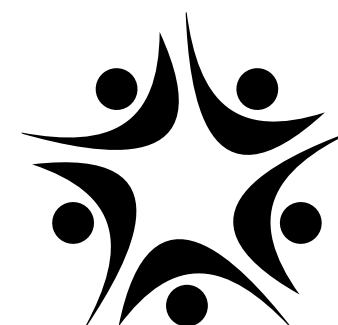


СПОРТ И БИЗНИС

Научни часопис

Број 4.



ФАКУЛТЕТ ЗА СПОРТ
БЕОГРАД

Београд
април, 2018.

дискредитоване. Владало је мишљење да женама није место на универзитетима и говорило се да је учење у супротности са природом жене и да би се од тога могле разболети [5]. Требало је да буду украс друштва и потчињене својим мужевима, а послушност је једина била захтевана.

Председник Медицинског савеза Британије је 1887. године предложио да се у интересу друштвеног напретка и националне ефикасности, женама ускрати право на образовање и друге активности које би изазвале застрањивање и неспособност да се створи здраво потомство [6]. Настали су жестоки протести услед оваквих тврдњи, али став о физички ограниченој жени је остао прихваћен од стране научних и медицинских установа. Последица таквог става се огледала у усмеравању жена у дисциплине спорта које су сматране женственим.

Развој женског образовања допринео је и развијању активнијих форми вежбања и спорта. Све већи број научника је крајем XIX века усвојио став да умерено вежбање поспешује здравље и доприноси способности жене да добро изнесе трудноћу и има здрав пород. Већи део институционализованог спорта одвијао се у школама и на специјалним колеџима за физичко образовање. Државне школе за девојчице биле су моделоване према школама за дечаке па са самим тим девојчице бавећи се спортом развиле и неке моралне и физичке карактеристике које су раније биле резервисане само за дечаке. Девојчице нису биле образоване у истим установама као и дечаци и нису се такмичиле са њима, па улога дечака у спорту никада није била директно угрожена [7].

5. ЗАКЉУЧАК

Спорт у свакодневном животу младих жена из средње класе допринео је бољој социјализацији, допутивши жени да изађе из свог ушуканог света. Спортови попут јахања, бициклизма, крикета и рекреативног тениса, који нису били примарно такмичарског карактера у многоме су помогли еманципацију жена јер нису на директан начин угрозили мушки понос. Иако су очекивања у спорту везана за промену улоге полова у друштву, утицала експлицитно на жене, имале су и дубок утицај на мушкарце. Деловало је да мушкарци могу бити јаки само ако су жене слабе и обрнуто. Иза непријатељске реакције мушкараца на укључивање жена у спорт могла је стајати претња за тачно утврђивање разлика између полова.

Социјализацијом кроз спорт формиран је однос међу половима који је изашао из оквира посла и куће. Упркос свим покретима за еманципацију жена и брзим друштвеним променама које су женама донеле више слободе и свесност позиције у друштву, постојао је отпор мушкараца који су осећали да је њихова улога у друштву угрожена. Овакав став је одложио учешће жена у спорту генерално.

Генерално гледано, сви нови видови физичких активности који су се појавили крајем XVIII и током XIX века, били су углавном за мушкарце. Према идеолошким принципима тог времена жена је требало да испуњава само оне социјалне функције које нису имале везе са спортом. Тек када су лекари почели да саветују жене да се баве физичком активношћу ради остваривања мајчинске улоге, жене су почеле да учествују у неким од њих. Почетком XX века постало је прихватљиво да жене учествују у спортским активностима све док испуњавају стереотипне стандарде који су у друштву очекивани. Одређени услови су испуњени па је женама омогућено да иду даље од установљених норми и да искусе нове активности везане за развој спорта.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Thompson, S. (1999). *Mother’s Taxi. Sport and Women’s Labor*. Albany: State University of New York Press.
[2] Парчина, И. (2014). Улога жена у развоју Олимпијског покрета. Докторска дисертација. Београд: Факултет за менаџмент у спорту.
[3] Hall, A. (1996). *Feminism and Sporting Bodies*. Essays on Theory and Practice. Champaign: Human Kinetics.
[4] Holt, R. (1991). *Sport and the British: A Modern History*. Oxford: Oxford University Press.
[5] Sewell, S. (1868). *Against higher education for women* in Murray, J. (1984) Strong-minded women and other lost voices from nineteenth-century England. Harmondsworth: Penguin.
[6] Fossey, N. (2000). Gender. In R. Cox, G. Jarvie and W. Vamplev (Ed.) *Encyclopedia of British Sport*. Oxford: ABC-Clío
[7] Hargreaves, J. (1994). *Sporting Females*. Critical Issues in the History and Sociology of Women’s Sports. London: Routledge.

