

DRUŠTVENI UČINCI SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA PRIMJERU SPORTSKIH IGARA MLADIH 2017.

Razmilović, Matea

Master's thesis / Diplomski rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:354470>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-23**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

DRUŠTVENI UČINCI SPORTSKIH
MANIFESTACIJA NA PRIMJERU SPORTSKIH
IGARA MLADIH 2017.

Mentor:

Izv. prof. dr. sc. Smiljana Pivčević

Studentica:

Matea Razmilović

Split, kolovoz, 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD	3
1.1. Problem istraživanja	5
1.2. Predmet istraživanja	7
1.3. Istraživačke hipoteze	8
1.4. Ciljevi istraživanja.....	9
1.5. Metodologija istraživanja	10
1.6. Doprinos istraživanja	12
2. SPORTSKE MANIFESTACIJE - VAŽNOST I ZNAČENJE	13
2.1. Povijest manifestacijskog turizma	13
2.2. Teorija manifestacija.....	16
2.2.1. Pojam, značenje i obilježja manifestacija	16
2.2.2. Klasifikacija i vrste manifestacija	18
2.2.3. Učinci manifestacija	22
2.3. Sportske manifestacije kao specifičan oblik manifestacija.....	26
2.3.1. Pojam i karakteristike sportskih manifestacija.....	26
2.3.2. Motivi za sudjelovanje u sportskim manifestacijama i u sportu	29
2.3.3. Društveni učinci sportskih manifestacija	33
2.3.4. Primjer sportske manifestacije - Sportske igre mladih.....	44
3. MLADI U SPORTU	51
3.1. Mladi u suvremenom hrvatskom društvu	51
3.1.1. Definicija i karakteristike mladih.....	51
3.1.2. Društveni problemi mladih.....	54
3.1.3. Slobodno vrijeme i interes mladih za sportske aktivnosti.....	56

3.2. Sport kao društveni fenomen.....	59
3.2.1. Definicija sporta	59
3.2.2. Načela razvoja sporta u Republici Hrvatskoj	60
3.2.3. Doprinos sporta stvaranju boljeg društva	65
4. DRUŠTVENI UČINCI SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA PRIMJERU SPORTSKIH IGARA MLADIH 2017. – EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE	67
4.1. Metodologija istraživanja	67
4.2. Obilježja uzorka	69
4.3. Testiranje hipoteza i interpretacija rezultata istraživanja	73
4.3.1. Testiranje pomoćne hipoteze H1.1	75
4.3.2. Testiranje pomoćne hipoteze H1.2	77
4.3.3. Testiranje pomoćne hipoteze H1.3	79
4.3.4. Donošenje zaključka o glavnoj hipotezi H1	80
4.4. Ograničenja istraživanja.....	81
4.5. Preporuke proizišle iz istraživanja	82
5. ZAKLJUČAK.....	83
POPIS LITERATURE:	85
POPIS TABLICA I SLIKA	90
PRILOG 1- ANKETNI UPITNIK.....	92
SAŽETAK	95
SUMMARY	96

1. UVOD

Društveno-ekonomska pojava zvana turizam fenomen je novoga doba *par excellence*, poglavito suvremenog čovječanstva. Čovjek je uvijek putovao, ali su motivi bili različiti te su zavisno od povijesnih epoha u kojima je živio postojale različite mogućnosti za ostvarivanje čovjekove iskonske težnje za promjenama, pa tako i za privremenim ili stalnim promjenama mjesta prebivanja. Turizam je pojava koja se u svome nastanku i svom trajanju usko povezuje sa slobodnim vremenom. Danas postoji mnogo vrsta i oblika turizma, kao i načina na koje se može iskoristiti slobodno vrijeme (Jagić, S., 2005.).

U ovom radu riječ je o turizmu događanja ili manifestacijskom turizmu kod kojeg se kao glavni motiv putovanja ističe sportska manifestacija Sportske igre mladih održana u kolovozu 2017. godine u Splitu.

Iz čovjekove urođene želje i potrebe da se natječe te bude bolji od drugih proizlazi kako su sportska natjecanja oduvijek imala važnu ulogu u životima ljudi. Posredstvom medija njihov utjecaj na današnjicu još je i veći. Činjenica da većina globalnih mega manifestacija spada u kategoriju sportskih manifestacija dovoljno govori o značaju sporta u industriji manifestacija. To se ne odnosi samo na mega događanja već i na različite veličine i razine sportskih događanja koje doprinose društvenim i ekonomskim učincima, jačanju osjećaja pripadnosti i ponosa ali, naravno, i razvoju zdravog tijela i duha kao ključne svrhe sporta (Pivčević, S., 2016.).

Getz (2005.) predlaže tipologiju glavnih kategorija planiranih događaja baziranih primarno na njihovom obliku sa očitim razlikama u njihovoj namjeni i programu pri čemu razlikuje amaterska i profesionalna sportska natjecanja koja se mogu promatrati sa stajališta gledatelja i sudionika. Za ovaj rad posebno je interesantna kategorija amaterskih sportskih natjecanja sa stajališta sudionika.

S druge strane, autori Shone i Parry (2010.) predlažu nešto drugačiju kategorizaciju planiranih događaja iz koje je jasno vidljiva uska povezanost sportskih aktivnosti sa slobodnim vremenom, s obzirom da je sport uvršten pod kategoriju *lesisure* aktivnosti.

Prema Jagiću (2005.) utjecaj slobodnog vremena na razvoj turizma je u suvremenom turizmu važniji nego nekoć jer u mnogome doprinosi njegovim najširim razmjerima. U svezi sa slobodnim vremenom i turizmom autor ističe slobodno vrijeme djece i mladeži te tvrdi da turizam svojim sadržajima, aktivnostima, a napose kontaktima među ljudima i atmosferom u kojoj se odvija može pozitivno utjecati na njihov cjelokupni razvoj. Također, nekada slobodno vrijeme i turizam bili „pravo“ samo manjeg broja ljudi usmjeravani isključivo na odmor i rekreaciju. Danas slobodno vrijeme i turizam dobivaju još jednu važnu funkciju, a to je razvoj osobnosti koji je sa pedagoškog stajališta najvažnija te se ostvaruje razvojem tjelesnih, intelektualnih, moralnih, estetskih i radnih kvaliteta čovjeka (Jagić, S., 2005).

Svi planirani događaji, pa tako i sportske manifestacije imaju svoj cilj. Da bi isti bio postignut, manifestacija mora postići određene učinke koji su relevantni da bi se održavanje manifestacije ocijenilo uspješnim ili pak neuspješnim.

Hover i dr. (2016.) navode kako se najvažniji učinci koje sportske manifestacije mogu proizvesti svode na četiri glavne kategorije, a to su ekonomski, društveni, okolišni i fizički utjecaj.

Iako sport i sportska rekreacija u turizmu vrše, kako društvene tako i ekonomske funkcije, ovaj rad će se primarno baviti društvenim učincima sportskih manifestacija koji proizvode utjecaj na osobnost i životne navike sudionika Sportskih igara mladih te njihov daljnji društveni razvoj.

Društveni učinak odnosi se na način na koji sportski događaj potiče promjene kolektivnih i individualnih sustava vrijednosti, obrazaca ponašanja, strukture zajednice, načina života i kvalitete života (Hover i dr. 2016. prema Taks, M., 2013.).

Prema Pivčević (2016.) postoji čitav niz mogućih pozitivnih (samoaktualizacija, promocija sporta i zdravog načina života, jačanje duha zajednice i sl.) i negativnih (gušenje ljudskih prava, rast međuetničkih tenzija i sl.) društvenih učinaka sportskih manifestacija. Ovaj rad će primarno nastojat istražiti moguće pozitivne društvene učinke koje sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih proizvodi na njene sudionike.

1.1. Problem istraživanja

Sport i turizam su međusobno povezani fenomeni koji generiraju brojne funkcije te veoma značajne društvene i ekonomske učinke. Kao rezultat komercijalizacije, sport je prešao put od neprofitabilne zabave i razonode do ozbiljnog posla i izvora prihoda te time postao jedan od glavnih aspekata modernog društva. Tome pridonosi činjenica da je pristup sportu u današnje vrijeme omogućen gotovo svakoj osobi na svijetu, bilo kroz sudjelovanje u sportskim aktivnostima ili pak kroz praćenje istih putem medija. Uz porast popularnosti sporta, došlo je do porasta značenja i održavanja sportskih manifestacija, kao i učinaka koje proizvode na sudionike te širu zajednicu. Neki od navedenih učinaka mogu biti povećana razina sudjelovanja u sportu, rast turizma na području gdje se manifestacija održava, nove mogućnosti zapošljavanja, rast investicija, ulaganje u infrastrukturu i sl. Međutim, čimbenik koji često ostaje nezapažen je učinak koji sportske manifestacije imaju na mlade ljude. Upravo će se u ovom radu na primjeru Sportskih igara mladih nastojat utvrditi učinci na mladu populaciju koji proizlaze iz njihova sudjelovanja na manifestaciji.

Mladu populaciju Ilišin i Radin (2007.) karakteriziraju kao društvenu skupinu čija je integracija u društvo uvijek obilježena specifičnim problemima na koje i oni i društvo u različitim socio-povijesnim razdobljima različito reagiraju, dok je istodobno njihova važnost u tome što predstavljaju nužan resurs za opstanak i razvoj svakog društva.

Hover i dr. (2016.) definiraju tri glavna aspekta društvenih učinaka sportskih manifestacija:

1. Sudjelovanje u sportu: stupanj do kojeg sportske manifestacije potiču sportski sektor, a posebice sudjelovanje u sportu;
2. Stavovi i uvjerenja: stupanj do kojeg sportske manifestacije utječu na vjerovanja, stavove i norme ponašanja te vrijednosti sudionika (npr. ponos, sreća, "osjećaj zadovoljstva");
3. Socijalna kohezija: trajni proces razvoja društva zajedničkih vrijednosti i izazova te jednakih mogućnosti, temeljenih na osjećaju povjerenja, nade i uzajamnosti (Hover i dr., 2016. prema Jenson, J., 1998.), kao rezultat sportske manifestacije.

Dok se stavovi i uvjerenja uglavnom odnose na individualne (psihološke) karakteristike, socijalna kohezija se odnosi na društvene procese i interakcije koje su inicirane i stimulirane

sudjelovanjem u sportskim manifestacijama. To znači da socijalna kohezija nije ograničena na pojedinačna uvjerenja i vrijednosti, već predstavlja zbroj interakcija više pojedinaca koji čine (lokalno) društvo (Hover i dr., 2016.).

Ovaj rad nastoji ući u problematiku nedovoljno istraženih društvenih učinaka koji se kroz sudjelovanje na sportskim manifestacijama reflektiraju na njene sudionike. Točnije, pokušat će se predočiti u kojoj mjeri se sudjelovanjem na sportskoj manifestaciji doprinosi socijalizaciji i socijalnoj koheziji mladih te njihovoj fizičkoj aktivnosti i sudjelovanju u sportskim aktivnostima.

Jedno od rijetkih istraživanja koje je analiziralo utjecaj sportskih natjecanja na motivaciju studenta i razinu njihove socijalizacije, a bitno je doprinijelo teoretskoj razradi ovog rada, provedeno je u Rumunjskoj. Ono što je značajno za ovaj rad je upravo analiza društvenih značajki proizašlih iz sudjelovanja na sportskom natjecanju, pri čemu se misli na socijalizaciju i dobrobiti bavljenja fizičkom aktivnošću. Prema Patriksoonu (1996.) socijalizacija koja se odvija kroz bavljenje fizičkom aktivnošću i sudjelovanjem u sportskim natjecanjima proizvodi niz pozitivnih posljedica počevši od razvoja motoričkih sposobnosti, preko razvoja društvene kompetencije do uspostavljanja vrijednosti i društvenih normi. Serban (1998.) objašnjava kako socijalizacija putem sporta predstavlja proces društvene integracije kroz komunikaciju, razumijevanje i kooperaciju sudionika. Prema Turcu (2010.) sportska aktivnost pozitivno utječe na održavanje zdravlja, sliku o fizičkom izgledu ali i na razvoj osobnosti. Također, bavljenje sportom pozitivno utječe i na sliku o sebi, samopoštovanje, samopouzdanje, raspoloženje, te ublažava anksioznost, depresiju, pritisak i stres. Yan i McCullagh (2004.) tvrde da sudjelovanjem u sportskim aktivnostima mladi usvajaju važne vještine od kojih se ističe natjecateljski duh koji je prisutan u svakodnevnom životu. Prema tome, osobe koje se bave sportskim aktivnostima imaju veću mogućnost budu uspješniji u ostalim područjima života. Socijalizacija prema Kentu (2007.) omogućava članovima društva interakciju kojom se prenose vještine, vrijednosti, uvjerenja, znanja i načini ponašanja. Harrison i Naraya (2003.) ističu kako su, unatoč važnosti fizičkih dobrobiti, društvene dobrobiti one koje privlače djecu u svijet sporta (Sopa i Pomohaci, 2014.). Navedeno istraživanje nesumnjivo je poslužilo kao svojevrsna podloga za razvoj temeljnih ciljeva ovoga rada te analize pozitivnih društvenih učinaka na sudionike Sportskih igara mladih održanih 2017. godine.

1.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja proizlazi iz navedenog problema istraživanja. Temeljni predmet koji se želi razraditi kroz ovaj rad jest utvrditi proizvodi li sudjelovanje na sportskoj manifestaciji pretežito pozitivne društvene učinke na sudionike manifestacije. Odnosno želi se ustanoviti doprinosi li individualnom i društvenom razvoju sudionika, povećava li njihovu uključenost u sportske aktivnosti te kakav učinak ima na životne navike istih.

U radu će se prvo iskazati teorijski aspekt manifestacija s naglaskom na sportske manifestacije, nakon čega će se pojasniti mogući pozitivni i negativni društveni učinci sportskih manifestacija, definirati pojam i glavna obilježja mladih u suvremenom hrvatskom društvu te istražiti društveni fenomen sporta. Prikupljena teoretska materija evaluirat će se na primjeru sportske manifestacije Sportske igre mladih održane u Splitu u kolovozu 2017. godine.

Po obradi na teoretskoj razini, pristupit će se empirijskom istraživanju koje je provedeno putem ankete. Nakon izrade upitnika i terenskog prikupljanja podataka, empirijski će se istražiti proizvodi li navedena manifestacija pozitivne društvene učinke na njene sudionike.

1.3. Istraživačke hipoteze

Na temelju navedenog problema i predmeta istraživanja, postavljena je jedna glavna hipoteza te tri pomoćne istraživačke hipoteze.

Tablica 1: Istraživačke hipoteze

GLAVNA HIPOTEZA H 1
Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih proizvodi pozitivne društvene učinke na njene sudionike.
POMOĆNA HIPOTEZA H 1.1.
Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalizaciji njenih sudionika.
POMOĆNA HIPOTEZA H 1.2.
Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalnoj koheziji njenih sudionika.
POMOĆNA HIPOTEZA H 1.3.
Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih potiče fizičku aktivnost sudionika i njihovo sudjelovanje u sportskim aktivnostima.

Izvor: Vlastiti prikaz

Postavljenim pomoćnim istraživačkim hipotezama nastoji se steći uvid u najvažnije društvene učinke koje sudjelovanje na sportskoj manifestaciji, u ovom slučaju na Sportskim igrama mladih, proizvodi na njene sudionike. Pomoćne hipoteze postavljene su kao potpora za donošenje zaključka proizvodi li sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih pozitivne društvene učinke na sudionike, točnije, natjecatelje koji sudjeluju u sportskom događanju. Upravo to je glavna hipoteza čijim potvrđivanjem se nastoji dokazati da sportske manifestacije mogu služiti kao katalizator brojnih društvenih promjena presudnih za individualni i društveni napredak mladih koji su buduća okosnica razvoja hrvatskog društva.

1.4. Ciljevi istraživanja

Temeljni cilj ovog istraživanja, koncipiran iz prethodno navedenih istraživačkih hipoteza, jest na primjeru istraživanja stavova sudionika Sportskih igara mladih dokazati kako sudjelovanje na sportskoj manifestaciji proizvodi pozitivne društvene učinke na mladu populaciju. Iz temeljnog cilja istraživanja, a u skladu s navedenim hipotezama, postavljaju se sljedeći istraživački ciljevi:

- ✓ teoretski istražiti pojam i sadržaj manifestacijskog turizma,
- ✓ objasniti osnovne pojmove i stavke iz teorije manifestacija,
- ✓ prezentirati karakteristike i važnost sportskih manifestacija,
- ✓ istražiti i analizirati moguće pozitivne i negativne društvene učinke koje sportske manifestacije proizvode na sudionike,
- ✓ predočiti važnost sporta u stvaranju boljeg društva i dobrobiti bavljenja sportom,
- ✓ predočiti glavne karakteristike i aktualne probleme hrvatske mladeži te razinu njihove uključenosti u sportske aktivnosti,
- ✓ uočiti i objasniti utjecaj bavljenja sportom na razvoj osobnosti mladih,
- ✓ prikazati pozitivne društvene učinke koje sportska manifestacija Sportske igre mladih proizvodi na sudionike,
- ✓ istražiti motive koji potiču mlade na sudjelovanje u sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih,
- ✓ istražiti utjecaj sudjelovanja na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih na stavove i uvjerenja sudionika,
- ✓ istražiti doprinosi li sudjelovanje u sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih jačanju društvene uključenosti sudionika te,
- ✓ istražiti stavove sudionika o utjecaju sportske manifestacije na njihovu fizičku aktivnost i uključenost u sportske aktivnosti.

1.5. Metodologija istraživanja

Rad se sastoji od dva dijela, teorijskog i empirijskog. U prvom dijelu postavljen je teorijski okvir unutar kojeg su analizirani prikupljeni odgovarajući sekundarni izvori koji uključuju stručnu i znanstvenu literaturu domaćih i stranih autora te podatke prikupljene iz odgovarajućih internet izvora. U svrhu dobivanja odgovora na postavljene hipoteze i ostvarivanja postavljenih ciljeva koristile su se sljedeće znanstveno-istraživačke metode (Zelenika, R., 1998.):

- ✓ Metoda deskripcije - postupak jednostavnog opisivanja ili ocrtavanja činjenica, procesa i predmeta u prirodi i društvu te njihovih empirijskih potvrđivanja odnosa i veza, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
- ✓ Metoda kompilacije - postupak preuzimanja tuđih rezultata znanstvenoistraživačkog rada, odnosno tuđih opažanja, stavova, zaključaka i spoznaja. Ova se metoda, dakle, temelji na oponašanju drugih, pri čemu se često preuzimaju dijelovi tuđih radova.
- ✓ Metoda klasifikacije - sistemska i potpuna podjela općeg pojma na posebne, koje taj pojam obuhvaća. Klasificiranje se može definirati i kao postupak određivanja mjesta nekog pojma u sustavu pojmova.
- ✓ Metoda analize - postupak znanstvenog istraživanja i objašnjenja stvarnosti putem raščlanjivanja složenih misaonih tvorevina (pojmovi, sudova i zaključaka) na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente i izučavanje svakog dijela (i elementa) za sebe i u odnosu na druge dijelove, odnosno cjeline.
- ✓ Metoda sinteze - postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem spajanja, sastavljanja jednostavnih misaonih tvorevina u složene i složenijih u još složenije, povezujući izdvojene elemente, pojave, procese i odnose u jedinstvenu cjelinu u kojoj su njezini dijelovi uzajamno povezani.
- ✓ Induktivna metoda - sistematska i dosljedna primjena induktivnog načina zaključivanja u kojoj se na temelju pojedinačnih ili posebnih činjenica dolazi do zaključka o općem sudu, od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva i fakata

dolazi se do općih zaključaka, od poznatih pojedinačnih slučajeva polazi se nepoznatom općem, od izučenog neizučenom, od većeg broja pojedinačnih pojava vrše se uopćavanja.

- ✓ Deduktivna metoda - sustavna i dosljedna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općih stavova izvode posebni, pojedinačni, iz općih postavki dolazi se do konkretnih pojedinačnih zaključaka, iz jedne ili više tvrdnji izvodi se neka nova tvrdnja koja proizlazi iz prethodnih tvrdnji.
- ✓ Komparativna metoda - postupak uspoređivanja istih ili srodnih činjenica, pojava procesa i odnosa, odnosno utvrđivanja njihove sličnosti u ponašanju i intenzitetu i razlika među njima.

U drugom dijelu rada metodom anketiranja provedeno je empirijsko istraživanje na temelju primarnih izvora podataka prikupljenih za vrijeme održavanja manifestacije. Prema Zelenici (1998.) metoda anketiranja je postupak kojim se na temelju anketnog upitnika istražuju i prikupljaju podaci, informacije, stavovi i mišljenja o predmetu istraživanja. Odgovori su prikupljeni posredstvom anketnog upitnika u tiskanom obliku kao istraživačkog mjernog instrumenta.

1.6. Doprinos istraživanja

Doprinos istraživanja evidentan je iz sveukupnih koristi koje proizlaze iz ovog rada - iz prikupljenih rezultata istraživanja, zaključaka te potencijalnih prijedloga i rješenja iznesenih u radu. U širem smislu ovaj rad podijeljen je na dva dijela, teorijski i empirijski, pa tako svaki dio rada ima određene ciljeve za koje se vjeruje da mogu razjasniti određene forme i sadržaje društvenih učinaka koje proizlaze iz sportskih manifestacija.

U teorijskom dijelu definirani su glavni pojmovi i obilježja unutar fenomena manifestacijskog turizma s naglaskom na mlade, sport, sportske manifestacije te društvene učinke koje imaju na sudionike.

Empirijski dio odnosi se na prikupljanje, analizu i interpretaciju podataka, a pažnja je usmjerena na osobne stavove ispitanika i na njihova individualna iskustva vezana za sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih 2017.

Na ovaj način zaokružuje se cjelina ovog rada i dotiče srž samog istraživanja, a ta je da se dobije cjelokupna slika društvenih učinaka analizirajući interes i angažman natjecatelja na konkretnom primjeru održane sportske manifestacije. Takav prikaz sportskih događanja predstavlja svojevrsan doprinos u području koje ukazuje na nedostatke te otvara prostor za nova saznanja vezana za suzbijanje osnovnih društvenih problema i socijalizaciju mladih koji predstavljaju bitan resurs razvoja hrvatskog društva u budućnosti.

2. SPORTSKE MANIFESTACIJE - VAŽNOST I ZNAČENJE

U ovome poglavlju, detaljno će se obraditi temeljne stavke iz teorije manifestacija. Nakon osvrta na povijesni razvoj manifestacijskog turizma i teorijski aspekt manifestacija, slijedi klasifikacija i vrste manifestacija te učinci koje manifestacije proizvode na sudionike. Naglasak će zatim biti na sportskim manifestacijama te mogućim društvenim učincima koje iste mogu proizvesti na sudionike. Naposljetku su predstavljene glavne odrednice Sportskih igara mladih kao sportske manifestacije u sklopu koje će se provesti empirijsko istraživanje.

2.1. Povijest manifestacijskog turizma

Kada se danas u različitim prilikama pokušava s malo riječi oslikati suvremeni turizam, suvremena turistička kretanja, onda se najčešće rabe termini kojima se želi pokazati sva veličina pojave, pa se govori: „najveća migracijska pojava u povijesti“, „najveća industrija svijeta“, „totalni društveni fenomen“ i sl., a naše se doba obilježuje osim tehničkim progresom, robotizacijom i kompjutorizacijom i kao „doba turizma“ (Jagić, S., 2004.). Naime, spoznaje o vrijednosti putovanja nisu nove. U jednoj sažetoj povijesnoj perspektivi Herodot je prikupio „etnografske bilješke o strancima“, a Augustin je naglasio njihovu obrazovnu vrijednost u svojoj izreci: „Svijet je knjiga, onaj koji ostaje kod kuće, čita samo jednu stranicu“ (Jagić, S., 2005.).

Evidentno je da starim Rimljanima stranac nije bio nepoznat pojam. Dakle, sami začeci turizma sežu daleko u povijest kada su svijetom vladale drevne civilizacije Grka i Rimljana, a prema većini autora još i ranije.

Promjene koje su se zbile na svjetskom turističkom tržištu 80-ih godina 20. stoljeća, snažno su utjecale na transformaciju turističkih tijekova, uglavnom u kvalitativnom pogledu. Manje su djelovale na intenzitet putovanja, a više na strukturu same potrošnje i ponašanje turista. Turizam se počeo transformirati iz „tvrđoga“ u „meki“ oblik, postao je humaniji i više okrenut pojedincu. Na tom tragu, sukladno novim trendovima i sve većim zahtjevima suvremenih turista, javljaju se razni selektivni oblici turizma među kojima je i manifestacijski turizam ili turizam događanja (Kušen, E., 2001.).

Pojam manifestacijskog turizma nije bio široko korišten sve do 1987. kada je *The New Zealand Tourist and Publicity Department* izvijestio kako je „manifestacijski turizam važan i brzorastući segment međunarodnog turizma.“ (Getz, D., 2008.).

Oklobdžija (2015.) prema Quinnu (2009.) navodi kako su razne vrste festivala i događaja postojale oduvijek kao značajan dio ljudskog društva u obliku javnih prikaza, građanskih rituala i kolektivnih slavlja te su, zapravo, ljudi u svim kulturama prepoznali potrebu za izdvajanje određenih vremenskih razdoblja i prostora za komunalnu kreativnost i slavlje. Oklobdžija (2015.) smatra kako ovakve prakse datiraju stoljećima, čak i tisućljećima te kako s obzirom na raznolikost narav događaja, njihov oblik nije povezan s određenim vremenskim razdobljem. Poznato je da su izložbe i trgovinske priredbe održavane u antičko doba. Drevni povjesničari primijetili su sportske događaje kao značajan i prestižan oblik društvenih aktivnosti, koji su doživjeli vrhunac organizacijom antičkih Olimpijskih igara. Poznato je da su festivali kao događaji postojali još od srednjeg vijeka kada ih je financirala crkva, iako neke vrste sličnih događaja datiraju još iz rimskih vremena. Koliko god se čini da su konferencijski događaji proizvod suvremenog života, njihovi počeci datiraju iz 18. stoljeća. Događaji su vjerojatno nastali i prije pojave novca, ali uspostavljanje i prihvaćanje općeg ekvivalenta nesumnjivo je popratilo njihov daljnji razvoj. Autorica zaključuje kako je pojava kapitalizma, novih proizvoda i novih društvenih odnosa, kao i novi način života, omogućio svestrani razvoj sve većeg broja događaja. Međutim, tek događaji održavani tijekom 20. stoljeća su se približili onome što danas smatramo manifestacijama (Oklobdžija, S., 2015.). Da se zaključiti kako fenomen turizma nije nepoznat pojam već postoji otkad je i čovjeka samo je stoljećima neprestano mijenjao svoje oblike. Tome u prilog ide činjenica da je upravo kretanje ljudi obilježilo ljudsku povijest, potaklo razvoj društva te oblikovalo svijet kakav poznajemo danas.

