
Osvrt

Received: 22.06.2023

Accepted: 18.09.2023

UDK: 796.332:316

DOI: <https://doi.org/10.58984/smb2301085b>

Corresponding author: predrag.bajic@fzs.edu.rs

DRUŠTVENI KONTEKST FUDBALA KROZ ISTORIJSKI, POLITIČKI, EKONOMSKI I MEDIJSKI OKVIR

Predrag Đ. Bajić¹⁰

Sažetak: Kao veoma dinamična društvena pojava sport ima značajnu ulogu u svakodnevici ljudi, što se posebno odnosi na fudbal, kao globalno najuticajniji sport. Upravo na tom tragu, autori Dejan Milenković i Vesna Milenković su odlučili da sagledaju ovaj fenomen iz više uglova i sistematizuju kroz knjigu „Fudbal i društvo”. Pored istorijskog pregleda, autori posmatraju fudbal kroz odnose sa politikom, ekonomijom i medijima, uz poseban osvrt na promene koje su nastale kao posledica pandemije Covid-19. Takođe, tu su i poglavlja o ženskom fudbalu, kao i o fudbalu i nasilju, odnosno o huliganizmu, terorizmu, govoru mržnje i rasizmu. Na kraju, autori zaključuju da se fudbal, poput društva, više puta nalazio na istorijskoj prekretnici, da je tako i danas, ali da uvek uspeva da prevaziđe sve izazove i da uveća popularnost i društveni uticaj.

Ključne reči: fudbal, politika, ekonomija, mediji, nasilje.

„Sport se, između ostalog, definiše i kao 'borba čoveka sa samim sobom, drugim čovekom i prirodnim preprekama (silama prirode)', zatim kao 'vaspitna društvena institucija prožeta igrom, a čiji je cilj fizičko i duhovno usavršavanje ličnosti' i kao 'racionalna delatnost, sveukupnost dostignuća u određenom području društvenog života' (Kuljić i Koković, 2012: 193). U svakom slučaju, sport je područje u kojem 'vlada motiv postignuća' i gde su 'ostvareni rezultati egzaktni, uspesi vidljivi, uloženi kapital merljiv' (Koković, 1996: 51).” (Bajić sa studentima Fakulteta za sport, 2021: 15; Bajić, 2022: 116)

¹⁰ PhD, University „Union – Nikola Tesla”, Faculty of sport, Belgrade, predrag.bajic@fzs.edu.rs

Generalno gledano, sport se može posmatrati kao veoma dinamična društvena pojava, fenomen (Koprivica, 2018: 32). Takođe, kroz radove je pokazano i kako „sport predstavlja poseban fenomen koji daje prostor, šansu i mogućnost svakoj osobi, bez obzira na psihofizičke sposobnosti, da učestvuje i bude integralni deo društva” (Milićević Marinković i Manojlović, 2022: 7), kao i da „sport i fizička aktivnost služe autorima da opišu društveni sistem, vrednosti i principe kojima se kolektiv vodi” i da su „pored same fizičke kulture, sportski događaji i aktivnosti bili inspiratori različitih dela” (Domazet, 2022: 37–38). Sportski događaji koji imaju planetarni značaj odavno su prevazišli sportske okvire, pa tako postaju i „platforma za širenje uticaja i komuniciranje u međunarodnim odnosima” (Bajić, 2015: 287).

„Poslednjih decenija sport postaje komercijalna delatnost, usmerena na sportsko tržište, profit, zakone ponude i potražnje robe i usluga.” (Krsmanović Veličković, 2021: 26) Imajući u vidu njegov razvoj, „sport iz psihološke i fiziološke potrebe, preko razvoja civilizacije, postaje značajna društvena pojava i vrednost, sa svojom političkom, ekonomskom, kulturnom i moralnom dimenzijom” (Krsmanović Veličković, 2021: 26). Sve to se dešava imajući u vidu i „promene koje su zahvatile svet na kraju prošlog i početkom ovog veka, kroz procese globalizacije”, a koje su omogućile i donele „ogromne promene i u svet sporta, koji se učvrstio kao jedan od veoma unosnih biznisa na globalnom nivou, imajući u vidu i jednostavnije povezivanje različitih tačaka sveta nego ikada ranije” (Bajić, 2020: 20).

