



Alfa BK univerzitet  
Fakultet za menadžment u sportu



naučni časopis iz oblasti menadžmenta u sportu

## Menadžment u sportu

Scientific Journal in the Field of Management in Sport

## Management In Sport

Menadžment u sportu - Management In Sport



ALFA BK UNIVERZITET  
Fakultet za menadžment u sportu

Vol. 7, No. 1, 2016 ISSN 2217-2343

**MENADŽMENT U SPORTU**

Naučni časopis iz oblasti menadžmenta u sportu

**Vol. 7 – 2016**

**MANAGEMENT IN SPORT**

Scientific Journal in the Field of Management in Sport

**Vol. 7 – 2016**

ISSN 2217-2343

**Uređivački odbor / Editorial Board**

Dragan Životić, Srbija  
Bojanka Peneva, Bugarska  
Milan Čoh, Slovenija  
Rado Pišot, Slovenija  
Gino Strezovski, Makedonija  
Žarko Kostovski, Makedonija  
Izet Rađo, Bosna i Hercegovina  
Damir Ahmić, Bosna i Hercegovina  
Sergey Tabakov, Rusija  
Nicolae Ochiana, Rumunija  
Georgios Fragkiadakis, Grčka  
Nickos Aggelioussis, Grčka  
Duško Bjelica, Crna Gora  
Zoran Milošević, Srbija  
Đorđe Stefanović, Srbija  
Larisa Jovanović, Srbija  
Predrag Nemeć, Srbija  
Nenad Živanović, Srbija  
Vladan Vukašinović, Srbija  
Zvezdan Savić, Srbija

**Odgovorni urednik/ Editor in Chief**

Violeta Šiljak

**Mladi urednik/ Assistant editor**

Ivana Parčina

**Pripema štampe i korica/Typesetting and Cover design**

Vladimir Šašo

**Izdavač/ Published by**

Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK univerzitet, Beograd, Palmira Toljatija 3

**Za izdavača/ For Publisher**

Dragan Životić, dekan Fakulteta za menadžment u sportu, Alfa BK univerzitet

**Štampa/ Print**

RIS Studio Beograd

**Tiraž/ Copies**

100 primeraka



Fakultet za menadžment u sportu  
Alfa BK Univerzitet

**ALFA BK UNIVERZITET**  
**Fakultet za menadžment u sportu**

**MENADŽMENT U SPORTU**

Naučni časopis iz oblasti menadžmenta u sportu

**MANAGEMENT IN SPORT**

Scientific Journal in the Field of Management in Sport

**U Beogradu, 2016. godine**



## **REČ UREDNIKA**

*Poštovani,*

*Pred Vama je časopis „Menadžment u sportu“ – naučni časopis iz oblasti menadžmenta u sportu. Izdavač časopisa je Fakultet za menadžment u sportu Alfa BK univerziteta u Beogradu. Časopis je veoma značajan izvor novih naučnih i stručnih informacija, obzirom da je jedini ovakve vrste u regionu. U časopisu se publikuju radovi iz oblasti menadžmenta u sportu, fizičkog vaspitanja i sporta i dodirnih bio - medicinskih, humanističkih, društvenih i prirodnih nauka, sa neobjavljenim rezultatima naučnih istraživanja i novim empirijskim iskustvima.*

*Časopis objavljuje članke, polemike, osvrte, prikaze knjiga, tematske bibliografije, patente, izveštaje i vesti o naučnim i stručnim skupovima i slične dokumente značajne za oblast fizičkog vaspitanja i sporta.*

*Redakcija časopisa predano radi na podizanju ugleda i nivoa značajnosti časopisa. Časopis izlazi jednom godišnje sa radovima koji se objavljuju na srpskom i engleskom jeziku.*

*Pozivamo sve zainteresovane istraživače u oblasti menadžmenta u sportu i iz drugih srodnih oblasti povezanih sa sportom da svojim naučnim i stručnim radovima daju doprinos razvoju časopisa.*



*Violeta Šiljak, odgovorni urednik*

## **A WORD FROM THE EDITOR**

*Dear Sirs,*

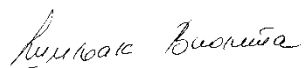
*In front of You is a journal "Management in Sport" - a scientific journal in the field of management in sport. Publisher is the Faculty of Sport Alfa BK University in Belgrade. The journal is an important source of new scientific and technical information, as the only of its kind in the region.*

*The journal „Management in sport” publishes papers from the field of management in sport, physical education and sport and related biomedical, humanistic, social and natural sciences with non published results of scientific researches and new empiric experiences.*

*The Journal publishes articles, polemics, reviews, surveys, thematic bibliographies, patents, reports and news on scientific and professionals meetings as well as similar documents vital for the field of physical education and sport.*

*The editorial board of the journal is committed to upholding the reputation and the level of significance of the magazine. The journal is published annually with the works to be published in Serbian and English.*

*We invite all interested researchers in the field of management in sport and other related fields associated with the sport to its scientific and technical projects contribute to the development of the magazine.*



*Violeta Šiljak, Editor-in-Chief*

## SADRŽAJ

<b>Jelena Arsić</b> Sports sponsorship in the function of marketing and brand building .....	8
<b>Vladimir Dragičević</b> Interakcija olimpijskih igara i turizma .....	21
<b>Jovin Nemanja, Rajković Luka</b> Huliganizam u sportu u Srbiji i regionu .....	35
<b>Nermin Mulaosmanović, Damir Ahmić, Adem Preljević</b> Self-concept of athletes .....	43
<b>Predrag Nemeć, Vesna Nemeć, Goran Brezić, Katarina Nejić</b> Body height as the dominant factor in modern volleyball game .....	54
<b>Filip Smiljanić</b> Uticaj politike na formiranje i rad sportskog društva Radnički .....	62
<b>Luka Šiljak</b> Menadžment bezbednosti u Formuli 1 .....	73
<b>Ana Vidojević, Ivana Parčina, Violeta Šiljak</b> Teamwork as a factor of success on the women's senior basketball team of Serbia .....	87
<b>Uputstvo za autore</b> .....	99
<b>Instruction for Authors</b> .....	101





## **SPORTS SPONSORSHIP IN THE FUNCTION OF MARKETING AND BRAND BUILDING**

**Jelena Arsić**

Faculty of Management in Sport, Alfa BK University

### **Abstract**

The link between sports industry and marketing is inevitable. Athletes and companies that have activities related to sports and achieve top results on the sports field, must have an image that attracts the public. It is the image that is the foundation of business success. In other words, any significant sport result could be financially evaluated. The more the athlete is successful, the more the marketing is demanding.

In economic terms, sport has become a respected promotional channel of big companies, at the same time. Sports sponsorship is a marketing tool that is frequently used by companies to reach a wide audience on a global basis so as to be placed higher than their competitors, to create awareness as well as make a higher profit margin. Nowadays, the value of marketing - business investment is measured in thousands of billions of dollars.

The objective of this paper is to explain the importance of the connection between sports and the athletes in advertising, also their maximum utilization for the purpose of presenting the certain products, as well as athlete's personal name and work itself, for the purpose of obtaining large financial gains.

**Keywords:** sponsorship, sports marketing, brand, sports industry

### **Introduction**

Sport is the most popular activity on the Earth, today. Over the last few decades, sport has evolved from relaxing activities, entertainment and mass amateurism into a complex industry. By definition, the sports industry is an economic area in which it is performed concentration of capital and human resources in order to achieve productive mission.

Athletes sell their work as sporting goods (sports scores). Customers, club owners, the state and the public, logically pay for it. Customers are offered products intended for sports, recreation and leisure in mind: things, goods, services, people, destinations and ideas.

Sports industry is a market where there is the exchange of products and services from internal to external environment and where two functions are equally realized:

- Sports - competitive, because the athletes are required to get better results everyday
- Business - managerial, including management, marketing, PR, financial and human resource activities. They are necessary for sports organizations to generate profits

Sports industry today is a serious business, which consists of:

- Sports manufacturers (athletes, coaches, managers, sports organizations, the organizers of sport events)
- Sports consumers (sports companies and other sports public)
- Sports products (achieved results of athletes and coaches, as well as the results of other sports manufacturer).

### **Sports marketing**

Sports industry can be divided in several ways. The most common is the one that divides the sports marketing into two categories:

- Marketing of Sports (sports marketing and equipment)
- Marketing with Sport (promotion of non-sports products combined with sports events and athletes used to promote sports and non-sporting goods).

Shortly speaking, sport marketing is the process of linking sports offerings and sports demands, the actors of sports activities and the audience.

The link between sports industry and marketing is inevitable. Athletes and companies that have activities related to sports and achieve top results on the sports field, must have an image that attracts the public. It is the image that is the foundation of business success. In other words, any significant sport

result could be financially evaluated. The more successful the athlete, the more the marketing is demanding.

Athletes and companies that have activities related to sports and achieve top results in the field of sports, must have an image that attracts the public. It is the image itself that is the foundation of business success. In other words, any significant sports result can be financially evaluated.

### **Sponsorship in sport**

For many years sponsorship and sports marketing have been in existence and have now been greatly improved upon. A couple of years ago, sponsorship could be regarded as more charitable or philanthropic, but in recent years, that has significantly changed. Hardy, Mullin and Sutton (2007, p. 315) define the term of sponsorship as “the acquisition of rights to affiliate or directly associate with a product or event for the purpose of deriving benefits related to that affiliation or association. The sponsor then uses this relationship to achieve its promotional objectives or to facilitate and support its broader marketing objectives“.

Skinner and Rukavina (2002) point out that the Olympics held in Los Angeles was a rapid market’s expansion for sponsorship deals. The event’s organizers were able to raise over \$400 million worth of sponsorship deal which opened the doors for other Olympics as well as the other big events, such as the FIFA World Cup. In recent times, many new opportunities have opened up for companies to compete with one another in creating sponsorship deals that is both favourable to them as well as the sporting entities they get involved with.

Nowadays, many companies are fully aware of the fact that they need their customers to stay in business and many of them know the high significance which marketing plays in making them compete successfully amongst their competitors. Companies need to satisfy their customers by creatively managing their marketing mix in order to have a competitive advantage over others (Jobber 2007, pp. 793-794).

Promotion is the way for the company to communicate with their target audiences through mass communication (Jobber 2007, p. 21). Promotion, however, includes much more than the traditional forms of advertising. It involves all forms of communication to consumers. For many organizations, sports are quickly becoming a rather effective and efficient way to communicate with both current and potential target markets (Shank 2009, p. 263).

Renowned authors in the field of marketing and sports have all given different notions to the definition of sponsorship. ESA defines sponsorship using the ICC Code of Sponsorship definition as “any commercial agreement by which a sponsor, for the mutual benefit of the sponsor and sponsored party, contractually provides financing or other support in order to establish an association between the sponsor’s image, brands or products and a sponsorship property in return for rights to promote this association and/or for the granting of certain agreed direct or indirect benefits” .

Lagae defines sponsorship as “a business agreement between two parties. The sponsor provides money, goods, services or know-how. In exchange, the sponsored party (individual, event or organisation) offers rights and associations that the sponsor utilizes commercially” (Lagae 2005, p. 35).

Shank regards it as “investing in a sports entity (athlete, league, team or event) to support the overall organisational objectives, marketing and promotional strategies” (Shank 2009, p. 324).

Despite the fact that different authors gave different definitions, majority of them have some similarities and majority of them lay emphasis on the relationship advantage between an organisation and the sponsored object that sponsorship offers.

Sports sponsorship is one of the most efficient and economical ways to promote brands and products through an emotional environment. Sports promotion helps in finding the right “fit” for brands to reach their respective target market and overall objectives. Sponsors gain high visibility and a fully-comprehensive platform for brand building and campaigning.

## **Brand in sport**

The brand is a market term which has its own value and identity. It is the unique market code helping business, company, institution or product to be more recognized. Brand must be more than just a name and basic characteristics of the identity. Brand has to motivate, promotes action, causes emotions, associations and creates trust.

Brand Management includes a set of activities relating to the design and brand positioning, brand management through all phases of its life cycle and measuring its real value. The aim is to create the perception in the minds of consumers that at the whole market there is no product as that exact brand, that it is one of the kind and should be remembered as something completely new and unique.

It is believed that today the most important functions of marketing is just the brand building. Scott Bredbury provides a definition of branding as "Branding is when you improve and refine something very ordinary so that it becomes more valuable and meaningful."

Endorsement is one of the most popular forms of advertising in sports and very often we have the possibility in certain commercials that involve sports or do not have anything to do with sports at all to see an athlete as a star of certain advertising campaigns.

Therefore, athlete's career extends beyond the boundaries of sport and on; his name and everything that his name represents in the industry of modern sport is slowly turning into a brand that has a certain price at the market.

### **Promotion of products and services by the athletes**

The advertising of products and services by athletes (Celebrity Endorsement) McCracken defined as an individual who enjoys public recognition in the name of consumer goods, appearing with it in the commercial. On the other hand, Brooks points out that a renowned athlete who advertises the product, uses his fame to help the company to sell or promote the company's image, product or brand.

This type of advertising takes one or a combination of the four styles of advertising products. McCracken called them:

- Explicit model (I guarantee for this product)
- The implicit model (I use this product)
- Imperative model (You should only use this product)
- Co-promotional model (Athletes only make public appearances using the product)

Since advertising is invented, promoters have used popular athletes to advertise products. It is about the connection of products with well-known athletes that leads to an improvement of the positive attitude of the consumers.

The most successful advertising is the one that makes the minds of consumers realize direct associations between the celebrity and the product. Athlete's natural attraction is insufficient, because the expertise of the person who advertises the product is more significant than physical attractiveness, where it is the impact on the attitude toward advertising brands.

Managers and researchers are defining the criteria for the selection of the famous personality to advertise certain products. Screening changes depending on how celebrity will be used in promotion, whether he or she will be the central figure or will serve just to increase interest.

Erdogan and Baker represent a long list of selection criteria, including:

- The athlete has to match the advertising idea
- The celebrity has to fit the target market
- Value of the celebrity
- Harmonization and possible connection of the celebrity and the product
- The popularity of the celebrity
- Availability of celebrities
- Physical attractiveness of the celebrity
- Credibility
- Earlier participation in advertising
- Availability of celebrities at that moment
- If the celebrity uses certain brand.

In addition, it is necessary to consider the extent to which there is harmony between sports, athletes and products, as a first step in selecting the best athletes to advertise a specific product.

Any well-established and well-known individual can be seen as a separate brand. By building your name and reputation, every individual, consciously or unconsciously, builds out his own brand.

### **Personal branding**

A person who manages to upgrade his/her competence in a particular field of social action through adequate communication and valorize it financially, can become a brand.

There are many examples of the world famous athletes who have managed to commercialize their popularity and success. Once David Beckham, Michael

Schumacher, Tiger Woods, Michael Jordan; nowadays LeBron James, Novak Djokovic, Usain Bolt ...

A few good matches in the jersey of Manchester United, the recognizable free kicks style and a marriage to a famous pop star, made Beckham become interesting for those sponsors who have invested in the sports market but also for those who have nothing to do with sports.

Due to a conflict with the manager of Manchester's, Beckham moved to Real Madrid for a record transfer fee of 105 million euros, making it one of the best paid players in Spain and acquired the status of a real star. Much has been speculated that the club is not hired him because of his gaming skills, but for the millions of dollars that he had in sponsorship contracts.

Back then Beckham had a contract with Adidas, while Real has with Nike, and people from Real Madrid consider this as an advantage to improve its position at the market of Asia, where Beckham was extremely popular. Props club with his name, were an important source of income for Real during that period of time.

Many companies saw Beckham as a growing brand, and made the sponsorship and advertising contracts with him. Among others: Vodafone, Adidas, Gillette, Police, Pepsi, IBM, Calvin Klein, Marks & Spencer. Analysts have estimated that Beckham earned over 200 million pounds of his brand at that time.

Beckham is an athlete who advertises products not only because of his football talent, but because of his "un sports feature": good looks, style, charisma and way of life.

There are so many younger and still sport active athletes who have millions in sponsorship and advertising contracts, but somehow the name of David Beckham is still globally recognizable, perhaps the best example, for the following reason: Although he is not the best athlete of all time, not the best football player ever, not even the best free kicker, there is one thing that he is definitely the best in - in his own branding. He signed his great professional football contracts because of his huge marketing potential, not on the sports talent and results.

### **Corporate - personal Co-Brand**

This is a situation in which the company uses the services of well-known personalities in the long term for their promotional activities. The most famous co-brand in the history of sport and the sports industry in general, is certainly the cooperation agreement between Nike and Michael Jordan's.



This story begins in the year of 1984, at the time when the NBA courts were ruled by Converse, promoted by the biggest stars of basketball back then, Ervin "Magic" Johnson, Larry Bird, Isiah Thomas and others. Nike company also wanted to be a part of the NBA.

Sonny Vaccaro was a manager by Nike who had a job to find a basketball player who will help the company in the basic idea of designing sneakers that will bear the name and signature of the player. By designing and producing shoes for a particular basketball player, naming it by his name and promoting it by that player, Nike hoped that increasing of the popularity of the selected player would cause the growth of sales.

For Nike's advertisement, Vaccaro wanted shooting guard or small forward, due to the assumption that the players of street basketball and the kids would find easier to identify with him because of the style of the game; he wanted someone who brings the ball down the court, someone who does dribbling and passes, who is able to shoot from a distance and above all – someone who knows to dunk. Dunk makes the top of the popularity of the NBA basketball.

Vaccaro had noticed Jordan for the first time in 1982, when he scored the winning shot as a freshman for the team of Tar Heels against the Georgetown Hoyas in the NCAA championship. Two years later, Jordan left College, unanimously considered the best college player. Vaccaro wanted to meet the young Jordan.

The story of Nike was launched in November 1983, when potentially interesting players were identified. The most interesting were, however, Charles Barkley and Hakeem Olajuwon. It was a very good generation of basketball players back then. Jordan was elected as the third pick in the draft by the team of Chicago Bulls. During the first interview, it turned out that Jordan had never seen or even played in Nike's sneakers.

Jordan was explained the plan about the subject of the creation and promotion of the sneakers with signature of a new brand called "Air Jordan". It was the first official meeting and it was agreed that Jordan visits the company Nike in Oregon, where the deal will be resumed.

The Nike company had not been even close to this great company that is today. The owner, Phil Knight, did not have anything special to show to Jordan. There were no factories, Nike City didn't exist. Nike did not even have its own building, but was housed in a couple of rented containers that were converted into offices.

During one of the meetings Jordan was shown the logo of the new Air Jordan Brand, a pair of outstretched wings, similar to what pilots wear and prototype shoes. Jordan's excitement was far from expected.

Vaccaro has assured the officials of Nike that Jordan is exactly what they need. Basically a great player, with a dose of "street basketball" in his game, a player who's style can easily be copied by the kids, polished and with good verbal skills, a player in the league dominated by blacks, and again in the community dominated by whites, absolutely the perfect choice. It was a risk that the Vaccaro was ready to take over, he even accepted the bet in his business position.

Then he exposed the plan of co brand and splitting the profit with the player. At the same time, Adidas also presented its offer, worth \$ 500,000. Nike has offered 250,000 dollars and a share of sales of shoes. Jordan's manager, Falk, demanded 500,000 dollars and a percentage of sales. In the end they reached agreement for the amount of 500,000 and a smaller percentage of sales of shoes. In the long term, Jordan lost a lot of money in due to demands for higher fixed part. This, however, was the first agreement of the division of property rights over the shoes.

Jordan's popularity began to grow rapidly in 1986, during his second season for the Chicago Bulls's, when during the play off final game against the Boston Celtics Jordan scored 63 points. Soon, his popularity, and thus the sale of common brand has reached such proportions that caused euphoria in the Nike company. Jack Joyce, responsible for production, suggesting that all products should be colored in red-black, even jokingly said they should paint bricks in red-black color and sell them.

Two years later, Nike's sales reached \$ 1 billion, and the company moved up to the first place in the industry. In 1997, sales of the Nike company in the world has reached 9.1 billion dollars. More than 1000% increase in sales in comparison to 1987 (when it stood at 887 million dollars). In 1998 sales amounted to 9.89 billion dollars and it represents a record in the industry.

Michael Jordan had a contract with Nike during the period of four years for the promotion of sports equipment, worth over \$ 80 million. The company paid Jordan far more than for example all the workers in Malaysia in 2002. The most famous model launched by the Nike "Air Jordan 17", was packed in a metal briefcase and it cost \$ 200.

The success of Nike was explained the representatives of the press, when they said that there was no marketing philosophy rather than just focusing on a few passions of young men- music, technology, sport and entertainment.

Michael Jordan shoes have become the best-selling in the history of the company. They were so popular that since 1988, the company was forced to do promoting of new models on Saturdays, because the children who wanted to see and buy them were running away from school, waiting in lines in front of the stores. Each subsequent model sneakers increased in sales of the previous model and was admired for the promotion and for its technological innovation.

Meanwhile, Jordan won five NBA-MVP awards, six NBA championships with the Chicago Bulls and has become the best basketball player of all time. In his career, Jordan set the incredible standards. During the highlight of his career, his annual income was 16 million from Nike, mil.5 from Gatorade, 5 million of the Bijan Cologne, 4 million of MCI, 2 million of Ray-o-vac, 2 million from Hanes, 2 million of Ball Park Franks, 2 million of Wheaties, 2 million of Wilson, 2 million of Oakley, 1 million dollars from AMF Bowling 1 million from CBS Sportline, 1 million dollars from the Chicagoland Chevrolet ...

After Jordan definitive withdrawal from the court, he remained the world's most popular athlete.

This inspiring story is a challenge for all companies dealing with these and similar jobs. The search for the proper athlete is always in the first place.

Finally, the Nike company and Michael Jordan develop two brands at the same time. Nike brand, which is from year to year more and more profitable and Jordan brand, which initially consisted of only one product, but today of the entire range of different sports products.

Jordan officially ended his career in 2003, in his forties. The brand that is built up with Nike is still popular, and on an annual basis Jordan earns more from his brand than during his entire sports career in the NBA.

### **The most valuable company brands in sport industry today**

#### 1. Nike

Brand Value: \$15,000,000,000

Beginning in 2012 Nike, which has an industry-leading 38% share of the branded footwear market, will replace Reebok as the NFL's licensed-apparel maker in a five-year deal.

## 2. ESPN

Brand Value: \$11,500,000,000

ESPN generated over \$4 billion of operating income (earnings before interest, taxes, depreciation and amortization) in 2010 as its average monthly fee-per-subscriber has grown almost 40% over the last 4 years and is now \$4.08, the highest across all U.S. basic cable channels.

## 3. Adidas

Brand Value: \$5,000,000,000

In 2010, Adidas equipped more than 200 players and 12 teams as the official sponsor of the FIFA World Cup in South Africa, an event with a cumulative television audience of 26 billion.

## 4. Sky Sports

Brand Value: \$3,000,000,000

Added live broadcast rights earlier this year to all Formula 1 racing from 2012 to 2018 in the United Kingdom and Ireland to its heavy arsenal of sports programming. Its German paid-TV subsidiary is making its programs available on mobile phones and laptop computers in a bid to add subscribers in Europe's biggest TV market.

## 5. Gatorade

Brand Value: \$2,500,000,000

Gatorade's sports drink sales volumes were up 15% in 2010 thanks to new its G Series, but competition from rivals like Powerade has eroded market share to 71% of the \$6.7-billion sports-drink category from over 80% five years ago and increased marketing spending has eroded profitability.

## 6. Reebok

Brand Value: \$1,500,000,000

Reebok's brand is down \$500 million from 2010 as the company now has only a 1.6% share of the \$2.4 billion U.S. basketball sneaker market versus 93% for Nike.

## **Conclusion**

In economic terms, sport is becoming well respected promotional channel of large companies.

Professional athletes are celebrities, the most common role models for the youths, and therefore suitable to be "employed" as the promoters of the large companies that are interested in added their "big name" along with their products or services.

In the modern sports industry, there are an increasing number of athletes who are earning enormous sums of money, thanks to the great public interest for the sport. But for only few of them we can say that they managed to build up the brand. Certain sports skills and human characteristics are required for the athletes to build up the brand out of his name, or become part of a big brand that has a price at the market.

A strong brand is the one who takes care of himself, an individual, a bit self-centered, focused on his "athletic" attributes.

## Literature

1. Bredbury, S. (2002). *A new brand world*. New York: Viking Press.
2. Erdogan, B.Z, Baker, M.J, Tagg, S (2001). Selecting Celebrity Endorsers: The Practitioner's Perspective. *Journal of Advertising Research*. Vol. 41 No. 3, pp. 39-48. New York: ARF
3. International Chamber of Commerce, Codes Centre for Advertising and Marketing, <http://www.codescentre.com/icc-code/sponsorship.aspx> .
4. Arsić, J. (2008). *Sportista kao brend*. Master rad. Beograd: Fakultet za menadžment u sportu, BK Univerzitet.
5. Jobber, D. (2007). *Principles and Practice of Marketing*. 5th ed. New York : McGraw-Hill.
6. Kotler, F., Ferč V. (2007). *B2B Brend menadžment*. Novi Sad: ASEE Books.
7. Lagae, W. (2005). *Sports Sponsorship and Marketing Communications: A European Perspective*. New Jersey: Pearson Education.
8. McCracken, G. (1989). Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research*, Vol. 16 No. 3, pp. 310-21. Chicago: JCR
9. Mullins L. (1999). *Management and oranization behavior*. London: Pitman.
10. Mullin, B.. J, Hardy, S. & Sutton, W. A. (2007). *Sport Marketing*. 3rd ed. Champaign: Human Kinetics.
11. Najmoćniji sportski brendovi danas. Preuzeto 02.05.2016 sa <http://www.forbes.com/pictures/mlm45jemm/the-most-valuable-company-brands/>
12. Shank, M (2009). *Sports Marketing: A Strategic Perpective*. New Jersey: Pearson Education International.
13. Skinner, B.E, Rukavina, V. (2002). *Event Sponsorship*. Hoboken (NJ): Wiley
14. Tomić, D. (2005). *Marketing u sportu*. Beograd: Fakultet za menadžment u sportu.

## **INTERAKCIJA OLIMPIJSKIH IGARA I TURIZMA**

**Vladimir Dragičević**

Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK Univerzitet

### **Apstrakt**

Olimpijske igre predstavljaju najviši oblik takmičenja u sportu, samim tim zaokupljaju veliku pažnju javnosti i imaju neosporan uticaj na mnoge druge oblasti u koje se nesumnjivo uključuje i turizam. Činjenica je da se ugošćavanjem Olimpijskih igara može poboljšati globalni imidž grada i države domaćina, ali korišćenje Igara kao sredstva za pomoć sveopšteg standarda države nije dovoljno istraženo područje, a postoje i primeri koji pokazuju negativne uticaje na grad i državu domaćina. Predmet ovog istraživanja obuhvata činjenice, pitanja, i odgovore koji su u vezi sa interakcijom između Olimpijskih igara i turizma. Cilj ovog istraživanja predstavlja proširivanje svesti o značaju ove dve usko povezane oblasti. Takođe, značajno je predstaviti društvene koristi organizovanja Olimpijskih igara, širenje kulturnih perspektiva i kulturološka korist grada koji je domaćin Olimpijskih igara. Istraživanja su potrebna da bi se stekao uvid u to kakvi se efekti javljaju i kakva je tendencija u organizacijama velikih sportskih događaja.

U istraživanju su se za prikupljanje i iznošenje podataka koristile naučno-istraživačke metode kao što su komparativna metoda, deskriptivni pristup, istoriografija, deduktivna metoda i statistički metod.

**Ključne reči:** Olimpijske igre, turizam, grad domaćin

### **Uvod**

Danas je sport popularniji nego ikada ranije. Sportska takmičenja se iz godine godinu sve više šire i povećavaju i na taj način privlače sve više pažnje ljudi. Neki od tih događaja poznati su kao svetski ili veliki međunarodni sportski događaji – jedan od njih su svakako Olimpijske igre. Povučeni njihovom popularnošću, sve više zemalja želi da bude domaćin

takvom događaju. Pored toga što zemlja koja je domaćin Olimpijskih igara prihvata to kao ogromnu čast, tu je još i veliki broj kratkoročnih i dugoročnih ekonomskih koristi za grad i zemlju domaćina.