Библиографија

• Riordan, J. (1985). *The social emancipation of women through sport*. The british Journal of Sports History, 2(1), May, 53-61.
• Hargreaves, J. (2000). *Heroines of Sport*. The Politics of Difference and Identity. London: Routledge.
• Holt, R. (1991). *Women, men and sport in France, c. 1870 – 1914: An introductory survey*. Journal of Sport History: Vol. 18, N.1 pp. 121 – 134.
• Шиљак, В. (2007, 2011). Историја спорта. Београд: Алфа Универзитет
• <http://www.cagesideseats.com/2012/11/10/3550194/the-martial-chronicles-fighting-like-a-girl> преузето 12.01.2018.

Датум пријема чланка: 20.01.2018.
Датум прихватања чланка: 08.02.2018.

КВАЛИТЕТ ЖИВОТА У СЕНЦИ МЕДИЈА

THE QUALITY OF LIFE IN THE SHADOW OF THE MEDIA

РАДИВОЈЕ ПЕТРОВИЋ

Универзитет „Унион-Никола Тесла“, Факултет за спорт, radioje.petrovic@fzs.edu.rs

Сажетак: *Задатак овог рада је да осветли феномен медијски искривљене слике стварности под утицајем тзв. медијског пропагандног модела глобализма у области квалитета живота.*

Европски и светски извори сведоче у континуитету уназад скоро деценију о катастрофалном положају Србије на лествици успешних земаља када је реч о сиромаштву. Без обзира на то који и какви параметри се разматрају, Србија је на последњем, претпоследњем месту, увек ближе дну у поређењу са земљама ЕУ и њеним потенцијалним чланицама.

Медијска слика таквог стања показује да се медију здушно користе методом подилажења политичким функционерима, за саговорнике чешће бирају представнике власти, док их не занима мишљење директно угрожених грађана. О теми сиромаштва и квалитета живота нема новинарске иницијативе, она је у медијима присутна у само шест одсто случајева. Када је реч о ТВ програмима који су најутицајнији на домаће јавно мњење, тек сваки једанаести прилог има за тему нешто из области квалитета живота.

Иако подаци говоре да број оних који живе испод границе сиромаштва иде и до 700.000, изостанак медијске иницијативе и извештачко покривање само догађаја и псеудодогађаја у вези са тим, знатно демобилише активизам читавог друштва, а уз наглашену пропаганду о животу и добрим успесима успева да наркотизира јавност и створи апсурдну ситуацију – више се верује медијима него сопственом искуству. То се постиже психолошки - доктрином шока, а комуниколошки - методом завођења маса, скретањем пажње преко спорта, хумористичких и других забавних садржаја. Тиме се ствара човек који одбацује потребу за критичким просуђивањем, избором и разликама, па усваја оно што му поједностављено нуде медију.

Кључне речи: *квалитет живота, сиромаштво, медијска слика, завођење, наркотичка дисфункција*

Abstract: *This paper aims to shed light on the phenomenon of the media-distorted image of reality under the influence of the so-called media propaganda model of globalism in the area of quality of life.*

For nearly a decade, European and world sources continuously testify on the catastrophic position of Serbia on the scale of prosperous countries in terms of poverty. Regardless of parameters taken into account, Serbia is always closer to the bottom in comparison to EU countries and its potential members.

The media image of such situation shows that the media is extensively using the method of pandering to political officials, interviewing only the government representatives, without being interested in the opinion of directly endangered citizens. There is hardly any journalist initiative to cover the issue of poverty and quality of life. It is present in media in only six percent of cases. When it comes to TV programs, which are the most influential on domestic public opinion, every eleventh article is related to the field of quality of life.

Although the data shows that the number of those living below the poverty line goes up to 700.000, the absence of media initiative and the coverage of only events and pseudo-events in relation with it, significantly demobilizes the activism of the entire society, and with an accentuated propaganda about life and success, it manages to narcotize the public, creating a somewhat absurd situation where people trust media more than their own experience. The narcotization of the people is achieved through the psychological shock doctrine, and the communication method of mass seduction by drawing attention on sports, humor and other entertaining media content, that creates a person who rejects the need for critical judgment, adopting only what is simplified by the media.

