

**UNIVERZITET U BEOGRADU
FAKULTET SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA**



ZAVRŠNI RAD

TEMA:

**PREDSTAVLJANJE SPORTISTKINJA U MEDIJIMA U
REPUBLICI SRBIJI**

Mentor:

Van.prof. dr Sandra Radenović

Student:

Veljko Redžić, 154/2009

Beograd, 2019.

**UNIVERZITET U BEOGRADU
FAKULTET SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA**



ZAVRŠNI RAD

TEMA:

**PREDSTAVLJANJE SPORTISTKINJA U MEDIJIMA U
REPUBLICI SRBIJI**

Mentor:

Van.prof. dr Sandra Radenović

Student:

Veljko Redžić, 154/2009

Članovi komisije:

Docent dr Miloš Marković

Docent dr Branka Savović

Beograd, 2019

Sadržaj:

UVOD	1
1. ŽENE U MEDIJIMA.....	3
1.1. Prikazivanje žena u medijima	3
1.2. Pravne regulative i strategije – rodno sagledavanje u oblasti medija	4
2. ŽENE I SPORT.....	9
2.1. Pojava prvih sportistkinja.....	10
2.2. Specifičnosti sportistkinja	11
3. ULOGA MEDIJA U SPORTU.....	14
3.1. Definisanje i podela medija.....	14
3.2. Odnos medija i sporta.....	16
3.3. Uticaj medija na popularnost ženskog sporta.....	17
3.4. Uticaj sporta, sportskih ličnosti i sportskih medija na mlade.....	20
3.5. Popularizacija sportskih ličnosti i stvaranje sportskih idola	22
3.6. Uticaj medija na popularnost sporta u Srbiji.....	24
4. PREDSTAVLJANJE SPORTISTKINJA U MEDIJIMA U REPUBLICI SRBIJI	26
4.1. Uspehi najpoznatijih srpskih sportistkinja i njihov uticaj na mlade i popularnost sporta u Srbiji.....	26
4.1.1. Mandić Milica - reprezentativka u tekvondou.....	26
4.1.2. Jelena Janković – teniserka.....	27
4.1.3. Ivana Španović – atletičarka.....	28
4.1.4. Jasna Šekarić – reprezentativka u streljaštvu	29
4.1.5. Nađa Higl – reprezentativka u plivanju.....	29
4.1.6. Sportistkinje ženske košarkaške reprezentacije Srbije	30
4.1.8. Sportistkinje ženske odbojkaške reprezentacije Srbije.....	32
4.1.8. Sportistkinje ženske rukometne reprezentacije Srbije.....	34
4.2. Predstavljanje ženskog sporta i sportistkinja u medijima u Republici Srbiji.....	35
4.3. Zastupljenost ženskih sportova u medijima u Republici Srbiji.....	39
4.3.1. Analiza prisutnosti ženskog sporta na nacionalnim televizijama u Republici Srbiji ..	39
4.3.2. Analiza prisutnosti sportistkinja na sajtovima dnevnih novina u Republici Srbiji.	42
ZAKLJUČAK.....	45
LITERATURA	47

UVOD

Gledano kroz istoriju, sport je uvek zauzimao značajno mesto u svim porama društvenog i kulturnog života, ali se njegova uloga i funkcija menjala i zavisila od opštih društvenih kretanja. U današnje vreme, sport je sastavni deo života savremenog čoveka, značajno okupirajući njegovo, kako slobodno, tako i radno vreme, istovremeno ga uzdižući do najviših nivoa savremene civilizacije.

Sport je veoma kompleksan antropološki fenomen u savremenom svetu. Mnoge ekonomske analize pokazuju da je to druga privredna grana po obrtu novca i profita, odmah iza petrolejske industrije. Sportski rezultati se često uzimaju kao merilo i pokazatelj kulturnog i materijalnog razvoja nacije. Sportski pokreti se ne podržavaju samo u segmentu vrhunskih međunarodnih takmičenja, već i kao osnovni nosioci zdravstvenih i pedagoških nacionalnih programa. Sport, dakle, ima višestruko, multidisciplinarno značenje, moguće ga je tretirati kao: biznis, sredstvo vaspitanja, igru, zabavu, model zdravstvene prevencije, čak i kao oblik medicinske i psiho-socijalne terapije.

