

# 1. UVOD

Danas se za sport kroz praćenje i navijanje zanima skoro polovina čovečanstva. Među onima koji se interesuju nalaze se ljudi različitog pola, uzrasta, kulturnog nivoa, različitih političkih i religioznih ubeđenja.

Proizvodnja potreba u sportu neodvojiva je od načina i logike proizvodnje, načina svakodnevnog života ljudi u savremenom društvu. Sociologija u svojim analizama uzima u obzir ove specifičnosti pokušavajući da odgovori na pitanje zašto je sport danas tako popularan.

Svaka ljudska delatnost ima za cilj zadovoljavanje određene potrebe. U društvu privatne svojine i robne proizvodnje i sport postaje kapital odnos, profesionalizuje se, poprima komercijalne nanose.

Profesionalno-komercijalni sport je idealni slučaj delatnosti koja može služiti za zadovoljavanje masovnih potreba publike. On je reakcija na nemogućnost da se zadovolje druge univerzalnije potrebe. Na taj način sport nudi potrebu za kompenzacijom; učestvujući kao pasivni gledalac, čovek traži zaborav i beg od svakodnevnih životnih problema.

Profesionalni sport je specifičan oblik društvene proizvodnje koji se skoro zakonito javlja u uslovima robne proizvodnje i privatne svojine. On se uklapa u društvo konkurencije i takmičenja i nosi sve one protivrečnosti potrošačkog društva (masovna proizvodnja, mogućnost zadovoljavanja masovnih potreba, itd.).

Kao način proizvodnje društvenog života, sport proizvodi pobednike i poražene, a sve to proističe iz reprodukcije suparništva i takmičarskog duha. On poprima određene sadržaje, karakter, pravce i vrednosti u zavisnosti od konkretno istorijskih uslova, strukture društva u čijim se okvirima razvija. Sportska takmičenja, na različite načine, izražavaju vrednosti i odnose koji realno postoje u društvu i među ljudima.

Tražeci odgovore na postavljena pitanja, sociolozi konstatuju da se privlačnost sporta ogleda u sledećem:

1. sport kao fizička aktivnost je plodotvoran zbog razvoja individualnih fizičkih snaga i kao takav privlačan je za celokupnu populaciju, posebno za mlade ljude;
2. kao igra i zabava, sport ispunjava slobodno vreme mladih, stvara zadovoljstvo i podiže radost življenja;
3. sport je aktivnost koja iskušava i potvrđuje sopstvene mogućnosti, suočava sa novim izazovima i životnim avanturama; on je svojevrсна laboratorija u eksperimentisanju novim životnim iskustvima;
4. sport je dobrovoljno i nenametnuto druženje; u njemu se ostvaruje specifična sprega individualnosti i zajedništva (spremnost za saradnju, sposobnost da se žrtvuje);
5. za neke pojedince i grupe, sport je privlačan kao posao, profesija, kao zanat koji je dobio svoje značajno mesto u društvenoj podeli rada;
6. sport privlači mlade kao biznis i oblik privređivanja koji donosi značajne, a ponekad i nadprosečne prihode; ova funkcija sporta manifestuje se i kroz statusnu potrošnju;

7. sport kao spektakl privlači veliki broj ljudi; zahvaljujući spektaklu koji se troši kao svaka druga roba, razvio se sportski turizam u obliku novog, "putujućeg čovečanstva";
8. sport mlade ljude privlači zbog svog rituala, koji se ponavlja na sportskim borilištima, proizvodeći svoje junake i žrtve;
9. sport je oblik verbalne i neverbalne komunikacije putem koje se šalju i primaju poruke (simboli, pokreti, "govor tela", izrazi lica itd.);
10. sport je kanal društvene pokretljivosti i afirmacije; naročito dobija na značaju kada su drugi institucionalni kanali zatvoreni za društvenu promociju mladih;
11. sport stvara svoje idole, zvezde sporta sa kojima se mnogi identifikuju; idoli se proizvode tako da se brzo troše i kratko traju;
12. sport je privlačan jer se doživljava kao nešto izuzetno, nesvakidašnje i nerutinsko.

Sport je "upleten u određenu društvenu situaciju" ekonomije, politike, kulture, propagande, reklame itd. Sociologija sporta pokušava da nađe odgovor na pitanja konteksta i društvene uslovljenosti sporta. Njen razvoj nije prosta posledica razvoja savremene sociologije, njenog rasprostiranja na sve novije i novije pojave.<sup>1</sup> Sociologija sporta je odgovor na najrealnije potrebe sportskog pokreta, neposredni rezultat tih potreba; ona ukazuje na usku zavisnost između razvoja sporta i razvoja određenih oblasti društvenog života, određenih pojava kulture i civilizacije.

Uticaj sporta na masovnu kulturu i obrnuto, uzajamni odnosi sporta i politike, sporta i religije - pitanja su koja za svoje objašnjenje moraju uzimati u obzir društveni okvir, savremene tokove u kojima dominira industrijalizacija i urbanizacija. S obzirom da sociologiju sporta zanima celina društvenosti, u prvom planu njenih istraživanja nalazi se sportski događaj. Sportski događaj čine igrači (akteri), posrednici i navijači.

**Igrači** su svakako najvažniji i najistaknutiji, jer bez njih nema utakmice i takmičenja. Za sociološko istraživanje aktera (igrača), zanimljiv je pre svega njihov međusobni odnos, odnos starijih prema mlađim igračima, odnos prema publici, sudijama, trenerima, upravi, funkcionerima i pomoćnom osoblju. Takođe su značajni odnosi igrača prema lokalnoj sredini, porodici, školi, fakultetu i njihovo ponašanje u svakodnevnom životu.

**Posrednici** u sportu su: pedagozi fizičke kulture, treneri, sudije, funkcioneri, sportski novinari i u poslednje vreme, sve češće, sponzori. Pedagozi fizičke kulture su posrednici između budućih sportista i klubova. Oni naročito treba da poznaju način uspešnog selektiranja sportskih talenata. Njihov odnos, način komuniciranja sa mladima, može uticati na njihovo privlačenje ili odbijanje od sporta.

**Navijači** se razlikuju od sportske publike po čvršćoj i stalnijoj formi. Sociološko istraživanje interesuje, pre svega, socijalno poreklo navijača, društveni položaj, obrazovni nivo itd. Sport se pretvorio u spektakl, tako da publika sve više dobija na značaju. Zbog brojnosti i nasilničkog ponašanja navijanje postaje sve važnija pojava kako sa društvenog, tako i sa naučnog stanovišta. U okviru svake sportske publike mogu se izdvojiti neposredni gledaoci sportskih događaja, navijači i navijačko jezgro (gangovi).

---

<sup>1</sup> [www.savremenisport.com](http://www.savremenisport.com)