

Povratni utjecaj popularnosti sporta u hrvatskom društvu

Šteta, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Department of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:814527>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-08-02**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

HRVATSKI STUDIJI

Ivan Šteta

**POVRATNI UTJECAJ POPULARNOSTI
SPORTA U HRVATSKOM DRUŠTVU**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2018.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

HRVATSKI STUDIJI

ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Ivan Šteta

**POVRATNI UTJECAJ POPULARNOSTI
SPORTA U HRVATSKOM DRUŠTVU**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Renato Matić

Sumentor: mag. soc et mag. educ. soc. Erik Brezovec

Zagreb, 2018.

Sadržaj:

| | | |
|------|---|----|
| 1. | Uvod..... | 1 |
| 2. | Teorijska koncepcija rada..... | 3 |
| 3. | Metodologija..... | 6 |
| 3.1. | Svrha i ciljevi ovoga istraživanja, te opća i specifična pitanja..... | 6 |
| 3.2. | Opis pristupa istraživanja i metoda prikupljanja podataka, terenskog postupanja i planiranog i ostvarenog uzorka..... | 7 |
| 4. | Rezultati istraživanja..... | 8 |
| 4.1. | Socio-demografske karakteristike..... | 8 |
| 4.2. | Najdraži sport..... | 8 |
| 4.3. | Cijena tržišnih aspekata pojedinih sportova..... | 9 |
| 4.4. | Primanja sportaša..... | 13 |
| 4.5. | Orijentiranost na novac u pojedinom sportu..... | 15 |
| 5. | Zaključak..... | 19 |
| | Literatura..... | 21 |

1. Uvod

Hrvatska ima bogatu sportsku tradiciju i povijest koja postoji daleko prije njezinoga osamostaljenja (Hrvatska.eu). Hrvati su, iako ne uvijek pod svojom zastavom, obilježili povijest međunarodnog sporta osvojivši veliki broj medalja na svjetskim i europskim razinama što svjedoči o velikoj popularnosti sporta na hrvatskim prostorima. Prije osamostaljenja Hrvati su samo na Olimpijskim igrama osvojili 44 medalje, od čega je 15 zlatnih. Nakon osamostaljenja Hrvatska je prvi put nastupila na zimskim Olimpijskim igrama 1992. u Albertvilleu (Wikipedija). Te iste godine na ljetnim Igrama u Barceloni najveći uspjeh postigla je hrvatska košarkaška reprezentacija osvojivši srebro. Od tada do zadnjih Olimpijskih igara 2018. u Pyeongchangu, Hrvatska je osvojila sveukupno 44 olimpijske medalje, među kojima je ponovno 15 zlatnih (Jurišić B., Korać B., 2012.).

Od samoga početka, kao vid zabave i razbibrige, sport je popularan u cijelome svijetu pa tako i u Hrvatskoj. Smatra se da su stari Grci još 776. godina prije Krista održali prve antičke igre na Olimpiji, a 264. godine prije Krista organizirale su se prve gladijatorske borbe (Sportske.net, 2012.)

20. stoljeće donosi velike promjene, te se sport, originalno neprofitabilni oblik zabave i razbibrige, pretvorio u biznis. Komodifikacija¹ sporta savršeno se uklopila u sustav kapitalizma i tako dala ekonomsku i tržišnu vrijednost sportu. Rastom i razvojem sporta i njegove popularnosti komodificirali su se svi njegovi aspekti. Sport je tako privukao neke druge djelatnosti, vrijednosti i tržišta koji su vidjeli svoju priliku u rastućem trendu popularnosti sporta. Sva sportska natjecanja, a pogotovo ona značajnija, prate veliki sponzori koji u sportu vide priliku za ostvarivanjem velike dobiti. Svi žele sponzorirati one najbolje i najpopularnije jer su marketinški najisplativiji. Veliki broj propagandnih programa tijekom sportskih događanja dokazuje kako se sport kao cjelina komodificirao. Prije su sportaši bili amateri, pogotovo olimpijci, a ulaznice za sportska događanja nisu se naplaćivale kao ni za prve olimpijske ni gladijatorske igre. Danas je, međutim, odlazak na bilo koje sportsko natjecanje nezamislivo bez prethodno kupljene ulaznice čija cijena ovisi o važnosti samoga natjecanja, odnosno turnira. Sportaši, osim ugovorenih dohodaka, imaju i svoju tržišnu vrijednost. Ovaj trend je vidljiv pogotovo u ekipnim

¹ Komodifikacija – proces pretvaranja predmeta, umijeća, dobara i usluga u robu na tržištu

sportovima gdje klubovi međusobno trguju igračima. Sport, dakle kao oblik umijeća i usluge, sada ima svoju cijenu u cjelini, ali i u svakom svom aspektu.

Cilj ovoga rada je je istražiti mišljenje i stavove studenata sveučilišta u Zagrebu o komodifikaciji nekih aspekata sporta. Fokus će biti na tržišnim aspektima sporta, te na njihovim utjecajima na studente. Na taj način dobit će se jasnija slika o stavovima studenata prema pojedinim sportovima, sportu općenito, ali i slika o popularnosti sporta u hrvatskom društvu.

2. Teorijska koncepcija rada

Povijest sporta seže daleko u prošlost. Neki povjesničari govore o vremenu 6000 godina prije Krista dok su neki uvjereni kako se čovjek počeo baviti sportom otkako je postao svjestan samoga sebe. Ostaci crteža u špiljama paleolitika koji prikazuju čovjeka u trku ili hrvanju ili figurice hrvača pronađene u grobnicama starog Egipta među najstarijim su dokazima kako se čovjek oduvijek bavio sportom (Wikipedia). Posjedovanje posebnih fizičkih sposobnosti u prapovijesti značilo je opstanak. Neosporno je da su oni koji su bolje trčali, gađali ili skakali bili u velikoj prednosti pred onima koji su bili manje sposobni. Najstariji ostaci koji svjedoče o postojanju sporta otkriveni su na otoku Krete gdje su pronađena borilišta s gledalištem. Poznato je da su se najstarija sportska natjecanja (hrvanje) održavala u Egiptu i Srednjoj Americi, a da su Azteci i Maji organizirali prve momčadske igre (eduvizija.hr).

Formalna sportska natjecanja ustanovila su se u Staroj Grčkoj kada su osnovane Olimpijske igre. One su tada, osim sportskog događaja, imale i vjersko značenje budući su se održavale u slavu boga Zeusa (The British Museum). Postale su nezaobilazan događaj za mnoge. Veliku popularnost doživljavaju od samih početaka. Sportska događanja imala su za cilj zabaviti mase, pogotovo onaj siromašni sloj. Razbibriga i veselje su tijekom trajanja igara unosili živost u svakodnevne živote malog čovjeka, te mu omogućavali kratkotrajan odmak od pravih problema. Sportaši i gledatelji su pristizali u velikom broju u Olimpiju (perseus.tufts.edu). Paul Christesen, profesor povijesti stare Grčke u Americi je rekao: „Jedna od stvari koja te činila Grkom bila je učestvovati na Olimpijskim igrama, te odlazak na Olimpijske igre.“ Bila je to prava zabava gdje se sastajalo, jelo, pilo i pričalo, te trgovalo (olympic.org). Upravo to određuje pravo značenje riječi sport. Etimologija otkriva kako riječ sport dolazi od starofrancuske riječi *desport*, *deport* koja znači zabava, razonoda, opuštanje, odnosno bijeg od surove stvarnosti (enciklopedija.hr).