Sport se u savremenom svetu odlikuje profesionalizacijom klubova i takmičenja, sve većim rastom prihoda i sve izraženijim trendom korporativnog organizovanja i upravljanja. Bar polovina čovečanstva je na neki način (direktno ili indirektno) uključena u sport. Jezik sporta svi razumeju. Današnji svet je obeležen sportom, odnosno život velikog broja ljudi je obeležen sportom.

U današnje vreme sport je postao sredstvo za zadovoljavanje različitih ljudskih potreba, kao što su sociološke, biološke, psihološke i ekonomske, jer pruža velike mogućnosti za kreativnim i stvaralačkim ispoljavanjem savremenog čoveka, ali i biznisom sa druge strane.

Masovni mediji su karakteristika modernog društva i imaju veliki značaj na popularnost sporta. Njihov razvitak prate različite društvene promene. Razvoj masovnih medija je počeo sa štampom, a danas je nezamislivo govoriti o masovnim medijima bez televizije, odnosno savremenih kompjuterskih i mrežnih sistema. Masovni mediji utiču na razvoj marketinga, porast potrošnje, kao i na javno mnjenje. Oni ne predstavljaju samo izvor informacija, već imaju uticaj i na formiranje životnih i kulturnih stilova i stavova pojedinca, ulazeći u gotovo sve društvene pore. Život čoveka modernog doba je postao gotovo nezamisliv bez prisustva medija. U savremenom dobu postoji stalna potreba za informisanošću. Jedna od značajnih tema kojima se mediji bave, a koja će biti tema u ovom radu je sport. Masovni mediji nisu samo puki prenosilac i emiter informacija o sportu, već podstiču ljude na fizičko vežbanje i konzumaciju sportskih

proizvoda. Time se povećava komercijalizacija sporta, kao dela velike svetske privrede. Masovni mediji doprinose opštoj vidljivosti i privlačnosti sporta, čime povećavaju njegovu popularnost i društveni značaj. Sport je sveopšte prisutan u mnogim medijskim sadržajima.

Zastupljenost sportistkinja u medijima je daleko manja u odnosu na muške sportiste, kako u svetu tako i kod nas. Taj trend je delimično smanjen uspehom naših teniserki prethodnih godina. Nakon uspeha u tekvondou i osvojenog zlata na OI u Londonu 2014. godine, i ovaj sport je postao zastupljeniji u medijima, čime je poraslo interesovanje mladih za bavljenje njime. Tako da mediji i njihovo izveštavanje o uspesima žena u sportu, bitno doprinose popularnosti ženskog sporta, ali i skreću pažnju na eventualne probleme u nedovoljno razvijenim granama sporta.

Predmet ovog rada je predstavljanje sportistkinja u medijima u Republici Srbiji i uticaj medija na prikazivanje reprezentativnosti ličnosti i uspeha sportistkinja.

Cilj rada je da se kroz teorijske pristupe prikažene neophodnost i značaj korektnog predstavljanja sportistkinja u medijima, odnosno značaj povećanja rodne ravnopravnosti u sportu putem medija.

Zadaci rada:

- 1) Obrazložiti način predstavljanja sportistkinja u medijima u Republici Srbiji;
- 2) Obrazložiti značaj korektnog predstavljanja sportistkinja u medijima, i odgovornost medija u prezentovanju ženskih sportista;
- 3) Prikazati uticaj medija na žene u sportu i utisak društva o njima kroz konkretne primere;
- 4) Obrazložiti načine podizanja svesti o značaju rodne ravnopravnosti u sportu putem medija.

U radu je primenjen **metod** teorijske analize.

