

Šport kot del družbene strukture v sodobnem svetu

BORIS RUTAR

I. Rekreacija in šport

Šport kot tak seveda ni izolirana družbena dejavnost, ki bi se kar pojavila, ki se ne bi spreminjala in ki bi trajala večno, čeprav se nam pogosto zgodi, da šport jemljemo kot nekaj samoumevnega. Ljudje imamo zelo jasno predstavo o umeščenosti raznoraznih družbenih institucij, kot npr. političnih in gospodarskih ter tudi kulturnih, nimamo pa jasne predstave o športnih institucijah. Zelo pogosto se šport pojavlja v kategoriji skupaj s kulturo.

Šport ima svojo zgodovino, svoj razvoj in svojo umeščenost v družbi. Ker je šport zelo družbena dejavnost, se na to področje prenašajo vsi elementi družbenega dogajanja. Dogajanje v športu je v tesni korelaciji z dogajanjem v družbi, ker družba ustvarja šport in je zato šport tudi del družbe.

Posameznik kot individuum se lahko ukvarja z različnimi oblikami fizične aktivnosti, kar pa še ne pomeni, da se ukvarja s športom. Tudi množica ljudi se lahko skupaj ukvarja z določeno fizično aktivnostjo, pa to še ne pomeni, da se ukvarja s športom. Fizična aktivnost je človeku nujno potrebna in se je v razvoju človeštva korenito spreminjala. Danes tej fizični aktivnosti rečemo rekreacija. Ukvarjanje z rekreacijo ima sicer zelo širok spekter, od minimalnega fizičnega napora do zahtevnih in rednih aktivnosti. Ravno tako je rekreacija posledica individualnega dela kot tudi organizirane množične prireditve. Vsekakor pa to ostaja rekreacija. Kakšna je potem razlika med rekreacijo in športom?

Šport je institucionalizirana oblika rekreacije, pri kateri posamezniki nimajo za cilj zgolj ohranjanje fizične kondicije in dobrega počutja, ampak doseganje rezultatov, ki pomenijo takšno ali drugačno koristiljubje (slava, denar).

Pojav športa je proizvod industrijske družbe, njenih spremenjenih družbenih odnosov, njene delitve dela in časa med posamezniki in družbenimi skupinami ter razvoja urbanih mestnih področij. Pred pojavom novih družbenih odnosov v industrijski družbi šport kot tak ni obstajal, temveč je bil samo ljudsko razvedrilo, ki je bilo (18., 19. stol.) neorganizirano, lokalno, brez pravil in zelo tesno povezano z religijo in kmečkim koledarjem. Razredno razslojevanje pod vplivom industrijske revolucije je rodilo moderni šport, ki je organiziran, s pravili in v svoji funkciji "razvedrila" delavstva in buržoazije.

Mnogi znanstveniki so v svojih študijah opredeljevali pojav modernega športa in njegovo družbeno funkcijo različno, pač odvisno od stališča in koncepta posameznega znanstvenika ali znanstvene struje.

Osnovna poanta konvencionalnega pluralizma je bila, da se šport pojasni s terminom sociologija tekmovalnih interesnih skupin. Posameznik (potrošnik oz. športni odjemalec) samostojno izbira šport na tržišču športnih dejavnosti. S tem se vzpostavi ravnotežje moči med interesnimi skupinami in individualno izbiro. Država intervenira le takrat, ko trg deluje nepopolno.¹ V družbi se torej tudi na športnem področju dogajajo enake stvari, kot na političnem ali gospodarskem tj. boj posameznih tekmovalnih

¹ G. Jarvie in J. Maguire: *Sport and leisure in social thought*, str. 68.

interesnih skupin za dominacijo ali po drugi strani boj za obstanek na tržišču.

Klasični marksizem je opredeljeval šport v okviru izrabe prostega časa, ki je v odvisnosti od kapitala. Tako kot vse odnose v družbi, je tudi področje prostega časa okupiral lastnik kapitala, ki uravnava in dozira prosti čas delavcem (le toliko, da se minimalno sprostijo). Po drugi strani pa so odnosi v športu tudi odraz kapitala (lastnikov klubov) in delavcev (športnikov). V tej igri so gledalci v funkciji dobička.² Marksizem torej opredeljuje šport kot sestavni del razrednega razslojevanja družbe in ga obravnava kot igro lastnikov kapitala do lastnikov proizvodjalnih sredstev.