Opšte je poznato da je održavanje velikog sportskog događaja kao što su Olimpijske igre jako skupo; a najveći troškovi odlaze na infrastrukturu i obezbeđenje. Koristi od organizovanja ovakve vrste događaja su ekonomski rast, infrastrukturno nasleđe i promocija imidža. Uz pravu organizaciju i precizno sprovođenje ideje, veliki trud, sport i turizam u ovom slučaju interaktivno dominiraju.

Srce priprema Olimpijskih igara čine regionalni profesionalci kao što su gradski planeri, arhitekta i inženjeri, pošto su za održavanje igara potrebni veliki konstrukcioni projekti sportskih objekata i pomoćne infrastrukture, kao što su smeštajni objekti, putevi, obnova zgrada u gradu domaćinu i slično.

Najveći svetski sportski događaj, zaokuplja ogromnu medijsku pažnju i ima direktan uticaj na druge oblasti, uključujući i turizam. Dakle, predmet istraživanja su Olimpijske igre, kao primer najvećeg sportskog takmičenja i efekti koje organizacija takve manifestacije ima na grad i zemlju domaćina.

Cilj rada jeste utvrđivanje načina i stepena uticaja Olimpijskih igara na razvoj turizma i ekonomije zemalja organizatora. Takođe, cilj rada je da se pokažu načini na koje sportski turizam donosi pozitivnu afirmaciju nekih lokacija kao turističke destinacije i nakon završene sportske manifestacije.

U radu su korišćene sledeće naučno - istraživačke metode: metod statističke obrade podataka kojom su prikupljeni podaci analizirani, što kao krajnji cilj ima donošenje zaključka i sudova o postojećem stanju. Različiti naučni izvori podataka i statistički radovi istaknutih autora iz srodnih oblasti koje se bave datom problematikom i podaci sa kojima raspolažu relevantne institucije; deduktivna metoda je korišćena u opštem pristupu definicijama i znanjima da bi se iz njih izdvojili bitni faktori koji određuju pojavu sportskog turizma kao značajnog vida savremenog turizma; metod komparacije obuhvata upoređivanje analiziranih prikupljenih podataka iz različitih oblasti, sa podacima koji bi mogli biti modifikovani nakon implementacije određenih predloga. Poređenje podataka ima važan cilj jer se polazi od pretpostavke da su osnove i mogućnosti za različite pojave iste kao i metod analize koji polazi od sadašnjih efekata ka izučavanju uzroka. Analiziranje raspoloživih i odabranih podataka je utemeljeno na povećanju koristi za državu, društvo u celini, prirodno okruženje na način na koji se ti rezultati mogu uporediti. Sa obzirom da nastanak i postojanje pojedinih pojava, kakve su pojave u turizmu, nikada nisu uslovljene postojanjem samo jednog uzroka, u obzir a u postupak analize trebalo je uzeti i mnoštvo različitih uzroka i faktora. U radu



je korišćena i metoda istorijskog istraživanja vezana za same sportske događaje.

## **Olimpijske igre – veliki sportski događaj**

Na globalnom planu, Olimpijske igre se smatraju svetski najprestižnijom sportskom manifestacijom. Po svojoj strukturi, Olimpijske igre predstavljaju veliki sportski događaj i spadaju u multidisciplinarna takmičenja, među kojima se nalaze i sledeće manifestacije: Univerzijada, Komonveltske igre, Panameričke igre, Azijske igre, Mediteranske igre, Svetske vojničke igre, Svetske igre za sportiste sa invaliditetom, Svetske igre za sportiste sa transplantiranim organima, Svetske vazduhoplovne igre, Baltičke morske igre, Mornaričke ostrvske igre i dr.

Iako je grčka vlada devedesetih godina XIX veka lobirala da se obezbedi trajno mesto za Igre u Grčkoj, Kuberten je ustanovio princip da se Igre trebaju održavati na različitim lokacijama svake četiri godine, kao način promocije i raspodele Olimpijskog duha slobode, napretka i jednakosti širom sveta. Do 2016. godine domaćini Olimpijskih igara su bili 42 grad u 23 države. London je jedini grad koji je bio domaćin Olimpijskim igrama tri puta. Proces dodele domaćinstva Olimpijskih igara je veoma dug i počinje mnogo godina pre datuma održavanja igara. Svaka kandidatura mora biti dobro vođena i sagledana iz svih uglova. Neophodno je izgraditi široku bazu podrške projektu, a zatim i početi sa planiranjem infrastrukturnih projekata. Radi obezbeđivanja širokog i trajnog uticaja na lokalnu ekonomiju, neophodno je uložiti napore da se mala i srednja preduzeća u što većoj meri uključe. Prevazilaženje političkih granica je takođe jedna od bitnih stavki na koje gradovi kandidati trebaju posebno da obrate pažnju.

Izuzetno je važno da svi gradovi i zemlje, koje žele da imaju dobru reputaciju ugoste veliki sportski događaj s vremena na vreme, kako bi ojačali svoj globalni imidž i pozicionirali se u svetskoj zajednici.

## **Sportski turizam**

Turizam je u prošlosti uglavnom bio dostupan samo privilegovanim slojevima društva, sa industrijalizacijom i modernizacijom, odnosno pojavom "viška" vremena kod ljudi ali i sa povećanom željom da se upoznaju druge, nove destinacije i načini življenja, turizam je danas postao široko rasprostranjena pojava dostupna svima, i predstavlja jednu od osnovnih funkcija ispoljavanja slobodnog vremena savremenog društva. Za turizam, kao i za sport, karakteristična je specifična potreba da se bude

aktivan. Sport a naročito veliki sportski događaji, još od antičkih vremena u velikoj meri utiču pozitivno, podstičući ljude na putovanje, pružajući im aktivno ili pasivno učestvovanje u sportskim dešavanjima. Sportske manifestacije koje pružaju zanimljiv sadržaj ali i mogućnost aktivnog odmora svojim posetiocima, predstavljaju jednu od glavnih komponenti sportskog turizma, a možda i najznačajniju u pogledu broja turista i privrednog uticaja. Danas je sve jasnije izražen zajednički interes - uticaj sporta i turizma kao industrije usled čega je kao posledica nastao sportski turizam koji je koncipiran razmatranjem sporta kao turističke atrakcije, odnosno isticanjem i definisanjem kvaliteta sporta koji zajedno predstavljaju jedinstven doprinos turizmu. Sportski turizam predstavlja veoma zanimljivu i rastuću oblast, koja ima jedinstvenu sposobnost da privuče veliki broj posetilaca, pružajući turistima koji traže sportski doživljaj da dožive sport i koji po svom obimu, složenosti i potencijalu prete da izraste u potpuno novu industrijsku oblast. U korist ovim tvrdnjama ide i izveštaj Svetske turističke organizacije (WTO) iz 2000. godine, prema kojem je oblast sportskog turizma u 1998. godini generisala 453 milijarde USD.

Sportski turizam je centar rasta i najbrže rastući segment turističke industrije, koji je 2008. godine sa neverovatnih 600 billiona USD bio izuzetno uspešan. Turisti uključeni u sport troše puno, borave duže nego druge kategorije turista, i jesu grupa turista čiju pažnju treba privući.

Barselona je povećala broj turista čak i 10 godina nakon Olimpijskih igara 1992. godine, što su pratili i drugi gradovi Španije. Barselona je posle Olimpijade sa jedanaestog mesta prešla na šesto kao turistički atraktivna. Sidnej je u dobiti 1,2 biliona funti dodatnog biznisa koji je pratio Olimpijske igre 2000-te godine. Povećana je posećenost i medijska pažnja što je donelo neverovatnih 2,5 biliona funti. Sportski turizam je po mnogima jedan od glavnih pokretača turizma nakon ekonomske krize.

Svetski šampionati u fudbalu, Olimpijske igre i sl. privlače milione turista iz celog sveta. Sportski turizam je jedan od savremenih megatrendova u turizmu. Iako su sport i turizam aktivnosti koje ljudi upražnjavaju od najranijih vremena i koje se medjusobno nalaze u čvrstoj interakciji termin sportski turizam je novijeg datuma. Prve studije i istraživanja koje tretiraju koncept sportskog turizma nastale su početkom 90-tih godina prošlog veka u SAD-u (Redmond, 1991, Kutrzman end Zauhar, 1995.). Generalno gledano jedan od najbrže rastućih segmenata turističke industrije su putovanja povezana sa sportnom i fizičkom aktivnošću. Postoje tri kategorije sportskog turizma:

1. posmatranje sportskih događaja
2. poseta atrakcijama vezanim za sport
3. aktivno učešće.

Prva kategorija ili posmatranje sportskih događaja (Sports Event Tourism) uključuje velika sportska takmičenja poput Svetskog prvenstva u fudbalu, Olimpijskih igara, poznatih turnira u tenisu, trke formule 1 i sl. Ovo su događaji koji izazivaju interesovanje širom planete i predstavljaju prvorazredne turističke atrakcije. Primera radi Svetsko prvenstvo u fudbalu u Americi 1994. godine privuklo je 50 miliona stranih gostiju koji su potrošili 100 milijardi USD.

Druga kategorija sportskog turizma (Celebrity and Nostalgia Sport Tourism) uključuje posete poznatim atrakcijama vezanim za sport. Ovde spadaju posete čuvenim sportskim halama poput Basketball Hall of Fame u Springfieldu i Masačusetsu, zatim posete poznatim muzejima sporta poput NASCAR Museum u Šarlotu kao i posete čuvenim olimpijskim stadionima i sl. Drugi vid ovog tipa sportskog turizma čine aranžmani vezani za susrete turista sa poznatim i omiljenim sportistima.

Treću kategoriju sportskog turizma (Active Sport Tourism) čine turistička putovanja radi neposrednog učešća u sportskim aktivnostima. Ovde se u prvom redu misli na individualna putovanja radi aktivnog odmora uz sport i rekreaciju. Opšti je trend u Svetu da ljudi danas sve više pažnje i napora poklanjaju zdravlju i zdravom načinu života. Bavljenje sportom usko je povezano sa ovim naporima.

Postoji širok spektar sportova koje turisti, zavisno od ličnih želja i afiniteta, upražnjavaju na turističkim destinacijama počev od golfa, tenisa, ribolova, skijanja i sl. pa sve do ekstremnih sportova poput alpinizma, paraglajdinga, bandži džampinga, planinskog biciklizma itd. Uglavnom se radi o amaterima koji se sportom bave iz hobija i na njega troše deo svog godišnjeg odmora i slobodnog vremena. Turističke destinacije se trude da ponude potencijalnim posetiocima što bolje i raznovrsnije uslove za bavljenje sportskim aktivnostima. Bazeni, teniski i golf tereni, fitnes centri i sl. postali su standard u ponudi ozbiljnih hotela i odmarališta.

Prisustvo globalizacije i demokratizacije značajno su uticale na povećanje potrošnje i razvojne procese, pa tako i na sportski turizam i turizam uopšte. Na razvoj sportskog turizma između ostalog uticali su i širi demografski profil učesnika u sportu, povećanje interesa ljudi u poboljšanje zdravlja, povećanje potražnje za aktivnim učestvovanjem u fizičkim aktivnostima za vreme odmora (aktivan odmor), rast interesovanja, ugleda i uloge koju igraju sport i sportski događaji u modernom društvu, kao i potencijal sportskih događaja koji se može iskoristiti u saradnji sa turizmom. Sa pravom vizijom i planom, određena sportska manifestacija uz pomoć sportskog turizma može da donese velike koristi u oblasti stanovništva, infrastrukture i ekonomije području u kome se manifestacija održava, te stoga nije iznenađujuće što se o

sportskom turizmu govori kao o efikasnom sredstvu za postizanje razvoja lokalne samouprave.

Što se tiče budućnosti sportskog turizma, evidentan je njegov izuzetan rast i ovaj vid tipskog turizma se smatra pokretačem turističkog tržišta nakon svetske ekonomske krize, i predviđa se dalji rast interesovanja za neki od tipova sportskog turizma. Sem toga se smatra da će sportski turizam doprineti otvaranju novih radnih mesta, obnoviti infrastrukture destinacija a čak i stvoriti mnoge destinacije.

### **Uticaj Olimpijskih igara na grad domaćina – ekonomski efekti organizacije OI**

Više od dve decenije istraživače zanima ekonomski uticaj velikih sportskih događaja definisan kao neto ekonomske promene u regionu zemlje domaćina koje se pripisuju troškovima vezanim za sam događaj. Jedan od najvažnijih razloga koji stoji iza odluke grada da bude domaćin velike sportske manifestacije jeste potencijalni pozitivni uticaj događaja na lokalnu ekonomiju, što može da poboljša ukupni socijalni status lokalne zajednice.

Ekonomski uticaj događaja može se definisati kao „neto ekonomske promene u lokalnoj zajednici domaćina, koja je rezultat trošenja novca koji se vezuje za neki događaj.“ Na primer, Evropsko prvenstvo u fudbalu 1996. godine privuklo je preko 280.000 gostujućih navijača koji su potrošili oko 120 miliona funti u osam gradova domaćina i okolnim regionima tokom tri nedelje trajanja događaja.

Grad domaćin može da iskoristi jedinstveni ekonomski potencijal koji prati veliki sportski događaj kako bi promenio svoju strukturu, koja će mu omogućiti da započne samoodrživi proces kroz stalne prihode od turizma, industrijskih oblasti, događaje koji će pratiti osnovni sportski događaj ili čak kroz stvaranje novih ekonomskih odnosa sa drugim regionima ili zemljama. Još jedna ključna prednost je poboljšanje imidža grada. Takođe, poboljšanje sistema javnog prevoza, sistema zdravlja ili infrastrukture može da dovede do razvoja industrije i stvaranje novih radnih mesta.

Organizacija Olimpijskih igara je za svaki grad jedna od najvećih investicija u njegovoj istoriji, što najbolje pokazuju do danas izdvojena sredstva onih koji su imali privilegiju da ugoste najbolje sportiste planete.

Barselona je dobar primer gde veliki sportski događaji mogu promeniti turističku percepciju samog grada. Olimpijske igre su bile jedinstveni marketinški instrument za predstavljanje grada domaćina. Što se tiče

statističkih podataka koji su pokazatelj uticaja igara na turizam evo nekih glavnih pokazatelja. U 1990-toj godini Barselona je imala 118 hotela sa 10,265 soba i 18,569 kreveta. Dve godine kasnije, 1992. broj hotela je porastao na 148, sa 13,352 sobe i 25,055 kreveta. Ove cifre predstavljaju porast od 35%. Broj rezervacija soba u istom period je porastao sa 71% na 84%. Zahvaljujući ovim investicijama osećali su se pozitivni rezultati u 2001, sa rezervisanim kapacitetima do 80% i 85% više smeštajnih kapaciteta (Burton 2003, 5).

**Tabela 1.** Turistički pokazatelji u Barseloni

	1990	1992	2000	2001	2002
broj hotela	118	148	187	203	223
sobe	10,265	13,352	16,561	18,141	19,628
kreveti	18,569	25,055	31,338	34,303	36,901

**Tabela 2.** Zauzetost hotelskih smeštaja u Barseloni

	1990	1992	1998	1999	2000	2001
rezervacije	71%	64%	81,2%	80,6%	84%	79%

Usled povećanja smeštajnih kapaciteta, stvaraju se mogućnosti da grad domaćin Olimpijade bude organizator velikih dešavanja i to ne samo sportskih već i kulturnih, poslovnih i drugog tipa. Povećanje smeštajnih kapaciteta ide ruku pod ruku sa povećanim interesovanjem i posetama. U 2001. bilo je 8 miliona noćenja i 3,378,635 posetilaca. Analiza perioda 1990-2001. pokazuje skok u broju noćenja od 110% i 95% u broju posetilaca.

**Tabela 3.** Broj noćenja i poseta u Barseloni

	1990	1992	2000	2001
turisti	1,732,902	1,874,734	3,141,162	3,378,635
noćenja	3,795,522	4,333,419	7,777,580	7,969,496

Da bi se videlo da je taj uspeh rezultat olimpijskih igara evo poređenja Barselone sa drugim velikim turističkim centrima za period od 1990-2000. godine.

**Tabela 4.** Broj poseta velikim turističkim centrima i rast

Grad	1990	2000	Varijacija %
London	91,300,000	120,400,000	31,9
Paris	31,166,172	31,633,273	1.5
Dublin	15,359,000	16,898,000	10
Rome	12,915,225	14,781,281	14.4
Madrid	9,481,728	12,655,413	33.5
Berlin	7,243,638	11,412,925	57.6
Prague	4,524,000	7,921,953	75.1
Barcelona	3,795,522	7,777,580	104.9
Amsterdam	5,720,500	7,766,000	35.8
Munich	6,923,970	7,756,152	12

Sa skoro 105%, rast posete Barseloni je spektakularan u poređenju sa direktnim konkurentima. Ono što pokazuje još veći uticaj Olimpijskih igara na turizam zemlje domaćina je transformacija vrste turizma koja je dominantna u gradu domaćinu. Naime Barcelona je bila industrijski i

poslovni grad pa je privlačila poslovni svet. Godine 1990. samo 23% posetilaca Barcelone su bili turisti koji dolaze odmora radi, dok je 70% posetilaca činilo poslovni svet. Olimpijske igre su imale ulogu da promene sliku o Barceloni, što su i učinile. Danas Barcelona ima imidž urbanog turističkog centra privlačeći sve više turista. Nakon 1998. ovakve posete čine 63%. Barcelona je iz sivog, industrijskog grada pretvorena u Kopakabanu Mediterana.

Još jedan interesantan uticaj Olimpijskih igara na grad domaćin je uticaj na poreklo posetilaca, koji postaju raznovrsniji i dolaze iz udaljenijih zemalja. Tako je Barcelonu nakon OI posetio veliki broj turista iz Amerike u odnosu na Francuze i Italijane koji su u neposrednoj blizini Španiji. Nakon igara se povećava i interesovanje za poslovni i kongresni turizam u gradu koji je bio domaćin, usled promocije koji grad doživi zahvaljujući olimpijskim igrama. Sem medijske promocije ovome doprinose i velike hale i centri koji se grade za potrebe OI a posle se koriste u svrhu kongresnog turizma.

Jedan od najboljih pokazatelja pozitivnog uticaja Olimpijskih igara na turistički bilans grada domaćina su broj turista. Barcelonu 1990. godine, dve godine pre početka OI, je posetilo 1,7 miliona turista, do 2001. godine taj broj je porastao na 3,4 miliona. Ovde su navedeni pozitivni rezultati, koji su najčešće takvi. Mada postoji i drugačiji primer. Olimpijske igre 1996. godine, održane u Atlanti su bile organizacioni promašaj i izostao je post olimpijski turistički rast. To se pripisuje neadekvatnoj strategiji promovisanja Atlante, tako da se pozitivan uticaj Igaru osetio samo u toku održavanja istih.

Organizacija velikog događaja daje gradu ili zemlji dozvolu da se kreću brzo i donose bitne odluke za širok spektar pitanja i aktivnosti koje bi se obično zaglavile u beskrajnim raspravama i birokratiji. Organizacija pruža krut i fiksni rok koji ubrzava razvoj infrastrukture i drugih aktivnosti poboljšanja za koje bi inače trebale decenije da se u potpunosti završe. Ono takođe podstiče saradnju između javnog sektora, privatnog sektora i lokalne zajednice. Ono ruši barijere između političkih elita i između različitih nivoa vlasti (nacionalnom, regionalnom i lokalnom). Poboljšava efikasnost rada vlade i daje primer za nove ideje i obrasce ponašanja, kao što su održivost životne sredine, raznolikost i učešće lokalne zajednice.

Veliki događaj, kao što su Olimpijske igre, ima potencijal da stvori trajno nasleđe koje obezbeđuje gradu domaćinu ili zemlji nove nivoe globalnog priznanja i ekonomskog, političkog i društvenog razvoja. S druge strane, ako se ne upravlja na dobar način organizacijom, veliki događaj takođe ima potencijal da ostavi razočaravajuće nasleđe napuštenih stadiona, propuštene prilike za razvoj, investicije i izgubljene investicije.

Fokusiranost je na nasleđu nakon događaja, a ne samo na događaj. Pitanja nasleđa posle događaja mogu izgledati dosadno i udaljeno u odnosu na uzbuđenje i neposrednost priprema za sam događaj. Međutim, oni su podjednako važni, i zahtevaju pažnju i plansko investiranje. Željeni efekti nasleđa se neće dogoditi automatski. Gradovi domaćini i države ne bi trebalo da pomisle da će uspešno realizovan događaj automatski isporučiti željene promene i dugoročne koristi. Za stvaranje pozitivnog i trajnog nasleđa potrebno je snažno liderstvo i održiva posvećenost.

Olimpijske igre kao najveći sportski događaji su izuzetno skupi za organizovanje. Činjenica da traju samo dve do četiri nedelje opravdava zahteve javnosti da se kreiraju dugoročni proračuni i benefiti od ovakvog poduhvata. U literaturi se mogu naći različita mišljenja o efektima organizacije, kao i o ukupnom nasleđu, bilo da je u pitanju pozitivan ili negativan aspekt.

### **Turistički uticaji na London – Olimpijske igre 2008.**

Privredna grana kao što je turizam je jedna od vodećih rastućih sektora u međunarodnom tržištu usluga. Dok mnogi faktori utiču na rast turizma, jedan od najprimetnijih doprinosa, bar u očima javnosti, dolazi od globalnih događaja ili mega događaja.

Globalni mega događaji su veliki kulturni, komercijalni i sportski događaji koji imaju dramatični karakter, masovno su popularni i internacionalno značajni. Ovi događaji, kao što su Olimpijske igre, ne privlače samo povećanu globalnu publiku, već takođe oblikuju šablone svetskog turizma, ističući nove turističke destinacije i kreirajući takozvano trajno nasleđe u gradovima domaćinima ili zemljama domaćinima.

Održavanje Olimpijskih igara 2012. godine donelo je povećanje u broju noćenja u Londonu za 62,7% u odnosu na isti period u 2015. Sa rastom potražnje rastle su i cene, pa je tako u ovom periodu cena hotelskih soba skočila za 55,2% u odnosu na 2015. godinu, odnosno u proseku za oko 60 funti. Hotelijeri su bili dosta umereniji sa cenama u vreme održavanja Paraolimpijskih igara (najuspešnije u istoriji) i prosečna cena sobe, u odnosu na 2015. godinu, porasla je za samo 1,3%, dok su prihodi povećani za 5,7% u odnosu na isti period u 2015. godini.

Sveukupno gledano, londonski hotelijeri su imali uspešan Olimpijski period. Ono čemu se svi nadaju je da će im Olimpijske igre doneti dosta novih standardnih gostiju koji će se rado vratiti u London, ali i u njihove objekte. Jedno je sigurno – bolju šansu za dokazivanje, predstavljanje u najboljem izdanju i pridobijanje gostiju nisu mogli da imaju (Fourie &



Santana-Gallego 2010, 3).

Održavanje Olimpijskih igara ponudilo je mogućnost za privlačenje većeg broja posetilaca u London i možda čak i u druge krajeve Velike Britanije. Takođe je ponudilo mogućnost da se London promovira kao atraktivnija međunarodna turistička destinacija i na taj način se stimuliše neprekidan uticaj na broj posetilaca i/ili potrošnje.

Iako postoji veliki broj individualnih motivacija za putovanje, sklonost ka putovanjima je makro koncept koji je usko povezan sa sklonošću populacije ka putovanjima. Sklonost ka putovanjima je izbor ličnih i kontekstualnih ili dodatnih faktora, kao i faktora snabdevanja. Kontekstualni uticaji su vezani za nivo ekonomskog razvoja i bogatstva, karakteristike populacije i političkih ili moćnih veza. Lični uticaji su vezani za varijacije u načinu života, životnom ciklusu i ličnosti. Faktori snabdevanja se odnose na dostupnost turističkih mogućnosti i uključuje uticaje kao što su tehnologija, cena, učestalost i brzina transporta, kao i karakteristike smeštaja, objekata i turističkih organizatora.

U analizi uticaja aktivnosti vezanih za Olimpijske igre na model turističkog sistema, grad/region domaćin će biti i region iz kog turisti odlaze i region iz kog turisti dolaze, jer će biti turista koji će posetiti grad/region domaćina zbog tih aktivnosti vezanih za Olimpijske igre ili će zbog istih tih aktivnosti privremeno napustiti grad/region domaćina. Samim tim, neki od najvećih uticaja na kretanja turista vezana za Olimpijske igre su zapravo lični, kontekstualni i faktori snabdevanja u samom gradu/region domaćina.

Kao destinacija za Olimpijski turizam, grad/region domaćin Olimpijskih igara je subjekat globalnih uticaja koji utiču na turistička kretanja. Na percepciju potencijalnih olimpijskih turista koji dolaze u grad/region domaćina uticali su kontekstualni faktori kao što su priroda lokalne kulture, kao i faktori snabdevanja gde se misli na prirodu turističkog proizvoda koji se nudi. Odnos ovih faktora zavisi od načina na koji grad domaćin prezentuje "svoje" Olimpijske igre.

### **Harmonija i konflikt u odnosu sporta i turizma**

Međunarodni i lokalni, veliki i mali, sportski događaji nisu samo važna turistička atrakcija, već su i sami srž sada već široko uspostavljene prakse sportskog turizma, kao što je na primer turizam vezan za zimske sportove, golf ili jedrenje. Čak i neke aktivnosti koje se mogu smatrati manje važnim, u kombinaciji sa sportom i rekreacijom su sjajna dopuna turističkoj ponudi. Tradicionalni sportski turizam i nove prakse se veoma dobro slažu u novom

konceptu turizma koji spaja ovaj vid turizma sa zdravljem i dobrostanjem. Sport i turizam imaju jako pozitivnu vezu u smislu stvaranja novih turističkih atrakcija i poboljšanje ponude već postojećih destinacija.

Interakcija između sporta i turizma ne stvara uvek pozitivnu sliku. Postoji više situacija koje čine ovu vezu negativnom. Nepredvidivi neredi koje stvaraju navijačke grupe prilikom odigravanja sportskih utakmica imaju loš uticaj na turističku ponudu mesta. Takođe, može da se javi konflikt ekološkog tipa kada se sportske aktivnosti organizuju u prirodnim sredinama poput triatlona, biciklizma, splavarenja, speleologije, ukoliko se manifestacija ne organizuje pažljivo uz odgovarajuće mere zaštite. Drugi vid ekološkog uticaja je usled izgradnje sportskih objekata na novim lokacijama.

U današnje vreme ovi negativni uticaji često previde jer je korist veća od negativnog uticaja. Ipak negativni aspekti odnosa sporta i turizma postaju sve očigledniji. Nasilje na sportskim događajima ostavlja negativne utiske o mestu koje je posećeno. Velika sportska dešavanja privlače dosta posetilaca koji mogu narušiti mir na turističkoj lokaciji i time pokvariti njenu reputaciju, kao što je bilo tokom Olimpijade u Atini 2004. gde je čak turistička poseta bila manja nego inače. Na osnovu navedenih primera, neophodna je stručna organizacija sportskih manifestacija na turističkim destinacijama, bez konflikata i ugrožavanja održivog razvoja turizma.

## **Zaključak**

Još od početka osamdesetih godina XX veka, snaga i uticaj sporta na ekonomiju države su sve veći. Najveću zaslugu za takav razvoj imaju veliki sportski događaji koji privlače kako novac i interesovanje, tako približavaju i brojne sponzore, gledaoce i sportiste. Veliki sportski događaji nose sa sobom značajne promene i niz efekata, od kojih se posebno izdvajaju ekonomski, društveni, kulturološki, politički i ekološki. Termin „veliki sportski događaji“ se uglavnom koristi za opisivanje onih događaja koji se sastoje od velikog broja različitih sportova, izraženog duha konkurencije, posećuju ih stotine hiljada posetilaca, odlikuju se i ekstenzivnom medijskom pokrivenošću u dužem vremenskom trajanju.

