

Percepcije Svjetskog prvenstva u jedrenju na dasci 2013. u Vignju sa stanovišta promatrača i natjecatelja

Perceptions of the World Championships in Windsurfing 2013. in Viganj in Terms of Observers and Participants

Joško Sindik

Institut za antropologiju
Zagreb
e-mail: josko.sindik@inantro.hr

UDK 797.148

Prethodno priopćenje / Preliminary communication
Rukopis primljen / Paper accepted: 25. 2. 2014.

Sažetak

Glavni cilj istraživanja bio je utvrditi čimbenike vezane uz sportski turizam kod promatrača (pasivnih korisnika sporta) i natjecatelja (aktivnih korisnika sporta) na Svjetskom prvenstvu u jedrenju na dasci klasa Formula 2013, održanom u Vignju na Pelješcu, povezanosti između tih čimbenika i socio-demografskih varijabli te razlike u tim čimbenicima u odnosu prema nekolicini nezavisnih varijabli. Ispitan je prigodni uzorak od dvadeset i jednog natjecatelja te dvadeset i jednog promatrača na ovom sportskom događaju, uz korištenje Upitnika o sportskom turizmu te Skale za mjerenje sportskog identiteta. Utvrđeni su glavni sportsko-turistički motivi kod natjecatelja i promatrača na ovom sportskom događaju. Pokazalo se da i kod promatrača i kod natjecatelja dominira važnost prednosti sportsko-turističke destinacije nad njenim ograničenjima. Kod natjecatelja dominiraju povlačeći, „napredniji“ sportsko-turistički motivi. Moguće je da su obrazovaniji sportski promatrači ujedno i odgovorniji te manje teže „vanjskim“ oblicima zabave nego manje obrazovani promatrači. Sportski identitet je srednje visoko i pozitivno povezan s razinom obrazovanja. Žene imaju izražene sofisticiranije povlačeće turističke motive, kao što su stjecanje saznanja o destinaciji.

Summary

The main objective of this study was to identify the factors related to sports tourism in the observers (passive sport consumers) and competitors (active sport consumers) in the World Championship in Windsurfing Class Formula 2013, in Viganj on the peninsula of Pelješac, to determine the relationship between these factors and socio-demographic variables and to determine differences in these factors in relation to several independent variables. The sample of twenty-one competitors, together with a sample of twenty one observers of this sport event were examined, using the Questionnaire on sports tourism and Athlete's identity measurement scale. A major sports tourism motives of participants and observers in this sport event were obtained. It turned out that at the observers and the competitors, the importance of the benefits of sports and tourist destinations dominated, comparing with its limitations. Pull factors, i.e. advanced sports and travel motives dominate in competitors. It is possible that the educated sports observers are also more responsible and show the trend of "external" forms of entertainment, as compared with less educated observers. Sports identity is medium, high and positively correlated with the level of education. Women expressed more sophisticated pulling tourist motifs, such as the acquisition of knowledge about the destination.

UVOD / Introduction

Veliki sportski događaji imaju izniman značaj, ne samo u pogledu postizanja mogućnosti postizanja maksimalnih sportskih dostignuća, već i u kontekstu mogućnosti razvoja sportskog turizma, na širem području na kojem se određeni sportski događaj održava. Ovo istraživanje ima temeljnu svrhu okvirno istražiti moti-

vaciju kod natjecatelja i turista-promatrača na Svjetskom prvenstvu u jedrenju na dasci klasa Formula 2013, održanom u Vignju na Pelješcu, što neizravno može dati smjernice vezane uz mogućnost unaprjeđenja uvjeta za sportski turizam na ovom rubnom pelješkom području.

Turizam i sport su ključni elementi

KLJUČNE RIJEČI

gurajući i povlačeći čimbenici
sportskog turizma
sportski identitet

KEY WORDS

push and pull factors of sport
tourism
athlete's identity

današnje kulture i imaju važan utjecaj na društvo u cjelini (Ottevanger, 2007; Whyte, Hood i White, 2012). U sklopu sportskog turizma postoji bitna razlika između aktivnog sportskog sudjelovanja i pasivnog gledateljstva. Posljednjih (nekoliko desetaka) godina došlo je do značajnog porasta sportskog turizma vezanog uz sport-

ske događaje, pa je mnogim turistima prisustvovanje ili sudjelovanje u sportskim događajima postalo glavni razlog putovanja (Delpy, 1997). Većina motiva sportskog turizma u literaturi teži kategorizirati razloge turističkih putovanja kao motive „bježanja od“ (npr. buke, radne svakodnevice, rutine, itd.) i / ili „bježanja na,“ (npr. mjesta gdje se pouzdano može odmoriti ili zabaviti) određenu destinaciju (Pizam i Mansfeld, 2000; Mohamed i Othman, 2012). Pojednostavljeno, pretežno socijalnopsihološka motivacija utemeljena na potrebi „bježanja od“ svakodnevice trenutačnog čovjekova okruženja može se nazvati „gurajućim“ (push) čimbenicima, dok se želja „bježanja na“ određenu turističku destinaciju, zbog njene atraktivnosti ili nekih drugih razloga, može nazvati „povlačećim“ (pull) čimbenicima (Ottevanger, 2007). Dann (1977, iz Kim & Chalip, 2004) daje osnovni model sa sedam različitih kategorija turističkih motiva, i to: turistička putovanja kao odgovor na ono što čovjeku trenutno nedostaje (gurajući čimbenici); atraktivnost određene destinacije (povlačeći čimbenici); želja ispunjenja fantazije; motivacija s jasno klasificiranom svrhom, kao što su posjećivanje prijatelja i rodbine ili učenje; različite motivacijske tipove; već doživljena motivacijska iskustva; motivacija koja je samodefinirana (što znači da je bolje definirati turiste određenim situacijama, a ne samo promatrati njihovo ponašanje). Crompton (1979, iz Kim & Chalip, 2004) produbljuje Dannovu teoriju o gurajućim i povlačećim čimbenicima, pa smatra da ima devet motiva za turističko putovanje, od kojih su sedam socijalnopsihološki ili gurajućim motivi, a ostala dva kulturni ili povlačeći motivi. Gurajući motivi su: bijeg, samostalno istraživanje, opuštanje, prestiž, regresija i socijalne interakcije. Povlačeći motivi su novost i obrazovanje. Mannel i Iso-Ahola (1987, iz Pizam i Mansfeld, 2000) su identificirali dvije glavne vrste gurajućih i povlačećih čimbenika: osobne i interpersonalne. Ukazuju da je smisao obje vrste čimbenika činjenica da ljudi žele ostaviti iza sebe osobne ili međuljudske probleme te pronaći osobne ili interpersonalne nagrade. Osobne nagrade su samoodređenje, osjećaj kompetencije, izazov, učenje, istraživanje i opuštanje. Interpersonalne nagrade su rezultat društvenih interakcija (Pizam i Mansfeld, 2000).

