



УНИВЕРЗИТЕТ „УНИОН - НИКОЛА ТЕСЛА”



ФАКУЛТЕТ ЗА СПОРТ
БЕОГРАД

СПОРТ И БИЗНИС

Научни часопис

Број 1.

Београд, април 2014.

Вишња Ђорђић ¹, Душанка Тумин ¹,

¹ Факултет спорта и физичког васпитања, Нови Сад, Србија

Faculty of Sport and Physical Education, Novi Sad, Serbia

ПРОМОЦИЈА И ПРЕЗЕНТАЦИЈА ЖЕНСКОГ СПОРТА У МЕДИЈИМА

Apstrakt: Упркос јединственим и широко признатим користима физичке активности, жене и даље представљају осетљиву групу кад је реч о физичкој активности и спорту. У поређењу са мушкарцима, жене су мање присутне у спорту, на свим нивоима и у свим улогама. Истовремено, њихова заступљеност у медијима је још неповољнија. Инфериорна медијска презентација спортисткиња у односу на спортисте евидентна је како са квантитативног, тако и са квалитативног аспекта. Поред мањег обима медијске покривености, жене спортисткиње су у медијима често маргинализоване, тривијализоване и сведене на сексуалне објекте. Неадекватна презентација женског спорта може утицати на ставове и уверења аудиторијума када је реч о учешћу жена у спорту и друштву уопште.

Кључне речи: спорт, медији, род, жене

MEDIA PRESENTATION OF FEMALE SPORTS

Abstract: In spite of unique and well acknowledged benefits from regular physical activity, women still present a vulnerable group in terms of physical activity and sport engagement. Comparing with males, females are underrepresented in sport of all level and in all sporting roles. At the same time, media presentation of female athletes is even more unfavorable. Inferior media representation of female athletes in relation to male athletes is apparent both by quantitative and qualitative aspect. Beside the less media coverage, female athletes are often marginalized, trivialized and degraded to sexual objects. Inadequate media presentation of female sports may influence on consumers attitudes and beliefs about female participation in sport and society in general.

Keywords: sport, media, gender, females

УВОД

Положај жена у спорту, упркос видљивим помацима, још увек није задовољавајући и значајно је одређен актуелним положајем жена у друштву у целини. Жене у многим срединама представљају маргинализоване друштвене групе и изложене су различитим формама дискриминације, која у новије време задобија мање експлицитне видове, али је и даље веома присутна.

Учешће жена у спорту ограничавају бројни социјални и интраперсонални фактори, као што су економска зависност, дефицит слободног времена, процес родног типизирања, повећана очекивања кад је реч о социјалним улогама жена, религиозна уверења, неповољна перцепција физичког селфа и кретне ефикасности, ставови према физичкој активности и спорту итд. (Накамура, 2002; Хаууд & Гетцхелл, 2005; Браун & Трост, 2003; Ранселл ет ал., 2004).

Персонални фактори утицаја, често су повезани са срединским и понекад их је тешко разлучити, нпр. да ли су жене заиста мање заинтересоване за физичку активност и спорт, или постоје одређене социјалне баријере и утицаји који за последицу имају мање учешће жена у спорту и физичкој активности уопште (Ђорђић, 2006).

Положај жена у спорту мора се посматрати у контексту ширег друштвеног положаја жена. Кад је реч о физичкој активности и спорту жена, идентификовано је неколико глобалних трендова:

- Жене су мање активне од мушкараца у свим узрасним групама (Саллис, 1993; Пате ет ал, 1994; Де Кноп ет ал., 1996; Џорбин, Пангрази & Ле Масуриер, 2004; Ђорђић, 2010; Ђорђић и Матић, 2009);
- Опадање физичке активности са узрастом, посебно у адолесценцији, изразитије је код жена (Ровланд, 1990; Саллис, 1993; Баилеу, Веллард и Дисморе, 2004);
- Жене су склоније мање интензивним активностима и преферирају одређене типове физичке активности (Активе Аустралија, 2001; Симпсон ет ал., 2003)
- Показују мање интересовање за спорт и физичку активност уопште (Баилеу, Веллард и Дисморе, 2004);
- Жене у већем проценту напуштају бављење спортом и физичком активношћу (Баилеу, Веллард и Дисморе, 2004);
- Жене су мање заступљене у спорту на свим нивоима и у свим улогама (Европеан Парлиамент Резолутион он Спорт).