„Već dugo vremena aktuelni trendovi globalizacije i sveopšte monetizacije svih segmenata društvene zbilje evidentno utiču na to da se svaka pojedinačna aktivnost i resurs koje prati određena popularnost i pažnja nastoje 'pretočiti' u robu koja se potom na sve načine pokušava dodatno približiti što široj publici i podstaći tražnja (u svakom smislu) kod nje za istom. Imajući u vidu globalnu poziciju i pažnju koju sport nosi, navedeni mehanizam sveopšte komercijalizacije svih njegovih aspekata i te kako je prisutan.” (Penezić, 2021: 39–40)

Kroz sport se nadmeću nacionalne selekcije, klubovi i pojedinci, a otišlo se toliko daleko da se za potrebe sporta i što boljih rezultata sve češće uključuju i mnogi drugi segmenti društva. Prema rečima Milana Radakovića i Gorana Marinkovića (2021: 50), „mnoge ekonomske analize pokazuju da je sport druga privredna grana po obrtu novca i profita, odmah iza petrohemijske industrije.” Takođe, oni ističu da „veliki broj socioloških studija i istraživanja ukazuju da se čitavi kulturni stereotipi savremenog čoveka najlakše formiraju i menjaju preko sporta”.

U takvom svetu posebno mesto pripada fudbalu, koji „kao najpopularniji sport na planeti, sve više prati trendove globalizacije” (Radaković, 2020: 84). Postao je „više od igre” i industrijska grana veoma bitna na globalnom nivou. O tome govore i recenzenti knjige „Fudbal i društvo”, autora Dejana Milenkovića i Vesne Milenković, u izdanju Fakulteta za sport Univerziteta „Union – Nikola Tesla”, koja je u fokusu ovog rada. Tako prof. dr Dragan Koković ističe da je samo „promišljanje fudbala sudbinski vezano za društvo”, da fudbal „nije pod 'staklenim zvonom' već u velikoj meri deli njegovu sudbinu” i da se „fudbal smatra marginalnom društvenom aktiv-

nošću mada s vremena na vreme sa periferije društvenog života dolazi u centar svakodnevnih zbivanja". Takođe, dodaje da je „za neka društva karakteristično prekomerno verovanje u fudbal i njegove funkcije, dok je za druga nešto sekundarno, manje važno", da je „negde fudbal postao nova vrsta religije, opijum za narod" i da se „na njega često gleda kao na spasonosnu formulu koja budi nadu i društvenu pokretljivost" (Milenković i Milenković, 2022: 416), što u slučaju neželjenih ishoda može imati i kontraefekte.

Povezujući globalizaciju i ovaj sport, akademik dr Višeslav Krsmanović primećuje da je „globalizacijom današnje civilizacije zahvaćen i fudbal kao društvena pojava, fenomen, mit i čak religija mladih, ali više lukrativno nego u fizičkom ispoljavanju" (Milenković i Milenković, 2022: 411). Takođe, dodajući medijsku komponentu, prof. dr Nenad Živanović govori o tome kako je „u različitim epohama svog razvoja i različitim društvenim okolnostima, fudbal bio prisutan, razvijao se, i na tom mnogovekovnom putu evoluirao do stepena kada je ostao bez igre, koja se zbog privida održava medijskom propagandom". Takođe, naglasio je da se to „desilo zbog toga što je fudbal izrastao u ozbiljnu i samostalnu industriju, u kojoj je osnovni zakon – profit", pa da tako, „u ime tog profita – sve je dozvoljeno i sve je moguće opravdati" (Milenković i Milenković, 2022: 414).