Sportski turizam uključuje putovanja iz primarnog prebivališta u svrhu sudje-

lovanja u sportskim aktivnostima (rekreativnim ili natjecateljskim), putovanja zbog prisustvovanja sportskim natjecanjima elitne razine, kao i posjeti sportskim atrakcijama, kao što su vodeni parkovi ili „kuće slave“ (Gibson i sur. 1997; Gibson, 2004). Prirodni i kulturni resursi, turistički sadržaji, komunikacijska infrastruktura, smještaj i restorani su osnovni resursi određenog turističkog odredišta. Kombinacija lokalnih turističkih resursa i usluga koje se nude određuje vrstu turizma kojem određeno mjesto pripada: primjerice, obalni (morski) ili planinski turizam, sportski ili vjerski turizam, gastronomski, konferencijski ili poslovni turizam (HM Government, 2014). Model koji je predložio Hall (1992) razlikuje dvije vrste aktivnog sudjelovanja u sportskom turizmu: aktivni sudionici smatraju svoje sudjelovanje medijem samoizražavanja, a natjecatelji imaju i snažne natjecateljske motive u tom aktivnom sudjelovanju. S druge strane, pasivni korisnici sporta ne sudjeluju u sportskim aktivnostima, ali ih prate prisustvovanjem velikim sportskim događajima i posjećivanjem uglednih sportskih mrežnih stranica ili praćenjem sportskih vijesti. Gammon i Robinson (1997) u vlastitom modelu razlikuju dva oblika sportskog turizma: koriste termin 'sportski turizam' (sport tourism), ako je sport glavni razlog putovanja, a termin 'turistički sport' (tourism sport), ako je sudjelovanje u sportskoj aktivnosti sekundarna aktivnost uz mnoge druge. Standeven i De Knop (1999) razlikuju sportski turizam bez svrhe odmora i sa svrhom odmora, a potom razlikuju aktivne i pasivne sportske turiste. Pasivni sportski turisti su oni koji žele posjetiti sportske događaje ili sportske muzeje. Aktivni sportski turisti mogu se uključiti u sportske aktivnosti s odmorom, gdje je sport glavna namjera putovanja ili pak u odmor sa sportskim aktivnostima, gdje je sport sporedna aktivnost. Osim autora koji u osnovi razlikuju aktivno sudjelovanje i pasivno gledateljstvo postoji i nekoliko drugih teorija. Primjerice, Weed i Bull (2004) razlikuju pet kategorija sportskog turizma: sportske pripreme, sportska događanja, elitna sportska događanja, sportski turizam s aktivnim sudjelovanjem i turizam s povremenim uključivanjem u sportske aktivnosti. Reeves (2000, iz Hinch i Higham, 2004) identificira šest različitih vrsta turističkih sportskih posjetitelja, podijeljenih kao: slučajne, sporadične, povremene, re-

dovite, predane i vođene.

Istraživanja u ovom području su brojna, pa će se navesti samo neka. Green i Chalip (1998) su istraživali nogometašice diljem Sjedinjenih Američkih Država, koje su sudjelovale na godišnjem turniru na Floridi. Otkrili su da ono što privlači igračice nije igranje nogometa daleko od kuće ili samo mjesto (Florida), već činjenica da su mogle biti zajedno s kolegicama koje se bave istim sportom iz udaljenih mjesta SAD-a. Kim i Chalip (2004) su istraživali 600 Amerikanaca koji su prisustvovali FIFA-inom Svjetskom nogometnom prvenstvu u Južnoj Koreji i Japanu 2002. Glavni razlog njihovog posjeta Južnoj Koreji i / ili Japanu bila je njihova zainteresiranost za Svjetski kup. Financijska ograničenja su utjecala negativno na odlazak ljudi na slične manifestacije. Zanimljivo je da ljudi i sami imaju sposobnost stvoriti kvalitetu nekog sportskog mjesta, pa se kao primjer ističe skup nogometnih navijača koji gledaju utakmice u javnim prostorima na privremeno postavljenim TV-ekranima, primjerice tijekom Svjetskog nogometnog prvenstva u Njemačkoj 2006. (Hinch i Higham, 2004). Okupljanje ljudi stvara mjesto koje privlači i ljude koji nisu bili zainteresirani za nogomet, ali samo vole "biti u sportskoj atmosferi". Hinch i Higham (2004) smatraju da tri kvalitete mjesta imaju važnost za sportski turizam: vezanost za mjesto, identitet mjesta i ovisnost o mjestu. U istraživanju čimbenika motivacije za posjećivanje wimbledonskog turnira kao sportskog događaja (Ottevanger, 2007), pokazalo se da su motivi zabave glavni razlog zbog kojeg ljudi žele posjetiti ovaj veliki sportski događaj, a potom uloga atraktivnosti domaćina-odredišta. Iznenadujuće su bile spoznaje da su svečanosti oko događaja za gledatelje važnije od samog natjecanja, te da se posjet ovom velikom sportskom događaju, za razliku od ostalih oblika turizma, uopće ne vidi kao „vrijeme za predah“.