Keywords: *the quality of life, poverty, media image, mass seduction, narcotic dysfunction*

1. УВОД¹

Просечан српски гледалац телевизије, који је до пре неколико година био светски рекордер са својих просечно проведених 302 минута дневно пред ТВ екраном, кад је реч о квалитету живота више верује свом телевизору него – себи. У складу са често цитираним ставом да „морате бити обавештени да бисте знали у каквом свету живите“ слику тог истог света већ одавно креирају медији, а да несрећа буде већа, врло брзо та слика постаје реалност. Медијска слика света, па и нашег сопственог живота, лишена за ову прилику свих свакодневних мука и вештина преживљавања, увукла се у доживљај сопственог идентитета сваког од нас. У складу са тим комотно би се могло рећи: „Реци ми шта читаш, слушаш и гледаш, па ћу ти рећи како живиш и какав ти је квалитет живота“.

Медији су давно напустили здрав журналистички приступ по коме „што је више живота у новинама, то је више новина у животу“, замењујући га већ деценијама агресивно присутним пропагандним медијским моделом глобализма, који су Едвард Херман и Ноам Чомски разобличили као једну од највећих манипулативних технологија савремене индустрије свести. У таквој транзицији од реалног живота у медијима није остало готово ништа, а грађанин појединац постао је покусни потрошачки куних који на питање какав му је квалитет живота мора претходно да одгледа Други дневник Јавног сервиса РТС-а, будући да је то информативна емисија која има највише утицаја на свест грађана, па ће тек онда уследити одговор.

2. РЕАЛНА СЛИКА

Треба ли посебно доказивати колико је домаћа медијска слика квалитета живота већине овдашњих људи у раскораку са оним што у осиромашеној и кризама, ратовима и лошим политичким петезима уздрманој Србији значи – преживљавати. Управо то је права реч за реалан квалитет живота огромне већине становништва данас, иако нам свакодневна саопштења званичника, државних институција и политичких лидера личе на, афористички речено, „утеривање оптимизма у кости“. Већ дуго времена уназад смо сведоци јавних уверавања са највиших званичних места како нам врло брзо следи невиђен опоравак привреде и друштва, историјски велике пензије и плате, рекордно смањење незапослености и тако редом. Новине и програми електронских медија пуни су таквих вести, а обичан свет остаје у чуду и збуњен.

Насупрот том ружичастом приступу припадника владајуће политичке елите налази се сурова реалност у коме је стање ствари са квалитетом живота следеће:

„Србија је заузела последње 80. место на листи најбољих земаља по квалитету живота, коју је објавио амерички портал *US News and World Report*. Рангирање ‘Најбоље земље’ извршено је на основу девет категорија, а у свакој од тих категорија налазило се више атрибута помоћу којих су испитаници оценили сваку од 80 земаља. Истраживањем су испитана 21.372 појединца из 36 земаља, међу којима је око 12.400 припадало –‘информисаној елити’, а око 6.500 пословним руководиоцима. Прво место на листи заузела је Швајцарска, а потом следе Канада, Велика Британија, Немачка и Јапан. Међу првих десет земаља налазе се и Шведска, САД, Аустралија, Француска и Норвешка.

Од земаља региона, најбоље је пласирана Хрватска на 49. месту, док је Словенија на 53. месту, Румунија на 58. и Бугарска на 63. Кина је на 20. месту, а Русија на 27. месту. Србија је на 71. месту у категорији квалитет живота, која обухвата развијено тржиште рада, политичку и економску стабилност, добар здравствени и образовни систем и друго.“² Такав драстичан раскорак између онога што су факти о квалитету живота, на једној, и медијске представе о томе, на другој страни, могућ је захваљујући основним карактеристикама примењиваног пропагандног медијског модела глобализма:

- прво, реч је о системској пристрасности медија, чије информације намењене јавности помажу одржавању некритичког *status quo*-а;
- друго, интерес капитала је постао основни параметар разграничења између онога што би медији требало да буду и онога што стварно јесу; и
- треће, медији су усмеравани недемократским циљевима, а свака критика се већ у повоју искључује из јавности, или максимално маргинализује [1].

Томе на руку иду тзв. филтери кроз које мора да се пропусти свака вест: власништво над медијима, утицај оглашивача, извори информација, организовани прикривени притисци и некада антикомунизам, а данас рат против тероризма, или у најновије доба, поново страх од Русије. На тај начин вести постају пропагандне поруке.

