno kako NFL utakmice imaju najveću gledanost, od 50 događaja u godini njih 45 bit će utakmice NFL-a, a Super Bowl to diže na višu razinu. Tradicija najgledanijeg događaja uz sebe veže i marketinške priče, ali i sve one koji žele biti uključeni u ono o čemu se priča, pa gledaju, sudjeluju i komentiraju, a da ih sama utakmica uopće ne zanima. Vrhunski događaj jedne sezone, za sportske fanatike nešto je što se ne propušta, a svi oni koji žele sudjelovati u čistoj društvenoj priči sudjeluju kroz reklame ili halftime show.“

Globan je poslije zadnjeg Super Bowla napisao i članak o halftime showu te je iznio neke nevjerojatne podatke: „Napisao sam u svojem tekstu, a to djeluje paradoksalno, sve zvijezde koje nastupaju u halftime showu nastupaju besplatno. Sva pozornost koju dobiju u tom periodu više

im se odrazi na popularnost na YouTubeu, Spotifyu i dokazano je da se više ulaznica prodaje u narednim mjesecima za koncerte. Dolazimo do situacije u kojoj bi zapravo izvođači trebali plaćati za nastup, a NFL bi u teoriji trebao prodavati taj vremenski okvir, što neće napraviti zbog loše slike u javnosti.“

Radovich se nadovezao: „Sama utakmica često je sekundarni događaj, što dovoljno govori o cijelom spektaklu.“

g) Globalno širenje NFL-a

Većina sugovornika izdvojila je Sjedinjene Američke Države i američku kulturu kao glavni razlog globalnog širenja. Martin Sinković odmah detektira glavni razlog: „Zato što je to Amerika, zato što naprave show od svega toga. Jako puno zvijezda, pjevačkih i glumačkih, prisustvuje utakmicama i tako se dodatno širi na ostatak svijeta.“ Smatra i kako globalno širenje nije zacrtani plan NFL-a: „Europa i svijet ih ne zanimaju baš, dok svijet, pa i Hrvate zanima većinom upravo show koji proizvode, a manje sama utakmica.“

Globan se slaže s percepcijom američke kulture: „Mi svi konzumiramo američku kulturu kroz filmove, serije i glazbu. Možeš imati odličan indijski film, ali ne može se proširiti, makar bio na engleskom jeziku, jer ako nije u Americi popularno manje će se vrednovati.“ Lalić smatra kako je globalno širenje NFL-a dodatni dokaz američke dominacije: „Imamo 103 godine dominacije Amerike, od ulaska u Prvi svjetski rat, Rimsko Carstvo dominiralo je šest stoljeća, Velika Britanija tri, ali još uvijek je Amerika na vrhu.“

Ivković smatra kako je internet zaslužan za to: „Da nije bilo interneta, američki nogomet ostao bi sport iz razine devedesetih, znači rezerviran za Amerikance i vrlo sporadično praćen diljem svijeta. Internet je cijelu stvar učinio dostupnom, ali to je iznimno zanimljiv sport, koliko god bilo oponenata toj tezi, ali mislim da sad to više nitko ne može opovrgnuti. Pravila su zanimljiva, poseban je, kombinacija je mnogih sportova koji su također globalno važni, poput ragbija. Tako da ga nije bilo teško prodati zbog zanimljivosti, već zbog nepristupačnosti u smislu kulture, jer ljudi se teško vežu za nešto što im nije kulturološki urođeno.“

Bulić je pokušao biti objektivan: „Ja sam od malih nogu vezan za taj sport, ali dinamika, atraktivnost, intelektualni zahtjevi u slaganju same igre daju jedan savršeni koktel koji bez obzira što je NFL kvalitetu igre teško replicirati u ostatku svijeta, gdje god je došao primio se na medijskoj razini. Sam NFL kombinacija je dinamike, atraktivnosti i vizualnog doživljaja koji servira američka televizija na vrhunskoj razini.“

Katić usporedbu vidi u NBA: „Igrač iz Austrije završio je na rosteru New York Giantsa, ne igrač s koledža, već iz austrijskog kluba, pa se tu nađe i pokoji Japanac ili Samoanac linijaš. Čini mi se da su počeli raditi ono što je NBA radio prije četrdeset godina, otvarati se malo prema svijetu, a vidjeli smo koliko je to utjecalo na NBA, pogotovo na primjeru Yao Minga, jer onda imaš cijelu Kinu kao tržište. Čini mi se da žele uključiti cijeli svijet u NFL, ali nisu sigurni na koji način.“

Globan zaključuje: „Bitan je prvi kontakt, nešto što će te privući jer dosta ima komentara po društvenim mrežama od ljudi koji nisu ni dali šansu sportu, a nalaze mane poput dugog trajanja i stalnih prekida. Ono što znam je da svi koji su mu dali šansu ostali su navučeni na sport.“

h) Manjak Hrvata u ligi kao glavni razlog trenutnog stanja

Radovich smatra kako NFL ne može postati važan sport u Hrvatskoj iz dva razloga: „Najveći problem po meni je kulturološke prirode. To nije sport koji ljudi igraju, kojim se djeca bave dok su mala, nije sport kojim su Hrvati okruženi od malih nogu. Druga prepreka je i vremenska razlika. Velike utakmice u Americi često su u udarnom terminu koji je oko 20 sati, što je 2 ujutro po hrvatskom vremenu, i to početak, što znači da je cijela noć u pitanju. Doigravanje i udarne utakmice koje su često najbolje jednostavno su prekasno za Hrvate.“

Ivković se slaže s Radovichem oko prvog razloga: „Jako je teško, čak i uz neograničene resurse, nešto napraviti *grass root* sportom jer to ne možeš kupiti. Mi imamo dovoljno znanja o nogometu da možda možemo biti treneri i na fakultetskoj razini. To je kod nas normalno svakodnevno znanje, jer primarna znanja se razvijaju kroz primarne zajednice, obitelj, vršnjaci i onda svatko od nas može svoje dijete naučiti osnovama nogometa. Mi to svi znamo, neki više neki manje, ali većina populacije barata tom informacijom. To je problem kod američkog nogometa kod nas, nećeš vidjeti nekoga da se s kćeri ili sinom dobacuje loptom u dvorištu ili da

vježbaju neke vještine, a kamoli da bi imali dovoljan pogon. Takav sustav doveden je do savršenstva u Americi, ali on u Europi i kod nas ne postoji, niti će za mene ikada postojati.“

Bulić je istaknuo kako se pomak ne može dogoditi bez razvoja domaće lige: „Bez neke domaće lige koja bi bila na razini Austrije, Njemačke ili Švicarske, ili kad bi to bilo kroz neku suvislu Regionalnu ligu s Mađarima, Slovencima i Srbima, to bi definitivno povećalo zanimanje i na lokalnoj razini, ali i medijsko zanimanje što bi dovelo i do prijenosa tih utakmica, jer to je moć televizije, podiže popularnost kroz svoje prijenose.“ Katić se slaže s Bulićem u pogledu domaće lige: „Problem je i amaterizam, nismo olimpijski sport pa nemamo pomoć države, grada ili županije. Mi nemamo ligu, inzistirali smo da igramo ligu makar i s klubovima iz Bosne i Hercegovine, Slovenije ili Mađarske, ali samo da se igra. Također, nemamo infrastrukturu koja je u stanju popratiti medijski napredak sporta, a to se neće promijeniti dok nemamo barem tri ozbiljna i stabilna kluba koja su u stanju igrati međusobno.“

Globan smatra kako manjak hrvatskih sudionika nije zapreka u širenju popularnosti: „Bio je nedavno dokumentarac na HRT-u gdje se Belichick slikao s hrvatskim dresom, čovjek ima neke veze s Hrvatskom, a nama je to očito jako bitno. Ne bih rekao da je to velika prepreka, ali da imamo nekoga definitivno bi ubrzalo proces.“ Lalić se slaže s Globanom: „Američki nogomet je američki sport, to nije globalni sport, osim medijski i po publici. To je egzotika za nas i one neupućene, nama je super što je Belichickov djed iz okolice Karlovca, ali njih tamo to nije briga kao nas ovdje od kuda je netko.“ Sinković povlači usporedbu s NHL-om: „Hrvatski bi igrač možda pomogao, ali vidjeli smo i Rendulića u NHL-u pa se nije baš povećala popularnost NHL-a nažalost.“

Bulić suprotno njima vidi kako bi hrvatski igrač popravio situaciju. „Sigurno bi pomoglo i kad bi postojao hrvatski igrač, iako smo imali igrača hrvatskog porijekla, volimo se čak i šaliti s Belichickom što se uvijek voli naglašavati u našim medijima. Ista stvar je i s Davidom Diehlom, koji je imao prezime po ocu, a majku hrvatskog porijekla, svi su prenosili onu istetoviranu šahovnicu, Rob Ninkovich iz Patriotsa isto ima hrvatske korijene, ali sad smo baš ušli u fazu gdje nema naših igrača, ali jedna zvijezda s hrvatskim prezimenom definitivno bi povećala interes.“

7. Rasprava

Kod početka praćenja NFL-a vidi se raznolikost sugovornika. Možemo ih podijeliti u tri kategorije: U prvu kategoriju spadaju Pete Radovich i Hrvoje Bulić koji NFL prate više od 30 godina, drugu kategoriju čine Dražen Lalić, Tomislav Katić i Ivan Ivković koji su NFL počeli pratiti početkom 21. stoljeća, dok treću, posljednju kategoriju čine Martin Sinković i Tomislav Globan koji su prvi doticaj s NFL-om imali dolaskom prijenosa na kanale Sportklub televizije.

Većina sugovornika ocjenu prošlog stanja praćenosti NFL-a u Hrvatskoj ocijenila je ocjenom 2. Jedine su iznimke Tomislav Globan i Pete Radovich koji su dali ocjenu 1. Treba napomenuti kako se nekoliko ispitanika koji su dali ocjenu dva dvoumilo između dvije ocjene i na kraju je ipak prevagnula „dvojku“ uz argumente kako je ipak bila mala grupa pratitelja. Tako je Bulić izjavio da je postojala određena publika, ali da je američki nogomet bio sport za uski krug fanatika, dok je Sinković potvrdio taj navod, ali i dodao kako dosta ljudi nije ni obraćalo pozornost na američki nogomet, čak ni u vrijeme Super Bowla.

Glavni razlog za negativnu ocjenu Globan vidi u nepostojećim ili vrlo slabim prijenosima utakmica koje nije zamijetio na televiziji, kao i manjku interesa po društvenim mrežama koji vidi danas. Radovich smatra kako nije bilo puno ljudi koji su pratili NFL i koje je zanimao sam sport.

Trenutni interes za američki nogomet većina sugovornika ocijenila je ocjenom dobar. Tomislav Katić i Ivan Ivković jedini su podigli trenutnu razinu na ocjenu vrlo dobar, iako treba napomenuti kako je četiri od sedam ispitanika dalo dvije ocjene više u odnosu na prošlo stanje.

Najkritičniji je bio Pete Radovich koji se dvoumio između ocjene 2.5 i 3, ali je ipak navukao na „trojku“ kada je saznao da je školski sistem ocjenjivanja. Hrvoje Bulić također je vagao između ostanka na prijašnjoj ocjeni ili podizanja na tri, dok je treći ispitanik s ocjenom tri, Dražen Lalić trenutno stanje okarakterizirao „solidnom trojkom“.

Glavni razlog za povećanje ocjene Sinković vidi u razvoju društvenih mreža preko kojih sve više ljudi dolazi u doticaj s američkim nogometom jer mnogi glumci i pjevači idu na utakmice te dijele sadržaj svojim pratiteljima. S njim se slaže Globan koji ističe društvene mreže Sportkluba kao televizije koja prenosi NFL u Hrvatskoj kao ključan faktor. Napominje i kako su

svemu pogodovali učestali prijenosi na televiziji koji u kombinaciji s terminom nedjeljom navečer daju idealan mamac za nove gledatelje.

Hrvoje Bulić također se slaže oko redovitih prijenosa, ističući koliko je važno da se liga prenosi iz tjedna u tjedan u sedam ili više utakmica, a ne jedna utakmica godišnje. Lalić potvrđuje važnost kablovske televizije, kao i odmak od isključivo reklama i nastupa u poluvremenu kad se priča o Super Bowlu.

Katić komentatore NFL-a vidi kao glavni razlog jer provode edukaciju onih koji tek počinju pratiti, ali su ujedno i zanimljivi i onima koji već znaju pravila, čime postižu idealan balans.

U predviđanju popularnosti i praćenja u narednih deset godina, petorica sugovornika, odnosno 71%, ostali su na ocjeni koju su dali za sadašnju situaciju. Tomislav Globan i Martin Sinković jedini su podigli ocjenu popularnosti u narednih deset godina, iako treba napomenuti kako je Sinković u ocjeni sadašnjeg stanja vagao između ocjene tri i četiri. Ukupno je prosječna ocjena porasla dovoljno da se može zaključiti „mršava“ četvorka (3.57).

Svi ispitanici istaknuli su kako je nogomet nedodirljiv kao sport broj jedan u Hrvatskoj te da mu se nijedan sport ne može približiti po popularnosti, već se moraju boriti za prostor koji ostane iza njega. Sinković se slaže s konstatacijom oko nogometa te ističe kako će razvojem društvenih mreža i interneta rasti i popularnost američkog nogometa, ali da neće napredovati puno u odnosu na današnju situaciju jer uvijek postoji dio ljudi koji ga neće prihvatiti.

Ivković je i ovdje koristio skaliranje sportova po kategorijama, ističući kako će američki nogomet ostati sport B kategorije, ali za razliku od trenutne situacije kada pripada u donji dom kategorije, sada će biti na vrhu, uz bok NBA. Pojasnio je decimalnom ocjenom, skokom s 3.8 na 4.3 što je i dalje ocjena vrlo dobar, ali i jasno ocrtava poziciju u kategoriji. Ipak, kao glavni razlog istaknuo je ljude koji komentiraju sami sport, što je potvrdio i Globan: „Veliku ulogu igraju komentatori koji su fantastični, ne samo na hrvatskoj, već i na svjetskoj razini.“

Globan je istaknuo kako će prema njegovom mišljenju američki nogomet doći stepenicu ispod nogometa, ali da mu je to maksimum. Jedini je istaknuo i globalizaciju kao razlog,

primjećuje kako svjetski mediji sve više pišu o američkom nogometu, a naši mediji dosta se ugledaju na britanske medije.