Još jedan primjer sporta kao distrakcije čovjeka, odnosno siromašnog dijela stanovništva, bile su gladijatorske igre u Rimskom carstvu. Besplatne predstave, te obilje hrane i pića privlačilo je veliki broj ljudi (Ancient Civilizations).

Površno gledajući sport je u svojoj osnovi ostao isti. Gladijatorske arene i olimpijski tereni jako su slični, gotovo identični, današnjim sportskim terenima. Osim toga, sama

bit ili ideja sportskih događanja i dalje je zabava za narod, opijum koji ih nakratko odmakne od pravih problema. Praćenje važnih turnira i natjecanja u prvom je planu pred bilo kakvim uznemirujućim vijestima tih dana. Ipak, sport se danas sve više orijentira na novac. Iako su i u prošlosti Igre imale ekonomsko značenje (potpisivali su se ugovori, trgovci su se okupljali, izaslanstva iz drugih grčkih gradova donosila su bogate darove), sport je i dalje bio svima dostupan. Danas on prestaje biti zabava za siromašan puk, budući cijene ulaznica važnih sportskih događanja prelazi mogućnosti većine. Pojavom prvih ulaznica, novčanih ili drugih vrijednosnih nagrada sport postaje sredstvo zarade. Cijene ulaznica i popularnost nekog sporta međusobno su povezani. U Sjedinjenim Američkim Državama ulaznice za svjetski poznati Super Bowl mogu se kupiti za 3245 američkih dolara, a za one najskuplje potrebno je izdvojiti više 15000 američkih dolara koje se mogu kupiti samo u paru, pa konačna cijena prelazi 30000 američkih dolara (Forbes, 2018). U Europi, u Velikoj Britaniji, Wimbledon, najstariji i najugledniji turnir u tenisu, privlači veliki broj gledatelja. Cijena ulaznica prelazi 2000 engleskih funti (Wimbledon, 2018.). Mogućnost zarade čini sport još popularnijim. TicketCity je primjer zarade na sportskim događanjima. To je najveća privatna tvrtka u svijetu koja se bavi prodajom ulaznica. Kako bi unaprijedili svoje poslovanje nedavno su osmislili novu platformu Smart Ticket Predictor koja pomaže ljubiteljima sporta pri kupnji ulaznica, prati cijene, izračunava prosječnu cijenu, te predviđa hoće li cijene ulaznica padati ili rasti. (Forbes, 2018.) Ovakvo međudjelovanje u društvu po Simmelu je neizbježno, te predstavlja sastavni dio socijalizacije. Razmjena je „jedna sociološka tvorevina sui generis, prvobitna forma i funkcija interindividualnog života“ (Simmel, 2004:65). „A na svako uzajamno dejstvo treba gledati kao na razmenu: svako zabavljanje, svaku ljubav (takođe tamo gde se odgovara drugim osećanjima), svaku igru, svako zagledanje“ (Simmel, 2004:41).

Svjetska popularnost sporta donosi uključenost cijelog svijeta u sportske događaje. Najmanje je onih koji ni na koji način nisu uključeni u neko područje sporta. (Perasović, 2007). Sport kao cjelina uživa svjetsku popularnost. Međutim, govorimo li o sportovima pojedinačno ne možemo govoriti popularnosti općenito budući se u različitim dijelovima svijeta javljaju i različiti interesi. Sport je pojava koja živi u određenim društvima. Ista vrsta sporta na drugim krajevima svijeta različito se tumači. Sport se mijenja paralelno s društvom u cjelini. To rezultira različitim tumačenjem iste vrste sporta na drugim

krajevima svijeta – borilački sportovi poput sumo hrvanja u Japanu drugačije su interpretirani i drugačijeg su značenja nego borilački sportovi, poput boksa, u Americi. (Perasović, 2007).

Uvođenje novca i dodavanje vrijednosti dovodi do sve veće komodifikacije raznih aspekata društva. Vrijednost sama po sebi ne postoji, već individualna procjena pridodaje vrijednost nekomu ili nečemu. „U kojem god se empirijskom ili transcendentnom smislu govorilo o „stvarima“, za razliku od subjekta, vrednost ni u kojem slučaju nije njihovo „svojestvo“, nego je to sud o njima koji ostaje u subjektu“ (Simmel, 2004:16). Sport, kao jedan od aspekata društva, doživio je jednaku sudbinu. Uvođenjem novca u sport pridodala mu se vrijednost, uvođenjem jedne vrijednosti dobila se druga. Nužno je uvesti jednu vrijednost da bi se dobila druga vrijednost (Simmel, 2004:35). Ukoliko ne pripišemo vrijednost nekom predmetu ili pojavi ono ostaje bezvrijedno. Sportu se pridodala vrijednost komodifikacijom svih njegovih aspekata, te se on komodificirao kao cjelina. Neki od aspekata sporta dobivaju na ekonomskoj i tržišnoj vrijednosti. Sport sada privlači druge aspekte društva koji mu se pridružuju u zaradi. U prošlosti su sportaši bili uglavnom robovi koji nisu bili plaćeni, a najveća nagrada koju su mogli dobiti je bio prestiž ili samo preživljavanje. Danas se komodifikacijom sporta i marketingom istražuju potrebe ljudi, odnosno potrošača, te sportaši postaju profesionalci koji su plaćeni za svoje sportske talente i umijeća, što prije nije bio slučaj. Već prije spomenute ulaznice za sportska događanja ograničavaju broj i sloj društva koji može na njima prisustvovati. Ova dva sportska aspekta, sportaši i ulaznice, najviše su se komodificirala i time sport u cijelosti pretvorila u biznis.

Prema Simmelu novac mijenja društvenu funkciju, prvo je bio sredstvo za postizanje cilja, zatim postaje cilj za sebe. Novac postaje apsolutno sredstvo i vrši ogroman utjecaj na čovjeka i društvu i dotiče se svih sfera društvenog života. Komodifikacija je neizbježna u društvu, pogotovo u kapitalizmu, sustavu koji joj najviše odgovara. Tako je i sport, nekoć popularan i svima dostupan događaj u društvu, podlegao utjecaju komodifikacije, te ostao popularan, ali ne svakome dostupan.

3. Metodologija

Istraživanje se provodi putem internet ankete. Ispituje se studenti Sveučilišta u Zagrebu kojima se pristupa isključivo preko društvene mreže Facebook. Prije provođenja istraživanje je bilo prijavljeno Etičkom povjerenstvu na Odsjeku za sociologiju Hrvatskih studija.

3.1. Svrha i ciljevi ovoga istraživanja, te opća i specifična pitanja

Osnovni cilj ovoga istraživanja je istražiti mišljenje i stavove studenata sveučilišta u Zagrebu o komodifikaciji nekih aspekata sporta. Nečemu što nije imalo ekonomsku vrijednost sada se pridaje određena tržišna vrijednost. Tako su neki aspekti sporta poput posjećenosti i primanja sportaša dobili na svojoj tržišnoj vrijednosti. Svrha ovoga kvantitativnog istraživanja je istražiti jesu li cijene pojedinih tržišnih aspekata sporta previsoke za studente i je li one utječu na njihova mišljenja o tim sportovima. Opće istraživačko pitanje je: Utječu li tržišni aspekti sporta na mišljenje studenta o tom sportu? Opća nulta hipoteza glasi: Tržišni aspekti sporta ne utječu na mišljenja studenata o tom sportu.