Funkcionalizem obravnava šport kot kulturni podsistem družbe, ker služi specifičnim funkcijam in reflektira obstoječe kulturne vrednote družbe. Za funkcionaliste je šport socialna institucija, ki prenaša vrednote na posameznika. Šport prispeva k soodvisnosti drugih aspektov družbe (družina, šolstvo in religija). Šport tudi pomaga vzdrževati vzorce obnašanja.³

Poglejmo si pobliže to teorijo. Za funkcionaliste so temeljna vprašanja: kako sta šport in rekreacija povezana z drugimi družbenimi institucijami; kako promovirati socialne vrednote, norme, statute in vloge; kako šport in rekreacija funkcionirata kot intergrativni mehanizem v družbi?

Športna pravila so širše družbeno sprejeta in predstavljajo konsenz družbe ("fair play" je ena od vrednot, ki se pojavlja v športu). Šport uči ljudi osnovnih vrednot in norm družbe, v kateri živimo. Pri tem opravlja koristno socio-emotivno funkcijo. Občutki tovarišstva in pripadnosti ter vedno znova ponavljajoči se športni rituali prispevajo k socialni koheziji. Funkcionalisti trdijo, da socialna igra v športu vzpodbuja gledalce in igralce, tako mlade kot stare, da sprejemajo dominantne kulturne vrednote. Najbolj se to odraža v ustanavljanju mladinskih in šolskih športnih ekip, ki so v funkciji učenja mladih vrednostnih lekcij o življenju v njihovem okolju. Šport vključuje člane v družbo s pomočjo kolektivne predstave. Ekipa krajevnih skupnosti ali pa prostovoljne organizacije so lep primer za to. Podobna identifikacija z mednarodnimi športnimi ekipami nam pokaže šport v funkciji kohezivne politične sile.

Funkcionalisti so torej preučevali vlogo športa pri potrjevanju in reafirmaciji pomembnih ciljev socialnega sistema. Šport in rekreacija se nam tako kažeta kot ena izmed kolektivnih predstav. Skozi te predstave si ljudje predstavljajo (v simbolični obliki) moč družbenih skupin, v katerih živijo. Ta kolektivna predstava ponazarja strukturo in moralne norme družbe. S tem športne aktivnosti pomagajo ustvarjati in vzdrževati obstoječe družbene odnose, s katerimi so simbolno povezane. Funkcionalisti so (v duhu Durkheima) razumeli šport kot simbolno predstavo družbe in osebne identitete. Pri tem se porajajo tudi določeni občutki sakralnosti. Durkheim je ugotovil, da je glavni simbol religiozne moči v družbi totem,⁴ zato ni težko spoznati športna moštva v isti funkciji tj. za mnoge so športne ekipe postale konkreten simbol njihove notranje identitete in moči. Športne ekipe so doživete kot totem. S stališča športa kot oblike simbolnega dialoga je šport izvzet iz časa in prostora profanega aspekta družbenega življenja in torej pripada območju sakralnosti. V moderni zahodni družbi kot tak predstavlja točno določene zahteve, kako mora biti dialog voden. Obstaja tudi veliko število ritualov in tabujev, povezanih s športom (ceremonije, podelitve medalj, uniforme oz. dresi ipd.).

Tradicionalne družbe so predindustrijske. Takšne družbe bazirajo na tradiciji, verovanjih in religioznih ritualih. Družina, skupnost, delo, prosti čas in religija so zelo

² Op. loc., str. 93.

³ Op. loc., str. 9.

⁴ A. R. Radcliffe-Brown: *Struktura in funkcija v primitivni družbi*, str. 132, 1994.

povezani in vsak izmed njih predstavlja izraz lokalne kulture. Dominantne vrednote poudarjajo kolektivne dolžnosti in obljacije. Individualizem je potlačen.

Razvoj je prinesel industrializacijo. Nove smeri v miselnosti, inovacije in tehnologija ter spremembe v demografski strukturi so glavni faktorji, ki so vplivali na spremembo družbe. Razvila se je bolj kompleksna in specializirana delitev dela. Vse to je prineslo tudi spremembe na področju prostega časa.

Pojav športa in drugačna izraba časa manifestira globjo transformacijo družbe iz tradicionalno agrarne v moderno industrijsko. Iz razlogov etabliranja ritualov in vzpostavitve nove družbene hierarhije, je bilo ljudsko razvedrilo družbe 18. in 19. stoletja, skupaj z ostalo zabavo srednjeveške družbe (viteške igre), izbrisano in nadomeščeno z modernim športom, ki z vidika modernizacije predstavlja povsem nekaj novega. Ta pojav je zaslediti najprej v Angliji in je samo izraz globljih sprememb takratne družbe.