Katić se osvrnuo na pad praćenja sporta u Hrvatskoj, što je po njemu zabrinjavajući problem o kojemu se jako malo govori. Smatra kako je sport danas marginaliziran u odnosu na razdoblje prije deset godina te se i mnogi drugi sportovi bore s padom gledanosti i posjećenosti na utakmicama.

Lalić je istaknuo nogomet kao glavnu prepreku jer prema njegovom mišljenju: „Danas je nogomet u jednoj od svojih najboljih faza i tu ostali sportovi nemaju šanse.“ Veliki broj nogometnih klubova, lakoća konzumiranja najvećih svjetskih nogometnih zvijezda, ali i recentni uspjesi nogometne reprezentacije u ovome trenutku ne ostavljaju prostora za druge sportove, smatra sociolog.

Bulić smatra kako se ne može dogoditi pomak ukoliko nema dobre domaće ili regionalne lige u kojoj će se igrati američki nogomet koji bi bio u stanju privući gledatelje na praćenje lokalnih klubova, a ne samo NFL-a i sveučilišnog footbolla. Medijski smatra kako će NFL imati nešto širu publiku nego što je to danas, ali konačni skok s ocjene tri na četiri neće biti moguć bez razvoja domaćih klubova.

Prema danim odgovorima i ocjenama popularnosti NFL-a vidljiv je napredak iz godine u godinu. Sugovornici su očekivano bili skeptični u procjeni stanja prije deset godina, ali prosječna ocjena skoro je poduplana (1.71 na 3.29) u viđenju trenutnog stanja. Jasno se da iščitati kako su sugovornici američki nogomet u razdoblju prije deset godina smatrali nevažnim sportom u Hrvatskoj koji su pratili isključivo fanatici i ljudi koji su posjetili Ameriku. Nije bilo grupnih gledanja utakmica kao danas, nije se raspravljalo o sportu preko društvenih mreža i velika većina ljudi nije razumjela pravila i poantu igre. Ukratko, američki nogomet prije deset godina bio je na današnjoj razini praćenosti i poznavanja bejzbola kojemu je prešla neslužbena titula „glupe američke igre“.

Danas je situacija puno bolja, sport je postao prepoznatljiv i praćen. Glavni razlog za takav skok sugovornici su pronašli u razvoju društvenih mreža, prelasku utakmica na Sportklub televiziju koja uz prijenose servira i dodatni sadržaj za uključene, kao i neumornom radu komentatora na promociji i educiranju novih gledatelja. Iz svega navedenog jasno je kako je

američki nogomet doživio procvat u posljednjih deset godina u Hrvatskoj i od jednog marginalnog sporta postao jedan od udarnih aduta Sportkluba, ali i sport o kojemu se priča u javnosti tijekom cijele godine, a ne samo u vrijeme Super Bowla.

U vezi Sportkluba i doprinosa popularizaciji svi sugovornici imaju samo riječi hvale i svi su dali maksimalnu ocjenu odličan. Neki od razloga koji su se spominjali su televizijska emisija, rad na društvenim mrežama, druženja prije Super Bowla i vrhunski komentatori.

Bulić je istaknuo kako je važno što Sportklub priča priču kroz cijelu sezonu. Počinje se u predsezoni, slaže narativ koji se onda raspliće ovisno o ishodima utakmica i događajima kroz sezonu. Na taj način, prema Buliću, gledatelji su upućeni tijekom cijele sezone kroz emisiju koja ne donosi samo suhoparne podatke, već i zanimljivosti i za svakoga ponešto. Katić se slaže s Bulićevim viđenjem emisije i napominje kako je ključno što emisija izgleda kao da je netko sjeo i napravio plan kako ju provesti u djelo. Također je istaknuo i važnost uključivanja gledatelja koji imaju mogućnost dati svoje mišljenje i biti dio cijele priče.

Dražen Lalić pohvalio je komentatorski trojac, koji smatra izuzetno stručnima i s dobrom podlogom za obavljanje posla. Sviđa mu se i opušteni način razgovora i kako je sam nazvao „američki“ stil komentiranja s opuštenim tonom i šalama. Globan upravo komentatore vidi ključnima za razvoj: „Nemoguće je imati dobar sadržaj bez pravih ljudi.“ S njim se slaže i Ivković, koji kod Sportkluba ističe i brigu oko proizvoda.

Martin Sinković posebno je istaknuo druženje s fanovima prije Super Bowla na kojemu je i sam prisustvovao prve godine. Tu mogućnost sudjelovanja u cijeloj priči i druženje s istomišljenicima i drugim ljubiteljima sporta Sinković ističe kao vrhunski potez Sportkluba.

Super Bowl je spektakl koji privlači mase, složni su sugovornici i upravo u toj činjenici vide i globalnu popularnost same utakmice. Nema veće prezentacije američke kulture i načina života nego u toj jednoj nedjelji godišnje. Sugovornici su ostali fascinirani nevjerojatnom promocijom koju ima sama utakmica, a glavni razlog pronalaze u činjenici da se odvija u Americi.

Globan je Super Bowl svrstao na treće mjesto najvažnijih sportskih događaja, ističući podatak kako je sama utakmica uvjerljivo najgledaniji američki događaj svake godine. Njegovo

mišljenje dijeli i Radovich, koji je prisutan svake godine u tom festivalu sporta i zabave. Njegova karakterizacija same utakmice je da je ona događaj, jer sama utakmica često ostane u sjeni popratnih događanja.

Bulić je svjestan kako i dalje Amerika determinira najveći dio komercijalnog sadržaja, a preko filmova i serija to se prenijelo i na sport. Njegovim riječima: „Vrhunski koktel za sve uključene, one koje zanima sport će gledati utakmicu, one koje ne zanima sport, već zabava imaju reklame i nastup u poluvremenu čime svi dobivaju svoj dio.“

Katić pohvaljuje i organizacijski dio same utakmice, kao i priču koju serviraju prema svijetu. „Amerikanci su majstori priče, a priča prodaje proizvod.“ Lalić ističe nevjerojatnu sposobnost Amerikanaca da proizvedu spektakl koji ne bi mogao proći nigdje drugdje u svijetu, što je konstatacija koju podupire i Martin Sinković. Ivan Ivković iznio je važnost singularnog datuma, odnosno odigravanja samo jedne finalne utakmice nasuprot minimalno četiri i maksimalno sedam susreta u preostalim američkim sportovima što pomaže u očuvanja fokusa javnosti na samo jedan događaj.

Trojica sugovornika (Globan, Sinković, Katić) kao glavni razlog ističu globalnu važnost Sjedinjenih Američkih Država i činjenicu da sport dolazi iz komercijalno najvećeg tržišta. Globan je to usporedio s odličnim indijskim filmom, koji može biti na engleskom jeziku, ali i dalje se u svijetu percipira kao manje važan i pridaje mu se manje pozornosti nego proizvodu Hollywooda. Sinković ističe brigu oko same utakmice i popratnih sadržaja, što je i sam iskusio tijekom posjeta Green Bayu.

Katić razlog za širenje vidi u nemogućnosti daljnjeg napredovanja u Americi, pa su odlučili preko inozemnih utakmica u Londonu i Mexico Cityu privući europsku i latinoameričku publiku. Istaknuo je i NFL Europe, danas ugašenu ligu na prostoru Europe u koju su američki klubovi slali svoje igrače na razvoj. Jedino pitanje koje muči Katića je zašto samo u Londonu, a ne i u Parizu, Rimu ili Berlinu koji imaju stadione od 80 tisuća ljudi, ali pretpostavlja kako je u pitanju jezična barijera.

Bulić glavnu prednost u globalnom širenju američkog nogometa vidi u atraktivnosti same igre koja jednom kad privuče nekoga trajno ga ostavlja vezanim za praćenje sporta. Još je jednom istaknuo važnost kombinacije sporta i zabave koja pruža za svakoga ponešto. Ivkovićeve

teorija o globalnom razvoju počiva na razvoju interneta. Smatra kako bi NFL ostao na razini iz devedesetih (rezerviran za Amerikance) da nije bilo interneta koji ga je proširio diljem svijeta. Poput Bulića, slaže se o zanimljivosti sporta kojeg nije bilo teško „prodati“ svijetu jer ima korijene u drugim sportovima, ali nije usađen u kulturu ostatka svijeta što uostalom i sugerira pridjev „američki“.

Lalić ističe važnost vrhunskog spektakla s najvećim zvijezdama i prema njegovom mišljenju, najboljim atletama. Spoj snage, brzine i agilnosti igrača u kombinaciji s novim, neotkrivenim američkim zvijezdama poput Toma Bradyja, prema Laliću dobitna su kombinacija u osvajanju novih gledatelja. Napominje i kako se ne smije zaboraviti ni američka dominacija u medijskom svijetu u koji su uz filmove, glazbu i serije pridodali i profesionalni sport.

Na pitanje je li Super Bowl zaslužan za globalno širenje mogu se iščitati dva različita smjera i odgovora. Prvi je kako je Super Bowl globalni spektakl što su potvrdili svi ispitanici i smjestili ga na vrh sportskih događaja. Većina ispitanika slaže se i oko medijske praćenosti Super Bowla koji je do prije par godina bio jedini razlog izvještavanja o američkom nogometu. Sugovornici su istaknuli zabavni dio same utakmice kao privlačniji masama, uključujući i Hrvate. I dalje se više pažnje posvećuje popratnim sadržajima same utakmice, od nastupa u poluvremenu do reklama, ali polagano i sama utakmica dolazi do određene praćenosti i važnosti. S druge strane, ispitanici su istaknuli važnost redovitih prijenosa tijekom cijele sezone što privlači nove gledatelje koji logično, sezonu počinju pratiti od samoga početka i do Super Bowla su već etablirani pratitelji.

Krajnja presuda bila bi sljedeća: Super Bowl je najveća i najprepoznatljivija američka utakmica i prva asocijacija u svijetu na američki nogomet. Neosporno je i kako se najviše pažnje posvećuje Super Bowlu u medijima od svih utakmica američkog nogometa, a sami značaj popratnih sadržaja diže cijelu priču na novu razinu. Iako se sve više gledatelja priključuje od starta sezone, i dalje je najveća pažnja svjetske, pa tako i hrvatske javnosti i medija, za vrijeme Super Bowl tjedna. To je jedini tjedan u kojemu će „prosječni Hrvat“ znati reći neku informaciju vezanu uz američki nogomet, pa makar to bilo i tko nastupa u poluvremenu. Sami sport privlači svoju publiku, ali sport i zabava u kombinaciji privlače još više, a tu se vidi utjecaj američke kulture s kojom je Super Bowl često poistovjećen.

Dvojica ispitanika, Ivković i Radovich, problem odmaka od medijskog sporta vide u kulturološkoj prepreci. Ivković je istaknuo pojam grass roots, u slobodnom prijevodu usađeno znanje nekog sporta. Američki nogomet nije sport koji se igra kod nas na livadama kao nogomet, djedovi i očevi ne znaju pokazati djeci neke finese koje bi znali da je u pitanju košarka ili nogomet (kako voditi loptu ili pucati) što predstavlja veliki problem u odmaku od samo medijskog sporta, smatra Ivković. Njegovo mišljenje dijeli Radovich koji uspoređuje situaciju s Amerikom gdje su djeca od malih nogu okružena američkim nogometom i počinju trenirati u ranoj dobi. Takav scenarij ne vidi ovdje, dok se ističe i važnost vremenske razlike koja je nepremostiva prepreka jer većina najvažnijih utakmica počinje tijekom noći po hrvatskom vremenu.

Vremensku razliku istaknuo je i Lalić kao nepremostivu prepreku jer su utakmice nedjeljom navečer, a ponedjeljkom je radni dan, škola ili fakultet. Smatra i kako bi se malo otvorilo tržište kad bi imali nekog igrača kojeg bi hrvatska javnost počela pozornije pratiti, ali sport smatra isključivo američkim, bez mogućnosti širenja na svijet. Sinković je skeptičan oko važnosti hrvatskog igrača dok Globan ne vidi važnost u hrvatskom igraču jer prema njegovom mišljenju NFL se u Hrvatskoj širi i bez njih, ali smatra kako bi ubrzalo situaciju.

Bulić i Katić slažu se da je povećanje praćenosti u korelaciji s domaćom ligom. Bulić ne vidi način na koji će se američki nogomet odmaknuti od medija ukoliko ne nastane nekoliko domaćih klubova koji će igrati domaću ili regionalnu ligu. S njim se slaže i Katić koji vidi problem u amaterizmu i manjku financija što onemogućava razvoj klubova na lokalnoj razini. Kako sam kaže, Zagreb i veća središta neće biti problem, ali što je s Likom, Vinkovcima ili Ilokom?

Tablica 7: Glavne prepreke američkog nogometa u Hrvatskoj

Tomislav Globan	nema izdvojenu prepreku, hrvatski igrač bi ubrzao rast popularnosti
Martin Sinković	financije, preskupa logistika za pokretanje klubova i reprezentacije
Hrvoje Bulić	manjak domaćih klubova, odbojnost ljudi prema novim sportovima
Tomislav Katić	financije, manjak domaćih klubova
Ivan Ivković	kulturološki problem, nije tradicionalni i „urođeni sport“ u Hrvatskoj
Dražen Lalić	vremenska razlika, američki sport koji je isključivo medijski u svijetu
Pete Radovich	vremenska razlika, kulturološki problem što se ne igra od malih nogu

Razlozi i problemi koje su ispitanici naveli na trećem istraživačkom pitanju ukazuju u kojem smjeru ide odgovor. Navedeni problemi manjka domaćih klubova, vremenske razlike, hrvatskih igrača i kulturoloških aspekata međusobno se poništavaju. Ukoliko se pojavi hrvatski igrač on će potaknuti više ljudi da počnu pratiti sport, što u startu ne pomaže u odmaku od medijskog sporta već upravo suprotno, povećava gledanost. Ako nekim slučajem hrvatski igrač i potakne djecu i mlade da se počnu baviti američkim nogometom dolazimo do problema da ne postoje klubovi u kojima se može trenirati američki nogomet, pogotovo u manjim sredinama, a i malobrojni postojeći klubovi nemaju dječje sekcije, već isključivo seniorske ekipe.