Koncepti su operacionalizirani tako da su studenti *studenti* sveučilišta u Zagrebu, različitih smjerova, dobi i spola, *tržišni aspekti sporta* su svi aspekti sporta koji imaju svoju tržišnu i ekonomsku vrijednost, a *mišljenja* su stavovi i razmišljanja studenata o sportu.

Sukladno tome u radu se istražuje komodifikacija nekih aspekata sporta, popularnost sporta u Hrvatskoj, te njegov povratni utjecaj u društvu. Sociološka relevantnost teme proizlazi iz činjenice da je sport vrlo popularan u našem društvu, te s obzirom na to nameće se kao važna tema. „Znanje o sportu je ustvari znanje o društvu“ (Elias; Dunning, 1986. U: Bodin; Robène; Héas, 2007., prema: Perasović, Bartoluci, 2007.).

3.2. Opis pristupa istraživanja i metoda prikupljanja podataka, terenskog postupanja i planiranog i ostvarenog uzorka

Korištena metoda prikupljanja podataka u ovom istraživanju bila je online anketa koja se provodila putem interneta i društvene mreže Facebook. Svi podaci su prikupljeni preko različitih studentskih Facebook grupa koje variraju u svojim područjima znanosti. Upitnik se sastavljao na način da sadrži potrebna pitanja koja će najbolje odgovoriti na zadane hipoteze i na taj način skupiti podatke koji će biti relevantni za ovo istraživanje. Populacija su bili svi studenti Sveučilišta u Zagrebu. Planirani uzorak je bio 300 studenata. Do kraja prikupljanja podataka se skupilo 303 odgovora, no u ovom istraživanju se uzima 299 odgovora koji su prigodnim uzorkom ušli u istraživanje. Svi ljudi koji nisu ušli u prigodan uzorak nisu zadovoljavali glavni kriterij da su studenti na Sveučilištu u Zagrebu ili nisu ispunili cijeli upitnik.

U prvom dijelu ankete studenti su se izjašnjavali o njihovom najdražem sportu, te o cijenama raznih tržišnih aspekata sporta koji utječu na njihove moguće odlaske na sportska događanja, gdje su se studenti pomoću likertove skale od 1-5 izjašnjavali o tome koliko su te cijene prihvatljive za njih i njihove standarde.

Sljedeći, drugi set pitanja se odnosio na primanja sportaša, točnije nogometaša. Bila su im ponuđena prosječna primanja nogometaša u hrvatskoj nogometnoj ligi na mjesečnoj razini kao predstavnika domaće sportske scene. Za predstavnika svjetske sportske scene bila su im ponuđena primanja sportaša u engleskoj FA Premier ligi na tjednoj razini. Studenti su ponovno imali ponuđenu likertovu skalu od 1-5 pomoću koje su se izjasnili o prihvatljivosti cijena na domaćoj i stranoj sportskoj sceni.

U trećem setu pitanja studentima su bili ponuđeni razni sportovi na koje su imali mogućost odgovoriti koliko su za njih ti sportovi orijentirani na stjecanje novca. Također, ponuđeno im je par pitanja o orijentiranosti na stjecanje novca u sportu općenito. Likertova skala od 1-5 je korištena i u ovom setu pitanja.

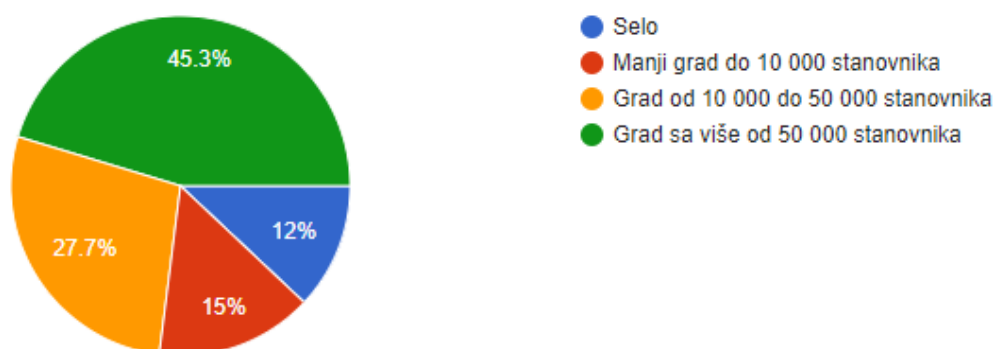
U posljednjem, četvrtom dijelu studenti su se izjašnjavali o njihovim socio-demografskim karakteristikama poput dobi, spola i fakulteta koji pohađaju.

U nastavku će biti prikazani rezultati istraživanja.

4. Rezultati istraživanja

4.1. Socio-demografske karakteristike

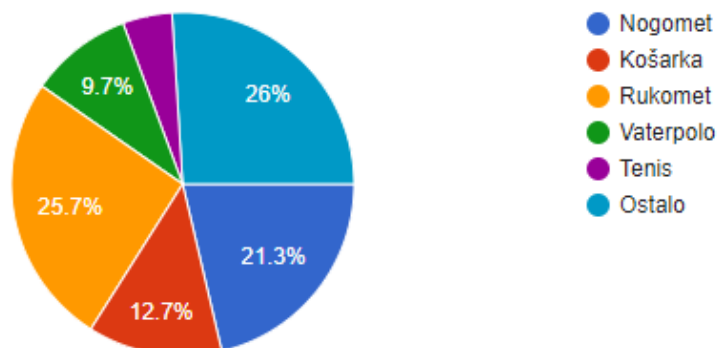
U istraživanju je sudjelovalo 297 ispitanika, od kojih su 50.3% studentice, te 49.7% studenti u dobi od 19 do 29 godina. Najviše ispitanih studenata studira na području društvenih znanosti.



Graf 1. Tip naselja u kojem su studenti živjeli do upisa na fakultet

Iz Grafa 1. je vidljivo kako je 45.3% ispitanika podrijetlom iz gradova s više od 50 000 stanovnika, dok ih najmanje dolazi sa sela, njih 12%.