1. ŽENE U MEDIJIMA

1.1. Prikazivanje žena u medijima

Reklo bi se da mediji igraju centralnu ulogu u našoj svakodnevnicu i da živimo vreme medijskog "zasićenja". Mediji ne samo da su neodvojivi deo savremenog načina života, oni takođe značajno definišu i oblikuju naš svakodnevni život.

Mediji su danas premrežili socijalni prostor u kome konstruišu i rekonstruišu realnost. Za Rajta Milsa (Wright Mills) mediji imaju dve važne sociološke karakteristike: prva, da veoma mali broj ljudi može da komunicira sa velikim brojem ljudi, a druga, publika, naime, nema efektivna način da odgovori.¹ Smatra se da sadržaje medijskih poruka svako od nas može da interpretira na svoj način, s tim što na te interpretacije, ipak u velikoj meri, utiču činioci kao što je društveni kontekst, etnička pripadnost, pol i zanimanje. U tom smislu, analitičarke/i koji se bave, iz različitih perspektiva, dimenzijama roda i medija, misle da se mediji mogu posmatrati kao deo „društvene tehnologije roda“.² Dakle, oni/one smatraju da su mediji "centralna mesta na kojima se dešavaju diskurzivna pregovaranja o rodu"³ i da mediji mogu jačati postojeće društvene norme i stereotipe o ženama.

Mediji i dalje snažno odražavaju, predstavljaju i konstruišu stereotipne rodne uloge i identitete koje definiše tradicionalna ideologija roda. U različitim formama mediji nas svakodnevno "bombarduju" prikazima muškaraca i žena. Poruke koje šalju različite su za žene i za muškarce, i oni kreiraju posebne, prepoznatljive, uglavnom stereotipne slike žena i muškaraca.

Prikaz žene u medijima najčešće je sveden na mlade, atraktivne žene (često sa malo odeće), koje su tu u funkciji "ukrašavanja i razonode", dok su muškarci prikazani kao aktivni, ozbiljni ljudi koji se bave veoma važnim stvarima.⁴

Slika današnjeg društva koje oni prezentuju, pokazuje da su politika ili svaki drugi "ozbiljan" javni rad, oblast, rezervisana za muškarce, dok se žene identifikuju sa ulogama u svetu zabave i privatnoj sferi. Javna oblast života je u medijima prikazana kao, još uvek, muški domen, a žene su više objekti nego subjekti informisanja. Ovakav medijski diskurs, koji pravi i

¹ Dači, Dž., (2012). Televizija, reprezentacija, rod. Treći program. br.11/2012, str. 70.

² Dači, Dž., (2012). *Opš.cit.*, str. 72.

³ Dači, Dž., (2012). *Opš.cit.*, str. 73-74.

⁴ Dači, Dž., (2012). *Opš.cit.*, str. 75.

obeležava razliku između privatnog/ženskost i javnog/muškost, transferiše postojeće trendove, predstave i kulturu u društvu, u odnosu na rodne uloge. To je model koji ukazuje kako, i na koji način, mediji učestvuju u ojačavanju i pospešivanju postojećih društvenih normi, stereotipa i mizoginih praksi, ili kako posredstvom medijskog „konstruisanja i reprezentovanja roda mi zapravo učimo o normativnoj muškosti i ženskosti“.⁵

Koković (2004) tvrdi da mediji, posebno masovne komunikacije, „boje“ naše živote na više nivoa i skoro da izgleda kao truizam kada ih definišemo kao sredstva za formiranje javnog mnjenja, odnosno, sistema društvenih vrednosti. Danas postaje za istraživače medija intrigantna činjenica da mediji nisu samo „sredstvo masovnog informisanja“, već da su sve više „sredstvo masovnog interpretiranja“.⁶