Mnogi autori koji su se bavili istraživanjem manifestacijske tematike potrudili su se dati svoj doprinos u definiranju samog pojma manifestacijskog turizma, no, svakako kao jednog od glavnih teoretičara valja istaknuti Donalda Getza, uvaženog profesora *emeritusa* sa sveučilišta Calgary u Kanadi koji je svojim radovima najkvalitetnije doprinio izučavanju teorije manifestacija i području upravljanja istima.

Getz (2008.) smatra kako pojam manifestacijskog turizma treba promotriti sa dva aspekta - ponude i potražnje. Iz potrošačke perspektive potrebno je shvatiti tko su posjetitelji koji putuju zbog manifestacija i koji su pritom razlozi posjećivanja određene manifestacije, te

kakav je profil posjetitelja koji posjećuju manifestacije prilikom putovanja. Potrebno je, također, ustvrditi što spomenuti posjetitelji rade prilikom posjeta te koliko troše. Oba navedena tipa turista čine segment potražnje manifestacijskog turizma.

Sa strane ponude destinacije razvijaju manifestacijski turizam i promoviraju raznovrsne događaje u svrhu postizanja višestrukih ciljeva kao što su privlačenje turista (poglavito van sezone) i djelovanje manifestacije kao katalizatora (urbana regeneracija, unaprjeđenje turističke infrastrukture i kapaciteta u destinaciji), stvaranje pozitivnog imidža destinacije, doprinos marketingu mjesta gdje se manifestacija održava (u smislu promoviranja "najboljeg mjesta za život, rad i ulaganje") i „oživljavanje“ specifičnih atrakcija ili područja (Getz, D., 2008.)

Tassiopoulos (2005.) zaključuje kako su danas događaji uspostavljeni kao glavni integralni dio turističkog razvoja i marketinških strategija te kako se definicija manifestacijskog turizma kao „sustavnog razvoja, planiranja, marketinga i održavanja manifestacija kao turističkih atrakcija“ može koristiti kako bi se opisao navedeni fenomen. Također, autor glavne ciljeve turizma događanja sažima u sljedeće:

- stvaranje pogodnog *image-a* destinacije,
- proširenje tradicionalne turističke sezone,
- ravnomjernije širenje turističke potražnje kroz područje destinacije te,
- privlačenje domaćih i stranih posjetitelja (Tassiopoulos, D., 2005.).

2.2. Teorija manifestacija

2.2.1. Pojam, značenje i obilježja manifestacija

Kroz ljudsku povijest unatoč različitosti kultura, vjere, rase i inih barijera među narodima, oduvijek su postojali događaji koji su se posebno slavili i obilježavali kao što je npr. rođenje djeteta ili proslava pobjede u ratu. Danas, sve veći broj populacije posjećuje zanimljive im manifestacije, spremni su potrošiti više te putovati čak i na udaljenije destinacije kako bi na istima prisustvovali, preciznije rečeno, doživjeli ih.

Događaji su središte naše kulture življenja i današnjeg poimanja turizma. Tijekom posjeta turističkom odredištu, turisti žele avanturu odnosno neki doživljaj u obliku događaja koji će ovjekovječiti njihov boravak u toj destinaciji. Svaki organizirani događaj je jedinstven i posebno kreiran s razlogom jer je to prilika za opuštanje koja predstavlja izvanredno i nesvakidašnje društveno ili kulturno iskustvo (Gračan i Rudančić-Lugarić, 2013.).

Pojam „*event*“ vuče korijene iz latinske riječi „*e-venire*“ što znači ishod ili rezultat. Stoga, svaki događaj je zapravo ishod proizveden od strane tima predvođenog voditeljem događaja (Goldblatt, J., 2010.).

S druge strane, riječ „manifestacija“ dolazi od latinske riječi „*manifestatio*“ što podrazumijeva javno očitovanje, javno izražavanje odobravanja ili neodobravanja, objava, objavljivanje, iznošenje na vidjelo, pokazivanje (Pivčević, S., 2016. prema Anić i dr., 1998.).

S obzirom na opsežan broj razloga organiziranja manifestacija, a time i vrsta istih, pojavljuju se određene poteškoće u pokušaju definiranja samog pojma manifestacija te ne postoji univerzalno prihvaćena definicija.

Tassiopoulos (2005.) prema Getzu (1997.) opisuje manifestaciju kao prolazno, jedinstveno stapanje njenog trajanja, postavljanja, menadžmenta i ljudi. Shone i Parry (2010.) manifestacije definiraju kao fenomen koji proizlazi iz neuobičajenih prilika koje imaju ležerne, kulturne ili organizacijske ciljeve izdvojene iz normalnih aktivnosti svakodnevnog života čija je svrha prosvijetliti, slaviti, zabavljati ili podariti iskustvo grupi ljudi. Također, ističu da autori kao što je Goldblatt (2005.) naglašavaju slavljenički aspekt manifestacija, navodeći kako je poseban događaj jedinstven trenutak u vremenu proslavljen ceremonijom i

ritualima kako bi zadovoljio specifične potrebe. Pri tome navedena definicija vrijedi za događaje kao što su vjenčanja, parade, inauguracije kao i za inženjerske izložbe, sportska natjecanja, lansiranja proizvoda itd. Pivčević (2016.) zaključuje kako se termin manifestacije (događanja) odnosi na posebne rituale, prezentacije, predstave ili proslave koje se unaprijed planiraju i stvaraju da bi se njima obilježili posebni događaji ili postigli posebni društveni, kulturni ili korporativni ciljevi.

Prema Getzu (2007.), da bi se neki događaj okarakterizirao kao manifestacija treba zadovoljiti temeljne kriterije same definicije. Temeljna podjela definicija manifestacije je iz perspektive organizatora te iz perspektive kupca ili gosta:

- S aspekta organizatora, specifični događaj dešava se jednom ili rijetko izvan normalnog programa ili aktivnosti tijela koje ga sponzorira ili organizira.
- Za kupca, to jest gosta, specifični događaj prilika je za iskustvo van uobičajenog opsega izbora ili izvan svakodnevnih događanja (Getz, D., 2007.).

Nadalje, autor konstatira kako događaji po definiciji imaju početak i kraj te ih stoga naziva vremenskim fenomenom. Također, navodi kako bez obzira koliko god netko ustrajao, događaj je nemoguće ponoviti jer se po definiciji isti dešava samo jednom. Naime, planirane manifestacije mogu biti slične po sadržaju, no pojedine značajke prostora, ljudi i programa osigurati će da svaki događaj bude doživljen različito. Očekivanja, raspoloženja te stavovi gostiju i sudionika uvijek će biti novi tako da će se njihova iskustva razlikovati bez obzira na program i okolnosti. Upravo jedinstvenost događaja je ta koja ih čini atraktivnima, čak neodoljivima, tako da je postizanje kultiviranog „jednom u životu“ imidža nekog događaja glavni marketinški cilj (Getz, D., 2007.).

Bowdin i dr. (2012.) navode kako Jago i Shaw (1998.) iz turističke perspektive sagledavaju specifične događaje te, bazirajući se na provedenim istraživanjima, sažimaju karakteristike koje bi svaki specifični događaj trebao sadržavati u sljedeće:

- privlačenje turista i poticanje turističkog razvoja,
- ograničeno trajanje,
- jednkokratnost ili rijetkost,
- podizanje profila, imidža ili svijesti destinacije,
- pružanje društvenog iskustva te,
- neuobičajenost (Bowdin i dr., 2012.).

Može se zaključiti da manifestacije svojom jedinstvenošću privlače potencijalne posjetitelje u destinaciju u koju možda inače ne bi putovali. Pri tome, razdoblje putovanja ne mora nužno biti vezano za sezonu, što je možda nedostatak ostalih selektivnih oblika turizma. Također, kroz podizanje atraktivnosti destinacije te uz ekonomske i razne koristi koje donose, manifestacije mogu djelovati kao uspješan marketinški alat te snažan pokretač turizma na području u kojem se održavaju.

2.2.2. Klasifikacija i vrste manifestacija

Postoje različiti načini podjela i kategoriziranja manifestacija. Osnovna klasifikacija dijeli manifestacije na planirane i neplanirane.

Planirani događaji su prema Getzu (2007.) kreirani da bi se postigli specifični ciljevi, uključujući one povezane s ekonomijom, kulturom, društvom i okolišem, pri čemu je svaki događaj jedinstven zbog interakcije ostvarene između okruženja, programa i ljudi. Također, autor konstatira da planirane manifestacije sadrže detaljno planiran program i raspored te da su ograničene na određeno mjesto ili mjesta na kojima se održavaju (ukoliko se manifestacija održava na više različitih mjesta).

S druge strane, neplanirane manifestacije mogu biti javne i privatne, no zbog svoje prirode nisu predmet izučavanja upravljanja manifestacijama (Pivčević, S., 2016.).

U nastavku će se detaljnije obraditi podjela planiranih manifestacija s obzirom na veličinu te formu i sadržaj.

Govoreći o manifestacijama klasificiranim prema veličini, možemo prema Allenu i dr. (2008.) izdvojiti sljedeća četiri tipa manifestacija:

- **mega manifestacije,**
- **ključne ili *Hallmark* manifestacije,**
- **velike ili *major* manifestacije te,**
- **lokalne manifestacije.**

Getz (2007.) tvrdi kako su **mega manifestacije** orijentacijski tipično globalne te zahtijevaju konkurentnu ponudu kako bi osvojili publiku kao „samo jednom viđeni“ događaji vezani za specifično mjesto. Također, autor navodi kako se mega manifestacijama mogu smatrati oni događaji koji putem svoje veličine i značaja doprinose izuzetno visokim razinama turističke

aktivnosti, medijske pokrivenosti, prestiža ili ekonomskog učinka na domaćinsku zajednicu, mjesto ili organizaciju. Tassiopoulos (2005.) mega manifestacije opisuje kao događaje koji mogu privući velik broj posjetitelja, imati visoku vrijednost ili psihološki efekt. Bowdin i dr. (2012.) prema Hallu (1997.) navode da su mega manifestacije kao što su Svjetske izložbe i sajmovi, Svjetski nogometni kup ili Olimpijske igre, događaji izričito ciljani na međunarodno svjetsko tržište kojima se može prikladno dodijeliti atribut „mega“ zbog njihove veličine u terminima posjećivanja, ciljanog tržišta, razine sudjelovanja javnih financija, političkih efekata, medijske pokrivenosti, izgradnje objekata te ekonomskog i društvenog utjecaja na domaćinsku zajednicu. Getz (2005.) prema Marrisu (1987.) ističe kako bi obujam posjeta mega manifestacijama trebao premašiti brojku od 1 milijuna, kapitalni trošak biti barem 500 milijuna dolara te kako bi iste trebale imati reputaciju „*must-see*“ događaja.

Pivčević (2016.) prema Getzu (2005.) opisuje **ključne ili *Hallmark* manifestacije** kao događaje koji su se u potpunosti identificirali s duhom mjesta, grada ili regije toliko da su postali sinonimi za određenu lokaciju. Radi se o jednom ili više puta održanim manifestacijama koje su razvijene ponajprije kako bi se podigla svijest, privlačnost i profitabilnost turističke destinacije u kratkom i dugom roku. Takvi se događaji oslanjaju na vlastiti uspjeh i jedinstvenost, ugled ili pravovremenu važnost s ciljem stvaranja interesa i privlačenja pažnje (Pivčević, 2016. prema Getz, 2005.). Getz (2007.) pri definiranju *Hallmark* manifestacija ističe njihovu sposobnost stvaranja konkurentne prednosti za domaćinsku zajednicu te stoga zaključuje kako se radi o događajima koji posjeduju takvi značaj u terminima tradicije, privlačnosti, kvalitete ili publiciteta, tako da osiguravaju domaćinu, zajednici ili destinaciji konkurentnu prednost. Također, autor ih naziva trajnom „institucijom“ zajednice ili društva, a kao primjere takve vrste događaja navodi *Mardi Gras* festival u Rio de Janieru i New Orleansu, *Stampedo* u Calgary-u i glazbeni festival *Tattoo* u Edinburghu.

Bowdin i dr. (2012.) **velike ili *major* manifestacije** definiraju kao događaje koji su po svojem razmjeru i medijskom interesu sposobni privući značajan broj posjetitelja, medijsku pokrivenost i ekonomske koristi. Autori kao primjer velike manifestacije navode *Tourist Trophy Races* na otoku Man i *British Formula One Grand Prix* u Silverstone-u. Tassiopoulos (2005.) prema Jago-u i Shawu (1998.) zaključuje kako su velike manifestacije često nacionalni ili međunarodni događaji koji mogu biti veoma skupi za realizaciju, mogu uključivati tradiciju ili simbolizam, privući sredstva u regiju, dovesti do potražnje za povezanim uslugama, te ostaviti nasljedstvo ili rezultirati urbanom obnovom.

Bowdin i dr. (2012.) prema Janiskee-u (1996.) karakteriziraju **lokalne manifestacije** kao obiteljsko-zabavne događaje koji se smatraju „vlasništvom“ zajednice stoga što često koriste volontere iz mjesta gdje se održavaju, javne površine kao što su ulice, parkovi i škole te su pod upravom agencija lokalne vlade ili nevladinih organizacija kao što su službeni klubovi, javne sigurnosne organizacije ili poslovne asocijacije. Kod ovakve vrste manifestacija, kao što Tassiopoulos (2005.) prema Getzu (1991.) ističe, važna prednost može biti to što manifestacijskim turistima pružaju doživljaj sudjelovanja u autentičnom domaćem okruženju. Primjer za ovakvu manifestaciju mogu biti proslave blagdana sv. Duje u Splitu ili sv. Vlahe u Dubrovniku.

Getz (2008.), sagledavajući utjecaj koje manifestacije imaju na turizam destinacije u kojoj se održavaju, radi sličnu podjelu prema kojoj postoje mega, *Hallmark*, regionalne i lokalne manifestacije.

Za ovaj rad je nešto važnija podjela manifestacija prema formi ili sadržaju.

Govoreći o formi planiranih manifestacija, valja istaknuti Getzovu (2008.) tipologiju planiranih manifestacija. Prema Getzu (2007.) forma predstavlja primarnu brigu planera i dizajnera događaja, ili barem njihovu polazišnu točku. Osnovne i općenito prihvaćene forme sastanaka, sportskih događaja, sajмова i festivala mogu se naučiti, tvrdi, iako će u različitim kulturama postojati razlike u njihovom stilu i značenju.

Tablica 2. prikazuje podjelu planiranih manifestacija uz primjere.

Tablica 2: Podjela planiranih manifestacija uz primjere

1.	KULTURNE PROSLAVE	Festivali, karnevali, komemoracije, religijske manifestacije itd.	<i>Oktobarfest u Münchenu; Komemoracija za žrtve Ovčare; Riječki festival; Žive jaslice u Zagrebu; Marijanski zavjet za Domovinu; Zagreb Pride itd.</i>
	POLITIČKE I DRŽAVNE PROSLAVE	Samiti, posjeti važnih osoba, politički kongresi i skupovi itd.	<i>Socijalni summit EU-a; Inauguracije predsjednika RH; Politički skup NATO-a u Dubrovniku itd.</i>
	UMJETNIČKE I ZABAVNE MANIFESTACIJE	Koncerti, ceremonije dodjele nagrada itd.	<i>Božićni koncert HNK Zagreb „Veselje ti navješćujem“; kazališna predstava „Kraljica lopte“; umjetnička izložba „Vlaho Bukovac u Parizu“ itd.</i>
2.	POSLOVNE I TRŽIŠNE MANIFESTACIJE	Sastanci, konvencije, sajmovi itd.	<i>Prstenov poslovni forum Zagreb 2017.; REXPO-međunarodni sajam investicija; Zagrebački velesajam; CROMAR-ov kongres itd.</i>
	OBRAZOVNE I ZNANSTVENE MANIFESTACIJE	Konferencije, seminari itd.	<i>Znanstvena manifestacija „Dan i noć na PMF-u“; Znanstvena konferencija „Medijski odgoj i zaštita dječjih prava“ itd.</i>
3.	SPORTSKA NATJECANJA	Amaterska ili profesionalna natjecanja, natjecanja namijenjena publici ili gledateljima itd.	<i>Sportske igre mladih 2017.; SPORT FEST; Sportska manifestacija „Odaberi sport“ itd.</i>
	REKREACIJSKE MANIFESTACIJE	Sportske aktivnosti i igre u svrhu zabave	<i>Ožujsko balote kup 2017.; Međunarodni biciklistički uspon na vrh planine Biokovo „Uspón Biokovo 2017.“ itd.</i>
4.	PRIVATNE MANIFESTACIJE	Vjenčanja, zabave, druženja itd.	<i>Proslava rođendana; Proslava godišnjice braka; Proslava svetih sakramenata itd.</i>

Izvor: vlastiti prikaz prema Getz 2008.

Allen i dr. (2008.) prema sadržaju manifestacije dijele na sljedeće bitne skupine:

- **festivali,**
- **sportske manifestacije te,**
- **poslovne manifestacije ili MICE** (*meetings, incentives, congresses, events*) **industrija.**

Tassiopoulos (2005.) prema Hallu (1997.) definira festivale kao proslave s javnom temom gdje je društveno i simboličko značenje događaja blisko povezano s nizom očitih vrijednosti koje zajednica prepoznaje kao suštinski bitne za svoju ideologiju i pogled na svijet, društveni identitet, povijesni kontinuitet i svoje „fizičko preživljavanje“. Kao primjer Allen (2009.) navodi *Eid Festival* - Hari Raya Puasa koji se održava u Maleziji, veoma bitan za religijske običaje tamošnjih Muslimana.

Bowdin i dr. (2012.) tvrde kako su sportske manifestacije važan i rastući dio industrije manifestacija koje obuhvaćaju događaje na kojima se odvija natjecanje u širokom spektru jedne ili više sportskih disciplina, a kao primjere navode Olimpijske igre, Igre *Commonwealtha* i *Masters* igre. Također, autori smatraju da sportske manifestacije ne donose koristi samo njihovim domaćinskim vladama i sportskim organizacijama, već koriste sudionike kao što su igrači, treneri i službenici kako bi pružili užitek gledateljima te ih zabavili.

Poslovne manifestacije uključuju sastanke, konferencije, izložbe, poticajna putovanja i korporativne događaje (Bowdin i dr., 2012. prema Fenich, G., 2008.). Ovaj sektor je u velikoj mjeri obilježen fokusom na posao i trgovinu, iako postoji snažan javni i turistički aspekt mnogih njegovih aktivnosti (Bowdin i dr., 2012.).

2.2.3. Učinci manifestacija

Manifestacije proizvode čitav niz pozitivnih i negativnih učinaka na domaćinsku zajednicu i sudionike. Zadatak *event managera* jest identificirati i predvidjeti te učinke te upraviti njima kako bi postigli najbolje rezultate za sve dionike, na način da prevagnu oni pozitivni (Bowdin i dr., 2012.)

U teoriji manifestacija se nailazi na različite klasifikacije njihovih učinaka pri čemu je osnovna podjela upravo na **pozitivne** i **negativne**, dok je kategorija nekoliko.

Getz (2007.) analizirajući uzročne faktore pojedinih kategorija, njihove potencijalne učinke i reakciju lokalne zajednice na iste, daje tipologiju učinaka manifestacija svrstavajući ih u sljedeće kategorije:

- **društveni, kulturni i politički,**
- **ekonomski** te,
- **ekološki učinci.**

Allen i dr. (2008.) učinke manifestacija dijele na sljedeći način:

- **društveni i kulturni,**
- **politički,**
- **okolišni** te,
- **turistički i ekonomski učinci.**

Allen i dr. (2008.) prema Hallu (1989.) i Getzu (2005.) ističu kako sve manifestacije imaju direktni društveni i kulturni utjecaj na sudionike, ali i širu domaćinsku zajednicu. Allen i dr. (2008.) kao neke od pozitivnih učinaka navode zabavno iskustvo za sudionike, doprinos izgradnji intenzivnog nacionalnog ponosa i ponosa lokalne zajednice, doprinos političkim debatama, moć izazivanja mašte te priliku za istraživanje raznih novih mogućnosti. Autori ne zanemaruju ni negativne učinke, konstatirajući da postoji veća vjerojatnost da se isti proizvedu ukoliko se radi o većoj i važnijoj manifestaciji. Političari predstavljaju važan dio *event managementa*, a vlade diljem svijeta koriste manifestacije kako bi podigli reputaciju političara, gradova i država kojima upravljaju. Medijska pokrivenost i ugled manifestacija, kao i njihova sposobnost privlačenja posjetitelja, a time i stvaranje ekonomskih koristi te novih radnih mjesta, potaknula je vlade da postanu glavni igrači u natjecanjima za pružanje domaćinstva velikim događanjima. Manifestacije mogu promovirati međunarodnu suradnju te zemlje i ekonomije u nastajanju, no, s druge strane mogu se koristiti i u zlokobnije političke svrhe kao što su poticanje nacionalizma i agresije. Svakako, moć manifestacije da izazove duboke emocije sudionika i zajednice može se iskoristiti kako u dobre političke svrhe, tako i u one loše. Pomoću manifestacija se mogu predočiti i jedinstvene karakteristike okoliša te prirodne ljepote destinacije u kojem se ista odvija. Međutim, s obzirom na osjetljivost okoline, velika pažnja treba biti posvećena reguliranju značajki koje mogu pridonijeti

neželjenim učincima održavanja manifestacije na okoliš. Ovaj utjecaj biti će prilično ograničen ukoliko se manifestacija održava u za to predviđenom prostoru te ukoliko se prilikom organiziranja manifestacije vodi računa o mogućoj gužvi, buci, pristupu manifestaciji, parkingu, odlaganju otpada, zaštiti kulturne baštine te ostalim značajkama koje bi potencijalno mogle trajno remetiti život lokalne zajednice. Primarna briga organizatora događaja ili domaćinske organizacije jest je li događaj održan unutar proračuna, to jest, rezultira li profitom. Jedan od najvažnijih ekonomskih učinaka su prihodi od turizma ostvareni održavanjem manifestacije. Naime, osim na samoj manifestaciji, gosti troše novac na putovanje, smještaj te dobra i usluge u domaćinskom gradu ili regiji, a njihova potrošnja može imati značajan utjecaj cirkulirajući kroz lokalno gospodarstvo. Također, efektivna turistička promocija manifestacije može utjecati na produljenje boravka turista u destinaciji i njihov posjet drugim atrakcijama u regiji, dok medijska pokrivenost i izloženost manifestacije vodi većem broju posjeta destinaciji te dugoročnom poboljšanju *image-a* mjesta domaćina (Allen i dr., 2008.).

U Tablici 3. su prikazani najčešći pozitivni i negativni učinci manifestacija.

Tablica 3: Pozitivni i negativni učinci manifestacija

UČINCI MANIFESTACIJA	POZITIVNI UČINCI	NEGATIVNI UČINCI
DRUŠTVENI I KULTURNI	<ul style="list-style-type: none"> • Zajedničko iskustvo • Revitalizacija tradicije • Izgradnja ponosa u lokalnoj zajednici • Validacija grupa unutar lokalne zajednice • Povećano sudjelovanje lokalne zajednice • Uvođenje novih i izazovnih ideja • Ekspanzija kulturnih perspektiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Otudjenje zajednice • Manipulacije zajednicom • Negativni image zajednice • Loše ponašanje • Narušavanje resursa • Društvena nejednakost • Gubitak ugodnosti
POLITIČKI	<ul style="list-style-type: none"> • Međunarodni prestiž • Poboľjšani image • Promocija investicija • Socijalna kohezija • Razvoj administrativnih vještina 	<ul style="list-style-type: none"> • Rizik od neuspjeha manifestacije • Pogrešna alokacija sredstava • Nedostatak odgovornosti • Propaganda • Gubitak vlasništva i kontrole zajednice • Legitimiranje ideologije
OKOLIŠNI	<ul style="list-style-type: none"> • Promocija okoliša • Osiguravanje modela najbolje prakse • Povećana svijest o okolišu • Unaprijeđena infrastruktura • Poboľjšanje transportnih i komunikacijskih kanala • Urbana transformacija i obnova 	<ul style="list-style-type: none"> • Oštećenje okoliša • Polucija/onečišćenje • Uništavanje baštine • Buka • Prometne gužve
TURISTIČKI I EKONOMSKI	<ul style="list-style-type: none"> • Promocija destinacije i Povećan broj turističkih posjeta • Produženi boravak • Viši prinos • Povećani porezni prihodi • Poslovne prilike • Komercijalne aktivnosti • Novi poslovi 	<ul style="list-style-type: none"> • Otpor zajednice prema turizmu • Gubitak autentičnosti • Narušena reputacija • Eksploatacija • Inflacija cijena • Rast oportunitetnih troškova • Loš financijski menadžment • Financijski gubitci

Izvor: Allen i dr. (2008.)

2.3. Sportske manifestacije kao specifičan oblik manifestacija

2.3.1. Pojam i karakteristike sportskih manifestacija

Turizam i sport podložni su neprestanim promjenama u njihovom okruženju te se moraju konstantno prilagođavati promjenama u zahtjevima njihovih korisnika, odnosno turista i sportaša, ali i gledatelja. Pri tome čisto sektorski pristup ne bi bio dovoljan za osiguravanje opstanka stoga što sport sam po sebi ne može postići jednake učinke kao što to može u suradnji s turizmom, ali i obrnuto (Bartoluci i dr., 2007.).

Veza između turizma i sporta možda je najočitija u organizaciji velikih sportskih događaja (Bartoluci i dr., 2007. prema Green i Chaplin, 1998. citirano u Čavlek, N., 2002.).

Testiranje sportskih sposobnosti kroz natjecanje jedno je od najstarijih i najdugovječnijih ljudskih aktivnosti bogate tradicije koja seže još u doba Olimpijskih igara drevne Grčke, ali i ranije (Allen i dr., 2008.).

Skoko i Vukasović (2008.) ističu kako su sport i sportsko nadmetanje oduvijek imali posebnu ulogu u životima ljudi, a posredstvom medija njihov utjecaj na svakodnevnicu kontinuirano raste posljednjih desetljeća. Autori navode kako sport nije više samo tjelovježba, zabava ili razonoda, nego sve više postaje komercijalni proizvod.