Moderni šport je bolj organiziran, strukturiran in reguliran. Izdelan sistem regionalnih, nacionalnih in mednarodnih organizacij zagotavlja nadzor in regulacijo športa. Z razvojem postaja šport bolj specializiran, birokratiziran in usmerjen na individualne dosežke. Kodifikacija, organiziranost in legitimizacija so pripomogli k večji institucionalizaciji športa v družbi. Ljudje so v določenem trenutku zgodovine zavrgli tradicionalen način ljudskega razvedrila in se oprijeli novega načina življenja, ki je bolj racionalen in zato zahteva tudi racionalno konzumacijo prostega časa. Včasih so ljudje živeli bolj neodvisno od časovne determinante, danes pa je čas odmerjen tudi športu in rekreaciji.

II. Slovenci in šport

Slovenci smo v pretekli zgodovini v času Avstroogrške monarhije pripadali takratni razviti državi, z vsemi svojimi značilnostmi in ločnicami. Kot del vsesplošnih družbenih sprememb in družbenega dogajanja v 19. stoletju so tudi na področju športa spremembe dosegle slovenski etnični prostor. V tem prostoru, ki se je razlikoval po svoji družbeni strukturi in je pri tem odražal družbeno dominacijo tujerodnega sloja prebivalstva, nas zanima predvsem področje modernega športa tj. organiziranega in institucionaliziranega delovanja na področju rekreacije. Podlago za začetek in razvoj športnih organizacij na Slovenskem je najti v visoki stopnji industrializacije dežele, ki na družbenem področju vodi do večje individualnosti in tekmovalnosti. Poleg tega je družbeno življenje determinirano s ciklusom proizvodnje in prodaje ter tržno miselnostjo. Razvoj modernega športa in razcep med športom in rekreacijo bi lahko ločili v več faz. V prvi fazi, ki traja do konca 1. svetovne vojne, se šport zelo prepleta z rekreacijo oz. je v osnovi eno in isto tj. fizična aktivnost v prostem času. Šport je v tem času še brez forme in institucije, je pa zato rekreacija organizirana in institucionalizirana. Lepilo, ki drži skupaj obe sestavini, je kolektivizem. Rekreacija namreč zahteva določen kolektivizem oz. ne dopušča in ne priznava posamezniku njegove individualne tekmovalnosti v odnosu do ostalih posameznikov. Drugo obdobje, ki ima značilnosti prehodnega, je obdobje med obema vojnoma. To je obdobje, ko šport že dobiva svojo formo, svoj izraz in družbeno veljavo. Organizacije že skrbijo za individualno pripravo športnikov za doseganje osebnih ciljev. Državne, predvsem pa mednarodne prireditve postanejo čedalje bolj prestižne, jasne, strukturirane in v svoji funkciji cilj posameznih športnikov. V tem obdobju se pojavljajo tudi moštveni športi kot športi z enakimi atributi kot individualni športniki (ekipa deluje kot posameznik). Tretja faza se začne po 2. svetovni vojni in je faza popolnoma samostojne organiziranosti športa ter profesionalizacije športnikov. Organiziranost športa postane gospodarska panoga, zato dobi šport nove razsežnosti v strukturi družbe. Z vrtočlovo hitrostjo

postaja organiziranost športa jasna, temeljita in učinkovita, kar je seveda zahteva trga. Organiziranost športa stopi v interakcijo z ostalimi dejavniki na trgu (denar, marketing, delovna sila, dobiček). Športniki, kot nujni sestavni del športa, se profesionalizirajo, to pomeni, da svoje sposobnosti in znanje ponudijo na trgih delovne sile. Športnikom sta jasno predstavljena cilj in pot, po kateri se lahko te cilje doseže (višje, hitreje, močnejše). Profesionalizacija športa se začne v Angliji v 50-ih letih⁵ in se nezadržno širi na vsa področja in na vse športnike, s tem pa tudi postavlja zelo jasno ločnico med športom in rekreacijo. Značilnost tretje faze je tudi velik vzpon moštvenih športov. Razlog je preprost - šov biznis!