1.2. Pravne regulative i strategije – rodno sagledavanje u oblasti medija

Zakoni kojima se reguliše rad medija u Srbiji (*Zakon o javnom informisanju i medijima*⁷ i *Zakon o radiodifuziji*⁸) nijednom odredbom ne obavezuju medije na neseksističko izveštavanje i balansirano predstavljanje muškaraca i žena u medijima, niti propisuju podjednako učešće žena u uređivačkoj politici. Ipak, pojedine odredbe *Zakona o javnom informisanju i medijima*⁹ i *Zakona o radiodifuziji* (čl. 8.)¹⁰ posredno štite i žene od diskriminacije i govora mržnje u medijima. Tako *Zakon o javnom informisanju i medijima*¹¹ izričito zabranjuje objavljivanje ideja, informacija i mišljenja kojima se podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe lica zbog njihovog pripadanja ili nepripadanja nekoj rasi, veri, naciji, etničkoj grupi, polu ili zbog njihove seksualne opredeljenosti. U čl. 8. *Zakona o radiodifuziji*¹² u okviru odredbi kojima se reguliše nadležnost Republičke radiodifuzne agencije, predviđeno je da je Agencija, pored ostalog, nadležna za obavljanje poslova i preduzimanje mera u oblasti radiodifuzije kako bi se sprečile informacije kojima se podstiče diskriminacija, mržnja ili nasilje protiv lica ili grupe zbog njihovog pripadanja ili nepripadanja određenoj rasi, veri, naciji, etničkoj grupi ili polu. Znači, odredbe oba zakona predviđaju zabranu diskriminacije i govora mržnje, ali se nigde

⁵ Dači, Dž., (2012). *Opš.cit.*, str. 77.

⁶ Koković, D. (2004). Sport i mediji, Fakultet za uslužni biznis, Novi Sad, str. 52.

⁷ Zakon o javnom informisanju i medijima, Sl. glasnik RS, 12/2016.

⁸ Zakon o radiodifuziji, Sl. glasnik RS", br. 86/2006.

⁹ Zakon o javnom informisanju i medijima, Sl. glasnik RS, 12/2016., član 38.

¹⁰ Zakon o radiodifuziji, Sl. glasnik RS", br. 86/2006., član 8.

¹¹ Zakon o javnom informisanju i medijima, Sl. glasnik RS, 12/2016., član 38.

¹² Zakon o radiodifuziji, Sl. glasnik RS", br. 86/2006., član 8.

izričito ne pominje obaveza medija da prilikom izveštavanja upotrebljavaju rodno senzibilan jezik, da afirmišu rodnu ravnopravnost, žensko stvaralaštvo i doprinos žena u svim oblastima društva.

Treba pomenuti i *Zakon o oglašavanju*¹³, u kome se u čl. 7. predviđa načelo zabrane diskriminacije prema kome oglašavanje ne može neposredno ili posredno da podstiče diskriminaciju po bilo kom osnovu, a naročito po osnovu rase, boje kože, pola, nacionalne pripadnosti, društvenog porekla, rađanja, veroispovesti, političkog ili drugog ubeđenja, imovnog stanja, kulture, jezika, starosti, psihičkog ili fizičkog invaliditeta.

U *Nacionalnoj strategiji za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti*¹⁴ utvrđeno (u daljem tekstu *Nacionalna strategija*) je nekoliko ciljeva koji se odnose na način informisanja preko medija. U segmentu „Podizanje nivoa svesti o nasilju nad ženama kao društvenom problemu i suzbijanje neodgovarajućeg prikazivanja žena žrtvi nasilja u sredstvima javnih glasila“, konstatovano je da se nasilje nad ženama i u porodici nalazi na marginama javnosti i ne tretira se kao opštedruštveni problem, te zbog toga treba dosledno raditi na promeni javne svesti o svim vidovima nasilja. Načini za ostvarenje ovih ciljeva su: vođenje javnih kampanja, uključivanje saznanja o štetnosti nasilja u obrazovne programe, usmeravanje aktivnosti na podizanje javne svesti kako ka donosiocima odluka, tako i ka sredstvima javnog informisanja koja učestvuju u oblikovanju javnog mnjenja, a posebno na mlade kako bi se formirali u duhu tolerancije i nenasilne komunikacije. Takođe, neophodno je da se utvrdi obaveza sredstava javnog informisanja, posebno onih koji imaju nacionalnu frekvenciju, da učestvuju u kampanjama za podizanje nivoa svesti o nasilju nad ženama obuhvataju:¹⁵