Hudson (2008.) smatra manifestacije veoma važnom komponentom sportskog turizma, a možda i najznačajnijom u terminima broja turističkih dolazaka te ekonomskim učincima koje proizvode. Turizam sportskih manifestacija je, ističe, međunarodno prepoznat kao bitna i veoma poželjna tržišna niša čija se važnost može sagledati iz nekoliko perspektiva. Iz perspektive mjesta održavanja, turizam sportskih manifestacija predstavlja razvoj i marketing sportskih događanja radi postizanja ekonomskih i društvenih koristi. Za potrošača, to je putovanje u svrhu gledanja sportskog događaja ili sudjelovanja u istom. Iz perspektive organizatora događaja, turisti predstavljaju samo jedno od nekoliko ciljnih tržišta koje manifestacija može privući, dok je pak sponzorima događaja, turističko tržište samo jedno od načina za postizanje vlastitih marketinških ciljeva (Hudson, S., 2008.).

Hudson (2008.) sažima glavne karakteristike koje sportske manifestacije čini jedinstvenima:

- ✓ raspoloživost i privlačnost manifestacije;
- ✓ privlače veći broj turista nego redovito održavana sportska natjecanja u destinaciji;
- ✓ privlačne su korporativnim sponzorima;
- ✓ mogu poslužiti kao katalizator za osmišljavanje novih sadržaja i poticanje izgradnje nove ili poboljšanje postojeće infrastrukture;
- ✓ sportski objekti izgrađeni u svrhu manifestacije postaju trajno nasljeđe te pružaju potencijal za održavanje raznih sportskih događanja cijelu godinu;
- ✓ mogu poslužiti kao katalizator za privlačenje sportskih treninga, sastanaka i izložbi;
- ✓ prilagođene su svim gledateljima bez obzira na spol, dob ili fizičku sposobnost;
- ✓ ukoliko su uspješno održane, predstavljaju jedno zabavno iskustvo te podižu ponos domaćinske zajednice;
- ✓ mogu odražavati i poboljšati kulturu te lokalnu tradiciju, pomažući u stvaranju jedinstvene percepcije destinacije gdje se održavaju;
- ✓ medijska pokrivenost manifestacije i njen utjecaj na razvoj *image*-a sportske destinacije može biti važniji od stvarne potrošnje posjetitelja;
- ✓ mogu pomoći u „brendiranju“ destinacije pružajući živopisne slike načina života tamošnjeg stanovništva, te služiti „oživljavanju“ nekih kulturnih tema;
- ✓ učinkovito su sredstvo za osiguranje turističkih pogodnosti u ruralnim područjima i malim gradovima koja inače imaju ograničenu atraktivnost (Hudson, S., 2008.).

Getz (2005.) daje jednostavnu definiciju sportskih manifestacija kao „aktualnih utakmica ili susreta tijekom kojih se odvija sportska aktivnost“. Također, autor klasificira sportske manifestacije u sljedeće kategorije:

- profesionalne ili amaterske;
- zatvorenog ili otvorenog tipa (ovisno o mjestu održavanja);
- redovito zakazane (lige, prvenstva) ili jednokratne (prijateljske utakmice);
- lokalne, regionalne, nacionalne ili međunarodne (ovisno o opsegu);
- namijenjene sudionicima i/ili gledateljima te,
- sportski festivali (slavljenje sporta, često namijenjeni mladima) na kojima se održava natjecanje u jednom ili više sportova (Getz, D., 2005. prema Solomon, 2002.).

Hover i dr. (2016.) ističu tri uobičajene skupine dionika sportskih manifestacija. Skupina zadužena za produkciju događaja odgovorna je za organizaciju manifestacije. Njima u kreiranju događaja pomažu „koproductenti“. Posljednja skupina su „potrošači“ manifestacije. Također, autori naglašavaju da ukoliko se radi o manjoj sportskoj manifestaciji, broj dionika može biti ograničen.

Navedene skupine i pripadajući dionici vidljivi su iz Tablice 4.

Tablica 4: Dionici sportskih manifestacija

„PRODUKCIJA“ MANIFESTACIJE	„KOPRODUKCIJA“ MANIFESTACIJE	„POTROŠNJA“ MANIFESTACIJE
<ul style="list-style-type: none"> • Nositelj prava • Organizator manifestacije 	<ul style="list-style-type: none"> • Javna vlast • Sudionici • Sponzori • Sportske federacije • Sportski klubovi • Nacionalni olimpijski odbor • Škole • Zdravstvene i dobrotvorne organizacije • Dobavljači • Volonteri • Mediji 	<ul style="list-style-type: none"> • Nacionalni odbor • Lokalna zajednica • Posjetitelji

Izvor: Hover i dr. (2016.)

Prema Hudsonu (2008.), mnogi dionici mogu biti uključeni u sportske manifestacije pa turistički ciljevi moraju biti prilagođeni onima koji se odnose na razvoj sporta i zajednice, korporativni marketing i fizičko okruženje. Nadalje, možda bi neki dionici trebali rekonceptualizirati događaje kao turistički proizvod. Kako bi postao proizvod za prodaju, događaj mora biti visoke kvalitete i privlačan specifičnim tržišnim segmentima, imati prikladnu cijenu, biti pažljivo upakiran kako bi zadovoljio potrebe turista te integriran s drugim turističkim i ugostiteljskim uslugama. Događaji usmjereni isključivo na potrebe natjecatelja ili preferencije lokalne zajednice neće nužno dobro funkcionirati kao turistički proizvodi (Hudson, S., 2008.).

Geić (2011.) ističe kako sportske manifestacije nacionalnog i međunarodnog značaja oduvijek, a posebice u suvremenoj eri, privlače ogroman broj posjetitelja te pozornost milijardi TV gledatelja. Pritom se realizira izniman sportski, turistički i gospodarski učinak, kako u fazi pripreme i izgradnje objekata sportske suprastrukture i infrastrukture, tako i pri realizaciji samih događaja.

Bartoluci i dr. (2007.) tvrde da organizacija neke sportske priredbe nije jednoznačan ni jednostavan proces, stoga što podrazumijeva koordinaciju niza aktera najrazličitijih djelatnosti, te prema Saaymanu i Oberholsteru (2003.) ističu da veća slika upravljanja nekom sportskom manifestacijom podrazumijeva golem sustav velikog broja međusobno povezanih događaja koji utječu na ekonomiju, društvo, politiku i ekologiju. Autori smatraju da se pri organizaciji neke sportske priredbe ne smije zanemariti ni jedan od navedenih mogućih utjecaja (Bartoluci i dr., 2007.).

Govoreći o važnosti sportskih manifestacija, može se zaključiti kako ih je vlastita sposobnost da privuku posjetitelje i generiraju medijsku pokrivenost te proizvedu važne ekonomske učinke gurnula u prvi plan većine vladinih destinacijskih marketinških strategija i programa. Sportske manifestacije, ne donose beneficije samo vladama domaćina i sportskim organizacijama, već i sudionicima kao što su igrači, treneri i službenici, te gledateljima pružajući im nezaboravnu zabavu i užitak (Allen i dr., 2008.).

2.3.2. Motivi za sudjelovanje u sportskim manifestacijama i u sportu

Proučavanje motivacije za putovanje je jedno od polazišnih točaka proučavanja socijalnih čimbenika u turizmu, stoga se kao jedno od ključnih pitanja u turizmu postavlja „što je to što potiče pojedinca na turistički pokret?“. Za ovaj rad potrebno je prije svega istražiti što je to što pojedinca potiče na posjet i sudjelovanje u sportskoj manifestaciji.

Iso-Ahola (1980.) ističe kako je putovanje uglavnom motivirano kombinacijom traženja i bijega u personalnom i interpersonalnom kontekstu. U kontekstu sportskih manifestacija, autor smatra kako one manifestacije daleko od mjesta prebivanja privlače zbog svoje jedinstvenosti i kvalitete koje, u kombinaciji sa bijegom od poznatog i rutinskog, generiraju osobne i međuljudske beneficije čineći ih na taj način vrijednima potrošnje vremena i resursa. Getz i Cheyne (1997.) tvrde da je motivacija za odlazak na specifične događaje usredotočena

na jedinstvene prednosti i ponašanje izvan normalnog iskustva osobe pri čemu, u kontekstu sportskih manifestacija, važni faktori kvalitete koji mogu utjecati na odluku o putovanju na sportsku manifestaciju uključuju reputaciju samog događaja, „kalibar“ sudionika, međunarodni opseg i prisutnost slavni osoba. Prema istraživanju Greena i Chalipa (1998.), mjesto događaja može biti manje važno od prirode samog događaja pogotovo ukoliko su pružene prilike za formalnu i neformalnu socijalizaciju i slavlje (Hudson, S., 2008.).

Kako bi preciznije odredili koji su mogući motivi posjeta i sudjelovanja na sportskoj manifestaciji, poslužit će primjeri konkretnih istraživanja.

Naime, Leibold i Van Zyl (1994.) primijetili su da je primarni motiv dolaska ljubitelja sporta na Olimpijske igre u Los Angelesu 1984. bio gledanje Olimpijade, te da su pritom generirali jako malo prihoda od potrošnje na hranu i razgledavanje. Nadalje, Nogawa i dr. (1996.) proučavali su dva sportska događaja u Japanu gdje je naglasak bio na zadovoljstvu sudjelovanjem te na zdravlju ili *fitness*-u, a ne na pobjedi. Autori su ustanovili kako su, bez obzira na trajanje putovanja, motivatori zdravlje ili *fitness* i izazov bili najzastupljeniji među sudionicima. Naposljetku, Raybould (1998.) je proučavao motive sudjelovanja na natjecanju u ribolovu te zaključio kako su motivi „društvene stimulacije“ i „bijega“ rangirani najviše za razliku od konkurentskih aspekata i nagrada koje naglašavaju organizatori. Više ispitanika je bilo muškog spola, te je „obiteljsko zajedništvo“ bilo rangirano nisko. Izjava „jer je događaj bio jedinstven“ postigla je najvišu individualnu srednju vrijednost među svim odgovorima, a bila je uključena u faktor „društvena stimulacija“. Istraživačev zaključak je kako bi organizatori trebali istaknuti društvene i opuštajuće pogodnosti sportskih događanja, a manje pažnje posvetiti nagradama i konkurentnim elementima (Getz, D., 2005.).

Osim motiva za posjet sportskoj manifestaciji, važno je predočiti moguće motive koji potiču osobu da uopće sudjeluje u sportskim aktivnostima.

U tu svrhu treba spomenuti zanimljivo istraživanje Mastena i dr. (2010.) provedeno sa ciljem otkrivanja motiva za sudjelovanje u sportu te stavova o sportu i općenitom zdravstvenom statusu zaposlenika slovenskih oružanih snaga. Upitnik o motivaciji za sudjelovanje u sportu sadržavao je popis 30 motiva ili razloga za sudjelovanje u sportu te je bio namijenjen mladima koji su aktivni u sportu i čija je motivacija još uvijek veoma raznovrsna. Ispitanici su ocijenili svaki motiv prema važnosti na pet razina tvrdnji od „razlog je beznačajan za mene“ do „razlog je veoma važan za mene“.

Koristeći faktorsku analizu motiva, autori su dobili sedam glavnih faktora ili poticaja:

- društveno priznanje,
- prijateljstvo rekreacija i zabava,
- uzbuđenje, oslobođenje energije i razvoj vještina,
- grupna atmosfera,
- produktivnost,
- zdravlje te,
- kompetencija i unaprjeđenje na višu razinu.

Iz istraživanja se da zaključiti kako su zaposlenici motivirani za sudjelovanje u sportu prvenstveno zbog postizanja kompetencije, razvoja sposobnosti i održanja zdravlja, što su ujedno intrinzični motivi. S druge strane najmanje motivirajući čimbenik bio je vezan za njihovu želju da postanu popularni te želju njihovih roditelja i bliskih prijatelja da gledaju njihovu izvedbu (Masten i dr., 2010.).

S obzirom da se tema ovog rada odnosi na mladu populaciju, veoma je bitno istaknuti i one motive za koje se vjeruje da su razlozi bavljenja sportom kod djece.

Cope (2011.) prema Situ i Lidneru (2006.) spomenute motive svrstava u sljedeće kategorije:

- percipirana kompetencija,
- zabava,
- roditelji,
- zdravlje i *fitness*,
- prijatelji ili kolege te,
- učenje novih vještina.

Što se tiče percipirane kompetencije, Wiess i dr. (1985.) navode kako su prema Harterovoj (1978.) motivacijskoj teoriji kompetencije pojedinci motivirani da budu kompetentni u sportu kako bi zadovoljili svoje ciljeve i savladali vještine. Kada to rezultira uspjehom, djeca se osjećaju pozitivnije što podiže razinu motivacije. S druge strane, kada djeca doživljavaju da nisu kompetentni, smanjuje se razina motivacije što dovodi do toga da se prestaju baviti sportom. Prema Robertsu i dr. (1981.), djeca sama odabiru zadatke koji pokazuju njihovu kompetenciju i time smanjuju rizik od neuspjeha. Drugo objašnjenje nude Duda i Treasure (2001.) prema Nichollsovoj (1984.) teoriji uspjeha. Naime, prema navedenoj teoriji djeca definiraju uspjeh s obzirom na vrstu ciljnih orijentacija koje imaju. Oni koji su prvenstveno orijentirani prema zadacima, definiraju uspjeh u skladu sa njihovom sposobnošću

samouvjeravanja i poboljšanja vještina. Alternativno, oni egoistično orijentirani klasificiraju uspjeh nadvladavajući svoje kolege (Cope, E., 2011.).

Sljedeći motiv je zabava koju Wankel i Kriesel (1985.) definiraju kao pozitivan afektivni odgovor što ga djeca navode kao motiv za sudjelovanje u sportu. Ovisno o tome što djeca smatraju užitkom, diktirat će se jesu li motivirani da se bave sportom. Naime, zbog individualnih karakteristika ne može postojati jedna globalna definicija zabave (Cope, E., 2011.).

Prema Brustadu (1992.) roditelji imaju značajan utjecaj na motivaciju za sudjelovanje u sportu na djecu mlađe dobi. U istraživanju Lighta i Lemonia (2010.), 61% djece navelo je roditeljski utjecaj kao motivirajući čimbenik pri učlanjenju u klub plivanja. Prema Allenderu i dr. (2006.) brižna i poticajna obiteljska okolina najbolje motivira dijete da sudjeluje u sportu. Fredicks i Eccles (2005.) tvrde kako osim poticajne okoline, roditelji koji pružaju financijsku pomoć (npr. za kupnju opreme, prijevoz na trening i sl.) također predstavljaju oblik podrške (Cope, E., 2011.).

Nadalje, važan motiv je i zdravlje ili *fitness*. Rowe i Bibby (2006.) tvrde da su djeca od rane dobi svjesna učinaka koje redovita tjelesna aktivnost može imati na njihovo zdravlje i dobrobit. Smith i dr. (2006.) zaključuju da djeca orijentirana na zadatke percipiraju zdravlje i sposobnost motivirajućim faktorom više od djece koja su egoistički orijentirana (Cope, E., 2011.).

Značajan utjecaj na motivaciju djece za sudjelovanje u sportu imaju prijatelji i kolege. Prema istraživanjima Smitha i dr. (2006.) i Hartera (1997.) djeca su aludirala na zajednički rad i stjecanje društvene prihvaćenosti, prema Lightu i Lemoniu (2010.) na stvaranje prijateljstva, a prema Macphailu i dr. (2003.) na priliku za upoznavanje novih ljudi, kao motiva za sudjelovanje u sportu (Cope, E., 2011.).

Učenje novih vještina je posljednji, ali ne i manje bitan motiv. U istraživanju Lighta i Lemonia (2010.), primarni motiv djece za sudjelovanje u sportu bio je naučiti nove vještine što bi ih učinilo boljim plivačima (što je izjavilo 88% djece). U svome istraživanju, Machphail i dr. (2003.) ustanovili su da djeca uživaju u učenju novih vještina zbog inherentnog izazova koje isto za njih predstavlja. Klint i Weiss (1987.) zaključuju da je za djecu koja su imala visoku razinu fizičke sposobnosti razvoj vještina bio motivirajući čimbenik, dok djeca s visoko percipiranom društvenom kompetencijom navode pripadnost kao njihov primarni motiv (Cope, E., 2011.).

2.3.3. Društveni učinci sportskih manifestacija

U znanstvenoj literaturi, učinci sportskih manifestacija klasificirani su na razne načine.

Hover i dr. (2016.) svrstavaju ih u sljedeće kategorije:

- ekonomski (npr. doprinos BDP-u, zapošljavanje, turistička aktivnost),
- ekološki (npr. upravljanje otpadom, redukcija ugljičnog dioksida),
- fizički (npr. infrastruktura javnog prijevoza, stambeni projekti, sportski objekti) te,
- društveni učinci (npr. sudjelovanje u sportu, stavovi i uvjerenja, socijalna kohezija).

U ovom radu naglasak je na društvenim učincima koji proizlaze iz sudjelovanja na sportskoj manifestaciji. Prije nego što se isti prezentiraju i objasne, potrebno je razjasniti što se smatra pod pojmom društvenog učinka.

Hover i dr. (2016.) učinke manifestacije definiraju kao ono što se događa više ili manje automatski kao rezultat same manifestacije, te su po prirodi obično prolazni (postepeno blijede, nekad i veoma brzo nakon završetka manifestacije). One učinke koji se održe, Taks i dr. (2015.), nazivaju nasljeđem. Gratton i Preuss (2008.) nasljeđe definiraju kao planirane i neplanirane, pozitivne i negativne, opipljive („*hard*“) i neopipljive („*soft*“) strukture kreirane putem sportske manifestacije koje ostaju u mjestu održavanja i nakon završetka same manifestacije. Holt i Ruta (2015.) kao veoma prepoznatljiv primjer „*hard*“ nasljeđa navode sportske objekte izgrađene specijalno za manifestaciju. U „*soft*“ nasljeđe svrstavaju, primjerice, ljudska iskustva, stavove i ponašanja koja proizlaze iz sudjelovanja na manifestaciji. Hover i dr. (2016.), ističu kako je društveni učinak upravo primjer „*soft*“ utjecaja koji se, prema Taksu (2013.), odnosi na način na koji sportska manifestacija potiče promjene kolektivnih i individualnih sustava vrijednosti, obrazaca ponašanja, strukture zajednice, načina i kvalitete života (Hover i dr., 2016.).

Važno je imati na umu kako društveni učinci nisu uvijek pozitivni. U znanstvenoj literaturi mogu se naći primjeri mnogih kako pozitivnih, tako i negativnih društvenih učinaka.

Pozitivni aspekti društvenih učinaka mogu uključivati rast masovne participacije u sportu i fizičkim aktivnostima, povećanje svijesti o zdravlju, podizanje (nacionalnog) ponosa, osjećaje zadovoljstva i povezanosti, povećanje socijalne kohezije, socijalne uključenosti i društvenog

kapitala, izgradnju društvenog identiteta, osjećaj „davanja najboljeg od sebe“ te razne psihičke dobrobiti (osjećaj euforije, transcendentalni učinci).

Negativni društveni učinci uključuju pretjerane gužve, sigurnosne rizike (od sitne krađe do terorizma), zadržke u prometu (cestovni blokovi), socijalnu isključenost, vandalizam, buku i sl. (Hover i dr., 2016.).

Prema Pivčević (2016.) postoji čitav niz uže definiranih društvenih učinaka sportskih manifestacija. Navedeni učinci vidljivi su iz Tablice 5.

Tablica 5: Mogući društveni učinci sportskih manifestacija

POZITIVNI DRUŠTVENI UČINCI	NEGATIVNI DRUŠTVENI UČINCI
<ul style="list-style-type: none"> • Izgradnja kros-kulturnih partnerstava • Razvoj vještina planiranja • Rast nacionalnog ponosa • Rast međunarodne prepoznatljivosti regije i vrijednosti koje promovira manifestacija • Razvoj nacionalnog identiteta • Rast nacionalnog ponosa • Rast lokalnog ponosa • Zabavna atmosfera festivala • Buduća upotreba novih objekata • Očuvanje baštine • Utjecaji na sport • Pобољшanje međuetničkih odnosa • Pобољшanje objekata za zabavu • Pобољшanje lokalne infrastrukture • Pojačana svijest o ne-lokalnim percepcijama • Jačanje duha zajednice • Međunarodno razumijevanje • Rast broja kulturnih događanja • Rast mogućnosti za zabavu • Rast mogućnosti za kupovinu • Prilika za druženje obitelji • Samoaktualizacija • Promocija sporta i zdravog načina života • Jačanje lokalnih vrijednosti i tradicije • Jedinствeno/zanimljivo događanje 	<ul style="list-style-type: none"> • Promjene u društvenoj strukturi • Komercijalizacija aktivnosti osobne ili privatne prirode • Zakrčenost/prenapučenost • Korupcija • Kulturni šok • Mijenjanje lokacije od strane lokalnog stanovništva • Remećenje životnog stila lokalne zajednice • Iskrivljavanje suštinske prirode manifestacija zbog prilagođavanja elitističkim vrijednostima • Delikvencija fanova • Oštećenje baštine • Porast (organiziranog) kriminala • Rast cijena nekretnina • Rast cijena iznajmljivanja nekretnina • Rast međuetničkih tenzija • Infrastrukturna zakrčenost • Legitimiranje ideologije i socioekonomske realnosti • Izbjegavanje područja s navijačima od strane lokalnog stanovništva • Nerazumijevanje koje rezultira različitim stupnjevima neprijateljstva u odnosu domaćin-gost • Modificiranje prirode događaja ili aktivnosti zbog turizma • Rast prostitucije • Smanjenje psihološke dobrobiti zbog percipiranog gubitka kontrole nad lokalnim okolišem • Zatvaranje cesta • Gušenje ljudskih prava • Razvoj defenzivnog stava prema lokalnoj regiji • Neiskorištenost objekata • Korištenje manifestacija za opravdavanje nepopularnih političkih odluka

Izvor: Pivčević, S., 2016. prema Pranić, Petrić i Cetinić, 2012.

Posebno interesantno područje za ovaj rad predstavljaju oni društveni učinci koji rezultiraju pozitivnim utjecajem na sudionike sportske manifestacije.

Hover i dr. (2016.) identificiraju tri glavna aspekta društvenih učinaka:

- ✓ stavovi i uvjerenja,
- ✓ socijalna kohezija te,
- ✓ sudjelovanje u sportu.

Stavovi i uvjerenja odnose se na stupanj do kojeg sportske manifestacije utječu na vjerovanja, stavove i norme ponašanja te vrijednosti sudionika (npr. ponos, sreća, osjećaj zadovoljstva). Socijalna kohezija prema Jensonu (1998.) predstavlja trajni proces razvoja društva zajedničkih vrijednosti i izazova te jednakih mogućnosti, temeljenih na osjećaju povjerenja, nade i uzajamnosti kao rezultat sportske manifestacije. Dok se stavovi u uvjerenja odnose više na individualne (psihološke) karakteristike, socijalna kohezija se odnosi na društvene procese i interakcije koje su inicirane te stimulirane sudjelovanjem u sportskim manifestacijama. To znači da socijalna kohezija nije ograničena na individualna uvjerenja i vrijednosti, već predstavlja zbroj interakcija više pojedinaca koje čine (lokalno) društvo. Dio te interakcije javlja se unutar i između pojedinaca koji djeluju unutar lokalnih mreža odnosa, organizacija i institucija - škola, sportskih klubova, volonterskih udruga, crkve i drugih lokalnih zajednica, lokalnih tvrtki, općine i dr. Konačno, sudjelovanje u sportu odnosi se na stupanj do kojeg sportske manifestacije potiču sportski sektor, a posebice sudjelovanje u sportskim aktivnostima (Hover i dr., 2016.).

2.3.3.1. Individualne i društvene koristi sudjelovanja

Postoji cijeli niz individualnih i društvenih koristi koje proizlaze iz sudjelovanja na sportskoj manifestaciji. S obzirom na važnost njihove uzročno - posljedične veze, najprimjerenije ih je promatrati kao jednu cjelinu, odnosno da individualne koristi promatramo kao sastavni dio društvenih.

Stavovi i uvjerenja zasnivaju se na vrijednostima, ali se oblikuju pod utjecajem raznih procesa među kojima je i proces socijalizacije. Sopa i Pomohaci (2014.) pozivajući se na Kenta (2007.) tvrde da je socijalizacija kroz sport složen proces putem kojeg individualci uče vještine, stavove, vrijednosti i obrasce ponašanja koji im omogućuju funkcioniranje unutar određene kulture. Navedene vrijednosti stječu se u kući i školi, no, socijalizacija omogućuje članovima društva da međusobno komuniciraju te tako prenose vještine, vrijednosti, uvjerenja

i načine ponašanja koji se odnose na to društvo. Sport općenito igra značajnu ulogu u procesu socijalizacije. Također, autori prema Yanu i McCullaghu (2004.) ističu da kroz timski sport mladi ljudi uče razne vještine, a jedna od njih je natjecateljska vještina. Naime, ljudi se sa konkurencijom suočavaju svakodnevno u raznim domenama života. Kao što se odrasli suočavaju sa konkurencijom primjerice kada traže posao ili pokušavaju napredovati na poslu, tako se i djeca suočavaju s konkurencijom u školi kako bi postigli bolje ocjene ili se, pak, natječu u sportskim aktivnostima. Natjecanje može pružiti djeci priliku da se u ranoj dobi okrenu zdravom načinu života ili pronađu nove prijatelje. Čini se da djeca koja sudjeluju u sportskim aktivnostima imaju veće šanse kod suočavanja sa konkurencijom u raznim aspektima svoga života (Sopa i Pomohaci, 2014.)

Sopa i Pomohaci (2016) prema Sopa (2014.) ističu da je teorija društvenog učenja pokazala kako je najuspješnija socijalizacija upravo ona koja se odvija kroz sportske aktivnosti. Prema mišljenju stručnjaka, prakticiranje fizičkih aktivnosti ili sporta utječe na osobnost mladih te stvara niz pozitivnih učinaka na tijelo i um. Motoričke sposobnosti, kao sve važniji socijalni čimbenik suvremenog društva, pružaju izvrstan okvir za formiranje mladih generacija. Autori prema Epuranu (1998.) tvrde kako socijalizacija putem sporta ima dva značenja - individualno i grupno. Individualno značenje se pritom odnosi na psihosocijalni proces prijenosa stečenih stavova, vrijednosti, percepcija i obrazaca ponašanja specifičnih za grupu ili zajednicu koji mogu pridonijeti socijalnoj integraciji osobe. Što se grupnog tiče, važno je istaknuti da sportaš, okarakteriziran kao bio-psiho-socijalno ljudsko biće, nije u mogućnosti postići svoj puni manifest izvan vlastitih sociokulturnih granica. No, to su odrednice koje se mogu optimizirati samo u dobro izbalansiranom društvu. Uloga socijalizacije u sportu je posebno važna u razdoblju formiranja i primarne socijalizacije, temeljnih za daljnji razvoj djeteta (Sopa i Pomohaci, 2016.).