Tu dolazimo do kulturološkog problema da nam američki nogomet nije urođeni sport poput košarke ili nogometa i jedini način za doći u kontakt s njim je preko medija. Nameće se rješenje kako bi američki nogomet postao sport koji se igra, a ne samo gleda, mora dodatno ojačati na medijskoj razini, a to ne dovodi do medijskog odmaka, već medijskog jačanja.

8. Zaključak

Provedenim istraživanjem u diplomskom radu dan je jasan prikaz stanja američkog nogometa u Hrvatskoj sada i prije deset godina, a navedeni su i razlozi koji su doveli do povećanja popularnosti. Samo istraživanje ne bi bilo moguće bez teorijskog dijela na početku rada koji daje skraćeni pregled najvažnijih događaja kroz povijest američkog nogometa u Sjedinjenim Američkim Državama, što direktno daje odgovor na današnju popularnost. Također, prikazan je i razvoj najvažnijeg događaja sezone, Super Bowla, koji je postao svjetski spektakl.

Kroz provedene intervjuje jasno je prikazano trenutno stanje u Hrvatskoj te su detektirani problemi koji su trenutno prisutni u američkom nogometu, prijedlozi kojima se može povećati popularnost, prikaz stanja američkog nogometa u Hrvatskoj prije deset godina, ali i razlozi koji su doveli do sadašnje situacije.

Situacija s američkim nogometom u Hrvatskoj mora se gledati kroz dva spektra. Nažalost, prvi se tiče sudjelovanja, a tu je sport na izrazito niskim granama, praktički na razini amaterskoga. Nekoliko aktivnih klubova koji nemaju potrebne financije, natjecateljski sustav ili uvjete da sport podignu na višu razinu od trenutne koju pokreće isključivo volja i želja uključenih.

Drugi pogled odnosi se na medijsko praćenje, odnosno na sami NFL i sadržaj oko same lige. Prema provedenom istraživanju, situacija prije deset godina bila je izrazito zabrinjavajuća, odnosno sport je bio marginalan u medijskom smislu. Neredoviti prijenosi utakmica, manjak dodatnog sadržaja na društvenim mrežama i televiziji svodilo je američki nogomet na povremeni tekst o cijeni reklama ili glazbeniku koji nastupa u poluvremenu Super Bowla. Deset godina kasnije, NFL ima nikad veću popularnost na ovom prostoru, a za to su najzaslužniji redoviti prijenosi utakmica kojih na godišnjoj razini ima između 130 i 135, postojanje stalne emisije posvećene NFL-u, kao i sustavno praćenje i rasprava na društvenim mrežama. Prema danim ocjenama za razdoblje prije deset godina i danas vidi se drastičan skok koji potvrđuje kako su dani marginalnog medijskog sporta iza nas. Budućnost nosi još bolju situaciju, odnosno blagi rast popularnosti koji će američki nogomet dodatno učvrstiti kao medijski važan i gledan sport u Hrvatskoj, što uostalom pokazuju i dane ocjene ispitanika.

Rezultati istraživanja pokazali su kako je Sportklub najzaslužniji za rast popularnosti američkog nogometa. Veliki broj utakmica na tjednoj razini, dodatni sadržaji u obliku televizijske emisije koja nadopunjuje prijenose, kao i komentatori koji su omiljeni među gledateljima, za sve je zaslužan Sportklub koji je NFL prometnuo kao *premium* sadržaj na svojim kanalima.

Prema istraživanju, Super Bowl i širenje globalnog utjecaja američkog nogometa po svijetu su u korelaciji jer je Super Bowl često prva asocijacija na sport neameričkoj publici. Prema iznesenim odgovorima jasno je kako je i dalje utjecaj Amerike velik u svijetu i da je samim time puno lakše širiti svoj sadržaj globalno. Istaknut je i spoj sportskog i zabavnog sadržaja koji daje savršenu kombinaciju za globalnu publiku koja se zainteresira preko njima poznatih filmskih i glazbenih zvijezda i polagano privuče i na onaj sportski dio priče.

Prema danim odgovorima u vezi manjka hrvatskih igrača i odmaka od isključivo medijskog sporta ispitanici su iznosili vlastite probleme koje smatraju važnijima od samog igrača. Istaknut je problem vremenske razlike koji nikada neće moći nestati, već eventualno ublažiti korigiranjem termina odigravanja utakmica. Mnogi koji bi uz praćenje htjeli i igrati američki nogomet nemaju ga gdje igrati zbog nedostatka klubova, pogotovo u manjima sredinama, dok u postojećim klubovima nema adekvatnih uvjeta. Postojeći klubovi najčešće ne mogu računati na pomoć države, grada ili općine jer ne spadaju pod olimpijske sportove, a bez ulaganja nema ni prilike za napredak, pogotovo jer je riječ o sportu koji nije kulturološki blizak i zahtijeva stručni kadar.

Iluzorno je očekivati da će američki nogomet postati tradicionalni hrvatski sport koji se igra na livadama i u profesionalnoj ligi. Cjelokupno provedeno istraživanje pokazalo je kako je riječ o vrhunskom medijskom proizvodu za sve zemlje svijeta osim za onu u kojoj se igra, a mnoge razvijenije zemlje od Hrvatske imaju identične probleme s participacijom i klubovima. Njemačka, Poljska ili Austrija ulažu nešto više novca u američki nogomet, njihovi klubovi čak su u mogućnosti dovesti pokojeg američkog igrača kako bi ojačali svoju ekipu, ali to je i dalje amaterski sport. Stoga, treba prihvatiti realnost kako će američki nogomet uvijek ostati isključivo medijski proizvod u Hrvatskoj, a gledajući procvat koji je doživio u prethodnih deset godina, teško se oteti dojmu kako su pred ljubiteljima ovog predivnog sporta u Hrvatskoj još ljepša vremena.

9. Literatura

Knjige:

- 1) Billick, Brian (2009) *More than a Game: The Glorious Present and Uncertain Future of NFL*. New York: Scribner
- 2) Crepeau, Richard C. (2014) *NFL Football: A History of America's New National Pastime*. Chicago: University of Illinois Press
- 3) Gruver, Ed (1997) *The American Football League: year by year history, 1960-1969*. Jefferson (NC): McFarland
- 4) Lederer, Bob (2018) *Beyond Broadway Joe: The Super Bowl TEAM That Changed Football*. New York: Harper Collins
- 5) Long, Howie (2011), *Football for Dummies*. New Jersey: Wiley
- 6) Milas, Goran (2005) *Istraživačke metode u psihologiji i drugim društvenim znanostima*. Naklada Splug. Zagreb
- 7) Oriard, Michael (2010) *Brand NFL: Making and Selling America's Favorite Sport*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press
- 8) Paolantonio, Sal (2015) *How Football Explains America*. Chicago: Triumph Books
- 9) Yeatter, Brian L. (2012) *Joe Namath, Game by Game: The Complete Professional Football Career*. Jefferson: McFarland &Co.

znanstveni radovi:

- 10) Evens, Tom (2017) Sports viewership goes down: What's up for television sports rights?. *International Journal of Digital Television*, Volume 8 Number 2
- 11) Oh, Chong, Sasser, Sheila, Almahmoud, Soliman (2015) Social media analytics framework: the case of Twitter and Super Bowl ads. *Journal of Information Technology Management*. 26

internetske stranice:

12) CBSsports.com (2020)

<https://www.cbssports.com/nfl/news/super-bowl-halftime-show-2020-jennifer-lopez-and-shakira-about-to-join-list-of-all-time-halftime-performers/> (pristupljeno: 16.7.2020)

13) Cosmopolitan.com (2020) Why Jennifer Lopez and Shakira Won't Get Paid for Super Bowl Halftime show

<https://www.cosmopolitan.com/entertainment/tv/a30752231/why-jennifer-lopez-shakira-not-paid-super-bowl-halftime-show/> (pristupljeno: 16.7.2020)

14) Forbes.com (2020)

<https://www.forbes.com/sites/forbespr/2018/09/20/forbes-releases-21st-annual-nfl-team-valuations/#4b729cd7af48> (pristupljeno: 16.7.2020)

15) Fraktura.hr (2020)

<https://fraktura.hr/autori/drazen-lalic> (pristupljeno: 16.7.2020)

16) HrN1info.com (2020)

<http://hr.n1info.com/Sport-Klub/Ostali-Sportovi/a71332/NFL-od-petka-na-SK-Startamo-s-osam-prijenosa.html> (pristupljeno: 16.7.2020)

17) IMDB.com (2020)

<https://www.imdb.com/title/tt0098830/> (pristupljeno: 16.7.2020)

18) Latimes.com (2020) The NFL: 100 years of football

<https://www.latimes.com/projects/la-sp-nfl-100-years/> (pristupljeno: 16.7.2020)

19) Lidermedia.com (2020)

<https://lider.events/investicije-inovacije/speaker/tomislav-globan/> (pristupljeno: 16.7.2020)

20) NFL.com (2020a)

<https://www.nfl.com/100/all-time-team/roster> (pristupljeno: 16.7.2020)

21) NFL.com (2020b)

<https://www.nfl.com/news/nfl-salary-cap-will-increase-to-198-2m-in-2020-0ap3000001106260>
(pristupljeno: 16.7.2020)

22) Nytimes.com (2020a) ESPN extends deal with NFL for \$15 billion
<https://www.nytimes.com/2011/09/09/sports/football/espn-extends-deal-with-nfl-for-15-billion.html> (pristupljeno: 16.7.2020)

23) Nytimes.com (2020b) Bill Walsh, Innovator of West Coast Offense, Dies at 75
<https://www.nytimes.com/2007/07/31/sports/football/31walsh.html> (pristupljeno: 16.7.2020)

24) Pro-football-reference.com (2020a)

<https://www.pro-football-reference.com/boxscores/196701150gnb.htm> (pristupljeno: 16.7.2020)

25) Pro-football-reference.com (2020b)

<https://www.profootballhof.com/heroes-of-the-game/years/> (pristupljeno: 16.7.2020)

26) Redbull.com (2020)

<https://www.redbull.com/hr-hr/athlete/martin-i-valent-sinkovi%C4%87> (pristupljeno: 16.7.2020)

27) SBnation.com (2020)

<https://www.sbnation.com/college-football/2016/12/9/13843204/1945-army-football-season-world-war-2> (pristupljeno: 16.7.2020)

28) Statista.com (2020)

<https://www.statista.com/statistics/289979/nfl-number-of-tv-viewers-usa/> (pristupljeno: 16.7.2020)

29) Telesport.telegram.hr (2020) Kako je propao Medveščak

<https://telesport.telegram.hr/price/kako-je-propao-medvescak/> (pristupljeno: 16.7.2020)

30) TheAtlantic.com (2020) Why a Super Bowl Ad Is the Smartest Way to Waste \$5 Million

<https://www.theatlantic.com/business/archive/2017/02/super-bowl-ads-waste-5-million/515682/>

(pristupljeno: 16.7.2020)

31) Thewrap.com (2020)

<https://www.thewrap.com/post-super-bowl-tv-shows-masked-singer/> (pristupljeno: 16.7.2020)

32) Vecernji.hr (2020) Preminuo legendarni trener s najviše pobjeda u ligi

<https://www.vecernji.hr/sport/preminuo-legendarni-trener-s-najvise-pobjeda-u-ligi-1399548>

(pristupljeno: 16.7.2020)

33) Wheremountaincollide.com (2020)

<http://wheremountaincollide.com/> (pristupljeno: 16.7.2020)

34) Youtube.com (2020) Super Bowl LIV Team Introduction

<https://www.youtube.com/watch?v=D6M10aFVTXk> (pristupljeno: 16.7.2020)

Fran Mihaljević: Percepcija američkog nogometa u Hrvatskoj u sezoni 2019./2020.

SAŽETAK:

Cilj ovoga rada prikazati je povijest američkog nogometa i razloge koji su doveli do globalnog širenja, uključujući i utjecaj u Hrvatskoj. Uz prikaz najvažnijih trenutaka iz stogodišnje povijesti NFL-a koji su ključni za razumijevanje globalnog širenja sporta, u radu je provedeno i istraživanje metodom polustrukturiranog intervjua s ispitanicima. Intervjui su provedeni u svibnju 2020. godine, a ispitanici su osobe iz svijeta medija, ekonomije, sociologije i sporta koji dobro poznaju NFL, imaju direktnu poveznicu sa sportom i dobro poznaju stanje američkog nogometa u Hrvatskoj. Popularnost američkog nogometa u Hrvatskoj u stalnom je porastu proteklih godina te je produkt isključivo medijskog praćenja sporta, dok je participacija skoro nepostojeća, izuzev nekoliko amaterskih klubova. Kao glavne prepreke u daljnjem širenju popularnosti američkog nogometa navode se vremenska razlika i nepostojeća kultura sporta, dok je temelj pozitivnog razvoja sadašnjeg stanja rad televizijskih komentatora. Prikazana povijest NFL-a i provedeno istraživanje prvi je put na hrvatskom jeziku dalo uvid u situaciju oko američkog nogometa u Hrvatskoj te može poslužiti kao temelj za nova, daljnja istraživanja.