Феномен медијски искривљене слике стварности посебно је занимљив са психолошког и комуниколошког становишта управо на терену квалитета живота, јер је на том терену појединац и учесник и сведок сопственог живота, живи оно што му медији тумаче, али ипак некако његову свест пре окупира тумачење него живот. Да бисмо објаснили тај феномен није на одмет видети шта би све у нашим домаћим условима ушло у инвентар онога што чини квалитет живота, а што се у српским условима најчешће одсликава кроз медијску слику – сиромаштва и социјалног искључења одређених друштвених група.

3. ИСТРАЖИВАЊЕ КВАЛИТЕТА ЖИВОТА

Полазећи од приступа Европске фондације за побољшање услова живота и рада, која је пре нешто више од пет година остварила истраживање „Квалитет живота у Европи у земљама проширења“, обухватајући тадашњих седам држава кандидата за ЕУ, процена квалитета живота могућа је на основу следећих параметара: осећаја субјективног благостања, у шта спадају задовољство животом, срећа и оптимизам, потом здравље и ментално благостање, животни стандард, баланс између пословног и приватног живота, доступност јавних служби, поверење, напетост и социјална искљученост.

Већ и овлаш поглед на ове параметре који пресудно утичу на квалитет живота сваког појединца сугерише нам да се већином њих медији не баве, или када то и чине не третирају их на адекватан начин. Пођимо од онога што је налаз оваквог једног комплексног истраживања:

- Осећај субјективног благостања за грађане Србије је, према овом истраживању, на веома ниском нивоу и у рангу седам испитиваних земаља налази се на претпоследњем месту – иза Албаније, или на скали од 10 на нивоу 6,3. Са тим су најтешње повезани здравље, приходи, незапосленост и узраст.
- Србија има најнижи степен задовољства сопственим здрављем од свих седам анкетираних земаља које нису чланице ЕУ (Хрватска, у то време, БЈРМ, Исланд, Косово, Црна Гора, Србија и Турска).
- Индекс менталног благостања Светске здравствене организације WHO-5 у Србији износи 54 што је најнижи забележени резултат од укупно 34 анкетиране земље, укључујући чланице ЕУ и седам држава које још нису ушле у ову асоцијацију.
- Кад је реч о животном стандарду, Србија је на претпоследњем месту од све 34 анкетиране земље. Индекс беде, мера која даје општи преглед сабирајући стопу незапосленост и стопу инфлације налази се међу највишим у 34 земље, износи 30,3 и једино је био већи на Космету – 52,3 и БЈРМ – 35,9. Око 31 одсто Срба има тешкоће да састави крај с крајем, што је према овом показатељу сврстава у доњу трећину анкетираних земаља. Онима старости 50 – 64 је најтеже да саставе крај с крајем.
- Србија има највећи проценат становништва – 80 одсто, који доживљава сукоб на релацији посао – приватан живот од свих земаља у којима је извршено испитивање. У Србији постоји релативно велики проценат – 49 одсто радно способних жена које нису део радне снаге.
- Најнижу оцену у Србији добиле су социјалне службе које се заснивају на социјалним давањима, попут социјалног становања и државних пензија. Становништво пред пензијом – 50-64 године је

најкритичније, а реч је о истој старосној групи која има тешкоће да састави крај с крајем.

- Оно што изгледа да има већи утицај у Србији јесу изузетно тешки услови живота, који имају негативан утицај на поверење: поверење у Владу у Србији је значајно ниже од просека у ЕУ, а најниже од седам земаља проширења; поверење у националне парламент и локалне власти је такође мало. Степен поверења високо је повезан са перцепцијом корупције у јавним институцијама. „У Европској Унији коефицијент корелације износи 0,86, док индекс перцепције корупције износи за Србију 3,9, при чему је 0 – висок степен, а 10 – нема корупције“ [2].

Занимљив је налаз из овог истраживања, према коме „у земљама са ниским поверењем у владине институције на штампане медије се гледа као на противтежу недостатку транспарентности и из тог разлога је могуће да им се више верује“. Истовремено о степену заострености социјалног конфликта говори и други податак – „68 одсто најрањивије групе тврди да између богатих и сиромашних постоји велика напетост“.