Negotić (2000.) smatra kako sportska igra uvelike otkriva mogućnost komuniciranja i razvijanja boljih i intenzivnijih međuljudskih odnosa te se putem nje djetetu stvaraju posebne moralne i kognitivne predispozicije koje omogućavaju igranje određenih uloga, to jest pripremaju dijete za organiziranu društvenu djelatnost. Aktivnim sudjelovanjem u sportskoj igri razvija se samostalnost i spontanost, a sama aktivnost donosi nova poznanstva, prijateljstva, popularnost i samopouzdanje. Sve navedeno doprinosi oblikovanju emocionalno zdrave mlade osobe stoga što dijete pritom uči podnositi poraz jednako kao i slaviti pobjedu te prihvaćati pravila igre i uvažavati protivnika (Negotić, 2000.).

Sindik i Brnčić (2012.) pozivajući se na Horgu (1993.) ističu da istraživanja pretpostavki povezanih s utjecajima sporta na ličnost djeteta najčešće ukazuju na pozitivnu povezanost bavljenja sportom i socio-emocionalnog razvoja djece. Vrhunski sportaši su u pravilu bolje socijalizirani, otvoreniji, samopouzdaniji, otporniji na stres, što vrijedi i za ne-vrhunske sportaše, u većoj ili manjoj mjeri. Također, Sindik u svom radu (2001.) tvrdi da sportska aktivnost u psihosocijalnom smislu omogućava svakoj osobi zadovoljavanje više osnovnih ljudskih potreba. To su potrebe za kretanjem, vježbanjem, igrom, kao i potreba za sigurnošću, redom i poretkom, za pripadanjem i ljubavlju, za samopoštovanjem i poštovanjem drugih te za samoostvarenjem. Autori prema Pulkkinenu (2008.) zaključuju da je samoostvarenje najviši cilj bavljenja sportom, kao i najviši cilj svakog čovjeka stoga što znači odrasti i uspješno živjeti svojim autentičnim životom (Sindik i Brnčić, 2012.).

Sopa i Pomohaci (2016.) spominju istraživanje Turcu-a i Todora (2010.) gdje je istražena i analizirana kompleksnost sporta i fizičke aktivnosti te njihov utjecaj na čovjeka i društvo. Rezultati istraživanja potvrdili su pozitivne učinke fizičke aktivnosti i sporta na mišljenje o sebi, samopoštovanje, anksioznost, depresiju, pritisak i stres, samopouzdanje, energiju, raspoloženje, produktivnost i blagostanje. Naime, sportska i fizička aktivnost pridonosi socijalizaciji ljudi, a posebno mladih ljudi, ukoliko postoji dobra kontrola. Autori prema Stănescu (2000.) ističu da tjelesni odgoj i sport dovode pojedinca u položaj gdje može procijeniti druge i sebe, što pridonosi formiranju slike o sebi tj. samospoznaje. Također, zaključuju kako je svrha socijalizacije oblikovati društveno kompetentnu osobu sposobnu za prepoznavanje vrijednosti društva, normi i obrazaca ponašanja. Proces socijalizacije uključuje, dakle, stjecanje društvene kompetencije i vježbu interpersonalnih vještina (Sopa i Pomohaci, 2016.)

Sopa i Pomohaci (2016.) pozivajući se na Serbana (1998.) navode kako sportske aktivnosti imaju psihosocijalne konotacije kod ponašanja pojedinca (motivacija, percepcije, stavovi, uvjerenja, mišljenja, ponašanja, tradicija, raspoloženja, osjećaji i dr.), kao i kod strukturiranih kolektiva (svjesna organizacija, odnosi i zadaće unutar grupe, upravljačke strukture i dr.). Autori spominju i istraživanje Constantinescu-a (2009.) koje je dovelo do zaključka da pojedinci asimiliraju cijeli sustav znanja, stavova, vještina i moralnih pravila potrebnih za društveni život unutar zajednice razvijajući maštu i kreativne sposobnosti u isto vrijeme balansirajući „moralno“ i „psihološko“. Također, autori prema Cârste-i (1981.) tvrde da kroz sportske igre i natjecanje djeca stječu samouvjerenost te mogu uspostaviti nove mreže odnosa gdje su u prilici istaknuti vlastiti potencijal i kvalitete. Oni na taj način razvijaju reflektivnu

konceptiju sebe i svog položaja u odnosu na druge te, naposljetku, analiziraju sliku sebe kao i sliku koju drugi imaju o njima. Na taj način postaju samosvjesni društveni akteri (Sopa i Pomohaci, 2016.).

Dakle, socijalizacija za cilj ima društvenu integraciju djeteta te samim time pretpostavlja integraciju budućih odraslih u društvo kao proces postupne asimilacije društva i pretvorbe specifičnih karakteristika osobnosti njegovih članova (Sopa i Pomohaci, 2016.).

Hover i dr. (2016.) prema Pawlovskom i dr. (2014.) navode da se u zemljama širom svijeta javni novac ulaže u sportske događaje s ciljem promicanja osjećaja ponosa i osjećaja pripadnosti lokalnoj ili nacionalnoj zajednici. Pretpostavlja se da ovaj lokalni ili nacionalni ponos i osjećaj pripadnosti pozitivno utječu na subjektivno blagostanje. Također, autori spominju istraživanje Ellinga i dr. (2014.) koje je potvrdilo da međunarodni sportski uspjeh nizozemskih sportaša doprinosi svjedočenju i izražavanju nacionalnog ponosa i pripadnosti. Naime, nakon Svjetskog nogometnog prvenstva 2010. godine kada su Nizozemci osvojili drugo mjesto, 82 % nizozemske populacije bilo je ponosno na nacionalni tim. Nadalje, prema Hallmannu i dr. (2013.) tvrde da je 66% njemačkih građana ponosno, a otprilike isti udio i sretan, kada su njemački sportaši uspješni na sportskih manifestacijama. Prema Cornelissenu i Maenningu (2010.) ustanovili su da je održavanje Svjetskog kupa 2006. u Njemačkoj kod stanovništva ostavilo intenzivan i dugotrajan učinak zbog činjenice da se tako velika manifestacija održava baš u njihovoj zemlji. Naime, godinu dana nakon turnira, 62 % Nijemaca izrazilo je trajni povišen nacionalni ponos, koji je prethodno povezan izravno s Svjetskim kupom (Hover i dr., 2016.).

Stanovnici ne samo da su ponosni na organizaciju događaja u njihovoj zemlji, već se i identificiraju s tim događajima. Hover i dr. (2016.) prema Ashmore-u i dr. (2004.) te Brown-u i dr. (2014.) ističu kako se teorija socijalnog identiteta prema Tajfelu (1981.) koristi za opisivanje utjecaja sportskih događanja na individualnu identifikaciju sudionika sa svojim zajednicama, regijama ili nacijom. Naime, mogu se razviti određene vrijednosti i emocionalna veza prema zajednici, regiji ili naciji jer ljudi gledaju događaj s nadom i osjećajem pripadnosti. Tradicije, simboli i rituali kao što su podizanje zastave ili pjevanje nacionalnih himni igraju instrumentalnu ulogu u procesu razvoja identiteta. Osim toga, autori prema Heere-u i dr. (2013.) tvrde da sportski događaji pružaju i iskustvo doživljaja pripadnosti lokalnim ili regionalnim skupinama. Odnos između sportskog događaja i društvenog ili nacionalnog identiteta može se prema Bullu i Lovellu (2007.) te Ohmanu i dr. (2006.)

zamijetiti kod lokalnih stanovnika, a prema Snelgrove-u i dr. (2008.) i kod sudionika i posjetitelja (Hover i dr., 2016.).

Hover i dr. (2016.) prema Theodorakis i dr. (2015.) smatraju da se osjećaj zadovoljstva odnosi na osjećaj dobrog (zajedničkog) blagostanja i sreće kao rezultat sportske manifestacije koji se često poistovjećuje s osjećajem sreće što se može definirati kao „stanje psihološke ravnoteže i sklada“. Autori pozivajući se na Gibsona i dr. (2014.) ove termine nazivaju „psihičkim dohotkom“. Osjećaj zadovoljstva javlja se među sudionicima sportskih događanja. Također, autori navode kako je u istraživanju Theodorakis-a i dr. (2015.) dokazano kako je znatni udio sudionika godišnje utrke u Grčkoj (uključujući i međunarodni maraton) bio sretan kada su razmišljali od događaju (Hover i dr., 2016).

Dakle, postignuća u sportu općenito izazivaju osjećaj ponosa i pripadnosti lokalnoj ili nacionalnoj zajednici među sudionicima, posjetiteljima, volonterima te čak i među skupinama ljudi koji nisu povezani s događajem. Također, kao rezultat sportske manifestacije, značajnim pozitivnim utjecajem može se smatrati i osjećaj zadovoljstva (Hover i dr., 2016.).

Hover i dr. (2016) se u svome radu pozivaju na Misenera i Masona (2006.) koji su prema Chalipu (2006.) naglasili važnost prihvaćanja temeljnih vrijednosti stanovnika, zajednica i susjednih udruženja kao uvjet za stvaranje pozitivnih učinaka događanja koji se uglavnom ignoriraju prilikom pripreme i organizacije sportske manifestacije. Kada se kod zajednice razviju zabavna iskustva tijekom manifestacije, aktivira se dodatni društveni kapital stoga što se rađaju novi društveni odnosi ili ojačaju postojeći. Jedinstvena značajka zajednica involviranih u manifestaciju jest da omogućuju stvaranje mreže odnosa bez obzira na dob, spol i društvenu klasu. Autori se također pozivaju na Goldsteina (1997.) i Hughesa (1999.) koji prema Borgmannu (1992.) tvrde da zajedništvo ljudi oko značajne aktivnosti u slobodno vrijeme predstavlja pozitivan kontekst za proslavu zajednice. U tom kontekstu, sportski programi i događaji često se smatraju obećavajućim načinom poticanja komunikacije i komunalne proslave, budući da imaju određenu „unutarnju moć“ za aktiviranje ljudi, uklanjanje prepreka među skupinama te promjenu stavova i ponašanja ljudi. Ono što čini kontekst događaja privlačnim jest činjenica da su zabavni (Hover i dr., 2016.). .

Hover i dr. (2016.) ističu da postoji također osjećaj zadovoljstva. Taj pozitivan osjećaj je sam po sebi snažan resurs jer može održavati agende za društvenu i zajedničku akciju. Prema istraživanjima Van der Heuvela (2014.), a kasnije potvrđeno od strane Slendera i Molenaara (2015.), autori su ustanovili da se tijekom nekoliko utrka u Nizozemskoj se 80% posjetitelja i 60% sudionika složilo kako je manifestacija bila dobra prilika za susret sa prijateljima.

Tijekom istog događanja, oko 75% posjetitelja i 75% sudionika složilo se da su tijekom događaja doživjeli osjećaj solidarnosti. Autori prema Brinkhofu i dr. (2012.) navode kako se nekad zaboravlja da zabava ima društvenu vrijednost. Kultiviranjem proslava i druženja na manifestacijama može se obogatiti društveni život zajednice (Hover i dr., 2016.). .

Drugi primjer socijalne kohezije jest uključivanje ciljnih skupina u razvoj programa sporednih događaja kao primjerice *Inspire* programa Olimpijskih igara u Londonu. Tada se na istočnom dijelu Londona razvilo nekoliko projekata koji su uključivali nezaposlene ljude i ljude izbačene iz škola koje je inače teško uključiti u projekte zajednice. Međutim, kada su ti isti ljudi zamoljeni da igraju ulogu u razvoju vlastitih sportskih projekata, pokazali su inicijativu za suradnju sa sportskim i društvenim organizacijama. Naposljetku, ciljne skupine ponovo su se osjećale kao dio zajednice te su pokazale veliki osjećaj vlasništva nad svojim programom što je rezultiralo većom šansom da program postane strukturan (Hover i dr., 2016.).

Bungić i Barić (2009.) prema Đonliću i dr. (2005.) tvrde da uključivanje u različite sportske aktivnosti omogućuje veći broj socijalnih kontakata i doprinosi razvoju prosocijalnog ponašanja. Također, autori se pozivaju na Pate-a i sur. (2009.) koji prema McGee i dr. (2006.) u Đonlić i dr. (2005.) ističu kako je sudjelovanje u sportu i tjelesno vježbanje općenito povezano sa pozitivnim navikama kao što su bolja prehrana, veća razina tjelesne aktivnosti, smanjeno delikventno ponašanje i sigurnija seksualna aktivnost. Autori prema Žigmanu i Ružiću (2008.) ističu da organizirana sportska aktivnost reducira i anksioznost i depresiju, a nalazi također pokazuju kako je bavljenje sportom značajan prediktor u prevenciji ovisnosti. Bungić i Barić (2009.) zaključuju kako je za psihološku dobrobit pojedinca bitno da pronađe za sebe aktivnost u kojoj se može ostvariti, kroz koju bi pokazao prvenstveno sebi, a posljedično i drugima, da ima dobro razvijene obrambene mehanizme od stresa te da je pronašao svoj „ispušni ventil“. Može se pretpostaviti da će takav pojedinac imati veće samopoštovanje, ali i biti bolje prihvaćen od svoje okoline, koja će ga prepoznati kao zrelu osobu koja se može nositi sa svojim problemima na funkcionalan način. Pretpostavka je da će osobe s višim samopoštovanjem više vjerovati u svoje mogućnosti, vještine i sposobnosti, odnosno te osobe će biti bolje prilagođene i uspješnije se nositi se sa svakodnevnim situacijama te je za pretpostaviti da će biti spremnije na nove izazove na koje nailaze od drugih pojedinaca koji nisu tako uspješni u tim strategijama suočavanja (Bungić i Barić, 2009.).

Sopa i Pomohaci (2016.) prema vlastitom istraživanju iz 2015. ističu da djeca mogu razviti mnoge socijalne vještine pohađajući timske sportove vještine vođenja, komunikacijske i socijalizacijske vještine, vještine *team-building*-a koje će im biti korisne tijekom čitavog života, u školi, na budućem poslu ili u međuljudskim odnosima. Također, timski sport može biti od pomoći u učenju ne samo sa djecom iste dobi, već i sa odraslima kao što su treneri, suci, sportski dužnosnici, menadžeri i navijači. Autori zaključuju da pojedinci kroz sport uče raditi zajedno, preuzeti posebne uloge i definirati se unutar grupe (Sopa i Pomohaci, 2016.).

Zagovornici (elitnih) sportskih manifestacija često ističu postojanje „demonstracijskog efekta“. Demonstracijski efekt, prema Weedu (2009.), jest proces u kojem ljudi inspirirani elitnim sportom te postignućima slavnih sportaša odlaze na sportska događanja kako bi i sami sudjelovali u sportskim aktivnostima, povećali svoje sudjelovanje u sportu ili se pak okušali u nekoj novoj vrsti sporta (Hover i dr.2016.).

Hover i dr. (2016.) ističu da organiziranje sportskih manifestacija može pružiti poticaj sportskom sektoru u cjelini (federaciji, klubovima, objektima, proračunu i medijskoj pozornosti). Studije usredotočene na utjecaj sportskih manifestacija na razinu sudjelovanja u sportu obično se fokusiraju na privremeno i regionalno povećanje sudjelovanja. Na primjer, autori se pozivaju na Perksa (2015.) koji je utvrdio da Olimpijske igre u Vancouveru 2010. godine nisu imale nikakav utjecaj na sudjelovanje u sportu na nacionalnoj razini, ali se neposredno nakon događaja privremeno i skromno povećala razina sudjelovanja u sportu na području Vancouvera. Autori također spominju istraživanja Van Bottenburga i dr. (2012.) koji su prema Hanstadu i Skille-u (2010.) primjetili kratkoročni učinak nakon Lillehammerovih igara 1994. godine. Što se tiče igara Commonwealtha u Glasgowu 2014. godine, autori su prema Clelandu i dr. (2015.) ustanovili kako postoji naznaka da su Lillehammerove igre imali neki utjecaj na ponašanje onih koji već sudjeluju u sportu, ali ne i na ponašanje novih sudionika. Najbolji primjer možda je Svjetsko prvenstvo u hokeju održano 1998. godine u Utrechtu u Nizozemskoj. Studija slučaja iz vlastitog istraživanja autora iz 2014. pokazala je kako je manifestacija djelovala kao katalizator za povećanje razine sudjelovanja u hokeju (Hover i dr., 2016.).

Mišigoj-Duraković i dr. (1999.) prema Findaku i dr. (1992.) naglašavaju važnost tjelesnog vježbanja kao nezamjenjivog sredstva u čuvanju i unapređivanju zdravlja, tjelesnog razvoja, razvoja osobina i sposobnosti, usvajanju motoričkih znanja, poboljšanju motoričkih

dostignuća te duhovnog razvoja. Također, autori tvrde da je upravo tjelesno vježbanje, uz primjeren način života, pravilnu prehranu i osobnu odgovornost, jedan od osnovnih čimbenika zdravog načina življenja. Posljedično, zdrav način života istodobno predstavlja temeljni uvjet za kvalitetan život. Navedeno se može ostvariti ukoliko se djeci, učenicima i mladeži omogući da putem tjelesnog vježbanja maksimalno zadovolje svoje esencijalne i egzistencijalne potrebe, a osobito one koje su im neophodne za učinkovitiju adaptaciju na suvremene uvjete života i rada, uključujući i dobro zdravlje (Mišigoj-Duraković i dr., 1999.).

2.3.4. Primjer sportske manifestacije - Sportske igre mladih

Sportske igre mladih započele su 1996. godine u Splitu, sa željom da se svim osnovcima i srednjoškolcima omogući sudjelovanje u organiziranim sportskim natjecanjima i drugim besplatnim aktivnostima tijekom ljeta. Ideja je rasla i natjecanje je postalo najveći amaterski sportski događaj u ovom dijelu Europe (Sportske igre mladih, 2017.).



Slika 1: Logo Sportskih igara mladih

Izvor: preuzeto sa www.sportilus.com

Sportske igre mladih su jedna od najuspješnijih i po svom obimu jedinstvena sportsko-rekreacijska manifestacija koja svakog ljeta pruža mogućnost osnovcima i srednjoškolcima širom Hrvatske da se uključe u sportske i druge aktivnosti kako bi što kvalitetnije proveli veliku količinu slobodnog vremena koja im tijekom tih mjeseci stoji na raspolaganju (Božinović i dr., 2003.).

Kao najveće amaterske sportske igre u zemlji i ovom dijelu Europe, igre imaju pokroviteljstvo Međunarodnog olimpijskog odbora i Svjetske nogometne federacije i drugih te počasno pokroviteljstvo predsjednice Republike Hrvatske, predsjednika Hrvatskog sabora i predsjednika vlade Republike Hrvatske.

Djeci i mladima u svim županijama širom Hrvatske pruža se mogućnost od besplatnog sudjelovanja u natjecanjima, a najuspješnijim pojedincima i ekipama osigurano je besplatno mini ljetovanje sa sudjelovanjem na završnici u Splitu (Sportske igre mladih, 2017.).

Druženje, sport i rekreacija pokazali su se kao najdjelotvornija alternativa svim mogućim negativnim činiocima današnjice. Stoga je program manifestacije dugoročno vezan uz promotivno edukativnu akciju „ Živimo život bez droge, jer droga uzima život!“ (Interni priručnik o organizaciji sportskih natjecanja, 2009.).

Iz godine u godinu odaziv djece je sve veći, a kvaliteta organizacije je dosegla najvišu razinu. Djeca i mladi od sedam do osamnaest godina pozvana su biti dijelom Sportskih igara mladih, najljepšom sportskom pričom u Hrvatskoj i šire (Sportske igre mladih, 2017.).

2.3.4.1. Misija, vizija i ciljevi

Svako poduzeće postoji da bi nešto postiglo u određenoj široj okolini. Upravo taj razlog postojanja poduzeća čini njegovu svrhu ili njegovo poslanje - misiju. Misija ili svrha označava, dakle, osnovnu funkciju ili zadatak poduzeća, koji se razlikuje od poduzeća do poduzeća. Dobro definirana misija je temelj za izvođenje ciljeva, strategije i planova. Bez jasne misije, ciljeva i planova razvoj poduzeća se neće odvijati u pravcu u kojem ono treba ići - njegov će razvoj biti slučajan (Buble, 2006.).

Misija Sportskih igara mladih bila bi kroz druženje i sport educirati djecu i mlade od najranije dobi pozitivnim vrijednostima te promicati zdrav pristup življenju i način života čiji su temelji razumijevanje, prijateljstvo, solidarnost i *fair-play*, kao alternativa svim mogućim negativnim činiocima današnjice koji se na izrazit način reflektiraju na populaciji djece i mladeži (Sportske igre mladih, 2017.).

Vizija se može najjednostavnije definirati kao jasna predodžba budućih događaja, odnosno dugoročni željeni rezultat, unutar kojega su zaposlenici slobodni identificirati i rješavati probleme koji stoje na putu njezina ostvarenja. Ona dakle predstavlja sliku idealne budućnosti poduzeća (Buble, 2006.).

Može se reći kako je vizija Sportskih igara mladih zajednički pripremati mlade ljude za život u kojem trebaju misliti na svoje zdravlje i baviti se sportom, a da pritom ne zanemare svoj profesionalni razvoj i edukaciju (Sportske igre mladih, 2017.).

Definiranje ciljeva poduzeća osnova je njegova opstanaka i razvoja. Cilj predstavlja putokaz kamo poduzeće, njegova uprava, njegova struktura, njegove jedinice ili čak njegovi pojedinačni menadžeri žele ići (Buble, 2006.).

Primarni cilj Sportskih igara mladih je okupljanje što većeg broja djece i mladih iz Hrvatske i susjednih zemalja, kako bi oni na kojima leži budućnost, druženjem kroz sport i zabavu razvijali svoje socijalne vrijednosti, a ne bi postali taocima negativnih trendova, droge, nasilja i netolerancije (Sportske igre mladih, 2017.).

2.3.4.2. Sudionici i organizacija Sportskih igara mladih

Premda su zapravo amatersko natjecanje, nastoji se da organizacija natjecanja Igara i svih popratnih zbivanja bude na najvišoj profesionalnoj razini.

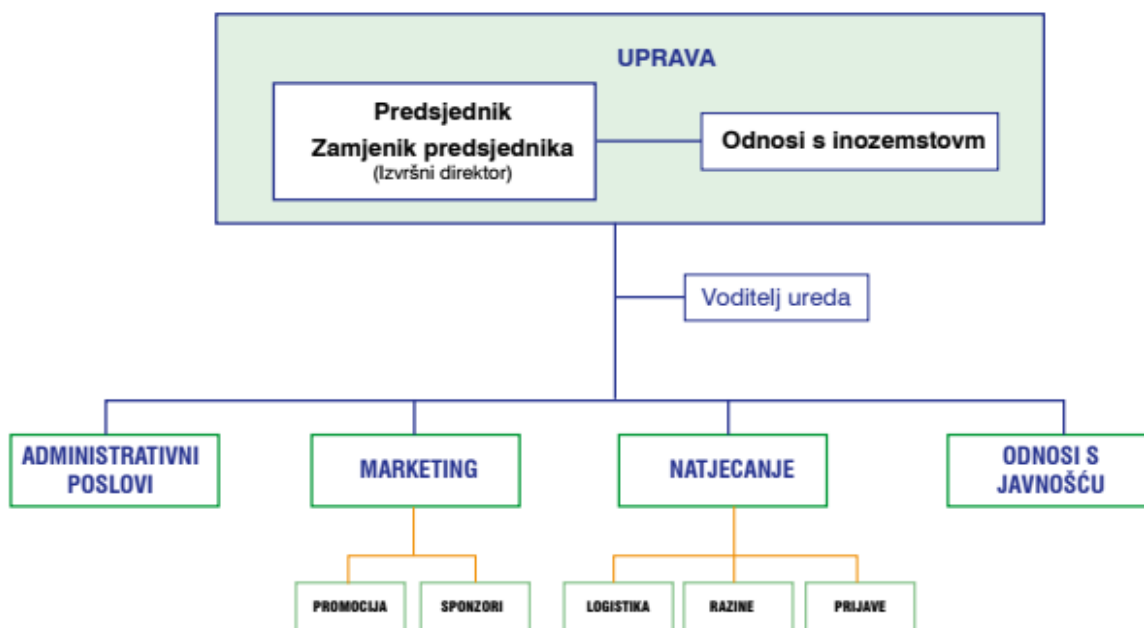
Vodeći upravljački sustav manifestacije je Udruga Sportskih igara mladih.

Tijela Udruge su:

- Skupština
- Predsjednik, zamjenik predsjednika i tajnik Udruge
- Upravni odbor Udruge te,
- Nadzorni odbor Udruge.

Skupština je najviše tijelo udruge, a čine je svi članovi Udruge. Predsjednik, zamjenik predsjednika i tajnik Udruge ujedno su i predsjednik, zamjenik predsjednika i tajnik Skupštine i Upravnih odbora. Predsjednik i zamjenik predsjednika Udruge zastupaju i predstavljaju Udrugu te osiguravaju pravilan i zakonit rad Udruge. Mandat predsjednika i zamjenika predsjednika traje 4 godine, a iste osobe mogu biti ponovo izabrane. Upravni odbor ima 5 članova koje bira Skupština na vrijeme od 4 godine. Nadzorni odbor ima 3 člana koje bira Skupština na vrijeme od 4 godine, a iste osobe mogu biti ponovo izabrane (Interni priručnik o organizaciji sportskih natjecanja, 2009.).

Organizacijska struktura Sportskih igara mladih vidljiva je iz Slike 2.



Slika 2: Organizacijska struktura Sportskih igara mladih

Izvor: Interni priručnik o organizaciji sportskih natjecanja, 2009.

Što se organizacije natjecanja tiče, manifestacija Sportske igre mladih se sastoji od tri razine: županijske, regionalne i završne razine koje se igraju u formi turnira. Postoji također i međunarodno natjecanje. Ovisno o broju prijavljenih ekipa i pojedinaca u turniru, organizatori formiraju kvalifikacijske grupe na svakoj razini natjecanja.

Županijska razina obuhvaća natjecanje u svim županijama u Hrvatskoj (20 županija i grad Zagreb). Nakon završetka županijskog natjecanja koje traje mjesec dana, pobjednici odlaze na regionalno natjecanje.

Regionalno natjecanje obuhvaća 6 regija. Svaku regiju obuhvaćaju po 3 županije. Za svaku županiju postoji koordinator natjecanja zadužen za organizaciju, provedbu i kontrolu Županijskog natjecanja (Interni priručnik o organizaciji sportskih natjecanja, 2009.).

Županije obuhvaćene regijama vidljive su iz Slike 3.