Sportski identitet može se definirati kao stupanj s kojim se pojedinac identificira s ulogom sportaša (Brewer et al, 1993). Sportska je uloga sportašu važna društvena dimenzija samopoimanja, koja utječe na iskustva, odnose s drugima i traženje sportskih aktivnosti (Cornelius, 1995). Ranija su istraživanja pokazala da je jak sportski identitet povezan s većim značajem sporta u životu pojedinca (Brewer et al, 1993), pa oni s jakim sportskim identitetom provode više vremena sa suigračima i trenerima da bi dodatno

ojačali taj identitet (Horton, 2000). Obitelj, prijatelji, treneri, nastavnici i mediji mogu podržati pojedinca da se identificira s ulogom sportaša. Sportski identitet koji je jak, ali ne isključuje druge identitete može imati trajne psihološke prednosti za sportaša (Brewer et al, 1993), dok pak isključiv, a prejak sportski identitet može imati nepovoljne psihološke i fizičke posljedice, jer može rezultirati prekomjernim treningom, te odsustvom aktivnosti kojima može zamijeniti sport u slučaju ozljede ili odlaska u sportsku mirovinu. Tako pojedinci koji organiziraju svoj život samo u smjeru sporta imaju povećan rizik za depresiju, nisko tjelesno i duševno zdravlje, i doživljavaju osjećaje izoliranosti (Brewer et al, 1993). U kontekstu sportskog turizma, razvijenost sportskog identiteta mogao se odraziti i na činjenicu da bi natjecatelji s razvijenijim sportskim identitetom mogli percipirati manje ograničenja pri odlasku na sportsko natjecanje. S druge strane, kod njih bismo mogli očekivati veću zastupljenost povlačućih čimbenika, u odnosu prema gurajućim.

Opći cilj istraživanja odnosio se na utvrđivanje čimbenika vezanih uz sportski turizam kod promatrača (pasivnih korisnika sporta) i natjecatelja (aktivnih korisnika sporta) na Svjetskom prvenstvu u jedrenju na dasci klasa Formula 2013, održanom u Vignju na Pelješcu. Prvi podcilj odnosio se na utvrđivanje povezanosti između samih različitih motiva sportskog turizma, a potom povezanost tih motiva s dobi ispitanika, njihovim stupnjem obrazovanja te trajanjem praćenja natjecanja, posebno za promatrača sportskog događaja, i posebno za same sudionike sportskog natjecanja. Drugi podcilj bio je utvrditi razlike u motivima sportskog turizma u odnosu prema spolu i bračnom stanju (kod promatrača sportskog natjecanja), te u odnosu prema bračnom stanju i prethodnom osvajanju medalja na natjecanjima (kod natjecatelja). Treći podcilj, koji se odnosio samo na natjecatelje, sastojao se u utvrđivanju razlika u razvijenosti sportskog identiteta u odnosu prema prethodno navedenim nezavisnim varijablama (bračno stanje, osvajanje medalja), a utvrđene su i povezanosti sportskog identiteta s motivima sportskog turizma.

METODA / Methods ISPITANICI / Examinees

Ispitan je prigodni uzorak od dvadeset i jednog natjecatelja ($M \pm SD$ 35,86 \pm 11,93) te dvadeset i jednog promatrača ($M \pm SD$

24,43 \pm 7,72) na Svjetskom prvenstvu u jedrenju na dasci klasa Formula 2013., održanom u Vignju na Pelješcu (Formula Windsurfing World Championship) u razdoblju od 8.-13. srpnja 2013. Među promatračima, ispitano je 12 muškaraca i 9 žena, troje niže stručne spreme, 6 srednje, 6 više i 6 visoke stručne spreme, dok ih je 18 neoženjeno/neudano, a troje u braku. Razdoblje praćenja natjecanja kod promatrača bilo je 17,00 \pm 11,08 ($M \pm SD$). Svi natjecatelji su bili muškarci, 12 ih je bilo više i 9 visoke stručne spreme. Devet natjecatelja bilo je neoženjeno, 9 ih je bilo oženjeno, dok ih je troje bilo razvedeno. Svi su osvajali medalje na regionalnim natjecanjima, 18 ih je osvajalo državne medalje, 15 europske, a šestero medalje na svjetskim natjecanjima, a natjecali su se 14,43 \pm 9,23 godine ($M \pm SD$). Važno je napomenuti da je na natjecanju sudjelovalo ukupno 127 natjecatelja, pa s tog aspekta broj ispitanih natjecatelja i nije toliko mal, u relativnom odnosu. S druge strane, nema podataka na kojima bi se mogla iznijeti pretpostavka o broju sportskih turista koji su došli na destinaciju (Viganj i okruženje) samo zbog sportskog natjecanja.

MATERIJAL / Material

U istraživanju je korišten prilagođeni Upitnik o sportskom turizmu koji je izradio Ottevanger (2007, na temelju Pizam i Mansfeld, 2000; Robinson i Gammon, 2004). Prva skupina pitanja odnosi se većinom na demografske varijable i prethodna sportska iskustva, dok su tvrdnje br. 1-8 vezane uz gurajuće čimbenike (kategorije: bijeg od svakodnevice, opuštanje, samoistraživanje, zabava i druženje). Tvrdnje r.b. 9-16. odnose se na povlačće čimbenike (kategorije: novost, samorazvoj i odredište). Konačno, tvrdnje r.b. 17-20 odnose se na ograničenja (kategorije: rizici i prijetnje). Procjene za svaku tvrdnju izražene su na skali procjene od pet stupnjeva na Likertovoj ljestvici, u rasponu od: uopće se ne slažem (procjena brojkom 1) do potpuno se slažem (procjena 5). Upitnik je neznatno prilagođen promatračima i natjecateljima, ali sadrži zapravo tvrdnje podudarnog sadržaja. Upitnik je za promatrače distribuiran dvojezično, na hrvatskom i na engleskom jeziku, dok je upitnik za natjecatelje bio isključivo dan ispitanicima na engleskom jeziku.