III. Globalizacijski procesi

Glavni vzorci športa in rekreacije v svetu se tesno prepletajo z globalnimi procesi na vseh drugih področjih. Globalni procesi niso izumljeni nedavno, niti ne zajemajo vseh delov sveta. Zajemajo območja, ki so predvsem ekonomsko soodvisna, v zahodni demokratični družbi pa zajemajo tudi širše družbeno dogajanje. Sodobnejša zgodovina v bistvu temelji na teh globalnih procesih, kajti kljub neenakosti globalizacijskih procesov je težko razumeti lokalne ali nacionalne izkušnje brez reference na globalne tokove. Ti tokovi vključujejo nujnost globalne ekonomije, transnacionalne kosmopolitanske kulture in določen obseg mednarodnih socialnih gibanj. Na področju športa so se globalizacijski tokovi oz. procesi začeli že zelo zgodaj in šport je že dolgo časa povezan v nadnacionalno organizacijo (olimpijski komite), ki je ena prvih globalnih organizacij. Sam obstoj takšne organizacije povzroči reakcijo globalizacijskih procesov, ki nezadržno vodijo v fluktuacijo transnacionalnih vzorcev, ki za športne odjemalce pomenijo obljubo in smisel. Globalni dejavniki (svetovna prvenstva, olimpijske igre ipd.), pa tudi tokovi načina rekreacije, navad in tekmovalnosti, so primeri takšnih procesov. Bivalni pogoji ljudi, znanja in dejavnosti, prepričanja oz. verovanja ter kulturni vzorci se ponavljajo skupaj s temi globalizacijskimi procesi, ki potekajo popolnoma odkrito. Mnoštvo transnacionalnih ali globalnih ekonomskih in tehnoloških menjav, komunikacijske mreže in selitveni vzorci (turizem na dolge razdalje) označujejo vzorce medsebojno zelo povezanega sveta.

Niso pa samo ljudje in nacionalne države povezani v tesnejšo in globljo soodvisnost. Globalizacijski procesi vodijo tudi do krčenja časa in prostora. To pomeni, da ljudje doživljajo časovne in prostorske dimenzije drugače, as in prostor sta doživela kolaps. Obstaja pospeševanje časa in zmanjševanje prostora. Moderne tehnologije omogočajo ljudem, podobam, idejam in denarju, da krožijo po svetu z veliko hitrostjo. To vodi seveda v večjo soodvisnost, pa tudi k zavesti o enem svetu. Ljudje se začenejo zavedati dejstva, da so njihova življenja in prostor del enega družbenega prostora - Zemlje. Svetovni športni dogodki so hitro dosegljivi odjemalcem po vsem svetu ne glede na časovne in prostorske razlike. Temu primerno je tudi organiziranost športnih dogodkov prilagojena temu velikemu športno-produkcijskemu kompleksu, ki prek TV (ki je sama po sebi narejena kot del globalne telekomunikacijske mreže) prinese produkt potrošniku v dnevno sobo. Hkrati s tem pa mu prinese tudi vse ideološke reference. Pri tem mu sugerira transnacionalne kulturne obrazce in ga naredi za del kosmopolitanske kulture. Na športnem področju je takšna interakcija močno izražena.

Pri tem je potrebno poudariti še dvoje: prvič, ko se medsebojno prepletajo omejeni aspekti, hkrati puščajo določeno stopnjo avtonomije vsakemu posebej; ne obstaja namreč globalni prisilni jopič; in drugič, medsebojno prepletanje družbe, posamez-

⁵ J. Goldlust: *Playing for keeps*, 1987.

nikov, mednarodnih odnosov in človeštva tudi ne predstavlja samo eno pot. Možne so različne variacije obstoječega globalnega vzorca, ki v prihodnosti pušča odprto pot za permutacijo različnih vzorcev. Šport je le del splošnih globalnih procesov.

Natančneje bi lahko te splošne globalne procese povezanosti in tekmovalnosti različnih kultur opisali s petimi različnimi pretoki⁶:

- *etno pretok*: mednarodna gibanja ljudi (npr. turistov, migrantov, azilantov, sezonskih delavcev in dr.),

- *tehno pretok*: meddržavni pretok strojev in industrijskih kompleksov korporacij (nacionalnih in transnacionalnih) ter državnih agencij,

- *finančni pretok*: naraščajoč pretok denarja in njegovih ekvivalentov,

- *medijski pretok*: pretok podob in informacij med državami s pomočjo časopisov, revij, radia, TV, filmov in videa,

- *idejni pretok*: pretok idej, osredotočenih na državne ali protidržavne ideologije in gibanja.

