

Uvodna razmatranja o sportu

Problematika sporta i sportske prakse je dugo vremena bila zanemarivana u naučnim krugovima. Nisu bili jasno određeni kriterijumi prilikom definisanja sporta – tako da je veliki broj kriterijuma činio polaznu osnovu definisanja ovog pojma. Sport je određivan kao šala, vrsta igre, zabave, kultura intenzivnog mišićnog napora, kao vid vaspitne ili takmičarske delatnosti, itd. To je išlo do shvatanja sporta kao institucionalnog oblika fizičke aktivnosti, koje se uobličilo sa nastankom industrijsko – urbanističke civilizacije (prema Koković, D. & Kuljić, R., 2009).

Postoje mnogobrojne definicije sporta, koje su veoma često kontradiktorne i paradoksalne.

Tako, neki autori naglašavaju da je sport borba čoveka sa samim sobom, drugim čovekom i prirodnim preprekama. Drugi, pak ističu da je sport zapravo vaspitna društvena institucija prožeta igrom, a da je cilj toga fizičko i duhovno usavršavanje ličnosti. Treći ističu da je sport racionalna delatnost, sveukupnost dostignuća u određenom području društvenog života i sl. (prema Koković, D. & Kuljić, R., 2009).

Postavlja se pitanje da li je opravdano svrstati sport u oblik igre. Igra se shvata kao delatnost koja podrazumeva zadovoljstvo i ostvarivanje suštine čoveka. Ako se sport odredi pomoću igre, onda se uzima u obzir subjektivni momenat povezan sa sportom, a ne i činjenica da je sport postojeća i objektivna društvena delatnost. Jer, danas vrhunski sport nije igra, to je drama, stres, pa i proizvodna delatnost. Generalno, definisanje sporta pomoću igre nije sveobuhvatno i ne vodi pravom sagledavanju njegove suštine.

Teoretičari koji svrstavaju sport u fizičke aktivnosti takođe razmatraju jednu "stranu medalje". Zato što fizički napor i vežbanje u definisanju sporta ne mogu biti značajne determinante za njegovu tipološku specifičnost, jer i druge delatnosti (privredne, vojne) pretpostavljaju navedene karakteristike.

Neki pokušavaju da definišu sport kao vaspitnu delatnost. Iako su vaspitne mogućnosti sporta neosporne, kriterijum vaspitanja se ne može uzeti kao temelj, jer se vaspitanje (u tom smislu fizičko) može naći i izvan sporta, kao što se može naći i sport bez vaspitanja.

Najkarakterističnija odlika savremenog sporta je takmičenje. Na takmičarski karakter sporta ukazuju mnogi istraživači. Ukoliko bi izgubio takmičarski smisao, sport bi negirao svoju temeljnu karakteristiku. Vrednost sportskog takmičenja se meri dostignutim rezultatima (prema Koković, D. & Kuljić, R., 2009).

Pored takmičenja, područje sporta obuhvata društvene, psihološke, ekonomske, naučne, političke, medicinske i druge aspekte.

Sport je pre svega društveni fenomen. Društvo je u uskoj vezi sa svim manifestacionim oblicima sporta, ono obezbeđuje podelu uloga, između ostalog i sportskih, pruža mogućnost interakcije

među ljudima, obezbeđuje saznanja i vrednosne orijentacije na području sporta, a takođe, sport je i važan agens socijalizacije.

Masovni mediji i sport

Masovni mediji su proizvod savremenog načina života i masovne kulture. Usled krupnih kulturnih, političkih i ideoloških promena, način života se izmetnuo od tradicionalnog i poprimio je nov kvalitet. Neposredni ljudski kontakt i kontakt sa prirodom su izgubili na značaju, primarne zajednice su razgrađene i obezvređene, socijalna mobilnost se povećala, a društvo se ubrzano raslojava. U duhu tih promena sve veći zamah su uzela i sredstva masovnih komunikacija. Može se reći da je masovna komunikacija, kao poseban vid ljudske komunikacije određena tehnološkom komponentom, tehničkom podlogom masovne difuzije, kao što su tehnologija štampe, radio, tv kanali, a u poslednje vreme i drugo – video igre, filmovi, kompakt diskovi, itd.

Poznato je da mediji utiču na sport i da sport utiče na posredno oblikovanje medija.

Mnogo pre razvoja masovnih medija, sport je već bio sastavni deo života ljudi i društvenih grupa širom sveta, što su mediji znalački iskoristili i idalje iskorišćavaju. Sport putem sportskog sadržaja omogućava medijima da dopru do željenih, a inače teško dostupnih korisnika (publike), dok sa druge strane mediji omogućavaju sportu da poveća svoju popularnost ali i da se finansijski obezbedi i postane profitabilniji.

Teško je sagledati ogroman doprinos koji sport donosi medijima. U pogledu sadržaja, postoje stotine televizijskih i radio programa, novina, časopisa, video igara, i na stotine hiljada internet sajtova koji se bave tematikom sporta. Davno je uočen ogroman potencijal koji donosi sportski sadržaj, kao i nezasit apetit korisnika (čitalaca, slušalaca, gledalaca) za sportskim informacijama.