Skala za mjerenje sportskog identiteta (Athletic Identity Measurement Scale, skr. AIMS; Brewer et al, 1993) sastoji se od 10

tvrdnji te služi mjerenju stupnja u kojem sudionik identificira sebe kao sportaša. Tvrdnje su dane na skali procjene od sedam stupnjeva na Likertovoj ljestvici, s krajnjim točkama u rasponu od uopće se ne slažem (procjena brojkom 1) do potpuno se slažem (procjena 7). Visok rezultat na ovoj skali korelira s jačom identifikacijom sa sportskom ulogom. Ovaj upitnik bio je namijenjen isključivo natjecateljima, na engleskom jeziku (Brewer et al, 1993).

POSTUPAK I METODE STATISTIČKE ANALIZE / Procedure and Methods of Statistical Analysis

Upitnici su ispitanicima distribuirani online korištenjem alata SurveyMonkey, putem poveznica na web-stranicama organizatora natjecanja www.bofor.hr te lokalne web-stranice www.nakovana.com. Uz deskriptivnu statistiku, izračunate su Spearmanove rang-korelacije, a za utvrđivanje razlika između dva nezavisna uzorka ispitanika korišten je Mann-Whitney U test, odnosno Kruskal Wallis Test za razlike između više od dva nezavisna uzorka ispitanika. U analizama je korišten je statistički paket SPSS 18.0, a sve značajnosti komentirane su na razini značajnosti od $p < 0,05$ i $p < 0,01$.

REZULTATI / Results

U tablici 1 dana je deskriptivna statistika za varijable motiva sportskog turizma kod promatrača, tj. pasivnih korisnika sportskog turizma. U tablici 1 je uočljivo da su ispitanici promatrači u prosjeku mladi, te da se „od malih nogu“ zanimaju za jedrenje na dasci. Najveća vrijednost aritmetičke sredine pronađena je za tvrdnju Želio bih naučiti nešto o destinaciji (Viganj i njegova okolina) gdje se održava sportsko natjecanje, što indicira nedvojbenu važnost upoznavanja destinacije za promatrače (za istu česticu je i najmanje standardno raspršenje). Najmanja vrijednost aritmetičke sredine pronađena je za tvrdnju Zbog vjerojatnih sigurnosnih i zdravstvenih problema neću prisustvovati ovom velikom sportskom događaju. Općenito, može se reći da su vrijednosti aritmetičkih sredina najniže za čimbenike ograničenja, dok su za povlačće i gurajuće čimbenike vrijednosti aritmetičkih sredina dosta iznad teorijskog prosjeka, gdje su gurajuće čimbenici ipak nešto naglašeniji (čimbenici koji opisuju zabavu i sl.).

Tablica 1. Deskriptivna statistika za varijable motiva sportskog turizma – stavovi promatrača
 Table 1. Descriptive statistics for the variables of the motives of sports tourism – the attitudes of the observers

Varijable	Min	Max	Mean	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis
dob	17	36	28,429	7,724	-,349	-1,777
razdoblje praćenja natjecanja	2	30	17,000	11,077	-,207	-1,524
1. Je li netko od vaše obitelji, prijatelja ili rodbine imao utjecaj na vaš odlazak na ovaj događaj (Svjetsko prvenstvo).	1	5	3,571	1,434	-,495	-,802
2. Prisustvovanjem ovom velikom sportskom događaju mogu pobjeći od stresa svakodnevnog života.	3	5	4,286	0,902	-,635	-1,518
3. Prisustvovanje ovom velikom sportskom događaju je za mene blik opuštanja.	1	5	4,286	1,419	-1,953	2,377
4. Prisustvovanje ovom velikom sportskom događaju za mene je oblik samoistraživanja (npr. koliko me zanima ovaj sport).	3	5	4,429	0,926	-1,023	-1,064
5. Atmosfera na ovom velikom sportskom događaju tjera me da ga poželim posjetiti.	4	5	4,571	0,507	-,311	-2,115
6. Želio bih prisustvovati svim neformalnim zbivanjima vezanim uz ovaj veliki sportski događaj.	1	5	3,714	1,521	-,876	-,818
7. Prisustvovanje ovom velikom sportskom događaju daje mi priliku za upoznavanje novih ljudi.	4	5	4,571	0,507	-,311	-2,115
8. Prisustvovanje ovom velikom sportskom događaju daje mi priliku da podijelim svoje sportske interese s drugim ljudima.	1	5	4,000	1,449	-1,307	,443
9. Sudjelovanje na ovom velikom sportskom događaju oduvijek mi je bio „san“.	1	4	2,857	1,153	-,345	-1,432
10. Želim osobno doživjeti ovaj veliki sportski događaj.	3	5	4,143	0,854	-,294	-1,588
11. Zbog ljepote ovog sporta želim prisustvovati ovom velikom sportskom događaju.	2	5	3,857	1,153	-,345	-1,432
12. Želio bih naučiti nešto o destinaciji (Viganj i njegova okolina) gdje se održava sportsko natjecanje.	4	5	4,714	0,463	-1,023	-1,064
13. Ovaj događaj (Svjetsko prvenstvo) je jedini razlog zbog kojeg sam putovao prema ovom odredištu (Viganj i njegova okolina).	1	5	3,000	1,897	,000	-2,008
14. Želio/željela bih posjetiti druga mjesta osim onog u kojem je samo sportsko natjecanje (Viganj i njegova okolina).	1	5	3,857	1,389	-1,205	,430
15. Želio bih doživjeti kulturu mjesta / zemlje gdje se sportski događaj održava.	3	5	4,429	0,746	-,928	-,467
16. Ako budem imao/la pozitivna iskustva sa odredištem (Viganj i njegova okolina), opet ću doći ovdje kao turist.	3	5	4,571	0,746	-1,464	,652
17. Zbog visokih financijskih troškova neću prisustvovati ovom velikom sportskom događaju.	1	4	2,143	1,153	,345	-1,432
18. Zbog nepoznavanje prilika u zemlji u kojoj se ovaj sportski događaj održava neću prisustvovati ovom velikom sportskom događaju.	1	4	1,714	1,189	1,207	-,335
19. Zbog rizika od lošeg vremena neću prisustvovati ovom velikom sportskom događaju.	1	3	1,714	0,717	,495	-,802
20. Zbog mogućih sigurnosnih i zdravstvenih problema neću prisustvovati ovom velikom sportskom događaju.	1	3	1,429	0,746	1,464	,652
Ograničenja	1,00	3,00	1,750	,657	,659	-,146
Gurajući čimbenici	3,25	4,75	4,179	,516	-,621	-,761
Povlačeći čimbenici	3,38	4,13	3,929	,273	-1,188	,191