Svetska medijska pažnja je glavni faktor globalnog karaktera Olimpijskih igara. Ona se ne vezuje samo za period trajanja Igara, već obuhvata i period od samog konkurisanja za domaćina, pa sve dok Igre ne postanu blede sećanje. To obuhvata period od oko 10 do 12 godina internacionalne medijske pokrivenosti. U proteklih godinama, Olimpijske igre su postale jedan od najznačajnijih velikih međunarodnih sportskih događaja. Povećan broj gradova koji se prijavljuju da budu domaćini Olimpijskih igara pokazuje

da lokalni lideri vide organizovanje takvog događaja kao šansu za poboljšanje ekonomskih i socijalnih aspekata grada ili regiona.

Velike turističke manifestacije su posebno interesantne iz više razloga. Prvi je što same privlače veliki broj učesnika i posetilaca. Drugi je što je za njihovo održavanje potrebna velika investicija u sportske objekte, hotelsku ponudu i infrastrukturu, koji se posle mogu upotrebiti za razvoj nekih drugih vidova turizma, poput kongresnog ili poslovnog. Treći razlog je što ova takmičenja prati velika medijska pažnja koja se može iskoristiti za promociju i marketing turističke destinacije. Ukoliko su one dobro organizovane, veliki turistički benefiti dolaze nakon odigranih sportskih manifestacija i traju narednih desetak godina. Mada je dokazano da turistički uspeh velikih sportskih manifestacija zavisi isključivo od dobrog planiranja ciljeva pre same organizacije. Nesporan je pozitivan uticaj velikih sportskih dešavanja na turistički bilans zemlje domaćina, mada danas se iznose i suprotna mišljenja koja preferiraju male sportske manifestacije, koje se ponavljaju svake godine ali u manjem obimu i sa manjim investicijama. Te manifestacije imaju manji direktan priliv, ali i manji negativan uticaj, kao i stres za postojeće turiste i lokalno stanovništvo. A priliv je konstantan iz godine u godinu. A takve manifestacije su pogodne za turistički neafirmisane lokacije čija glavna turistička atrakcija može biti taj sportski događaj.

Danas u vreme velikih ekonomskih fluktuacija, trpe sve privredne grane pa i turizam. Stoga dolazi do promena u samom turizmu koje se prilagođavaju trenutnim potrebama turista, da bi ga privukle i naravno ostvarile profit. Jedan od načina na koji se može postići je formiranje tematskih oblika turizma. Jedan od produktivnijih formi tematskog turizma je sportski turizam, posebno interesantan aktivnom turistu. Sem toga neki vidovi sportskog turizma se mogu koristiti za poboljšanje drugih aspekata turističke ponude neke destinacije. Mada, želja za profitom neće umanjiti interesovanje za organizovanjem velikih sportskih dešavanja, neophodno je uvoditi više sportskih aktivnosti u turističku ponudu mesta. To je put kojim će se kretati sportski turizam.

## Literatura

1. Boniface, B.G, Cooper, C. (2001). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism*, Oxford, Butterworth-Heinemann, p. 14.
2. Burton R. (2003). *Olympic Games Host City Marketing*, Sport Marketing Quarterly, Vol. 12, No. 1, p. 5.
3. Fourie J, Santana-Gallego M. (2010). *The impact of mega-sport events on tourist arrivals*, Stellenbosch Economic Working Paper, Matieland, p. 3.
4. Government and Public Sector (2005). *Olympic Games Impact Study*, Pricewaterhouse Coopers, Final report, pp. 5-7.
5. Leiper, N. (1979). *The framework of tourism*, Annals of Tourism Research, 6(4), p. 390.
6. Preuss H. (2006). *Lasting Effects of Major Sporting Events*, [www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org), (ISSN 1652&7224), p. 2.
7. Weed M. (2008). *Olympic Tourism*, First Edition, Elsevier Ltd, London, pp. 61-64.

## **HULIGANIZAM U SPORTU U SRBIJI I REGIONU**

**Jovin Nemanja, Rajković Luka**

Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK Univerzitet

### **Apstrakt**

Predmet ovog rada se odnosi na prisutnost huliganizma u sportu u Srbiji i regionu. Čest je slučaj da u Srbiji huligani sebe smatraju aktivnim učesnicima u sportskim događajima. Ovome doprinose kako uprave klubova, tako i treneri i novinari, koji ih nazivaju „dvanaestim“ igračem. Klub može biti u krizi, „igračkoj ili rezultatskoj“, ali oni su uvek u pripravnosti. Organizovani u navijačke grupe, koje imaju čvrsto postavljenu hijerarhiju, oni utiču kao članovi uprave na politiku „voljenog kluba“. Isprovocirani određenom odlukom oni klubu prete bojkotom. Spremno se ograđuju od nasilja, ali kada do njega dođe, ne propuštaju priliku da podsete širu javnost kako su „zaslužili“ svoje mesto na tribini. Ovakvim pristupom u protekle dve decenije huligani u Srbiji uspešno su preuzeli jednu sportsku granu, i to ne bilo koju, već po tradiciji najgledaniju i najmasovnijiu - profesionalni fudbal. Cilj rada je da se ukaže na negativne pojave na sportskim događajima.

**Ključne reči:** nasilje, huliganizam, prevencija

### **Uvod**

Najmanje sedam ljudi u Srbiji nastradalo je od 2000. godine do danas zbog ispoljavanja navijačkog nasilja. Međutim, ono što „srpsku bolest“ (parafraziramo one koji su huliganizam prvi nazvali „engleskom bolešću“) razlikuje od ostalih oblika huliganizma jeste kontekst u kome se nasilje ispoljava. Njegove osobenosti su, pre svega, nasleđe etničkog konflikta i pravna neuređenost države. Stoga će u radu svakom od ovih problema biti posvećena odgovarajuća pažnja. Proces koji je započet krajem osamdesetih, a koji se odnosi na izmeštanje verbalnog i fizičkog nasilja iz sportske u političku arenu, još uvek traje. Uostalom, o ozbiljnosti ovog problema u Srbiji dovoljno govori broj navijačkih grupa o čijoj će zabrani raspravljati Ustavni sud: ima ih tačno 14.

Neophodno je na početku učiniti određena terminološka razjašnjenja. Uprkos opadajućem kvalitetu takmičenja u Srbiji, događaje posmatraju i oni navijači koji su na utakmicu krenuli da bi uživali u igri. Na nesreću, njih je ponekad fizički nemoguće odvojiti od huligana usled opšteg stanja u kome se nalaze sportski objekti u Srbiji, tačnije usled zastarelosti primenjenih konstrukcijskih rešenja. Broj ulaza i izlaza, kao i broj tribina (u najvećem broju slučajeva radi se o jednoj) ograničen je. Otuda svaka intervencija policije potencijalno može ugroziti i one koji nisu učesnici nasilja, što dodatno odbija publiku.

Sam termin „huligansko nasilje“ uspostavlja razliku između huligana i navijača. Smatramo svojim pravom da navijačke grupe koje ispoljavaju ekstremno ponašanje, što redovno uključuje verbalno i fizičko nasilje, nazovemo „huliganskim“. Diskutabilno je, pri tom, da li će odluka Ustavnog suda koja se očekuje razrešiti ovu nedoumicu, naročito u okruženju gde se oni koji donose odluke, novinari, „sportski radnici“ i ostali učesnici organizovanja sportskih događaja isuviše često pozivaju na „dvanaestog igrača“.

Pored toga, neophodno je uspostaviti razliku između nasilja u sportu, koje podrazumeva nasilno ponašanje učesnika u igri (u fudbalu su tako uobičajeni grubi ili „pogibeljni“ startovi, koškanja, različiti primeri nediscipline), i nasilnog ponašanja posmatrača. Ako posmatrači namerno pribegavaju nasilju i to čine u kontinuitetu, oni jesu huligani. Konačno, činjenice govore o tome da mladi ljudi stradaju nakon fudbalskih utakmica. Navijačkim grupama fudbalskih klubova preči zabrana delovanja, dok su upravo prelasci iz jednog fudbalskog kluba u drugi u više navrata bili predmet interesovanja policije i tužilaštva. Zato su primeri na koje se pozivamo vezani za profesionalni fudbal u Zapadnoj Evropi i u Srbiji.

Ovaj rad karakterističan je po tome što je predmet njegovog interesovanja prevencija huliganizma i na lokalnom ali i na regionalnom nivou. Rešenje tog problema, pre svega, treba tražiti kroz unapređenjem razmene informacija. Pored toga ovaj rad otvara raspravu o huliganizmu kao izvoru nebezbednosti, kroz analizu iskustva zemalja u Evropi koje su se, sa više ili manje uspeha, suočile sa problemom pojave huliganizma u fudbalu, ali i ukazuje na osobenosti istih problema i u Srbiji.

## **Obrazac huliganizma u Evropi**

Precizna definicija huliganskog nasilja ili huliganskog ponašanja na fudbalskim utakmicama ne postoji. Svakako, treba povući razliku između spontanih, relativno izolovanih incidenata koje izazivaju gledaoci i incidenata do kojih dolazi zbog sukoba organizovanih huliganskih grupa

(Giulianotti, 2001: 141). Tamo gde su napadi na sudije i gostujuće igrače dugo bili deo pratećeg „folklor“ utakmice, masovne tuče različitih navijačkih grupa, odnosno tuče grupa i policije vremenom su izbile u prvi plan kao dominantna manifestacija huliganizma (Dunning, 2000: 136). Ovo je promena koja se kao po pravilu odigrala širom Evrope, pa je bilo samo pitanje trenutka kada će se javiti i na našim prostorima.

Još jedna osobenost huliganizma jeste u tome da, do nasilja ne dolazi samo u neposrednoj blizini fudbalskih terena, već se ono javlja i u drugim javnim prostorima, na primer, u sredstvima javnog prevoza i uopšte na mestima većeg okupljanja ljudi (Dunning, 2000: 142). Potom, huliganizam uključuje i prevashodno simbolične akte koji predstavljaju jednu vrstu ritualizovane agresije, što se lako može pomešati sa pravim nasiljem. Razliku je teško napraviti zato što ovi akti na koncu i mogu voditi nasilju.

Podvesti ispoljavanje nasilja pod jedan zajednički imenilac nije jednostavno i zbog značajnih razlika koje postoje u praksi zemalja Zapadne Evrope. Kako su u svom istraživanju pokazali Spaj i Vinjas, u mediteranskim zemljama, „ultrašima“ se nazivaju navijači okupljeni u grupe koje su „militantne“. Međutim, sklonost ovih grupa ka nasilnim ispadima značajno varira (Spaj & Vinas, 2005: 80–81). Pri tom, ove su grupe formalno ustrojene, odnosno one imaju članstvo i klupske prostorije i vode kampanje. Njihova osnovna „briga“ nije „poniziti i povrediti protivnika“, već pre svega „pružiti što obuhvatniju podršku timu“ (De Biasi, 1998: 216– 218).

Tokovi globalizacije doprineli su tome da čak dva od tri najuspešnija engleska kluba u deceniji koja je za nama, „Mančester Junajted“ i „Arsenal“ svoje internet prezentacije učine dostupnim i na kineskom, japanskom i korejskom jeziku. Ipak, jedinstven prostor ne znači i jedinstvenu „praksu“. Približavanje različitih takmičenja učestvovanjem najboljih klubova u veoma uspešnoj Ligi šampiona nije ukinulo razlike koje postoje između navijačkih grupa (Spaj, 2005: 3). One se tvrdoglavo pridržavaju svojih simbola i tradicija čak i onda kada su, na primer, u otvorenom sukobu sa upravom kluba ili sa drugim brojnijim grupama. Da pojednostavimo, u kojoj god da je ligi „Radnički“ iz Niša uvek će biti „Meraklija“ spremnih da ga podrže.

Način na koji policija u Zapadnoj Evropi pristupa problemu huliganizma postao je proaktivniji i sada se zasniva na podacima koji su prikupljeni obaveštajnim radom. Policijske službe država članica EU intenzivno saraduju, razmenjujući obaveštajne podatke. Ipak, proširenjem EU i ulaskom više klubova iz Istočne Evrope u elitna klupska takmičenja, međunarodna saradnja stavljena je na ozbiljnu probu. Tako u prvi plan, ponekad i nezasluženo, dospevaju upravo incidenti koje su prouzrokovali navijači klubova iz zemalja bivše Jugoslavije, odnosno iz zemalja nekadašnjeg Sovjetskog Saveza. Pre izlaganja predloga okvira regionalne saradnje u

oblasti prevencije, neophodno je navesti iskustva Velike Britanije i Nemačke, koja mogu poslužiti kao izvor inspiracije za borbu protiv huliganizma u drugim zemljama.

### **Primeri dobre prakse**

Prvi primer dobre prakse bilo bi iskustvo Velike Britanije, koje se pravom uzima kao model uspešne borbe protiv huliganizma. Naime, nakon užasne nesreće na stadionu Hillsboro 1989. godine, klubovi su bili primorani da podignu standarde bezbednosti na svojim stadionima. Skinute su ograde, kako sa tribina, tako i one koje teren fizički odvajaju od publike. Ukinuta su mesta za stajanje i postavljene kamere. Policajci su zamenjeni redarima koji su i sami navijači kluba, a njihova ovlašćenja su zatim jasno definisana. Upad na teren u ovakvim okolnostima tretira se kao delo koje povlači zatvorsku kaznu i, što je možda još značajnije, meru zabrane ulaska na stadione koja se dosledno primenjuje. Svesni mogućnosti da će gostovanja u inostranstvu poslužiti „profesionalnim navijačima“ da izbegnu primenu mere zabrane, organi reda međusobno saraduju, pripremajući i prosleđujući liste sa imenima onih kojima je ulaz na stadion zabranjen. Upravo je dosledna primena politike „crnih lista“ doprinela tome da Evropsko prvenstvo u fudbalu održano 2004. godine protekne bez većih incidenata (Scott et al. 2008: 117).

Efikasniji nadzor, koji je postao moguć zahvaljujući modernoj tehnologiji, primorao je posvećene huligane da svoju potrebu za nasilnom konfrontacijom zadovolje tako što će se sa rivalima susretati na neuobičajenim mestima. Zakazane tuče možda nisu holandski izum, ali su upravo u ovoj zemlji postale značajan problem. Policija u Velikoj Britaniji odgovorila je na promenu taktike koju primenjuju huligani time što se još više fokusirala na prikupljanje i obradu podataka. Ipak, upotreba podataka dobijenih obaveštajnim radom ograničena je time što se policijski službenici u potpunosti usredsređuju na grupe koje su ranije poznate po nasilnim ispadima, pa teško mogu predvideti spontano nasilje.

Drugi primer dobre prakse razvijen je u Nemačkoj. Počiva na uverenju da je huliganizam moguće sprečiti upornim radom sa najmlađima, odnosno uspostavljanjem drugačijih veza sa fudbalskim klubovima. Potenciranje toga da u slobodno vreme treba uživati u fudbalu, kao i u svakom drugom sportu uostalom, predstavlja tako meru borbe protiv maloletničke delikvencije. U Nemačkoj (ali i u Holandiji, Belgiji i skandinavskim zemljama) ovo uverenje rezultiralo je strateškim opredeljenjem da se investira u „navijačke projekte“ (nem. fan-projekte). Način sprovođenja ovih projekata se razlikuje. U Nemačkoj nastoje unaprediti veze između navijača, klubova i policije. U



Belgiji, u fokusu su mladi navijači kojima se nude alternative nasilnom ponašanju. Holandani, najzad, nastoje da ponovo socijalizuju osuđene huligane (Spaij, 2005: 5). Tako su krajem osamdesetih godina u Holandiji imenovani koordinatori na lokalnom nivou koji su uspostavljali kontakt sa potencijalnim huliganima, organizovali aktivnosti navijača i pružali savete mladima. Ovo je bilo praćeno paralelnim naporima policije u lokalnoj zajednici. Problem koji se može javiti prilikom ovakvog postupanja jeste taj što naglašavanjem aktivnosti prevencije umesto suzbijanja, „posvećeni“ ili „karijerni“ huligani ostaju izvan „mreže“ (Spaij, 2005: 5–6). Za njih je spremnost na nasilje obeležje kolektivnog identiteta, koga ne žele da se odreknu.

Kao što vidimo, nasilje u sportu nije fenomen koji je karakterističan samo za Srbiju ili za države Zapadnog Balkana. Jedno od prvih istraživanja vođenih u Velikoj Britaniji radi otkrivanja njegovih uzroka pokazalo je da huligani uvek predstavljaju manjinu navijača. Oni imaju pomerenu predstavu svoje uloge u sportskom događaju, te sebe doživljavaju kao aktivne učesnike. Budući da je fudbal „muška igra“ u kome je nasilje na terenu uobičajeno, nasilje na tribinama ne bi trebalo nikoga da iznenađuje (Roadburg, 1980: 266). Emocijama nabijen i visoko stresan doživljaj fudbalske utakmice predstavlja za mnoge priliku da „ožive“, odnosno da izraze osećanje frustracije koja je izazvana lošim uslovima života. Dobrom utisku svakako ne doprinose često očajni uslovi u kojima se utakmice održavaju (Hopcraft, 2006 [1968]: 162).

Diskutabilno je u kojoj meri su navedeni nalazi primenljivi na Srbiju. Tačno je da huligani uvek predstavljaju manjinu, ali ona je ipak značajna. Ako je verovati izveštačima sa lica mesta, na tribinama stadiona u Đenovi 12. oktobra našlo se 1600 navijača iz Srbije, pri čemu je njih 300 blokiralo grad, bacalo petarde na prolaznike, lomilo izloge, uništilo jedan policijski auto i ispisivalo grafite po zidovima duždevske palate. Privedeno je najzad 50 lica, od kojih je 33 pušteno, dok je 17 osoba zadržano u pritvoru. Postoje, zatim, timski i individualni sportovi u kojima nema fizičkog kontakta, čime je rizik od toga da dođe do nasilnog ponašanja smanjen. Ovi sportovi su i dalje popularni u Srbiji. Teniser Novak Đoković i odbojkaš Nikola Grbić primer su mladima, i to ne samo u našoj zemlji. Ipak, ova činjenica nije smetala navijačima Novaka Đokovića iz Srbije i Marija Ančića iz Hrvatske da se potuku u Australiji, dodajući tako jednu novu dimenziju problemu nasilja u sportu.

Sam tok utakmice, koliko god da je stresan, huligane nužno ne interesuje. Njihov „program“ odvija se nezavisno od događaja na terenu: pirotehnika će svakako biti upotrebljena, kao i naročito pripremljena scenografija. Izrazom vernosti se čak smatra i to da cela tribina, ako stvari krenu loše, okreće leđa terenu i nastavlja da navija. Poraz ili pobjeda mogu jednako poslužiti kao

opravdanje za nasilničko ponašanje na gradskim ulicama. Mediji u Srbiji veoma često ističu da nije nikakva tajna to da vođe navijača klubova „Zvezda“ i „Partizan“ imaju razne privilegije i da su navijanje pretvorili u neku vrstu profesije.

### **Specifičnosti huliganizma u Srbiji**

Ono što problem nasilja u sportu u Srbiji čini višestruko složenim, jeste postkonfliktni kontekst u kome se ono manifestuje. Naime, vreme ozbiljnog navijačkog organizovanja nastupilo je krajem osamdesetih godina i poklopilo se sa evolucijom nasilja, gde su se prvi ozbiljni šovinistički ispadi sa stadiona preselili u političku arenu (Čolović, 2009). Ono što nije bilo dozvoljeno u javnom diskursu, moglo je biti izgovoreno na tribinama. Uostalom, kako utvrditi ko je odgovoran ako skandira „pedeset hiljada duša, sto hiljada dlanova“, da parafraziramo jednog sportskog komentatora. U tom slučaju reč je o „dešavanju naroda“. Slika sa stadiona u Maksimiru, gde se jedan igrač umešao u sukob huligana i policije, upamćena je kao jedan od najsnažnijih simbola dezintegracije jugoslovenskog društva.

Javnosti u Srbiji je dokumentarnim filmom „Jedinica“, u produkciji „Vreme filma“, ispričana priča koja predstavlja najizrazitiji primer zloupotrebe jedne navijačke grupe ako se, tamo gde postoji pristanak, o zloupotrebi može govoriti. Ujedinjenje navijačkih grupa, čije je mesto okupljanja severna tribina stadiona FK „Crvena Zvezda“, odigralo se 1989. godine pod pokroviteljstvom Željka Ražnatovića. Nakon političkih promena nastavljena je praksa zloupotrebe (vrhunskog) sporta u političke svrhe, s tim da je ova, najdirektnija veza između nasilja i sporta, prekinuta.

Huligane u Srbiji izdvaja spremnost na nasilje. U ideološkom smislu, mešavina su „svega i svačega“. Na delima i rečima su šovinisti, ali spremno ulaze u „saveze“ i sklapaju „prijateljstva“ sa huliganskim grupama s one strane granice. Predstavljaju se kao tradicionalisti, ali su statusni simboli kojima daju važnost s ovog sveta, materijalnog. Među njima ima i onih koji iskreno veruju da je protest koji izražavaju, makar i nasilan, stvar ličnog izbora.

Velika je greška, međutim, huligansko ponašanje tumačiti kao nerazumno, kao ono ponašanje do koga dolazi u afektu. Ne može se nazvati nerazumnim postupanje u kome se kamenice i drugi predmeti unapred spremaju u kontejnere kako bi se kasnije upotrebili protiv rivalske navijačke grupe ili protiv osoba drugačije seksualne orijentacije. Disciplinu i jasnu hijerarhiju smo već izdvojili kao osobenosti huliganizma u Srbiji. Brutalno premlaćivanje i ubistvo francuskog navijača, koje se u Beogradu dogodilo u septembru 2009. godine, indikativno je, zato što je napad komunikacijom

pripremlilo više lica, ali su dva lica rukovodili samim činom. Takođe je indikativno i to da su upravo dvojica „vođa“, od svih učesnika koji su učestvovali u napadu na Brisa Tatona, najduže bila u bekstvu, kao i to da su posredni lica protiv kojih se vodi više prekršajnih i krivičnih postupaka. Događaji u Đenovi i naknadno međusobno prebacivanje odgovornosti fudbalskih saveza, odnosno policija Italije i Srbije otvorili su nov problem u policijskoj saradnji Srbije sa drugim državama u regionu i u EU. Rezultati rada ukazuju da je neophodna prevencija ovakvog vandalizma na utakmicama.

## **Zaključak**

Može se zaključiti da je problem huliganskog nasilja veoma dubok i neće biti rešen prostom zabranom. Država će, po svemu sudeći, pribeći represiji kada se već nije bavila prevencijom. Možemo, pri tom, očekivati da mesto starih, zabranjenih navijačkih grupa zauzmu nove navijačke grupe, jednako nasilnog pogleda na svet. Međutim, ako je praksa da više meseci protekne pre nego što se predmet nađe pred sudom, pitanje je da li će za tim biti potrebe.

Međutim, dosledna primena rigoroznih odredbi Zakona o sprečavanju nasilja i nedoličnog ponašanja, kao i skoro usvajanje Zakona o sportu možda će naterati huligane da razmisle pre nego što ponove neki od svojih ispada. Preventivne mere uključile bi razmenu informacija; prioritizaciju problema huliganskog nasilja u agendama interresornih tela koja već funkcionišu, kao i implementaciju dobre prakse i iskustava zemalja EU kojima je pošlo za rukom da povrate kontrolu nad sportskim događajima. Zatim je potrebno obezbediti sredstva za rekonstrukciju najfrekventnijih sportskih objekata („Stadion Crvene Zvezde“, „Stadion Partizana“, „Pionir“) radi povećanja bezbednosti posetilaca. Najzad, potrebno je sa posebnom pažnjom pristupiti problemu pojave velikog broja maloletnika koji učestvuju u huliganskom nasilju.

## Literatura

1. Čolović, I. (2009). *Politika nasilja na stadionima: Fudbal, huligani i rat*. E-novine 30. septembar 2009. <<http://www.e-novine.com>>
2. De Biasi, R. (1998). The policing of hooliganism in Italy. In: Della Porta D. and H. Reiter. (eds.). *Policing protest. The control of mass demonstrations in Western democracies*. Minneapolis and London: Univ. Of Minnesota Press, pp. 213–227.
3. Dunning, E. (2000). Towards a sociological understanding of football hooliganism as a world phenomenon. *European Journal on Criminal Policy and Research* 8(2), pp. 141–162.
4. Giulianotti, R. (2001). A different kind of carnival. In: Perryman, M. (ed.). *Hooligan wars. Causes and effects of football violence*. Edinburgh and London: Mainstream Publishing, pp. 141–154.
5. Hopcraft, A. (2006). *The Football Man: People and Passions in Soccer*. London: Aurum Press.
6. Roadburg, A. (1980). Factors Precipitating Fan Violence: a Comparison of Professional Soccer in Britain and North America. *British Journal of Sociology* 31(2), pp. 265–276.
7. Savković, M. & Đorđević, S. (2010). Na putu prevencije nasilja na sportskim priredbama: predlog regionalnog okvira saradnje.
8. Scott et al. (2008). Tackling Football Hooliganism: A Quantitative Study of Public Order, Policing and Crowd Psychology. *Psychology, Public Policy, and Law* 14(2), pp. 115–141.
9. Spaaij, R. and Viñas, C. (2005). Passion, politics and violence: a socio-historical analysis of Spanish ultras. In: *Soccer and Society* 6(1), pp. 79–96.
10. Spaaij, R. (2005). The Prevention of Football Hooliganism: A Transnational Perspective. In: Aquesolo, J. (ed.). *Actas del X Congreso Internacional de Historia del Deporte*. Seville: CESH.

## **SELF-CONCEPT OF ATHLETES**

**Nermin Mulaosmanović<sup>1</sup>, Damir Ahmić<sup>1</sup>, Adem Preljević<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Faculty of Education University of Travnik, Bosnia and Herzegovina

<sup>2</sup>Faculty of Sport and Physical Education, University of Novi Pazar, Serbia

### **Apstract**

Many athletes and coaches state that a high percentage of success in the sport depends on psychological factors. Athletes are often under great pressure in the competition, which leads to that athletes psychological characteristics are often decisive factors in these circumstances and contribute to victory or defeat. Athletes self-concept is certainly one of the most important psychological factors and the focus of this paper.

The main purpose of the research was to show the importance of self-concept among athletes that is being manifested through a positive attitude about yourself and a belief in achieving the goal.

Expectations that there are differences in the aspects of self-concept between athletes and non-athletes are not confirmed and the connection between most aspects of athletes self-concept proved to be significant. The survey was conducted on 155 adolescents age from 16 to 19, which included 72 athletes and 83 non-athletes.

**Key words:** self-concept, athletes, non-athletes

### **Introduction**

The main aim of effective behavior in the behavioral theory is the one's own perception of his/her abilities; in the field of sport and physical activity this perception is seen as a signal of one's sports achievement. If an individual sees him/herself as physically able to perform certain activities, he/she decides to take part in these activities or otherwise. There are many researchers and theorists who have noted the significant disparity in personality traits between sport and non-sport persons. Many scholars have discussed this issue and the discussion has brought up a question: Whose personality traits, those of sports or non-sport persons are in favor? Cooper (1969) sees athletes as more self-content, more effective and more socialized

than non-athletes. The experience of a young athlete determines the growth of positive traits, such as level of self-concept and independence, in a person (Cox, 2005:29). In order to provide undisturbed development of an individual as well as his functioning, beside cognitive development as a natural factor, the social environment, family, school, sport club, etc., has huge influence. This environment may affect an individual in both, positive and negative ways and it essentially impacts the growth of self-esteem among the youth.