4. ИСКРИВЉЕНА МЕДИЈСКА СЛИКА

Каква је медијска слика овакве социјалне ситуације у Србији показују истраживања и подаци о медијском дискурсу сиромаштва у Србији из тог времена³, при чему је квалитет живота сужен на знатно мањи број параметара, истичући у први план управо оне који на најдрастичнији начин говоре у прилог тврдњама да је српско друштво све сиромашније, а да то не само што не добија адекватан одраз у медијима, већ се на директан или посредан начин претвара у скривање сиромаштва драстичном пропагандом.

Сиромаштво, као средишња тема овог истраживачког пројекта, један је од највећих и највидљивијих проблема сваког друштва у транзицији па тако и нашег. „У Србији је сиромаштво дефинисано као вишедимензионални проблем који, поред недовољних прихода за задовољење животних потреба, подразумева и немогућност запошљавања, неодговарајуће стамбене услове и неадекватан приступ социјалној заштити, здравственим, образовним и комуналним услугама“.⁴

Према наводима руководиоца истраживања, „број

3 Истраживачки пројекат Одсека за медијске студије Филозофског факултета у Новом Саду „Медијски дискурс о сиромаштву и социјалној искључености“ је критичка анализа начина на које локални, регионални и национални медији извештавају о сиромаштву и социјалној искључености у Србији. Обухвата период од 14. до 27. октобра 2010. године. У 47 телевизијских вести, 39 радијских вести и 37 појединачних штампаних издања новина објављено је у посматраном периоду укупно 258 медијских текстова посвећених сиромаштву. Праћени медији су са различитог географског подручја и различите зоне покривања и дистрибуције, разликују се по својој уређивачкој политици и власничкој структури.

4 Видети: <http://www.prsp.gov.rs/staje.jsp>

¹ Рад је излаган на Конференцији „Спорт, здравље, животна средина“, 24.11.2017. у Београду

² Цитирано према агенцији Бета, уторак 7. март 2017.

оних који живе испод линије сиромаштва у Србији је 560.000 и креће се до готово 700.000 грађана. Међутим изразито је велики број оних који су на самој граници али се њихова свакодневица нимало не разликује од оне коју живе они испод линије сиромаштва“ [3].

Општи поглед на медијску слику сиромаштва, које је друго име за квалитет живота доброг дела становништва, огледа се у следећем [3]:

- Новинари када извештавају о сиромаштву за саговорнике чешће бирају представнике власти, док их не занима мишљење директно угрожених грађана, што говори о наставку тренда подилажења потребама државних, покрајинских и локалних званичника, а што није у складу са независношћу медија.
- Приметно је да у посматраном корпусу скоро да не постоји медијска иницијатива већ је тема сиромаштва наметнута, јер се углавном извештава са псеудодогађаја или се прати активност неког од владајућих политичара.
- У текстовима се ретко наводи узрок сиромаштва, а готово никад решење тог проблема.
- Тема сиромаштво се од укупно 249 анализираних текстова у главном фокусу налази у 99, што чини 40 одсто, док се у више од половине (127 текстова) налази као једна од више тема.

Дакле, главни субјекти новинарских прича о сиромаштву су државни органи и институције у 42 одсто случајева, невладине организације у 5 одсто, стручњаци и научне институције у 1 одсто док сами сиромашни и социјално искључени добијају главну улогу у 35 одсто случајева. „Та улога додељује им се углавном у текстовима који припадају редистрибуционистичком дискурсу, тј. у онима у којима синдикати артикулишу своје захтеве према држави“ [4]. При томе, представницима државних установа које се директно или индиректно баве проблемом сиромаштва – социјална заштита, здравство, образовање – даје се тек мали медијски простор и они се појављују у свега 7 одсто случајева.

5. БЕЗ НОВИНАРСКЕ ИНИЦИЈАТИВЕ

У том контексту посебно занимљиви постају налази који се односе на телевизијске прилоге и информације посвећене овом проблему. Посматрано у целини, теми сиромаштва у централним информативним емисијама на седам ТВ канала у Србији, који су били предмет истраживања, у просеку је било посвећено само 9 одсто простора. „Разлог за веома малу заступљеност може се приписати чињеници да су тих дана на дневном реду као приоритети свих медија били други догађаји (немири поводом одржавања прве геј параде Србији и инциденти српских фудбалских навијача у Италији) који су својом драматичношћу привлачили много већу пажњу, али и општој (не) заинтересованости посматраних телевизија да се

баве проблематиком сиромаштва“, закључује аутор овог дела истраживања [5].