U tablici 2. dana je deskriptivna statistika za varijable motiva sportskog turizma kod natjecatelja, tj. aktivnih korisnika sportskog turizma. U tablici 2 je uočljivo da su ispitani natjecatelji u prosjeku 36-godišnjaci (nisu tako mladi), ali se „od malih nogu“ natječu u jedrenju na dasci (od 14-e godine, premda s velikim varijabilitetom). Najveća vrijednost aritmetičke

sredine pronađena je opet za tvrdnju Želio bih naučiti nešto o destinaciji (Viganj i njegova okolina) gdje se održava sportsko natjecanje, što indicira nedvojbeno važnost upoznavanja destinacije i za natjecatelje. Najmanja vrijednost aritmetičke sredine pronađena je za tvrdnju Zbog rizika od lošeg vremena neću prisustvovati ovom velikom sportskom

događaju. Općenito i ovdje se može reći da su vrijednosti aritmetičkih sredina najniže za čimbenike ograničenja, dok su za povlačeće i gurajuće čimbenike vrijednosti aritmetičkih sredina iznad teorijskog prosjeka, pa se može utvrditi da i natjecatelji puno više obraćaju pažnju na prednosti sportske turističke destinacije, nego na ograničenja.

Tablica 2. Deskriptivna statistika za varijable motiva sportskog turizma – stavovi natjecatelja
 Table 2. Descriptive statistics for the variables of the motives of sports tourism – the attitudes of the competitors

Varijable	Min	Max	Mean	Std. Dev.	Skewness	Kurtosis
dob / age	19	53	35,857	11,930	-0,076	-1,410
razdoblje natjecanja / period of competition	4	30	14,429	9,228	0,791	-0,965
Athlete identity / Sportski identitet	17	32	26,000	5,339	0,230	-0,592
1. Did anyone of your family, friend or relatives had any influence on you to go on this event (World Championship).	1	4	3,143	1,014	-1,265	0,840
2. By competing in a big sport event I get away from daily life stress	1	5	3,714	1,309	-1,185	0,630
3. Competing in this big sport event is for me a form of relaxation	2	5	3,714	0,902	-0,718	0,053
4. Competing in this big sport event is a form of self-exploration for me	1	5	3,571	1,207	-1,316	1,084
5. The atmosphere in this big sport event makes me eager to visit the place again	3	5	4,000	0,775	0,000	-1,257
6. I would like to see all non-formal events around this big sport event	2	5	3,429	1,207	0,185	-1,533
7. Competing in this big sport event gives me an opportunity to meet new people	3	5	4,143	0,854	-0,294	-1,588
8. Competing in this big sport event gives me an opportunity to share my sport interest with other people.	3	5	4,000	0,775	0,000	-1,257
9. Competing in this big sport event has always been a dream for me	3	5	4,143	0,655	-0,145	-0,434
10. I would like to experience this big sport event	1	5	3,571	1,207	-1,316	1,084
11. The beauty of this sport makes me want to compete in this big sport event	3	5	4,000	0,548	0,000	0,994
12. I would like to learn something about the destination (Viganj and its environment) where the sport event is held	4	5	4,286	0,463	1,023	-1,064
13. Event (World Championship) is the only reason I travelled towards this destination (Viganj and its environment).	1	5	3,429	1,326	-0,898	-0,524
14. I would like to visit other places besides the sport venues (Viganj and its environment).	4	5	4,143	0,359	2,202	3,138
15. I would like to experience the culture of the place/country where the sport event is held	3	5	4,000	0,548	0,000	0,994
16. If I have a positive experiences of the destination (Viganj and its environment), I'll come again here as a tourist	4	4	4,000	0,000	0,000	0,000
17. High financial costs keep me away from this big sport event.	2	5	3,000	1,095	0,757	-0,694
18. An unknown country where the sport event is held keeps me away.	1	3	1,714	0,902	0,635	-1,518
19. The risk of bad weather keeps me away from a big sport event	1	2	1,429	0,507	0,311	-2,115
20. Probable safety or health problems keep me away from the sport event	1	4	2,143	1,014	0,642	-0,473
Gurajući faktori Pushing factors	2,88	4,38	3,714	,492	-,269	-,801
Povlačeći faktori Pulling factors	3,38	4,25	3,946	,281	-1,153	,342
Ograničenja Limitations	1,50	2,75	2,071	,469	,598	-1,190