## **Literature review**

One of the main reasons we promote sport among youth is the way it affects body, health and social life. The body has been considered as the main source of one's self-concept. It has been noted that there is a strong relation between the body structure and physical abilities of an individual, and a body itself presents one of the main sources of one's self-esteem from the early childhood. The idea of self-concept, self-esteem, self-awareness has been defined as an overall of perception, thoughts, feelings the one has of him/herself in the interactions with the world around us. This may be defined as self-perceptions of an individual related to the individual's introspection as well as the way others see us, especially the important adults from our environment. These self-perceptions include one's self-esteem, self-acceptance, competence as well as one's abilities (Marsh, 2007; cited in Lazarevic at al., 2008:307). As self-concept is very important in the development and efficacy of an individual, whether athlete or not, the attention should be given to the positive development of self-concept, which is, according to many, best developed through physical activities. Shawelson and his associates point out that self-concept may be only understood through multi-dimensional concept. The non-academic self-concept includes social, emotional and physical self-concept and therefore this study is focused on the aspects of non-academic self-concept among athletes and non-athletes, such as: self-esteem, self-efficacy, self-satisfaction with own physical appearance, life satisfaction, fear of negative evaluation and loneliness.

It has been considered that the primary aim of effective behavior is influenced by of self-evaluation or awareness of one's own competences, as according to Hater (1992) perceived competence directly affects self-motivation as opposed to the real competence. Athletes with higher level of self-efficacy deem to work more, choose more challenging tasks to perform, experience more positivism, and are less anxious (Bosnar, Balent, 2009:43). According to Opacic (1995) success in activities one sees important for him, along with other social interactions in forms of being well

informed, internal and external evaluation and social comparison are the main sources for the formation and change of one's self-concept. The most important factor which affects the way athletes see themselves is their own experience, with the reflection. One of the important aspects of self-concept is the self-assurance which includes both cognitive and affective components of an individual. It has been noted that self-respect is mostly reflected through the self-evaluation and the self-confidence in one's own abilities which rely on the affective components while self-efficacy relies on cognitive components. A positive attitude which indicates self-respect is very important in the sport because it is the first step in the development of all other psychological skills. There is a very broad use of the term self-confidence and it is often equalized with self-concept. However, self-concept is more general phenomenon than the self-confidence. Self-confidence greatly contributes to sports success. Research shows that it is the most important factor which distinguishing successful from less successful athletes. Athletes have the talent and all the necessary skills maximally developed, but if no one believes in them, they may not be able to take advantage of those skills. One of the reasons is just underdeveloped psychological skills, of which the most important is the self-assurance and the ability to use them in a critical moment. Sports psychologists define self-confidence as a belief that you can successfully perform the desired action (Bajraktarević, 2004: 131). It is also defined as self-assurance that the performance of certain tasks will be successful. These tasks may vary, depending on the sport activities. Those less self-confident always questions themselves, doubt in their abilities, and they are never sure if they have all the necessary skills to perform certain tasks. They do this during the training session, before and during the competition. The difference between those who are self-confident and those who are not is reflected thorough the way athletes perceive themselves, their actions as well as the conditions under which they take those actions, as they look through different lenses. The lack of self-confidence usually results in poor performance. The athlete is excellent during the training sessions, very good in unofficial games but performs poorly during the real competition, mostly because the athlete is unable to show what knows and what he can do. General self-evaluation, as the term indicates itself, is directed to self-evaluation of global characteristics and is relatively stable characteristics and mostly depends on the opinion of authorities. In case athlete is not satisfied with his/her body, the negative perception arises and athlete gives up of sport. More favorable self-evaluation of physical competence contributes to a higher level of enjoyment, as well as a lower level of anxiety during participation in physical activity and sport (Tubic, 2012: 210). The experience of young athletes should be positive in order to promote a positive self-concept. Sports programs should place emphasis on the development of self-respect, self-

confidence and independence and the victory should be placed on the second place. (Cox, 2005: 29).

## **Previous results**

Bearing in mind that there is not a large number of tests of self-concept among athletes in our region, this study aims to examine the differences in self-concept between athletes and those who do not practice sports. Although there are no consistent results when it comes to self-evaluation during the ages, some studies indicate a general decline in the self-evaluation in adolescence while others indicate an increase during the transition from elementary school to high school. Results given by Klomstena and associates (2004) show that participation in physical training and sport can contribute to the development of the self. Relation between sports activities and psychological functioning indicates that there is a reciprocal interactive process. Positive self-assessment of motor skills affects a higher degree of self-satisfaction, and it lowers the level of anxiety in the course of engagement in physical and sports activities, according to study (Scandan & Lewthwaite, 1986, according to Ivanovic Ivanovic, 2012: 6). Harter (1990) points out that the level of self-concept depends on social unit (family, school, sports club, etc.), which represents the positive conditions for the development of the self. It is stated that participation in physical activity improves mental health. Participation in sports activities involves many processes and can have a powerful influence on the formation and changes in self-concept of adolescents. Athletic performance, and self-efficacy support each other (Gašić-Pavišić et al, 2006: 387), Gifted athletes unsure of themselves work far below their capabilities and skills. Numerous authors have examined self-concept in the field of Physical Education and Sport (Gašić-Pavišić et al., 2006; Lazarevic et al., 2007; Marsh & Craven, 2006; Schneider et al., 2008). Research (Tubic, 2010) shows that athletes differ from non-athletes in emotional stability, self-confidence, perseverance, responsibility, the need for domination. Research (DuBois et al., 2000) indicates the theoretical aspects of self-concept, and the difference between the overall self-assessment and self-evaluation in characteristic areas (school, sports, social, etc.).

Studies of many authors (Chanal et al., 2005; Fox, 2002; Klomsten et al., 2004; Marsh, 2001; Marsh et al., 2006; Peart et al., 2005) indicate the role and importance of physical self-concept as well as practice of physical exercise and sports (Lazarevic, et al., 2008: 308). Tubic and associates (2012) emphasize that adolescents who participate in sports tend to more favorably estimate themselves in the most of tested aspects of self-concept in relation to their peers who are not involved in sports.



There are works that suggest (Biddle, 2000; Fox, 2000) to engage in moderate physical activity improves emotional functioning, improves self-esteem and physical self-concept and increases self-satisfaction. It is emphasized that the development of positive attitudes about physical exercise affects achievement in school and in sports domain while negative attitudes towards physical exercise as part of physical education, for example, may be associated with lower levels of their sports activities outside school (Tubic, 2012:209).

It is believed that if people perceive themselves as physically competent, will participate in physical activities, and vice versa (Ivanovic, Ivanovic, 2012: 7). Harter (1992) has established a relatively high correlation ( $r = .70$ ) between the valuation itself in those areas that we consider important and general self-evaluation, and a low correlation between the evaluations themselves in areas considered irrelevant and general self-evaluation. Alves-Martins et al (2002) show that self-evaluation of typical self-concept expresses one's own sense of ability in certain fields (social, school), and it is a subject of change under the influence of circumstances. Tubic and associates (2012) emphasize the role of body image perception in the general adolescent self-evaluation, regardless of whether they practice sports or not.

Research results of Lazarevic et al (2008) emphasize the existence of significant differences in the characteristics of physical self-concept in favor of a group of students who, in addition to physical education lessons, are extra engaged in physical exercise and sports. The differences are more manifested in the dimensions of physical self-concept in a sample of girls than boys, according to the degree of their involvement in physical exercise and sports.

The study conducted by Gašić-Pavišić et al (2006) found that the practice of sport influences general self-esteem and locus of control in adolescents through social feedback and social evaluation of sport achievement and physical fitness.

## **Methodological framework of research**

### *A sample of the population*

The population of the research consists of adolescents who are engaged in sports activities and adolescents who are not involved in sports activities. The subjects of 155 young men were divided in two sub-groups of athletes (72) and non-athletes (83). Ages range from 16 to 19 years.

### *Statistical methods*

In this study the following statistical methods were used: Descriptive statistical methods, Levene's test, T-test, Pearson correlation coefficient.

### *The problem, objectives and hypotheses*

The main problem of the research was to examine differences in the aspects of self-concept between athletes and non-athletes, and the link between aspects of self-concept. From these problems following objectives have arisen:

1. Examine the differences in the dimensions of the self- concept between athletes and non-athletes;
2. To determine whether there are significant statistical correlation between the dimensions of self-concept among athletes.

In accordance with the objectives, the following hypotheses were set:

1. Assumption that there is a statistically significant difference between athletes and non-athletes in the aspects of self-concept.
2. Expectation that there is a statistically significant correlation between most aspects of self-concept among athletes.

## **Results**

### *Self-concept of athletes and non-athletes*

As increasing number of research points to a better evaluation of athletes in aspects of self-concept, and that they have greater self-esteem, self-efficacy, life satisfaction, satisfaction with their physical appearance and a lower degree of fear of negative evaluation and loneliness. This study began with the examination of the subject (155 adolescents). The aim of this study was to examine whether there are differences in the aspects of self-concept between athletes and non-athletes in adolescence? Therefore, it was necessary to gain insight into aspects of descriptive statistical parameters of the self-concept which are shown in Table 1.

**Table 1.** Descriptive statistical parameter of self-concept

	Athlete	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Self-respect	no	83	28.2169	6.03455	.66238
	yes	72	29.8056	7.10215	.83700
Fear of negative evaluation	no	83	23.1687	7.05176	.77403
	yes	72	24.8056	7.67039	.90396
Self-efficacy	no	83	38.6988	6.33753	.69563
	yes	72	39.3333	7.55077	.88987
Lonliness	no	83	37.6988	10.69846	1.17431
	yes	72	36.7361	9.63999	1.13608
Satisfaction with physical apper.	with no	83	34.9277	7.65695	.84046
	yes	72	37.8750	5.86212	.69086
Satisfaction with life	no	83	75.6627	11.90437	1.30667
	Yes	72	76.2639	11.56365	1.36279

The data in Table 1 show that adolescents who are engaged in sport activities generate greater results in average in almost all the aspects of self-concept than non-athletes, except in loneliness, as it was the expected , but the statistical significance of the results was not confirmed. Levene's test of equality of variable is not significant in aspects of self-concept ( $p > 0.05$ ), which means that it did not affect assumption of equality of variables. Therefore, the results obtained are: self-esteem ( $t = .390$ ,  $p > 0.05$ ), fear of negative evaluation ( $t = -1384$ ,  $p > 0.05$ ), self-efficacy ( $t = -.569$ ,  $p > 0.05$ ), loneliness ( $t = .585$ ,  $p > 0.05$ ), body image satisfaction ( $t = -2659$ ,  $p > 0.05$ ), satisfaction with life ( $t = -.318$ ,  $p > 0.05$ ).

The present data indicate that regardless of any differences that exist among the respondents who are involved / not involved in sports in aspects of self-

concept, it was not found that these differences were statistically significant ( $p > 0.05$ ), in accordance with this, the first hypothesis was not confirmed .

### **Links among self-concept aspects among athletes**

To determine whether there is significant statistical correlation among the dimensions of self-concept among athletes was the second aim in this paper. The following table shows the inter-correlations of self-concept aspects (self-esteem, self-efficacy, fear of negative evaluation, loneliness, life satisfaction, body image satisfaction).

Table 2 shows significant positive correlation between self-esteem and certain aspects; athletes with higher levels of self-esteem are more self-effective ( $r = .372$ ,  $p < 0.01$ ), more satisfied with their lives ( $r = .372$ ,  $p < 0.01$ ), and they are more satisfied with their body image ( $r = .372$ ,  $p < 0.01$ ). Also athletes with higher levels of self-esteem have a lower degree of loneliness ( $r = -.429$ ,  $p < 0.01$ ). However, there has not been found any significant correlation between the self-esteem and the fear of negative evaluation.

Significant correlation between fear of negative evaluation and life satisfaction is not found, nor with the satisfaction with body appearance. The results show a statistically significant association between fear of negative evaluation and self-efficacy ( $r = 0.260$ ,  $p < 0.05$ ).

When it comes to self-efficacy scale, most of the aspects positively correlate with it. This shows that athletes with a higher degree of self-efficacy tend to have higher self-esteem ( $r = .372$ ,  $p < 0.01$ ), and they are satisfied with life ( $r = .301$ ,  $p < 0.05$ ), while we have not found any significant correlation between self-efficacy and loneliness nor with satisfaction with body appearance.

Negative correlation of the scale with the facets of loneliness indicates that athletes with a higher degree of loneliness are generally less satisfied with life ( $r = -.308$ ,  $p < 0.05$ ), and less satisfied with body image ( $r = -.421$ ,  $p < 0.01$ ). There is no significant correlation between loneliness and fear of negative evaluation and loneliness and self-efficacy.

**Table 2.** Inter-correlations of self-concept aspects

		samopostovanje	strah_neg E	samoefikasnost	usamljenost	zadovoljstvo_zivotom	zadovoljstvo_iz_gledom
Self-respect	Pearson Correlation	1	-.257	.372**	-.429**	.372**	.365**
	Sig. (2-tailed)		.051	.004	.001	.004	.005
	N	72	72	72	72	72	72
Fear of negative evaluation	Pearson Correlation	-.257	1	.260*	.142	-.201	-.079
	Sig. (2-tailed)	.051		.049	.286	.130	.557
	N	72	72	72	72	72	72
Self-respect	Pearson Correlation	.372**	.260*	1	-.194	.301*	.235
	Sig. (2-tailed)	.004	.049		.144	.022	.076
	N	72	72	72	72	72	72
Loneliness	Pearson Correlation	-.429**	.142	-.194	1	-.308*	-.421**
	Sig. (2-tailed)	.001	.286	.144		.019	.001
	N	72	72	72	72	72	72
Life satisfaction	Pearson Correlation	.372**	-.201	.301*	-.308*	1	.468**
	Sig. (2-tailed)	.004	.130	.022	.019		.000
	N	72	72	72	27	72	72
Satisfaction with physical appearance	Pearson Correlation	.365**	-.079	.235	-.421**	.468**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.557	.076	.001	.000	
	N	72	72	72	72	72	72

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Life satisfaction is positively correlated with aspects of body image satisfaction, indicating that athletes with higher life satisfaction are generally satisfied with their body image ( $r = .468$ ,  $p < 0.01$ ), have higher self-efficacy ( $r = .301$ ,  $p < 0.05$ ) and self-esteem ( $r = .372$ ,  $p < 0.01$ ).

Satisfaction with physical appearance is positively correlated with other aspects, except with loneliness and fear of negative evaluation. The association between physical appearance satisfaction and loneliness turned out to be statistically significant ( $r = -.421$ ,  $p < 0.01$ ), suggesting that athletes who are more satisfied with their body image are less lonely and vice versa.

There is no statistically significant correlation with the fear of negative evaluation. The data from the second table confirm the second hypothesis.

## **Conclusion and discussion**

In this study, we investigated the differences in some aspects of self-concept among adolescents (athletes and non-athletes), as well as the link among aspects of self-concept. According to the results, both groups of the participants in this study, on aspects of self-esteem, self-efficacy, life satisfaction, satisfaction with body appearance, loneliness and fear of negative evaluation may be concluded that there is no statistically significant difference between athletes and non-athletes, although athletes achieve higher value in the average on the aspects of self-concept. When it comes to the link among the aspects of self-concept the results indicate that the largest statistically significant positive correlation is found among self-esteem, self-efficacy, life satisfaction and physical appearance satisfaction. While the negative correlation is found between the aspects of self-concept and loneliness, the lowest correlation is found with the fear of negative evaluation.

The results obtained in this study in terms of the link between certain aspects of self-concept were expected and it could be said that they are in the line with other studies. While the results indicating the differences in self-concept between athletes and non-athletes are not in line with other studies because there is a significant difference in favor of the athlete. In this study, although the athletes achieve better results in the aspects of self-concept, the difference is not statistically significant.

Possible causes of the results and the finding which shows no differences in self-concepts between athletes and non-athletes may be explained by the growing differentiation of self-concept in many studies which indicate that there is a mutual conflict in adolescence, therefore descriptions are unstable. These conflicts make the most important source of identity crisis, because of the need to find a balanced view of themselves and the requirements of social environment and that is considered to make the self-concept lower.

The cause of the results may be found in the level and variability of self-esteem and self-efficacy. The researchers state that the self-esteem changes from day to day or even hour by hour (Larsen-Buss, 2008). The variability of self-esteem varies with the individual; refers to the size of short-term fluctuations in the existing level of self-esteem. The assumption for the level and variability is based on a variety of mental mechanisms, and it is also believed that the variability of self-esteem are associated with the degree of change which coexist in one's own self-evaluation. Particularly important is

the perception of competence in adolescence. Since the evaluation of self-efficacy refers to the assessment of what someone can do, regardless of the actual skills possessed according to Ivanov (2007), it is possible that the ambitions of the adolescents indicate the degree of efficiency which has been shown in this study.

## Literature

1. Bajraktarević, J. (2008). *Psihologija sporta - teorija i empirija*. Univerzitetski udžbenik „Arka“, Sarajevo, treće izmenjeno i dopunjeno izdanje ISBN 978-9958-588-23-5.
2. Bajraktarević, J.(2008). *Psihološka priprema sportista*. Univerzitetski udžbenik „Arka“, Sarajevo, treće izmenjeno i dopunjeno izdanje ISBN 978-9958-588-22-8.
3. Beck, R. C. (2003). *Motivacija: teorija i načela*. Prijevod četvrtog izdanja, Jastrebarsko: Naklada slap.
4. Bezinović, P., Savičić, D. (1989). *Lokus kontrole i njegovo mjerenje: Prikaz nove skale za mjerenje eksternalne orijentacije*. Psihologija br. 1-2., 132-139.
5. Bosnar, K., Balent, B. (2009). *Uvod u psihologiju sporta*. Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
6. Cox, R.H. (2005). *Sportska psihologija: Koncepti i primjene*. Jastrebarsko: Naklada Slap
7. Gašić-Pavišić, S., Joksimović, S., Janjetović, D. (2006) *General self-esteem and locus of control of young sportsmen*, Institute for Educational Research, 38(2), 385-400.
8. Ivanović, M., Ivanović, U. (2012). *Aspekti self-koncepta predadolescenata kao determinate njihovog bavljenja sportom*. SPORT-Nauka i Praksa, Vol. 2, No5, str. 5-20
9. Joksimović S., Janjetović, D. (2008). *Pojam o sebi i vrednosne orijentacije adolesecnata*. *Pedagoška istraživanja*. Vol. 40. Br.2. str. 288-305.
10. Larsen R. J., Bus D. M. (2008), *Psihologija ličnosti*. prijevod drugog izdanja, Jastrebarsko: Naklada slap.
11. Radisavljević, D., Lazarević, S., Milovanović, I. (2008). *Relacije fizičkog self-koncepta i fizičkog vježbanja učenika osnovne škole*. Zbornik instituta za pedagoška istraživanja. Br 2. str. 306-326.
12. Tubić, T., Đorđić, V., i Poček, S. (2012). *Dimenzije self - koncepta i bavljenje sportom u ranoj adolescenciji*. Psihologija, 45(2), 209-225.

## **BODY HEIGHT AS THE DOMINANT FACTOR IN MODERN VOLLEYBALL GAME**

**Predrag Nemeč<sup>1</sup>, Vesna Nemeč<sup>2</sup>, Goran Brezić<sup>3</sup>, Katarina Nejić<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK Univerzitet

<sup>2</sup>Fakultet za fizičku kulturu i menadžment u sportu, Univerzitet Singidunum

<sup>3</sup>Treća beogradska gimnazija

<sup>4</sup>Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Univerzitet u Nišu

### **Abstract**

Observing and analysis of the development of volleyball has shown that the tendency of modern volleyball is increasingly moving towards rationalization of movement in the game, and the ease of winning game points. In addition, it is evident that this tendency is a dominant factor in the form of body height, which results in more frequent wins for the teams that have an average height of players of around 2m in their lineup. Dominance in the body height is not important only for middle blockers, but also for players who have their roles in spiking, digging, blocking, and even those who are in the role of the libero. The expressiveness of the anthropometric variables is also represented in the spike service, which is becoming an increasingly effective means of attack. When the motor skills are adequately developed to be consistent with the level of body height, then a team game is gaining stability and continuity in the achievement of results.

**Key words:** rationalisation of movement, body height, efficiency of attack, deep formation, shallow formation.

### **Introduction**

The truth is that the experts' estimates of volleyball players' future prospects do not depend only on body height, however, they still do play a dominant role in modern volleyball. In fact, a large number of situations in the concept of volleyball play are associated with body height and length measurements of the body extremities. In the analysis of performance success and contributing factors, undisputed importance of anthropometric variables for



quality and creating new opportunities in the future of volleyball is confirmed. Since every time bears some innovations, it is almost certain that this feature will be crucial in the future.

Today's play provides an offset of several processes critical for modernising and improving the game; these processes can be achieved by rationalizing volleyball techniques, optimizing the time spent on training and determining the strategic orientation. In an effort to achieve improvements in the game, more and more training is often erroneously resorted to, which leads to overtraining and rapid "spending" of players. Thus, daily training sessions lasting several hours accelerate deterioration of players, i.e., "spending" of already created resources, and overload leads to faster, more frequent and more severe injuries. On the other hand, to determine the strategic orientation of the team, it is necessary to, first of all, perform laboratory selection of players, because it will show their genetic structure as well as opportunities for further guidance, both individually and as a team. Already in this initial step of creating a team, it can be seen that making a selection is conditioned by body height. Very often players of distinct height get advantage over those who belong to the volleyball "average". The reasons for the trainer's choice in favour of higher players are numerous. The first is that they are "permanently" in the block, they can block standing, due to a greater arms span they can cover a larger space above the net, but also in the field. They do not jump too high in the first pace, they can block it by simply rearing on their toes, which gives them the ability of timely blocking the second pace. Therefore, they do not get tired too quickly, because they use their level and speed generated force in a rational manner (Milošević, 2014). Another reason is the unquestionably greater height reach when spiking, blocking or digging. Further, they spend less time in the air, which gives them an advantage over the lower height players, whose time, due to lack of height, is extended between two actions (e.g., blocking or spiking). And the last reason, they can have an indirect role in the realization of effective attacks by teammates. As such, they represent a constant threat on the net, so they can easily draw attention to themselves and "pull" the block, thus leaving space for other hitters.

According to Kretschmer, there are three main types of the human body. The most desirable and appropriate for the needs of volleyball is the first type - leptosomic. They are characterized by narrow shoulders, long body, long upper and lower extremities, pronounced long fingers and large feet. This type is appropriate for the position in a team where the dominance is present in the subtle performance of volleyball techniques, such as service, spiking, blocking, digging and even in play in the field. Another type – athletic – most often find their place in the libero role, but with the possibility of later switching to the setter position, and even to that of the hitter. Due to the broad shoulders, long torso, short lower extremities, short upper extremities

levers and short hand, players of this type have an extremely low center of gravity, big arms span and the ability to cover a large area. Finally, the "moderate pyknic" is characterized as a type with long legs, short torso, elongated neck, long feet, slightly wider hips, long fingers, length of the forearm and upper arm are proportional to the torso length. As such, this type is mainly found in the position of the middle blocker. Although manifesting low-level jumping pulses, this type has a great hand speed in setting up the block, an excellent assessment in closing the space above the top of the net, good timing of arrival to the place where the opponent will spike, moves easily and quickly from the attack phase (spiking) to the defence stage (blocking) and often become supporting diggers. It is also characterized by an extremely small number of mistakes.

When team positions are successfully assigned based on longitudinal characteristics, but also on mental and physical abilities, it is much easier to begin creating team orientation and the process of teamisation (team creation). Given the need to monitor modern volleyball trends, it is increasingly evident that the current team compositions, as well as the so-called "deep formations", is a thing of the past. Although it is sometimes difficult to give up the standard concepts and established habits, it is undeniable that the top volleyball game is changing and is taking on new forms. One of future efforts should be a painless transition to the so-called "shallow formation" (Tomić, 2000), which, due to its innovativeness and increased speed of play is slowly finding its place in some top teams, which further contributes to an increased efficiency and attractiveness of play. It is expected that upcoming talents will bring certain innovation during an unconscious adaptation to new standards of modern volleyball, thereby aiding that this formation obtains a deserved place. Its application can help in that dominance in height could play a crucial role in modernizing the old volleyball templates.

### **Characteristics of length measurements of volleyball players and their function in competing**

A large number of studies on volleyball players in recent years have been conducted in areas of longitudinal dimensionality, in order to establish what are the predispositions that bring success in the competition. In fact, if we observe the position of the middle blocker, it is clear that in the men's competition, the players usually chosen are over two meters tall and very mobile, in order to get to areas where they predict the ball will be sent by the setter. In addition, the middle blocker must be characterized by a great sense of space, as well as capable of closing the space above the net's upper edge at the net in line with the movement of outside blockers. In the case of the

middle blocker with extreme body height and big arms span, deficiencies are often expressed in the speed when it comes to reaching outside blockers and adequate merger before the jump. Due to their natural clumsiness, it is necessary to work on coordination in training in order to reduce it, but it is also important to make use of their advantage over the other players at blocking a penalty or double penalty, and even "pipe". Such players are often said to be constantly in a position to block, because in some situations it is enough to "rear" on the toes or just jump a little (as blocking during fast actions) in order to perform a successful block, for which others need to fulfill the previously mentioned requirements. When it comes to dimensions of middle blocker's extremities, the rule that the size of the hand is in proportion to body size has proved to be the best.

Unlike the middle blocker, the size of the hand in the extreme hitter should be proportionally smaller in comparison with the size of the body, because the muscle innervation and peripheral hand speed is often crucial in the final outcome of the results when spiking. However, although it is known that good hitters have a smaller hand compared to others, it does not mean that players with bigger hands are not good hitters. The adopted technique was proved to be a much more important factor, as well as the use of the intellect in competition. Besides, the experience factor that comes with years of playing and acquiring knowledge, be it on their own or other's examples, should not be forgotten.

Another fact perceived in major competitions should be added to this analysis: there is no team that has achieved high placement whose setter was not in the category of players with a body height of about two meters. In the past setters were short and highly explosive, however, they made up for the lack in height performing high vertical jumps. Today, it is increasingly common that the setter is extremely high, which gives him the opportunity to surprise and personally manifest the innovative play which is hard for opponent to predict, and therefore reacts to it more slowly and with greater difficulty. In addition, this type of setter reaches the "spilt" balls more easily, and becomes a conductor in blocking, due to a very good sense of space he has. Observed from the position of the server, each player, including the setter, has the opportunity to learn several types of service, amongst which is a spike service, which in some shorter setters impaired his effectiveness in the past.

We believe that in the future the tendency of coaches should be to find young players with the mentioned body height and with a pronounced sense of defensive play. As such, a very young player, should be coached for the role of a defender, or even a libero, but with parallel training for the role of the hitter, so eventually, with maturing and acquiring playing maturity he will become the main carrier of the play in attack. By then he would already have

acquired some knowledge of the defensive play, then in critical situations can take on the responsibility of the defence organization and increase its efficiency. In addition, knowledge of playing in defense will give him a different perspective that will help innovative solutions during matchplay and achieving a more efficient attack. (Tomić, Nemeč, 2012)

Based on body height it is possible to build tactical attack variants applied in a variety of different team compositions and playing systems. The best proof in practice that this feature is a dominant factor in modern volleyball is reflected in the application of team composition 3 + 2 + 1 + libero (3 middle blockers + 2 hitter-receivers + 1 setter +1 libero) (Nemeč, 2005.). The superiority at the net leads to the possibility of increasing the diversity of actions, both in attack and in defense, which aims to develop new ideas and creative solutions during the volleyball match play.

### **Types of attacks in modern volleyball “deep formation“attack**

Today it is a common belief that for a good attack to be organised, it is extremely important to achieve a successful service receiving. At the beginning of jumping service an emphasis on this element of volleyball play has become evident. Every team strives to have at least two specialists in service receiving. They are usually positioned diagonally, so that in each rotation, one of them is in the area of defense. However, as one player is insufficient to protect the space when receiving the service, then the other one at the net joins the zone of defense to help. His retreat leads to the retreat of the defense zone players. This creates a "deep formation" whose main characteristic is setting up a large number of players near the court endline.