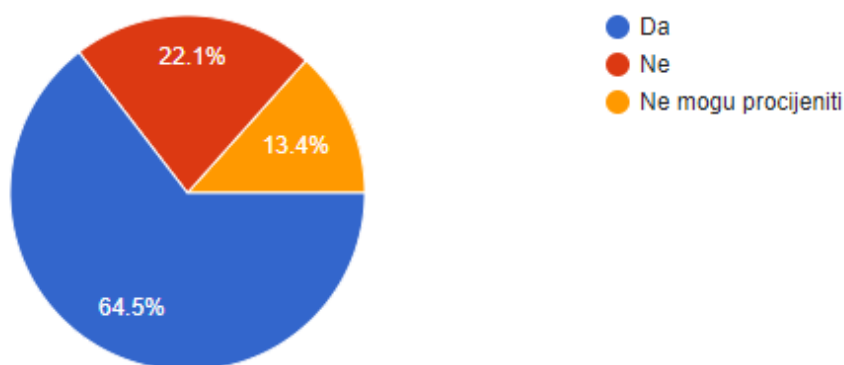
4.2. Najdraži sport



Graf 2. Najdraži sport

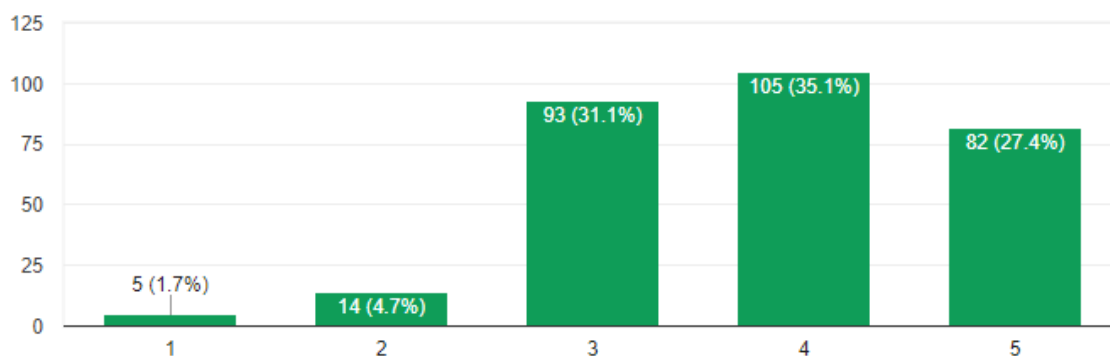
Najdraži sportovi za većinu studenata su rukomet i nogomet. S tim da je rukomet ipak u maloj prednosti, te je zastupljen s 25.7%. Zastupljeniji odgovor od rukometa je bio odgovor „ostalo“ s 26%, no taj odgovor ne predstavlja neki određeni sport već razne sportove koji nisu bili ponuđeni. Iz ovog grafa daje se zaključiti kako studenti trenutno najviše simpatiziraju rukomet. Podatak i ne čudi s obzirom da je rukomet najtrofejniji hrvatski sport (Indeks.hr, 2016), te se i veliko europsko natjecanje održalo u Hrvatskoj i Zagrebu početkom 2018. godine.

4.3. Cijene tržišnih aspekata pojedinih sportova



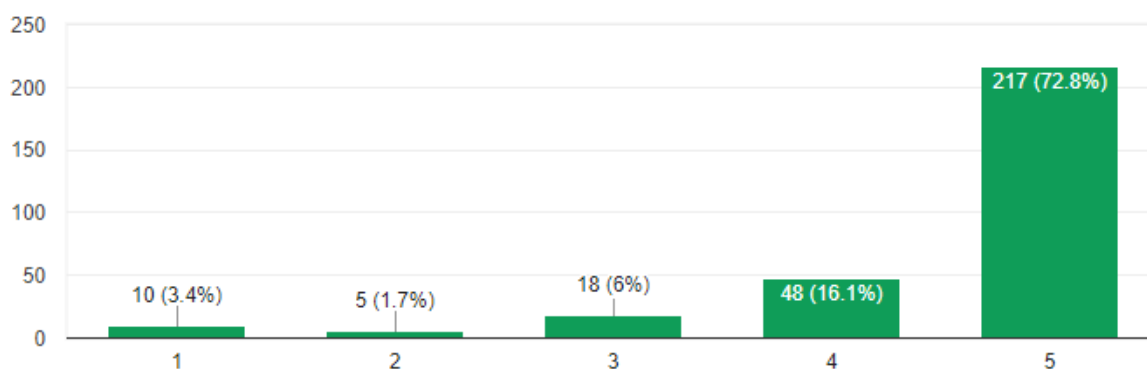
Graf 3. Utječe li cijena ulaznica na vaš odlazak na utakmicu?

Iz ovoga grafa možemo vidjeti da za više od pola ispitanika, točnije za njih 64.5%, cijena ulaznice utječe na njihov odlazak na utakmicu. To znači da studenti prepoznaju tržišni aspekt sporta kao vrlo važan aspekt, s obzirom da se pokazao kao odlučujući faktor kod odlučivanja o odlasku na neko sportsko događanje.



Graf 4. Cijene ulaznica za pojedina sportska događanja su previsoka. (1-Uopće se ne slažem, 2-Ne slažem se, 3-Niti se slažem niti se ne slažem, 4-Slažem se, 5-U potpunosti se slažem)

Čak 187 studenata od njih 299 ispitanih se ili slaže ili u potpunosti slaže da su cijene za pojedina sportska događanja previsoke. Oni zajedno čine preko 50% ispitanih studenata, dok se izrazito mali broj studenata, njih 19, ne slaže ili uopće ne slaže s ovom izjavom i smatra da cijene određenih sportskih događanja nisu previsoke.

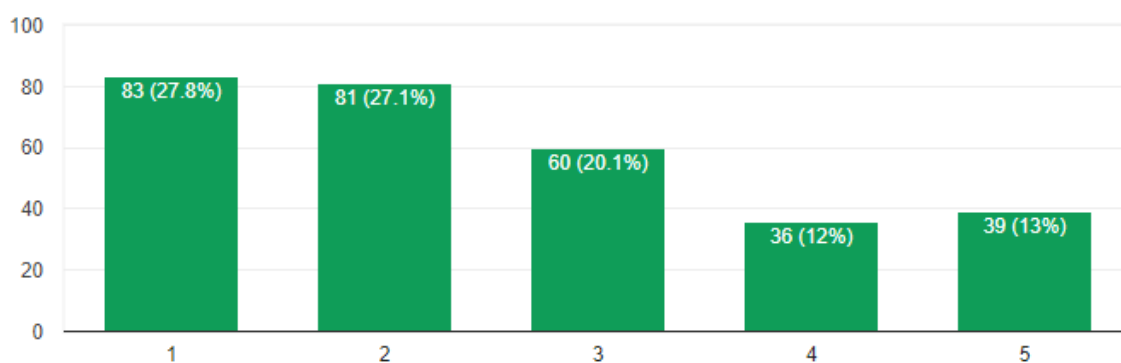


Graf 5. Minimalna cijena ulaznice od 2700\$ za Super Bowl 2017. je previsoka. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)

Osim poopćenih pitanja o tome koliko cijena ulaznice utječe na njihov odlazak na utakmicu, studenti su dobili i minimalne cijene najvećih sportskih događanja u svijetu. Predočene su minimalne cijene ulaznica za finale Superbowla 2017. godine, za finale Wimbledonu, te za finale NBA u 2017. godini. Ovdje je izdvojen odgovor studenata za finale Super Bowla 2017. Većina studenata se u potpunosti slaže da je cijena tih ulaznica apsolutno previsoka. Od tri ponudjene opcije, za Super Bowl studenti su dali najviše odgovora da se u potpunosti slažu kako je cijena apsolutno previsoka za taj događaj. Njih

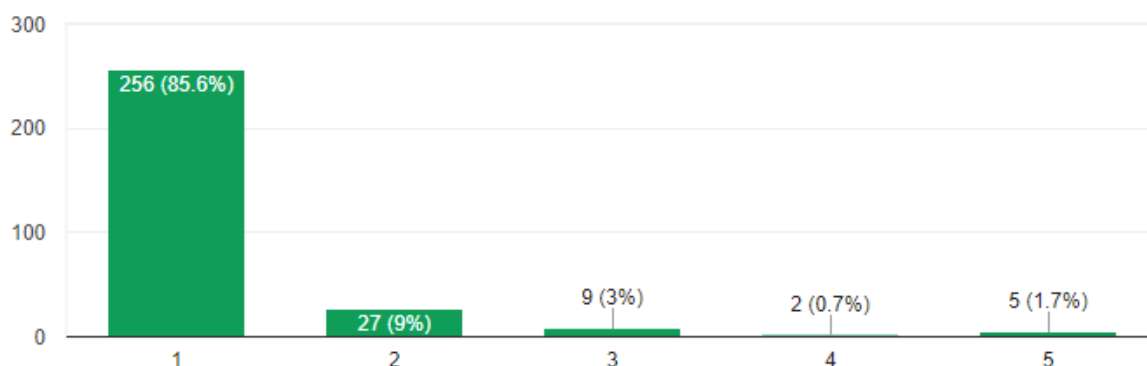
72.8% je u ovom slučaju tako odgovorilo. Za Wimbledon i NBA su imali jednak odgovor njih nešto više od 70%, no ipak malo manje od odgovora za Super Bowl. U svim opcijama izrazito neslaganje s tim da su cijene previsoke je zastupljeno s tek oko 3% odgovora u svakoj od tri ponuđena finala.