1) aktivnosti koje se odnose na informisanje i senzibilisanje javnosti o uzrocima i posledicama nasilja nad ženama (organizovanje javnih tribina i predavanja, edukovanje novinara i urednika sredstava javnog informisanja, podsticanje istraživačkog novinarstva o problemima nasilja nad ženama i nasilja u porodici, preispitivanje odgovornosti države za postupanje službi i profesionalaca i dr.);

2) uvođenje znanja o problemu nasilja nad ženama u obrazovne programe na svim nivoima (od početka obaveznog školovanja pa do obrazovnih programa na univerzitetu, uvesti obaveznu edukaciju o nedopustivosti nasilja, kurseve za nenasilnu komunikaciju, kao i informacije o osobama i institucijama koje pružaju pomoć u slučajevima nasilja);

¹³ Zakon o oglašavanju, Sl. glasnik RS", br. 6/2016., član.7.

¹⁴ Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, "Sl. glasnik RS", br. 15/2009.

¹⁵ Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, "Sl. glasnik RS", br. 15/2009.

3) upoznavanje javnosti o nasilju nad pripadnicama višestruko diskriminiranih grupa (upoznati javnost sa specifičnim položajem žena pripadnica višestruko diskriminiranih grupa, koje su dodatno izložene nasilju i obezbediti posebne programe osnaživanja za njih; raditi na suzbijanju prakse maloletničkih i ugovorenih brakova u romskoj zajednici);

4) suzbijanje senzacionalističkog izveštavanja sredstava javnog informisanja o nasilju nad ženama, promovisanja nasilja prema ženama, negativnog prikazivanja žena, promovisanja pornografije i reklamiranja prostitucije.

Posebno je značajno što se u *Nacionalnoj strategiji* potencira aktivna uloga sredstava javnog informisanja da promovišu nestereotipno prikazivanje žena i muškaraca i da usvoje antidiskriminacionu uređivačku politiku.

U *Nacionalnoj strategiji* se posebno ukazuje na to da su u velikom broju komercijalnih javnih glasila, koji se vode senzacionalizmom, žene uglavnom prikazane kao „objekti želje“ ili „objekti za gledanje“. ¹⁶ Violentni, ponižavajući ili pornografski proizvodi određenih javnih glasila imaju veoma negativan uticaj na žene i njihov status u društvu. Prikazi kojima se ojačavaju tradicionalne ženske uloge takođe limitiraju ženske uloge. Takozvani „ženski mediji“ bave se ili problemima fizičkog izgleda žena, ili stereotipnim sadržajima „za domaćice“. Neke kategorije žena izostavljene su iz sredstava javnog informisanja (na primer: starije žene, pripadnice manjinskih, nacionalnih i verskih grupa, žene drugačije seksualne orijentacije, žene sa invaliditetom, seoske žene). Takođe, konstatuje se da su žene najčešće ili odsutne ili prikazane na stereotipan način u javnosti. Osim što se pojavljuju u ograničenom broju uloga, često nisu uopšte deo informativnog sadržaja, a kada su prisutne, onda se čine „jezički nevidljivim“, tako što se upotrebljava muški rod za zanimanja i funkcije koje obavljaju. Žene su bitno manje predstavljene u vestima, ređe su intervjuisane i pitane za mišljenje nego muškarci. Javna glasila u Republici Srbiji veoma retko ukazuju na veliki i značajan doprinos žena društvenom i ekonomskom razvoju. Zbog toga se kao veoma značajan cilj postavlja -- *uklanjanje rodnih stereotipa u sredstvima javnog informisanja, promocija rodne ravnopravnosti, jednakih mogućnosti i partnerskih odnosa između muškaraca i žena, kako u sferi politike, tako i u vezi privatnih stavova i ponašanja*. ¹⁷