U tablici 3. dane su povezanosti između motiva sportskog turizma, kod promatrača i kod natjecatelja. Pronađen je manji broj statistički značajnih korelacija, što je vjerojatno djelomično uvjetovano i malim brojem ispitanika. Kod promatrača, tj. pasivnih korisnika sportskog turizma pokazalo se da je razdoblje

praćenja natjecanja u jedrenju na dasci visoko pozitivno povezano s većim percipiranim ograničenjima te većom razinom obrazovanja. S druge strane, razina obrazovanja promatrača pozitivno je i srednje visoko povezana s ograničenjima, dok je negativno i srednje visoko povezana s gurajućim čimbenicima. Raciona-

lno tumačenje ovog rezultata moglo bi biti u mogućnosti da su obrazovaniji promatrači ujedno i donekle odgovorniji te manje teže „vanjskim“ oblicima zabave, nego manje obrazovani promatrači. S druge strane, kod aktivnih korisnika sportskog turizma pronađene su samo tri statistički značajne povezanosti: sport-

Tablica 3. Povezanosti između motiva sportskog turizma – stavovi promatrača i natjecatelja

Table 3. Correlations between the motives of sports tourism – the attitudes of the observers and the competitors

Promatrači / Observers	razdoblje praćenja natjecanja	ograničenja	gurajući čimbenici	povlačeći čimbenici
obrazovanje	,718**	,541**	-,555**	-,009
dob	,361	,163	-,072	,416
razdoblje praćenja natjecanja	1	,722**	-,167	-,118
ograničenja		1	-,207	,340
gurajući čimbenici			1	-,088
povlačeći čimbenici				1
Natjecatelji / Competitors	sportski identitet	gurajući čimbenici	povlačeći čimbenici	ograničenja
obrazovanje	,437*	,289	,220	,297
dob	,378	-,714**	-,364	-,018
razdoblje natjecanja	,355	-,270	-,165	,398
sportski identitet	1,000	-,505*	-,138	-,287
gurajući faktori		1,000	,255	,312
povlačeći faktori			1,000	-,122
ograničenja				1,000

** korelacija je značajna uz $p < 0.01$; * korelacija je značajna uz $p < 0.05$

Tablica 4. Razlike u motivima sportskog turizma – stavovi promatrača

Table 4. Differences in the motives of sports tourism – the attitudes of the observers

Promatrači / Observers	spol	N	Mean	Std. Deviation	Mann-Whitney U
ograničenja	žene	12	1,563	0,386	36
	muškarci	9	2,000	0,866	
gurajući čimbenici	žene	12	4,094	0,649	49,5
	muškarci	9	4,292	0,250	
povlačeći čimbenici	žene	12	4,063	0,113	22,5*
	muškarci	9	3,750	0,325	
Promatrači / Observers	bračni status	N	Mean	Std. Deviation	Kruskal Wallis Test
ograničenja	neoženjen	18	1,792	0,703	0,864
	oženjen	3	1,500	0,000	
gurajući čimbenici	neoženjen	18	4,083	0,496	7,778**
	oženjen	3	4,750	0,000	
povlačeći čimbenici	neoženjen	18	3,896	0,282	2,283
	oženjen	3	4,125	0,000	

** razlika značajna uz $p < 0,01$; * razlika značajna uz $p < 0,05$

ski identitet srednje visoko i pozitivno je povezan s razinom obrazovanja, dok su negativne povezanosti pronađene između gurajućih čimbenika i dobi (visoka povezanost) te gurajućih čimbenika i sportskog identiteta (srednje visoka povezanost). S obzirom da je kod promatrača većinom riječ o nešto mlađim ispitanicima, izgleda da su „vanjski“ oblici zabave koje obuhvaćaju povlačeći čimbenici (eskapizam, samostalno istraživanje, opuštanje, prestiž, regresija i socijalne interakcije) više karakteristični za mlađe natjecatelje, ali vjerojatno i promatrače, dok stariji na problematiku gledaju

kompleksnije. S druge strane, ni „zdravi“ sportski identitet ne smije biti temeljen jedino na gurajućim čimbenicima, te vjerojatno podrazumijeva neisključivost (Brewer et al, 1993), odnosno uz sportski identitet osobito vrhunski sportaši moraju imati „sigurnu odstupnicu“ u drugim identitetima osim sportskog, za osiguranje zdravstvene i psihološke dobrobiti (Brewer et al, 1993).

U tablici 4. prikazane su razlike u motivima sportskog turizma, s aspekta promatrača, tj. pasivnih korisnika sportskog natjecanja, u odnosu prema spolu i bračnom stanju. U pogledu spol-

nih razlika, statistički značajno veću izraženost povlačećih čimbenika (kao što su novost i obrazovanje) pokazuju žene, dok oženjeni promatrači pokazuju naglašenije gurajuće motive.

U tablici 5. prikazane su razlike u motivima sportskog turizma te u sportskom identitetu, s aspekta natjecatelja, tj. aktivnih korisnika sportskog natjecanja, u odnosu prema bračnom stanju te osvajanju medalja na državnim, europskim i svjetskim natjecanjima (do Svjetskog prvenstva). U pogledu osvajanja medalja i bračnog stanja, statistički značajno veću važnost ograničavajućih čimbenika naglašavaju osvajači državnih i europskih medalja te oženjeni natjecatelji. Osvajači državnih medalja imaju manje naglašen sportski identitet, a imaju više naglašenu važnost povlačećih motivacijskih čimbenika u odnosu prema neosvajačima državnih medalja. Osvajači europskih medalja također imaju naglašeniju važnost povlačećih motivacijskih čimbenika u odnosu prema neosvajačima europskih medalja. Konačno, osvajači svjetskih medalja imaju manje naglašene gurajuće motivacijske čimbenike u odnosu prema neosvajačima svjetskih medalja. Sportski identitet je naglašeniji kod sportski uspješnijih natjecatelja (koji su osvajali europske i svjetske medalje), u odnosu prema onima koji su osvajali medalje samo na državnim prvenstvima.