Nakon najvećih svjetskih sportskih događanja studenti su dobili situaciju u hrvatskom društvu i to na zagrebačkoj sportskoj sceni. Utakmice zagrebačkih najvećih klubova u sportovima nogometa, košarke i vaterpola.



Graf 6. Minimalna cijena ulaznice od 50 kuna za nogometnu utakmicu GNK Dinamo u sezoni 2017/2018 je previsoka. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)

Iz Grafa 6. je vidljivo da se studenti uglavnom ne slažu da je cijena od 50 kuna za nogometnu utakmicu GNK Dinamo previsoka. Dok za njih 13% ta je cijena ipak previsoka da bi izdvojili za takvu vrstu utakmice.

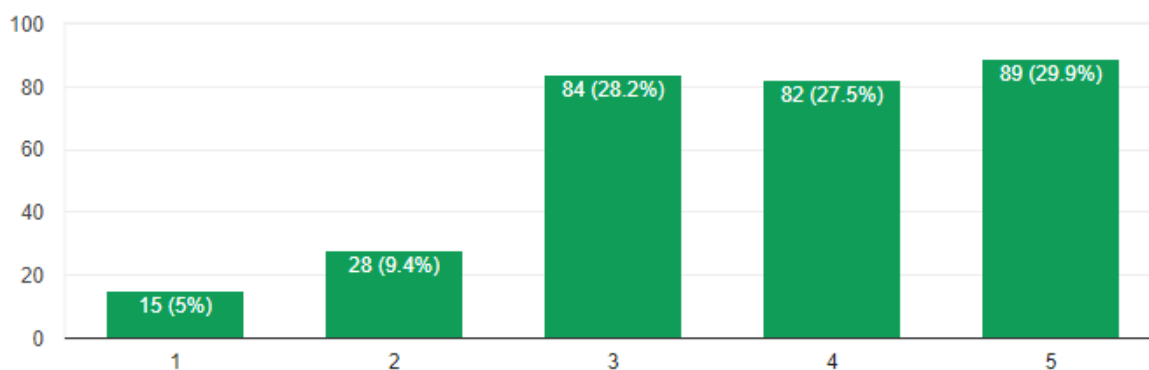


Graf 7. Minimalna cijena ulaznice od 10 kuna za košarkašku utakmicu KK Cibona u sezoni 2017/2018 je previsoka. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)

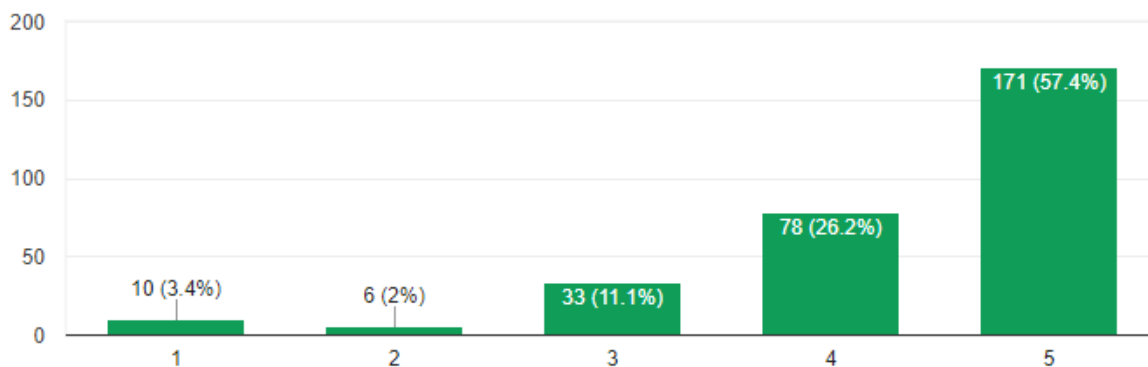
Iz Grafa 7. je vidljivo da su studenti izrazitog mišljenja da cijena Cibonine utakmice od 10 kuna nije previsoka. Preko 85% studenata se slaže s tim. Dok tek 2.4% ispitanih studenata smatra da je ta cijena ipak previsoka.

Na području vaterpola i vaterpolo utakmica HAVK Mladosti preko 60% studenata se uopće ne slaže da je cijena od 20 kuna za njihove utakmice previsoka. Dok mali postotak od 3.3% ispitanika ipak smatra da je to previsoka cijena za vaterpolo utakmicu.

Na sva neslaganja ili slaganja studenata s visinom cijena može utjecati i njihova zainteresiranost za taj sport. Stoga, svi oni koji ne vole ili ne prate vaterpolo mogu smatrati cijenu od 20 kuna previsokom.



Graf 8. Cijena majice nogometnog kluba Barcelona od 90\$ je previsoka. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)



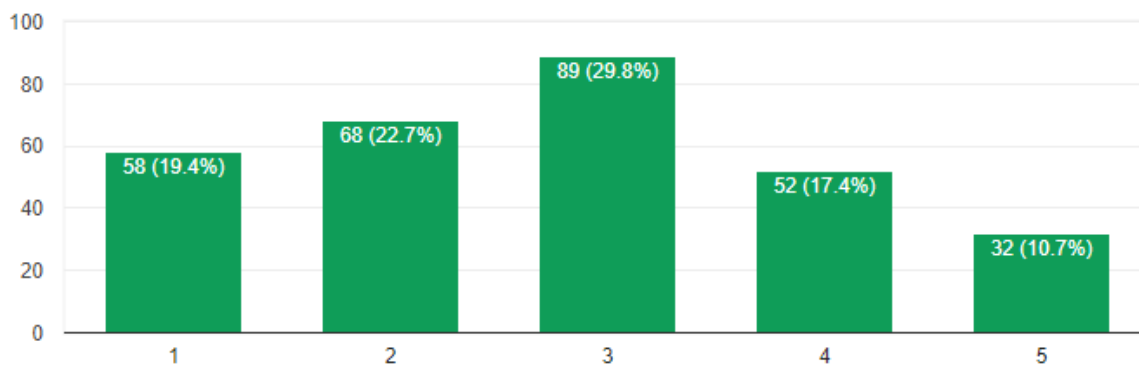
Graf 9. Cijena majice nogometnog kluba Dinamo od 549 kuna je previsoka. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)