Ključne riječi: američki nogomet u Hrvatskoj, National Football League, American Football League, Super Bowl

SUMMARY:

The aim of this master's thesis is to present the history of American football and the reasons that led to its global expansion, including the impact on Croatia. In addition to presenting the most important moments from the hundred-year history of the NFL that are crucial for understanding the global spread of the sport, the master's thesis also conducted a research using the method of semi-structured interviews with respondents. The interviews were conducted in May 2020, the respondents were people from the world of media, economics, sociology and sport who know the NFL well, have a direct connection with sport and are well acquainted with the state of American football in Croatia. The popularity of American football in Croatia has been increasing over the

years and is exclusively a product of media coverage of the sport, while participation is almost non-existent, except for a few amateur clubs. As the main obstacles in further spread of the popularity of American football, there are time zone differences and a non-existent culture of sport, while the foundation of the positive development of the current situation is the work of television commentators. The presented history of the NFL and the conducted research first gave an insight into the situation of American football in Croatia in the Croatian language, and can serve as a basis for new, further research.

Prilog 1: Pitanja za polustrukturirani intervju

1. Kako ste počeli pratiti NFL i koliko dugo ga pratite?

2. Ocjena stanja NFL-a u Hrvatskoj

2.1 Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj? (ocjena od 1 do 5)

- potaknuti sugovornika na ukupnu ocjenu
- potaknuti sugovornika na obrazloženje ocjene

2.2 Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

- potaknuti sugovornika na ukupnu ocjenu (ocjena od 1 do 5)
- potaknuti sugovornika na obrazloženje ocjene

2.3 Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

- potaknuti sugovornika na ukupnu ocjenu (ocjena od 1 do 5)
- potaknuti sugovornika na obrazloženje ocjene

2.4 Smatrate li kako je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

- potaknuti sugovornika na ukupnu ocjenu (ocjena od 1 do 5)
- potaknuti sugovornika na obrazloženje ocjene
- izdvojiti pozitivnu ili negativnu stranu djelovanja Sportkluba

3. Globalizacija američkog nogometa i Super Bowl

3.1 Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

3.2 Kako je NFL uspio proširiti svoj značaj po svijetu iako se igra samo u SAD-u?

3.3 Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

Prilog 2: Intervju s Tomislavom Globanom

Caffe bar Daba, Svetice (kod stadiona Maksimir), 13. svibanj 2020. (11:00)

(Susret smo dogovorili u blizini Ekonomskog fakulteta, na kojem docent Globan predaje kolegij „Sports Economics“, nekoliko dana po završetku strogih mjera u vrijeme pandemije COVIDA-19, te smo iskoristili priliku što su kafići ponovno otvorili svoja vrata posjetiteljima.)

F. Mihaljević: Kako ste došli u doticaj s NFL-om i koliko dugo ga pratite?

T. Globan: Prije nekoliko godina, na televiziji, ne znam je li bila Arenasport ili Sportklub u pitanju, slučajno sam nedjeljom prebacivao programe i naletio na utakmicu u kojoj su me komentatori odmah oduševili. Polako sam počeo sve više pratiti iz tjedna u tjedan, veseliti se nedjelji navečer i utakmicama. Tako je sve krenulo, s vremenom sam profesionalno kroz znanstvene konferencije i kroz suradnje s američkim profesorima uočio kako se NFL može promatrati i s ekonomske strane, kao i ostali sportovi. Kroz intenzivnu poslovnu suradnju krenuo sam posjećivati jednog profesora sa sveučilišta UNC (University of North Carolina) i 2017. sam otišao prvi puta na utakmicu, Monday Night Football, igrali su Carolina Panthersi i Miami Dolphinsi. Počeo sam intenzivnije pratiti Carolinu kao franšizu i postupno sam postao zagriženi fan. Ne mogu reći da znam o igri koliko znam o nogometu ili koliko znaju komentatori, ali iz godine u godinu sve više i više učim. Prva sezona u kojoj sam baš počeo pratiti bila je 2015., kada su Panthersi imali omjer 15-1 i igrali Super Bowl.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj?

T. Globan: Jedan (1) od pet. Ako govorimo o 2010., nisam siguran ni kada su uopće krenuli prijenosi na Areni, ali po onome što vidim oko sebe ocjena je jedan. Ne znam brojke o gledanosti, ali na društvenim mrežama nisam vidio nikakav interes niti rasprave koje vidim danas.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

T. Globan: Ne znam jesam li objektivan, ali ako uzmemo da je nogomet 5, između 2 i 3. Možda je skala od 1 do 5 premala, da je do 10 lakše bih skalirao, ali ipak trojka (3). Mislim da je glavni razlog tog rasta što se ljudima svidjelo te razvoj televizije. Više ljudi danas ima Arenu i Sportklub nego prije 10 godina, više je pretplata pa su kroz televizijsku izloženost došli u doticaj sa sportom. Također, tu je i medijski sadržaj koji Sportklub objavljuje na svojim društvenim mrežama, od *First Downa* (emisija posvećena NFL-u), dodatni sadržaji, angažiranost komentatora, razni podcasti. Sadržaj u medijima kojima smo okruženi toliko je velik da su ljudi počeli pratiti, a i televizijski termin, nedjelja navečer idealan je za hrvatske gledatelje.

F. Mihaljević: Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

T. Globan: Između 3 i 4. Nikada NFL neće biti popularan kao nogomet kod nas, ali biti će jednu stepenicu ispod i mislim da je to maksimum. Mislim kako je cijela situacija kao gruda snijega, krene kao mala i onda se postupno povećava. Tako i NFL, puno ljudi sada prati, a oni pričaju okolo. Privučesh kolegu, prijatelja koji da šansu i navuče se lagano na sport. Pričaš mu kako si gledao dobru utakmicu, on da priliku i navuče se i širi cijelu priču dalje, recimo kao što se virus širi. Organski sve više ljudi dolazi u doticaj s NFL-om, komentiranje po društvenim mrežama dodatno širi cijelu priču. Čak su i ostale televizije kao HRT-a počele prije Super Bowla raditi priloge o utakmici, paralelno raste popularnosti NFL-a i u britanskim medijima, a naši mediji se dosta ugledaju na njih i to se kod nas prenosi, prvenstveno zbog globalizacije. Ljude privlači kad nešto privlači mase, zanima ih što ih to privlači pred ekrane nedjeljom. Veliku ulogu igraju komentatori koji su fantastični, ne samo na hrvatskoj, već i na svjetskoj razini, ali i društvene mreže koje su ubrzale rast popularnosti.

F. Mihaljević: Koliko smatrate da je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

T. Globan: To je 5. Mogu gledati iz svojeg primjera, ali to vidim i po čistom obujmu ljudi koji sudjeluju i prate. Osim samih prijenosa, tu su i dodatni sadržaji na tjednoj bazi, bilo kroz objave samog Sportkluba, bilo kroz objave komentatora koji su sami aktivni na društvenim mrežama. Izdvojio bih emisiju *First Down*, toliko je dobra kemija voditelja da jednostavno mami gledatelja koliko je zanimljivo. Angažiranost na društvenim mrežama isto je važna, ali ljudi su

ključni. Možeš imati podcast, ali ako nemaš ljude koji će to napraviti na zabavan način nećeš imati toliki efekt. Prostor koji sama kuća daje NFL-u i kvaliteta ljudi koji se time bave su dvije ključne stvari. Ne sudjelujem aktivno, ne osjećam se kako imam dovoljno dubinskog znanja da ulazim u rasprave, ali pratim redovito podcaste i emisije kao gledatelj.

F. Mihaljević: Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

T. Globan: Definitivno jedan od najvećih, ne može se mjeriti s finalima svjetskog prvenstva i Lige prvaka u nogometu čija se gledanost mjeri u milijardama, ali u Americi definitivno broj jedan. Zbog globalizacije i američkog medijskog prostora koji se preljeva zbog jezika i utjecaja postaje sve važniji u svijetu. Za Europu to je čisto globalizacijska stvar, u Americi američki je nogomet najvažniji sport, a Super Bowl ne samo utakmica već i cijeli spektakl. Do početka devedesetih, halftime show bio je zanemariv, tu su bili puhački bendovi sa sveučilišta, te su konkurentske tv kuće otimalale gledatelje kroz skečeve komičara poput Jima Carreya. Dvelo je do toga da tadašnja tv kuća koja je prenosila Super Bowl stavi Michaela Jacksona kao najveću zvijezdu u poluvrijeme kako bi vratila gledanost. Kada staviš najveće glazbene zvijezde onda privučesh i osobe koje ne zanima sport, ali će gledati 20 minuta poluvremena. Tu su i reklame posebno složene za Super Bowl koje se mogu vidjeti samo jednom godišnje, sve to privlači Amerikance, a vidimo sve više i Europljane.

(U vezi financijskih aspekata Super Bowla, Globan daje primjer vlastitog istraživanja)

Super Bowl je super proizvod. Općenito, NFL je super proizvod, od 50 najgledanijih emisija u Americi njih 33 su utakmice NFL-a. Uz sve dostupne streaming platforme, Netflix i Hulu, ostali sadržaji imaju problem gledanosti, jer jedino što se gleda uživo na televiziji je sport, što je iznimno važno tv kućama zbog reklama koje se u snimci premotavaju. Veliki broj ljudi koji gleda uživo donosi i veliki interes sponzora, jer ne postoji nijedan drugi sadržaj koji može ponuditi toliki broj gledatelja uživo. Ono što sam i napisao u svojoj analizi, a djeluje paradoksalno, zvijezde koje nastupaju u halftime showu nastupaju besplatno. Pozornost koju dobiju u tom periodu više im se odrazi na popularnost na YouTubeu, Spotifyu i dokazano je kako prodaju više ulaznica u narednim mjesecima za koncerte. Štoviše, dolazimo do situacije u kojoj bi glazbenici trebali plaćati za nastup, a NFL bi trebao prodavati vremenski okvir, ali to ne rade zbog lošeg PR-a. Imali bi puno više štete nego koristi od toga.

F. Mihaljević: Kako je NFL uspio proširiti svoj značaj po svijetu usprkos činjenici da se igra samo u SAD-u?

T. Globan: Snaga američke kulture toliko je jaka da se neki drugi svjetski popularni sportovi ne mogu mjeriti. Svi konzumiramo američku kulturu, kroz filmove, serije i glazbu. Možeš imati odličan indijski film, ali ne može se proširiti makar bio na engleskom jeziku, ako nije popularan u Americi, manje će se vrednovati. Uvijek ima iznimaka, ali ljudi će prije gledati američki nego indijski film, ako nešto nije popularno u Americi teško će se proširiti po svijetu, osim ako nije ukorijenjeno u lokalnoj zajednici. U Hrvatskoj se rukomet prati tijekom siječnja za vrijeme prvenstva, makar nije popularan u Americi ili Engleskoj, ali ima tradiciju kod nas i imamo uspjehe pa ljudi to ipak prate. Ako nešto nije ukorijenjeno u zajednici, onda jako teško prolazi ukoliko nije sa zapada. Prvi kontakt ljudi s NFL-om je preko cijelog showa u vezi Super Bowla, ali kada krenu pratiti sport, ima puno aspekata, od taktike, povijesti igre, rivlastava koji ih navuku da prate sport. Važno je da prva utakmica novom gledatelju bude dobra, ja sam preporučio prijatelju da počne pratiti i prva utakmica koju je gledao bio je Super Bowl između Patriotsa i Ramsa koji je bio jako loš. Bitan je prvi kontakt, nešto što će privući gledatelja jer ima dosta komentara po društvenim mrežama od ljudi koji nisu dali šansu sportu, a nalaze mane poput dugog trajanja i stalnih prekida. Ono što znam, svi koji su mu dali šansu su i ostali navučeni na sport.

F. Mihaljević: Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

T. Globan: Pomoglo bi definitivno, ali već postoje ljudi s hrvatskim podrijetlom poput Belichicka ili Carrola. Bio je nedavno dokumentarac na HRT-u gdje se Belichick slikao s hrvatskim dresom, čovjek ima neke veze s Hrvatskom, a nama je to očito jako bitno. Ne bih rekao da je to velika prepreka, ali da imamo nekoga definitivno bi ubrzalo proces, ali vidimo da se i ovako uspjeva širiti.

Prilog 3: Intervju s Martinom Sinkovićem

Caffe bar Leggiero, Avenue Mall, 14. svibanj 2020. (9:30)

(Jutarnja kava na terasi Leggiera ispred Avenue Malla, Martin svjež nakon odrađenog jutarnjeg treninga na Jarunu i spreman za razgovor o svojem drugom najdražem sportu)

F. Mihaljević: Kako ste došli u doticaj s NFL-om i koliko dugo ga pratite?

M. Sinković: Otprilike 2015. naletio sam na programu, nikad mi prije nije bio zanimljiv sport, ali rekao sam si, idem probati gledati. Kasnije sam naučio pravila, privuklo me i vidio sam kako je zanimljivo i dinamično, makar se to često ne čini ljudima. Prije nego što sam naučio pravila, mislio sam pomalo bedasta je igra, stalno stoje i ništa ne rade, ali onda sam shvatio poantu igre, zanimljivo je i uzbudljivo te shvaćam zašto veliki broj Amerikanaca voli NFL. Došao sam u doticaj isključivo preko televizije, iako sam 2009. gledao jednu utakmicu na sveučilištu Berkeley, tada mi je bilo zanimljivo isključivo zbog atmosfere, ne i igre. Kasnije sam bio još jednom kod prijatelja u Kaliforniji, ali ovoga puta sam obraćao pozornost i na utakmicu. Štoviše, čak sam saznao da i guverner Kalifornije ima svoju privatnu ložu na stadionu sveučilišne ekipe.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj?

M. Sinković: Rekao bih jedan. Nikakav skoro, ali ipak ću reći 2, jer je postojao maleni broj ljudi koje je taj sport interesirao. Ja koji danas pratim, tada nisam obraćao pozornost na NFL, a ni mnogi drugi. Ljudi kod nas vole nogomet i imaju averziju prema američkom nogometu i nemaju interesa prema američkom nogometu, ali da daju šansu sportu, zavaljeli bi ga.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

M. Sinković: Tri do četiri. Sve više ljudi znaju neka imena, prepoznaju igrače, Bill Belichick je postao prepoznatljiv. Tako da 3, možda 4. Sve više se zna o sportu, sve više se piše o njemu, nedavno je bio i draft pa se popratilo medijski, Brady je otišao u Buccaneerse što se

također pisalo po portalima. Sigurno su doprinijele i društvene mreže, ljudi prate američke zvijezde na Instagramu i Facebooku koje prate i NFL pa na taj način vide ponešto i NFL-a.