ŽUPANIJE PO REGIJAMA	
1.	Dubrovačko-neretvanska županija Šibensko-kninska županija Zadarska županija
2.	Primorsko-goranska županija Istarska županija Ličko-senjska županija
3.	Karlovačka županija Sisačko-moslavačka županija Zagrebačka županija
4.	Krapinsko-zagorska županija Varaždinska županija Međimurska županija
5.	Koprivničko-križevačka županija Virovitičko-podravska županija Bjelovarsko-bilogorska županija Požeško-slavonska županija
6.	Osječko-baranjska županija Brodsko-posavska županija Vukovarsko-srijemska županija

Slika 3: Županije uključene u natjecanje po regijama

Izvor: Interni priručnik o organizaciji sportskih natjecanja, 2009.

Pobjednici iz Splitsko-dalmatinske županije (kao domaćini) i grada Zagreba imaju pravo izravnog sudjelovanja na Završnom natjecanju u Splitu bez sudjelovanja na Regionalnom natjecanju. Pobjednici regionalnog natjecanja odlaze na Završno natjecanje u Split tijekom kolovoza.

Završno natjecanje u Splitu održava se u četiri smjene. U svakoj smjeni dolazi oko 400 pobjednika u određenim sportovima.

Međunarodno se natjecanje također održava u Splitu te se poziva oko 400 natjecatelja iz zemalja regije i drugih zemalja svijeta u određenim sportovima (Interni priručnik o organizaciji sportskih natjecanja, 2009.).

Natjecateljski sportovi su: mali nogomet, rukomet, ulična košarka, odbojka, odbojka na pijesku, tenis, stolni tenis, šah, utrka na 60 metara i graničar (Sportske igre mladih, 2017.).

Natjecanje je besplatno i potpuno otvoreno za prijave svih slobodno formiranih ekipa i pojedinca, a odvija se u tri kategorije:

- učenici osnovnih škola od 1. do 5. razreda,
- 6. do 8. razreda te,
- učenici srednjih škola (Božinović i dr., 2006.).

Prijevoz, smještaj i hrana su besplatno osigurani za sve sudionike završnice kao veliki dodatni motiv za što većim uključenjem djece i mladeži u program Igara (Božinović i dr., 2006.).



Slika 4: Ženska odbojkaška ekipa na Sportskim igrama mladih

Izvor: preuzeto sa www.igremladih.hr



Slika 5: Muška nogometna ekipa na Sportskim igrama mladih

Izvor: preuzeto sa www.igremladih.hr

2.3.4.3. Doprinos Sportskih igara mladih

Kako kvalitetno organizirati i ispuniti slobodno vrijeme mladih jedan je od sve češćih pitanja koji se javlja u današnje vrijeme. Slobodno vrijeme mladih poprilično je neorganizirano područje na koje i sama država ima zanemariv utjecaj. Organizirana briga o slobodnom vremenu mladih ostaje na razini nevladinih organizacija i još uvijek rijetkih aktivnosti tijela lokalne i područne (regionalne) samouprave s ciljem da se mladi usmjere na pravi put. Sportske igre mladih imaju značajan doprinos kao jedan od uspješnih načina poboljšanja kvalitete života djece i mladih te njihovog usmjeravanja ka sportu i zdravom životu. Kroz uključivanje što većeg broja djece i mladeži osnovnoškolske i srednjoškolske dobi, bez obzira što možda i nisu uspješni u nekom sportu ili ne treniraju u nekom sportskom klubu, želi se pružiti mogućnost besplatnog uključivanja u organizirana sportska natjecanja i druge aktivnosti kako bi za vrijeme ljeta što kvalitetnije proveli dodatnu količinu slobodnog vremena. Također, nastoji se omogućiti druženje djece sa svojim vršnjacima iz cijele zemlje kroz sudjelovanje u sportskim natjecanjima te u ostalim edukacijskim i zabavnim sadržajima koji se isprepliću s natjecanjima, a također afirmiraju osnovce i srednjoškolce u pozitivnom i kreativnom smislu. Svi mladi imaju pravo na igru, druženje i natjecanje, a ostvarivanjem tog prava kao organizacija Sportske igre mladih promiču upravo ono što su stari Latini saželi u izreci "Zdrav duh u zdravom tijelu". Idejom Sportskih igara mladih stvara se koristan kvalitetan društveni sadržaj u periodu u kojem djeca i mladih imaju puno slobodnog vremena, ali su često prepuštena sama sebi, što često dovodi do negativnih posljedica (Božinović i dr., 2006.) .

3. MLADI U SPORTU

U ovom poglavlju nastojat će se ukazati na vezu između mladih i sporta kao društvenog fenomena. Prvo će riječ biti o mladoj populaciji u suvremenom hrvatskom društvu gdje će se nastojat predočiti zajedničke karakteristike mladih, društveni problemi koji ih prate te njihovi interesi i načini provođenja slobodnog vremena. Pri tome će se istražiti uključenost mladih u sportske aktivnosti u Hrvatskoj. Na posljepku će se uvesti fenomen sporta, definirati njegova glavna načela razvoja u Republici Hrvatskoj te istaknuti dobrobiti bavljenja sportom koji doprinose stvaranju boljeg društva.

3.1. Mladi u suvremenom hrvatskom društvu

3.1.1. Definicija i karakteristike mladih

Tijekom proteklih šest desetljeća u razvijenijim dijelovima svijeta pojavile su se različite teorije o mladima kao specifičnoj društvenoj grupi. Također, provedena su brojna empirijska istraživanja koja su rezultirala općeprihvaćenim spoznajama o tom segmentu populacije u suvremenom svijetu. Temeljno saznanje jest da su mladi heterogena društvena skupina koju s jedne strane obilježava unutarnja socijalna raslojenost sukladna diferenciranosti društva kojemu pripadaju, a s druge strane neke zajedničke karakteristike po kojima se prepoznaju kao zasebna društvena skupina. Svakako, univerzalno zajedničko obilježje mladih je njihova razmjerno niska životna dob (Ilišin i Radin, 2007.).

Štefančić (2010.) definira mlade kao društvenu skupinu koja objedinjuje populaciju u dobi od 15. do 30. godine života. Pri tome kohorta koja ne uzima u obzir populaciju od navršene 30. godine i starije (npr. do 35. godine) zapravo isključuje činjenicu da su osobe u dobnoj skupini od 30. do 35. godine mladi, iako su po svojem stupnju zrelosti i pripremljenosti za svijet rada znatno bliži populaciji mladih od 25. do 30. godine.

Nakon što je definirano na koju se dobnu skupinu odnosi termin „mladi“, naglasak će biti na obilježjima koja su zajednička za mladu populaciju u Hrvatskoj i onu u svijetu.

Naime, za suvremene adolescente karakteristično je što su odrastali u doba interneta, kableske televizije, globalizacije, porasta konzumerizma, terorističkih napada i brige o održivom razvoju. Takva zajednička iskustva ujedinila su i oblikovala ovu generaciju. Zbog ovih socijalnih utjecaja na makro i mikro razini, suvremeni adolescenti su tijekom svoga djetinjstva iskusili povećanu odgovornost, doživjeli fizički daleki svijet, često sami organizirali svoje

slobodno vrijeme (najčešće uz televiziju ili internet), više vremena provodili s vršnjacima i stekli više znanja u ranijoj dobi nego njihovi roditelji. Također, oni imaju širi pristup idejama, informacijama i mogućnostima zahvaljujući širem krugu ljudi s kojima su u kontaktu (Car, S., 2013. prema Donath, J., 2004.).

Povijesno gledano, suvremeni adolescenti ostaju mladima dulje nego ikada prije, promatrano kroz prizmu produženog trajanja obrazovanja i ekonomske ovisnosti. Istovremeno, adolescenti ranije postaju neovisni kada se radi o seksualnosti, slobodnom vremenu i konzumerizmu (Car, S., 2013. prema Gadlin, H., 1978.).

Zbog mnogobrojnih različitih iskustava stečenih u ranoj dobi, pripadnici ove generacije postali su samodostatni u mnogim područjima što je rezultiralo promjenom njihova pogleda na svijet. Međutim, i dalje im nedostaje iskustvo u nošenju s takvim izazovima i problemima te vještine za suočavanje s njima koje im trebaju kako bi donijeli opravdane odluke, s pozitivnim ishodom i umanjili stres koji ovakve situacije uzrokuju (Car, S., 2013. prema Kaplan, L., S., 1993.).

U Hrvatskoj se zbog potrebe za društvenom stabilnošću mlade usmjerava da preuzmu namijenjene im društvene uloge i zadaće. S druge strane, zbog potrebe za sve bržim društvenim transformacijama i razvojem, od njih se zahtijeva kreativni i inovativni doprinos. Takva su ambivalentna društvena očekivanja od mladih, u proteklih šest-sedam desetljeća, bila plodno tlo za trajni rast društvenog i znanstvenog interesa za mlade sukladno ubrzavanoj dinamici društvenih promjena. Tome su pridonijela i saznanja da mladi prolaze kroz više ili manje intenzivan proces socijalizacije zbog čega su potencijalno najizloženiji utjecajima različitih agensa socijalizacije. Također, njihovi su stavovi i obrasci ponašanja još nedovoljno formirani te stoga podložniji promjenama. Iz navedenih razloga mlade se može promatrati kao najosjetljiviji seizmograf društvenih kretanja i promjena (Ilišin i Spajić- Vrkaš, 2015.).

Kako bi nastojali skicirati sociološki profil današnje mlade generacije u Hrvatskoj, poslužit će rezultati istraživanja koje su 2012. godine proveli Ilišin i suradnici na uzorku od 1500 ispitanika iz cijele zemlje u dobi od 14 do 27 godina. Pri tome, autori su dobili podatak da je među ispitanicima najviše onih koji se školuju, žive u zajedničkom kućanstvu s roditeljima i to u razmjerno povoljnim socioekonomskim uvjetima. Od relativno oskudnih sredstava koja se kreću oko granice prosječne hrvatske plaće, roditelji izdvajaju određeni dio kojim mladi autonomno raspolažu pri čemu najviše tog novca troše na odjeću i obuću, izlaske u kafiće i telekomunikacijske usluge. Međutim, iz istraživanja proizlazi da obitelj nije mladima važna

samo kao materijalna, već i kao emocionalno-socijalna potpora. Također, želje ispitanika da osnuju obitelji sa u prosjeku dvoje djece su znatno ispod onog što bi bilo nužno za demografsku obnovu Hrvatske. Po sudu mladih, prosječna dob za sklapanje braka za žene je 27, a za muškarce 30 godina, što je svakako jedan od pokazatelja trenda odgađanja preuzimanja trajnih društvenih uloga. Onih koji pohađaju srednju školu ili neki studij u uzorku ima oko 45%, pri čemu rado idu u svoju školu ili na fakultet, postižu relativno zadovoljavajuće rezultate te ih je čak 80% u većoj ili manjoj mjeri zadovoljno kvalitetom obrazovanja u Hrvatskoj. Pri izboru posla većina mladih prvenstveno bi se rukovala ekstrinzičnim motivima, to jest visinom plaće i sigurnošću radnog mjesta. Pritom kao mjesto zaposlenja preferiraju javni sektor naspram privatnog. Četvrtina ispitanika razmišlja istodobno kako o preseljenju unutar Hrvatske, tako i o iseljenju iz zemlje. Međutim, s obzirom na činjenicu da za rad u punom radnom vremenu prosječno mjesečno zarade plaću od 4244 kn što je oko 20 % manje od prosječnog hrvatskog dohotka, proizlazi kako mladi raspoložu nedostatnim financijskim sredstvima da bi se valjano osamostalili. Bez obzira na vrstu i veličinu obveza koju mladi imaju, slobodno vrijeme predstavlja važan dio njihove svakodnevnice. To vrijeme je, prema nalazima ovog istraživanja, ponajviše ispunjeno glazbom, internetom, televizijom i druženjem s prijateljima. Naime, mladi u zabavi i druženju s vršnjacima mogu razviti i obrasce ponašanja koji se mogu prepoznati kao rizični. Tako je kod tri četvrtine ispitanika raširena konzumacija alkohola, pušenje stagnira na 30%, preko polovice ne propagira uzdržavanje od seksualnih odnosa, tri petine ih je seksualno aktivno, nisu skloni nasilničkom ponašanju, a konzumaciju marihuane više od četvrtine smatra modernom. Nadalje, znatan je broj pojava koje smatraju modernim, a naročito dobar izgled i izgradnju karijere, zajedno sa stjecanjem akademskog obrazovanja i neovisnosti. Samo jednu vrijednost ističe većina (dvije trećine mladih), a to je osobno dostojanstvo koje uključuje identitet i obrazovanje. Visoko su plasirane i borbenost, tolerantnost, korektnost i altruizam pa sve to zajedno pokazuje kako mladi ponajviše cijene vrijednosti koje predstavljaju integralni dio izgrađene osobnosti što podrazumijeva visok stupanj samosvijesti, ali i respekt okoline. Unatoč razmjerno visokom vrednovanju tolerantnosti, mladi su se pokazali prilično nesnošljivima, osobito spram homoseksualaca te nekih etničkih skupina. Jedan od iznenađujućih podataka dobivenih u ovom istraživanju jest da mladi u podjednakoj mjeri (po trećina) modernim smatraju aktivno bavljenje politikom i sudjelovanje u građanskim akcijama. Također, svaki sedmi ispitanik u protekloj godini je sudjelovao u nekom obliku dobrovoljnog rada. Iz rezultata istraživanja da se zaključiti kako je politika, kao nezaobilazna sastavnica društvenog života, na marginama interesa mladih. Naposljetku, mladi su

demokracijom u Hrvatskoj više zadovoljni nego nezadovoljni, ali su zabrinuti zbog socioekonomskih poteškoća što se proteže i na percepciju budućnosti Hrvatske u Europskoj Uniji. Usprkos tegobnoj stvarnosti i nekim sumornim istraživačkim podacima može se zaključiti da mladi ostaju optimisti (Ilišin i dr., 2013.).

3.1.2. Društveni problemi mladih

Može se reći da je današnja generacija mladih u Hrvatskoj odrastala u društvu obilježenom ratnim traumama i skromnim gospodarskim razvojem, te da sazrijeva u okolnostima gospodarskog nazadovanja i velike osobne neizvjesnosti i nesigurnosti. Aktualna nepovoljna razvojna kretanja predstavljaju iskustvo koje hrvatska omladina dijeli sa svojim vršnjacima iz niza europskih zemalja, što zacijelo pridonosi širenju osjećaja tjeskobe i besperspektivnosti. U tom kontekstu, treba istaknuti da su u Hrvatskoj, kao i u većini europskih društava, prisutna nepovoljna demografska kretanja jer je, primjera radi, od 1953. do 2001. godine udio mladih (od 15 do 29 godina) u ukupnom stanovništvu opao s 27,7% na 20,6 %. To je jedan od razloga da mladi postaju sve važniji društveni resurs. Stoga dodatno usporavanje procesa društvene integracije i aktiviranja potencijala mladih može povratno djelovati na produljenje i produbljanje aktualne gospodarske i društvene krize (Ilišin i dr., 2013.).

Čustonja (2011.) navodi da su razina anti-socijalnoga ponašanja i kaznena djela među mladim ljudima velik problem za društvo u cjelini. Također, značajan je i broj mladih koji su počinili kaznena djela, a u Hrvatskoj je posljednjih nekoliko godina osobito izražen i problem nasilja među mladima. Autor zaključuje kako su problemi delikvencije među mladima ozbiljan i kompleksan problem (Čustonja, Z., 2011.).

Ilišin (2007.) na temelju istraživanja provedenom među mladom populacijom 2004. godine zaključuje kako su najveći problemi mladeži u Hrvatskoj nizak životni standard, nedostatak životne perspektive i nezaposlenost. Pri tome se navedeni problemi, s obzirom na očitu međusobnu povezanost, mogu svrstati pod zajednički nazivnik egzistencijalnih i socioekonomskih problema. Autorica u skladu s rezultatima istraživanja daje prednost problemima socioekonomskog osamostaljivanja, a time i zadovoljavajuće integracije u društvo. Istraživanje je pokazalo kako nešto više od četvrtine mladih drži da je problem nepotizam, što onima bez „pravih“ poznanstava uvelike otežava socijalnu promociju (a

nekima i egzistenciju). Petina kao problem apostrofira narkomaniju. Osim narkomanije, također svaki peti ili šesti ispitanik navodi preveliku okupiranost zabavom i potrošnjom, alkoholizam te društveno neprihvatljivo ponašanje. Neke od problema predstavljaju odlazak mladih stručnjaka u inozemstvo (što se može okarakterizirati i kao pokušaj rješavanja problema besperspektivnosti), kao i vladavina „staraca“. Na dnu ljestvice rezultata osim „odljeva mozgova“ i vladavine „staraca“ smjestili su se nedovoljna briga društva za mlade, nekvalitetno obrazovanje i nedostatak interesa te nedovoljno sudjelovanje mladih u društvenim i političkim poslovima. Ovakvim minoriziranjem problema šire društvene integracije mladih stječe se dojam da oni gotovo ništa ne očekuju od društva, niti su mu spremni dati više nego što moraju. Otuda proizlazi da mladi ne vide moguću vezu između vlastitog društvenog angažmana, prije svega u procesu odlučivanja, te osobne i generacijske perspektive, kao i aktualnog društvenog statusa (Ilišin i Radin, 2007.).

Iz nešto novijeg istraživanja provedenog za potrebe UNICEF-a na uzorku 503 ispitanika u dobi od 16 i 17 godina iz cijele zemlje daju se naslutiti nešto drugačiji rezultati kada je riječ o pogledu mladih na probleme njihovih vršnjaka u hrvatskom društvu. Prema rezultatima istraživanja gotovo polovica (45,3%) ispitanika smatra konzumiranje alkohola, droga i cigareta jednim od osnovnih problema mladih danas u Hrvatskoj. Naime, u nedostatku usporednih istraživanja teško je donijeti zaključak u kojoj mjeri je navedeni problem realan u ovim razmjerima. Svakako, može se pretpostaviti da mladi govore na osnovi svojega neposrednog iskustva, kao i iskustva iz svoje okoline te ukazuju na potrebu da se problemu ovisničkih ponašanja u mladima posveti puno pažnje. Poslije problema ovisnosti, mladi kao izvor problema koji ih okupiraju navode školske obveze i brige (22%), a nakon toga komunikaciju s roditeljima (15%). U manjem postotku (5%-8%) mladi kao osnovne probleme navode i nesigurnu budućnost, posao i financije, nasilje, nerazumijevanje i predrasude prema mladima. Djevojke nešto češće od mladića kao glavne probleme mladih ističu loše društvo, kao i loš utjecaj društva i okoline, adolescentske probleme te prerane spolne odnose i trudnoću (Miharija i Kuridža, 2011.).

3.1.3. Slobodno vrijeme i interes mladih za sportske aktivnosti

„Slobodno vrijeme je prostor i mogućnost interakcije u procesima individualizacije, socijalizacije i inkulturacije, dakle prostor samoaktualizacije i ostvarenja osobnosti“ (Martinčević, J., 2010. prema Previšić, V. 2000.).

Slobodno vrijeme sastavni je dio svakodnevnoga života suvremenog čovjeka i kao takvo u velikoj mjeri oblikuje način (stil) života pojedinaca i grupa. Neupitno je da slobodno vrijeme (dokolica) ima posebno važno mjesto u procesu socijalizacije mladih što omogućuje da se ono promatra kao „škola života“ koja treba pomoći pojedincu i grupama u optimalnoj društvenoj integraciji i participaciji u građanskoj kulturi (Ilišin i dr., 2013. prema Rojek, C., 2010.).

Osim slobodnog vremena, interesi imaju veliku ulogu u oblikovanju identiteta i u samoaktualizaciji pojedinca. Također, isti su jedan od čimbenika kohezije malih i neformalnih grupa kao što su vršnjačke grupe koje prepoznajemo kao bitan čimbenik socijalizacije (Jeđud i Novak, 2005.).

Interesi se često povezuju sa slobodnim vremenom na temelju pretpostavke da pojedinci svoje slobodno vrijeme provode u skladu sa svojim interesima (Ilišin i Radin, 2007.).

Prema zaključcima 4. Svjetskog foruma mladih Ujedinjenih naroda 2001. svi mladi ljudi trebaju imati pravo i mogućnosti sudjelovati u socijalnim, kulturnim i sportskim aktivnostima bez obzira na spol, rasu, religiju, socioekonomski status i mjesto gdje žive. Slobodno vrijeme trebalo bi omogućiti različite vidove zadovoljavanja potreba kroz individualni ili timski rad. Sami mladi, k tome, od slobodnog vremena očekuju da im osigura zabavu, druženje, učenje novih vještina te priliku da budu aktivni u životu svoje lokalne zajednice. Aktivnosti i prostor slobodnog vremena tako postaju važno sredstvo za osnaživanje mladih kao i sfera realizacije interesa svakog pojedinca ili grupe (Jeđud i Novak, 2006.).

Martinčević (2010.) naglašava kako je mladu osobu i te kako važno osposobiti za odgovornost vlastitog osobnog razvitka ukoliko slobodno vrijeme vežemo u prvom redu uz prostor slobode svakog pojedinca u kojem osoba sama određuje hoće li svoje slobodno vrijeme iskoristiti za razvoj vlastitih potencijala bez obzira na vrstu aktivnosti.

Velike društvene i vrijednosne turbulencije u Hrvatskoj, kriza suvremene obitelji, nezaposlenost, traumatska iskustva i neizvjesnost mladih za vlastitu budućnost pogoduju ozračju za razvoj poremećaja u ponašanju i ovisnosti o psihoaktivnim tvarima te pasivnom, potrošačkom, ali i stvaralačkom i produktivnom provođenju slobodnog vremena (Mlinarević i dr., 2007.).

Rezultati istraživanja Ilišin i suradnika iz 2012. godine provedenog na uzorku od 1500 ispitanika dobi od 14 do 27 godina iz cijele zemlje, potvrdili su da je slobodno vrijeme mladih dominantno ispunjeno druženjima i raznim medijski posredovanim sadržajima, dok intelektualno i fizički zahtjevnije aktivnosti čine značajan dio dokolice tek manjeg dijela mlade generacije. Pri tome se bavljenje sportom sa 30,1% nalazi na predzadnjem mjestu u rang - ljestvici aktivnosti u slobodnom vremenu mladih. Ispitanici češće vrijeme provode slušanjem glazbe (80%), izlascima s prijateljima (66,9%), gledanjem televizije (54,3%) te gledanjem filmova (52%). Čitanje knjiga ili novina je prema istraživanju sa 26,7% najrjeđa aktivnost u slobodnom vremenu mladih (Ilišin i dr., 2013.).

Slobodno vrijeme mladih je, kao što Badrić i Prskalo (2011.) prema Previšić (2000.) tvrde, uvijek je bilo u središtu pozornosti kao društveni fenomen i to sa svrhom pronalaska sadržaja koji bi motivirali mlade da slobodno vrijeme provedu u tjelesnim aktivnostima. Taj društveni zadatak, koji je vrlo važan, preuzela je škola kao obrazovno odgojna institucija koja je u mogućnosti da izvannastavne i izvanškolske aktivnosti u teorijskom i praktičnom smislu usmjeri na kulturu provođenja slobodnog vremena. Milanović i dr. (2013.) ističu kako je u Hrvatskoj školski šport glavni čimbenik i sadržaj izvannastavne kineziološke aktivnosti mladih koji podrazumijeva sportske aktivnosti učenika izvan nastave u organizaciji nastavnika tjelesne i zdravstvene kulture i drugih djelatnika škole. U strategiji razvoja školskog športa u Hrvatskoj analizirani su podaci iz školske godine 2006./2007., prema kojima je postotak uključenosti mladih u školsko sportsko društvo iznosio 21,27%, od toga 59,61% je mladića, a 40,39% djevojaka.

Rezultati prethodno spomenutog UNICEF-ovog istraživanja provedenog na uzorku od 503 ispitanika u dobi od 16 do 17 godina, potvrdili su da se otprilike trećina (35%) mladih bavi nekim sportom u slobodno vrijeme kao hobi, a jedna četvrtina (26%) njih i trenira neki sport. Također, što se tiče razlika u spolu istraživanje je pokazalo kako se mladići bave nekim sportom češće od djevojaka (Miharija i Kuridža, 2011.).

Negotić (2000.) smatra da je djeci potrebno osigurati tjelesnu aktivnost najprije kao prirodni oblik kretanja koji u sebi uključuje izazov i užitek temeljen na igri, a zatim i prepoznati mogućnost iskazivanja sportskog potencijala iz kojega mogu proizaći sportski talenti i vrhunski sportaši. Zadaća društva poticati mlade na razvoj pozitivnog stava prema sportu i tjelesnoj aktivnosti kako bi upotpunili njihovo slobodno vrijeme i obogatili ga sportskim aktivnostima. Na taj način mladi bi stekli naviku za kontinuiranim bavljenjem sportom, te isti ne bi bio više samo ugodna aktivnost u slobodno vrijeme već i prihvaćen način života (Negotić, M., 2000.).

3.2. Sport kao društveni fenomen

3.2.1. Definicija sporta

Sport i sve što se pod tim pojmom podrazumijeva morao je prije nego je stekao današnje karakteristike, proći svoj povijesni razvoj. Budući je povijest sporta dio opće povijesti, moguće je pretpostaviti da je sport od svojih prvih pojavnih oblika do danas star gotovo koliko i čovječanstvo (Bartoluci, M., 2003.).

Smisao i pogledi na sport mijenjali su se s vremenom, baš kao i sadržaji sportskih aktivnosti. Ovisno o stupnju civilizacije, društveno-ekonomskim uvjetima i znanstvenim spoznajama, sportovi su nicali, a pojam sporta prilagođavao se potrebama (Mataja, Ž., 2003.).

Perasović i Bartoluci (2007.) navode kako u suvremenom društvu sport postaje predmetom interesa različitih profila znanstvenika, kako kineziologa, tako i sociologa, psihologa, medicinara, ekonomista, komunikologa, itd. Također, ako se pokuša podijeliti populacija vezana za područje sporta (aktivni sportaši, rekreativci, gledatelji sportskih događaja, konzumenti putem masovnih medija, treneri, suci, članovi sportskih organizacija, populacija koja drži kako sport zauzima neznatniji dio njihova života kada primjerice prate sportske vijesti, razgovaraju o sportskim temama na poslu ili u obitelji), proizlazi kako je najmanje onih koji ni na koji način nisu uključeni u to područje. Sport je jedna od temeljnih društvenih institucija, neodvojiv od strukture društva i institucija obitelji, gospodarstva, medija, politike, obrazovanja, religije i sl., kao i sastavni dio svakodnevnog života ljudi širom svijeta. Na to ukazuju i događaji poput zimskih i ljetnih Olimpijskih igara, Svjetskog nogometnog prvenstva, biciklističke utrke Tour de France, teniskog turnira Wimbledon i sl., koji zaokupljaju pažnju milijuna ljudi neovisno o dobi, spolu, rasi ili socijalnom statusu. Budući da koncept sporta nije jednoznačan, i da nema jedinstvene definicije, sociolozi se uglavnom slažu da se trebamo pitati koje su aktivnosti i zašto definirane kao sport u određenom društvu. Prema Coakleyu (2007.), sport je institucionalizirana natjecateljska aktivnost jer se temelji na standardiziranim, unaprijed određenim pravilima, a uključuje snažno tjelesno naprezanje ili upotrebu relativno kompleksnih tjelesnih vještina u kojemu je sudjelovanje motivirano kombinacijom osobnoga zadovoljstva i vanjskih nagrada (Perasović i Bartoluci, 2007.).