Ispitani su i stavovi studenata o pojedinim tržišnim aspektima sporta koji su bliski aspektu ulaznica, no nisu toliko presuđujući u individualnom odlasku na bilo koji oblik sportskog događanja, odnosno utakmice. Ispitani su stavovi o cijenama sportskih dresova. Cijena

na svjetskoj razini, nogometnog kluba Barcelone, te na hrvatskoj razini. Za studente je cijena od 90\$ previsoka. Preko 50% studenata se slaže da je ta cijena previsoka za nogometni dres, dok se njih skoro 15% ne slaže sa tom tvrdnjom i smatra tu cijenu prihvatljivom. Ima dosta i neutralnih studenata, njih čak 28.2% koji smatraju da ta cijena nije ni preniska ni previsoka. Što se tiče stavova studenata o tržišnim aspektima sporta hrvatske sportske scene situacija je jako slična, no dosta izraženija. U pitanju je dres nogometnog kluba Dinamo od 549 kuna za koju čak preko 75% studenata smatra da je previsoka cijena. Tek njih nešto više od 5% smatra da je ta cijena prihvatljiva. Najveća razlika u studentskim stavovima o cijeni dresova na svjetskoj i hrvatskoj razini je u neutralnim odgovorima.

4.4. Primanja sportaša

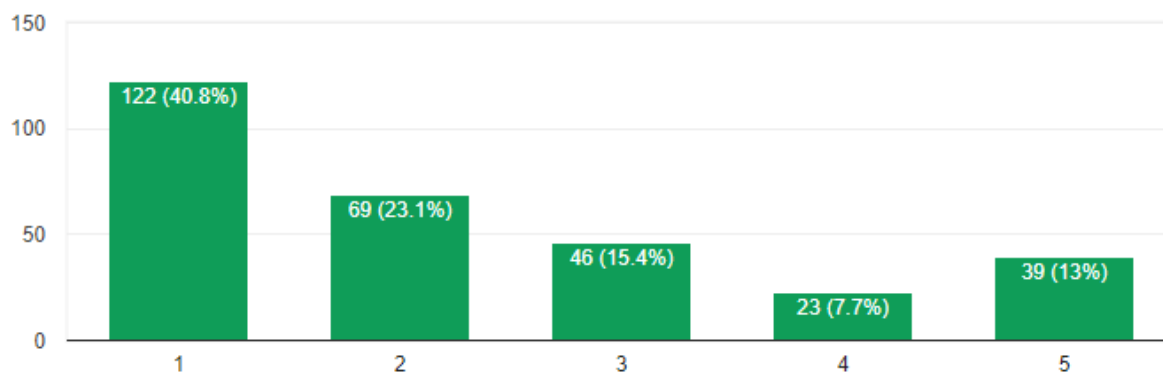
Sljedeća kategorija se odnosila na pitanja primanja sportaša. Studentima su ponedena dvije situacije, ponovno na hrvatskoj i na svjetskoj razini. Za primanja sportaša na hrvatskoj razini zastupljeni su podaci prosječnih mjesečnih primanja nogometaša u Hrvatskoj nogometnoj ligi, dok prosječna tjedna primanja nogometaša u engleskoj FA Premier ligi predstavljaju situaciju na svjetskoj razini.



Graf 10. *Prosječna primanja nogometaša na mjesečnoj razini u Hrvatskoj nogometnoj ligi od 1000\$ do 2000\$ zadovoljava težini posla kojom se ta osoba bavi? (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)*

Iz Grafa 10. možemo vidjeti da su najviše zastupljenja mišljenja koja naginju prema neutralnom odgovoru, sa skoro 30% neutralni odgovor je najzastupljeniji. Kad se pogledaju odgovori u kojima se studenti ili slažu ili ne slažu sa ovom tvrdnjom više je studenata mišljenja da je 1000\$ do 2000\$ ipak prevelika plaća s obzirom na težinu posla

koji oni obavljaju. Takav stav je zauzelo nešto više od 40% studenata. Dok oni koji smatraju da je to dostojna plaća za obavljanje njihovih poslova su zastupljeni sa 28.1%. Razlika u stavovima studenata u ovoj kategoriji na hrvatskoj razini varira, no rezultati su uglavnom dosta zastupljeni i na jednoj i na drugoj strani.



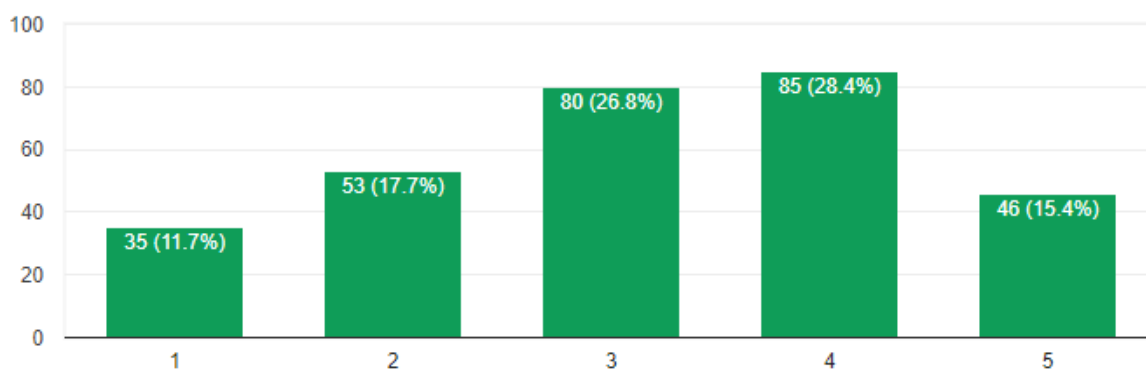
Graf 11. *Prosječna primanja nogometaša na tjednoj razini u FA Premier ligi od 50 000£ zadovoljava težini posla kojom se ta osoba bavi? (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)*

U ovom grafu možemo vidjeti ipak nešto drugačiju situaciju od one situacije na primanja sportaša na hrvatskoj razini. U ovoj kategoriji, gdje je ipak drugačija situacije nego na hrvatskoj sportskoj sceni, studenti koji smatraju da prosječna primanja nogometaša na tjednoj razini u FA Premier ligi ne zadovoljavaju težinom posla kojom se ta osoba bavi su u velikoj većini. Gotovo 64% studenata je takvog mišljenja. S druge strane, oni studenti koji smatraju da tolika primanja nogometaša ipak zadovoljavaju njihovu težinu posla su zastupljeni sa otprilike 20%. Iz Grafa 10. i Grafa 11. možemo vidjeti da studenti uglavnom smatraju da primanja sportaša ne zadovoljavaju težinu posla kojom se oni bave. Taj rezultat je izraženiji i bolje vidljiv iz Grafa 11. na situaciji van Hrvatske.