F. Mihaljević: Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

M. Sinković: Mislim da će rasti interes. Pogotovo s otvaranjem svijeta i razvojem društvenih mreža, ljudi početi više pratiti. Mislim da će doći na 4, ako je prije bilo više 3 nego 4, sada bi moglo doći na četvorku. Nikada neće biti popularnost nogometa jer naši ljudi to ne prate, ali četiri bi moglo biti.

F. Mihaljević: Koliko smatrate da je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

M. Sinković: Dao bih 5 ovdje. Puno se priča o tome, masovno su popularizirali sport, puno ljudi gleda Sportklub kod nas i postupno počnu gledati i NFL. Prate po društvenim mrežama, vide statuse i objave pa se zakače i počnu pratiti sport. Mislim da je plus što više ljudi ima Sportklub, vrte programe i nalete na utakmicu, ali osobno znam ljude koji prvo upale Sportklub i gledaju bilo koji sport. Iskreno, nisam puno na društvenim mrežama, ali vjerujem da je najviše Facebook donio popularnosti, ali meni osobno, najdraža su druženja prije Super Bowla u kafiću s fanovima i komentatorima. Studijske emisije u kojima uz dobru zabavu ima i edukativnih elemenata također su važne. Utakmice bih stavio na zadnje mjesto, netko tko naleti na utakmicu, a ne zna ništa o sportu prebacit će program. Ukoliko je vidio emisiju ranije, vjerojatno će ostaviti utakmicu. Društvene mreže, druženja i emisije i na kraju utakmice.

F. Mihaljević: Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

M. Sinković: Broj jedan je što se održava u Americi, Amerikanci znaju napraviti jako dobar show od svega ujedno je broj jedan sport u Americi. Svi si daju truda da bude na najvišoj razini, veliki broj američkih zvijezda dođe čak i ako ih ne zanima utakmica, jer važno se pokazati tamo, a time i privuku svoje pratitelje na društvenim mrežama. Mislim da i dalje ljudi kod nas to gledaju kroz prizmu društvenog događaja, ali ljudi sve više gleda zbog same utakmice. Meni se to sviđa kod američkih sportova, što utakmica nije samo utakmica već i cijeli show. Bio sam 2019. godine u Green Bayu na dvije utakmice. Bilo je zanimljivo vidjeti koliko si truda daju oko

same organizacije, ako je utakmica nedjeljom u 12 sati, već u osam sati ujutro počinje *tailgating* ispred stadiona i dođe masa ljudi. Ima ljudi koji dođu samo na *tailgating*, čak i ako nemaju ulaznice, već se dođu podružiti, jesti i piti s ostalim navijačima. U Green Bayu, stadion je praktički u centru grada, što su neke velike firme iskoristile da kupe kuće blizu stadiona kako bi bili što bliže događaju i da imaju bolji *tailgating*. Znam čovjeka koji ima firmu, a kupio je kuću u blizini Lambeau Fielda (stadion Green Bay Packersa) kako bi mogao osam tjedana godišnje održavati *tailgating*, a kuću je preuredio u svojevrsni hram Packersa. Nevjerojatno mi je bilo vidjeti koliko ljudi u tom gradu žive za Packerse i američki nogomet.

(na potpitanje kako je sve doživio kao profesionalni sportaš, Martin nastavlja...)

Nisam uspio doći u neki doticaj s igračima izuzev Jamesa Jonesa, bivšeg igrača Packersa kojega sam u nakratko upoznao. Volio bih vidjeti kako oni to doživljavaju cijelu utakmicu, kako se pripremaju kao sportaši. Sport uživo izgleda nevjerojatno. Mislim da su na najvišoj razini fizičke spreme, uz bok svim top sportašima svijeta. Oni su u brzini i eksplozivnosti u samome vrhu, gledao sam video gdje dižu nabačaj i tu dolaze skoro do razine dizača utega što je impresivno. Svaki sport je drugačiji, maratonac je jako izdržljiv, ali što se tiče čiste snage, tu su NFL igrači impresivni, uz agilnost i brzinu. James Jones kojeg sam upoznao otprilike je 185 centimetara visine, znači malo viši od mene, ali osjećao sam se maleno pored njega koliko je jak i krupan, a uz igrao je jednu od manjih pozicija.

F. Mihaljević: Kako je NFL uspio proširiti svoj značaj po svijetu usprkos činjenici da se igra samo u SAD-u?

M. Sinković: Zato što je riječ o Americi, zato što naprave show od svega. Jako puno zvijezda, pjevačkih i glumačkih prisustvuje utakmicama i tako se širi po svijetu. Na primjeru Super Bowla, najmanje se gleda utakmica, a puno više cijeli show oko svega, u čemu je NFL na vrhu. Koliko sam primjetio, Amerikancima nije važno koliko se gleda u svijetu, sami sebi su dovoljni, eventualno pokušavaju još Englesku uključiti. Europa i svijet ih ne zanimaju, dok svijet, pa i Hrvate zanima većinom upravo show.

F. Mihaljević: Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

M. Sinković: Da je popularniji američki nogomet napravila bi se i reprezentacija. Preskupa je logistika da bi se uopće krenulo u Hrvatskoj, kad bi netko uložio nešto novca onda bi se možda pokrenulo, ali sada je i dalje na nekoj entuzijastičnoj razini gdje se skupe ljudi koji to vole, gledaju pa žele i igrati, ali ponavljam, preskupa je logistika. Hrvatski igrač bi možda pomogao, ali vidjeli smo i Rendulića u NHL-u, a popularnost NHL-a nažalost nije porasla. Najviše pokušavam usmenom predajom prenijeti ljudima, pričam kako je odličan sport i da mu daju šansu, nauče pravila, ali ovo što Sportklub radi bi ukratko trebao biti način za privući ljude.

Prilog 4: Intervju s Hrvojem Bulićem

caffe bar Cinema, Donje Svetice, 14. svibanj 2020. (18:00)

(Drugi intervju u četvrtak, 14. svibnja odradio sam s kolegom komentatorom na Sportklubu. Bulić je došao nasmijan, iako još nije završio s poslom, ali NFL mu uvijek izmami osmijeh na lice)

F. Mihaljević: Kako ste došli u doticaj s NFL-om i koliko dugo ga pratite?

H. Bulić: Prvi doticaj bio je u dobi od sedam godina. Tata me pozvao u dnevni boravak, tada smo inače živjeli u Engleskoj i rekao mi pogledaj ovaj sport na televiziji, bila je na programu utakmica između Patriotsa i Ramsa, neka luda završnica i ja sam bio totalno navučen. Počeo sam nedjeljom gledati i emisiju koju su imali Englezi, u početku mi je bila najvažnija stvar u životu, jednostavno pojam za nekoga tko je bio klinac poput mene. Kako sam sve više upoznao ligu, sve me više zanimalo, od pravila, čiste igre i povijesti. Ukratko, ljubav koja traje od 1986. godine, jedino što se mijenjalo su načini na koji se prati sport. Prvo samo televizija, kad sam se vratio u Hrvatsku, pratio sam preko stranih kanala, a kasnije i preko interneta.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj?

H. Bulić: Prije deset godina? Ako je jedan nikakav, onda je ipak ocjena 2. Postojala je određena publika, sport za jedan krug fanatika koji su pratili, ne mogu reći da ga nitko nije pratio, ali u nekakvim mainstream vodama pojavljivao se jedino za vrijeme Super Bowla. Oni zagriženi su ga pratili, ali nekakva šira popularnost nije postojala. I sad, ako ćeš me pitati koja je ocjena trenutno, tj. 2020... *(nastavak)*

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

H. Bulić: Morao bih reći kako je i sad između 2 i 3, ali definitivno se proširio. Ako sam stavio dva ranije, mislim da je ipak 3 sada. Razumio bih i da netko kaže da je bio 1, a da je danas 2. I dalje ima puno ljudi koji imaju otpor prema sportu i ne žele početi gledat. Moje iskustvo je da svi koji se prepuste i počnu gledati, pohvataju pravila i krenu uživati u sportu. Moram reći i

kako se počeo polagano pojavljivati u mainstream medijima, ali ne na način da ga prate na televiziji ili dnevniku. Veliki je dio razloga za skok što se liga prikazuje iz tjedna u tjedan. Prije 20, 30 godina znala je biti jedna utakmica godišnje, i to uglavnom Super Bowl, par puta i na HRT-u. Sad na hrvatskim kablovskim programima imaš priliku pratiti ligu od početka sezone i steći afinitet prema određenom klubu ili igračima, ne samo gledati jedan fenomenološki prijenos godišnje gdje se svi čudimo onim „blesavim“ Amerikancima kakav su složili spektakl i koliko se čipsa pojede. To je dno, ali to rade oni koji NFL vide jednom godišnje, i onda se bave tim glupostima koliko se pojede pilećih krilaca, ali ako gledaš sezonu od početka do kraja onda poraste tvoje zanimanje. Počneš čitati o klubovima i igračima koji te zanimaju i to te privuče. Društvene mreže su isto puno pomogle, s internetom si došao u situaciju da možeš pratiti i na jedan fanatičan način, ukoliko nitko iz tvog kruga ne prati NFL, imaš mogućnost povezati se s istima preko interneta. Pojavom prijenosa na našim programima imaš mogućnost i preko društvenih mreža onda širiti dalje tu zaraženost sportom.

F. Mihaljević: Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

H. Bulić: Solidna trojka (3). Ne može biti veći skok dok god nemamo infrastrukturu koja bi to omasovila i pokrenula. Dok god se sve održava na pionirskim pokušajima određenih klubova, to neće biti moguće. Imat će definitivno svoju publiku koja će biti i šira nego danas, jer sport ima svoju kvalitetu, ali neće mainstream proboj do kraja uspjeti bez da se natjecanje digne na nekom nacionalnom okviru.

F. Mihaljević: Koliko smatrate da je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

H. Bulić: Stavio bih 5 jer apsolutno je doprinio. Nema dvojbe da se na taj način potiče interes i oni „ovisnici“ dolaze na svoje jer prvo reagiraju na našu objavu, a onda i sami međusobno krenu replicirati i nastave širiti cijelu priču. Vidimo po gledanosti emisija i prijenosa, sad i podcastima koje radimo, ali i druženjima, definitivno je Sportklub digao na jednu razinu više. Bit je da Sportklub krene pričati priču svake sezone, Još od predsezone krenemo s nekakvim uvodom, kroz najavu klubova, očekivanja i postavljamo temelje koje u sezoni kroz razvoj rezultata klubova mijenjamo i pričamo priču po kojoj će se ta sezona pamtili. Ne baziramo

se suhoparno samo na rezultatima utakmica, pobjeda domaćina ili gosta itd, već neke zanimljivosti, te pojave, pravila, osobe koje determiniraju ishod sezone, to pokušavamo približiti i na taj način imamo cjelokupni doživljaj sezone jer imaš utakmice, emisiju koja daje najbolje trenutke i objašnjenje tih trenutaka. Emisija je definitivno pokretač, jer netko tko nije pratio cijeli tjedan ništa vezano za NFL, može upaliti emisiju u nedjelju i pripremljen ući u sljedeće kolo.

F. Mihaljević: Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

H. Bulić: U prvome redu gledanost. Prvo bih postavio Super Bowl kao američki događaj broj jedan jer nijedan događaj ne može privući toliko gledatelja za ekrane. Svima je jasno kako NFL utakmice imaju najveću gledanost, od 50 događaja u godini njih 45 će biti utakmice NFL-a, a Super Bowl to diže na višu razinu. Tradicija najgledanijeg događaja uz sebe veže i marketinške priče, ali i sve koji žele biti uključeni u ono o čemu se priča, pa gledaju, sudjeluju i komentiraju a da ih sama utakmica i ne zanima. Super Bowl je događaj broj jedan u Americi, a htjeli ili ne, Amerika determinira dobar dio komercijalnog sadržaja u svijetu. Vrhunski događaj jedne sezone, za sportske fanatike nešto što se ne propušta, a svi oni koji žele sudjelovati u čistoj društvenoj priči sudjeluju na druge načine, bilo kroz reklame ili halftime show.

F. Mihaljević: Kako je NFL uspio proširiti svoj značaj po svijetu usprkos činjenici da se igra samo u SAD-u?

H. Bulić: Pokušat ću biti objektivan, jer je riječ o nekome tko od malih nogu prati sport, ali dinamika, atraktivnost, intelektualni zahtjevi u slaganju same igre daju jedan savršeni koktel koji je teško replicirati u ostatku svijeta, a gdje god je došao on se primio na medijskoj razini. U Velikoj Britaniji i Njemačkoj imaš odlične brojke gledanosti, ali to nije mainstream sport, njihove lige američkog nogometa su i dalje treća liga nekog profesionalog sporta. Činjenica je da uspijeva privući fanatične pobornike čak i tamo gdje nema domaće infrastrukture. Kombinacija dinamike, atraktivnosti i vizualnog doživljaja koji servira američka televizija na vrhunskoj razini.