Недовољна заступљеност жена у спорту посебно је изражена када је реч о управљачким структурама, техничком и судијском особљу. Награде у врхунском спорту су мање код жена него код мушкараца. Са девојчицама и женама у спорту чешће раде неадекватно едуковани тренери, а понуда спортова је ограничена. Евидентан је недостатак женских спортских узора и недовољна, често и неадекватна медијска презентација спортисткиња (Ђорђић, 2006).

Има мишљења да савремени спорт представља значајно средство за наглашавање различитости између мушкараца и жена, очување тих разлика и величање супериорности одређеног типа маскулиности (маскулиност хегемонијског типа) над другим врстама маскулиности и фемининости (Кирк, 2003). И данас, када жене освајају нове просторе у бављењу спортом, често не успевају да избегну двоструку замку, наводи Кирк: ако се повинују важећим обрасцима фемининости, мало је вероватно да ће се уопште бавити спортом, а ако се баве, онда су у питању традиционално „женске“ спортске активности. Ако се жене одлуче да играју „мушки“ или да се баве „мушким“ спортовима, доводе у питање своју фемининост, тј. етикетају их као мушкобанасти или лезбејке. Дакле, жене често морају да бирају: или ће бити инфериорне као спортисти у односу на мушкарце (али њихова фемининост остаје очувана) или ће се изједначити са мушкарцима али ће по питању своје фемининости изазивати сумње и критике околине.

Спортисткиње живе у две културе, у спортској култури, која је инхерентно маскулина, и широј социјалној култури, која велича фемининост и то за спортисткиње представља својеврстан изазов (Крање ет ал., 2004). Медијско представљање спортисткиња рефлектује ову подвојеност.

У ери савремених комуникација где се велика количина информација о људским вредностима и обрасцима понашања добија путем екстензивног моделовања у симболичком окружењу масовних медија (Бандура, 2001, стр. 271), медијска презентација женског спорта заслужује пуну истраживачку пажњу.

Женски спорт у медијима

Постојећа истраживања недвосмислено указују на инфериорну медијску презентацију спортисткиња у односу на спортисте, посматрано по квантитативним и квалитативним показатељима. Спортска такмичења мушкараца третирају се као нешто што се не сме пропустити, док се такмичења жена често сматрају „недогађајем“ (Месснер ет ал., 1996). Симболичко поништавање женског спорта у медијима преноси погрешну поруку да је женски спорт инфериоран у односу на мушки спорт и мање вредан пажње (Книгхт & Гиулиано, 2001).

Оно што најпре упада у очи јесте мањи обим (минутажа, број страница и сл.) покривености женског спорта у медијима. Примера ради, 1994. године наамеричкој телевизији 93.8% процента времена припало је мушкарцима спортистима, а први програм британског БиБиСи-ја определио је 90% спортског програма за мушка такмичења. Практично сви спортски чланци у таблоиду Сан (Сун) односили су се на мушка спортска такмичења, а доминација мушког спорта била је изразита и у шведским медијима (види Бернстеин, 2002; Коивула, 1999). Анализа чланака објављиваних у светски познатом часопису „Спортс Иллустратед“ од средине 1950-их до касних 1980-их година, показала је да су чланци посвећени женском спорту имали знатно мање колумне и мање фотографија у поређењу са чланцима о мушком спорту (Лумпкин & Вилиамс, 1991; Салвен & Вуд, 1994).

Мања заступљеност посебно је присутна у екипним спортовима и „маскулиним“ индивидуалним спортовима (Бернстеин, 2002). Иако су евидентни и значајни помаци, примера ради, на олимпијским играма 1996. године укупно трајање преноса женских и мушких спортских такмичења је било изједначено, дубља анализа показује да је чак 61% преноса жена припало „социјално прихватљивим“ спортовима (гимнастика, пливање и скокови у воду) / Бернстеин, 2002/. Десет година касније, на Олимпијади у Пекингу, укупно време преноса женских такмичења било је веома слично времену које су имали мушки спортови током ударних и касних ноћних термина, али је током дана значајно више времена било намењено мушким спортовима (Вомен’с Спортс & Пхусицал Ативиту Фацтс & Статистицс, 2007).