Upravo su mediji, njihova raznovrsnost i dostupnost, ti koji su multiplikovali značaj fudbala u digitalnom dobu, odnosno dali mogućnost mnogo široj populaciji da ga prati znatno intenzivnije nego ranije. Na raspolaganju su različite platforme, gde je sve veći akcenat na vizuelnosti, a dominiraju onlajn mediji, među kojima su i informativni Veb portali, kod kojih se vizuelnost podrazumeva, pa se tako npr. „služe fotografijom da bi privukli čitaoce da kliknu na određeni sadržaj iz oblasti sporta" (Selenić, 2022: 147). Dakle, imamo sport, samim tim i fudbal, koji „nije samo jedan segment društva, već nešto što, kroz identifikaciju sa uspesima i neuspesima, masovnom povezanošću i, samim tim, lakšoj prohodnosti raznih poruka, značajno doprinosi oblikovanju javnog mnjenja" (Bajić i Petrović, 2019: 30).

Mediji su jedno od poglavlja pomenute knjige „Fudbal i društvo", koju je napisalo dvoje univerzitetskih profesora sa Fakulteta za sport Univerziteta „Union – Nikola Tesla" u Beogradu, sa katedri za trenera u sportu i sportsko novinarstvo. U tom segmentu oni govore o fudbalu kao društvenom, kulturnom, umetničkom i komunikacionom fenomenu, a fokusirajući se na žurnalistiku naglašavaju kako je „razvoj sporta i sportskog izveštavanja od samog početka bio odnos uzajamnog uticaja" (Milenković i Milenković, 2022: 205). Tu su i odeljci koji govore o razvoju sportskog novinarstva i izveštavanja o fudbalu u Srbiji, kao i uopšte o fudbalu i sportskom izveštavanju, prethodno i o fudbalu i društvenim medijima. Uz to, postoji izdvojeni segment „Estetika fudbala kao medijskog superspektakla", dok je poseban osvrt na još uvek aktuelnu pandemiju COVID-19 i njen uticaj na pozicije medija u evropskom fudbalu.

„Pandemija Kovida-19 i sva ograničenja koja je prouzrokovala otvorili su nove, pre svega, tehničke mogućnosti emiterima. U prvo vreme potpuni nedostatak gledalaca

na tribinama, i kasnije nedovoljna popunjenost i odsustvo potpune slobode odlaska na fudbalsku utakmicu, dali su mogućnost televizijama da umesto prikazivanja reakcija navijača na stadionima emituju reakcije navijača koji utakmice prate u svojim domovima. U eri pametnih telefona, omogućava se snimanje i slanje ili uživo emitovanje reakcija korisnika na dešavanja na fudbalskom terenu. Na taj način, televizija te snimke može da emituje i više puta tokom prenosa utakmice i tako aktivno uključi gledaoce u sportski događaj.” (Majumdar & Naha, 2020, u Milenković i Milenković, 2022: 240)

Tako je tehnologija dodatno ušla u sport, u ovom slučaju fudbal i poput svake druge inovacije, može biti i upotrebljena i zloupotrebljena. Podizanje medijskog spektakla na dodatni nivo virtuelnosti, odnosno manjeg prenošenja stvarnosti i sve većeg kreiranja ugođaja koji je nemoguće doživeti uživo, posebno je bilo uočljivo kroz prenos sportskih događaja tokom pika pandemije, kada su viđene prazne tribine, a čula se simulacija huka navijača. Na taj način su režiseri televizijskog prenosa dobili priliku da kreiraju i koji segmenti navijanja, koje pesme, poruke će se čuti u bilo kom trenutku, bez obzira na ono što doživljavaju fizički prisutni, pa tako i akteri sportskog događaja, bez obzira na stvarne emocije. Primeri takvog obrasca „uređivanja” zvuka na televiziji postoje i danas, po povratku gledalaca na tribine.

Pored poglavlja o medijima, autori knjige „Fudbal i društvo”, koja ima 418 strana, sadrži još šest numerisanih poglavlja, uz predgovor, uvod sa izdvojenim sadržajima pod naslovima „Od prvobitnog do postmodernog društva” i „Fudbal u svetu globalnih promena”, zaključak, spisak citirane literature i e-izvora, popis skraćenica, tekstove recenzenata i beleške o autorima. Takođe, tu su i tri priloga sa rezultatima muških srpskih klubova u evropskim kupovima, ženskih srpskih klubova na evropskoj sceni, kao i muške državne reprezentacije na međunarodnim takmičenjima.