V sodobnem svetu se vse to odraža tudi na športnem področju, zato je mogoče šport aplicirati v teh pet pretokov po sledečem vzorcu:

- *etno pretok*: globalna migracija profesionalnih športnikov, trenerjev in funkcionarjev ter občasne selitve navijačev,

- *tehno pretok*: pretok športne opreme, predvsem pa športnih kompleksov (npr. igrišč za golf, dvoran ipd.),

- *finančni pretok*: nakupi igralcev, celotnih ekip, sponzoriranje, avtorske pravice, oglaševanje, naložbe ipd.,

- *medijski pretok*: produkcijski kompleks športa in zabave projicira podobe športov, oblike rekreacije in specifična kulturna sporočila širšemu globalnemu občinstvu,

- *idejni pretok*: globalni športni dogodki (svetovna prvenstva, olimpijske igre) služijo kot lokomotiva za izražanje ideologij, ki imajo transnacionalni karakter (fair igra).

Gonilna sila takšnega razvoja so prav gotovo ZDA. Na športno-zabavnem področju so prevzele popolno dominacijo. Še v začetku tega stoletja je takšno vlogo igrala Velika Britanija, ki je (v duhu kolonializma) razširjala svoje tradicionalne športe, kot na primer nogomet, tenis, rugby, kriket, golf idr., najprej na področje imperija (Commonwealth) in nato širše, predvsem z ideološkimi nameni. Transformacija ameriških športov v globalne športe (košarka, baseball, ameriški nogomet) je prinesla športnim odjemalcem stik z agresivno ameriško šov biznis industrijo. Vse je tako ali tako povezano s potrošniško kulturo, ki je zagotovo pod močnim vplivom ameriške izvirnosti, nastopaštva in ideologije.

IV. Ekonomski dejavnik

Ravno prisotnost ekonomsko-političnega dejavnika je tista razlika, ki v sodobnem svetu ostro loči šport od rekreacije. Sodobni šport skoraj ne more več obstajati brez izrazite prisotnosti ekonomskega interesa. Zahodni svet pozna poroko športo in ekonomije že dolgo, v nekdanjem socialističnem svetu pa se je to poroka dolgo časa zamenjevalo s financiranjem športa iz družbenega proračuna oz. sponzorstvo ekonomije je bilo administrativno regulirano. Pod pojmom ekonomija tukaj mislimo na celoten spekter gospodarske dejavnosti od proizvodnje do trgovine in storitve. V čem je torej bistvo sodelovanja med ekonomijo in športom? Vprašati se moramo, ali šport ustvarja

⁶ G. Jarvie in J. Maguire: *Sport and leisure in social thought*, 1994.

dobiček? Odgovor je NE! Šport sam po sebi ne ustvarja nikakršnega dobička, vendar pa šport ustvarja dobiček posredno, tj. vloženi denar oplemeniti in ga vrne investitorju. Šport se nam tako prikazuje kot sredstvo za ustvarjanje dobička in se s tem izenači z npr. delovnim strojem ali še bolje z dobro reklamo na TV. V mnogočem je temu res tako, vendar gre pri športu za določeno anomalijo, kajti tudi šport sam po sebi ustvarja in podpira določene ekonomske panoge (proizvodnja športne opreme, turizem navijačev ipd.). Pri sodelovanju ekonomije in športa se šport pojavlja kot sredstvo za promocijo izdelkov ekonomije športnemu občinstvu in kot sredstvo za plasma izdelkov ekonomije na izredno veliko tržišče rekreacije in zabave. Z globalizacijskimi procesi v sodobnem svetu, se športno-ekonomski kompleks povezuje v transnacionalne konglomerate, ki s pomočjo športa ustvarjajo nekakšen talilni lonec okusov in potreb potrošnika. Športno oblačenje je npr. postalo integralni del potrošniške kulture. Za ponazoritev vzemimo npr. podjetje NIKE. Nakup izdelkov NIKE je samo zaključna faza dinamične mreže, ki vključuje oblikovalce, izdelovalce, dobavitelje, distributerje in nena zadnje tudi brokerje. Čeprav je sedež firme v Oregonu v ZDA, zajema obseg sodelavcev ves svet (Tajland, Singapur, Koreja, Taiwan idr.). Ker je tržišče NIKE izdelkov tako rekoč ves svet, skušajo oblikovalci izdelati čevlji, ki bo ustrezal zahtevam vsega sveta in hkrati lokalnemu okusu. Okusi se torej kompromisno združujejo. Lokalni franšizing distributorji in prodajalci zagotavljajo primerno distribucijo izdelkov do potrošnikov, distribucija sama pa je podprta z globalno marketinško strategijo. V ta namen uporablja NIKE medijski športnoproductijski kompleks za uveljavljanje športnih zvezd in/ali športno-rekreacijskih dogodkov, ki ravno prek tega medijskega športnega kompleksa izvajajo oz. reklamirajo marketinško strategijo podjetja. NIKE uporablja oglaševanje skupaj s TV-sporodom, ki je za ta ali oni šport najbolj primeren. Krog je tako sklenjen. Izstop iz tega kroga bi bil porazen za vse sodelujoče.

