

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.

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. Tražeći 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 svojevrsna 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);
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.

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.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com