F. Mihaljević: Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

H. Bulić: Spomenuo sam ranije, ako se ne digne na igračkoj razini neće nikada postati nešto više. Postoji određeni krug ljudi koji nikada neće prihvatiti sport kao domaći, vide ga kao

nekakvo strano tijelo, *junk food*, nešto što nije dobro i uvezeno je iz Amerike, postoje ljudi koji će u startu odbaciti nešto američko. To me ranije ljutilo, ali što je više ljudi izloženo preko televizije, to je manje onih koji u startu odbacuju s predrasudama. Bez neke domaće lige koja bi bila na razini Austriji, Njemačke ili Švicarske, ili kroz neku suvislu Regionalnu ligu s Mađarima, Slovencima i Srbima, to bi definitivno povećalo zanimanje i na lokalnoj razini. Medijsko zanimanje bi dovelo do prijenosa utakmica, a to je moć televizije, podiže popularnost kroz svoje prijenose. To bi bio moj prijedlog rješenja, ali riječ je o skupom sportu, neki sponzor bi trebao omogućiti putovanja, opremu, uvjete za trening. Postoje zaljubljenici u sport, ali uvijek je problem novac. Pomogao bi hrvatski igrač, iako smo imali igrača hrvatskog porijekla, volimo se čak i sprdati s Belichickom, čije se porijeklo uvijek voli naglašavati u našim medijima. Ista stvar bila je s Davidom Diehlom, imao prezime po ocu, a majku hrvatskog porijekla, svi su prenosili onu istetoviranu šahovnicu, Sad smo baš uletili u fazu gdje nema igrača, ali jedna zvijezda s hrvatskim prezimenom bi definitivno povećala interes.

Prilog 5: Intervju s Tomislavom Katićem

Orsus Grupa, Radnička cesta, Zagreb, 15. svibanj 2020. (9:00)

(Kako je američki nogomet kod nas i dalje amaterski sport, tako je i predsjednik Zagreb Patriotsa čovjek sa svakodnevnim poslom. Susret smo dogovorili u njegovom uredu na Radničkoj, koji odmah odaje dojam sportskog fanatika. Uz sportske memorabilije, tu su i novi dresovi za odgođenu premijernu sezonu Balkanske football lige.)

F. Mihaljević: Kako ste došli u doticaj s NFL-om i koliko dugo ga pratite?

T. Katić: Zapravo moj brat prati NFL, osim toga i NBA, već 25, 30 godina. Bio je prijenos na jednoj zagrebačkoj televiziji i pričao mi je o tome. Ja sam tad igrao košarku, ali sam tražio novu zanimaciju, pa sam jednom s njim ostao budan i pogledao utakmicu. Tamo su komentatori spomenuli kao postoji jedan klub američkog nogometa u Zagrebu i da pozivaju na treninge. Završio sam priču s košarkom i trebala mi je nova zanimacija, došao sam na prvi trening i shvatio da je to to. Kad sam spojio doživljaj s treninga, pogledanu utakmicu i ono što sam saznao o sportu, navukao sam se. Znači, negdje od 2005. godine pratim američki nogomet.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj?

T. Katić: Nategnuta dvojka (2). Popraćenost NFL-a bila je skoro nikakva, pratili su samo oni ljudi koji su bili u Americi pa su vidjeli, ili netko tko je studirao tamo pa je ostao u doticaju. Nije bilo puno prijenosa, redovitih prijenosa pa je bilo jako teško stvoriti interes.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

T. Katić: Ja bih rekao da je danas 4. Kroz razgovor s poznanicima, prijateljima i ostalim ljudima stekao sam dojam da jako mali broj ljudi ne zna barem nešto o samom sportu, tko nije pogledao barem jednu utakmicu. Također, danas se prenosi i onaj drugi aspekt Super Bowla, tko je pobijedio, znači ne samo koliko košta reklama, od čega sam već umoran, nije bitno samo koliko košta reklama, nego tko je pobijedio i zašto je netko pobijedio. Nije više samo podatak o cijeni reklame i tko je nastupio u poluvremenu. Također, mediji daju i nama nekakvu pozornost,

pokoji prilog ili tekst u novinama i o lokalnim klubovima. Naravno, sve to može biti puno bolje, ali to povlači sa sobom i razvoj lokalnih klubova koji se neće tako lako dogoditi. Ragbi se igra već 40 godina u Hrvatskoj pa i dalje imaju isti problem raspoznavanja, prepoznavanja i financijskih uvjeta. Društvene mreže mogu po meni samo baratati nekim sadržajem lijevo ili desno, tako da osim američkog nogometa koji se igra već neprekidno desetak godina, tu su i kvalitetni prijenosi na Sportklubu, to moram reći jer tu se ljudi i educiraju, priča se o pravilima, događajima, povijesti jer ako utakmica traje tri sata, imaš tri sata čiste edukacije. Za mene ne postoji glupi sport, ali kroz prijenose cijelo vrijeme učimo nešto novo, komentatori nas obrazuju u svemu. Jako je velika stvar što se redovito prati, radi se redovito edukacija od kvalitetnih ljudi, kao i dodatni sadržaji kojima se ljudi dodatno zainteresiraju. Sve počinje i završava s kvalitetnim sadržajem.

F. Mihaljević: Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

T. Katić: Mi tu uvelike ovisimo o općenitom interesu za sport u Hrvatskoj. Teško možemo očekivati 1500 ljudi na utakmici Zagreb Patriotsa kad toliko jedva skupi PPD Zagreb na utakmici Lige prvaka protiv nekog top europskog kluba, bez dodatnih poticaja u vidu besplatnih karata. Općenito odnos prema sportu u Hrvatskoj je u padu, prema mojem mišljenju marginaliziran je u odnosu na situaciju prije 10 godina, nadam se da se neće nastaviti trend. Nećemo imati goru situaciju nego danas, popraćenost će biti bolja, iako neće biti ocjena 5, već 4+. Ovisit će uvelike o broju prijenosa, našem radu i radu drugih klubova, hoćemo li zainteresirati manje sredine jer nije ista situacija u Zagrebu i Gospiću ili Iloku. Puno će veći izazov biti zainteresirati ljude iz manjih sredina jer u većim sredinama će uvijek biti način. Usporedio bih to s koronavirusom, kad imaš nekoga tko voli američki nogomet on će uvijek pričati o tome i širiti dobru energiju okolo. Mora postojati i neka infrastruktura, dok su prijenosi na najvišoj razini i ne mislim da ima više potencijala od ovoga.

F. Mihaljević: Koliko smatrate da je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

T. Katić: To je čista petica (5). Potiče se rasprava na društvenim mrežama i na taj način ljudi su direktno uključeni u cijelu priču i osjećaju kako su dio toga. Uz društvene mreže, to se

komentira i u prijenosima što je dodatni izvrsni element. To što radi Sportklub po meni je prva liga i smjer u kojemu treba ići. Meni se sviđa što cijela priča ima glavu i rep. Netko je sjeo i razmislio, napravio na način da to ima smisla i da je ljudima interesantno, to se vidi po raspravi, komentarima, uključenosti, davanju ljudima da daju svoj stav. Puno je razloga za nabrojati, ali i širenje sadržaja je jedan od njih, netko komentira objavu na Facebooku, onda to vide njegovi prijatelji pa povuče još nekoga da vidi o čemu je riječ i tako se priča širi. Po meni se radi najbolja promocija NFL- na Sportklubu, bolje od klubova ili igrača koji iz mnogih razloga to nisu ili nisu bili u mogućnosti raditi.

F. Mihaljević: Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

T. Katić: Teško pitanje, ali rekao bih show. Organizacijski uvijek savršeno, jednostavno hype oko Super Bowla je nešto što prodaje tu priču. Kad osnivaš ligu, radiš probne treninge i slično, uvijek mora biti neka priča oko toga. Nije samo sport u pitanju, ista stvar je i s umjetnošću. Neku sliku, nju prodaje priča o njoj ili slikaru, ne platno i akril. Ista stvar je i sa Super Bowlom. U Hrvatskoj nema priče oko finala nogometnog kupa, nema showa odnosno ništa što bi te dodatno zainteresiralo da budeš tamo. Američki nogomet kao jedan od najpopularnijih sportova na svijetu ima vrhunsku organizaciju iza sebe, puno ljudi koji su povezani s organizacijom i to je razlog njihovog uspjeha.

F. Mihaljević: Kako je NFL uspio proširiti svoj značaj po svijetu usprkos činjenici da se igra samo u SAD-u?

T. Katić: Ne znam, možda su dotaknuli granice popularnosti u Americi pa su zaključili kako bi trebali proširiti svoj značaj po svijetu. Imali smo NFL Europe, gdje su slali svoje igrače na razvoj, ne u Ameriku već u Europu kako bi se malo i Europa zainteresirala. Počeli su kasnije i s utakmicama u Londonu, sad su počeli i s uzimanjem igrača iz Europe, dečko iz Austrije završio je na rosteru Giantsa, ne igrač s koledža, već iz austrijskog kluba. Nađe se pokojni Japanac ili Samoanac linijaš, počeli su raditi ono što je NBA prije četrdeset godina radio, otvarati se prema svijetu, a vidjeli smo koliko je to značilo za NBA, pogotovo na primjeru Yao Minga jer imaš cijelu Kinu kao tržište. Meni to izgleda kao lutanje, ne čini mi se da znaju što bi točno htjeli. Čini mi se da žele uključiti cijeli svijet u NFL, ali nisu sigurni na koji način. Nije mi jasno zašto se

igra samo u Londonu utakmica, iako je to dobar projekt jer su im stadioni puni, a ne i u Parizu ili Berlinu.

F. Mihaljević: Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

T. Katić: Nema mi smisla da se razgovara o reprezentaciji dok nemamo kvalitetne klubove i bazu igrača na nivou cijele Hrvatske. Rukomet je olimpijski sport, mi kao igrači američkog nogometa nemamo nikakva sredstva koja ima rukomet, neovisno što klubovi nisu gledani, a reprezentacija je. Da idemo tražiti u svijetu tko može igrati za reprezentaciju Hrvatske, ne bi mogli pokriti sve troškove. Također, nema smisla raditi reprezentaciju ako nemaš klubove, Slovenija je probala s reprezentacijom, ali to izgleda malo nakaradno jer bi ista stvar bila da mi iz Patriotsa uzmemo par dečkiju iz Splita i promijenimo dres. Savez je nefunkcionalan, vode ga ljudi koji ga nisu u stanju voditi, mi u Patriotsima imamo sposobnih ljudi, ali zauzeti su svojim poslom uz obaveze u klubu. Problem je i amaterizam, nismo olimpijski sport pa nemamo pomoć države, grada ili županije. Nemamo ligu, inzistirali smo da igramo ligu makar i s klubovima iz Bosne i Hercegovine, Slovenije ili Mađarske, samo da se igra. Također, nemamo infrastrukturu koja je u stanju popratiti medijski napredak sporta. Reprezentacija ne treba biti „šlag na torti“, već negdje u sredini da se svi trude još više kako bi dospjeli u nju, ali o njoj ne možemo pričati ako nemamo barem tri ozbiljna i stabilna kluba koja su u stanju igrati međusobno. Problem je što se ne može zarađivati od američkog nogometa u Hrvatskoj, već je više studentski sport, ako imaš nešto slobodnog vremena. Moraš biti i potpuno posvećen tome, ja znam raditi pola dana, otići po klinca na trening i onda u devet navečer ići dva sata trenirati, ali moram ići spreman u potpunosti jer inače postoji opasnost da se ozlijedim. Druga stvar, ako se ne dolazi redovito onda nema smisla uopće trenirati. Kod nas igrači uigraju istu akciju 1500 puta. Nismo svi isto brzi, spretni, visoki i ne može se uigravati ista akcija jednom s jednim hvatačem, drugi put s drugim. Dosta ljudi dođe probati, ali odustane jer im je prezahtjevno, preagresivno ili nešto treće. Po meni odmak se može napraviti jedino ako se počne igrati, a ne samo gledati.

Prilog 6: Intervju s Ivanom Ivkovićem

Stan obitelji Ivković, Zagreb, 15. svibanj 2020. (11:00)

(Nakon intervjua s Tomislavom Katićem zaputio sam se na drugi kraj grada kako bih obavio intervju s Ivanom Ivkovićem. Našli smo se u njegovom stanu, a ne kafiću jer dječji vrtić njegove kćeri je i dalje bio zatvoren, pa je morao obavljati roditeljsku dužnost)

F. Mihaljević: Kako ste došli u doticaj s NFL-om i koliko dugo ga pratite?

I. Ivković: Zbog košarke. Svi smo kao tinejdžeri sredinom devedesetih pratili NBA prvenstveno zbog hrvatskih igrača. Negdje 1994. ili 1995. godine izašao je časopis Košarka, koji je po meni bio jednako kvalitetan kao i Sports Illustrated ili neki strani časopis. Na taj način sam se više zaljubio u NBA svijet, a onda smo zbog doticaja s američkim svijetom počeli zanimati se za ostalo, pa i preko igrica, iako je tu više NHL bio popularan zbog vrhunske simulacije. Počeo sam pratiti prvo paušalno, zatim i pojavom interneta malo dublje, a kada mi je to postala profesija još dublje. Teško mi je staviti neki konkretan datum, jer je išlo u etapama. Rekao bih da je ozbiljno praćenje počelo negdje početkom nultih, s dinastijom Patriotsa i onda sam počeo i retrospektivno gledati utakmice kroz povijest. Kad sam postao komentator, 2011. godine, sjećam se da je bila prva Manningova ozlijeđena sezona. Komentator sam postao tako što sam radio na Tportal i ljudima s Arene je falio čovjek za američke sportove, za američki nogomet i bejzbol, a ja znam oboje.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj?

I. Ivković: Ma jedan, ali ako gledamo relativno to je bio sport D kategorije, što bi zapravo bila dvojka (2). Imamo A kategoriju, tu je samo nogomet u Hrvatskoj i eventualno ako rukometna reprezentacija ima uspjeha, ili se dogodi nešto nepredviđeno i senzacionalno. Josip Glasnović ne zanima nikoga, ali kada osvoji olimpijsku medalju onda postane netko o kome se piše. Nogomet je sport A kategorije i tu je jedini. B kategorija je ešalon košarka, tenis i tako dalje. C kategorija sportova su oni uz koje smo vezani, tipa rukomet ili vaterpolo. NFL je bio D kategorija, bio je gdje je NHL, koji je tu i danas. Nije bio E, tipa hokej na travi koji nikoga ne zanima.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

I. Ivković: Danas je to B kategorija, znači 4. Iako, nije sami vrh već bi decimalno bilo 3.8, znači B-, ali rekao sam već, samo je nogomet A kategorija, kao i reprezentacije. Ti se ne sjećaš, ali rukomet od recimo Olimpijade 2000. do Portugala 2003. nije nikoga zanimao kad smo bili loši. Sada se već NFL što se tiče kvalitete medijske produkcije i interesa nalazi pri vrhu, a ono što znam konkretno da doigravanje NFL-a ima otprilike gledanost kao derbi Premiershipa. To je već proizvod B kategorije.