U *Nacionalnoj strategiji* takođe je, kao jedan od ciljeva, istaknuto da je neophodno da se u javnim glasilima žene i njihove aktivnosti i potrebe prikazuju na ozbiljan i adekvatan način, kao i da se ohrabre pozitivne tendencije kod onih sredstava javnog informisanja koji se razvijaju

¹⁶ Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, "Sl. glasnik RS", br. 15/2009., str.23.

¹⁷ Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, "Sl. glasnik RS", br. 15/2009.

u pravcu rodne senzitivnosti, kao i isticanje pozitivnih promena u zakonodavstvu i prihvatanje etičkih kodeksa u svim novinarskim udruženjima.¹⁸

Afirmacija rodnosenzitivnog delovanja u javnim glasilima određena je kao način da se pristupi promenama javne svesti i da se javno zastupa ravnopravnost polova kao factor bitan za demokratske odnose u društvu i za korišćenje ženskih potencijala u razvojnoj politici. Neophodne aktivnosti da bi se ovaj cilj realizovao su: promovisanje kodeksa rodno osetljivog izveštavanja u javnim glasilima (objektivno pisanje i izveštavanje o ženama i muškarcima bez predrasuda i stereotipa); promovisanje ne seksističke i rodnosenzitivne upotrebe jezika u javnim glasilima (kada god za to postoji mogućnost upotrebljavati ženski rod u vezi sa zvanjima i zanimanjima koje obavljaju žene; izbegavati izraze i termine koji su posledica stereotipa i predrasuda o polovima; eliminisati uvredljive izraze prema ženama, a posebno prema višestruko diskriminisanim grupama).¹⁹

Jedan od ciljeva u *Nacionalnoj strategiji* odnosi se na uklanjanje rodno zasnovanih stereotipa i eliminaciju mizoginije u javnim glasilima, posebno u slučaju višestruko diskriminisanih grupa. Konstatuje se da komercijalizacija javnih glasila i potrošačko društvo nameću neodgovarajuću sliku žene, robujući stereotipima prema rodnim ulogama u sadržajima, u reklamama i oglašavanju sredstava javnog informisanja. Ovaj tretman povremeno prerasta u mizoginiju, što se štetno odražava na položaj žena, razumevanje ženskih potencijala i ženskih potreba, kao i ispoljavanje stereotipnih shvatanja prema višestruko diskriminisanim grupama.²⁰

*Nacionalna strategija za sprečavanje i suzbijanje nasilja nad ženama u porodici i u partnerskim odnosima*²¹ (u daljem tekstu *Strategija*), u okviru razrade strategije predviđa kao poseban cilj stvaranje društva koje javno osuđuje nasilje kao zločin, promocijom nenasilnog ponašanja, rodne ravnopravnosti i borbom protiv diskriminacije.²² Jedna od aktivnosti neophodnih za ostvarenje ovog cilja je obezbeđivanje aktivne uloge sredstava javnog informisanja. Realizacija bi se odvijala kroz organizovanje obuke novinara i urednika na temu rodne ravnopravnosti i nasilja nad ženama; unapređivanje normativnog okvira za odgovorno izveštavanje o nasilju nad ženama u porodici i partnerskim odnosima; podsticanje sredstva javnog informisanja da realizuju tematske emisije, priloge i stalne medijske aktivnosti radi

¹⁸ Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, "Sl. glasnik RS", br. 15/2009. str.15.

¹⁹ Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, "Sl. glasnik RS", br. 15/2009. str.18-19.

²⁰ Nacionalna strategija za poboljšanje položaja žena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, "Sl. glasnik RS", br. 15/2009.

²¹ Nacionalna strategija za sprečavanje i suzbijanje nasilja nad ženama u porodici i u partnerskim odnosima, Sl. glasnik RS, br. 027/2011.str.30.