V. Zaključek

V sodobnih družbah se nezadržno razvijajo globalizacijski procesi, ki bodo v veliki meri zaznamovali ustroj bodočega sveta. Ti procesi, ki se jim je skoraj nemogoče izogniti, spreminjajo odnose znotraj posamezne družbe in vplivajo na povezanost in soodvisnost sodobnega sveta.

Zabavna industrija na tem področju celo prevzema vodilno vlogo in skuša s svojo transnacionalno paradigmo doseči skupni imenovalec okusov, želja in potreb prebivalcev. Zabavna industrija ima prednost pred ostalimi dejavniki, ker zelo dobro in večje obvlada medije. To je konec koncev tudi bistvo zabavne industrije. Del zabavne industrije je prav gotovo tudi šport. Za pojmom šport se ponavadi skriva vse, kar je povezano s fizično aktivnostjo. Čeprav bi v resnici lahko fizično aktivnost razdelili v več kategorij (rekreacija, telesna kultura), šport pa bi ostal sinonim za tekmovalnost, dandanes s pojmom šport razumemo le komponento tekmovalnosti. V potrošniškem svetu pa ima tekmovalnost v resnici samo en cilj - slava in denar. Za dosego tega cilja pa je šport kot del zabavne industrije nujno integriran v polje medijske prisotnosti in globalizacije. Transnacionalna kultura in kozmopolitanstvo, ki ga v sodobni svet prek globalne medijske produkcije posredujejo kreatorji te ideologije, je lahko postmoderen odgovor na dekadenco 20. stoletja. Ta proces nujno ustvarja drugačne vrednote in okuse, ki se razlikujejo od tradicionalnih in jih mora vsaka družba sprejeti, če hoče ostati v stiku z razvojem.

Predvsem s pojavom olimpizma v začetku 20. stoletja se je šport že postavil v polje globalizacije, vendar je svojo globalizacijsko kulturo gradil predvsem na družbeno politični strategiji (institucije kot olimpijski komite, mednarodne zveze ipd.), zato je bil

sam po sebi del politično-kulturnega obrazca 20. stoletja. Sodobni trendi globalizacijskih procesov v športu pa temeljijo na družbenosubkulturni strategiji, ki namesto političnih institucij izrablja telekomunikacijski zabavno-medijski kompleks za stik z odjemalcem. Po eni strani se na olimpijskih igrah kot vrhuncu olimpijskega gibanja množijo najrazličnejši športi in število držav udeleženk in pri tem povzročajo težave organizatorjem (ki jemljejo to kot politično tekmovanje s finančno izgubo), po drugi strani pa določene športne panoge postajajo predvsem medijski športi, ki so neodvisni od štiriletnega cikličnega pojavljanja olimpijskih iger, vendar olimpijske igre vsakodnevno prinašajo športnim odjemalcem v dnevno sobo.

LITERATURA

- G. Jarvie in J. Maguire: Sport and leisure in social thought; Routledge 1994.
- Goldlust John: Playing for keeps (sport, the media and society); Longmancheshire, 1987.
- A. R. Radcliffe-Brown: Struktura in funkcija v primitivni družbi; SH, 1994.
- I. Kuvačić: Funkcionalizam u sociologiji; ITP "Naprijed", Zagreb 1990.
- Drago Stepišnik: Telovadba na Slovenskem; DZS, 1974.
- Drago Stepišnik: Oris zgodovine telesne kulture na Slovenskem; DZS, 1968.
- Franc Pediček: Pogledi na telesno vzgojo, šport in rekreacijo, II. del; MK, 1970.
- Urban Golob: Alpsko smučanje kot televizijski šport - Diplomsko delo; 1997.
- Mladina; Država nam ne bo nikoli nič dala - intervju z R. Zavrlom in T. Vogrincem. Miha D. Štamcar in J. Sever, 16. 1. 1996.