RASPRAVA / Discussion

Na temelju prosječnih vrijednosti iz područja deskriptivne statistike, izgleda da su i gurajući i povlačeći motivi sportskog turizma bili izrazito naglašeni i kod natjecatelja i kod pasivnih korisnika ovog sportskog natjecanja. Drugim riječima, svi čimbenici pozitivne motivacije za sportski turizam prevladali su ograničenja. Izgleda da promatrači puno više obraćaju pažnju na prednosti sportske turističke destinacije, nego na ograničenja, što potencijalno može ukazivati na atraktivnost turističke destinacije za promatrače Svjetskog prvenstva u jedrenju na dasci. Međutim, kod natjecatelja su vrijednosti aritmetičkih sredina nešto niže (za gurajuće i povlačeće čimbenike), a nešto više za ograničenja, što može biti posljedica izraženijih sportskih motiva (primjerice, osobna „kalkulacija“ natjecatelja da li je odabir upravo ovog natjecanja za njihovu karijeru najkorisniji). S druge strane, kod natjecatelja su povlačeći čimbenici

Tablica 5. Razlike u motivima sportskog turizma i sportskom identitetu – stavovi natjecatelja
 Table 5. Differences in the motives of sports tourism and athlete's identity - the attitudes of the competitors

državne medalje		N	Mean	Std. Deviation	Mann-Whitney U
sportski identitet	Ne	3	32,000	0,000	4,5*
	Da	18	25,000	5,111	
gurajući čimbenici	Ne	3	3,500	0,000	18
	Da	18	3,750	0,525	
povlačeći čimbenici	Ne	3	3,375	0,000	0
	Da	18	4,042	0,160	
ograničenja	Ne	3	2,750	0,000	4,5
	Da	18	1,958	0,404	
europske medalje		N	Mean	Std. Deviation	Mann-Whitney U
sportski identitet	Ne	6	24,500	8,216	40,5
	Da	15	26,600	3,906	
gurajući čimbenici	Ne	6	3,938	0,479	27
	Da	15	3,625	0,484	
povlačeći čimbenici	Ne	6	3,563	0,205	0**
	Da	15	4,100	0,097	
ograničenja	Ne	6	2,375	0,411	18*
	Da	15	1,950	0,445	
svjetske medalje		N	Mean	Std. Deviation	Mann-Whitney U
sportski identitet	Ne	15	25,400	6,057	36
	Da	6	27,500	2,739	
gurajući čimbenici	Ne	15	3,875	0,409	18*
	Da	6	3,313	0,479	
povlačeći čimbenici	Ne	15	3,900	0,321	36
	Da	6	4,063	0,068	
ograničenja	Ne	15	2,150	0,533	36
	Da	6	1,875	0,137	
bračno stanje		N	Mean	Std. Deviation	Kruskal Wallis Test
sportski identitet	neoženjen	9	24,333	6,500	1,091
	oženjen	9	28,000	4,583	
	razvod/udovac	3	25,000	0,000	
gurajući čimbenici	neoženjen	9	3,875	0,433	1,905
	oženjen	9	3,542	0,596	
	razvod/udovac	3	3,750	0,000	
povlačeći čimbenici	neoženjen	9	3,958	0,165	1,975
	oženjen	9	3,875	0,390	
	razvod/udovac	3	4,125	0,000	
ograničenja	neoženjen	9	1,750	0,217	7,296*
	oženjen	9	2,417	0,500	
	razvod/udovac	3	2,000	0,000	

** razlika značajna uz $p < 0,01$; * razlika značajna uz $p < 0,05$

naglašeniji od gurajućih, što može indicirati uvjetno „naprednije“ psihološke motive kod natjecatelja u odnosu prema promatračima (atraktivnost destinacije važnija je od bijega od svakodnevice). Činjenica da žene-promatračice ovog sportskog natjecanja imaju u prosjeku naglašenije povlačeće motive (npr. novost i obrazovanje), može značiti da žene nisu samo „fanovi“ pojedinih natjecatelja, već imaju znatno sofisticiranije interese. Činjenica da oženjeni promatrači ili udane promatračice pokazuju

naglašenije gurajuće motive, mogu se protumačiti i malim brojem ispitanika u ovoj skupini (oženjenih) i mogućnošću da upravo promatrači u braku možda češće žele pobjeći od svakodnevice. I kod obrazovanih promatrača više dominiraju povlačeći motivi, pa se može pretpostaviti da su možda obrazovaniji sportski promatrači ujedno i donekle odgovorniji te manje teže „vanjskim“ oblicima zabave nego manje obrazovani promatrači. Sve u svemu, izgleda da je u slučaju jedrenja na dasci sam sportski događaj potencijalno

manje dominantan motiv sportskog turizma u odnosu prema atraktivnosti destinacije za pasivne korisnike sportskih natjecanja (promatrače), što je suprotno u slučaju teniskog turnira u Wimbledonu (Ottevanger, 2007), ili pak Svjetskog nogometnog prvenstva u Južnoj Koreji i Japanu 2002. (Kim i Chalip, 2004).

S druge strane, kod natjecatelja, oženjeni natjecatelji i oni koji se još nisu afirmirali na svjetskoj razini skloniji su razmotriti nesudjelovanje na natjecanju, možda zbog straha od neuspjeha, ili zbog

izbjegavanja odgovornosti za posljedice neuspjeha, uz racionalizaciju „bolje je provesti vrijeme s obitelji nego se izlagati potencijalnim neugodnostima“. Sportski identitet pokazao se očekivano kao više naglašen kod sportski uspješnijih natjecatelja (tj. onih koji su osvajali europske i svjetske medalje, u odnosu prema manje uspješnima). Činjenice da su povlačeći čimbenici naglašeniji kod osvajača državnih i europskih medalja, dok su gurajući čimbenici manje izraženi kod osvajača svjetskih medalja mogu se također potencijalno protumačiti dominantno visokom sportskom motiviranošću natjecatelja. Naime, sam bijeg od svakodnevice (gurajući motivi) rjeđi su motivi vrhunskih sportaša u jedrenju na dasci, pa se prethodna argumentacija čini opravdanom.