Sportsko izveštavanje je sve više zastupljeno u svim medijima, kako u onima koji se bave samo sportom, tako i u onima gde su sportski izveštaji postali sastavni deo svakodnevnog programa. Mediji posvećuju sve više prostora sportskim i zabavnim informacijama, koje su prepoznate kao ključni način za privlačenje publike. Sportski mediji se prosto takmiče ko će obuhvatiti veći broj sportskih događaja i pružiti više sportskih informacija kako bi privukli pažnju što većeg broja korisnika.

Marko Skorić ističe da se "funkcija medija ogleda u informisanju ali i ispunjavanju slobodnog vremena, u okviru koga sport zauzima značajno mesto. Savremeni život se doživljava kao podela vremena na radno vreme i vreme za razonodu. Od svih "zabava za mase" čini se da je sport najprivlačniji. Sport, a naročito sportski prenosi služe da se prekrati vreme, da se ljudi razonode i da zaborave dosadu."

Sredstva masovne komunikacije su važna za prenošenje poruka (npr. prenos neke utakmice, takmičenja, sportskih komentara i s.), a pritom se moraju uzeti u obzir i sadržaj poruke, kao i njen primalac (publika).

Prema većini autora postoje tri uobičajena vida poruke u okviru masovne kulture, koja su specifična za sport kao njen oblik (poređani su hronološki, a ne nužno po zastupljenosti):

Prvi vid poruke, koji dopire do auditorijuma jeste štampa. Novine predstavljaju značajno otkriće u razvoju savremenih medija, jer na malom i lako umnoživom formatu pružaju obilje različitih informacija. U svom modernom obliku, novine vode poreklo od letaka i pamfleta koji su štampani i deljeni u 18. veku. Tek krajem 19. veka novine su postale "dnevne" i privukle ogroman broj čitalaca.

Informacije koje se primaju putem štampe predstavljaju ujedno i najstariji oblik obaveštavanja o sportskim događajima. Kasnije su se pojavili radio i televizija i mnogi su mislili da će ova vrsta medija potisnuti štampu. Međutim, štampa je sačuvala određeni značaj i uticaj, potencijalni krug primalaca ove vrste poruke je veoma širok, a posebno kada su u pitanju sportski događaji.

Veliki broj listova i časopisa sadrži "sportske rubrike". Analiza sadržaja je pokazala da te rubrike obuhvataju i do 20% štampane površine. Pored toga, postoje i specijalizovani sportski ilustrovani časopisi. Na osnovu svega toga, može se zaključiti da je i danas štampa ozbiljan konkurent radiju i televiziji.

Specifičnost poruke koja se prenosi pomoću štampe je u tome da ona stiže do primalaca nakon događaja o kojima govori. Čitalac prima posebnu informaciju, mada tu postoji mogućnost da je i ranije mogao da primi neposrednu informaciju putem nekog drugog medija. Još jedna važna osobina štampanog medija je u tome što objavljena, tj. pisana reč ima veću vrednost od izgovorene, odnosno zapamćene, tako da to omogućuje čitaocima da pročitaju neki članak nanovo posle izvesnog vremena (prema Isaković, Z., 1991).

U okviru poruke koja se pojavljuje u štampanim medijima, moguće je izdvojiti dve varijante:

- 1) Poruke informativnog tipa, date u vidu kratkih informacija, karakteristične za dnevnu sportsku štampu. Sledi primer:

FMP treći na turniru u Moskvi

U borbi za treće mesto na turniru u Moskvi, mlada ekipa FMP-a je savladala ekipu Asvela rezultatom 76:69 (13:18, 16:22, 27:13, 20:16). Utakmica je imala čudan tok, Asvel Basket je od samog starta kontrolisao meč i na poluvreme otišao sa 11 poena prednosti. U nastavku meča desio se totalni preokret, FMP je preokrenuo rezultat uz pomoć raspoloženog Ivana Daskalovića. Do kraja meča ekipa trenera Milovana Bulatovića je sačuvala stečenu prednost i zaslužno

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

WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

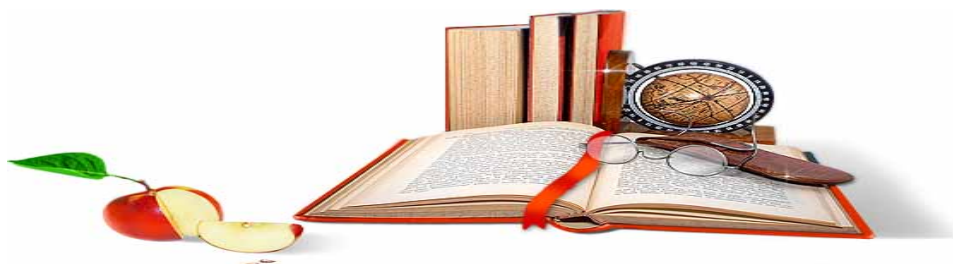
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE

MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com