The player from the attack zone that is receiving the service or is just preparing to receive it, exerts a long run up in the attack, the most appropriate and most effective for a "third pace" attack type. Given the fact that the role of these two attackers - specialist for service reception is very exhausting, they tire fast and their attack success is reduced, which is further aggravated by the fact that their movement due to the long run up is easily noticeable and therefore easier to block by the opposing team. Therefore, it is worth noting and remembering that "long run-up with spiking is burdened with a number of deficiencies" (Tomić & Jerry's, 2012), which places the "deep formation" in an untenable position and is somewhat outdated in the current, extremely fast volleyball.

## **“Shallow formation“attack**

Nevertheless, "deep formation" can have its advantages when treated as a possible option, not as the basic model of attack, because in certain situations it brings an element of surprise and changes in the rhythm of play. Opposite to it is the possibility of organizing the attack with a "shallow formation", which represents a new way of looking at the organization of the attack, in part self-imposed due to increased speed of volleyball matchplay.

The main characteristic of the "shallow formation" is the ability of a large number of players to play the role of the setter, giving the opportunity to increase possibilities in the realization of attacks, as well as the reduction of predictability evident in the "deep formation". In relation to the team composition this represents the 3:3, 2:4 relations, and in most favourable case 0:6. A transitional form of the "shallow formation" is a team composition along the 3:3 principle, but significantly stronger and more stable is the 2:4 one. In this formation tactical variants with specialists in the team attack are developed, positions become the main orientation, and so become the hitting power of the specialist attackers (Nemec, 2016) and the construction of high-level technical execution of the two specialist setters and the two other setters. Players are arranged according to individual abilities, with two spiker specialists diagonally arranged, with a level of cooperation with nearest teammate becoming most important.

Unlike the "deep formation", the service in this formation is received only by defenders, usually two of them. Here, we should not neglect the possibility of service reception with three or more players, but in the "shallow formation" this is not treated as a system solution, rather as a possible option, particularly in crisis situations, which implies mainly a critical service reception. (Tomić, Nemec, 2012)

Generally taken, the basic characteristic of the "shallow formation" is a higher level of technique of all players in all elements of play, especially in lifting and receiving the service. This tendency is imposed as a condition of organizing the attack with the mentioned type of formation, slowly ending any exclusive specialization of players for certain roles and creating their versatility. However, although the "shallow formation" aims to create this kind of dual possibilities, care must be taken that some players do not get continuously assigned the roles that are not intended for them, i.e., in those elements in which they do not show a high level of technique. Today, cases in which hitters are "playing" lifters – specialists are dominant, and in some instances they even try lifting the specials, for which the adopted techniques and a certain level of virtuosity are essential, but are not gained with simple observation of teammates during the execution or a random try during the match. In this sense, the "shallow formation" offers great opportunities for a

large number of attack variants of the whole team, whereas a small number of those applied by individuals, which significantly improves the quality of the whole team and safety performance.

Other than that, the speed of winning points (dominant even in the short run up for the spike typical of this formation) that will also increase the efficiency of play, but will also give particular advantage to taller players, is already widely present in modern volleyball. Thus, the attack is accelerated without increasing the speed of movement of either the players' movement or the ball. Consequently, the "width of attack" is less prominent and there is more variability and flexibility and/or individual ability and intuitiveness. It is in this way that a significant specific expression of each player is gained, including departing from templates and a greater range of innovative solutions. Any departure from the template reduces the predictability giving the possibility of surprise, which makes it difficult to the rival to succeed in defence. In short, the "shallow formation" inclines towards the up to now unusual, and sometimes even illogical realization of ideas. For this reason, the "shallow formation" is moving in the direction of natural progress and development tendencies in volleyball, primarily on the level and manner of the matchplay and will bring a range of innovative, creative solutions as well as unpredictability, making the game additionally interesting and fluent.

## **Conclusion**

The aim of this study was to briefly present the main characteristics of and explain the term "shallow formation". Since it is a formation that is yet to come, and is yet to be developed, it is unnecessary to further elaborate on its templating and its creation. On the contrary, full freedom of access should be allowed because the only way to get a new perspective on the volleyball game and devising of innovative approaches in the organization of attack. It should be noted that the entire "system" will not be built in one place, as it never has been the case. It has always represented a mosaic into which details from various parts of the volleyball world were installed.

It is necessary that methods should be developed to include new, more attractive situations and actions into the strategic orientation in order to attract all volleyball lovers. Of course, one is bound to be faced with fierce resistance to the new direction in the development of volleyball. For innovation to be accepted, one must first understand it to the tiniest details, and such details are very important in setting the idea. The current national team coach Nikola Grbic, however, has a sense of unusual, non-template team leadership. Of course there is plenty of space for the innovative

rationalization of the game if the body height is properly used and implemented through phases that are mentioned in this article.

## Literature

- 1.Milenko B. Milosevic, Eleonora D. Dzoljic, Milos M. Milosevic, Morteza Jourkesh, & David.G. Behm. (2014). The Analysis of Muscle Force Development with Trained and Elite Athletes. *Physiology*, 24(1-81):5-12.
- 2.Milosevic, B.M., Nemec, M.P., Zivotic, R.D., Milosevic, M.M., & Rajovic, D.R. (2014a). Force distribution model of motor units of leg extensor muscles. *Journal of Sports Sciences*, 2(3):195-199.
3. Milošević, B.M.,Milosevic, M.M.,Nemec, M.P., Zivotic, R.D. & Radjo, II. (2014b). A new approach to development of human maximal muscular force. *Journal of Exercise Physiologyonline*, 17(5):70-80.
- 4.Milošević, B.M., Nemec, V., Yourkesh, M., Nemec, P., Milošević, M.M.,& Behm, GD. (2016 u štampi). Determination of capacity and rules of the variability of maximum force using nonlinear mathematical models: a case study.*International Journal of Sport Studies*.
- 5.Nemec MP., Milosevic MM.,Nemec JV. & Milosevic, BM. (2016). Production and development of muscle force in elite male volleyball players' spike, *Sport Science* 9, Suppl 2: 32-40, Print ISSN: 1840-3662,
- 6.Nemec, P., (2005). *Mogućnosti nove kompozicije tima 3+2+1+(L) u odbojci*, I Međunarodna konferencija „Menadžment u sportu“, Beograd,
- 7.Nemec, P. (2002). *Odbojka i oko nje*, Beograd: SIA.
- 8.Nemec, P. (1989). *Odbojka – fizis i motorika*, Beograd: SIA.
- 9.Tomić, D. (2000). *Odbojka – napad plitkom formacijom*, Beograd: Sportska akademija.
- 10.Tomić, D. (1989). *Odbojka budućnosti*, Beograd: SIA.
- 11.Tomić, D. (1984). *Trening dizača u odbojci*, Beograd: Institut za unapređenje organizacije rada i stručno usavršavanje kadrova.
- 12.Tomić, D., Nemec, P. (2012). *Odbojka u teoriji i praksi*, Beograd: SIA.
- 13.Tomić, D., Nemec, P. (1989). *Teorija odbojkaške prakse*, Beograd: SIA.

## **UTICAJ POLITIKE NA FORMIRANJE I RAD SPORTSKOG DRUŠTVA RADNIČKI**

**Filip Smiljanić**

Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK Univerzitet

### **Apstrakt**

Sportsko društvo Radnički je naš najstariji sportski klub u zemlji. Formiran je 1920. godine uz snažnu podršku SKOJa, koji je organizovan godinu dana ranije. U periodu od osnivanja do Drugog svetskog rata rastao je i osvajao uspehe pod neposrednim uticajem komunističke partije, koja je delovala u ilegali. Sportisti su se iznedrili iz radničke omladine koja je baveći se sportom istovremeno i prihvatila ideologiju jednakih šansi za sve mlade. Takmičili su se bez materijalnih pobuda, vodio ih je entuzijazam, ljubav prema sportu i poredama, zadovoljni što su za uspeh i postignute rezultate dobili društveno priznanje. Danas je sport postao unosan biznis, a takmičari roba koja se prodaje na tržištu. Sportska društva i klubovi se polako privatizuju, ali većina još uvek očekuje pomoć društva i radi uz izuzetne finansijske teškoće. Da li oni mogu da opstanu bez pomoći politike. Pokušali smo da na osnovu prikupljenih podataka i dokumenata i analize tih dokumenata definišemo predmet ovog rada, a koristeći istorijski metod istraživanja potvrdimo da će u narednom periodu biti neophodne mere države za nastavak rada Sportskog društva Radnički.

**Ključne reči:** sport, politika, sportski rezultati

### **Uvod**

Nismo skromni ako kažemo da je narod Srbije sportska nacija. Srbija je srazmerno broju svog stanovništva iznedrila veliki broj vrhunskih sportista u svim granama sportova. Baza za izrastanje tih sportista su brojni veliki i mali klubovi, po gradovima i selima u kojima su učili sportu i takmičili se mnogi talentovani i nadareni mladići i devojke.

Iz tih klubova su izrastala sportska društva, a ona su pravila saveze na lokalnim i državnim nivoima. Sportska društva su nosila imena naših slavni



sportista i narodnih heroja, istorijskih simbola, imala uspone i padove, ali svi su ostavili dubok trag u razvoju i istoriji sporta.

Umnogome su zavisili od društvenih prilika i novca. Iako je sport delatnost od nacionalnog interesa nije uvek tako tretiran i nedostatak sredstava je pogubno delovao na njihov opstanak. Zbog nedostatka sredstava sportska društva zatvaraju klubove, a poneki opstaju tako što umesto imena poznatih sportista nose imena privatnih kompanija, banaka ili vlasnika koji ih finansiraju. U današnjim uslovima još preživljava Sportsko društvo „Radnički“ na Crvenom krstu u Beogradu. Ovo Društvo ima najmanje dve osobine koje ih razlikuje od drugih jakih sportskih društava u Srbiji. Nastao je pre skoro sto godina i najstarije je sportsko društvo u Srbiji, i drugo, osnovali su ga radnici u najbukvalnijem smislu: krojači, kožari, metalci, stolari... i za vreme svog postojanja do danas zadržao je imidž za koji se ne može reći da asocira na elitizam i akademizam. Zabeležiti vreme u kojem je „Radnički“ osnovan i opstao pre Drugog svetskog rata i vreme kada je posle tog rata uspešno gradio vrhunski i masovni sport zaslužuje da bude prezentovan.

Cilj ovog rada je da prikaže političke i društvene okolnosti u kojima je Sportsko društvo Radnički radilo i opstalo i šta je potrebno da se preduzme od države i društva da bi danas masovni i vrhunski sport u Radničkom i drugim sportskim organizacijama bio društveno i sistemski podržan kao delatnost od nacionalnog interesa.

Ostvarenje cilja ovog rada zasniva se na istorijskim činjenicama, prikupljenoj dokumentaciji u Sportskom društvu Radnički, i analizi te dokumentacije, a na osnovu koje analize su se dobili rezultati koji potvrđuju da je za funkcionisanje ovog Društva neophodna podrška društva i države.

## **Radnički od osnivanja do Drugog svetskog rata**

Sportska organizacija je slobodno udruživanje građana radi postizanja zajedničkih ciljeva, odnosno radi ostvarivanja i usklađivanja njihovih interesa i razvijanja različitih sportskih aktivnosti (Životić, D., 1999, str. 33) Oblik organizovanja sportske delatnosti su: sportski klub, sportsko društvo, sportsko udruženje, sportski savez i savez sportova (Životić, str.28). Sportsko društvo čine klubovi kao najmanji organizacioni oblik, a sportsko društvo je viši stepen organizovanja. Tako je i Sportsko društvo „Radnički“ nastalo formiranjem pojedinih klubova u raznim sportskim granama.

Naročiti potstrek organizovanju radničkog kluba u Beogradu je bila održana utakmica između BSK i Građanskog SK iz Zagreba u kojoj je BSK

katastrofalno pobeđen. Prvog dana sa 3:0, a sledećeg sa 10:0. Učenici Građevinsko zanatlijske škole u Beogradu, saznajući da u Građanskom igra veliki broj radnika, a oduševljeni utakmicom odlučili su da u Beogradu stvore klub sastavljen od fizički sposobnih i umnih radnika. Dana 20. aprila 1920. godine je obrazovan Akcioni odbor od 29 članova od kojih je najstariji imao 26 godina, sa zadatkom da pripremi i osnuje fudbalski klub sastavljen od mladih proletera (čitaj: radnika). Članovi Akcionog odbora su bili sledećih zanimanja: 13 bravara, 6 stolara, 3 zidara, 2 kanalska radnika, zatim elektromehaničar, dreer, monter, duborezac i automehničar. Predsednik Akcionog odbora je bio Ilija Krstić, trgovački pomoćnik. Prvi sastanak Akcionog odbora je održan u Građevinsko zanatlijskoj školi.

Aktivnost oko formiranja radničkog kluba potstakao je, usmeravao i pomagao Savez komunističke omladine Jugoslavije (SKOJ) koji je formiran 10. oktobra 1919. godine, čiji je zadatak bio da omladinski pokret okupi što veći broj radničke omladine kroz, ne samo političke akcije, već i kroz kulturno prosvetna i sportska društva. Radnički će od osnivanja do kraja Drugog svetskog rata biti dragocen punkt za okupljanje i političko delovanje skojevskih aktivista, naročito za vreme ilegalnog rada. U tom periodu članovi „Radničkog“ su bili: Zlatko Šnajder, Janko Mišić, Pera Popović Aga, Otokar Keršovani, Miloš Savković, Vojislav Vučković...U kasnijem periodu u Radnički su se učlanjivali i studenti i đaci.

U vreme kada je Radnički osnovan, u Beogradu je sa 90.000 stanovnika bilo 12 klubova: Soko, BSK, Jugoslavija, Busk i Vardar i Dušanovac, a na putu da se registruju: Brđanin, Konkordija, Omladina, Polet, Slavija, Uskok i Radnički.

Prvi naziv kluba je bio: „Beogradski radnički sport klub“, što je nedvosmisleno pokazivalo da je to klub beogradskih radnika. Na članskim kartama, pečatu i memorandumu je bila utisnuta krilatica: „Proleter i svih zemalja ujedinite se“ sa srpom i čekićem. Dresovi su im bili jarko crvene boje, da bi se znalo da su proleter i.

Registraciju i kontrolu svih klubova u Beogradu je vršio Beogradski loptački podsavez, koji na ove simbole Radničkog negativno reagovao, smatrajući da se u sport uvodi politika i za sve vreme svog rada, klub je bio pod nadzorom.

Radnički je održavao svoje skupštine jednom godišnje i na njoj birao predsednika i Upravni odbor. Pred početak Drugog svetskog rata pretila je policijska invazija na kadrove „crvenog“ Radničkog, pa je rukovodstvo svu dokumentaciju kluba uništilo, a da bi se uklonili dokazi o pojedinim članovima komunističke partije. Zbog toga je dokumentacija o izbornim skupštinama parcijalno skupljana i često se zasnivala na izjavama preživelih članova kluba posle Drugog svetskog rata. Pisani dokazi postoje tek za

održanu skupštinu 26. februara 1925. godine. Na toj sednici je za predsednika Kluba izabran Čeda V Kuzmić, monter, koji je i u predhodnoj godini obavljao tu dužnost<sup>1</sup>.

Kada je krajem iste godine 30. novembra objavljena famozna „Obznana“, policija zatvara sve što je radničko. Zabranjen je Savez metalčkih radnika, Proleter iz Zemuna, a i Radnički klub. Konfiskuje se arhiva kluba i sva oprema. Tek kasnije, stvari su vraćene klubu i on je nastavio sa radom.

Radnički u početku nije imao naročitu organizaciju, a ni značajnije uspehe u fudbalskim takmičenjima. Pored toga nisu imali odgovarajuću opremu, naročito lopte, a i klub je finansiran ličnim sredstvima članova. Ipak već u toku 1921. godine klub postiže i određene uspehe, a među talentovanim fudbalerima se posebno isticao Aleksandar Karović.

Za dve godine Radnički je znatno ojačao i nametnuo se, pored Grafičara, kao čist proleterski klub. Nije bio omiljen kod drugih klubova i smatra se da su neke profašističke sportske organizacije (Orujna, Srnao, Hanao) izvršile napad na sedište kluba i isekli golove.

Nekoliko godina od osnivanja, Radnički već startuje kao zreo, monolitan klub. Posebno su značajni uspesi u takmičenju sa klubom Sloga iz Osijeka u Beogradu i Osijeku. „Loptački sport“ je posle ovog sportskog susreta znatno doprineo većem interesovanju radničke publike.

Članovi kluba Radnički su istovremeno bili aktivni u SKOJu, ali i Komunističkoj omladinskoj internacionali. Radili su po uputstvima partije na omasovljenju članstva ali i na jačanju i širenju infrastrukture. Već 1924. godine je bilo preko 60 radničkih klubova. Dobili su zadatak da formiraju savez radničkih klubova. Beogradski loptački podsavez je oštro reagovao na ovu nameru, smatrajući da se u formiranje ovog radničkog saveza umešala politika. Iste godine je zabranjen rad Nezavisnih sindikata, Nezavisne radničke partije Jugoslavije i Saveza radničke omladine Jugoslavije. Inače policija je neprestano pratila sve aktivnosti Radničkog preko svog posebnog agenta

---

<sup>1</sup> Predsednici Radničkog su do Drugog svetskog rata bili: Ilija Krstić, elektromehaničar (1921,1922), Stojan Vasiljević, dimničar (1923), Čeda Kuzmić, monter (1924-1929), Proka Pavlović, mašinbravar (1930), Lorenc Vitman, krojač (1931-1934), Miloš Ristić čazim, grafički radnik (1935), Stojan Trifunac, obučarski radnik (1936), Nikola Knežević, krojački radnik (1937), Vlada Čobanović, krojački radnik (1938), Dušan Đorđević Korošec, obučarski radnik (1939), Radivoje Marić, mašinbravar (1940), (Stanišić, Đ. B., (1980) U korak s partijom ...).

Posle četiri godine od osnivanja se nižu sportski uspesi. Radnički se nalazi na čelo liste posle prvenstva klubova II razreda (iza njega su: Slavija, Olimpija, Grafičar, Busk, Dušanovac i Čehoslovački). Trebao je po rezultatima da pređe u Prvi razred, ali Beogradski loptački podsavez kao nadležni nije mu dozvolio. Već iduće godine, Radnički će obezbediti opoziciju u Potsavezu kao protivtežu vladajućoj grupaciji. Istovremeno Radnički dobija novi, rvački klub (28.8.1926). Rvači su odmah pokazali dobre rezultate. Rvač Nenad Milovanović je postao prvak Beograda, a Grbić je naredne godine osvojio titulu državnog prvaka.

Svakako osim proširenja sa uspešnim rvačkim klubom, uspeh Radničkog je bio i stvaranjem novih radničkih klubova u Novom Sadu, Pančevu, Kragujevcu, Nišu, Leskovcu...

Krajem godine Radnički se proširuje i sa bokzerskim klubom sa sjajnim bokserima: Branko Petrović i Vlada Čobanović i Rizman Ivan. Te godine je donet Zakon o zaštiti države i Radnički je bio prvi na udaru. Članovi radničkog: Pavle Kovačević, Ivan Brijaček, Svetislav Stefanović, Otokar Keršovani, Dimitrije Kovačević, Milorad Petrović, Vukota Četković... uhapšeni su i osuđeni na vremenske kazne. Godine 1928, Radnički učestvuje prvi put na međunarodnom takmičenju u Rešicama (Rumunija). Nastavlja se uspešna karijera takmičara Radničkog, naročito u boksu i rvanju.

Kralj Aleksandar Karađorđević je 6. Januara 1929. izvršio državni udar, ukinuo je Ustav i raspustio Narodnu Skupštinu. Udar je bio na sve što je mirisalo na komunizam. Ubijeni su mnogi članovi Radničkog: Mijo Oreški, Janko Mišić, Pero Popović Aga, Zlatko Šnajder... Zahvaljujući vezama Lorenca Vitmana, kasnijeg predsednika, Radnički nije zabranjen kao 49 tadašnjih klubova. Ne predajući se, preostali radnički klubovi (Grafičar, Radnički, Borac...) osnovali su Radničku sportsku zajednicu sa sedištem u Beogradu, koja nije bila dugog veka.

I pored teških uslova za rad, rvači Radničkog na državnom prvenstvu u Ljubljani osvajaju treće mesto u bantam kategoriji, Uzelac osvaja srebrnu medalju, a na prvenstvu fudbala u Beogradu drugo mesto. Sledeće godine na ovom prvenstvu fudbaleri Radničkog će zauzeti peto mesto od osam klubova. Dolaskom Vasilija Kovačevića Čileta u fudbalski klub, pozicije se znatno popravljaju i na prvenstvu 1932. godine u Beogradu, Radnički ponovo osvaja drugo mesto, iza Čukaričkog. Sledeće godine Radnički konačno prelazi u Prvi b razred. U prvoj utakmici osvaja treće mesto. Naredne godine, Radnički prelazi u Prvi a razred i na prvenstvenom takmičenju u Beogradu osvaja treće mesto, kao i sledeće 1934., a 1935. godine prvo mesto.. U prvenstvu 1936. godine Radnički je na četvrtom mestu od sedam klubova, a 1937. na četvrtom mestu. Naredne dve godine

Radnički je bio na četvrtom, zatim na sedmom 1939. godine, kao i poslednje godine pred rat. U sledećoj tabeli ćemo prikazati koje sekcije su poslovale i kojih godina.

Sa više ili manje uspeha u Radničkom su u periodu od 1920 do 1941 godine organizovani s klubovi i sekcije prikazani u tabeli 1.

**Tabela 1. Klubovi i selekcije u Radničkom u periodu 1920-1941**

1.	fudbal	1920-1921	1921-1941
2.	rvanje	1926-1931	1939
3.	boks	1927-1928	1937
4.	dramska	1929-1934	1935-1941
5.	tamburaška	1925-1929	
6.	Govorni hor	1937-1938	
7.	šah	1937-1941	
8.	stoni tenis	1937-1940	
9.	atletika	1940	
10.	muzička	1937	1939-1941
11.	biciklizam	1938	
12.	Zidne novine	1936-1941	
13.	hazena	1924	1938-1941
14.	Bob-sankanje	1938	

Na rezultate rada Radničkog je neposredno uticala politika koju su sproveli članovi Radničkog koji su bili komunisti i članovi komunističkih organizacija.

Radnički je obezbeđivao sredstva za funkcionisanje klubova i takmičenja svojim priložima i članarinama, a sportisti su vežbali i takmičili se dobrovoljno. Zna se da su pojedini članovi poklanjali opremu klubovima i finansirali određene aktivnosti i to su uglavnom bili članovi SKOJa i komunističke partije. Održavane su priredbe, koncerti i pozorišne predstave što je za to vreme u klubovima bilo uobičajeno, a pripremu i organizovanje su dobrovoljno organizovali upućeni članovi.

Uticao je politika je bio veći ukoliko je država bila slabija, a u vreme reagovanja države, politika je slabije delovala iz ilegale. Međutim poruka politike je uvek bila omasovljenje i širenje sa mladima i radnicima. Osnivanje novih klubova je bilo i u okviru struke. Grafički radnici su uglavnom bili u Grafičaru, u Borcu metalci, u Figaru berbersko frizerski radnici itd. Jak strukovni odbor tekstilaca i kožara je u celosti prešao u Radnički i bio uporište u klubu. U periodu od 1936. do 1938. godine organizuju se masovno štrajkovi u kojima učestvuju članovi Radničkog. Pored toga, članovi kluba Radničkog su organizovali proslavu Prvog maja i Đurdevanski uranak, prijateljske utakmice srodnih klubova. Članovi

Radničkog su učestvovali u svim aktivnostima protiv režima i 14. decembra 1939. godine su učestvovali u velikim demonstracijama radničke i studentske omladine protiv skupoće i spoljne politike vlade Cvetković Maček. U tim demonstracijama je ubijeno deset, ranjeno preko 40 i uhapšeno 60 demonstranata.

Veliki uticaj u klubu je imao Čile Kovačević, sportista, ali i revolucionar istinskog formata. Kada su posle sedmomartovskih demonstracija, 4. aprila pale prve bombe i zemlja okupirana, Radnički je faktički prestao da postoji. Arhiva je zakopana, većim delom uništena, a članovi Radničkog su se odazvali pozivu da učestvuju u Narodno oslobodilačkoj borbi.

Radnički je dao deset španskih boraca, sedamnaest narodnih heroja, a 106 je dalo svoje živote.

### **Radnički od 1945 do danas**

Sportsko društvo Radnički je prvi sportski kolektiv, osnovan u slobodnoj socijalističkoj Jugoslaviji.<sup>2</sup>

Odmah po formiranju kluba, pored veterana, učlanjuju se mladi i odmah je počelo razvijanje klubova u fudbalu, boksu, rvanju, džudou, rukometu, košarci, kuglanju, ragbiju. I pored velikog entuzijazma takmičara, prvih 20 godina rada klubova se odvijalo sa mnogo teškoća. Zbog oskudice bila su česta osipanja kadrova. Bolje vreme je krenulo od 1969 godine dolaskom novih ljudi i izborom za predsednika kluba Srboljuba Srbe Dragovića<sup>3</sup>. Za godinu dana, Društvo je ostvarilo vidne rezultate i 1970. godine, Sportsko društvo je dobilo Zlatnu plaketu SOFK Beograda kao najbolji sportski kolektiv u Beogradu. Takođe je dobilo i plakete Skupštine opštine Zvezdare i SOFK Zvezdare, na kojoj opštini je bilo sedište Društva.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Odlukom ASNOSA br. 941/45 i rešenjem ministra prosvete Srbije br.146 od 23 jula 1945. Godine overen je Statut društva i odobren rad pod imenom: Fiskulturno društvo Saveza košaraca „Radnički“.

<sup>3</sup> Predsednici Sportskog društva Radnički u periodu od 1945-1980. Su bili: Aleksandar Ratković (1945-46), Dobrivoje Lazarević (1946), Ivan Šler vd (1946-1948), Vasilije Kovačević Čile (1948-1955), Milutin Vujović (1955-56), Ljubo Krstulović (1956-1957), Slavko Čolić (1957-1959), Rade Malešević vd (1959-1962), Nedeljko Čermak (1962-1967), Vukota Četković i David Kalinić v.d (1967-1969), Srboljub Dragović Srba (1969-1977), Kasim Husović (1977-)(Stanišić, Đ. B., (1980) U korak s partijom ...).

<sup>4</sup> SOFK je skraćenica od Savez organizacija fizičke kulture koja je organizovana na svim nivoima vlasti od 1961. do 1992. godine. ( Bosiljčić, S, *Sport u Srbiji*, www.Sportski savez Srbije.rs.

Sportsko društvo Radnički donosi novi Statut i prilagođava organizaciju novim propisima. Svi klubovi imaju svoje organe, udružuju se u Sportsko društvo i na nivou Društva se bira predsedništvo i izvršni odbor. U proseku ima oko 3 hiljade članova.

Finansiranje klubova je uvek bilo aktuelno pitanje za rad klubova. Jedan deo je obezbeđivan u budžetu opštine, odnosno, grada, jedan deo su kasnije izdvajale SOFKe, privredne organizacije su bili nesebični sponzori jer je u to vreme zemlja bila privredno moćna, a imovina društvena, dakle bez interesa vlasnika. Naravno i klubovi su imali svoje prihode. I pored toga, uvek je trebalo dodatnih sredstava. Ipak sportska aktivnost je bila značajna i iz tog perioda Radnički dobija brojna priznanja.