4.5. Orijentiranost na novac u pojedinom sportu

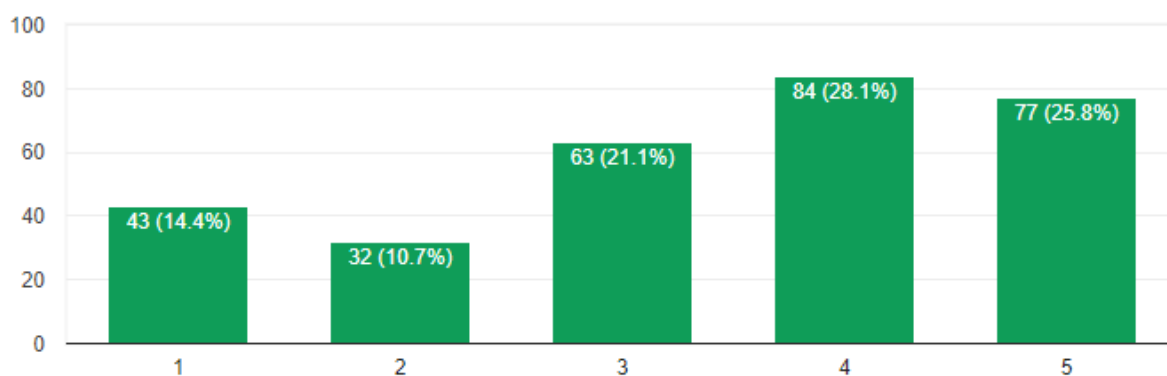
Sportovi se raznim komodifikacijama svojih aspekata orijentiraju prema stjecanju novca. Neki sportovi više, neki manje, a to ponekad može biti odbojno gledateljima koji na osnovu toga mogu odlučiti promijeniti mišljenje o tom sportu. U ovom istraživanju ispitana su mišljenja studenata o njihovom viđenju nekog sporta na način da prepoznaju

koliko je taj sport orijentiran na stjecanje novca. No, prije toga su im postavljene tvrdnje koje pobliže opisuju njihov stav prema orijentiranosti na stjecanje novca općenito



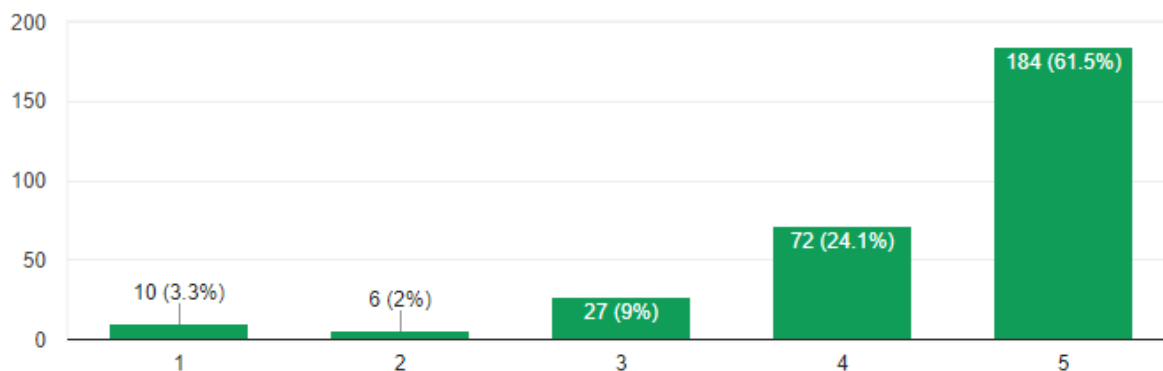
Graf 12. *Orijentiranost sporta na stjecanje novca je sastavni dio svakoga sporta. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)*

Iz Grafa 12. je vidljivo da se najviše studenta, njih 28.4%, slaže s tvrdnjom da je orijentiranost sporta na stjecanje novca sastavni dio svakoga sporta. Dok je neutralna opcija u kojoj se niti slažu niti ne slažu druga najzastupljenija, s 26.8%. Možemo zaključiti da većina studenata ipak vidi orijentaciju sporta na stjecanje novca kao sastavni dio svakoga sporta.



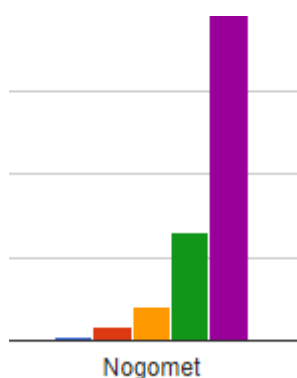
Graf 13. *Orijentiranost nekog sporta na stjecanje novca utječe na moj dojam o tom sportu. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)*

Sljedeći graf prikazuje utječe li ta spomenuta orijentiranost na stjecanje novca na njihov dojam o tom sportu. U ovom slučaju potvrdni odgovori „slažem se“ i „u potpunosti se slažem“ su najzastupljeniji i zajedno čine preko 50% odgovora.



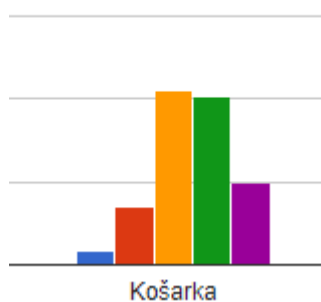
Graf 14. *Pojedini sportovi bi trebali smanjiti svoju orijentiranost na stjecanje novca. (1-Uopće se ne slažem, 5-U potpunosti se slažem)*

Iz Grafa 14. je vidljiva dominacija odgovora koji se slažu s time da bi pojedini sportovi trebali smanjiti svoju orijentiranost na stjecanje novca. Preko 85% studenata se slaže, dok se tek 5.3% studenata ne slaže sa tom tvrdnjom. Ti stavovi su upravo bili i podloga za sljedeće i posljednji set tvrdnji u kojem su studenti dobili tvrdnje o 5 sportova. Za svaki sport tvrdnja je bila o tome koliko oni smatraju da je taj određeni sport orijentiran na stjecanje novca. Studenti su ponovno od 1-Uopće se ne slažem do 5-U potpunosti se slažem.

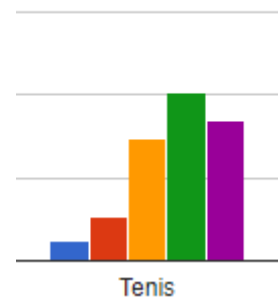


Graf 15. *Ovaj sport je previše orijentiran na stjecanje novca. (Nogomet)*

Prema mišljenju studenata velika većina smatra nogomet kao sport koji je izrazito orijentiran na stjecanje novca. Tek se mali dio studenata, gotovo nepostojeći, zalaže za tvrdnju da to nije slučaj, da nogomet kao sport nije orijantiran na stjecanje novca.

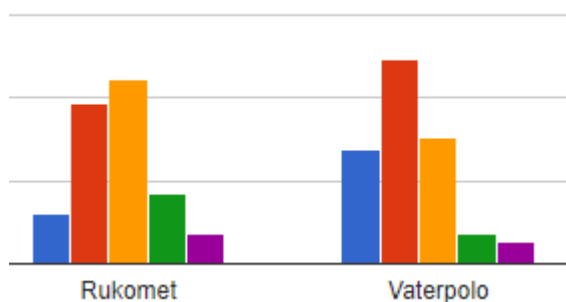


Graf 16. (Košarka)



Graf 17. (Tenis)

Sportovi košarka i tenis su se našli u sredini prema svojoj orijentiranosti prema stjecanju novca po mišljenju studenata. Rezultat nije toliko izražen koliko u nogometu, no studenti i dalje ova dva sporta svrstavaju u kategoriju sportova koji se ipak previše orijantiraju i usmjeravaju na stjecanje novca. Razlika između ova dva sporta je što kad je u pitanju košarka ima više onih koji su sa svojim odgovorom ostali neutralni. Oni koji se ne slažu s tvrdnjom orijentiranosti ova dva sporta prema novcu su u izrazitoj manjini.