F. Mihaljević: Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

I. Ivković: Nikad neće biti A kategorija kod nas, ali će doći tik do A. Znači nekakav B plus (4), nije više 3.8 već 4.3 decimalna ocjena. Mislim da je sada tik iza NBA koji nose Bogdanović, Srbi ili Dončić, ali maknemo li njih, NFL je praćeniji. Glavni razlog za skok su ljudi koji ga rade. Samo oni, nikakve društvene mreže, samo ljudi. Da proširim malo odgovor, prva stvar koja je omogućila sve je internet. Ne znam podatke iz 2010. godine, ali znam iz 2006. godine da velika većina ljudi nema neograničeni internet. Danas ga imaju svi. Ne znam postoji li ponuda operatera u kojoj nije uključen neograničeni internet. Porast korištenja interneta u zadnjih deset godina je eksponencijalan. To je *condicio sine qua non* (uvjet bez kojega se ne može, op. a.) da bi to bilo moguće. Da sport koji se ne igra na livadama kod nas, nemamo *grass roots* da bude popularan, on je što sam uvijek govorio, on je medijski proizvod. On nije došao preko sporta već preko medija, a glavni medij za prenošenje tih informacija je internet. To je bio uvjet bez kojega to ništa nije bilo moguće. To je isto tako mogao biti hokej, s kojim imamo puno više poveznica, ali ono što ih je razdvojilo su ljudi koji su ga radili i danas rade. Dakle, uložena je nevjerojatna količina vremena, dobre volje, entuzijazma, dodatne vrijednosti i svega ostaloga. To je napravilo razliku i svi koji se referenciraju iz svijeta medija ili fanova su toga svjesni.

F. Mihaljević: Koliko smatrate da je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

I. Ivković: Pet (5). Volio bih čuti jednu osobu koja ne misli tako i da mi može argumentirati. Mislim da takva osoba ne postoji, osim da je zlurada. Mogu skalirati po važnosti.

Ne smije se zanemariti Sportklub, jer se radi minimalno sedam utakmica tjedno. Od izvornog Sportkluba, Z1 i Arene broj prijenosa je rastao, bila je jedna do jedne i pol utakmice tjedno, u lošoj produkciji i kvaliteti, a siguran sam da ti je kolega Bulić rekao kako su znali raditi nešto u snimci jer nije bio namješten satelit. Praćenje NFL-a bilo je da se pristojno izrazim, amatersko. Kad sam došao na Arenu, to je bio drugi ciklus prijenosa, prvi je počeo nakon Super Bowla Patriotsa i Giantsa (SB XLII, veljača 2008. op. a.). Dakle, Arena je napravila iskorak jer su radili tri, ponekad četiri utakmice. NFL je na Sportklubu pet godina, od 2015. godine i svaki tjedan se radi sedam utakmica, a često zna biti i više, za Thanksgiving ili Božić i rade se sve utakmice doigravanja. S te strane, količina utakmica koju Sportklub daje čini taj proizvod dostupnijim, a on je i konstantno zastupljen u programu. Meni se često zbog posla zna dogoditi da sam ponedjeljkom, utorokom ili srijedom u 2 popodne doma pa šaltam po programima i vidim snimku neke utakmice na prva tri kanala. Druga stvar koja je jednako važna je briga oko proizvoda. Prethodno oko NFL-a toga nije bilo, a da prikazem na HNL-u, tu postoji ogromna briga oko proizvoda, intervjui prije i poslije susreta, golovi, najbolje akcije, emisije. Kakva je kvaliteta pustimo po strani, ali vidiš da se tu nešto radi i prikazuje. To oko NFL-a nije bio slučaj, štoviše to nije bio slučaj oko nijednog sporta izuzev HNL-a, Lige prvaka i reprezentacije još od gašenja Petice. Tek u posljednje vrijeme su Sportklub i Arena kroz dodatni sadržaj počeli brinuti oko svojeg proizvoda i to je veliki napredak. NFL je uvijek bio predvodnik, zbog inicijative uključenih ljudi, znači nas dvojica, Bulić i poneki padobranac. Dogodilo se da je naprosto krenulo i svake godine postajalo sve veće. Došli smo do situacije u kojoj emisija o NFL-u može ići svaki tjedan, čak i kad nema sezone jer ima publike i volje. To da si rekao prije šest, sedam godina na Areni, ljudi bi ti se smijali, to da si rekao i prve godine na Sportklubu isto bi ti se smijali. To nije tako davno, tako da u pet godina nije napravljen samo jedan iskorak, već njih 15.

F. Mihaljević: Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

I. Ivković: Mislim da je to samo do promocije. Ono što ga razlikuje od ostalih američkih finala je što se igra samo na jednu dobivenu utakmicu, a ne na maksimalnih sedam. Ovo je jedan događaj i ta se pažnja ne može rasplinuti, ali ono što vole nasloviti kao *America's Game*, sport iznikao iz američke kulture i uz američki vrhunski marketing koji je praktički globalni marketing doveo je Super Bowl skoro do globalno značajnog događaja. Neće nikada dosegnuti razinu finala Lige prvaka ili svjetskog prvenstva, jer kao što sam par puta već rekao nogomet je nogomet i

vjerojatno važan kao svi ostali sportovi zajedno. Specifičnog oko singularnog datuma, kreće od toga do činjenice koliko dobar marketing rade Amerikanci.

F. Mihaljević: Kako je NFL uspio proširiti svoj značaj po svijetu usprkos činjenici da se igra samo u SAD-u?

I. Ivković: Internet. Za to je zaslužan internet. Da ga nije bilo, ostao bi sport iz razine devedesetih, rezerviran za Amerikance i vrlo sporadično praćen diljem svijeta. Internet je cijelu stvar učinio dostupnom, ali postoji nešto što se zove intrinzična zanimljivost sporta. To je iznimno zanimljiv sport, koliko god bilo oponenata toj tezi, ali mislim da sad to više nitko ne može opovrgnuti. Pravila su zanimljiva, poseban je, kombinacija je mnogih sportova koji su također globalno važni, tipa ragbi. Nije ga bilo teško prodati zbog zanimljivosti, već zbog nepristupačnosti tih događaja u smislu kulture, jer ljudi se teško vežu za nešto što im nije kulturološki urođeno, ne samo u sportu, već i u kulturi ili umjetnosti. Tako da se NFL probijao internetom, medijima.

F. Mihaljević: Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

I. Ivković: Jako je teško, a to se vidi na primjeru seljenja nogometa u druge kulture, što Amerikanci pokušavaju od sedamdesetih, a Kinezi zadnjih 10, 20 godina. Jako je teško, čak i uz neograničene resurse, a Amerikanci i Kinezi ih imaju, nešto napraviti grass root sportom jer ono što ne možeš kupiti, a ja to jako često ljudima ponavljam kad govorimo o sportskoj kulturi je moja ili tvoja razina znanja sportova koji su nam uprirođeni, znači nogomet ili košarka. Kod nas je na tolikoj razini da bi na mogli biti treneri u srednjoj školi u Americi.

Mi imamo dovoljno znanja, čak možda za nogomet i na fakultetskoj razini. To je kod nas normalno, svakodnevno znanje, jer primarna znanja se razvijaju kroz primarne zajednice, obitelj, vršnjaci i onda svatko od nas može svojeg klinca naučiti osnovama kako voditi loptu. Mi to svi znamo, neki više, neki manje, ali većina populacije barata tom informacijom. U Indiji to ne postoji. Ne možeš nekom roditelju Indijcu dati košarkašku loptu i očekivati da on pravilno vodi loptu, ili da nogometnu loptu puca punom nogom, felšanom. Nama to dolazi spontano, a mnogi bi znali i objasniti da im postaviš par pitanja.

Tipa, felšana lopta ti mora ići preko tog dijela noge, druga stoji tu da ti se ne sudare noge, što je česta pojava u Americi ili Indiji, ljudima se doslovno sudaraju noge. To je kao ples, ako nisi puno puta vidio i probao, nećeš imati mehaniku tijela. To je problem kod američkog nogometa kod nas, nećeš vidjeti nekoga da se sa kćeri ili sinom dobacuje loptom u dvorištu ili da se vježbaju neke vještine, a kamoli da bi imali dovoljan pogon pa da ljudi koji se bave teškom atletikom, koja realno kod nas isto ne postoji, šaljemo za linijaše, kao što je to slučaj u Americi.

Većina linijaša bavila se teškom atletikom, bacanjem kugle, kladiva ili diska, nitko neće otići u dvorište i igrati se linijaša, nego se crpi talent sa sličnim fizičkim predispozicijama iz drugih sportova. Takav sustav doveden je do savršenstva u Americi, ali on u Europi i kod nas ne postoji, niti će za mene ikada postojati. To su bojim se nepremostivi problemi. Vjerujem da će toga biti više i sad je više nego prije deset godina, ali nikada neće doći do onoga što je danas vaterpolo.

Moram priznati da nemam neki pametni prijedlog kako popraviti sliku, ali recimo mislim da bi bilo dobro da se počne igrati sve više beskontaktno, jer na Novom Zelandu ili u Engleskoj kad krećeš s ragbijem igra se „sedmica“ jer je manje kontakata, brusiš tehničke vještine, savjetovao bih da se ovdje krene s flag footballom. To bi se moglo probiti u Europi, ne treba puno novca, nije opasno po zdravlje, a može puno pomoći u širenju popularnosti po Europi. Nikakvi hrvatski igrači, to je jedan čovjek, a nama treba tisuću. Trebaju nam očevi, stričevi, djedovi ili vršnjaci, da uče djecu doma, a onda i međusobno jedni drugi.

Prilog 7: Intervju s Draženom Lalićem

Caffe bar Pif, Preradovićeva, 19. svibanj 2020. (17:30)

(Nakon pet intervjuja provedenih u tri dana, posljednji sam ostavio za naredni tjedan. Našao sam se s profesorom Lalićem s Fakulteta političkih znanosti jedno svibanjsko popodne u centru grada kako bi uz kavu u opuštenoj atmosferi odradili intervju.)

F. Mihaljević: Kako ste došli u doticaj s NFL-om i koliko dugo ga pratite?

D. Lalić: Više sam puta bio u Sjedinjenim Američkim Državama, uglavnom u vezi izbora jer na fakultetu predajem kolegij Politička komunikacija, a na doktorskom studiju Izborne kampanje. Prvi put bio sam 1992. godine kada sam vodio istraživački centar Slobodne Dalmacije. Tih godina nitko ništa nije znao o američkom nogometu, osim nekoga tko je bio u Americi. Već onda sam povremeno pratio američki nogomet dok sam bio u Americi, u intervalima od dva, tri mjeseca boravka. Ista situacija bila je i 2002., ali pogotovo 2008. godine kada sam pratio izbore na kojima je pobijedio Obama.

Uz izbore, pratio sam američki način života, zanimao me film, kazalište, mediji, od sportova američki nogomet. U tom boravku 2008. godine stanovao sam u blizini Washingtona, kod jedne mlade obitelji, a da ih ne gnjavim previše, nedjeljom sam išao u grad na ručak, stacionirao se u nekom sportskom baru gdje su bili svi živi prijenosi. Jako sam se vezao za američki nogomet, gledao sam jednu koledž utakmicu u Portlandu i jednu u Washingtonu, ali mi je ogromna frustracija što sam imao karte za Dolphinse i Steelerse, ali živio sam daleko od stadiona i nisam imao prijevoz do stadiona pa nisam otišao, što mi je i dalje žao. U Americi je problem ako nemate prijevoz, pogotovo ako ste izvan grada. Kao sportskom fanu, pogotovo nogometnom, bio sam na svim većim stadionima, bio sam na hokeju u Torontu, gledao Trailblazerse u Portlandu 1992. godine, a samo zbog te okolnosti što nisam bio na utakmici ne smatram se pasioniranim pratiteljem američkog nogometa. Bio sam na sveučilištu, ali NFL je NFL, to je cjelodnevni program. Cijele obitelji idu na stadione, od jutra traje program, sport po mjeri za radničku klasu, što se i vidi po zagriženim središtima, Pittsburgh, Boston, Cleveland.

To je gameday, nedjelja je rezervirana za NFL, ne idu u crkvu Amerikanci, osim na srednjem zapadu, gdje i nema klubova. Ozbiljno pratim NFL od 2008. godine, ali i prije sam se

budio za Super Bowl, pratio što se događa, ali i dalje me recimo iznenadi neko pravilo ili situacija. Recimo da pratim američki nogomet kao netko tko dobro zna jezik, ali ne zna sve fineze pa izvlači iz konteksta detalje. Posebno mi je drago što to prate i moji studenti na kolegijima na kojima dajem dosta primjera iz američkog nogometa, poput protesta i klečanja Kaepernicka. Meni je to fascinantno, cijeli taj aktivizam, reklame za Nike, pa vezano i za ozljede mozga, te okolne stvari uz samu igru.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj?

D. Lalić: Reći ću dva (2), jer ako kažem jedan onda znači da nitko nije pratio, što nije istina... (sugovornik je odmah preduhitrio sljedeće pitanje)

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

D. Lalić: Ali danas je to solidna trojka (3). Postoje ljude koji to jako pažljivo gledaju i prate. Vidim po svojim studentima na kolegijima. Stavio bih to u dva konteksta. Prvi je utjecaj američke kulture u svemu, većina serija i filmova dolaze iz Amerike, koja je i dalje vodeća zemlja u svijetu koja udara ritam kulturi i u dobrom i u lošem smislu, a pogotovo u sportu. Zanimljivo je pratiti rast popularnosti soccera u Americi, ali prije svega ženskog nogometa, koji je važniji od muškoga. To je povezano i sa useljavanjima, ali žene koje igraju najčešće nisu useljenice. Kad gledamo transfer iz Amerike u druge zemlje, mislim da se prije deset godina događalo nešto slično s američkim nogometom kao što je bila situacija s košarkom prije 20 ili 30 godina iz Amerike u Europu. Tu su jako važne i sportske vedete, Michael Jordan devedesetih, Dream Team iz 1992. godine, tada je košarka bila na vrhuncu, sada je košarka pala, postala je više individualizirana, ali i dalje atraktivna za Europu i druge dijelove svijeta.