На који начин ТВ канали то раде? Најзаступљенији од жанрова су извештаји – 60 одсто, са догађаја, чији поводи су или актуелни – 77 одсто, или је реч о псеудо догађајима – 17 одсто. Медијска иницијатива јавља се у готово занемарљивом проценту и износи свега 6 одсто, што указује да су и тематски прилози, тзв ТВ пакети, били пласирани као реакције на дневне догађаје, а не као медијски инициране анализе, које су покретале нека важна питања и отварале полемике о проблему сиромаштва. „Када се ради о тако озбиљном проблему као што је сиромаштво и социјална искљученост, медији би морали показати виши степен друштвене свести, што се огледа у медијској иницијативи, која подстиче конзументе информација на активизам. Осим грађана медији имају велики утицај на доносиоце политичких и социјалних одлука, а управо се медијском иницијативом може постићи притисак да власти не доносе одлуке које ће утицати на повећање сиромаштва“ [6].

Конкретан резултат таквог приступа је следећи: „слике сиромашних актера сведене су на неколико већ истрошених клишеа: у *vox populi* форми тражи се избалансираност слике за и против, опште сиромаштво се кроз визуелне кодове приказује кроз неугледне кориснике Народних кухиња, пензионери се представљају кроз кадрове у којима немоћно стоје у редовима испред поште, штрајк синдикалаца представљен је кроз најупечатљивије транспаренте (у случају уличних протеста) или натписе на шалтерима који су затворени (штрајк правосудне администрације)“ [5].

Шта би се још могло закључити о третману сиромаштва у српским ТВ програмима?

- Када је реч о истицању сиромашних појединаца или породице уочен је екстремно мали број примера.
- Анализом је утврђено да се у 89 одсто текстова не наводи никакво решење за проблем сиромаштва. Тако се медијска слика утапа у друштвено-политичку климу која је хронично оболела од претпоставке да су узроци сиромаштва свима јасни и да над њима нема потребе ламентирати.
- Најсиромашније становништво се приказује у бројкама, као статистички подаци и као анонимни грађани (*vox populi*). *Human interest* приступ је изражен у занемарљивом проценту, јер извештаји углавном остају на званичним изворима информација.
- Крајњи закључак је да је телевизијска слика сиромаштва стереотипна, банализована и хладна што упућује на то да је отуђена од оних који је декодирају, каже се на крају цитираног истраживања.
-

Овакав приступ говори о „ниском степену свести о потреби да се сиромаштву придају озбиљнији тон и већа пажња. Квалитет текстова, евидентан кроз преузимање садржаја из других извора, недостатак аналитичких текстова из стручног угла и формално визуелно илустровање теме стереотипним призорима, уз одсуство иницијативе ка сузбијању проблема, никако не иду у прилог квалитету рада“, каже се у цитираном истраживању [7].

6. ЗАКЉУЧАК

Шта у теоријском смислу показују ови налази? Телевизија, нарочито у информативним програмима углавном задовољава интересе структура власти и узан круг интереса крупног бизниса, а незнатно гледаоца који има друге циљеве [8]. Владе привлаче медије како би подржали њене акције и политику, корпорацијски оглашивачи захтевају повољан третман за своје индустријске производе, и на крају и власници самих медија користе власништво како би подржали свој све разноврснији бизнис и политичке интересе“ [9].

Дакле, телевизија има бројне чуваре капија (*gatekeepers*) под чијим се утицајем обликују садржаји информација, форсирају неке, а игноришу друге приче, што је у вези са нашом темом случај са медијским маргинализовањем сиромаштва као концентрованог облика драстичног пада квалитета живота. Дефинишући теме које ће у неком времену сматрати друштвено важним, медији утичу на њихово значење у јавности, а посредно и на понашање публике у одабиру тема. Тиме медији у огромној мери утичу на то шта ће људи мислити.

Када се на тако ретуширану слику квалитета живота кроз маргинализацију сиромаштва и социјалне искључености, која је далеко од онога што нам сугеришу званични подаци европских и светских институција и то у континуитету у последњих скоро десет година, онда је право питање: како је то могуће, будући да је реч о животним искуствима, о нечему што појединци и друштво осећају на својој кожи?