U sedmom, poslednjem numerisanom poglavlju, izdvojen je ženski fudbal kroz istorijski razvoj i takmičenja – reprezentativna i međunarodna klupska, kao i međunarodne izbore za najbolju fudbalerku. Poseban segment je ženski fudbal u Srbiji, gde se, kada je reč o preseku aktuelnog stanja, ističe sledeće:

„Slaba konkurentnost u domaćoj ligi i nedovoljna finansijska moć ženskih srpskih klubova u odnosu na bogate evropske ekipe ostavlja posledice i na rezultate na evrosceni. S tim u vezi može se komentarisati i izostanak ženske fudbalske reprezentacije sa završnih turnira svih međunarodnih takmičenja koja su do sada odigrana. Slabi klubovi ne mogu obezbediti dovoljno kvalitetnih igračica za reprezentaciju, a broj srpskih fudbalerki koje nastupaju za jake inostrane timove još uvek nije veliki.” (Milenković i Milenković, 2022: 309–310)

Istorijski, autori su ispratili razvoj ovog sporta na međunarodnoj i domaćoj sceni, kroz dva poglavlja – „Razvoj fudbala u svetu” (sa posebnim segmentima „Prvobitni oblici fudbalske igre”, „Pojava savremenog fudbala” i „Dalji razvoj savremenog fudbala”, gde su u fokusu međunarodne federacije, reprezentativna i međunarodna klupska takmičenja i izbori za najboljeg fudbalera, a tu je još jedan naslov – „Deša-

vanja u evropskom fudbalu usled pandemije Kovida-19") i „Fudbal u Srbiji” („Pojava fudbala u Srbiji”, „Srpski fudbal u Prvom svetskom ratu”, „Srpski fudbal u ujedinjenoj državi jugoslovenskih naroda”, „Fudbal u Srbiji za vreme nemačke okupacije (1941–1944)”, „Fudbal u Srbiji posle Drugog svetskog rata”, „Srpski fudbal nakon raspada SFRJ” i „Individualna dostignuća srpskih fudbalera”).

U poglavlju „Fudbal i politika” autori govore o povezanosti ovog sporta i lokalnih političkih pitanja kroz primere u Evropi, Africi, Aziji i Australiji, kao i na američkom kontinentu, uz izdvojeni deo o vezi između delovanja fudbalskih organizacija i politike. Autori zastupaju stav da je „fudbal jednak politici” i govore o tome da je „fudbal moćan izvor i platforma za društvene i političke razlike, mesto za političku propagandu i mobilizaciju, deo kolonijalnih ili imperijalnih projekata”, pa se tako i „fudbalska takmičenja koriste kao poligon za borbu između rivalskih političkih frakcija i unapređenje određenih političkih agendi” (Milenković i Milenković, 2022: 125–126). Oni, takođe, ističu sledeće:

„Pokušaji dobronamernih ali naivnih ljudi da zastupaju utopijski stav da se sport/fudbal i politika ne mešaju osuđen je na propast, jer 'fudbal je savršeno političko oruđe' (Pannenberg, 2010: 30) koje se koristi u svakoj prilici i bez milosti. Zbog svoje popularnosti u svetu, upotreba fudbala u političke svrhe skreće pažnju javnosti na konkretan događaj. Fudbal se može koristiti kao pokazatelj superiornosti neke države/nacije u odnosu na druge, u cilju afirmacije političke ideologije i imidža, kao i propagiranja stila života. Nasuprot tome, fudbal može da bude i snažno političko oružje u cilju prinude, kazne i revanšizma prema političkim neistomišljenicima tokom svetskih političkih kriza, ratova i drugih nesuglasica. Strana koja ima više uticaja, više moći i više saveznika u svom uglu koristi fudbal kao vid sankcija, izbacujući klubove i reprezentacije sa svetske scene. Upotreba nekog manje poznatog sporta verovatno ne bi imala takvog efekta kao kad se sa političkim ciljem koristi fudbal.” (Milenković i Milenković, 2022: 125)