Наравно, поставља се питање да ли је количина извештавања једино битна? „Или, да ли просто добијамо више од истог?“ (Бернстеин, 2002). Повећавање количине заступљености женског спорта у медијима, при чему се спортисткиње приказују на неадекватан начин, можда само погоршава ситуацију јер може да учврсти такво гледање на жене у спорту (Бернстеин, 2002).

О женском спорту се извештава не само мање, него и другачије, у односу на мушкарце. Често се женски спорт третира као „други“ док се мушки спорт третира као стандард (Ангелини, 2008). Чак је и спортски херој инхерентно мушкарац и оваплоћује маскулине карактеристике које се цене, снагу, храброст, моћ, компетитивност (Линес, 2001). Разлике у медијском третману женског спорта, у односу на спорт мушкараца, огледају се у начину како се именују такмичења, како спортски новинари коментаришу спортисте/спортисткиње и какве се продукционе технике користе (Ангелини, 2008).

Уобичајено је да мушка такмичења у називу немају наглашено то да се ради о мушкој конкуренцији (то је стандард), док женска такмичења имају у називу тај елеменат (јер се ради о нечему мимо стандарда). Нпр. у чланку на једном нашем спортском веб порталу наводи се да „се наредних дана одржава 36. Европско првенство у кошарци“, без посебног истицања да се ради о мушкој конкуренцији. Међутим, најава такмичења истог ранга и у истом спорту, по правилу подразумева наглашавање да се ради о женама („У Летонији у недељу почиње Европско првенство у кошарци за жене“).

Коментатори много чешће ословљавају спортисткиње именом, а спортисте презименом; такође, спортисткиње се често ословљавају са девојка (енгл. гирл може значити и девојчица), млада дама и сл., што још више наглашава својеврсни инфантилизам спортисткиња наспрам признавања статуса одрасле особе мушкарцима у спорту (Коивула, 1999). Примера ради, прво име тенисерки коришћено је у 52.7% случајева, према 7.8% случајева код тенисера (Пфистер, 1989). На делу је тзв. хијерархија именовања: ословљавање спортисткиња личним именом представља својеврсну демонстрацију социјалне доминације мушкараца над женама, док ословљавање мушкараца презименом означава поштовање према њима као спортистима и особама (Месснер ет ал., 1993).

Спортисти се чешће описују као снажни, моћни, велики; њихов успех се приписује спортском умећу, храбрости и тимској игри, а евентуални неуспех – вештини противника. Спортисткиње се приказују као привлачне, сексепилне, емоционалне и лабилне; њихов успех у спорту често се приписује срећи, а неуспех слабости саме спортисткиње (Линес, 2001; Ангелини, 2008). Све то доводи спортисткињу у инфериорну позицију, физички и ментално (Ангелини, 2008).

Значајне разлике у продукцији (угао камере, трајање прилога, опрема прилога и сл.) такође фаворизују мушкарце. Преноси женских такмичења чешће се прекидају статистичким графиконима преко целог екрана, ређе се користе углови камера који покривају цео терен, а крупни планови су чешће усмерени на тренера, обично мушкараца (види: Ангелини, 2008).

У квалитативном смислу, стиче се утисак да је постигнуће жена мање важно и мање занимљиво (Коивула, 1999). „Жене су често маргинализоване, учињене невидљивим, тривијализоване, инфантилне и сведене на сексуалне објекте“ (Коивула, стр. 591). Медијска презентација спортиста/спортисткиња утиче на њихову перцепцију од стране аудиторијума, што значи да медији нису само огледало јавног мњења већ и његови креатори. Примера ради, спортисти (без обзира на пол) који су у новинском чланку приказани тако да је њихова физичка привлачност у првом плану, опајају се као мање талентовани, мање агресивни и мање херојски ликови у односу на спортисте чији приказ је фокусиран на њихово спортско постигнуће (Книгхт & Гиулиано, 2002). Осим тога, чланци који спортисту приказују пре свега кроз призму физичке привлачности, мање се допадају читаоцима независно од полне припадности самих читалаца. С обзиром да се жене обично приказују са нагласком на физичкој привлачности, ови налази посебно упозоравају кад је реч о презентацији спортисткиња. Медији могу да нанесу а) штету опажању читалаца, б) читаоци могу да преферирају чланке са нагласком на спортско умеће и ц) није да само рефлектују јавно мњење, они га активно обликују (Книгхт & Гиулиано, 2002)..