Постоје најмање два начина на основу којих се може дати одговор. Први је у сфери психологије у тзв доктрини шока, а други је из области комуникација, тзв метод завођења маса – скретањем пажње. Према првој теорији, “постоји време хибернације, које може да буде изузетно кратко, известен вид шока или парализе, изазваног трауматским или субтрауматским искуством, које разара свет познат субјекту, једнако као и поимање самог себе унутар тог света. Током тог раздобља, извор је неизмерно пријемчивији за сугестије, далеко спремнији да се покори, него што би то био тренутак пре настанка тог шока“ [10]. Треба ли и подсећати шта су све грађани Србије прошли током 90-их само кад је реч о економским санкцијама и рекордној инфлацији, да

би се шокирање наставило и током 21. века огромном незапосленосту и општом нестабилношћу у којој је главна постала борба за преживљавање.

Други начин укључује различите програме, од спорта до хумористичких емисија и других забавних садржаја који ће појачати наркотичку дисфункцију медија, а све са циљем изоловања људи, удаљавања једних од других и очувања позиције пасивних посматрача. «Стадо» и надаље треба да остане збуњено, док ће посебна класа одговорне мањине доносити одлуке. Изоловани појединац у таквим условима посматра са стране како се формира мишљење, јавност или јавно мњење, при чему се и овде потврђује правило да “јавно мњење увек остаје на проблемима који не кореспондирају са стварношћу” [11].

„Пропаганда ствара усамљену гомилу и човека који је погодан за тоталитарни систем, који се врло тешко може одбранити од припадања маси, који одбацује потребу за критичким просуђивањем, за избором и разликама, зато што он тежи јасној извесности. Он је човек асимилиран у униформисану групу и воли тај начин. Уместо хомогенизације на основама заједничког програма (у овом случају у борби против сиромаштва на основама националне стратегије), систематски се ствара хомогенизована усамљена маса по мери туђих интереса“ [12].

Они који поседују или управљају медијима представљају узак елитистички круг, који дели једнака виђења и разумевања, настојећи посебно да буду у близини државне моћи, па пристају на лагање и служење држави у форми апарата за дезинформације. Медији су слуге пропаганде и за њен рачун обликују запажања, бирају догађаје, формулишу интерпретације, а све то у складу са центрима моћи у друштву, што су заправо држава и пословни свет. Руковођен тим критеријумима, Чомски класификује медије у две основне групе: масовне, чија је улога забављање популације и “осигуравање да не дође случајно до смешних идеја о суделовању у јавној политици”, и елитне, усмерене према политичком слоју, који емитују правилне ставове, “као механизам индоктринације у интересу моћи” [13].

Имајући све то у виду, није чудо што је све чешћа појава да се у расправама о кључним проблемима у друштву, какав је и овај са квалитетом живота, сусрећемо са пасионираним конзументима медија, посебно ТВ, и из њиховог излагања добијамо утисак да не разговарамо са конкретним појединцем, већ са – телевизором.

ЛИТЕРАТУРА

[1] Herman E, Chomsky N. (1988). *A Propaganda Model, excerpted from Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, <http://chomsky.info/consent01/>

[2] Eurofound (2012). *Quality of life in Europe: Impacts of the crisis*. Luksemburg: Kancelarija za službene publikacije Evropske unije

[3] Недељковић Валић Д. (2011). Сиромаштво у контексту српске стварности, Пројекат „Медијски дискурс о сиромаштву и социјалној искључености“. Нови Сад: Филозофски факултет

[4] Клеут Ј. (2011). Дискурс сиромаштва у транзиционој Србији. Пројекат „Медијски дискурс о сиромаштву и социјалној искључености“. Нови Сад: Филозофски факултет

[5] Драшковић Б. (2011). Телевизијска слика сиромаштва и социјалне инклузије у Србији. Нови Сад: Филозофски факултет

[6] Баровић В. (2011). Компаративна анализа извештавања на радију и у штампи о сиромаштву и социјалној искључености. Нови Сад: Филозофски факултет

[7] Гајић З. (2011). Дискурс сиромаштва у контексту Светског дана борбе против сиромаштва на сајту Б92 – студија случаја. Нови Сад: Филозофски факултет

[8] Соколов, А. Г. (2003). Драматургија и монтажа (Телевизија, филм, видео). Електронско издање уџбеника намењено студентима Академије уметности у Новом Саду

[9] Летица, З. (2003). *Телевизијско новинарство*. Загреб: Диспут

[10] Клеин Н. (2008). Доктрина шока – Успон капитализма катастрофе. Загреб: В. Б. З.