Graf 18. (Rukomet) i (Vaterpolo)

Graf 18. nam prikazuje da studenti upravo sportove rukomet i vaterpolo vide kao najmanje orijentirane na stjecanje novca. Studenti koji se ne slažu s time su u manjini. Prema stavovima studenata, vaterpolo ipak prednjači u rezultatima kad je pitanje koje od ova dva sporta manje orijantiran na stjecanje novca.

5. Zaključak

Navedeni rezultati su bili i ostali anonimni i koristili su se isključivo u generalizirajuće svrhe ovoga istraživanja. Cilj je bio istražiti stavove studenata svučilišta u Zagrebu o nekim aspektima sporta, te stavove o pojedinim sportovima i sportu općenito.

Popularnost sporta je pokazala da utječe na studente i njihove živote. Cijene ulaznica su se pokazale kao ključan faktor u odlasku studenata na sportska događanja. Rezultati su dali i odgovor na stavove studenata o cijenama najvećih sportskih događanja u svijetu, ali i o cijenama sportskih događanja u Zagrebu, odnosno na domaćoj, hrvatskoj, sportskoj sceni. Prema mišljenju studenata cijene najvećih sportskih događanja u svijetu, poput finala Wimbledona, Super Bowla i NBA su previsoke cijene, dok cijene sportskih događanja u Hrvatskoj su za njih uglavnom prihvatljive. Također, studenti u sličnom smjeru razmišljaju kada su u pitanju neki drugi tržišni aspekti sporta, poput nogometnih dresova za koje studenti većinom smatraju preskupima.

Primanja sportaša za studente su se pokazale previsokima s obzirom na težinu posla koju oni obavljaju. Stavovi o previsokim primanjima sportaša kod studenata su izraženiji na stranoj sportskoj sceni nego što je to na hrvatskoj sportskoj sceni.

Kada su u pitanju konkretni sportovi i njihova orijentiranost na novac studenti vide nogomet kao najviše orijentiran na stjecanje novca i samim time kao sport koji se najviše komodificirao. S druge strane vide rukomet i vaterpolo kao sportove koji su najmanje orijentirani na stjecanje novca. Studenti većinom smatraju da je ta orijentiranost na stjecanje novca sastavni dio svakoga sporta i da bi sportovi ujedno tu vrstu orijentiranosti trebali smanjiti. Također, pokazalo se da razina orijentiranosti sporta na novac utječe na njih i njihove stavove o tom određenom sportu.

Sport se pokazao popularnim u hrvatskom društvu. Konkretno od uzorka od 299 ljudi najpopularniji sport je za većinu bio rukomet. Popularnost rukometa ne čudi s obzirom na rukometnu tradiciju u Hrvatskoj. Sportski aspekti pokazali su se važnima, neki čak i ključnima, u životu studenata, poput ulaznica koje su glavni faktor koji odlučuje o njihovom prisustvovanju sportskim događanjima. Također, možemo zaključiti da studenti smatraju da su se pojedini aspekti sporta komodificirali, ali i da se samim time komodificirao i sport u cjelini. I dalje postoji jasna razlika između sportova koji su se

komodificirali više od onih koji su se komodificirali manje, no to i dalje ne remeti smatranja studenata da su se uglavnom svi sportovi komodificirali.

Literatura:

1. Perasović, B., Bartoluci, S. (2007.) "Sociologija sporta u hrvatskom kontekstu", *Sociologija i prostor*, Vol. 45, 175 (1): 105-119.
2. Simmel, G. (2004). *Filozofija novca*, prev. O. Kostrešević, Novi Sad: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića Sremski Karlovci
3. Struna - Hrvatsko strukovno nazivlje. Dostupno na: <http://struna.ihjj.hr/naziv/komodifikacija/25312/> , zadnji pristup 30. travanj 2018.
4. Hrvatska na olimpijskim igrama. Dostupno na: https://hr.wikipedia.org/wiki/Hrvatska_na_Olimpijskim_igramama , zadnji pristup 30. travanj 2018.
5. Wikipedija, *Gladijatori*. Dostupno na: <https://hr.wikipedia.org/wiki/Gladijatori> , zadnji pristup 30. travanj 2018.
6. Ancient History Encyclopedia, *Roman Gladiator*. Dostupno na: <https://www.ancient.eu/gladiator/> , zadnji pristup 30. travanj 2018.
7. ThoughtCo,(2018.), Humanity, History and Culture, *The History of Sports From Ancient Times to Modern Day*. Dostupno na: <https://www.thoughtco.com/history-of-sports-1992447> , zadnji pristup 30. travanj 2018.
8. Sportske.net (2012.) *Počeci – Antička Grčka*. Dostupno na: <https://www.sportske.net/olimpijada/1-poceci-anticka-grcka.html> , zadnji pristup 1. svibanj 2018.
9. Leksikografski zavod Miroslava Krlež, *Šport. Povijest*. Dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=59859> , zadnji pristup 1. svibanj 2018.
10. <https://www.etymonline.com/word/sport> , zadnji pristup 1. svibanj 2018.
11. olympic.org, *A Spectator's Guide to the Ancient Olympic Games*. Dostupno na: <https://www.olympic.org/ancient-olympic-games/spectators> , zadnji pristup 2. svibanj 2018.
12. perseus.tufts.edu, *Spectators at the Games*. Dostupno na: <http://www.perseus.tufts.edu/Olympics/specs.html> , zadnji pristup 2. svibanj 2015.
13. Forbes, Sports Money, *2018 Super Bowl Tickets: Last Minute Look At Average Price, Most Expensive seat, Get-In Cost And More*. Dostupno na: <https://www.forbes.com/sites/alexkay/2018/02/03/2018-super-bowl-tickets-last-minute-look-at-average-price-most-expensive-seat-get-in-cost-more/#294a4099c145>, zadnji pristup 3. svibanj 2018.
14. Wikipedia, The Free Encyclopedia, *History of Sport*. Dostupno na: https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_sport , zadnji pristup 4. svibanj 2018.
15. Hrvatska.eu, *Zemlja i ljudi; Društvo i način života; Sport*. Dostupno na: <http://croatia.eu/article.php?id=51&lang=1>, zadnji pristup 4. svibanj 2018.
16. Jurišić, B., Korać, B. (2012.). Hrvatske olimpijske medalje. Dostupno na: <https://sportnet.rtl.hr/vijesti/443953/ostali-sportovi-olimpijske-igre/hrvatske-olimpijske-medalje/>, zadnji pristup 30. travanj 2018.

17. eduvizija.hr, *Povijest sporta*. Dostupno na:
<http://www.eduvizija.hr/portal/sadrzaj/povijest-sporta>, zadnji pristup 30. travanj 2018.
18. The British Museum, *The Olympic Game sin Ancient Greece*. Dostupno na:
https://www.britishmuseum.org/PDF/british_museum_olympic_games.pdf, zadnji pristup 4. svibanj 2018.
19. Ancient Civilizations, Ancient Rome, *6e. Gladiators, Chariots and the Roman Games*. Dostupno na: <http://www.ushistory.org/civ/6e.asp>, zadnji pristup 4. svibanj 2018.
20. Wimbledon (2018.) *Prices and Essential Information*. Dostupno na:
http://www.wimbledon.com/en_GB/tickets/tickets_what_you_need_to_know.html, zadnji pristup 3. svibanj 2018.