Према Бернстејн (Бернстеин, 2002) сексуализација тривијализује спортисткиње и одузима им спортски легитимитет, што доприноси очувању маскулинности хегемонијског типа. Анализа фотографија са олимпијских игара 1984. и 1988. године, које су објављиване у водећим америчким часописима (Лифе, Спортс Иллустратед, Newsweek, Тиме, МС и Мацлеан’с) показала је да су слике најчешће истицале бокове, бутине, задњицу, груди и међуножје спортисткиња. Спортисткиње су обично фотографисане у позама које запањујуће подсећају на позе жена у блажој порнографији (Дунцан, 1990). Многе спортисткиње се својевољно укључују у маркетинг који их представља као сексуалне објекте (фотографије у провокативним купаћим костимима, без одеће и сл.). „Порука је јасна: за жене, успех у спорту није довољан; оно што је важније од свега јесте привлачно тело и еротска/сексуална харизма, ако спортски успех треба да прати финансијски успех.“ (Бискуп & Пфистер, 1999).

Оваквој медијској слици спортисткиња несумњиво доприноси чињеница да у спортском сектору доминирају мушкарци, као новинари, уредници, репортери, сниматељи. Примера ради, на олимпијским играма 2004. године, свега 16.6% акредитованих новинара који су преносили са такмичења биле су жене (Вомен’с Спортс & Пхусицал Ативиту Фацтс & Статистицс, 2007). Када спортски новинари – мушкарци преносе женске кошаркашке утакмице, мање су склони од својих колегиница новинарки да прикажу спортисткиње као атлетски надарене и веште (Хардин & Киан, 2009). Поставља се питање у којој мери актуелна медијска слика спортисткиња доприноси промоцији физичке активности и спорта код жена, јер су спортисткиње у многоме невидљиве, приказане стереотипно и инфериорно у односу на мушкарце спортисте.

ЗАКЉУЧАК

На основу Социјално-когнитивне теорије (Бандура, 2001) и премиса опсервационог учења, може се претпоставити да излагање медијским моделима спортисткиња може утицати на ставове и уверења аудиторијума о учешћу жена у спорту и друштву уопште. Медији не само да рефлектују третман спортисткиња у друштву, већ и креирају јавно мњење. Зато је веома важно испитати обим и природу медијске покривености женског спорта (Кане, 1988). Познате су речи Николаса Џонсона да је сва телевизија образовна телевизија, а да је само питање чему нас учи. Тако се може проблематизовати и медијски третман женског спорта. Какве поруке емитују медији, какав је вредносни контекст, какав је утицај на потрошача? Мада презентација женског спорта у нашој средини тек треба да буде научно третирана, свакодневно искуство медијског конзумента сугерише да је она далеко од идеалне.