[11] Елул Ј. (2015). Жудња за моћи. Београд: Породична библиотека анархија

[12] Петровић Р. (2017). Конфликт колонијалне и националне свести у глобализму – медијски аспект, реферат на Међународном научном скупу на Филозофском факултету у Косовској Митровици јуна 2017. „Глобализам против локализма“

[13] Чомски Н. (2002). Медији, пропаганда и систем. Загреб: Друштво за промицање књижевности на новим медијима

ЗНАЧАЈ ДИЈАГНОСТИКЕ У УТВРЂИВАЊУ МОРФО-ФУНКЦИОНАЛНОГ СТАТУСА ВЕЖБАЧА РАДИ ОДАБИРА АДЕКВАТНЕ ВРСТЕ ТРЕНАЖНЕ ТЕХНОЛОГИЈЕ

THE IMPORTANCE OF DIAGNOSTICS IN ESTABLISHING THE MORPHO-FUNTIONAL STATUS OF THE ATHLETES IN ORDER FOR THEM TO CHOOSE THE RIGHT TYPE OF TRAINING TEHNOLOGY

СВЕТЛАНА ПЕТРОНИЈЕВИЋ

Универзитет „Уникон Никола Тесла“, Факултет за спорт, Београд, svetlana.petronijevic@fzs.edu.rs

ДРАГАНА ДРАКСИМОВИЋ

Средњошколски образовни центар „ШКОЛЕСТ“, Београд

БОЈАН УГРИНИЋ

Универзитет „Сингидунум“, Факултет за физичку културу и менаџмент у спорту, Београд

Сажетак: Због великог броја ризик-фактора и контраиндикација, дијагностика и прогностика добијају све већи значај. Дијагностиком и прогностиком утврђују се проблеми, указује се на факторе ризика и усмерава се ка изабраном програму терапије, превенције, рекреације, спортске рекреације или спорта. Већина људи има неки здравствени проблем, а најчешће су то кардиоваскуларни, ендокрини или постурални проблеми.

Циљ овог рада је дијагностика морфо-функционалног статуса код испитане популације, подељене у три групе. Обухваћено је 106 испитаника – прву групу су чинили професионални мачеваоци, другу специфични професионалци и трећу групу рекреативци.

Изабрани тестови морфолошких показатеља, као и показатеља функционалног одговора на телесна оптерећења, омогућавају идентификацију базичне структуре морфо-функционалног простора. Статистичком обрадом података и детаљном анализом резултата добијених у све три популације, дошло се до закључка да изабрани морфолошки показатељи, као и показатељи функционалног одговора на телесна оптерећења, омогућавају идентификацију базичне структуре морфо-функционалног моторичког простора. Испитивање је извршено спровођењем експлоративне факторске анализе, која је продуковала структуру шест латентних генератора варијабилитета.

Значај овог рада је у праћењу актуелне теме савременог човека, стреса и замора. Неопходност третирања овог проблема у пракси указује на доминантну чињеницу о брзини застаревања програма у пракси. Због тога је потребно велико знање о дијагностици и прогностици, као и примена савремених научних достигнућа.

Кључне речи: дијагностика, прогностика, тренажна технологија

Abstract: Because of the high number of risk factors and the contra-indications, diagnostics and prognostics get more and more important. Diagnostics and prognostics are used to identify problems, to point risk factors and to direct us towards the selected program of therapy, prevention, recreation, sports recreation or sports. There is almost no person who does not have a medical problem, either cardiovascular, endocrine, or postural.

The aim of this paper is the diagnosis of morpho-functional status in the population surveyed, divided into three groups. 106 respondents were covered - the first group consisted of professional swordsmen, the second were specific professionals and a third group were recreational players.

The selected tests of morphological indicators, as well as indicators of the functional response to physical loads, enable the identification of the basic structure of the morpho-functional space. By statistical data processing and detailed analysis of the results obtained in all three groups, it has been concluded that the selected morphological indicators, as well as the indicators of functional response to body loads, enable the identification of the basic structure of the morpho-functional motor space. The experiment was carried out by implementing an explorative factor analysis, which produced the structure of six latent variables.

The importance of this work is in monitoring the problems of modern man, stress and fatigue. The necessity of dealing with this problem in practice indicates the dominant fact about the speed of obsolescence of the program in practice. Therefore, a great deal of knowledge about diagnostics and prognosis is required, as well as the application of modern scientific achievements.

Keywords: Seashore test, Rhythm, Music