U poglavlju „Fudbal i ekonomija”, autori govore o putu fudbala ka profesionalizmu, zaradama i transferima igrača, komercijalizaciji fudbala i uticaju Bosmanovog pravila, finansijskoj situaciji u klupskom fudbalu i ekonomskoj dobiti od organizacije fudbalskih događaja, uz poseban osvrt na finansijski doprinos novih tehnologija, kao i o ekonomskom uticaju pandemije Kovida-19 na evropski fudbal.

„U ekonomskom smislu sport poput fudbala posmatra se kao profitabilna društvena grana. Fudbal je postao industrija koja ulagačima donosi veliku zaradu u vidu direktnih investicija u klubove, kao i putem reklame na samim takmičenjima ili u okviru televizijskih prenosa tih takmičenja. Jačanje ekonomskog momenta počinje i da diktira uslove i dešavanja u fudbalu. Dodeljivanje domaćinstava fudbalskih takmičenja zavisi od ekonomskog momenta. Vreme održavanja fudbalskih takmičenja određuje onaj ko ima prava televizijskih prenosa. Termin nastupa nekog fudbalskog kluba ili reprezentacije u okviru takmičenja određuju kompanije koje sa njima imaju ugovore; što veći broj jačih ugovora sa velikim kompanijama, to povlašćeniji status. Sportisti/fudbaleri nalaze se u ulozi modernih gladijatora koji dobijaju svoj deo

kolača, zavisno od uspeha koji postignu i uticaja koji imaju na gledaoce/kupce. (Milenković, 2021: 304)” (Milenković i Milenković, 2022: 171–172)

Poglavlje „Fudbal i nasilje” se bavi izuzetno aktuelnom temom, jednom od tamnih strana ovog sporta, kroz segment o navijačkim grupama i huliganizmu, kao i retrospektivu nasilja navijača na fudbalskim utakmicama, zatim i segmente o navijačima i fudbalskom nasilju u Srbiji, o fudbalu, nasilju i terorizmu i o fudbalu, govoru mržnje i rasizmu.

„Identifikujući se sa igračima, klubovima, etničkom zajednicom kojoj pripadaju, ljubitelji fudbala spremni su da u svakom trenutku uđu u verbalni duel sa navijačima protivničkog tima da bi pokazali posvećenost i vernost svom klubu. Ako igrači, treneri i ostali članovi stručnog štaba ekipe podržavaju atmosferu netolerancije i nefer igre tako što verbalno i fizičko nasilje preovlada među fudbalerima na samom terenu, onda se publici šalje konkretna poruka da je rešenje svih problema sadržano u agresivnom ponašanju, što može imati dalekosežne sociološke posledice na navijače. Prateći agresivno ponašanje svojih idola na terenu, navijači započinju verbalne rasprave koje obično prerastu u nasilno ponašanje; ono se sa tribina 'vrati' na teren, a zatim se po završetku meča nasilje 'prelije' i van stadiona. Iako se smatralo da fudbal zbližava narode, vremenom je ova sportska igra u mnogim sredinama postala način iskazivanja nacionalne i svake druge netrpeljivosti. 'Izražena želja za uzdizanjem nacije može poništiti elemente igračkog u sportu i dovesti do zagađenja igre.' (Koković, 2004: 93)” (Milenković i Milenković, 2022: 243)

Fudbal zauzima značajno mesto u životima velikog broja ljudi u svetu, toliko da odavno ima tu „kritičnu masu” koja mu omogućava mnogo širi uticaj od poimanja same igre, što je prepoznato i od drugih segmenata društva, koji takav status upotrebljavaju i zloupotrebljavaju. Zato je „Fudbal i društvo” vredan zapis na putu ka razumevanju toga, kroz dvosmeran proces, od fudbala ka društvu i obrnuto. Tako se, prema autorima, „pozitivan uticaj fudbala može ogledati u rešavanju postojećih problema političke, ekonomske, socijalne prirode, u upoznavanju i zbližavanju ljudi različitih kultura i nacija” (Milenković i Milenković, 2022: 7). Sa druge strane, „negativni karakter veze između fudbala i ostalih sfera društva ispoljava se prilikom zloupotrebe ovog sporta u raznim političko-ekonomskim odnosima ljudi i država” (Milenković i Milenković, 2022: 7).