Za uspehe u tom periodu, Radnički dobija od predsednika Republike Orden zasluge za narod sa srebrnim zracima (18 maj 1975.). Radnički dobija i sledeća druga priznanja: Zlatnu diplomu SOFK Beograda (1964) Oktobarska nagrada Grada Beograda (1966), Zlatnu plaketu Saveza za fizičku kulturu Beograda (1970), Majska nagrada Saveza socijalističke omladine Beograda (1970), Beograda, Majska nagrada SOFK Srbije (1973) Spomen plaketu Grada Beograda (1974), Zlatna značka za fizičku kulturu Jugoslavije (26.mart 1976), Diploma ORA Beograd 78 i druge.

Ove nagrade su dobijene za uspehe klubova i takmičara. Zato ćemo u najkraćem izneti njihove zasluge. Fudbalski klub je prvi klub Sportskog kluba Radnički.

U Prvu saveznu fudbalsku ligu su ušli 1953., u sezoni 55-56 su se plasirali na 3 mestu, 57/58 a 58/59, na četvrtom mestu. Ušli su i u finale Kupa Jugoslavije u sezoni 1956/57. Juniori su bili prvaci Jugoslavije 1948, prvaci Srbije 1947, drugi u Srbiji 1948, četvrti na prvenstvu Jugoslavije 1949. U tom periodu fudbaleri su primili veliki broj priznanja. U narednom periodu nastaje velika kriza i skoro deceniju Radnički je zaboravljen. Ponovo fudbal u Radničkom dobija zamah 1975. godine otvaranjem škole fudbala.

U periodu do 1980 godine, bokseri Radničkog su osvojili 25 seniorskih i 12 juniorskih titula pojedinačnih prvaka Jugoslavije. Zlatne rukavice, „Oskari“ i trofeji su u vlasništvu Radničkog. Tri puta su bili vicešampioni Jugoslavije.

Rvači Radničkog od 1949 godine osvojili su veliki broj titula pojedinačnih prvaka Beograda, Srbije i Jugoslavije u seniorskoj i omladinskoj konkurenciji, a 1973 i najznačajniju titulu ekipnog prvaka države. Osvojili su velike uspehe na evropskim svetskim i drugim velikim međunarodnim takmičenjima. Radnički je bio stožer rvanja u Beogradu.

Radnički je bio punih 25 godina u vrhu jugoslovenske košarke. I muška i ženska košarka je osvojila u seniorskoj i juniorskoj konkurenciji veliki broj titula prvaka Beograda, Srbije i Jugoslavije.

Ženski rukomet je proslavio Radnički u zemlji i svetu. Ženske rukometašice su dobile Orden predsednika Republike. Osvojile su titulu evropskog šampiona 1976. i 1980, bile osam puta prvaci Jugoslavije, pet puta pobjednice Kupa Jugoslavije. Rukometni klub je 1979. godine odlikovan Ordenom bratstva i jedinstva sa srebrnim vencem.

Odbojkašice su 1980. godine osvojile prvi put titulu seniorskog prvaka Jugoslavije. Naročiti uspeh su ostvarile pionirke i juniorke.

U ritmičkoj gimnastici vežbačice su osvojile brojne titule u Beogradu i Srbiji. Džudo klub je osvojio titulu prvaka Jugoslavije 1959, ali kasnije je zapao u krizu. Kuglaši su pobeđivali i bili prvaci u Beogradu i Srbiji, a učestvovali i na jugoslovenskim takmičenjima. Planinari simbolišu razvoj planinarstva u Beogradu, a šah klub je iznedrio Alisu Marić.

Iz ovih klubova su potekli šampioni: Dušan Ivković, Svetlana Kitić, Srećko Jarić, Ljubinko Veselinović, Momir Kecman, Miroslav Čitaković, David Kalenić, Alisa Marić i mnogi drugi.

Radnički i danas ima svojih 14 klubova. Prošle godine je proslavio 95. godina rada i postojanja. Sredstva koja ostvaruje dotacijom, donacijom, članarinom, izdavanjem prostora i terena nisu dovoljna za rad klubova, takmičenja i takmičare. Ogromni troškovi održavanja i naknade za komunalije ostaju neplaćeni. Proslavi je prisustvovao zamenik gradonačelnika Beograda. I on je kao i gradonačelnik Beograda 2011. godine „razumeo“ probleme najstarijeg sportskog društva u zemlji. Ali da li je razumevanje bilo dovoljno kada su 22.11.2014. godine, Radničkom isključili struju zbog neplaćenih računa. Tada je Stanka Pejović, sekretar Sportskog društva, inače poznata kiks bokserka, rekla: „Valjda u ovoj zemlji ne postoji samo Partizan i Zvezda oko kojih se svi sjate kad god treba da im se pomogne A toliko vrednih sportskih društava je u velikoj krizi, dugovanja Radničkog su u poređenju sa njima još i najmanja.“ Možda nemaju sva sportska društva isti tretman, ali svi su u teškoj situaciji.

„Borićemo se sportski do poslednjeg atoma snage sa surovostima tranzicije i krize, zakucaćemo na sva vrata i ubeđeni smo da mora da postoje resursi da nam se pomogne u ovoj borbi za poletarce i juniore i njihovu životnu šansu za bavljenje takmičarskim sportom, za generacije koje dolaze i za očuvanje



tradicije Radničkog sa „Krsta“, poručio je u javnom saopštenju Radnički 2012. godine u dnevnom listu. (Blic, str.9)

Ovom rečenicom je sažet ceo problem. Dok se statusno ne reše sportske organizacije kod nas, dok u našoj zemlji postoji interes da se mladi bave sportom i da se odgaja vrhunski sport, država i društvo su dužni da pruže pomoć u okvirima mogućeg, ali i u iznosu minimalnog.

## **Zaključak**

Društvene prilike, uključujući i politički sistem neminovno utiču na razvoj sporta i funkcionisanje i opstanak sportskih klubova i sportskih društava. U periodu sistema društvene svojine i jakih preduzeća, kao i moćnih sportskih fondova, Sportsko društvo Radnički je imalo bolje uslove finansiranja i ostvarivao uspehe u masovnosti i vrhunskim sportskim rezultatima svojih klubova.

Teška privredna situacija u zemlji je uticala da mnoga sportska društva, pa i velika kao što je Sportsko društvo Radnički ima teškoće u finansiranju. Sport se i dalje smatra nacionalnim interesom, ali finansiranje iz javnih sredstava je sve manje i u skladu sa politikom privatizacije javnih delatnosti i sport sve više traži svog sponzora i vlasnika. Sami sportski klubovi biraju u svoja rukovodstva uticajne političare da im pomognu kod finansijskih teškoća.

Dok se najjača sportska društva u Srbiji nalaze u velikim dugovima sa jedne strane, sa druge strane sport postaje unosan biznis. Bogati vlasnici kompanija i banke sponzorišu dobre i isplative klubove. Imamo sve više i privatnih sportskih klubova.

Politika i ideologija koja je uticala na formiranje i rad Sportskog društva Radnički pre Drugog svetskog rata bila je duboko socijalno obeležena sa elementima revolucionarne spremnosti u borbi za promenu monarhističkog režima. Ideologija komunista je jačala u Evropi. Propagirajući društvo jednakih šansi, bila je nepoželjna u Srbiji. Zato je Sportsko društvo Radnički bilo pod stalnim nadzorom, ali je ipak ostvarilo izuzetne rezultate u okupljanju mladih i na takmičenjima.

Značaj Radničkog u okupljanju radničke omladine nije samo u profilisanju strukture članova, već zbog angažovanja mladih na sportskoj aktivnosti koja je proizvela generaciju sportista i zdrave mladosti, a društveni uslovi, ugroženi sa stanovišta socijalnih potreba pomogli su da ti sportisti časno

učestvuju na takmičenjima i bore se za klub bez materijalnog interesa. U njima je iz ideoloških razloga raslo i rodoljublje, maštanje za dolazak nekog boljeg i srećnijeg života i mnogi od njih su ostavili svoje živote u epopeji narodnooslobodilačke borbe Drugog svetskog rata.

Sportsko društvo Radnički ima svoju istoriju i svoje uspehe. U vlasništvu ima objekte na izuzetnoj lokaciji, ima svoje kadrove, igrače i klubove. Za uspešan rad ovog Sportskog društva neophodna je briga države. Dok ne stane na noge i dok ne nađe vlasnika i sponzora.

Finansiranje klubova kao najvažnije pitanje u razvoju sporta nije u potpunosti rešeno. Politika će odložiti plaćanje dugova sportskim društvima Partizanu i Crvenoj zvezdi, ponovo će uključiti svetlo Radničkom, ali neće omogućiti da klubovi budu mesto razvoja bazičnog sporta, a i drugih sportova, neće biti rasadnici sportista, neće pokupiti pionire i mlade u svoje hale i odvući ih sa ulice. O tome treba da brine sistem, svakim danom pomalo, a sistem čini organizacija i pravila funkcionisanja države, a ta pravila kreiraju političari. Dakle, politika i političari i sport su vrlo povezani.

## Literatura

1. Jubilej-proslavljeno-95-godina-sportskog-društva-radnički, [Http://www.blic.rs/vesti/beograd/](http://www.blic.rs/vesti/beograd/), preuzeto 12.02.2016.
2. Radnicki sa Crvenog krsta traži pomoć zbog teškog materijalnog stanja, [Http://sport.blic.rs/kosarka/domaca-kosarka-i-aba/sd-](http://sport.blic.rs/kosarka/domaca-kosarka-i-aba/sd-), preuzeto 12.02.2016.
3. Radnicki-utonuo-u-mrak, [Http://www.politika.rs/scc/clanak/311453/](http://www.politika.rs/scc/clanak/311453/)
4. SD Radnički-Vikipedija, slobodna enciklopedija, [Http://www.beograd.rs/cms/view.php?id1455081](http://www.beograd.rs/cms/view.php?id1455081), preuzeto 12.02.2016.
5. Sportsko društvo Radnički domaćin najboljim kik-bokserima, [Http://www.politika-trofej Beograda](http://www.politika-trofej.beograda), preuzeto 12.02,2016.
6. Sportsko-društvo-radnički-obeležava- 94 –godine- postojanja, [Http://www.kurir.rs/najstarije- -clanak-1329605](http://www.kurir.rs/najstarije- -clanak-1329605), preuzeto 12.02,2016.
7. Stanišić, Đ. B., (1980). *U korak s partijom- Sportsko društvo Radnički 1920-1980*. Beograd: Sportsko društvo Radnički.
8. Više-od-igre, [Http://politikin-zabavnik.co.rs/pz/tekstovi/](http://politikin-zabavnik.co.rs/pz/tekstovi/)
9. Životić, D. (1999). *Upravljanje u sportu*. Beograd: Ministarstvo za sport i omladinu Vlade Republike Srbije.

## **MENADŽMENT BEZBEDNOSTI U FORMULI 1**

**Luka Šiljak**

Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK Univerzitet

### **Apstrakt**

Predmet ovog rada se odnosi na bezbednosne zahteve i rizike u Formuli 1. Bezbednosne mere su prisutne u svakoj sportskoj grani, međutim, u Formuli 1 bezbednost je na najvišem i najzavidnijem nivou, jer su rizici od povreda i nesreća veliki, zbog same prirode trka. Prateći istoriju trka Formule 1 izgubljen je veliki broj života, kako vozača, tako i drugih lica. Danas je iza nas najduži period bez smrtnih slučajeva na zvaničnim trkama Formule 1. Rad je usmeren na pojašnjavanje promena u bezbednosti Formule 1 i uvođenja novih bezbednosnih zahteva od strane Međunarodne Automobilističke Federacije, uz pomoć kojih se Formula 1 izborila sa povredama, i smrtnim slučajevima. U radu su prikazane bezbednosne tehnologije koje se koriste u bolidima Formule 1, metode i načini kojim su napravljene staze gde se trke održavaju. Izložene su mere bezbednosti i procedure koje su nastale, kako bi se ljudski faktor u nesrećama sveo na minimum. Kroz retrospektivu događaja i nesreća u Formuli 1 od njenog nastanka pa do danas, koji su direktno uticali na razvoj bezbednosti, prikazani su i pojašnjeni bezbednosni propusti koji su doveli do tih događaja. Takođe, prikazan je razvoj određenih pojmova, kako bi se bolje shvatila problematika bezbednosti Formule 1, tehnologija i inovativnost koji su uloženi u nova rešenja. Rezultati rada objašnjavaju solucije uz pomoć kojih je smanjen rizik od ponavljanja istih bezbednosnih propusta.

**Ključne reči:** Formula 1, bezbednost, trke, nesreća, tehnologija

## Uvod

Zahtevi bezbednosti u Formuli 1, za razliku od zahteva bezbednosti u drugim sportskim granama, imaju drugačiju dimenziju, jer se ne radi o klasičnim zahtevima bezbednosti sportskog događaja od navijača, huligana i terorista, već o zaštiti vozača i gledalaca od samih bolida kojima vozači upravljaju. U slučaju nekog tehničkog problema na bolidu, ili ukoliko vozač izgubi kontrolu nad njim, životi vozača i gledalaca, kao i osoblja na stazi, mogu biti ugroženi.

Na bezbednost u održavanju trka Formule 1 možemo gledati kao na potrebu, koja motiviše ljude da stvore sigurno i bezbedno okruženje za sve prisutne na trkama Formule 1, jer svaki propust u stvaranju bezbednosti se u najgorem slučaju plaća nečijim životom. Bezbednost nije oduvek bila jedna od glavnih briga natrkama Formule 1. Od početka održavanja trka Formule 1 u prošlom veku pa do danas, bilo je mnogo tragedija i nesreća u kojima su stradali vozači, osoblje na stazi i posmatrači. U poslednjih par decenija, dosta je učinjeno po pitanju bezbednosti na trkama Formule 1, kako bih se izbegle tragedije i ozbiljnije povrede.

Sam proces stvaranja bezbednosti možemo okarakterisati kao veoma zahtevan i težak proces, jer se on delimično bazira i na iskustvu, odnosno nesrećama koje su se već dogodile. Takođe, Formula 1 je sama po sebi specifičan i ekstreman sport, gde nije lako predvideti i izračunati sve mogućnosti i ishode. Organizatori i timovi koji učestvuju u Formuli 1 imaju veoma složen zadatak pred sobom, da obezbede dalji uspeh takmičenja Formule 1 i da takmičenje zadrži svoj status "najbržeg cirkusa" na planeti, da gledaocima obezbede što bolji i bliži pregled trke, a da tom prilikom ne budu ugroženi ni vozači ni gledaoci.

Nažalost, bezbednosni zahtevi u Formuli 1 nikad ne mogu dostići maksimum, odnosno bezbednost ne može nikad stopostotno biti zagarantovana. Inženjeri bolida, inženjeri i arhitekta staza na kojim se održavaju trke, pomoćno osoblje na stazi, odlična usklađenost i organizacija timova za hitne slučajeve, poštovanje strogih bezbednosnih procedura od strane učesnika i gledaoca pomažu da se bezbednost dovede na maksimalni nivo, a rizici od povreda i nesreća svedu na minimum.

Danas je bezbednost na daleko višem i zavidnijem nivou nego ranije, zahvaljujući zaključcima koji su izvedeni iz tragedija i nesreća koje su se već odigrale, a pre svega savremenoj tehnologiji koja zaista u velikoj meri pomaže bezbednosti učesnika i gledalaca na trkama i razvija se konstantno.

Problem ovog rada je usmeren na oblast bezbednosti u trkama Formule 1. Specifičnosti ove sportske grane ukazuju i na specifične mere bezbednosti i njihov uticaj na bezbednost svih učesnika jedne trke Formule 1, sa različitih

tački gledišta. Predmet rada se odnosi na bezbednosne zahteve i rizike u Formuli 1.

Cilj ovog rada je da predstavi moderne i napredne sisteme bezbednosnih mera i bezbednosne procedure koje direktno utiču na bezbednost samog sportskog događaja tj. trke Formule 1.

### **Determinante koje su direktno uticale na zahteve bezbednosti**

Formula 1 je zvanično priznata kao sport 1950. godine, i regulisana je od Međunarodne Automobilističke Federacije (FIA). Mogla bi se nazvati ekstremnim sportom, jer na stazama vozači voze bolide do samih granica mogućnosti, ostvaruju velike brzine i zajedno sa bolidom trpe velike sile. Vozači se fizički pripremaju na treninzima, gde usavršavaju svoju kondiciju, a telo im se navikava na sile kojima su izloženi tokom jedne vožnje. Pred svaku sezonu i pred svaku trku oni prolaze razne testove, koji dokazuju njihovu izdržljivost. Poređenja radi, običan čovek ne bi ni fizički, ni psihički izdržao više od dva kruga vožnje na stazi, pri brzinama koje ostvaruju vozači Formule 1, dok je prosečna dužina trke od 50 do 70 krugova. Da bi što bolje upoznali stazu na kojoj se vozi sledeća trka i da bi odvezli trku sa što manje grešaka, vozači prethodno satima i danima uvežbavaju vožnju predstojeće staze na simulatorima nalik video igrama. Iz prethodno izloženog može se uočiti da je sve unapred precizno isplanirano i da je time rizik od eventualne nesreće umanjen. Međutim, postoje faktori koji se ne mogu predvideti, poput vremenskih uslova na stazi (temperatura asfalta, kiša, vetar). Ovi faktori imaju veliki uticaj na bolid i na samu vožnju, jer pneumatici na temperaturi od 18 stepeni celzijusa imaju najbolje karakteristike, dok u tropskim krajevima temperatura asfalta na stazi prelazi 30 stepeni. U slučaju iznenadne kiše vozač će provesti još bar dva kruga na stazi pre eventualnog montiranja pneumatika za kišu na bolid, prema pravilima i regulacijom samog takmičenja. Jačina vetra takođe utiče na aerodinamičnost bolida koji teži svega 650 kilograma.

Pored navedenih faktora, postoji i ljudski faktor, u ovom slučaju vozačevim, koji određuje način vožnje indirektno, određuje kada je vreme za promenu pneumatika, u pit stop-u vrši samu promenu pneumatika tokom trke i podešava aerodinamičnost bolida za postizanje željenih performansi. Svi ovi faktori direktno i indirektno utiču na bezbednost vozača i bezbednost same trke. Iako se svim regulacijama i sredstvima teži ka što bezbednijem održavanju trka i maksimalnom smanjenju rizika od neželjenih udesa i nesreća, zbog prevelikog broja faktora i same prirode sporta, totalna bezbednost nikad ne može biti zagarantovana.

Od 1950. godine do danas, 28 vozača i najmanje pet redaraje izgubilo život na zvaničnim vikendima Velikih Nagrada Formule 1. Uključujući takmičenja koja ne pripadaju zvaničnom šampionatu Formule 1, a na njima su učestvovali vozači i bolidi Formule 1, izgubljeno je ukupno 79 života. Na samom početku održavanja Formule 1, bezbednosne mere nisu bile ni približno nalik današnjim. Tokom godina se bezbednost razvijala i stvarala, najviše zahvaljujući tehnološkom napretku samih bolida. Međutim bezbednost nije oduvek bila jedna od glavnih briga Formule 1. Godina 1994. je bila prekretnica za razvoj bezbednosti u Formuli 1. Iako nesreće nisu bile toliko učestale, a prošlo je desetak godina od poslednje nesreće, na vikendu Velike Nagrade San Marina u razmaku od 3 dana, dva vozača su izgubila život. Austrijski vozač Roland Racenberger je poginuo na kvalifikacijama za trku, 30. aprila 1994. godine. Istog dana na kvalifikacijama, Rubens Barikelo je doživeo udes i imao je teške povrede. Dan kasnije, 1. maja 1994. godine na samoj trci poginuo je višestostruki šampion Formule 1 - Ajerton Sena. Dve nedelje kasnije, na trci u Monaku, Karl Vendlinger je završio u komatoznom stanju. Javnost je bila šokirana, vozači i sama FIA. Od tog trenutka FIA je aktivno krenula da donosi bezbednosne regulacije koje su se odnosile na vozila pre svega, kako bi povećali bezbednost i sprečili dalje gubitke života. Najbolje o tome govori podatak da posle 1994. godine, do danas, ni jedan vozač nije poginuo tokom trka. Na Velikoj Nagradi Italije 2000. godine, na stazi u Monci, život je izgubio redar kada ga je prilikom lančanog sudara bolida na samom startu trke pogodio točak koji je otpao sa jednog od bolida. FIA je nedugo zatim uvela pravilo da točkovi moraju biti sajlom privezani za bolid, kako bi prilikom eventualnog udesa ostali pričvršćeni uz bolid. Kroz retrospektivu trka Formule 1, primećuje se da su udesi neizbežni, ali se radilo, i dalje se radi na tome, da u slučaju udesa vozač i ostali prisutni ostanu nepovređeni.

Nedugo nakon pomenutih nesreća 1994. godine, bezbednost je postala prioritet broj jedan u trkama Formule 1. FIA se fokusirala na smanjenje brzina i jačanje zaštita od udarca prilikom udesa. Na bolidima su do tog momenta vršeni samo frontalni "crash" testovi. Predstavljeni su testovi koji su testirali izdržljivost bolida od bočnih i udaraca od pozadi. Takođe, vozači su dobili dodatnu zaštitu, produžena im je školjka unutar kokpita i izvršene su radikalne promene na dizajnu kaciga koje nose tokom trke. Staze koje su bile u opticaju za održavanje trka su pregledane od strane stručnjaka i indetifikovano je 27 visokorizičnih krivina. Predstavljene su nove zone za izletanje bolida, od specijalnog asfalta koji je bolje usporavao automobile, za razliku od dotadašnjih zona koje su bile od peska i šljunka. Gume koje su bile krajnja barijera za zaustavljanje bolida su delimično zamenjene, dokazano boljim i bezbednijim sistemom pre svega – burad punjena vodom. FIA je propisala 1999. godine, da svaki bolid mora da poseduje „crnu kutiju“, aparat koji snima audio komunikaciju između vozača i njegovog

tima, i podatke o brzini bolida. Podaci zabeleženi na aparatu u slučaju udesa se koriste za dalja istraživanja na polju bezbednosti. Početkom XXI veka povećane su brzine “crash” testova bolida, zidovi kokpita su ojačani, rol barovi su dobili gušću strukturu i dodatno su ojačani. Kao što je već napomenuto, zbog incidenta u kojem je život izgubio redar koji se nalazilo uz samu stazu 2000. godine od točka koji ga je pogodio, uvedene su sajle kojima točak ostaje pričvršćen za bolid u slučaju udesa. Uveden je i specijalni “HANS (Head and Neck Safety)” sistem koji je u velikoj meri povećao bezbednost i sigurnost vrata i glave vozača. Promene nisu zaobišle ni sam način vožnje – uvedene su plave signalne zastavice, koje opominju vozača za rizičnu vožnju i može biti kažnjen ukoliko se ogлуši na opomene. Uvedene su i lampice koje se nalaze na volanu i svetle u boji signalne zastavice koja u tom trenutku stupa na snagu. Zbog incidenta 2009. godine kada je Felipea Masu pogodio deo koji je otpao sa drugog bolida i pogodio ga u vizir kacige pri velikoj brzini tom prilikom povredivši ga, 2014. godine su otpočela nova testiranja bezbednosti bolida, i u toku su pregovori o eventualnom zatvaranju celog kokpita vozača. Zbog incidenta 5. oktobra 2014. godine, na Velikoj Nagradi Japana, kada je vozač Žil Bjanki udario u kran pored staze koji je transportovao drugi bolid, FIA je za sezonu 2015. godine napravila par promena u cilju poboljšanja bezbednosti. Pošto FIA smatra, da je udesu pored monsunske kiše doprinelo to što se trka vozila u sumrak, stoga će pet ovogodišnjih trka startovati sat vremena ranije radi bolje vidljivosti (<http://sport.blic.rs/Ostali-sportovi/Automoto/266320/Menjaju-se-pravila-zbog-Bjankija-Pet-trka-Formuli-1-pocinje-sat-vremena-ranije>). Iako je ovo najduži period bez gubitaka života vozača na stazi, Formula 1 je odlučna da i dalje radi na bezbednosti kako bi održala taj rekord.

## **Bezbednosna regulativa staza Formule 1**

Radi opšte bezbednosti svih vozača i regulacije načina vožnje na stazi u Formuli 1 sekoristi sistem zastavica koji obaveštava vozače o trenutnom stanju na stazi. Redari koji su raspoređeni pored staze drže te zastavice i mašu njima prema potrebi kakobi ih vozači uočili. Zastavice koje se koriste su sledeće:

- Crvena zastavica – obaveštava sve vozače da moraju odmah prestati sa trkom i da se upute u svoje boksove ili na predviđeno mesto. Vozači moraju biti pod velikim oprezom i biti spremni da stanu ako je potrebno.
- Žuta zastavica – *Statična*: Vozi u svojim granicama. Nemoj preticati. Pokraj staze se nalazi opasnost. *Pokretna*: Uspori. Nemoj preticati. Budi spreman na promenu smera ili pratnju neuobičajene linije. Na stazi se nalazi opasnost (sl. 1). *Dvostruka pokretna*: Uspori. Nemoj

preticati. Budi spreman da staneš. Staza je potpuno ili delimično blokirana. Ne može se preticati dok se ne prođe zelena zastavica koja označava kraj opasnog područja.

- Zelena zastavica – Signalizuje kraj opasnosti i koristi se na kraju opasnog područja kontrolisanog žutim zastavicama.
- Plava zastavica – *Statična*: Upravo ćeš biti zaobiden za celi krug. Propusti auto iza sebe. Statična plava zastavica će biti prikazana vozačima koji izlaze iz boksa, ako ima prometa na stazi. *Pokretna*: Propusti odmah auto iza sebe. Možeš biti kažnjen.
- Bela zastavica – *Statična*: Upravo će te sustići mnogo sporije vozilo. *Pokretna*: Možete biti ozbiljno ometeni mnogo sporijim vozilom.
- Crveno – žuta zastavica na pruge – Ukazuje na pogoršanje prijanjanja uz podlogu. Informiše vozače da su se uslovi prijanjanja na površinu staze odjednom pogoršali u području nakon zastavice. Ova zastavica se obično pokazuje ukoliko je prosuto ulje po stazi, ali takođe može obavestiti vozače na lokvu vode koja može prouzrokovati klizanje po vodi ili zbog lokalnog pljuska vozači nailaze sa suve na mokru podlogu. Ako je ovo slučaj, zastavica će se prikazivati 4 kruga ili dok se situacija na površini ne normalizuje. Nije potrebno da se nakon područja na koje se odnosi ova zastavica prikaže zelena zastavica.
- Crno – bela zastavica – Dijagonalno je podeljena na crno i belo područje. Pokazuje se nepomična sa belim brojem bolida ma crnoj signalnoj tabli. Ovo obaveštava vozača bolida sa tim brojem na nesportsko ponašanje.
- Crna zastavica – Pokazuje se nepomična sa belim brojem bolida na crnoj signalnoj tabli. Ovo obaveštava vozača bolida sa tim brojem da mora zaustaviti bolid u boks u sledećem krugu.
- Crna zastavica sa narandžastim diskom – Pokazuje se zajedno sa belim brojem na crnoj signalnoj tabli. Ovo obaveštava vozača koji vozi bolid sa prikazanim brojem, da njegov bolid ima mehaničke probleme koji ugrožavaju njega ili ostale vozače i da mora zaustaviti svoj bolid u boks u sledećem krugu. Odmah nakon što je donešena odluka da se zaustavi vozač, njegov tim u boks mora biti obavešten da prikažu „STOP“ signal.
- Crno – bela zastavica sa kockastim poljima – Ova zastavica govori da je trka završena. Kada vozač prođe ovu zastavicu mora se zaustaviti.