Bartoluci (2003.) prema Mangane-u (1964.) smatra najprihvatljivijom definiciju sporta prema kojoj isti predstavlja „aktivnost u slobodno vrijeme čija je dominantna fizičko jačanje kroz igru i rad istovremeno, a odvija se kroz natjecanja obuhvaćena pravilima i specifičnim institucijama s mogućnošću preobrazbe u profesionalnu aktivnost“.

Mataja (2003.), pak, sport definira kao „sociobiološku pojavu u kojoj su različite tjelesne sposobnosti dobile prigodu na osnovi ustanovljenih pravila natjecanjem izraziti silu i brzinu kroz ovladavanje tehnikom ili upravljajući njome prema izvedbenim zahtjevima stanovitog sporta“.

Čustonja (2011.) prema Europskoj sportskoj povelji (1992.) pod pojmom športa podrazumijeva „sve oblike tjelesnog vježbanja koji putem neobaveznog, ili organiziranog sudjelovanja, imaju za cilj izražavanje ili poboljšanje tjelesnih sposobnosti i mentalnog blagostanja, sklapanje društvenih veza ili ostvarivanje rezultata na svim razinama natjecanja“.

Perasović i Bartoluci (2007.) navode kako istraživanja pokazuju da bavljenje sportom može u većoj ili manjoj mjeri utjecati na stvaranje identiteta i životnog stila od bilo kojega drugog segmenta masovne kulture, te prema Coakleyu (2007.) ističu kako je sport važan dio našeg društvenog života koji ima značenje i utjecaj koji nadilaze statistiku rezultata i izvedbe.

3.2.2. Načela razvoja sporta u Republici Hrvatskoj

Prema Zakonu o športu Republike Hrvatske, djelatnost sporta obuhvaća tjelesnu i zdravstvenu kulturu djece i mladeži, aktivnosti sportaša, sportsko-rekreacijske aktivnosti građana i kineziterapijske aktivnosti (Bartoluci, M., 2003.).

Čustonja (2011.) navodi glavna načela na kojima se temelji sport i razvoj sporta u Republici Hrvatskoj:

1. Tradicija sporta u Republici Hrvatskoj

- Sport u Hrvatskoj ima dugu i bogatu tradiciju i na njoj temelji svoj daljnji razvoj.

- Sport je tradicionalno važan čimbenik hrvatskog društva i većina hrvatskih građana očekuje nastavak tradicije ostvarivanja vrhunskih sportskih rezultata i skrbi države o stvaranju uvjeta za nesmetani razvoj sporta.
- Sport u Hrvatskoj treba i dalje razvijati poštujući njegovu tradiciju i uvažavajući moderna stremljenja u sportu na europskoj i svjetskoj razini, a u cilju podizanja kvalitete sporta na svim razinama.

2. Autonomija sporta u Republici Hrvatskoj

- Sport u Hrvatskoj temelji se na načelu autonomije sporta, nevladinih i neprofitnih sportskih organizacija.
- Sport mora biti autonoman od svih utjecaja i miješanja politike, države ili treće strane u pitanja djelovanja i organizacije sporta.
- Autonomija sporta temelji se na načelima demokratskih standarda biranja i odlučivanja u sportskim tijelima svih razina.
- Autonomija sporta temelji se na načelima demokratskih standarda biranja i odlučivanja u sportskim tijelima svih razina.
- Autonomija sporta postiže se i odgovarajućim financiranjem iz javnih izvora kao i autonomijom u raspodjeli i trošenju financijskih sredstava.
- Sport ima zagantiranu autonomiju u donošenju, provedbi i tumačenju pravila koja se odnose na sport i sportske aktivnosti, a koja moraju biti u skladu s nacionalnim i međunarodnim zakonima.

3. Odgojna i obrazovna vrijednost sporta

- Sport ima značajnu obrazovnu i odgojnu ulogu u životima djece i mladih.
- Bavljenje sportom je važan čimbenik zdravoga i cjelokupnoga razvoja svake osobe te je nužno osigurati svakom djetetu slobodu izbora i mogućnost bavljenja sportskim aktivnostima jer se time doprinosi razvoju tjelesnih, intelektualnih i moralnih obilježja svakoga djeteta.
- Potrebno je inzistirati na stvaranju uvjeta i ozračja koje bi omogućilo i poticalo sportaše na institucionalno obrazovanje.

4. Sport pomaže u očuvanju i unaprjeđenju zdravlja

- Sudjelovanje u sportu i aktivan stil života povezani su s cijelim nizom pozitivnih učinaka na zdravlje.
- Građani Republike Hrvatske su još uvijek među najmanje aktivnima u odnosu na građane drugih zemalja Europske unije te je potencijal kojim raspolaže sport u poticanju zdravstveno-preventivne tjelesne aktivnosti nedovoljno iskorišten i treba se obratiti posebna pozornost na njegov razvoj.
- Svjetska zdravstvena organizacija preporučuje najmanje 30 minuta umjerene tjelesne aktivnosti dnevno za odrasle, a 60 minuta za djecu. Državna tijela i nevladine sportske organizacije zajedničkim akcijama doprinose postizanju tog cilja.

5. Sport bez dopinga

- Doping predstavlja prijetnju sportu u cijelome svijetu i u Hrvatskoj.
- Sport mora biti lišen dopinga, a sportski rezultati trebaju se ostvarivati poštujući principe jednakosti i poštenja.
- Nužna je izrada i provođenje kvalitetnih, koordiniranih i učinkovitih programa prevencije i suzbijanja korištenja dopinga u sportu.

6. Sport i vrhunski sportski rezultati su sredstvo promocije države

- Sport može značajno pridonijeti promociji, pozicioniranju i prepoznavanju države u međunarodnim okvirima.
- Sportski uspjesi, osvajanje medalja i drugih međunarodnih sportskih priznanja su važan dio našeg nacionalnog imidža i naše sportske tradicije.
- Sport treba pozicionirati kao jedan od prioriteta u stvaranju međunarodnog imidža zemlje.

7. Doprinos sporta izgradnji boljeg društva

- Sport pruža značajne mogućnosti za uključivanje i sudjelovanje mladih ljudi u društvu i može imati blagotvorni učinak u prevenciji i smanjenju društveno neprihvatljivih oblika ponašanja.
- Sport treba biti jedan od ključnih čimbenika socijalizacije i odgoja mladih.
- Dobrovoljni rad u sportu je jedna od njegovih osnovnih karakteristika.

- Volonterskim radom u sportu razvija se i jača socijalna kohezija i uključenost, afirmira se demokracija i aktivno građanstvo.
- Volonterski rad u sportu ima izraženu ekonomsku vrijednost.
- Potrebna je kontinuirana predanost povećanju društvenog priznanja volonterskog rada u sportu.

8. Sport u borbi protiv nasilja, rasizma, diskriminacije i netolerancije

- Sport uključuje sve građane bez obzira na spol, rasnu ili nacionalnu pripadnost, dob, posebne potrebe, religiju i uvjerenje, seksualnu i spolnu orijentaciju i društvenu ili ekonomsku sredinu.
- Nasilje na sportskim borilištima osobito na nogometnim igralištima kao i pojava rasizma, diskriminacije i netolerancije su najčešće negativne pojave koje se vežu uz sport.
- Sport mora biti okruženje bez nasilnih, rasističkih ili ksenofobičnih manifestacija koje nisu u skladu s univerzalnim etičkim načelima sporta.

9. Potencijali sporta u društvenoj integraciji i izgradnji društva jednakih mogućnosti

- Sport može biti učinkovito sredstvo za socijalnu uključenost.
- Svi građani trebaju imati mogućnost bavljenja sportom i pristup sportskim objektima.
- Važna je uloga sporta u društvenoj integraciji osoba s invaliditetom i ljudi iz manje povlaštenih sredina.
- Potrebno je insistiranja na ravnopravnosti spolova i jednakomjernoj zastupljenosti oba spola u sportu i sportskim tijelima.

10. Sport i zaštita okoliša

- Sport treba igrati istaknutu ulogu u očuvanju okoliša.
- Treba osigurati da se sportske aktivnosti odvijaju u duhu zaštite i poštovanja prirodnog okoliša.
- Sport treba voditi i razvijati globalnu svijest o programima koji promiču poštivanje okoliša.
- Organizacija velikih sportskih događaja u Hrvatskoj treba imati i dodatnu vrijednost promovirajući ekološku svijest.

11. Gospodarska i financijska dimenzija sporta

- Sport sukladno svojim ciljevima i društvenim funkcijama predstavlja javno dobro čije korištenje doprinosi blagostanju pojedinaca, ali i čitave zajednice i ulaganja u takva dobra u interesu su državi i jedinica lokalne i regionalne uprave i samouprave.
- Financiranje sporta nije moguće u cijelosti prepustiti privatnoj inicijativi.
- Najveći dio sportskih aktivnosti odvija se unutar neprofitnih i nevladinih sportskih organizacija od kojih mnoge ovise o potpori države i jedinica lokalne i regionalne uprave i samouprave.
- Sport može služiti kao sredstvo za lokalni i regionalni razvoj, razvoj gradova ili ruralni razvoj.
- Financijska potpora sportu mora se temeljiti na preciznim načelima i smjernicama koje će omogućiti transparentnu i pravednu raspodjelu sredstava na osnovu objektivnih kriterija.

U navedenim načelima i smjernicama jasno se određuju temeljene vrijednosti i načela hrvatskog sporta, a čak sedam od jedanaest prethodno navedenih zadataka ili načela izravno naglašavaju važnost sporta u radu s djecom i mladima. Također, istaknuta načela se odnose na sve oblike i aktivnosti bavljenja sportom i fizičkim aktivnostima, radi li se o školskom sportu ili sportskim klubovima, i odnosi se na sve dionike koji su uključeni u sektor sporta, čime se jasno upućuje poruka da hrvatski sport promiče ideje Olimpijskog pokreta. Hrvatski olimpijski odbor, nadležan za promociju ideja i vrijednosti sporta u skladu s Olimpijskom poveljom (2013.) i Etičkim kodeksom Međunarodnog olimpijskog odbora (2013.), ima zadaću njegovati vrijednosti Olimpijskog pokreta. U Olimpijskoj povelji (2013.) od navedenih šesnaest ciljeva, čak deset je usmjereno ka društvenim ciljevima postizanja izgradnje mirnijeg i boljeg svijeta te odgajanjem mladeži putem sporta, sukladno olimpizmu i njegovim vrijednostima (Vladić, 2015.).

3.2.3. Doprinos sporta stvaranju boljeg društva

Za ovaj rad posebno je interesantno načelo koje se osvrće na načine na koje sport doprinosi stvaranju boljeg društva.

Naime, kako Vladić (2015.) naglašava sport u javnosti ima imidž pozitivne i važne društvene institucije zbog povoljnog utjecaja na zdravlje i odgojne funkcije koju potencijalno ima. Osim toga, sport je često i predmet „nacionalnog ponosa“. Nadalje, s rezultatima vrhunskih sportaša koji predstavljaju državu lako se identificiraju pripadnici „nacije“. Također, procesi i očekivanja iz okruženja utječu i na sudionike sporta na način da se mladi sportaši lako socijaliziraju u skladu s uzorima uspješnih sportaša (Vladić, 2015.).

Sport predstavlja univerzalno sredstvo razumljivo većini svjetskih kultura kojim se značajno pozitivno utječe na djecu, mlade i društvo u cjelini. Sudjelovanje u ekipi, promoviranje načela poput poštene igre (*fair play, engl.*) i poštivanja pravila igre, poštovanje drugih ljudi, solidarnost i disciplina kao i organizacija sporta temeljenog na neprofitnim klubovima i volonterstvu, pojačavaju aktivno građanstvo i pomaže u izgradnji boljega društva. Sport isto tako pruža privlačne mogućnosti za uključivanje i sudjelovanje mladih ljudi u društvu i može imati blagotvorni učinak na odvlačenje od društveno nepoželjnih oblika ponašanja (Milanović i dr. 2016. prema White Paper on Sport, 2007.)

Čustonja (2011.) smatra kako bi bilo nerealno tvrditi da sport može riješiti problem anti-socijalnog ponašanja i kaznenih djela, ali zasigurno, može igrati značajnu ulogu u prevenciji i smanjenju društveno neprihvatljivih oblika ponašanja među mladima, kao što su kriminalitet, nasilje te konzumiranje alkohola i droge. Također, iako nema čvrstih znanstvenih dokaza u izravnoj uzročno-posljedičnoj vezi između sudjelovanja u sportu i smanjenja kriminalne aktivnosti te drugih oblika društveno neprihvatljivoga ponašanja, postoji niz iskustvenih dokaza da sport može igrati značajnu ulogu. Neizravno, sport može pozitivno utjecati time što je mladima izazov i avantura, što daje smisao ili osjećaj smisla u životima mladih. Sport koji se temelji na etičkim vrijednostima i gdje pobjeda odnosno natjecateljski rezultati nisu jedini smisao bavljenja sportom, može podići samopouzdanje i samopoštovanje te razviti niz socijalnih vrijednosti koje će smanjiti društveno neprihvatljive oblike ponašanja mladih. Također, Nacionalno vijeće za sport smatra da sport treba biti jedan od ključnih čimbenika socijalizacije i odgoja mladih (Čustonja, Z. 2011.).

Milanović i dr. (2016.) ističu obrazovnu i odgojnu ulogu sporta kao jedno od njegovih temeljnih načela. Autori prema Binderu (2005.) naglašavaju osnovne odgojne ciljeve obrazovanja i sporta:

- ✓ oplemenjivanje ljudskih života tjelesnim vježbanjem i sportom, koji stopljeni s kulturom predstavljaju cjeloživotno iskustvo;
- ✓ razvoj svijesti o ljudskoj solidarnosti, toleranciji i uzajamnom poštovanju koje je povezano s poštenom igrom (*fair play*, engl.);
- ✓ poticanje mira, međusobnoga razumijevanja, poštivanja različitih kultura, zaštite okoliša i temeljnih ljudskih vrijednosti i prava sukladno dosezima pojedinih nacija i kultura;
- ✓ poticanje na izvrsnost i visoke dosege u skladu s temeljnim olimpijskim idejama te,
- ✓ razvoj svijesti o kontinuitetu ljudske civilizacije učenjem o antičkoj i modernoj povijesti sporta i olimpijskog pokreta (Milanović i dr., 2016.). .

Brkljačić (2007.) smatra kako je općenito prihvaćeno da nas sport uči vrijednostima i sadržaju tih vrijednosti, te je stoga veoma važno kako se te vrijednosti prakticiraju, odnosno hoće li biti pozitivne ili negativne. Nadalje, ako sportaš prihvaća i doživljava sportsko natjecanje kao jedno od mogućnosti da u njemu provjeri i potvrdi razinu i kvalitetu ostvarenih potencijalnih sposobnosti i humanih vrijednosti svoje ličnosti, onda u partneru (protivniku) ne vidi prepreku koja ga sprječava u ostvarenju istinskih potreba za ostvarenjem cilja, za slobodom, već mu protivnik postaje mjerilo za realnu procjenu vlastitih dostignuća. Sportaš koji tako shvaća sport i sportsku borbu, ne raduje se pobjedi samo zato što je svladao protivnika, već i zato što je stekao nova saznanja o vlastitim mogućnostima, što je otkrio nove vrijednosti, ne samo tehničke već i etičke naravi. Neupitno je da sport izgrađuje karakter, a najvredniji je doprinos sporta karakteru upravo prihvaćanje poraza stoga što prihvaćanje poraza u sportu osigurava pobjedu u rješavanju i nošenju s problemima u životu (Brkljačić, 2007.).

4. DRUŠTVENI UČINCI SPORTSKIH MANIFESTACIJA NA PRIMJERU SPORTSKIH IGARA MLADIH 2017. – EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

U ovome poglavlju prikazat će se empirijsko istraživanje provedeno na primjeru odabrane sportske manifestacije - Sportske igre mladih, održane u Splitu u ljeto 2017. godine. Nakon prikaza metodologije istraživanja pristupit će se opisu obilježja korištenog uzorka. Zatim slijedi testiranje i analiza pomoćnih hipoteza te interpretacija rezultata kako bi se posljedično donio sud o prihvaćanju glavne hipoteze istraživanja.

4.1. Metodologija istraživanja

Kako bi se provelo testiranje, provedeno je istraživanje o društvenim učincima koje sportska manifestacija Sportske igre mladih proizvodi na njene sudionike. Istraživanje je provedeno kvantitativnom metodom anketiranja. Kao istraživački mjerni instrument poslužio je anketni upitnik.

U prvom djelu upitnika, kroz pet pitanja, istražuju se demografska obilježja uzorka (dob, spol), te obilježja uzorka prema stupnju njihovog bavljenja sportom, broju prethodnih sudjelovanja na manifestaciji Sportske igre mladih te motivima koji su ih potakli na samo sudjelovanje. Što se tiče motiva sudjelovanja na manifestaciji, činjenica je da postoji velik broj mogućih motiva te ih je teško svrstati u grupe, a da su pritom svi obuhvaćeni. Stoga su istraživanja Cope-a (2011.) te Mastena i dr. (2010.) pružila svojevrsnu podlogu kako bi se obuhvatili najčešći motivi za sudjelovanje na manifestaciji, dok je s druge strane, ispitanicima pružena mogućnost da proizvoljni motiv upišu sami.

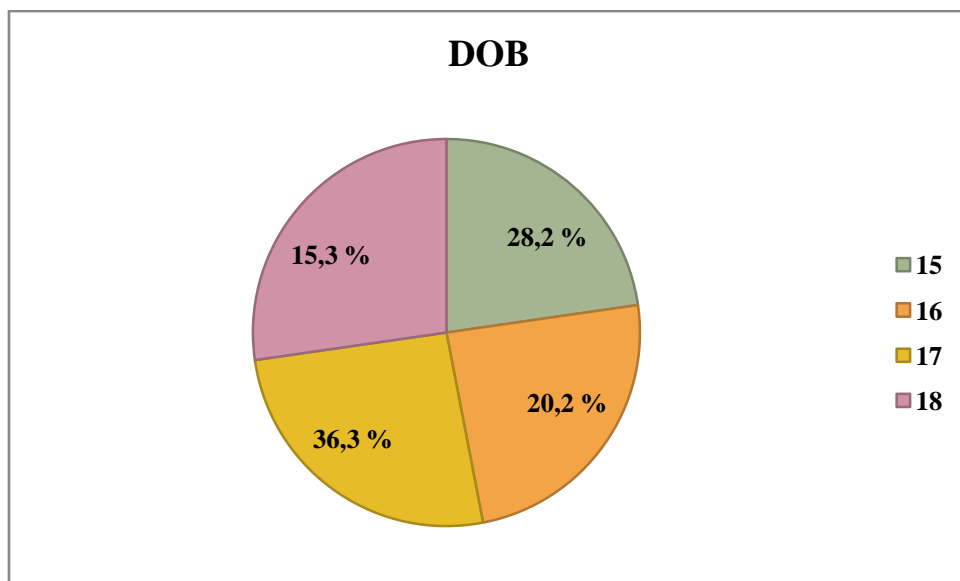
Drugi dio upitnika postavljen u obliku dvadeset tvrdnji s ciljem da se na taj način, kroz stupanj slaganja s određenim tvrdnjama, predoče stavovi ispitanika o društvenim učincima koje sportska manifestacija Sportske igre mladih na njih proizvodi. Kreirane su tri pomoćne hipoteze kojima se nastojalo obuhvatiti tri glavne skupine društvenih učinaka na sudionike sportske manifestacije istaknute u radu Hovera i dr. (2016.). Kao podloga za dio tvrdnji poslužilo je istraživanje Sope i Pomohaci-a (2014.).

Ispitanici su 124 nasumično odabrana sudionika Sportskih igara mladih u dobi između 15 i 18 godina. Terenska anketa realizirana je između 05. i 11. kolovoza 2017. godine u prostorijama menze Učeničkog doma u Splitu. Korištena je Likertova skala od tri stupnja jer se, s obzirom na dob ispitanika, držalo metodološki prikladno koristiti što jednostavniju skalu .

U svrhu prezentacije rezultata provedenog istraživanja korištena je metoda deskriptivne statistike, te su isti prikazani tabličnim i grafičkim prikazima. Kako bi se odgovarajuće tvrdnje prihvale ili odbacile korišten je jednosmjerni t-test. Dobiveni podaci obrađeni su u statističkom programu IBM SPSS *Statistics* 20 (programski paket namijenjen statističkoj analizi podataka) te su adekvatno interpretirani i analizirani.

4.2. Obilježja uzorka

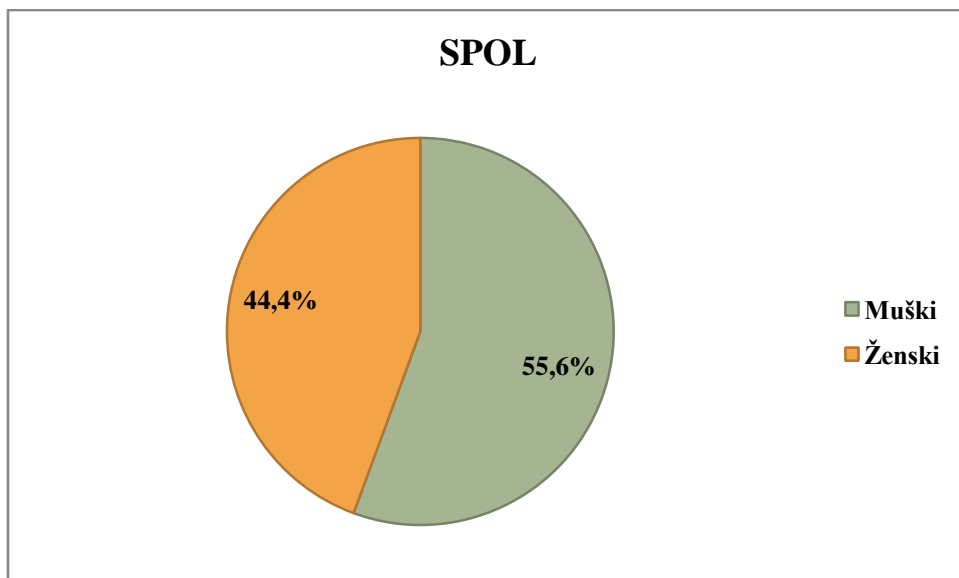
U ovom djelu prezentirana su demografska obilježja uzorka. Točnije, prezentirana je dob i spol ispitanika, kao i obilježja uzorka prema stupnju njihovog bavljenja sportom, broju prethodnih sudjelovanja na manifestaciji Sportske igre mladih te motivima koji su ih potakli na samo sudjelovanje.



Slika 6: Ispitanici prema dobi

Izvor: Istraživanje autorice

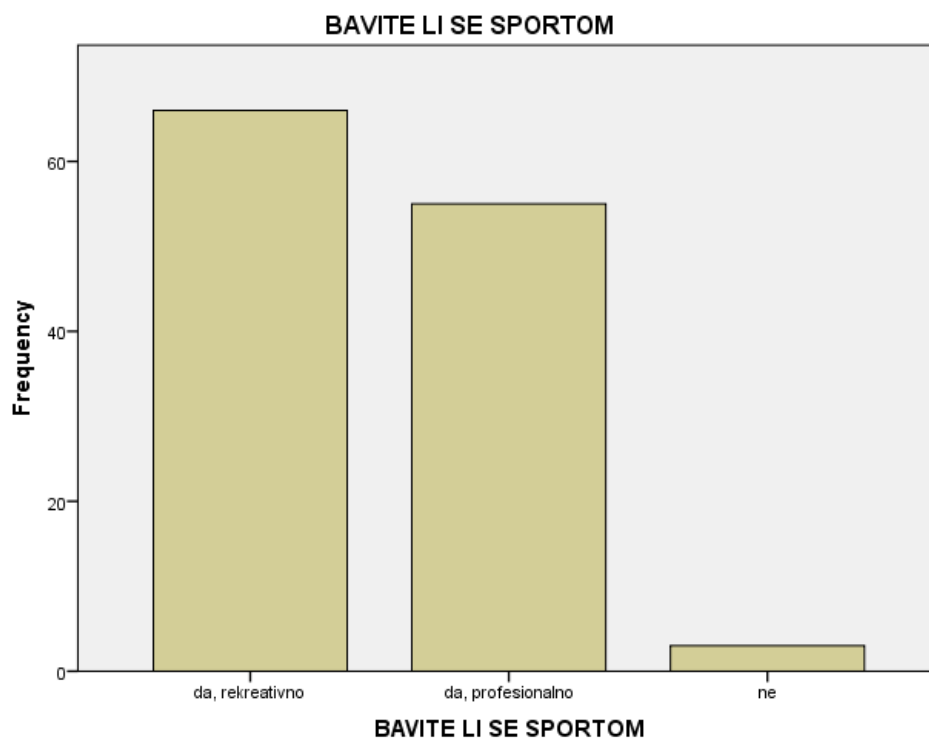
Kada je u pitanju struktura ispitanika po dobi prikazana na Slici 6., može se reći da je u istraživanju sudjelovalo ukupno 124 ispitanika. Od ukupnog broja ispitanika njih 35 (ili 28,2%) ima 15 godina, 25 (ili 20,2%) ispitanika ima 16 godina, 45 (ili 36,3%) ima 17 godina, dok 19 ispitanika (ili 15,3%) ima 18 godina.