²² Nacionalna strategija za sprečavanje i suzbijanje nasilja nad ženama u porodici i u partnerskim odnosima, Sl. glasnik RS, br. 027/2011.str.32.

prevencije nasilja, te da aktivno podrže akcije i kampanje za podizanje nivoa svesti javnosti o rasprostranjenosti, uzrocima i posledicama nasilja nad ženama u porodici i u partnerskim odnosima; razmatranje mogućnosti za javni servis da izveštava nadležne organe o načinu promovisanja rodne ravnopravnosti; uvođenje specijalizovanih programa obuke za novinare/ke, urednike/ce, zaposlene u sredstvima javnog informisanja; podsticanje redovnog godišnjeg nagrađivanja novinara/ki i sredstva javnog informisanja za poseban doprinos u oblasti podizanja svesti javnosti o neprihvatljivosti rodno zasnovanog nasilja.²³

Treba svakako pomenuti i *Kodeks novinara Srbije*, koji, pored ostalog, sadrži uputstva o postupanju novinara prilikom izveštavanja o izvršiocima i žrtvama kriminaliteta. U njemu je istaknuto da je novinarska profesija nespojiva sa širenjem bilo koje vrste polnih, rodnih, etničkih, rasnih, socijalnih ili verskih stereotipa. Predrasude koje novinari privatno imaju, nesmeju da budu emitovane/objavljene niukakvom kontekstu, ni otvoreno, ni prikriveno. Kodeks novinara takođe predviđa da novinar mora biti svestan opasnosti od diskriminacije koju šire mediji, da se mora suprotstaviti svima koji krše ljudska prava, podstiču diskriminaciju (zasnovanu na rasi, polu, starosti, seksualnom opredeljenju, jeziku, veri, političkom i drugom mišljenju, nacionalnom ili društvenom poreklu), govor mržnje i nasilje.²⁴

Treba pomenuti i *Strategiju razvoja sporta u Republici Srbiji za period od 2014- 2018. godine*²⁵ u kojoj se naglašava jedan od ciljeva, a to je da se prepoznaju najtalentovaniji sportisti Republike Srbije, da se povežu nauka i praksa radi postizanja vrhunskih sportskih rezultata i da se talentima i već rangiranim vrhunskim sportistima omogući nesmetan razvoj i napredak u svim uzrasnim kategorijama i, posledično, obezbede uslovi za bolje pozicioniranja Republike Srbije na međunarodnoj sportskoj sceni. U pomenutoj *Strategiji* se ističe da će bavljenje sportom biti na najvišem nivou podržano i podstaknuto na odgovarajuće načine, a sve u saradnji sa relevantnim sportskim organizacijama. Naglašava se da podrška treba da pokriva područja kao što su: prepoznavanje talenta i savetovanje; pružanje odgovarajućih uslova; razvoj brige i podrške kroz sportsku medicinu i sportsku nauku; ohrabrivanje treniranja uz primenu naučnih metoda; edukacija za trenere i druge lidere funkcije; pomoć klubovima u obezbeđivanju postojanja odgovarajućih struktura i takmičarskih ekipa. I ono najvažnije, u *Strategiji* se navodi da, metodi pružanja odgovarajuće neposredne ili posredne podrške sportistima i sportistkinjama koji pokazuju izuzetne sportske kvalitete treba da bude razvijeno u saradnji sa sportskim

²³Nacionalna strategija za sprečavanje i suzbijanje nasilja nad ženama u porodici i u partnerskim odnosima, Sl. glasnik RS, br. 027/2011. str.33.