Glavni nedostatak istraživanja je mali i nedovoljno reprezentativan (prigodan) uzorak ispitanika. On dakako onemogućava veću mogućnost generalizacije. Mali broj ispitanika onemogućava i mogućnost validacije te utvrđivanja metrijskih karakteristika primijenjenih upitnika, koji su po prvi put primijenjeni u Hrvatskoj. Međutim, ne smije se zaboraviti činjenica da je ispitan relativno veliki udio natjecatelja (od ukupno 127 njih ukupno), u odnosu prema vjerojatno znatno manjem udjelu u ukupnoj populaciji promatrača u ispitanom uzorku. Zbog toga, premda je mogućnost generalizacije rezultata ovog istraživanja mala (a odatle i znanstvena vrijednost istraživanja), rezultati mogu dati određeni uvid u motivaciju natjecatelja te razvijenost njihova sportskog identiteta. Kao temeljnu prednost istraživanja može se istaknuti činjenica da je ovo vjerojatno jedino (premda skromno) znanstveno istraživanje kojim je popraćen ovaj veliki

sportski događaj u Vignju, te činjenica da su oba mjerna instrumenta (sportskog turizma i sportskog identiteta) preliminarno i po prvi puta korišteni u našoj zemlji. Praktične implikacije istraživanja tiču se prvenstveno preliminarnih primjera ove vrste indikatora na temelju kojih bi se u određenoj mjeri moglo osmisliti i promovirati buduću sportsko-turističku ponudu u Vignju i njegovu okruženju. A preliminarni rezultati koje nudi ova studija mogu indicirati da se radi o prilično atraktivnoj destinaciji sportskog turizma, čija se promocija može dodatno unaprijediti.

ZAKLJUČAK / Conclusion

Utvrđeni su glavni sportsko-turistički motivi kod natjecatelja i promatrača na Svjetskom prvenstvu u jedrenju na dasci klasa Formula 2013., održanom u Vignju na Pelješcu. Pokazalo se da i kod promatrača i kod natjecatelja dominira važnost prednosti sportsko-turističke destinacije nad njenim ograničenjima, s tim što kod natjecatelja dominiraju povlačeći, napredniji sportsko-turistički motivi. Sportski identitet srednje visoko i pozitivno je povezan s razinom obrazovanja, a žene imaju izražene sofisticiranije povlačeće turističke motive, kao što su stjecanje saznanja o destinaciji. Glavni nedostatak istraživanja je mali i nedovoljno reprezentativan uzorak ispitanika, a najveća prednost činjenica da je ovo vjerojatno jedino istraživanje koje će pratiti ovaj sportski događaj. Praktične implikacije tiču se smjernica promocije sportsko-turističke ponude u Vignju i njegovu okruženju.

LITERATURA / References

- [1] Brewer, B. W., VanRaalte, J. L., & Linder, D. E. (1993). Athletic Identity: Hercules' muscles or Achilles heel? *International Journal of Sport Psychology*, 24: 237-254.
- [2] Cornelius, A. (1995). The relationship between

- athletic identity, peer and faculty socialization, and college student development. *Journal of College Student Development*, 36: 560-573.
- [3] Delpy, L. (1997). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of Vacation Marketing*, 4(1): 23-28.
- [4] Gammon, S. & Robinson, T. (1997) Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*, 4(3): 8-24.
- [5] Gibson, H., Attle, S. & Yiannakis, A. (1997). Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective. *Journal of vacation marketing*, 4(3): 52-64.
- [6] Gibson, H. (2004). Moving beyond the 'what is and who' in sport tourism to understanding 'why'. *Journal of Sport Tourism*, (9)3: 247-265.
- [7] Green, B., Chalip, L. (1998). Sport tourism as a celebration of sub-culture. *Annals of Tourism Research*, 25(2): 275-291.
- [8] Hall, C. (1992). *Hallmark tourist events: Impacts, management and planning*. London: Bellhaven Press.
- [9] Hinch, T., Higham, J. (2004). *Sport Tourism Development*, Clevedon: Channel View Publications.
- [10] HM Government. (2014). *Review of the Balance of Competences between the United Kingdom and the European Union Culture, Tourism and Sport*. London: UK Government.
- [11] Kim, N-S., Chalip, L. (2004). Why to travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints. *Tourism Management*, 25: 695-707.
- [12] Mohamed, N., Othman, N. (2012). Push and Pull Factor: Determining the Visitors' Satisfactions at Urban Recreational Area. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 49: 175-182.
- [13] Ottevanger, H.J. (2007). *Sport Tourism: Factors of influence on sport event visit motivation*. Master thesis. Bournemouth, UK: Bournemouth University.
- [14] Outspan Group Inc. (2009). *The Economic Impacts of Cultural and Sport Tourism in Canada 2007*. Ottawa: Department of Canadian Heritage and Industry Canada.
- [15] Pizam, A. & Mansfeld, Y. (2000). *Consumer behaviour in travel and tourism*. New York: Haworth Hospitality Press.
- [16] Robinson, T. & Gammon, S. (2004). A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. *Journal of Sport Tourism*, 9(3): 221-233.
- [17] Standeven, J. & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. Leeds: Human Kinetics.
- [18] Weed, M., Bull, C. (2004). *Sport Tourism: Participants, Policy and Providers*. Burlington: Elsevier Publishing.
- [19] Whyte, B., Hood, T. & White, B.P. (eds). (2012). *Cultural and Heritage Tourism: A Handbook for Community Champions*. Canada: Federal Provincial Territorial Ministers of Culture and Heritage.