ЛИТЕРАТУРА

- Angelini, J. R. (2008). How did the sport make you feel? Looking at the three dimensions of emotion through a gendered lens. *Sex Roles*, 58, 127-135.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Mediapsychology*, 3, 265–299.
- Bailey, R., Wellard, I. & Dismore, H. (2004): *Girls' participation in physical activities and sports: benefits, patterns, influences and ways forward. Technical paper for the WHO*. Canterbury; Centre for Physical Education Research.
- Bernstein, A. (2002). Is it time for a victory lap? Changes in the media coverage of women in sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 37, 415-428.
- Biskup, C. & Pfister, G. (1999). I would like to be like her/him: Are athletes role-models for boys and girls? *European Physical Education Review*, 5(3), 199–218.
- Brown, W. I., & Trost, S. G. (2003). Life transitions and changing physical activity patterns in young women. *American Journal of Preventive Medicine*, 252, 140-143.
- Corbin, C. B., Pangrazi, R. P., & Le Masurier, G. C. (2004). Physical activity for children: Current patterns and guidelines [Electronic version]. *President's Council on physical Fitness and Sports Research Digest*, 5(2), 1-8.
- De Knop, P., Engstrom, L. M., Skirstad, B., & Weiss, M.R. (1996). Worldwide trends in youth sport. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Duncan, M. C. (1990). Sports photographs and sexual difference: Images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic games. *Sociology of Sport Journal*, 7, 22-43.
- Đorđić, V. (2006). Žene i sport. U G. Bala (ed.), *Fizička aktivnost devojčica i dečaka predškolskog uzrasta* (str. 13-31). Novi Sad: Fakultet fizičke kulture.
- Đorđić, V. (2010): Sportska aktivnost učenika osnovne škole. *Menadžment u sportu*, 1(1), 33-37.
- Đorđić, V. i Matić, R. (2008). Uzrast i pol kao faktori uticaja na fizičku aktivnost dece i adolescenata. U: *Antropološki status i fizička aktivnost dece i omladine Vojvodine* (str. 55-77). Novi Sad: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja.
- European Parliament Resolution on Women and Sport*. Retrieved from http://www.iwg-gti.org/e/archives/004-euro_reso.htm#TANumber
- Hardin, M., & Kian, E. (2009). Framing of sport coverage based on the sex of sports writers: Female journalists counter the traditional gendering of media coverage. *International Journal of Sport Communication*, 2(2).
- Haywood, K. M., & Getchell, N. (2005). *Life span motor development*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Kane, M. J. (1988). Media coverage of the female athlete before, during, and after Title IX: Sports Illustrated revisited. *Journal of Sport Management*, 2, 87-99.
- Kirk, D. (2003). Student learning and the social construction of gender in sport and physical education. In S. J. Silverman & C. D. Ennis (Eds.), *Student learning in physical education: Applying research to enhance instruction* (pp. 67-83). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Knight, J. L., & Giuliano, T. A. (2001). He's a Laker; She's a 'Looker':

- The consequences of gender-stereotypical portrayals of male and female athletes by the print media. *Sex Roles*, 45(3-4), 217-229.
- Koivula, N. (1999). Gender stereotyping in televised media sport coverage. *Sex Roles*, 41(7-8), 589-604.
- Krane, V., Choi, P. Y. L., Baird, S. M., Aimar, C. M., Kauer, K. J. (2004). Living the paradox: Female athletes negotiate femininity and muscularity. *Sex Roles*, 50(5-6), 315-329.
- Lines, G. (2001). Villains, fools or heroes? Sports stars as role models for young people. *Leisure Studies*, 2, 285-303.
- Lumpkin, A., & Williams, L. D. (1991). An analysis of Sports Illustrated feature articles, 1954-1987. *Sociology of Sport Journal*, 8, 1-15.
- Messner, M. A., Duncan, M. C., & Jensen, K. (1993). Separating the men from the girls: The gendered language of televised sports. *Gender and Society*, 7, 121-137.
- Nakamura, Y. (2002). Beyond the hijab: Female muslims and physical activity. *Women in Sport and Physical Activity Journal*, 112, 21-48.
- Pate, R.R., Long, B.J. & Heath, G. (1984). Descriptive epidemiology of physical activity in adolescents. *Pediatric Exercise Science*, 6, 434-447.
- Ransdell, L. B., Vener, J. M. & Sell, K. (2004). International perspectives: the influence of gender on lifetime physical activity participation. *The Journal of the Royal Society for the Promotion of Health*, 124, 12-14.
- Rowland, T. W. (1999). Adolescence: A 'risk factor' for physical inactivity. *PCPFS Digest*, 3(6), 1-9.
- Sallis, J. F. (1993). Epidemiology of physical activity and fitness in children and adolescents. *Critical review of food science and nutrition*. 33, 403-408.
- Salwen, M. B., & Wood, N. (1994). Depictions of female athletes on Sports Illustrated covers, 1957-89. *Journal of Sport Behavior*, 17, 98-107.
- Women's Sports & physical activity facts & statistics*. (2007): Retrieved from http://www.womenssportsfoundation.org/binary-data/WSF_ARTICLE/pdf_file/191.pdf