Slika 7: Ispitanici prema spolu

Izvor: Istraživanje autorice

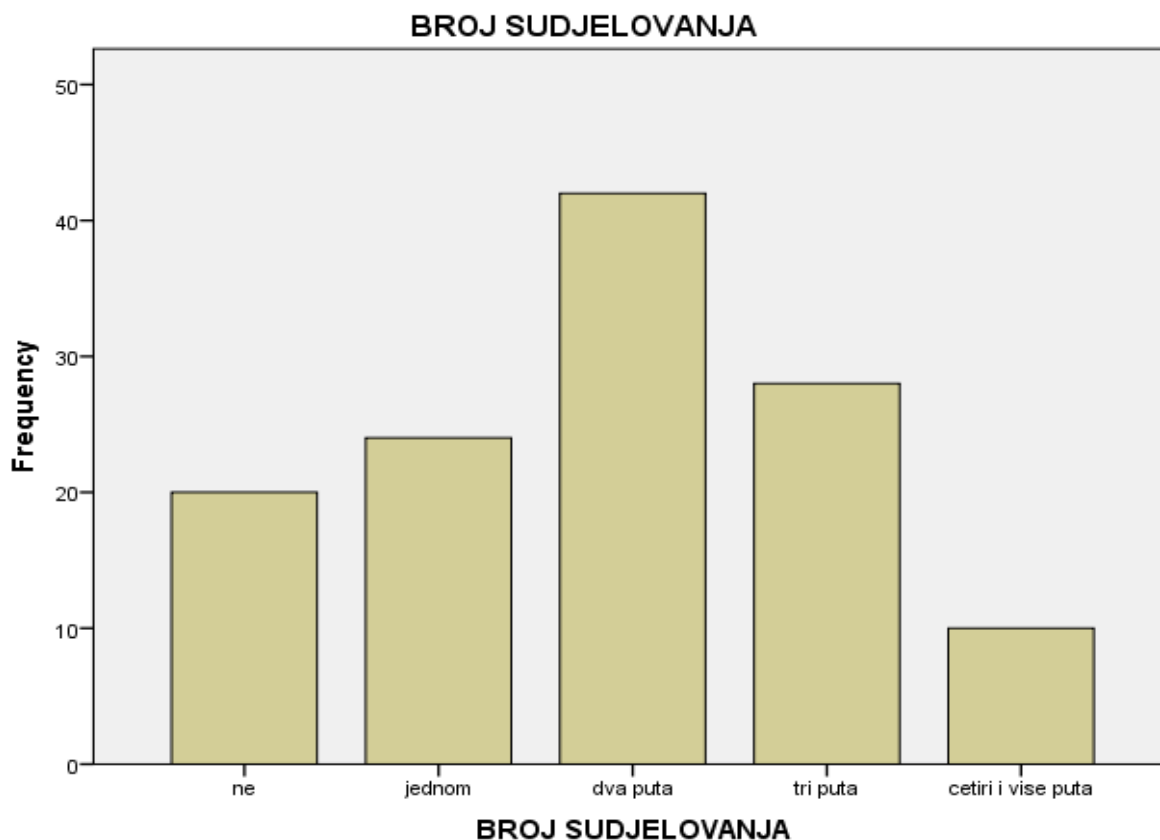
Što se tiče strukture ispitanika prema spolu prikazanoj na Slici 7., može se primijetiti kako je u istraživanju sudjelovalo 69 ispitanika muškog spola koji čine 55,6% uzorka. Preostalih 55 ispitanika je ženskog spola i čine 44,4% uzorka.



Slika 8: Ispitanici prema stupnju bavljenja sportom

Izvor: Istraživanje autorice

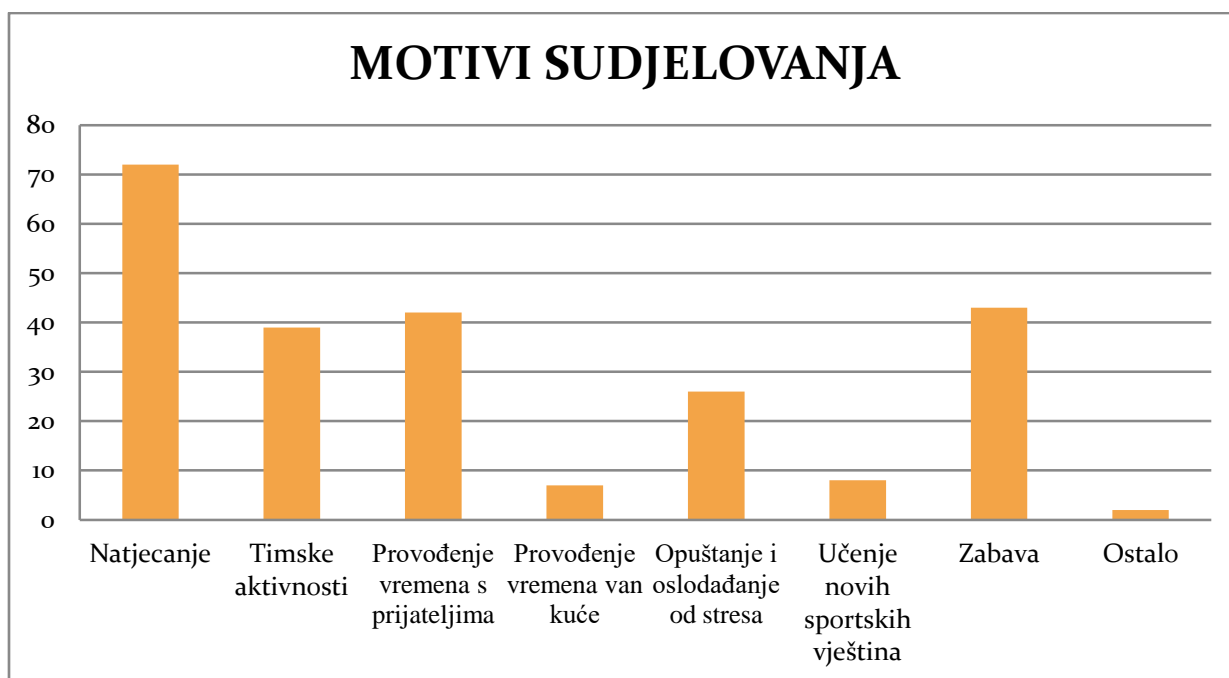
Na Slici 8. prikazani su ispitanici prema stupnju bavljenja sportom. Može se zaključiti da se većina ispitanika, točnije, njih 66 (ili 53,2%) sportom bavi rekreativno, dok se 55 ispitanika (ili 44,4%) sportom bavi profesionalno. Naime, 3 ispitanika (ili 2,4%) su izjavila kako se uopće ne bave sportom.



Slika 9: Ispitanici prema broju prethodnih sudjelovanja na sportskoj manifestaciji

Izvor: Istraživanje autorice

Podaci o broju prethodnih sudjelovanja ispitanika na manifestaciji grafički su prikazani na Slici 9. Iz iste je vidljivo da 20 (ili 16,1%) ispitanika prvi put sudjeluje na manifestaciji. Ranije je već jednom sudjelovalo 24 (ili 19,4%) ispitanika. Nadalje, 42 (ili 33,9%) ispitanika je manifestaciji prisustvovalo već dva puta. Tri puta je na manifestaciji dosad sudjelovalo 28 (ili 22,6%) ispitanika, dok je 10 (ili 8,1%) ispitanika ranije sudjelovalo čak četiri puta i više.



Slika 10: Motivi sudjelovanja na sportskoj manifestaciji

Izvor: Istraživanje autorice

Slika 10. prikazuje motive sudjelovanja ispitanika na sportskoj manifestaciji. Svaki ispitanik je mogao odabrati dva najdominantnija razloga, te će stoga ukupni broj odgovora o motivima premašiti ukupan broj ispitanika, tj. ukupni postotak će biti veći od 100%. Može se primijetiti da većina ispitanika, točnije njih 72 (ili 58%), najdominantnijim razlogom sudjelovanja na manifestaciji smatra natjecanje. Zatim, redom slijede: zabava - ukupno 43 (ili 34,7%) ispitanika, provođenje vremena s prijateljima - ukupno 42 (ili 33,9%) ispitanika, sudjelovanje u timskim aktivnostima - ukupno 39 (ili 31,5%) ispitanika, opuštanje i oslobađanje od stresa - ukupno 26 (ili 21%) ispitanika, učenje novih sportskih vještina - ukupno 8 (ili 6,5%) ispitanika, provođenje vremena van kuće - ukupno 7 (ili 5,6%) ispitanika te ostali motivi - 2 (ili 1,6%) ispitanika. Što se tiče ostalih motiva, jedan ispitanik se izjasnio kako sudjeluje u manifestaciji jer želi pobijediti, dok je za drugoga jedan od motiva upoznavanje novih ljudi.

4.3. Testiranje hipoteza i interpretacija rezultata istraživanja

Glavna hipoteza ovog rada glasi:

H1: Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih proizvodi pozitivne društvene učinke na njene sudionike.

Zaključak o glavnoj hipotezi kreira se na temelju triju pomoćnih hipoteza koje su postavljene na sljedeći način:

H1.1. Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalizaciji njenih sudionika.

H1.2. Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalnoj koheziji njenih sudionika.

H1.3. Sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih potiče fizičku aktivnost sudionika i njihovo sudjelovanje u sportskim aktivnostima.

Prije no što se krene u samo testiranje hipoteza, potrebno je opisati metodologiju testiranja istih. Za donošenje zaključka o tri pomoćne hipoteze, potrebno je istražiti stupnjeve slaganja ispitanika s tvrdnjama iz anketnog upitnika. Prvih sedam tvrdnji daju odgovor na prvu pomoćnu hipotezu (H1.1.), drugih sedam tvrdnji na drugu pomoćnu hipotezu (H1.2.), dok se posljednjih šest tvrdnji odnosi na treću pomoćnu hipotezu (H1.3.). Kao što je već navedeno, korištena je Likertova skala od tri stupnja gdje je najveći ponuđeni stupanj slaganja u anketnom upitniku bio slažem se, dok je najmanji bio ne slažem se.

Sve pomoćne hipoteze se testiraju pomoću jednosmjernog t-testa u kojem će testna veličina iznositi 2,3. Prosječni stupanj slaganja s tvrdnjama se uspoređuje s testnom veličinom uz određeni nivo empirijske signifikantnosti. Na temelju navedenog donosi se zaključak o pojedinoj pomoćnoj hipotezi.

U slučaju da je prosječan stupanj slaganja s određenom tvrdnjom veći od 2,3. uz empirijsku signifikantnost manju od 5%, analizirana tvrdnja će davati zaključak koji ukazuje na

prihvatanje pomoćne, a time i glavne hipoteze. Dakle, ukoliko je prosječni stupanj slaganja s promatranom tvrdnjom statistički značajno veći od testne veličine, donijet će se zaključak o slaganju ispitanika s određenom tvrdnjom.

Ukoliko je prosječni stupanj slaganja s tvrdnjom statistički značajno manji od testne veličine, donijet će se zaključak o neslaganju ispitanika s promatranom tvrdnjom.

Ukoliko se pokaže da je prosječni stupanj slaganja jednak testnoj veličini, tada će se zaključiti da se ispitanici niti slažu niti ne slažu s promatranom tvrdnjom.

Pri tome valja naglasiti da empirijska signifikantnost manja od granične signifikantnosti (5%) znači da se prosječni stupanj slaganja s promatranom tvrdnjom statistički značajno razlikuje od testne veličine.

S druge strane, empirijska signifikantnost veća od granične signifikantnosti (5 %) znači da razlika između prosječnog stupnja slaganja s promatranom tvrdnjom i testne veličine nije statistički značajna te se stoga može prihvatiti da je prosječni stupanj slaganja jednak testnoj veličini.

4.3.1. Testiranje pomoćne hipoteze H1.1.

U anketnom upitniku postavljene su tvrdnje koje su se odnosile na to da sportska manifestacija Sportske igre mladih doprinosi socijalizaciji njenih sudionika. U Tablici 6. nalaze se tvrdnje vezane za stavove ispitanika o tome doprinosi li sudjelovanje na manifestaciji njihovoj socijalizaciji.

Tablica 6: Tvrdnje vezane za doprinos socijalizaciji sudionika putem sudjelovanja na Sportskim igrama mladih

TVRDNJE KOJE SE ODOSE NA DOPRINOS MANIFESTACIJE SOCIJALIZACIJI SUDIONIKA	
T1	Osjećam se snažnije i sposobnije kada sudjelujem u sportskom natjecanju.
T2	Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju popravilo mi se samopouzdanje.
T3	Sudjelovanje na sportskom natjecanju jača osjećaj ponosa.
T4	Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju bolje se snalazim u raznim životnim situacijama.
T5	Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju odgovornije ispunjavam školske obveze.
T6	Inače sam sramežljiv/a, no, sudjelovanje u sportskom natjecanju mi je omogućilo da se oslobodim.
T7	Zadovoljniji/ja sam fizičkim izgledom otkad sudjelujem u sportskom natjecanju.

Izvor: Vlastiti prikaz

U nastavku će biti prikazani rezultati koji se odnose na pomoćnu hipotezu H1.1.

U Tablici 7. su zbirno prikazani prosječni stupnjevi slaganja s prethodno navedenim tvrdnjama koje daju odgovor na prvu pomoćnu hipotezu H1.1.

Tablica 7: Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na prvu pomoćnu hipotezu

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Snažniji i sposobniji	124	2.75	0.504	0.045
Samopouzdanje	122	2.53	0.645	0.058
Ponos	122	2.59	0.613	0.056
Snalažljivost	122	2.80	0.462	0.042
Odgovornost u školi	116	2.58	0.577	0.054
Slobodniji	93	2.30	0.688	0.071
Zadovoljniji fizičkim izgledom	116	2.45	0.677	0.063

Izvor: Istraživanje autorice

U Tablici 8., nakon provedenih t-testova, izneseni su zaključci o pomoćnoj hipotezi H1.1. što se tiče stupnjeva slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na prethodno spomenutu hipotezu.

Tablica 8: Rezultati t-testa o tvrdnjama koje daju odgovor na prvu pomoćnu hipotezu

	Test Value = 2.3					
	Mean Difference	Sig. (1-tailed)	95 % Confidence Interval of the Difference		Zaključak testiranja	
			Lower	Upper	Opis	H1.1.
Snažniji i sposobniji	0.450	0.000	0.36	0.54	Značajno veći	DA
Samopouzdanje	0.233	0.000	0.12	0.35	Značajno veći	DA
Ponos	0.290	0.000	0.18	0.40	Značajno veći	DA
Snalažljivost	0.495	0.000	0.41	0.58	Značajno veći	DA
Odgovornost u školi	0.278	0.000	0.17	0.38	Značajno veći	DA
Slobodniji	0.001	0.494	-0.14	0.14	Jednak testnoj veličini	NE
Zadovoljniji fizičkim izgledom	0.148	0.001	0.02	0.27	Značajno veći	DA

Izvor: Istraživanje autorice

Shodno rezultatima iz prethodne tablice donesenih nakon provedenog t-testa, zaključuje se kako ukupno šest tvrdnji od mogućih sedam govore u korist prihvatanja pomoćne hipoteze.

Konkretno, ispitanici se u slažu s tvrdnjama da se osjećaju snažnije i sposobnije, da im se popravilo samopouzdanje, da se bolje snalaze u raznim životnim situacijama te da odgovornije ispunjavaju školske obveze otkad sudjeluju na Sportskim igrama mladih. Također, ispitanici se slažu kako sudjelovanje jača osjećaj ponosa te da su zadovoljniji fizičkim izgledom otkad sudjeluju na natjecanju. Prosječan stupanj slaganja sa navedenim tvrdnjama je veći od testne veličine, a pripadajuća empirijska signifikantnost je manja od 5%. Stoga se može zaključiti da je prosječan stupanj slaganja s tvrdnjama statistički značajno veći od testne veličine.

Naime može se reći kako se ispitanici niti slažu niti ne slažu sa tvrdnjom da su inače sramežljivi i zatvoreni, no da im je natjecanje omogućilo da se oslobode. U ovom slučaju je pripadajuća empirijska signifikantnost veća od 5% što upućuje na to da razlika između prosječnog stupnja slaganja i testne veličine nije statistički značajna. Drugim riječima, može se prihvatiti da je prosječan stupanj slaganja s tvrdnjama jednak testnoj veličini što ne ide u prilog prihvatanju pomoćne hipoteze.

Na temelju navedenog, **pomoćna hipoteza H1.1. da sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalizaciji njenih sudionika, se može prihvatiti.**

4.3.2. Testiranje pomoćne hipoteze H1.2.

U anketnom upitniku postavljene su tvrdnje koje su se odnosile na to da sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalnoj koheziji njenih sudionika. U Tablici 9. nalaze se tvrdnje koje se odnose na stavove ispitanika o tome doprinosi li sudjelovanje na manifestaciji njihovoj socijalnoj koheziji.

Tablica 9: Tvrdnje vezane za doprinos socijalnoj koheziji sudionika putem sudjelovanja na Sportskim igrama mladih

TVRDNJE KOJE SE ODOSE NA DOPRINOS MANIFESTACIJE SOCIJALNOJ KOHEZIJI SUDIONIKA	
T8	Sudjelovanjem u sportskom natjecanju kvalitetnije provodim vrijeme s prijateljima.
T9	Sudjelovanjem u sportskom natjecanju stekao/la sam nova poznanstva.
T10	Tijekom sportskog natjecanja otvoreno samo komunicirao/la sa ostalim sudionicima.
T11	Sudjelovanjem na sportskom natjecanju naučio/la sam raditi timski.
T12	Tolerantniji/ja sam na društvene razlike otkad sudjelujem na sportskom natjecanju.
T13	Nadahnila me motivacija i želja za uspjehom drugih sudionika.
T14	Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju bolje se snalazim u međuljudskim odnosima.

Izvor: Vlastiti prikaz

U nastavku će biti prikazani rezultati koji se odnose na pomoćnu hipotezu H1.2.

U Tablici 10. su zbirno prikazani prosječni stupnjevi slaganja s prethodno navedenim tvrdnjama koje daju odgovor na drugu pomoćnu hipotezu H1.2.

Tablica 10: Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na drugu pomoćnu hipotezu

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Vrijeme s prijateljima	122	2.92	0.304	0.028
Nova poznanstva	124	2.97	0.177	0.016
Otvorena komunikacija	122	2.94	0.234	0.021
Timski rad	122	2.92	0.275	0.025
Tolerancija na društvene razlike	123	2.89	0.334	0.030
Motivacija i želja za uspjehom	116	2.66	0.559	0.052
Snalažljivost u međuljudskim odnosima	122	2.93	0.262	0.024

Izvor: Istraživanje autorice

U Tablici 11., nakon provedenih t-testova, izneseni su zaključci o pomoćnoj hipotezi H1.2. što se tiče stupnjeva slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na prethodno spomenutu hipotezu.

Tablica 11: Rezultati t-testa o tvrdnjama koje daju odgovor na drugu pomoćnu hipotezu

			Test Value = 2.3			
	Mean Difference	Sig. (1-tailed)	95 % Confidence Interval of the Difference		Zaključak testiranja	
			Lower	Upper	Opis	H1.2.
Vrijeme s prijateljima	0.618	0.000	0.56	0.67	Značajno veći	DA
Nova poznanstva	0.668	0.000	0.64	0.70	Značajno veći	DA
Otvorena komunikacija	0.643	0.000	0.60	0.68	Značajno veći	DA
Timski rad	0.618	0.000	0.57	0.67	Značajno veći	DA
Tolerancija na društvene razlike	0.594	0.000	0.53	0.65	Značajno veći	DA
Motivacija i želja za uspjehom	0.364	0.000	0.26	0.47	Značajno veći	DA
Snalažljivost u međuljudskim odnosima	0.626	0.000	0.58	0.67	Značajno veći	DA

Izvor: Istraživanje autorice

Shodno rezultatima iz prethodne tablice donesenih nakon provedenog t-testa, može se zaključiti kako svih sedam tvrdnji govori u korist prihvaćanja pomoćne hipoteze.

Konkretno, ispitanici se slažu s tvrdnjama da kvalitetnije provode vrijeme s prijateljima, da su stekli nova poznanstva, da su tijekom sportskog natjecanja otvoreno komunicirali s ostalim sudionicima, da su naučili raditi timski, da su tolerantniji na društvene razlike, da ih je nadahnula motivacija i želja za uspjehom drugih sudionika te da se bolje snalaze u međuljudskim odnosima otkad sudjeluju na Sportskim igrama mladih. Prosječan stupanj slaganja sa navedenim tvrdnjama je veći od testne veličine, a pripadajuća empirijska signifikantnost je manja od 5%. Stoga se može zaključiti da je prosječan stupanj slaganja s tvrdnjama statistički značajno veći od testne veličine.

Na temelju navedenog, pomoćna hipoteza H1.2., da sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalnoj koheziji njenih sudionika, se prihvaća.

4.3.3. Testiranje pomoćne hipoteze H1.3.

U anketnom upitniku postavljene su tvrdnje koje su se odnosile na to da sportska manifestacija Sportske igre mladih doprinosi fizičkoj aktivnosti sudionika te njihovom češćem sudjelovanju u sportski aktivnostima. U Tablici 12. nalaze se tvrdnje koje se odnose na stavove ispitanika o tome doprinosi li sudjelovanje na manifestaciji njihovoj većoj fizičkoj aktivnosti te češćem sudjelovanju u sportskim aktivnostima.

Tablica 12: Tvrdnje vezane za doprinos sudjelovanja na Sportskim igrama mladih većoj fizičkoj aktivnosti i češćem sudjelovanju u sportskim aktivnostima sudionika

TVRDNJE KOJE SE ODNOSI NA DOPRINOS MANIFESTACIJE VEĆOJ FIZIČKOJ AKTIVNOSTI I ČEŠĆEM SUDJELOVANJU U SPORTSKIM AKTIVNOSTIMA SUDIONIKA	
T15	Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju stekao/la sam zdravije prehrabene navike.
T16	Sudjelovanje u sportskom natjecanju razvilo je moju motivaciju za bavljenje raznim sportskim aktivnostima.
T17	Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju povećao se moj interes za sport općenito.
T18	Volio/ljela bih kada bi se organiziralo više sportskih natjecanja.
T19	Većinu slobodnog vremena provodim baveći se sportskim aktivnostima.
T20	Sudjelovanje na sportskom natjecanju potaklo me da upišem sport kojim bi se bavio/la svakodnevno.

Izvor: Vlastiti prikaz

U nastavku će biti prikazani rezultati koji se odnose na pomoćnu hipotezu H1.3.

U Tablici 13. su zbirno prikazani prosječni stupnjevi slaganja s prethodno navedenim tvrdnjama koje daju odgovor na treću pomoćnu hipotezu H1.3.

Tablica 13: Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na treću pomoćnu hipotezu

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Zdravije prehrabene navike	117	2.62	0.568	0.053
Motivacija za sportske aktivnosti	124	2.90	0.323	0.029
Interes za sport	122	2.91	0.340	0.031
Više natjecanja	123	2.98	0.201	0.018
Sport u slobodno vrijeme	123	2.80	0.437	0.039
Upis sporta	116	2.64	0.581	0.054

Izvor: Istraživanje autorice

U Tablici 14., nakon provedenih t-testova, izneseni su zaključci o pomoćnoj hipotezi H1.3. što se tiče stupnjeva slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na prethodno spomenutu hipotezu.

Tablica 14: Rezultati t-testa o tvrdnjama koje daju odgovor na treću pomoćnu hipotezu

			Test Value = 2.3			
	Mean Difference	Sig. (1-tailed)	95 % Confidence Interval of the Difference		Zaključak testiranja	
			Lower	Upper	Opis	H1.3.
Zdravije prehrambene navike	0.324	0.000	0.22	0.43	Značajno veći	DA
Motivacija za sportske aktivnosti	0.603	0.000	0.55	0.66	Značajno veći	DA
Interes za sport	0.610	0.000	0.55	0.67	Značajno veći	DA
Više natjecanja	0.676	0.000	0.64	0.71	Značajno veći	DA
Sport u slobodno vrijeme	0.505	0.000	0.43	0.58	Značajno veći	DA
Upis sporta	0.338	0.000	0.23	0.44	Značajno veći	DA

Izvor: Istraživanje autorice

Shodno rezultatima iz prethodne tablice donesenih nakon provedenog t-testa, može se zaključiti kako svih šest tvrdnji govori u korist prihvatanja pomoćne hipoteze.

Konkretno, ispitanici se slažu s tvrdnjama da su stekli zdravije prehrambene navike, da su razvili motivaciju za bavljenjem raznim sportskim aktivnostima, da im se povećao interes za sportom, da bi voljeli kada bi se organiziralo više sportskih natjecanja, da većinu slobodnog vremena provode baveći se sportskim aktivnostima otkad sudjeluju na Sportskim igrama mladih, kao i da ih je sudjelovanje potaklo da upišu sport kojim bi se bavili svakodnevno. Prosječan stupanj slaganja sa navedenim tvrdnjama je veći od testne veličine, a pripadajuća empirijska signifikantnost je manja od 5%. Stoga se može zaključiti da je prosječan stupanj slaganja s tvrdnjama statistički značajno veći od testne veličine.

Na temelju navedenog, pomoćna hipoteza H1.3. da sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih potiče fizičku aktivnost sudionika i njihovo sudjelovanje u sportskim aktivnostima, se prihvća.

4.3.4. Donošenje zaključka o glavnoj hipotezi H1

Na temelju izvršenih testiranja pomoćnih hipoteza donosi se zaključak o glavnoj hipotezi. **S obzirom da se sve tri pomoćne hipoteze prihvćaju, glavna hipoteza H1 koja se odnosi na to da sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih proizvodi pozitivne društvene učinke na njene sudionike, se prihvća.**

4.4. Ograničenja istraživanja

Razmatrajući rezultate istraživanja svakako treba imati na umu i postojeća ograničenja ovog istraživanja.

Važno je naglasiti da provedba značajno ovisi o raspoloženju ispitanika te njihovoj spremnosti da sudjeluju u anketi. Od samog početka postojala je pretpostavka da će, s obzirom da se radi o povećem uzorku djece koja nisu posebno motivirana za popunjavanje ankete, postojati određena doza nezainteresiranosti. Naime, ispitanici se iz navedenog razloga možda nisu obratili anketarima za pomoć prilikom svake nejasnoće kod popunjavanja upitnika. Stoga su, unatoč danim uputama od strane anketara te jednostavnosti tvrdnji zbog prilagođenosti uzrastu ispitanika, neke ankete bile nepotpune ili neispravno popunjene. Naime, ovakva ograničenja vežu se za veliku većinu istraživanja, te se ona ne odnose na relevantnost istraživačkih hipoteza.

Nadalje, kao jedno od ograničenja može se navesti da su se u obzir uzimali odgovori ispitanika koji su tek prvi put na manifestaciji. Međutim, kod obrade podataka ti odgovori iskorišteni su pod dvije pretpostavke. Prva pretpostavka je da, iako su prvi put na manifestaciji, većina ispitanika se od ranije bave nekim oblikom sporta pa su stoga vjerojatno već prisustvovali nekom sportskom natjecanju sličnog tipa. Druga pretpostavka je da su ispitanici, kako bi prisustvovali završnici u Splitu, morali sudjelovati na nizu manjih natjecanja koja su se odvijala kroz poduže vremensko razdoblje u trajanju od nekoliko mjeseci unutar kojeg su već mogli steći i formirati određena mišljenja i stavove izražene u ovom anketnom upitniku.