Sl. 1 – Redar obaveštava vozače da uspore

(<https://f1simplified.wordpress.com/2011/11/09/f1-jargon-the-flag-rules/>)

Veliku ulogu u opštoj bezbednosti na stazi i regulisanju trke ima i sigurnosni automobil (safety car). Prvi put je zvanično predstavljen u sezoni 1993. godine, od strane FIA-e. Da bi se uočila drastična razlika između bolida Formule 1 i običnih vozila, dovoljan je primer sigurnosnog automobila koji se pojavljuje na svakoj trci Formule 1. Ova kola su veoma važan deo trke Formule 1 koji pomaže regulisanju trkeu slučaju udesa ili nepovoljnih vremenskih prilika. Njihova svrhaje da osigurajubezbedan nastavak trke posle većih nesreća ili izletanja bolida. Ona naravno ne izlaze na stazu vozeći punom brzinom koju postižu bolidi Formule 1. Kada ova kola izađu na stazu, bolidi u trci formiraju kolonu po redosledu u kojem su se nalazili u momentu njihovog izlaska i voze stazom tako poređani sve dok se ne ukloni uzrok ili prepreka prekida trke.

Čak ni najbrži automobili iz serijske proizvodnje ne mogu postići brzine i performanse koje postižu bolidi Formule 1. Pri sporijoj vožnji može doći do pregrevanja motora ili gubitka temperature u pneumaticima bolida Formule 1, pa je zbog toga potrebno da sigurnosni automobil ima dobre performanse. Od 2010. godine se koristi Mercedesov model SLS AMG (sl. 2). Ovaj model ima modifikovan (prilagođen) motor u odnosu na serijski model. Takođe ima i modifikovanu težinu i poboljšan kočioni sistem da bi mogao postići performanse što sličnije onima na bolidu Formule 1. Ali, čak i sa svim tim modifikacijama, ovaj automobil može da postigne samo pola snage koju proizvodi bolid Formule 1. Odatle proizilazi da je uz jak motor, veoma važna i činjenica ko se nalazi za volanom sigurnosnog automobila. Od 2000. godine, sigurnosnim automobilom upravlja Bernd Mejlender, bivši trkač. Iskustvo i sposobnost vozača da vozi ovaj automobil do njegovih krajnjih granica omogućava da se bolidi za vreme ove specifične vožnje ne pregreju i da ne dolazi do pada temperature u njihovim pneumaticima.

Kao i vozilo za Hitnu pomoć, sigurnosni automobil je u stanju pripravnosti tokom cele trke i spreman da u roku od nekoliko sekundi izađe na stazu. Savremena audio i video oprema mu omogućavaju stalnu komunikaciju sa kontrolorom trke. Kada kontrolor trke odluči da pošalje ovo vozilo na stazu, odmah po izlasku na stazu pali rotaciona svetla i od tog momenta nije dozvoljeno preticanje niti ulasci u boks. Ako sigurnosni automobil izađe na stazu u sredini redosleda, bolidi koji su ispred moraju da mu dozvole, kao i bolidima koji su ispred njih u redosledu da ih preteknu kako bi se formirala kolona sa njim na čelu. Kada se formira takva kolona onda se otvara ulaz u boks. Kada kontrolor trke odluči da je staza bezbedna i opozove ovo vozilo, tada se gasi rotaciona svetla na njemu. U tom momentu, bolidi koji su iza njega znaju da od sledećeg kruga napušta stazu i da se trka nastavlja, odnosno da smeju preticati i voziti maksimalnom brzinom. Na kraju tog kruga u kojem gasi rotaciju, sigurnosni automobil izlazi sa staze i ulazi u boks, i trka se nastavlja.



Sl. 2 – Bezbednosni automobil predodi kolonu bolida

(<http://www.telegraph.co.uk/sport/motorsport/formulaone/11141611/Japanese-Grand-Prix-2014-Lewis-Hamilton-wins-as-it-happened.html>)

Kokpit Formule 1 je veoma bezbedan. Unutar kokpita se nalazi školjka od karbon fibera, koji važi za jedan od najčvršćih materijala, a pritom najlakših i ima široku upotrebu u proizvodnji sportskih automobila i aviona. Takođe tu se nalazi i sedište koje je specijano dizajnirano prema svakom vozaču individualno, kao i kaciga. Najbitniji deo je svakako pojas za vezivanje, koji štiti vozača od ozbiljnijih povreda prilikom udesa. Uprkos brzom tehnološkom razvoju Formule 1, trebalo je dosta vremena da se shvati da pojas zapravo može spasiti život. Kacige su bile propisane od strane FIA-e, još početkom 1960-tih godina, a pojas je postao obavezan u bolidima tek 1972. godine. Vozači u kokpitu su privezani pojasom koji se sastoji od šest kaiševa, slično onim koji se nalaze u borbenim avionima. Dvakaiša preko ramena, dva za karlični deo tela i dva preko nogu, dozvoljavaju vozačima tek toliko pokreta da okreću volan i komande koje su im u vidokrugu. Ovo nije

jedina situacije gde je bezbednost stavljena ispred komfora. U svakodnevnom saobraćaju pojas i dalje drži prvo mesto kao spasilac života, uprkos vazдушnim jastucima, koje poseduju svi automobili proizvedeni u poslednjih dvadeset godina. U bolidu Formule 1 vozači su fiksirani za sedišta, tako da im treba pomoć njihovih mehaničara da bi vezali pojas. Ipak, u hitnim situacijama, oni su u mogućnosti da napuste auto iz te pozicije u roku od 5 sekundi, kako je propisano od strane FIA-e, jer svi pojedinačni kaiševi pojasa mogu biti odvezani jednim zaokretom ruke. Zadatak pojasa je jasan, on treba da u saradnji sa obaveznim „HANS“ sistemom spreči da vozač udari glavom o volan, i da apsorbuje deo sile udarca. „HANS“ sistem (sl. 3) je prvi put zvanično predstavljen u Formuli 1 2003. godine. Sistem se sastoji od kragne od ugljeničnih vlakana, koja se nalazi na ramenima vozača i pričvršćuje se za kacigu uz pomoć dve elastične opruge. Njegov cilj je da u slučaju udesa spreči vozača da udari glavom o volan, i istegne vratne pršljenove. Istraživanja su pokazala da „HANS“ umanjuje tipičan pokret glave prilikom udarca za 44%, silu koju vrat trpi za 86% i ubrzanje glave za 68%. Prema Frenku Derniu, konsultant-inžinjeru iz „Williams F1“ tima, „pojasevi treba da budu dovoljno jaki da sačuvaju vozača od udarca, a sa druge strane moraju i delimično da budu elastični da ne bi baš oni povredili vozača“ ([http://www.f1scarlet.com/safety\\_measuresinf1.html](http://www.f1scarlet.com/safety_measuresinf1.html)). Proizvođači pojaseva i timovi rešili su ovu dilemu putem intenzivnih eksperimenata koji testiraju jačinu i elastičnost materijala kaiša. Generalno, kaiševi od pojasa su napravljeni od tekstilnih vlakana poliestera, a ponekad imaju specijalna bočno utkana vlakna u sebi. Ovi kaiševi se ponašaju kao opruge i prijanjaju uz vozačevo telo tako da se opterećenje ravnomerno raspoređuje celom dužinom pojasa. Kopče i zateznici su napravljeni od titanijuma. U slučaju incidenta, spasilačke ekipe mogu ako je potrebno, da izvade vozača zajedno sa sedištem. Prema FIA standardu 8853/98, svaka vezna tačka pojasa mora da izdrži silu od 14,7 kilotona, što je slično sili od oko 1470 kilograma. Debljina kaiša za ramena i noge mora biti između 44 mm i 76mm, dok za karlični deo između 50 mm i 76mm, zavisno od najudobnije konfiguracije za vozača. Kako je bivši vozač Formule 1, Martin Brundle jednom rekao: „Ako te pojas ne boli, to znači da onda on nije dovoljno zategnut“ ([http://www.f1scarlet.com/safety\\_measuresinf1.html](http://www.f1scarlet.com/safety_measuresinf1.html)).



Sl. 3 – „HANS“ sistem (<http://www.racintoday.com/archives/24323>)

Dva elementa su ključna za inženjere Formule 1, brzina i bezbednost. Za brzinu su zaduženi motor, aerodinamičnost bolida i pneumatici, dok školjka bolida garantuje bezbednost vozača u kritičnim situacijama. Školjku je prvi put u Formulu 1 doneo Kolin Čapman, tadašnji direktor Lotusa, 1962. godine. U bolid je stavio izlivenuškoljku od lakih metala, umesto dotadašnjeg klasičnog cevastog rama. Izrada školjkije do danas napredovala toliko da je mala verovatnoća da će ih u skorije vreme zameniti neki drugi bezbednosni sistem. Prema Brajanu O Rurku, specijalisti za kompozitne materijale iz „Williams F1“ tima, „školjke u Formuli 1 su danas bezbednije nego ikad. Ali istraživanja i razvijanje na ovom polju će se i dalje nastaviti jer bezbednost vozača je najbitnija“ ([http://www.f1scarlet.com/safety\\_measuresinf1.html](http://www.f1scarlet.com/safety_measuresinf1.html)). „Crash“ testovi su propisani od strane FIA-e od 1985. godine i testiraju koliku silu može školjka da izdrži, a tokom godina su postali sve stroži. Od 1997. godine, na „crash“ testovima obavezno je testiranje strukture školjke na udarce odpozadi, sa strane i na prevrtanje, i to pre svake sezone. FIA je želela da podigne standarde još više, stoga je od sezone 2006. godine, povećala brzinu pri testu na udarce od pozadi sa 12 metara u sekundi, na 15 metara u sekundi. To je povećalo silu udarca za 56%, što pokazuje koliko su visoki zahtevi FIA-e kad je u pitanju bezbednost vozača. Školjke su napravljene od ugljeničnih vlakana, kompozitnog materijala koji je duplo jači od čelika, a istovremeno pet puta lakši. Zidovi školjke se sastoje od 12 slojeva ugljeničnih vlakana, a svaki sloj je 5 puta tanji od ljudske dlake. U sredini zida, u „sendviču“ između slojeva ugljeničnih vlakana se nalazi aluminijumsko ojačanje u obliku saća, čime se njena jačinadodatno povećava. Debljina zida školjke iznosi 3.5 mm. Cela školjka se onda zagreva pod pritiskom od skoro 7 bara u specijalnoj velikoj pećnici na 100 stepeni celzijusa. Nakon dva sata i trideset minuta, školjka je ojačana, ali se proces ponavlja još dva puta. Kao rezultat ovakvog procesa proizvodnje, školjka može da sačuva vozača od ozbiljnijih udesa, poput onog 1997. godine na stazi Silverstoun, kada je Đankarlo Fizikela izleteo sa staze. Crna kutija u njegovom Džordan bolidu je pokazala da je prilikom udarca pri brzini od 227 km/č, usporio do 0 km/č za samo 0.72 sekunde, što odgovara matematički slobodnom padu sa 200 metara visine. Vozač je prošao samo sa blažom povredom kolena, jednim delom zahvaljujući školjci bolida (sl. 4).



Sl. 4 – Školjka Renoovog bolida

[\(https://f1simplified.wordpress.com/2013/01/04/the-formula-one-monocoque/\)](https://f1simplified.wordpress.com/2013/01/04/the-formula-one-monocoque/)

Formula 1 svoju bezbednost ne duguje samo kompjuterskoj tehnologiji i specijalnim materijalima koji se koriste u konstrukciji bolida, već i kacigama i trkačkim odelima koja se konstantno poboljšavaju. Oni ne samo da štite vozače u kritičnim situacijama, već im daju osećaj sigurnosti. Na prvim trkama Formule 1 između 1950. i 1960. godine, način oblačenja vozača je bio okrenut ka eleganciji i komforu. Legendarni vozač Formule 1, Juan Manuel Fandó, je naprimer, preferirao da vozi trke u polo majci i farmerkama, sa zaštitnom maskom na glavi koja mu je u najboljem slučaju davala zaštitu samo od sunca. Sedamdesetih godina prošlog veka, trkačka odela su se pravila od lako zapaljivog pamuka, i tek posle incidenta na Nurburgringu 1976. godine, kada je Niki Lauda preživio teške opekotine, standardi su promenjeni. Već 1979. godine, neki vozači su imali odela od 5 slojeva nezapaljivog materijala, poput onih koje je NASA koristila za svoje astronaute. Danas, pored odela, čizme, donji veš, rukavice i zaštitne maske za lice seprave od specijalnog sintetičkog vlakna, Nomex-a. Materijal je toliko otporan na toplotu i vatru, da vozači u njemu mogu izdržati 35 sekundi na temperaturi od 850 stepeni, što je temperatura slična onoj koja se stvara u kućnom požaru. Ovaj materijal takođe štiti vozača od opasnih gasova i kiselina. Još jedna od prednosti Nomax-a je njegova mala težina. Celo odelo vozača koje se sastoji od 3 sloja nezapaljivog materijala, teži svega 1.9 kg, i specijalno je iskrojeno za svakog vozača individualno od strane krojača uz pomoć specijalnih kompjuterskih trodimenzionalnih programa. Ono ima dovoljno mesta da ne ograničava pokrete vozača i da ga ne zateže ili pukne negde. Specijalan fleksibilni materijal se koristi za deo oko ramena, a

nezapaljivi sloj koji je najbliži vozačevom telu nema uopšte šavove. Koriste se takođe materijali koji dozvoljavaju da vozačeva koža „diše“ i variraju u zavisnosti od debljine odela shodno zahtevima podneblja, gde se održava trka. Svaki vozač u proseku promeni 16 odela po sezoni.

U Formuli 1 svaka kaciga je unikatna. Prave se za svakog vozača individualno koristeći najmodernije tehnologije. Prvo se vozačeva glava skenira i pravi se model u realnoj veličini, oko koga se obmotavaju sloj po sloj, 120 niti specijalnih T 800 vlakana, gde se svaka nit sastoji od 12000 mikroniti, od kojih je svaka tanja 15 puta od čovekove dlake. Ukupna dužina svih niti na jednoj kacigi iznosi približno 16000 km. Tačan sastav svih 17 slojeva je dobro čuvana tajna svakog proizvođača kaciga. Specijalisti su otkrili samo 3 glavne komponente: ugljenična vlakna za jačinu, nezapaljivi aramid i polietilen, koji se koriste za pancire. Uz to se dodaju aluminijum i magnezijum, a kao vezivno sredstvo – epoksidna smola. Kacige su veoma istrajne i sa težinom od 1.2 kg su relativno lake, tako da smanjuju opterećenje na vrat i mišiće ramena, na stazama gde vozači trpe velike G-sile. U specijalnoj pećnici svaki sloj je zasebno vezan sa sledeći i ojačan pod visokim pritiskom i konstantnom temperaturom od 132 stepena. Delovi koji podležu izuzetnim opterećenjima kao što su donja površina kacige i okvir isečka za vizir, su dodatno ojačani aluminijumom i titanijumom. Unutrašnost zida kacige je ispunjena dvoslojnim nezapaljivim Nomax-om. Pri testiranju, kaciga je izložena plamenu od 800 stepeni, gde tokom 45 sekundi temperatura unutar kacige ne sme da pređe 70 stepeni celzijusa. Sistem ventilacije je dizajniran da propušta u unutrašnjost kacige oko 10 litara svežeg vazduha svake sekunde. Takođe, poseduje filter koji čisti vazduh od najčistijeg motornog ulja, ugljenika i čestica prašine koje se stvaraju prilikom kočenja. Dobra vidljivost vizira je bitna za svakog vozača u kritičnim situacijama. Vizir je 3 milimetra debeo i napravljen je od nezapaljivog polikarbonata, koji osigurava da vozač uvek ima čist vidik. Vizir je osenčen tako da se adaptira očima vozača u deliću sekunde pri nagloj promeni svetlosti, poput ulaska u tunnel u Monaku. Da bi se testirao kvalitet vizira, ispaljuju se projektili brzinom od 500 km/č, i ne smeju probiti u vizir dublje od 2.5 mm. Uz svu ovu tehnologiju, vizir poseduje grejanje, iako se Formula 1 ne vozi zimi.

Jedna od bitnih stavki za bezbednost trka Formule 1 se nalazi pored staze. Takozvane zone za izletanje pomažu smanjenju brzine bolida prilikom izletanja sa staze, a kao krajnja barijera su naređane gume. Zone za izletanje zajedno sa gumama su obavezne i čine standard u profesionalnim auto-moto trkama kada je u pitanju bezbednost. U slučaju da bolid izleti sa staze kad je vozač loše procenio tačku kočenja i putanju, ili je imao nekih tehničkih problema sa bolidom, onda se zona za izletanje ponaša kao neka vrsta pomoćne kočnice. Šljunak koji se nalazi u zoni izletanja je dubok 25 cm, i sastoji se od sferičnih kamenčića prečnika od 5 mm do 16 mm. Kamenčići su

dizajnirani tako da pruže što veći otpor i trenje, kako bih smanjili brzinu bolida brzo i efikasno. Često se pojavljuje problem u praksi sa ovim sistemom, pošto bolidi imaju klirens<sup>5</sup> od 50 mm i glatkopodvožje bolida. Zbog toga dolazi do proklizavanja preko šljunka, te im se brzina ne smanjuje dovoljno. Takođe, postoji rizik da bi se mogli prevrnuti ako naiđu na šljunak sa kolotrazima. Zbog toga se šljunak zamenjuje grubim i rapavim asfaltom-tarmakom koji ima prednost jer dozvoljava vozaču u slučaju blažeg proklizavanja da auto vrati pod kontrolu i vrati se na stazu. U slučaju prevrtanja, gornji deo školjke bolida neće potonuti u šljunak, i time bolje štiti vozačevu glavu. Jedina mana ovakvih zona za izletanje jeste što su vozači spremni na rizičniju i agresivniju vožnju, jer su svesni da im bolid neće ostati zaglavljnjen u šljunku. Zone za izletanje nisu najbolje rešenje za svaku sekciju staze. Za sekcije gde je uglao udarca manji od 30 stepeni, FIA preporučuje dugačak, kontinuirani zid koji ima glatku površinu, i bolidi će kliziti niz zid i smanjiti silu udarca i brzinu. Sa druge strane za sekcije gde je ugao udarca veći od 30 stepeni, zone za izletanje i gume kao krajnja barijera su nezamenljivi. Gumena barijera mora biti iste visine kao i granični zid iza nje, najmanje visine od jednog metra, i mora se sastojati od 2 ili 6 redi guma. Gume koje se koriste su sa serijskih automobila, ali ne smeju biti previše istrošene kako bi prilikom udarca pružile dovoljan otpor. Sve gume moraju biti povezane i prvi red guma pokriva gumeni zid debljine 12 mm. Pod idealnim okolnostima gumena barijera će apsorbovati 80% sile udarca. Na nekim sekcijama staze u Monaku, gde se nalazi 32 kilometara zida i jedva da se nalazi po koja zona za izletanje, na kritičnim sekcijama se nalazi burad napunjena vodom. Burad napunjena vodom, poznatija kao „mekani zid“ je napravljena prvobitno za veoma brzu krivinu pod nagibom na stazi Indianapolis Motor Speedway u SAD, i prvi put je korišćena 1995. godine. Burad su napravljena od specijalnog sintetičkog materijala i pričvršćena metalnim kablovima za betonski zid iza njih. Ceo sistem „mekanog zida“ je napravljen tako da se sva burad ponašaju kao jedna celina i u slučaju udarca automobil se neće zaglaviti između buradi, već će skliznuti niz barijeru i usporiti. Vazdušne barijere, koje se ponašaju slično vazдушnim jastucima u kolima su još uvek u test fazi.

## **Zaključak**

Protekle dve decenije su najbolji pokazatelj da je bezbednost u Formuli 1 napredovala veoma brzo i dostigla prilično visok nivo, dok su rizici smanjeni. Inženjeri u Formuli 1, kao i sama FIA su pokazali da je strogo poštovanje bezbednosnih zahteva jedna od najvažnijih stavki, ulažući veliki novac u istraživanja novih i boljih tehnologija. Trenutno se radi i pregovora

---

<sup>5</sup> Klirens je najniža tačka vozila u odnosu na zemlju.

o uvođenju novih bezbednosnih sistema koji će zameniti postojeće, ili se priključiti njima. Bezbednosni zahtevi u trkama Formula 1 su danas na veoma visokom nivou i zadovoljavaju kriterijume FIA-e, vozača i javnosti. FIA je istakla da teži ka savršenstvu, odnosno trkama Formule 1 gde neće biti mesta za povrede i gubitke života. Međutim, ako se uzme u obzir broj promenljivih faktora koji direktno i indirektno utiču na bezbednost u Formuli 1, apsolutna bezbednost će sačekati sigurno bar još deceniju. Nema sumnje da će inženjeri i konstruktori doći do novih otkrića koja će doprineti bezbednosti.

### **Literatura:**

1. Cockpit Safety, preuzeto sa [http://www.formula1.com/inside\\_f1/safety/cockpit\\_and\\_crash\\_tests/7435.html](http://www.formula1.com/inside_f1/safety/cockpit_and_crash_tests/7435.html).
2. Flander, M. (1975). *Enciklopedija Fizičke kulture*, Tom 1 (A-O), Zagreb: Jugoslavenski leksikografski zavod.
3. The Formula One Monocoque, preuzeto sa <https://f1simplified.wordpress.com/2013/01/04/the-formula-one-monocoque/>.
4. HANS, preuzeto sa [http://www.formula1.com/inside\\_f1/safety/helmets\\_hans\\_clothing/7437.html](http://www.formula1.com/inside_f1/safety/helmets_hans_clothing/7437.html).
5. Harris: In Age Of HANS, Some Are Asking 'What if?', preuzeto sa <http://www.racintoday.com/archives/24323>.
6. How Formula One Works, preuzeto sa <http://auto.howstuffworks.com/auto-racing/motorsports/formula-one10.htm>.
7. Hughes, M.; Arron, S. (2003). *The Complete Book of Formula One*, St. Paul: MBI Publishing Company.
8. Japanese Grand Prix 2014, Lewis Hamilton wins: as it happened, preuzeto sa <http://www.telegraph.co.uk/sport/motorsport/formulaone/11141611/Japanese-Grand-Prix-2014-Lewis-Hamilton-wins-as-it-happened.html> dana 22.01.2015
9. Menjaju se pravila zbog Bjankija: Pet trka Formuli 1 počinje sat vremena ranije, vest od 20.01.2015., preuzeto sa <http://sport.blic.rs/Ostali-sportovi/Automoto/266320/Menjaju-se-pravila-zbog-Bjankija-Pet-trka-Formuli-1-pocinje-sat-vremena-ranije> dana 21.01.2015
10. Part Two - black boxes & barriers, preuzeto sa [http://www.formula1.com/inside\\_f1/safety/did\\_you\\_know/7433.html](http://www.formula1.com/inside_f1/safety/did_you_know/7433.html)
11. Safety Measures in Formula 1, preuzeto sa [http://www.f1scarlet.com/safety\\_measuresinf1.html](http://www.f1scarlet.com/safety_measuresinf1.html).
12. Safety in autosport, preuzeto sa <http://www.formula1-dictionary.net/safety.html>.
13. Safety, rules and regulations, preuzeto sa [http://en.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_Formula\\_One#Safety.2C\\_rules\\_and\\_regulations](http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Formula_One#Safety.2C_rules_and_regulations) dana 21.01.2015
14. Yellow Flag, preuzeto sa <https://f1simplified.wordpress.com/2011/11/09/f1-jargon-the-flag-rules/>.



## **TEAMWORK AS A FACTOR OF SUCCESS ON THE WOMEN'S SENIOR BASKETBALL TEAM OF SERBIA**

**Ana Vidojević, Ivana Parčina, Violeta Šiljak**

Fakultet za menadžment u sport, Alfa BK Univerzitet

### **Abstract**

A team includes people who have the necessary abilities, knowledge and skills, and who are committed to achieving a common goal. Basketball is a team sport which requires teamwork. Also, basketball involves ongoing cooperation between the players and the coaching staff with the aim of achieving better results. To achieve excellent results, all individuals must work as a team to maintain good interpersonal communication, motivation, and respect, which is the subject of this paper. The primary goal is to show the importance of teamwork and the degree to which it influences the success of the women's senior basketball team of Serbia. We conducted a survey using the Athlete Satisfaction Questionnaire, and the obtained results showed that teamwork played a key role in achieving success.

**Keywords:** teamwork, national team, basketball, women

### **Introduction**

With extensive and complex tasks that require different skills and knowledge, or consist of a series of actions that must be performed at the same time, there is a clear need for teamwork. A true team is characterized by a high degree of unity in defining the goals, winning mentality, harmony and mutual complementarity of team members, flexibility of opinion, ability to learn together, overcome conflicts, etc.

As a team sport, basketball represents cooperation of all the players involved, while it also depends on the personal qualities of each individual. However, individual characteristics of players would not be visible without their interdependence and teamwork. Therefore, we can say that the best team is not just a collection of players composed of the best individuals. Instead, it is a team in which individuals best cooperate in their mutual interaction.

Basketball team characteristics are reflected in the good atmosphere within the team and the positive "chemistry" that prevails. Creating such an atmosphere involves all individuals - players, coach, coaching staff, and their interpersonal relations on and off the court.

Successful teams, above all, have good communication, manifested propensity for teamwork, good leadership on the team, synergy among team members, equal participation in the performance of tasks, exchange of opinions, ideas, attitudes, creativity, and so on. Each team member must possess certain characteristics, and some of them include patience, tolerance, and cooperation.

### **Subject, Goal and Methodology**

The goal of the paper is teamwork and its impact on the success of the women's senior basketball team of Serbia. Teamwork in basketball, due to group synergy, can lead to a higher level of efficiency and better results.

The goal of the paper is to show the importance and benefit of teamwork in the women's senior basketball team of Serbia, as well as its importance and influence on achieving top sports results and the success of the team.

We used deductive, historical and descriptive methods in the paper, and data were collected using the interviewing technique.

Research was done in the form of a questionnaire, conducted by means of e-mail. The study involved women's senior basketball team of Serbia. Of the 12 players the questionnaire was completed by 8, making a total of 67%. To analyze the satisfaction of athletes we used the translation of the Athlete Satisfaction Questionnaire put together by Riemer & Chelladurai. The questionnaire in its original version consists of 15 categories assessed by athletes. Categories show satisfaction of players with sporting achievement, and can be used for improving teamwork. Categories in the questionnaire are: individual performance, team performance, using the skills, strategies, personal treatment, training and instructions, contribution to the team's task, contribution to the social aspect of the team, ethics, team integration, personal commitment, budget, medical staff, academic support service, and external factors. In this paper, we did not use the budget and academic support categories.

Answers are evaluated on a scale of 1 to 7, and evaluations are indicated in the range of 1-2 (I'm completely satisfied), 3-5 (I'm somewhat satisfied) and 6-7 (I'm totally satisfied). Results are expressed as the mean value of the response of each respondent in a range of 1 to 7.

## **The Importance of Teamwork**

In any efficient organization, it is necessary for the team to have a key place so that the entire system can function properly. Personal skills of each individual are very important, but priority should be given to the organization and its human resources as a whole, and to the well composed team in which individual skills play a role.

Thanks to group synergy, a higher level of productivity and efficiency can be achieved with teamwork, given that shared resources within the team provide greater and better results compared to the individual works and effects. Working on a team, where roles are complementary, contributes to the maximum expression of potential of each member, so that every individual shows the greatest abilities, skills and knowledge, which leads to superior achievements of the team.

The advantage of teamwork is found in the variety and quantity of knowledge, skills, experiences, opinions, attitudes, ideas, and everything that members bring to the team. Teamwork is used to achieve better results, working discipline is increased, complaints and dissatisfaction of members are reduced, there is a greater degree of willingness to take risks, etc. (Avlijas, 2010, 220).

In order for the team to be successful, the most important task is to create conditions that help team members achieve common goals together. Some of the factors for a successful team are: division of roles, common goal, communication and trust, and diversity.

Communication is one of the main factors for success in a team. Proper communication is a very important factor for success because it provides team synergy. The important role in the success is also played by the leader who directs activities of the team toward a common goal. This means that the leader, along with other team members, creates an atmosphere in which every member can express his opinion without compromising the right of other members to their own opinion. The leader should also promote collaborative relationships between team members, promote team spirit, help in making timely decisions, maintain discipline on the team, etc.