NFL je isto tako postao popularan i zbog globalnih zvijezda, prije svih Tom Brady, njegova supruga ga tu dodatno podiže, ali meni je zapelo za oko prijateljstvo između Larry Fitzgeralda i Johna McCaina, što je podatak koji malo ljudi zna. Republikanac iz Arizone i igrač Cardinalsa, to sam našao kad sam pisao knjigu u Obami. Krajem prošlog desetljeća smo imali i Davida Diehla, koji je imao istetoviranu šahovnicu, sa šalom pozirao, nama je to jako imponiralo. Ono što mi najviše upada u oči koliko drže do obrambenih igrača, u nogometu je

najbolji defanzivac Van Dijk, ali uvijek nagradu dobiju Messi ili Ronaldo. Nestalo je nepravde kad je i za obrambenog igrača plaćen toliki novac, on im je praktički donio Ligu prvaka svojim dolaskom.

U američkom nogometu drži se i do obrambenih igrača, ali me impresionira taktika, varijacije, neki klubovi su čuveni po svojoj obrani. Zvijezde su važne, kao i kabelaška televizija koja je to počela prenositi. Prije je Super Bowl bio samo reklame, danas s prijenosima dolazi i do sportskog aspekta. To je povezano i s padom košarke, rukomet nikad ne može biti planetarni sport, bejzbol se nikad nije primio u ovom dijelu svijeta i čini mi se da nam je trebao još jedan sport.. Stvorio se jedan prazni prostor gdje je kabelaška televizija uskočila i odjednom imaš priliku gledati sve prijenose, makar trajali tri i pol sata. Meni žena zna reći jesi ti normalan, što to gledaš tri sata, ali meni je to vrhunska zabava. Mnogima je problem što se ništa ne događa dugo, ali kad je akcija, onda je najluđa akcija na svijetu.

F. Mihaljević: Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

D. Lalić: Tri (3). Neće nikada biti skroz popularan niti to može zbog popularnosti nogometa i vremenske razlike. Nogomet je danas u jednoj od svojih najboljih faza i to je problem za američki nogomet. Sjećam se vremena nogometa kad se igralo na neriješeno, ali danas je nogomet atrakcija. Vremenska zona je ipak problem, kad se gleda američki nogomet one najvažnije utakmice su u noći. Iako, mladi muškarci su dobra publika, jer domaći nogomet je dosadan, zna se unaprijed tko će biti prvak, vidi se kako sve više ljudi navija za strane klubove. Taj prostor koji se otvara zbog slabe zanimljivosti domaće lige mogu iskoristiti drugi sportovi. Veliki broj ljudi će pratiti i jedno i drugo, tražit će se spektakl, uzbuđenje, emocionalno sudjelovanje. Kako postoji multimedija, tako postoji i multisport, ljudi prate više sportova i se popularnost će se povećati jer će i mediji ojačati.

Sport se globalizirao već i termini će se vjerojatno biti prilagođeni ostatku svijeta. Kulturno je nama teško zamislivo, ali prilagođavaju se već mlađi ljudi. Kada govorimo o našoj situaciji, mada u istočnoj Europi ima veliku popularnost, u Poljskoj, Slovačkoj, ali mi smo posebni tu jer smo drugi ili treći od postkomunističkih zemalja po znanju engleskog. Recimo u Srbiji, NFL je još popularniji nego kod nas, zašto je to tako, ne znam. Možda jer smo titlovali

filmove i serije, a ne prevodili pa smo mogli učiti jezik. Ja sam uvjeren recimo da nam pomaže što smo većinom prozapadno orijentirani za razliku od Srbije u kojoj vjerojatno samo prozapadno orijentirani ljudi prate NFL. Sigurno u srpskoj provinciji američki nogomet nije popularan, ali u Beogradu ili Novom Sadu je. Amerika je kulturno važna i to dodatno pomaže kod nas.

F. Mihaljević: Koliko smatrate da je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

D. Lalić: Skroz, čista petica (5). Tu se ne radi samo o prijenosima i emisijama, već bih rekao da američki nogomet spada u sportove s komentatorima koji su najstručniji i imaju najbolju podlogu od svih. Možda bi jedino trebalo više objašnjavati pravila, iako se to radi u manjem obujmu. Nekako se pretpostavlja da ljudi već znaju detalje, ali mediji moraju educirati, to je svrha medija. Vi koji komentirate, Hrvoje i i Ivan, vaš opušteni ton je dosta američki i meni se to jako sviđa. Sa smijanjem, šalama i nekim detaljima koji prijenos čine još boljim.

F. Mihaljević: Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

D. Lalić: Predajem na Aspiri honorarno velike sportske manifestacije i službeno je treći, iza svjetskog nogometnog prvenstva i finala lige prvaka. To je jednom godišnje, ultimativni događaj. Nevjerojatna je sposobnost Amerikanaca da proizvodu spektakl, tu su Europljani debelo iza i ne vidim scenarij u kojem bi to prošlo u Europi. Poluvrijeme od 30 umjesto 15 minuta, postavljanje bine, najveće zvijezde sviraju, to je baš američki potpis. Tu je Super Bowl broj jedan, ne samo od sportskih događaja, već općenito u spektaklima, jedino možda koncert Rolling Stonesa, ali svaki spektakl je spektakularan na svoj način. Nema nijednog drugog sporta ili događaja koji je od reklama napravio medij. To nema nigdje, gledaju se reklame, najbolje od najboljeg, nekad ni ne razumijemo što smo vidjeli, ali to je vrhunska produkcija. Spektakl, showbiz, iako im se malo smanjuje gledanost. Recimo, američki predsjednik kad je Super Bowl, on gleda ne kao predsjednik već kao građanin, uz prijatelje i hamburgere. Malo tko shvaća da jedna od najvećih stvari koja se dogodila za našu zemlju otvaranje SP u Brazilu, zatim Trump čestita preko Twittera na drugom mjestu u Rusiji. Jednog Cartera nije bilo briga za nogomet, danas je druga priča.

F. Mihaljević: Kako je NFL uspio proširiti svoj značaj po svijetu usprkos činjenici da se igra samo u SAD-u?

D. Lalić: I to kratko, samo četiri mjeseca. Rekao bih da je to vrhunski spektakl s najboljim atletama. To je još jedan pokazatelj da Amerika dominira, iako pitanje je koliko će ta dominacija trajati. Imamo 103 godine dominacije Amerike, od ulaska u prvi svjetski rat, Rimsko carstvo dominiralo je šest stoljeća, Velika Britanija tri, ali još uvijek je Amerika na vrhu. Taj tip treniranja, dodavanja Toma Bradya su perfekcija. U kolektivnim sportovima Jordan ili kod nas Dražen Petrović, ili Messi i Maradona u nogometu, stari Ronaldo, tu pričamo o čudima, da trljaš oči kako je to izveo. Ja sustavno pratim sport već pola stoljeća i meni su te atlete kao da su s Olimpa. Mislim da sam dosta već ranije odgovorio na to pitanje, ali vrhunski spektakl i američka dominacija.

F. Mihaljević: Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

D. Lalić: Prije smo imali igrača, sad ih nema. Možda će se javiti netko, ali s obzirom na rasne odnose, sad je puno više crnaca nego prije. Da je neki naš igrač tamo, to bi možda malo otvorilo tržište. Na primjeru nogometa, Koreanac ili neki Afrikanac, njih se prati globalno, ali ovo je američki sport, njih nije briga za to, tko je kojeg porijekla. Ljudi koji su hrvatskog porijekla, njih ima puno više nego što mi znamo, tek smo kasnije saznali za Belichicka, Erica Banu, Malkovicha. Srednji sloj crnaca je jako tanak i oni u tinejdžerskim godinama najčešće odu ili u kriminal ili u sport u potrazi za novcem, a često su to dva jedina načina. Naši su se tamo prilagodili. Naši u Clevelandu recimo veliki su navijači Brownsa. Kažem, američki nogomet je američki nogomet, to nije globalni sport, osim medijski i po publici. To je egzotika za nas i one neupućene, nama je super što je Belichickov djed iz Karlovca, ali njih tamo to nije briga kao nas ovdje gdje se upire prstom i govori ti si taj, ti si ovaj. Uz globalizaciju prisutna je i komercijalizacija i buržoazizacija i druga obilježja modernog sporta. Oni sami za sebe kažu da su svjetski prvaci, i s pravom to kažu. To je neporecivo, to su ogromni pogoni, ogromni novci i sve je vrhunski organizirano. Vidjeli smo u onom filmu Draft Day, koji su to pogoni, iako oni nisu klubovi već franšize što je druga priča. Ima jedan vrhunski dokumentarac u 30 for 30 koji govori o Oakland Raidersima kako ih je Al Davis prebacio u Los Angeles i vratili su se nazad. Tko od nas može Hajduk prebaciti u neki drugi grad? Tako nešto je u Americi normalno.

Prilog 8: Intervju s Peteom Radovichem, 20. svibanj 2020.

(Napomena 1: Intervju je proveden putem WhatsAppa, gdje je sugovornik na moja pitanja odgovarao glasovnim zapisima zbog nemogućnosti sastanka uživo, vremenske razlike i poslovnih obveza sugovornika zbog kojih nije mogao odraditi intervju putem Skypea ili Zooma.)

(Napomena 2: Intervju je vođen na engleskom jeziku)

F. Mihaljević: Kako ste došli u doticaj s NFL-om i koliko dugo ga pratite?

P. Radovich: Moj prvi kontakt s NFL-om bio je kroz stažiranje na televiziji NBC Sports. Imali su prijenose NFL-a, to je bila prva stvar na koju su me postavili, bio sam asistent produkcije, putovao sam svaki tjedan na utakmice i bio zadužen i odgovoran za statistiku i grafike koje se prikazuju na ekranu. To mi je bio prvi posao na televiziji. Zadržao sam se nekoliko godina tamo, kasnije sam prešao na CBS gdje sam postao producent za prijenose utakmica NFL-a.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju interes za NFL bio prije 10 godina u Hrvatskoj?

P. Radovich: Ocjena bi bila jedan (1). Mislim da nije bilo puno ljudi koji su gledali NFL, stoga i takva ocjena.

F. Mihaljević: Koliki je prema Vašem mišljenju trenutni interes za NFL u Hrvatskoj danas?

P. Radovich: Rekao bih da je danas situacija bolja, recimo od 2.5 do tri, ali kako mora biti cijeli broj, odnosno ocjena, onda dobar (3).

F. Mihaljević: Koliki će prema Vašem mišljenju biti interes NFL-a u Hrvatskoj za 10 godina?

P. Radovich: Mislim da se neće previše promijeniti situacija, da će to ostati trojka (3). Ne vidim jednostavno prostor za napredak iz mnogih razloga, ne vjerujem da postoji tržište za NFL u Hrvatskoj da bude više od ovoga što je danas.

F. Mihaljević: Koliko smatrate da je Sportklub svojim prijenosima i ostalim aktivnostima doprinio razvoju NFL-a u Hrvatskoj?

P. Radovich: (nije upoznat s aktivnostima, stoga je ostao suzdržan)

F. Mihaljević: Što Super Bowl čini jednim od najvećih svjetskih sportskih događaja?

P. Radovich: Najveća razlika između Super Bowla i drugih sportskih događaja, i ono što po meni Super Bowl čini Super Bowlom je da to nije samo sportski događaj, već događaj. (sugovornik je koristio izraz *the event*). U Sjedinjenim Američkim Državama Super Bowl je neslužbeni praznik, dan kad sve stane. Svaki aspekt utakmice danima se kasnije prepričava, nije samo sport u pitanju već i reklame u koje oglašivači utroše milijune i milijune dolara svake godine kako bi bile jedinstvene. Halftime show redovito privlači najveće svjetske i američke zvijezde koje se pripremaju mjesecima za jedan nastup od 10 ili 15 minuta o kojemu će pričati Amerika, ali i svijet narednih dana. Sama utakmica je u neku ruku sekundarni događaj, ako nije dobra utakmica zna se često zagubiti u gomili informacija i događaja oko same utakmice, što sportski aspekt često čini sekundarnim.

F. Mihaljević: Je li manjak hrvatskih igrača i nedostatak reprezentacije glavna prepreka u odmaku od isključivo medijskog sporta u HR?

P. Radovich: Ne mislim kako je manjak hrvatskih igrača prepreka za razvoj popularnosti u Hrvatskoj, štoviše ima jedan vrlo poznati i uspješni trener hrvatskih korijena, Bill Belichick, ima i igrača koji imaju hrvatsko podrijetlo. Najveći problem po meni je kulturološke prirode. To nije sport koji ljudi igraju, kojim se djeca bave dok su mala, nije sport kojim su Hrvati okruženi od malih nogu. Druga zapreka je i vremenska razlika. Velike utakmice u Americi često su u udarnom terminu koji je oko 20 sati, što je 2 ujutro po hrvatskom vremenu, i to početak, što znači da je cijela noć u pitanju. Istina, ima utakmica u 13 sati po američkom vremenu koje su u 19 sati što je dobro, ali utakmica u 16:30 koje su u 22:30 po hrvatskom vremenu, to je već kasni početak s obzirom da je nedjelja u pitanju i ljudi rade sljedeći dan. Doigravanje i udarne utakmice koje su često najbolje jednostavno su prekasno za Hrvate. Mislim da je to najveća prepreka, a ne manjak hrvatskih igrača u ligi.