Ograničenja ovog istraživanja vezuju se i uz nedostatak prethodnih istraživanja na prostoru Republike Hrvatske s kojima bi se rezultati provedenog istraživanja mogli uspoređivati.

Postoji mogućnost da navedena ograničenja istraživanja umanjuju vjerodostojnost dobivenih rezultata, no svakako na to se može gledati i kao na poticaj za provođenje novih istraživanja na ovu temu.

4.5. Preporuke proizišle iz istraživanja

Ovim radom ušlo se u sferu nedovoljno istraženih društvenih učinaka na mlade proizašlih iz njihova sudjelovanja na sportskoj manifestaciji. Poznato je kako sport posjeduje niz kvaliteta koje mogu doprinijeti u različitim sferama života, a jedna od njih je i moć integracije kroz sport. Shodno tome, sport može poslužiti kao veoma dobra metoda prilagodbe mladih u društvo odraslih. U tom smislu bavljenje sportskim aktivnostima, bilo svakodnevno ili kroz natjecanja i manifestacije, posebno učinkovito može doprinijeti mladoj populaciji čiji je put odrastanja u tranzicijskoj zemlji s mnogo poteškoća kao što je Hrvatska obilježen mnoštvom specifičnih problema.

Uvidom u rezultate istraživanja jasno je kako sport sadrži niz prednosti te služi kao svojevrsni amortizer za uključivanje u komunikaciju sa nepoznatim, kao i jačanju komunikacijskih veza sa sudionicima poznatim osobama. Također, kroz prakticiranje sportskih aktivnosti mladi odrastaju učeći se disciplini, povjerenju, uzajamnosti te nizu pozitivnih vrijednosti koje pomažu u izgradnji i razvoju njihove osobnosti. Razvoj pojedinca u konačnici čini proces razvoja društva, čime se interakcijom mladih izgrađuju zajedničke vrijednosti i uvjerenja. Zbog važnosti ove i sličnih manifestacija trebalo bi se na višim razinama konstantno dodatno ulagati u njihovu promidžbu i razvoj.

Sudeći po stavovima i dojmovima ispitanika, manifestacija Sportske igre mladih polučila je pozitivne rezultate na mlade. Stoga je neupitno da bi se nešto prilagođenijim pristupom mogli donijeti konkretniji zaključci koji bi poslužili kao izvrsna smjernica za razvoj ovakvih događaja u budućnosti. Iako su dobiveni rezultati prikladni, ipak za stvaranje potpunije slike bilo bi, prije svega, potrebno provesti istraživanje na većem uzorku te uz pomoć većeg broja anketara. Također, na nekom prigodnijem i mirnijem mjestu ispitanike bi se moglo osvijestiti o važnosti istraživanja, kao i više zainteresirati za isto. Uz opsežniji angažman, široku podršku na terenu te korištenjem većeg broja metoda, između ostalog i metode intervjua, dublje bi se ušlo u ovu problematiku. Na taj način doprinos istraživanja na ovu temu dosegao bi značajniju razinu.

5. ZAKLJUČAK

Ovaj rad prikazao je istraživanje koje se provelo s ciljem da se utvrde društveni učinci sportske manifestacije Sportske igre mladih na sudionike manifestacije, točnije, mlade natjecatelje. Provođenju istraživanja prethodilo je utvrđivanje problema, predmeta, ciljeva i metoda istraživanja, kao i postavljanje istraživačkih hipoteza.

Prvi dio rada u kojem su objašnjene i prezentirane bitne stavke teorije manifestacija, predstavlja svojevrsnu teorijsku podlogu za samo istraživanje. Poseban naglasak pritom je na sportskim manifestacijama te mogućim učincima koje proizvode na sudionike. Također, istaknute su važne značajke Sportskih igara mladih kao manifestacije na primjeru koje se provelo istraživanje.

U drugom dijelu rada predstavljene su glavne karakteristike mlade populacije u suvremenom hrvatskom društvu, društveni problemi koji ih prate te načini na koje provode slobodno vrijeme, pri čemu je poseban naglasak na njihovom bavljenju sportskim aktivnostima. U posljednjoj stavci teorijskog dijela rada opisan je sport kao društveni fenomen. Točnije, iznesena je definicija sporta, istaknuta su načela njegova razvoja u Republici Hrvatskoj te je, zatim, rezimiran doprinos istoga u stvaranju boljeg društva.

Provedeno istraživanje je ukazalo da sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih proizvodi pozitivne društvene učinke na njene sudionike, što je ujedno i glavna hipoteza rada. Sve tri pomoćne hipoteze su se prihvatile te se stoga može reći da je istraživanje ukazalo na jednoznačan pozitivan zaključak. Naime, utvrđeno je da sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalizaciji (H1.1.) i socijalnoj koheziji (H1.2.) njenih sudionika, te potiče fizičku aktivnost sudionika, kao i njihovo sudjelovanje u sportskim aktivnostima (H1.3.).

Nadalje, iznesena su i ograničenja provedenog istraživanja te preporuke za buduće istraživanje koja se ogledaju u tome da se istraživanje provede ponovo na većem uzorku, te na nekom prigodnijem mjestu uz pomoć više anketara gdje će se ispitanike moći više zainteresirati te osvijestiti o važnosti istraživanja. Također, uz opsežniji angažman i raznovrsnije metode, moguće je i razviti novi anketni upitnik kao instrument istraživanja koji će omogućiti nešto detaljniju analizu. Svakako, nisu zabilježeni nikakvi negativni učinci

manifestacije Sportske igre mladih na sudionike. Nedostatak empirijskih dokaza o stvaranju pozitivnih društvenih učinaka putem sudjelovanja na sportskim natjecanjima ne znači da isti ne postoje. Naime, s obzirom na složenost socijalizacijskog procesa potrebno je napomenuti kako je za uviđanje pozitivnih učinaka socijalizacije putem sportskih aktivnosti potrebno združeno sintetsko promatranje svih čimbenika socijalizacijskog procesa.

Zaključno, sportske manifestacije mogu kvalitetno pridonijeti u području suzbijanja osnovnih društvenih problema, socijalizaciji mladih na pragu ulaska u svijet odraslih, kao i njihovom daljnjem društvenom razvoju.

POPIS LITERATURE:

1. Allen, J. i dr. (2008): Festival and Special event management, 4th ed., John Wiley & Sons Australia, Milton, Qld.
2. Allen, J. (2009): Event Planning - The ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events. Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events, 2nd ed., John Wiley & Sons Canada, Mississauga, Ontario.
3. Badrić, M., Prskalo, I. (2011): Participiranje tjelesne aktivnosti u slobodnom vremenu djece i mladih, *Napredak: časopis za pedagogijsku teoriju i praksu* [Internet], 152 (3-4), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/82788>, [07. 12. 2017.].
4. Bartoluci, M. (2003): Ekonomika i menadžment sporta, Kineziološki fakultet, Informator, Zagreb.
5. Bartoluci, M., Čavlek, N. i suradnici (2007): Turizam i sport – razvojni aspekti, Školska knjiga, Zagreb.
6. Bowdin, G. i dr. (2012): Events management, 3rd ed., Routledge, Abington, Oxon.
7. Božinović, D., Nedović, D., Erceg, M. (2003.): Sportske igre mladih - nacionalna sportsko - rekreacijska manifestacija za učenike osnovnih i srednjih škola, *Zbornik radova 12. ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske* [Internet], raspoloživo na: https://www.hrks.hr/skole/12_ljetna_skola/47-Bozinovic.pdf, [10. 05. 2017.].
8. Božinović, D., Nedović, D., Erceg, M. (2006.): Sportske igre mladih - najmasovnija sportska manifestacija za djecu i mlade, *Zbornik radova 15. ljetne škole kineziologa Republike Hrvatske* [Internet], raspoloživo na: https://www.hrks.hr/skole/15_ljetna_skola/75.pdf, [10. 05. 2017.].
9. Brkljačić, M. (2007): Etika i sport, *Medicina Fluminensis: Medicina Fluminensis* [Internet], 43(3), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/23435>, [16. 01. 2018.].
10. Buble, M. (2006): Menadžment, Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet, Split.
11. Bungić, M., Barić, R. (2009): Tjelesno vježbanje i neki aspekti psihološkog zdravlja. *Hrvatski športsko medicinski vjesnik* [Internet], 24(2), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/47831>, [27. 10. 2017.].
12. Car, S. (2013): Adolescencija 21. stoljeća - društvena uvjetovanost, temeljne karakteristike i pedagoški izazovi, *Pedagogijska istraživanja* [Internet], 10(2), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/129673>, [14. 11. 2017.].

13. Cope, E. (2011): Childrens' socially orientated participation in sport, [Internet], Edward Cope & RBES Ltd., raspoloživo na: <https://www.Englandgolf.org/shared/get-file.ashx?id=19824&itemtype=document>, [10. 05. 2017.].
14. Čustonja, Z. (2011): Načela razvoja športa u Republici Hrvatskoj u Milanović, D., Čustonja, Z., Bilić, D. (ur.), Temeljna načela i smjernice razvoja športa u Republici Hrvatskoj [Internet], str. 5 - 38, www.sabor.hr/fgs.axd?id=20365, [15. 01. 2018.].
15. Geić, S. (2011): Menadžment selektivnih oblika turizma. Sveučilište u Splitu, Split.
16. Getz, D. (2005): Event management and event tourism, 2nd ed., Cognizant Communication Corporation, New York.
17. Getz, D. (2007): Event Studies - Theory, Research and Policy for Planned Events, Butterworth - Heinemann, Elsevier, Oxford.
18. Getz, D. (2008): Event tourism - Definition, evolution and research., Tourism management, 29 (3), str. 403 - 428.
19. Goldblatt, J. (2010): Special Events - A New Generation and the Next Frontier, 6th ed., John Wiley & Sons, Hoboken, New Jersey.
20. Gračan, D., Rudančić-Lugarić, A. (2013): Konkurentnost turističke destinacije- studija slučaja (case study) Riječki karneval, *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business and Economic Issues* [Internet], 26(1), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/108216>, [13. 09. 2017.].
21. Hover, P. i dr. (2016): Creating social impact with sport events, [Internet], raspoloživo na: <https://www.kennisbanksportenbewegen.nl/?file=7147&m=1469436781&action=file.download> [12. 05. 2017.].
22. Hudson, S. (ur.) (2008): Sport and Adventure Tourism, Routledge, New York.
23. Ilišin, V. i dr. (2013): Mladi u vremenu krize, [Internet], Institut za društvena istraživanja u Zagrebu, Friedrich Ebert Stiftung - Zagreb, Smjerokaz 2000, Zagreb, raspoloživo na: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kroatien/12580.pdf>, [16. 11. 2017.].

24. Ilišin, V., Spajić-Vrkaš, V. (2015): Potrebe, problemi i potencijali mladih u Hrvatskoj, [Internet], raspoloživo na:
<http://www.mdomsp.hr/UserDocsImages//AA1//Potrebe,%20problemi%20i%20potencijali%20mladih%20u%20Hrvatskoj%20%20zavr%C5%A1ni%20izvje%C5%A1taj%20istra%C5%BEivanja.pdf> [16. 11. 2017.].
25. Ilišin, V., Radin, F. (ur.) (2007): Mladi - problem ili resurs, [Internet], Institut za društvena istraživanja u Zagreb, Zagreb, raspoloživo na:
<http://idiprints.knjiznica.idi.hr/415/1/Mladi.pdf>, [18. 03. 2017.].
26. Jagić, S.(2004): Imanentnost interkulturalizma u turizmu, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnoga razvoja* [Internet], 42(1/2 (163/164)), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/33973>, [09. 09. 2017.].
27. Jagić, S. (2005): Turizam i slobodno vrijeme - mogućnosti i načini provođenja, *Pedagogijska istraživanja* [Internet], 2 (1), raspoloživo na:
<https://hrcak.srce.hr/139346>, [15. 03. 2017.].
28. Jeđud, I., Novak, T. (2006): Provođenje slobodnog vremena djece i mladih s poremećajima u ponašanju – kvalitativna metoda, *Revija za sociologiju* [Internet], 37 (1-2), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/13267/>, [02.12.2017.].
29. Kušen, E. (2001): Turizam i prostor - klasifikacija turističkih atrakcija. *Prostor: znanstveni časopis za arhitekturu i urbanizam* [Internet], 9(1(21)), raspoloživo na:
<https://hrcak.srce.hr/10801>, [09. 09. 2017.].
30. Martinčević, J. (2010): Provođenje slobodnog vremena i uključenost učenika u izvannastavne aktivnosti unutar škole, *Život i škola : časopis za teoriju i praksu odgoja i obrazovanja* [Internet], 56(24), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/63267>, [05. 12. 2017.].
31. Masten, R. i dr. (2010): Motivi za sudjelovanje u sportskim aktivnostima, stavovi prema sportu i zdravstveni status zaposlenika u slovenskim oružanim snagama, *Kinesiology* [Internet], 42(2), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/62902>, [15. 05. 2017.].
32. Mataja, Ž. (2003): Život za sport i od sporta, Nakladni zavod matice hrvatske, Zagreb.
33. Miharija, M., Kuridža, B. (2011): Mišljenja i stavovi djece i mladih u Hrvatskoj, [Internet], UNICEF, Ured za Hrvatsku, Zagreb, raspoloživo na:
<https://www.unicef.hr/wp-content/uploads/2015/09/StavovidjeceimladihuHrvatskoj.pdf> , [02. 12. 2017.].

34. Milanović, D., Čustonja, Z., Hrženjak, M. (2016): Sport u razvitku hrvatskoga društva, [Internet], <https://bib.irb.hr/datoteka/859571.41-Milanovic.pdf>, [15. 01. 2018.].
35. Milanović, D., Čustonja, Z., Šalaj, S. (2013): Izvannastavne sportske aktivnosti učenika srednjih škola - specifičnosti treninga i natjecanja u školskom sportu, [Internet], <https://bib.irb.hr/datoteka/859621.34-42-Milanovic.pdf>, [07. 12. 2017.].
36. Mišigoj-Duraković, M. i dr. (1999): Tjelesno vježbanje i zdravlje - znanstveni dokazi, stavovi, preporuke. Fakultet za fizičku kulturu, Grafos, Zagreb.
37. Mlinarević, V., Miliša, Z., Proroković, A. (2007): Slobodno vrijeme mladih u procesima modernizacije - usporedba slavonskih gradova i Zadra. *Pedagogijska istraživanja* [Internet], 4(1), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/118352>, [06. 12. 2017.].
38. Negotić, M. (2000): Optimalna aktivnost u slobodnom vremenu djece i mladeži u Andrijašević, M. (ur.), *Sportska igra - Slobodno vrijeme i igra*, Fakultet za fizičku kulturu, Tiskara Impress, Zagreb.
39. Oklobdžija, S. (2015): The role of events in tourism development, *BizInfo Journal* [Internet], 6(2), raspoloživo na: <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/2217-2769/2015/2217-276915020830.pdf>, [09. 09. 2017.].
40. Perasović, B., Bartoluci, S. (2007): Sociologija sporta u hrvatskom kontekstu, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja* [Internet], 45(1(175)), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/17655>, [15. 01. 2018.].
41. Pivčević, S. (2016): Upravljanje manifestacijama, Ekonomski fakultet, Split.
42. Shone, A., Parry, B. (2010): *Successful event management*, 3rd ed., South - western Cengage Learning, Mason, Ohio.
43. Sindik, J., Brnčić, B. (2012): Psihološke dobrobiti sporta za djecu. *Zbornik radova Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* [Internet], 3(2), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/95826>, [27. 10. 2017.].
44. Skoko, B., Vukasović, I. (2008): Organiziranje međunarodnih sportskih događaja kao promotivni i ekonomski alat države, *Market-Tržište* [Internet], 20(2), raspoloživo na: <https://hrcak.srce.hr/53070>, [27. 10. 2017.].
45. Sopa, I.S., Pomohaci, M. (2014): Socialization Through Sport, Effects of Team Sports on Students on Primary level, [Internet], https://www.researchgate.net/publication/283300498_Socialization_Through_Sport_Effects_of_Team_Sports_on_Students_at_Primary_Level, [12. 05. 2017.].

46. Sopa, I.S., Pomohaci, M. (2014): Study regarding the impact of sport competitions on students socialization, *European scientific journal* [Internet],10(26), raspoloživo na: <http://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/4293/4115>, [12. 05. 2017.].
47. Sopa, I.S., Pomohaci, M.(2016): The importance of socialization through sport in students group integration, *Revista Academiei Fortelor Terestre* [Internet], 2(82), raspoloživo na: http://www.armyacademy.ro/reviste/rev2_2016/Pomohaci.pdf, [12. 05. 2017.].
48. Štefančić, V. (2010): Kult(ura) mladocentričnosti u Bužinskić, E. (ur.), *Mladi i društvo - pitanje identiteta* [Internet], Mreža mladih Hrvatske, ACT Printlab, Čakovec, str. 10 - 16, raspoloživo na: http://www.mmh.hr/files/ckfinder/files/MMH_biltenWEBOK.pdf, [14. 11. 2017.].
49. Tassiopoulos, D. (ur.) (2005): *Event management - A Professional and Developmental Approach*, 2nd ed., Juta Academic, Lansdowne.
50. Udruga za sport i rekreaciju - Atletski klub Sportske igre mladih (2009): *Interni priručnik o organizaciji sportskih natjecanja*, interni dokument.
51. Vladić, S., R. (ur.) (2015): *Rezultati istraživanja Snaga tolerancije- sprječavanje nasilja i korupcije u sportu*, [Internet], Udruga regionalni info centar za mlade Rijeka - UMKI, Zambelli, Rijeka, raspoloživo na: http://www.transparency.hr/upload_data/site_files/rezultati-istrazivanja-snaga-tolerancije-sprjecavanje-nasilja-i-korupcije-u-sportu.pdf, [15. 01. 2018.].
52. Zelenika, R. (1998): *Metodologija i tehnologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka.

Ostali internetski izvori:

1. www.igremladih.hr
2. www.sportilus.com

POPIS TABLICA I SLIKA

Popis tablica:

Tablica 1: Istraživačke hipoteze.....	8
Tablica 2: Podjela planiranih manifestacija uz primjere.....	21
Tablica 3: Pozitivni i negativni učinci manifestacija.....	25
Tablica 4: Dionici sportskih manifestacija.....	28
Tablica 5: Mogući društveni učinci sportskih manifestacija.....	35
Tablica 6: Tvrdnje vezane za doprinos socijalizaciji sudionika putem sudjelovanja na Sportskim igrama mladih	75
Tablica 7: Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na prvu pomoćnu hipotezu.....	75
Tablica 8: Rezultati t-testa o tvrdnjama koje daju odgovor na prvu pomoćnu hipotezu.....	76
Tablica 9: Tvrdnje vezane za doprinos socijalnoj koheziji sudionika putem sudjelovanja na Sportskim igrama mladih	77
Tablica 10: Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na drugu pomoćnu hipotezu.....	77
Tablica 11: Rezultati t-testa o tvrdnjama koje daju odgovor na drugu pomoćnu hipotezu.....	78
Tablica 12: Tvrdnje vezane za doprinos sudjelovanja na Sportskim igrama mladih većoj fizičkoj aktivnosti i češćem sudjelovanju u sportskim aktivnostima sudionika.....	79
Tablica 13: Prosječan stupanj slaganja ispitanika s tvrdnjama koje daju odgovor na treću pomoćnu hipotezu.....	79
Tablica 14: Rezultati t-testa o tvrdnjama koje daju odgovor na treću pomoćnu hipotezu.....	80

Popis slika:

Slika 1: Logo Sportskih igara mladih.....	44
Slika 2: Organizacijska struktura Sportskih igara mladih.....	47
Slika 3: Županije uključene u natjecanje po regijama.....	48
Slika 4: Ženska odbojkaška ekipa na Sportskim igrama mladih.....	49
Slika 5: Muška nogometna ekipa na Sportskim igrama mladih.....	49
Slika 6: Ispitanici prema dobi.....	69
Slika 7: Ispitanici prema spolu.....	70

Slika 8: Ispitanici prema stupnju bavljenja sportom.....	70
Slika 9: Ispitanici prema broju prethodnih sudjelovanja na sportskoj manifestaciji.....	71
Slika 10: Motivi sudjelovanja na sportskoj manifestaciji.....	72

PRILOG 1- ANKETNI UPITNIK

Poštovani/a,

*ljubazno Vas molim da izdvojite malo vremena kako bi ispunili ovaj kratki anketni upitnik kreiran u svrhu istraživanja u sklopu izrade diplomskog rada na temu **Društveni učinci sportskih manifestacija na primjeru Sportskih igara mladih 2017.***

*Anketa je **anonimnog** karaktera. Prikupljeni podaci biti će korišteni isključivo u istraživačke svrhe. Za popunjavanje upitnika potrebno je maksimalno 10 minuta. Molim Vas da iskreno odgovorite na postavljena pitanja.*

Unaprijed hvala na pažnji i ukazanoj suradnji!

1. Dob:

- a) 15
- b) 16
- c) 17
- d) 18

2. Spol:

- a) muški
- b) ženski

3. Bavite li se sportom?

- a) da, rekreativno
- b) da, profesionalno
- c) ne

4. Jeste li dosad već sudjelovali na Sportskim igrama mladih (SIM)?

- a) da, → koliko puta? _____ (upišite broj)
- b) ne

5. Sudjelujem na Sportskim igrama mladih (SIM) zato što (zaokružite dva odgovora):

- a) se volim natjecati
- b) volim sudjelovati u timskim aktivnostima
- c) volim provoditi vrijeme s prijateljima
- d) volim provoditi vrijeme van kuće
- e) me sportske aktivnosti opuštaju i oslobađaju od stresa
- f) želim naučiti nove sportske vještine
- g) se želim zabavljati
- h) nešto drugo: _____ (navesti što)

6. U kojoj mjeri se slažete s navedenim tvrdnjama vezanim za sudjelovanje na Sportskim igrama mladih (u daljnjem tekstu SIM)?

UPUTSTVA: Molim Vas da u praznom polju jedan od ponuđenih odgovora u tablici označite znakom X za svaku navedenu tvrdnju posebno.

	Slažem se	Niti se slažem niti se ne slažem	Ne slažem se	Ne znam
1. Osjećam se snažnije i sposobnije kada sudjelujem u sportskom natjecanju.				
2. Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju popravilo mi se samopouzdanje.				
3. Sudjelovanje na sportskom natjecanju jača osjećaj ponosa.				
4. Otkad sudjelujem u sportskom natjecanju bolje se snalazim u raznim životnim situacijama.				
5. Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju odgovornije ispunjavam školske obveze.				
6. Inače sam sramežljiv/ a i zatvoren/ a, no, sudjelovanje u sportskom natjecanju mi je omogućilo da se oslobodim.				
7. Zadovoljniji/ ja sam fizičkim izgledom otkad sudjelujem u sportskom natjecanju.				
8. Sudjelovanjem u sportskom natjecanju kvalitetnije provodim vrijeme s prijateljima.				
9. Sudjelovanjem u sportskom natjecanju stekao/ la sam nova poznanstva.				
10. Tijekom sportskog natjecanja otvoreno sam komunicirao/ la sa ostalim sudionicima.				
11. Sudjelovanje u sportskom natjecanju naučio/ la sam raditi timski.				
12. Tolerantniji/ ja sam na društvene razlike otkad sudjelujem u sportskom natjecanju.				
13. Nadahnula me motivacija i želja za uspjehom drugih sudionika.				
14. Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju bolje se snalazim u međuljudskim odnosima.				

15. Otkad sudjelujem na sportskom natjecanju stekao/ la sam zdravije prehrambene navike.				
16. Sudjelovanje u sportskom natjecanju razvilo je moju motivaciju za bavljenje raznim sportskim aktivnostima.				
17. Otkad sudjelujem u sportskom natjecanju povećao se moj interes za sport općenito.				
18. Volio/ ljela bih kada bi se organiziralo više sportskih natjecanja.				
19. Većinu slobodnog vremena provodim baveći se sportskim aktivnostima.				
20. Sudjelovanje na sportskom natjecanju potaklo me da upišem sport kojim bi se bavio/ la svakodnevno.				

SAŽETAK

Turizam je danas jedan od najvažnijih gospodarskih grana i izvora prihoda mnogih zemalja koji posljednjih desetljeća bilježi stalan rast. Jedan od selektivnih oblika turizma koji doprinosi tom rastu je upravo turizam sportskih događanja. Uz porast popularnosti održavanja sportskih manifestacija, došlo je i do porasta značenja učinaka koje iste proizvode na sudionike i širu zajednicu.

U radu se istražuju stavovi i percepcije sudionika o društvenim učincima koji proizlaze iz njihova sudjelovanja na sportskoj manifestaciji. Konkretno, nastoji se istražiti proizvodi li sportsko natjecanje Sportske igre mladih pretežito pozitivne društvene učinke pri čemu uzorak istraživanja čine isključivo mladi sudionici u dobi od 15 do 18 godina. Podatci za istraživanje prikupljeni su na uzorku od 124 ispitanika u razdoblju između 05. i 11. kolovoza 2017. godine, a kao istraživački mjerni instrument poslužio je anketni upitnik.

Nakon provedenog istraživanja zaključuje se kako sudjelovanje na sportskoj manifestaciji Sportske igre mladih doprinosi socijalizaciji i socijalnoj koheziji sudionika. Također, utvrđeno je kako ih sudjelovanje potiče na fizičku aktivnost, kao i na češće sudjelovanje u sportskim aktivnostima. Budući da su sve tri pomoćne hipoteze potvrđene, donesen je pozitivan zaključak da sportska manifestacija Sportske igre mladih proizvodi pozitivne društvene učinke na njene sudionike.

Ključne riječi: sportske manifestacije, društveni učinci, mladi sudionici

SUMMARY

Tourism is today one of the most important economic branches and sources of income in most countries that has been growing steadily over the last decades. One of its selective forms that contributes to this growth is sport events tourism. Along with the popularity of organizing sport events, there has been a rise in the significance of the effects they produce to the participants and to the wider community.

The paper examines the participants' attitudes and perceptions of the social impacts that arise from their participation in the sport event. Specifically, the aim is to investigate whether sports competition Youth Sports Games create positive social impacts, on the sample of young participants aged 15 to 18. Research data was collected on a sample of 124 respondents between 5th and 11th August 2017., and a survey questionnaire was used as a research measurement instrument.

After research, it is concluded that participation in the sports event Young Sports Games contributes to the socialization and social cohesion of its participants. It was also found that their participation encourages physical activity as well as more frequent participation in sport activities. Since all three auxiliary hypotheses have been confirmed, that led to a positive conclusion that sport manifestation Young Sport Games create positive social impacts on their participants.

Key words: sport events, social impacts, young participants