Na osnovu prethodno pomenutog, Dejan Milenković i Vesna Milenković (2022: 312) zaključuju sledeće:

„Fudbal se, kao i društvo, više puta nalazio na istorijskoj prekretnici, baš kao što je to i danas slučaj. Težnje za očuvanjem osnovnih vrednosti ovog sporta oduvek su spustavali sitnosopstvenički interesi. Ipak, fudbal je, ne bez ožiljaka, do sada uspevao da prevaziđe sve izazove i na opšte zadovoljstvo ljudi koji ga vole samo uvećao svoju popularnost i društveni uticaj.”

Conflicts of inerests

The authors declare no conflict of interest

Literatura i e-izvori

1. Bajić, P. (2015). Pogled kroz olimpijske krugove: Igre kao platforma za jačanje meke moći i širenje poruka u međunarodnim odnosima. U: P. Milenković, S. Stojšin i A. Pajvančić-Cizelj (ur.), *Društvo i prostor. Epistemologija prostora. Društveni prostor i kulturno-istorijska značenja: zbornik radova*, 287–303. Beograd: Srpsko sociološko društvo; Beograd: Institut za uporedno pravo; Novi Sad: Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu. UDK: 796.032.2 659.3/.4:316.774.
2. Bajić, P. (2020). Teorijski i praktični aspekti komunikacione teorije moći u globalnom umreženom društvu. *Sport i biznis*, 6(1), 19–25. UDK: 316.472.4:077 316.77:077. URL: <http://smb.edu.rs/index.php/smb/article/view/49>.
3. Bajić, P. (2022). Fenomen četvrtog mesta u sportu kroz društvenu i medijsku prizmu: Olimpijske i Paraolimpijske igre. *Sport, mediji i biznis*, 8(1), 115–129. UDK: 316.644:796.092.292.3 796.032.2-056.26 796.032.2. <https://doi.org/10.58984/smb2201115b>.
4. Bajić, P. i Petrović, R. (2019). Tabloidni ritam sportskog izveštavanja u dnevnoj štampi Srbije. U: I. Gajić (gl. ur.), *Sport, zdravlje, životna sredina (zbornik radova sa pete međunarodne naučne konferencije)*, 29–36. Beograd: Fakultet za sport.
5. Bajić, P., sa studentima Fakulteta za sport (2021). *Biti četvrti: šampioni bez olimpijske medalje*. Beograd: Fakultet za sport.
6. Domazet, S. (2022). Sport u životu i umetnosti književnika. *Sport, mediji i biznis*, 8(1), 35–44. UDK: 929:821.163.41.09 Црњански М. 821.163.41:796. <https://doi.org/10.58984/smb2201035d>.
7. Koković, D. (1996). Marketing i sponzorstvo: od sporta do umetnosti. *Sociološki pregled*, 30(1), 37–52. UDK: 316.334:339.138+027.
8. Koković, D. (2004). *Sociologija sporta*. Beograd: Sportska akademija.
9. Koprivica, V. (2018). Tendencies in Modern Sport. *Physical Education and Sport Through the Centuries*, 5 (1), 32–48.
10. Krsmanović Veličković, S. (2021). Uticaj podloge u sportskim objektima na bezbednost korisnika. *Sport i biznis*, 7(1), 26–30. UDK: 725.85:69.034.92. URL: <http://smb.edu.rs/index.php/smb/article/view/6>.
11. Kuljić, R., i Koković, D. (2012). *Sociologija i sociologija sporta*. Novi Sad: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Univerzitet u Novom Sadu.
12. Lacković, K., i Gašparić, T. (2022). Uloga i položaj žena u sportskom novinarstvu. *Sport, mediji i biznis*, 8(1), 15–34. UDK: 070.446-055.2:316.647.82 331.1-055.2. <https://doi.org/10.58984/smb2201015l>.