## **Team Formation and Development**

Forming a team is a very complex task because teams are specific groups with much more complex characteristics than is the case with other groups. During the formation of the team, team members getting to know each other plays an important role, and so does definition of tasks, powers and

responsibilities, determining the role of individuals, understanding the purpose and objectives by team members, and so on. Leadership plays an important role in the process of forming a team.

Socialization is an important element of the working culture of every man. When an individual becomes a member of the team s/he must learn how to communicate and work with other members to perform tasks in a successful manner. Socialization is aimed at a certain degree of social uniformity, which is necessary to make the team more efficient. Successful integration into the new environment is an important prerequisite for long-term cooperation, motivation to work, creating a positive working environment for smooth operation, and achieving good results.

Trust is a fundamental characteristic of high performance teams, whose members believe in integrity, character and abilities of others. Teams whose members manage to build a sufficient level of trust work more efficiently, information is exchanged freely, without fear that a member of the team will misuse it, problems are solved together, and mistakes are not disguised (Petkovic, 2003, 118).

Successful teams should have a leader who will be the backbone of the team, provide support to team members, be good organization skills, and have specific personality strength with which s/he can make a positive impact. The leader directs the activities of other people towards achieving their common goal. The role of the leader is not only in shaping the behavior of people on the team, but also in gathering, motivating and persuading people to believe in a certain vision and to follow it.

Teamwork can be characterized by multiple problems, from poor selection of team members, disturbed interpersonal relationships, conflicts, poor communication, to many internal and external factors. Conflicts are a natural occurrence when it comes to teamwork because teams are complex communities of people with different characters, value systems, and goals. When there are different traits and behaviors, there is always the possibility of misunderstanding and even open conflict. Conflicts can help see all the problems, expound all possible solutions, and eventually to apply the better ones. After a positive decision, sometimes one feels the increase of mutual understanding and openness among members, improved interpersonal relationships, growing trust, and team cohesion.

## **Team Success**

Successful teams are characterized by a high degree of unity in defining their goals and priorities, winning mentality, harmony and complementarity of the members, flexibility in opinions, ability to listen, constructive discussion, mutual learning ability, steadily overcoming conflicts, supporting associates, and so on. In order for the team to be successful, all team members must be motivated and have the desire to succeed. Some of the characteristics of successful teams are: open communication, trust, mutual support, focus on a common goal, and clearly divided roles and responsibilities.

Motivation is very important and it's closely associated with job satisfaction. That's why it's important for every employee to know herself, as well as the legality of motivation to use the management of the factors that contribute to motivation, and raise the level of own motivation, increase the chance to achieve business objectives, and thus raise the level of job satisfaction.

The motivational process is complex because people have different needs, set different goals to meet their needs, and undertake various actions to achieve goals. The leader should have a major role in motivating team members to be able to give their best by using motivational resources provided by the organization.

## **The Importance of Trust and Motivation for Success**

Trust is the basis for good cooperation both in business and in sports relations. Having confidence in your team and the people who are part of the team means believing in their consistency and benevolence in joint activities.

The special relationship that a coach has with the players and with her associates is primarily based on mutual trust. She expects the best from the coaching staff, as well as the players, at all times, and is always looking for more because she doesn't want to miss even the smallest detail. From the beginning she creates an atmosphere of community, mutual respect, and trust. The relationship with the team must always be honest and a function of the success of the whole team.

Motivation is essential for success, both on the personal level as well as in any kind of sporting or any other environment. When we talk about sports and sporting events, motivation plays an important role for success.

Coaching staff of the women's senior basketball team of Serbia attaches great importance to motivation of players, creating the winning mentality of the team because when players are motivated to stand up and make an effort to achieve the goal they have a far greater advantage over an opponent, which

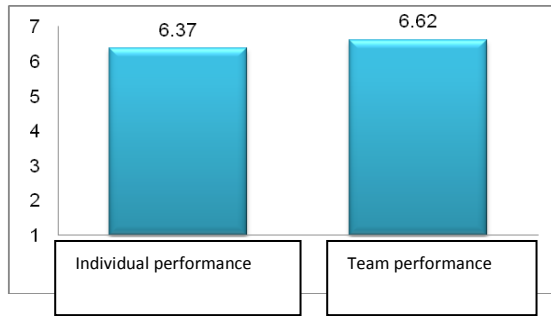
may be a physical stronger team, but is not motivated in the right way. Players have a strong competitive spirit, they like to compete, believe in one another, in themselves and in the team, and therefore are successful and in the critical and most difficult moments of the game take responsibility at the time of the greatest pressure, and enjoy most when playing against the best opponents, even when there is a possibility of defeat. In other words, they do not give up until the last moment and are uncompromising against the opponent. Success has to come when they believe in themselves and in the team.

## **Research Results**

Research results are presented by questionnaire categories (individual performance, team performance, use of skills, strategies, personalized treatment, training and instructions, contribution to the team's task, contribution to the social aspect of the team, ethics, team integration, personal commitment, medical staff and external factors), the mean value is determined for the whole sample, and based on the obtained results we have gained insight into the satisfaction of players.

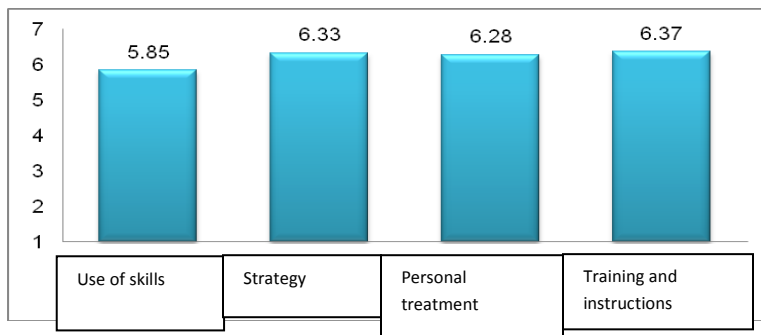
Many factors depend on individual performance, from physical training to psychological readiness for competition. Physical preparation of athletes is important because it reflects the ability of the athlete to achieve maximum sports achievements, however, the psychological preparation allows the athlete to achieve the stated objectives. Based on the results which are shown in Figure 1, we can see that the mean value for satisfaction with individual performance is 6.37 on a scale of 1-7, which shows that 91% of respondents are satisfied.

As part of the team performance (Figure 1), the results show a high level of satisfaction with team performance. As much as 94.57% of respondents are satisfied with the overall team performance and with reaching their goals, while the mean value is 6.62.



**Figure 1.** Overview of the mean value for the categories of individual performance and team performance

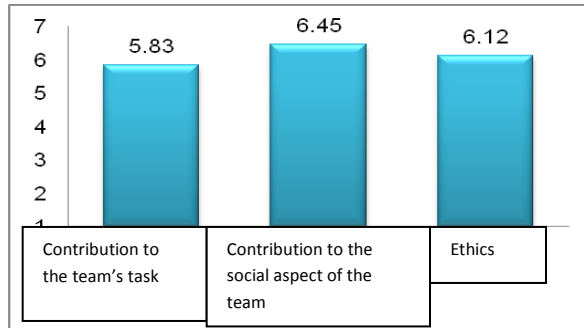
Questions relating to the use of skills received slightly lower scores. When asked about the satisfaction with the coach’s individual use of talents and skills of the players, the average score was 5.85 (83.57%), which was lower than expected. Choice of strategy and players throughout the competition, and tactical decisions of the coach satisfy 90.42% of respondents, with an average score of 6.33. The behavior of the coach that has a direct impact on the development of individuals, and indirectly on the development of the team, and includes social support and positive feedback, satisfies 89.71% of respondents, with an average score of 6.28. Questions relating to the training and instructions that the players receive from the coach received higher scores, with an average of 6.37, which means that 91% of respondents are satisfied. (Figure 2)



**Figure 2.** Overview of the mean value for categories use of skills, strategy, personal treatment, and training and instructions

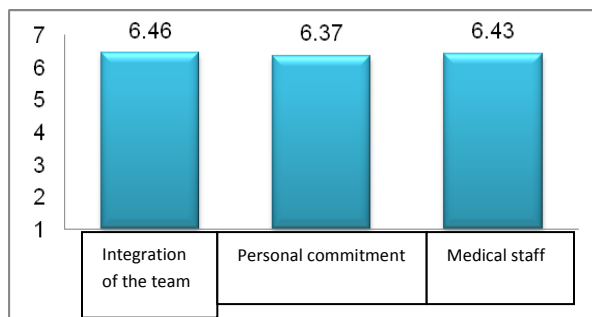
Satisfaction with the contribution to the team’s task, and with the procedures related to feedback, guidance and advice that players receive from their fellow teammates is 83.28%, with an average score of 5.83, while the social

status on the team and the contribution to the social aspect on the team satisfies incomparably more respondents, 92.14%, with an average score of 6.45. Ethical attitudes, a sense of fair play and sporting behavior of fellow teammates satisfies 87.42% of respondents, with an average score of 6.12 (Figure 3).



**Figure 3.** Overview of the mean value for categories of contribution to the team's task, contribution to the social aspect of the team, and ethics

Questions related to the integration of the team, and what the team is doing to become better, satisfaction with the level of acceptance of the common goal, commitment of team members, desire to work together to achieve team goals, as well as the degree to which all the players work as a team, show that the individual responses of respondents are similar and the average score is 6.46, based on which we can see that this segment satisfies 92.28% of respondents. Own personal contribution and commitment to the team satisfies 91% of respondents, and the mean score is 6.37. Medical staff on the team and their commitment satisfies 91.85%, with an average score of 6.43 (Figure 4).



**Figure 4.** Overview of the mean value for the three categories of integration of the team, personal commitment and medical staff



External factors and media support to the team, support of fans and other elements that are outside the team that can significantly contribute to the success provide satisfaction for 88% of respondents, with a mean score of 6.16.

Based on the results shown in Table 1, we can conclude that respondents are the most satisfied with the team performance, with an average score of 6.62, and the team integration, with an average score of 6.46, indicating a high level of team efficiency.

**Table 1.** Mean values of the results (M) in the Athlete Satisfaction Questionnaire

Categories	M
Individual Performance	6.37
Team Performance	6.62
Use of Skills	5.85
Strategy	6.33
Personal Treatment	6.28
Training and Instructions	6.37
Contribution to the Team's Task	5.83
Contribution to the Social Aspect of the Team	6.45
Ethics	6.12
Team Integration	6.46
Personal Commitment	6.37
Medical Staff	6.43
External Factors	6.16

## Conclusion

When there is mutual respect and trust among team members and striving for achievement of common goals, then we need to emphasize the importance of teamwork as a factor in the success of the team. Successful communication and motivation among team members play a very important role in achieving good results.

We obtained significant results in the conducted survey. Given that teamwork is one of the most important factors of success of the women's senior basketball team of Serbia, using the Athlete Satisfaction Questionnaire it has been proven that the players are most satisfied with the team performance, team integration, as well as personal commitment to the team, which is the basis for success in team sports, thus in basketball, and it involves adaptability, readiness for cooperation and responsibility. The feeling of satisfaction that occurs when a team achieves something great, valuable or important will encourage the team to aspire to such achievements again in the future. When a team achieves success, it's not just because an individual is taking part in an activity that involves cooperation with others, but because cooperation with others is successful. When all team members have common goals and skills that work in synergy, then the virtues of each individual come to light and become useful, while faults remain hidden. The key to success of the team is in the mutual assistance and facilitation with the execution of tasks.

## Literature

1. R, Avlijas. (2010). *Entrepreneurship*, Belgrade: Singidunum University
2. Djordjevic-Boljanovic, J., Drazeta, L., Babic, L. & Dobrijevic, G. (2013). *Career Development and business skills*, Belgrade: Singidunum University
3. Karalejic, M. & Jakovljevic, S. (2001). *Basketball basics*, Belgrade: Faculty of Sport and Physical Education
4. Katzenbach, J. & Smith, D. (2012). *The discipline of teams*, Harvard: Onpoint
5. Masic, B. (2010). *Management*, Belgrade: Singidunum University
6. Petkovic, M. (2003). *Organizational behavior*, Belgrade: Faculty of Economics
7. Simon, P. (2006), *Fair play: Sports ethics*, Belgrade: Official Gazette
8. Havelka N. & Lazarevic Lj. (1981). *Personality and sports*, Belgrade: Sportsbook
9. Howell, P., & Costley, L. (2001). *Understanding behaviors for effective leadership*, New Jersey: Prentice Hall

## Appendix

### Athlete Satisfaction Questionnaire

**INSTRUCTIONS:** This questionnaire lists statements related to taking part in sports. A response ranging from 1 (not satisfied at all) to 7 (I'm totally satisfied) is given across from each statement. Please indicate how satisfied you are with each of the following aspects of your sport. Do not think too much about any of the statements. It is enough that your response is honest and spontaneous.

I am satisfied with	I'm not satisfied at all		I'm somewhat satisfied			I'm completely satisfied	
	1	2	3	4	5	6	7
1. what the team is doing to be the best.	1	2	3	4	5	6	7
2. my social position on the team.	1	2	3	4	5	6	7
3. the coach's choice of players during the games.	1	2	3	4	5	6	7
4. the expertise of the medical staff.	1	2	3	4	5	6	7
5. the degree to which I'm giving my best to the team.	1	2	3	4	5	6	7
6. the degree to which I'm achieving my competitive goals this season.	1	2	3	4	5	6	7
7. the degree to which my skills (potential) are being used.	1	2	3	4	5	6	7
8. the degree of ethics (morality) of all team members	1	2	3	4	5	6	7
9. the degree to which my teammates are giving me advice.	1	2	3	4	5	6	7
10. the medical support to our team.	1	2	3	4	5	6	7
11. the recognition I receive from my coach.	1	2	3	4	5	6	7
12. team performance this season – win-loss record.	1	2	3	4	5	6	7
13. the quality of training I receive from my coach.	1	2	3	4	5	6	7
14. the care the coach expresses for me.	1	2	3	4	5	6	7
15. my commitment to practice.	1	2	3	4	5	6	7
16. a sense of fair play that my teammates have.	1	2	3	4	5	6	7
17. the degree to which my teammates have accepted the common goal.	1	2	3	4	5	6	7
18. impartiality the medical staff treats all the players with.	1	2	3	4	5	6	7
19. coach's friendly attitude towards me.	1	2	3	4	5	6	7
20. guidance I get from my teammates.	1	2	3	4	5	6	7
21. the improvement of my performance last season.	1	2	3	4	5	6	7
22. the instructions I get from the coach this season.	1	2	3	4	5	6	7
23. the degree of utilization of my sporting talent.	1	2	3	4	5	6	7
24. the role I play in the social life of the team.	1	2	3	4	5	6	7
25. the tactics that were used in games/competitions.	1	2	3	4	5	6	7
26. the overall team performance this season.	1	2	3	4	5	6	7
27. coach's choice of strategy for the games.	1	2	3	4	5	6	7

28.	my enthusiasm during the competition.	1	2	3	4	5	6	7
29.	the sporting behavior of my teammates.	1	2	3	4	5	6	7
30.	commitment of team members to the desire to work together (effort) to achieve the team goal.	1	2	3	4	5	6	7
31.	training that the coach provides me with in terms of tactics and techniques related to my position.	1	2	3	4	5	6	7
32.	constructive feedback that I get from my teammates.	1	2	3	4	5	6	7
33.	the degree to which my teammates have accepted me socially (socializing).	1	2	3	4	5	6	7
34.	the degree to which my role is aligned with my potential.	1	2	3	4	5	6	7
35.	the degree to which the team meets the goals set for this season.	1	2	3	4	5	6	7
36.	improvement of the level of my skills.	1	2	3	4	5	6	7
37.	praise I get from the coach when I do a good job.	1	2	3	4	5	6	7
38.	care of the medical staff for athletes.	1	2	3	4	5	6	7
39.	support of the fans.	1	2	3	4	5	6	7
40.	how coach makes corrections (adjustments) during the game.	1	2	3	4	5	6	7
41.	the coach's loyalty to me.	1	2	3	4	5	6	7
42.	my commitment to the team.	1	2	3	4	5	6	7
43.	game time I get in a game.	1	2	3	4	5	6	7
44.	the degree to which me and my teammates work as a team.	1	2	3	4	5	6	7
45.	support from the local community.	1	2	3	4	5	6	7
46.	the speed of medical intervention.	1	2	3	4	5	6	7
47.	coach's game plan (performance).	1	2	3	4	5	6	7
48.	the degree to which my role on the team is in line with my preferred position.	1	2	3	4	5	6	7
49.	the degree to which my coach supports me.	1	2	3	4	5	6	7
50.	the way the coach combines the available talent.	1	2	3	4	5	6	7

## UPUTSTVO ZA AUTORE

Časopis „Menadžment u sportu“ publikuje radove iz oblasti menadžmenta u sportu, fizičkog vaspitanja i sporta i dodirnih bio - medicinskih, humanističkih, društvenih i prirodnih nauka, sa neobjavljenim rezultatima naučnih istraživanja i novim empirijskim iskustvima. **Autori mogu prijaviti svoje radove isključivo preko internet stranice Časopisa [www.fms.rs](http://www.fms.rs).**

Autor je u potpunosti odgovoran za sadržaj i leksiku rada. Svi radovi podležu recenziji. Autor dobija obaveštenje da li je rad prihvaćen u roku od najviše 12 nedelja. Objavljeni radovi se ne honorišu.

Autor(i) dostavljaju, uz rad, formular sa potpisanim izjavama o prenošenju autorskih prava za objavljivanje rada na časopis Menadžment u sportu, originalnosti rada i o poštovanju Helsinške deklaracije iz 1975. godine, revidirane 1983. godine (Helsinki Declaration of 1975, revised 1983). Dostavljen rukopis koji nije pripremljen u skladu sa Uputstvom za autore biće vraćen autoru na doradu.

### Kategorizacija radova

Časopis objavljuje članke, polemike, osvrtne, prikaze knjiga, tematske bibliografije, patente, izveštaje i vesti o naučnim i stručnim skupovima i slične dokumente značajne za oblast fizičkog vaspitanja i sporta. Kategoriju članka određuju recenzent i Redakcija. Recenzirani radovi se svrstavaju u sledeće kategorije:

- originalan naučni članak,
- pregledni članak,
- kratko ili prethodno saopštenje,
- naučna kritika, odnosno polemika i osvrti,
- stručni rad,
- informativni prilog (uvodnik, komentar i sl.),
- prikaz (knjige, računarskog programa, slučaja, naučnog događaja, i sl.).

### Rukopis rada

Rukopis treba da bude na srpskom i na engleskom jeziku, vrsta slova *Times New Roman*, veličina slova 12, razmak između redova *single*. Rukopis rada obuhvata: apstrakt sa ključnim rečima, tekst rada, zahvale i napomene, fusnote, citiranu literaturu, tabele, i slike.

Podaci o autorima se ne navode u rukopisu rada, nego pri prijavi rada.

## Apstrakt

a) Naslov rada

b) Sažetak rada od maksimalno 250 reči u jednom pasusu. U sažetku se jezgrovito prikazuje cilj rada, primenjene metode i glavni rezultati.

c) Ključne reči (tri do osam), napisane malim slovima, odvojene kosom crtom (ne navoditi reči koje su sadržane u naslovu rada).

## Tekst

Dužina teksta ograničena je na 12 - 15 štampanih strana, format papira A4, margine 2cm. Tekst treba da sadrži sledeće sekcije napisane malim (**bold**) slovima:

### **Uvod**

Ovaj deo treba da predstavi problem, hipotezu(e) i cilj (ciljeve) rada.

### **Metod**

Ovaj deo treba da opiše metodologiju istraživanja – opremu/instrumente i procedure objašnjene u meri koja omogućuje ponovno izvođenje istraživanja. Takođe treba jasno da se navedu primenjene statističke procedure obrade podataka. Merne jedinice treba da budu izražene po internacionalnim standardima.

### **Rezultati**

Rezultati treba da su jasno prikazani, uz poželjno korišćenje tabela i grafikona.

### **Diskusija**

Treba da sadrži objektivne i nepristrasne komentare rezultata. Potrebno je da komentari budu u skladu sa eksperimentalnim ili drugim podacima istraživanja. Takođe, ovaj deo mora da sadrži poređenje sa sličnim rezultatima i podacima iz literature.

### **Zaključak**

U ovom delu se sumiraju nalazi komentarisani u diskusiji. Izbegavati opširna objašnjenja. Poželjno je da se istakne praktična primenljivost rezultata rada.

**Napomena:** U tekstu rada citirana literatura se navodi prema APA sistemu (videti: Publication Manual of the American Psychological Association, [www.apastyle.org](http://www.apastyle.org)) navođenjem autora i godine na koje se navod odnosi.

## Zahvale i napomene

Ako postoje, zahvale se pišu posle Zaključka.

a) Ako je rad izvod iz diplomskog (master), magistarskog ili doktorskog rada navesti puni bibliografski opis izvora ovako:

Puni naziv dipl./mr/dr rada. Vrsta rada, grad, zemlja, ime institucije gde je odbranjen, godina odbrane.

b) Ako je rad urađen iz istraživačkog projekta/elaborata navesti puni bibliografski opis izvora ovako:

Puni naslov i broj projekta/elaborata, ime institucije koja ga je podržala ili gde je urađen, zemlja.

c) Ako je rad izložen na naučnom/stručnom skupu navesti podatke o skupu ovako: Vrsta skupa, puni naziv skupa, grad, zemlja, datum održavanja

### Fusnote

Ne preporučuje se korišćenje fusnota. Ako su ipak neizbežne, otkucati ih kao poseban popis. Popis otpočeti na novoj strani (posle teksta) pod naslovom Fusnote, sa kontinuiranom paginacijom arapskim ciframa. Popis složiti po redosledu navođenja.

### Literatura

Uz tekst rada navodi se popis isključivo onih dela koja se citiraju u radu na posebnoj strani. Radovi se citiraju prema APA sistemu (videti: Publication Manual of the American Psychological Association; [www.apastyle.org](http://www.apastyle.org)).

Popis otpočeti na novoj strani (iza teksta) pod naslovom Literatura, sa kontinuiranom paginacijom arapskim ciframa. Popis složiti po abecednom redu prezimena autora, odnosno naslova dela (ako autori nisu navedeni).

### Tabele

Tabele moraju biti označene arapskim brojevima (npr. tabela 1, tabela 5). Svaka tabela mora biti razumljiva i bez čitanja teksta.

### Slike (grafikoni, šeme, fotografije i sl.)

Slike moraju biti na posebnoj strani, označene arapskim brojevima i razumljive bez čitanja teksta. U tekstu se označava odgovarajuće mesto za svaku sliku. Slike treba da budu u takvom formatu koji omogućuje eventualne promene dimenzija i sadržaja (tekst u grafikonima, šemama i sl.).

## INSTRUCTION FOR AUTHORS

Journal „Management in sport” publishes papers from the field of management in sport, physical education and sport and related biomedical, humanistic, social and natural sciences with non published results of scientific researches and new empiric experiences.

The author is entirely liable for the content and wording of the paper. All the papers are critically reviewed. The Author shall be notified on whether the paper has been accepted for publishing within 12 weeks. No honorarium shall be paid for the published papers.

The Author(s) are required to submit, together with the article, a properly completed and signed statement on assigning copyright to Journal „Management in sport” once the article is accepted for publication as well as the declaration on manuscript originality and compliance with the Declaration of Helsinki of 1975, as revised in 1983. The submitted manuscript not prepared in conformity with the Instructions for Authors shall be immediately returned to the author to be amended.

### Categorization of the papers

The Journal publishes articles, polemics, reviews, surveys, thematic bibliographies, patents, reports and news on scientific and professionals meetings as well as similar documents vital for the field of physical education and sport. The category of the papers is to be determined by the reviewer and the editors. The reviewed papers are classified into the following categories:

- original scientific article,
- review article,
- short or previous announcement,
- scientific critical review, polemics and reviews,
- professional paper,
- informative contribution (editorial, comment etc.),
- review (book, computer program, case study, scientific event etc.).

### Manuscript of the paper

Manuscripts should be in Serbian and English language, typed in *Times New Roman*, 12 points in size, in single spacing. The manuscript of the paper includes: abstract with key words, text, acknowledgments and notice, footnotes, references, tables and figures.

Corresponding author contact details are not listed in the paper, but only in application.



## Abstract

- a) Article title
- b) Article abstract must not exceed 250 words in a single paragraph. The abstract should concisely outline the aims, applied methods and the main results.
- c) Key words (three to eight), written in small letters, separated by a slash (the words contained in the article title must not be stated).

## Manuscript requirements

The text length is limited to 12-15 printed pages, A4 paper size, with 2cm margins. The text should include the following sections, the headings of which are in small bold case lettering:

### **Introduction**

This part should introduce the problem, hypotheses and aim(s) of the work.

### **Method**

This section should describe the methodology of the research – the equipment /instruments and procedures should be explained so to enable the repeating of the research. Clearly indicate the details of the applied statistical procedures of data processing. Measuring units should be expressed in compliance with the international standards.

### **Results**

State the results clearly, drawing attention to important details in tables and figures.

### **Discussion**

Should contain objective and unbiased comments of the results. The comments should be in accordance with the experimental or other data of the research. Additionally, this part must be placed in the context of comparison to the similar results and reference data.

### **Conclusion**

This part summarizes the findings commented in the discussion. Extensive explanations should be avoided. It is advisable to highlight the practical applicability of the work results.

**Note:** For reference citations, use APA style (see: Publication Manual of the American Psychological Association, [www.apastyle.org](http://www.apastyle.org)) and state the author name(s) and year of publication.

### Acknowledgements

If present, the acknowledgements should appear after the conclusion.

- a) If the manuscript is an extract from a diploma (master), master thesis or doctoral dissertation, the bibliographical description of the source should be referenced as follows:  
Full title of the diploma/MA/PhD dissertation. Type of paper, city, country, name of University, year.
- b) If the manuscript results from a research project/study the full bibliographical description of the entry should be referenced as follows:  
Full title and project/study number, name of the institution that supported it or where it was conducted, country
- c) If the manuscript was presented on a scientific/professional conference, the conference details should be referenced as follows:  
Type of meeting, full name of the meeting, city, country, date of the event

### Footnotes

These should be avoided unless absolutely necessary. In case they are unavoidable, they should be collected on a separate sheet at the end of the manuscript entitled *Footnotes*, numbered with Arabic numerals in the order of their citation in the text.

### Bibliography

References of the works cited in the text should be listed on a separate page at the end of the text. The papers are quoted according to APA system (see: Publication Manual of the American Psychological Association; [www.apastyle.org](http://www.apastyle.org)).

The list should begin on a separate page (after the text) under the title: Bibliography, with continuous pagination in Arabic numerals. The list should be in alphabetical order of the authors' surnames, i.e. titles of the works (if the authors are not stated).

### Tables

Tables should be printed on a separate page numbered with ordinal numbers (for example table 1, table 5). Tables should be comprehensible without reference to the text.

### Figures (including graphs, schemes, photographs etc.)

Figures must be placed on a separate sheet, marked with Arabic numerals and should be comprehensible without reference to the text. The locations of each figure should be indicated in the text. The figures should be given in such a format that would enable possible changes of dimensions and content (text in graphs, schemes etc.).

CIP - Katalogizacija u publikaciji Narodna biblioteka  
Srbije, Beograd

005:796

MENADŽMENT u sportu : naučni časopis iz oblasti menadžmenta u sportu /  
glavni urednik Dragan Životić ; odgovorni urednik Violeta Šiljak =  
Management in sport : scientific journal in the field of management in sport /  
editor-in-chief Dragan Životić ; responsible editor Violeta Šiljak. - Vol. 1, No.  
1

(2010)- . - Beograd (Gradski park br. 2) : Fakultet za menadžment u  
sportu, Alfa Univerzitet, 2010- (Beograd : 3D+). - 23 cm

Dva puta godišnje

ISSN 2217-2343 = Menadžment u sportu COBISS.SR-ID 175134220