13. Majumdar, B. & Naha, S. (2020). Live sport during the COVID-19 crisis: fans as creative broadcasters. *Sport in Society*, 23(7), 1091–1099. <https://doi.org/10.1080/17430437.2020.1776972>.
14. Milenković, D. (2021). Fizičko vaspitanje i sport. Beograd: Fakultet za sport.
15. Milenković, D., i Milenković, V. (2022). Fudbal i društvo. Beograd: Fakultet za sport.
16. Milićević Marinković, B., i Manojlović, N. (2022). Inkluzija i sport. *Sport, mediji i biznis*, 8(1), 7–14. UDK: 796:316.614-056.26/.36-053.2. <https://doi.org/10.58984/smb2201007m>.
17. Milivojević, S. (2001). Javnost i ideološki efekti medija. *Reč – Časopis za književnost i kulturu i društvena pitanja*, 64/10. URL: <https://www.fabrikaknjiga.co.rs/rec/64/151.pdf>.
18. Obradović, N. (2022). Istraživanja Herte Hercog – preteča teorije koristi i zadovoljstva. *Sport, mediji i biznis*, 8(1), 131–143. UDK: 316.776 17.023.34/.35. <https://doi.org/10.58984/smb2201131o>.
19. Pannenberg, A. (2010). Football in Africa: Observations about political, financial, cultural and religious influences. A pre-publication of a PhD research project which deals with money, politics and power in African football (NCDO Publication Series Sport & Development, number 7). Amsterdam: NCDO. URL: <http://bibalex.org/baifa/en/resources/document/378212>.
20. Penezić, S. M. (2021). Odnos sporta i PR-a u savremenom društvu: ciljevi i posledice. *Sport i biznis*, 7(1), 39–48. UDK: 659.4:796 658.8:796. URL: <http://smb.edu.rs/index.php/smb/article/view/8>.
21. Radaković, M. (2020). Fudbal kao biznis. *Sport i biznis*, 6(1), 81–87. UDK: 005:796.332. URL: <http://smb.edu.rs/index.php/smb/article/view/40>.
22. Radaković, M., i Marinković, G. (2021). Uticaj globalizacije i komercijalizacije u sportu. *Sport i biznis*, 7(1), 49–57. UDK: 005.44:796 316.32. URL: <http://smb.edu.rs/index.php/smb/article/view/9>.
23. Selenić, U. (2022). Fotografija i klikbejt naslovi: sredstva onlajn medija u procesu manipulacije čitalaca. *Sport, mediji i biznis*, 8(1), 145–156. UDK: 070.446:316.776.33 316.648. <https://doi.org/10.58984/smb2201145s>.

Predrag Đ. Bajić, University „Union – Nikola Tesla“, The Faculty of Sport, Belgrade

SOCIAL CONTEXT OF FOOTBALL THROUGH HISTORICAL, POLITICAL, ECONOMIC AND MEDIA FRAMEWORK

Abstract: As a very dynamic social phenomenon, sport plays a significant role in everyday life. This applies especially to football, as the most influential sport globally. Authors Dejan Milenković and Vesna Milenković decided to look at this phenomenon from several angles and systematize it through the book "Football and Society". After a historical overview, the authors look at football through its relations with politics, economics and the media, with special reference to the changes that have occurred as a result of the Covid-19 pandemic. Also, the book contains chapters about women's football, as well as about football and violence (sections about hooliganism, terrorism, hate speech and racism). In the end, the authors conclude that football, like society, has repeatedly found itself at a historical turning point and that it is still happening today. However, they emphasize that football always manages to overcome all challenges and increase its popularity and social influence.

Keywords: football, politics, economy, media, violence.