²⁴Pantović, S. (2015). *Kodeks sportskih novinara Srbije*, dostupno na linku: <http://sportnovinar.blogspot.rs/2015/07/kodeks-sportskih-novinara-srbije.html>

²⁵

organizacijama, kako bi se sportistima omogućio pun razvoj njihovih sportskih i ljudskih kapaciteta, uz poštovanje njihove ličnosti i fizičkog i moralnog integriteta. Organizacija i upravljanje profesionalnim sportom treba da bude promovisano preko odgovarajućih nadležnih tela. Lica koja se sportom bave profesionalno treba da imaju odgovarajući društveni status i zaštitu, kao i etičku odbranu od svih oblika iskorišćavanja.²⁶

²⁶ *Strategija razvoja sporta u Republici Srbiji za period od 2014- 2018. godine*, <https://www.mos.gov.rs/public/documents/upload/sport/inspekcija/%20%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D1%98%D0%B0%20%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D0%B0%20%D1%83%20%D0%A0%D0%B5%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%B8%20%D0%A1%D1%80%D0%B1%D0%B8%D1%98%D0%B8%20%D0%B7%D0%B0%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BE%D0%B4%20%D0%BE%D0%B4%202014.%20%D0%B4%D0%BE%202018.%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B5.pdf> , str.19-20.

2. ŽENE I SPORT

Redovna fizička aktivnost važna je za zdravlje oba pola. Međutim, fiziološke, anatomske, psihološke i socijalno-kulturološke specifičnosti ženskog pola zahtevaju posebne obzire u svim sferama njihovog bavljenja sportom. Pubertet donosi razlike među polovima koje su posledica različitog funkcionisanja polne endokrine osovine. Uprkos identičnim mehanizmima adaptacije na fizičku aktivnost polno zrele žene i muškarci imaju nasleđene anatomske i fiziološke različitosti u telesnoj kompoziciji, aerobnom kapacitetu i mišićnoj snazi. Naročito se odnosi na mnogo složeniji ženski reproduktivni sistem. Ženski reproduktivni sistem predstavlja funkcionalni deo ljudskog tela najosetljiviji na stres izazvan teškim fizičkim naporom.²⁷

2.1. Pojava prvih sportistkinja

Redovna fizička aktivnost je veoma važna za zdravlje, kako muškaraca tako i žena. Fiziološke, anatomske, psihološke i socijalno-kulturološke specifičnosti ženskog pola zahtevaju posebne obzire u svim sferama njihovog bavljenja sportom. Ženama su danas dostupna sva sportska borilišta, ali nije oduvek bilo tako.

Prve Olimpijske igre (776. god. pne.) bile su privilegija i zadovoljstvo dato samo muškarcima. Žene su satisfakciju potražile na Igrama u čast boginje Here, zaštitnice žena toga doba. I prve moderne Olimpijske igre, održane 1896.godine, imale su sličan trend za žene, znači, bez mogućnosti da one na njima učestvuju.²⁸

Početak XX veka donosi progres u tom pogledu, a žene se polako uključuju u sve veći broj sportskih aktivnosti. Tako, polako ali sigurno, postaju deo sportskog života. Na drugim Olimpijskim igrama učestvovalo je 12 žena, takmičeći se u tenisu i golfu, takozvanim sportovima više klase. Porast učešća žena u sportu buknuo je u drugoj polovini XX veka, a 23.jula 1972. godine osvanuo je još jedan 8. mart, ovog puta u sportu. Američki predsednik Nikson potpisao je čuveni Title IX (*Education Amendment Act*) koji kaže da “ni jedna osoba u

²⁷ Juhas, I. (2016). Žena i sport, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd, str. 22-36.

²⁸ Đulijanoti R. (2008). Sport- Kritička sociologija, Klio, str. 54.

SAD-u ne može, na bazi pola, biti isključena iz učešća, uskraćena od olakšica ili biti predmet diskriminacije za bilo koji edukativni program ili aktivnost finansiranu iz državnih sredstava”.²⁹

Od trenutka potpisivanja Titla IX do 80-tih godina prošlog veka broj stipendovanih, pa tako i žena aktivno uključenih u sport porastao je 700%, a tokom 90-tih za još 50%. Početkom novog milenijuma, 1 od 3 srednjoškolke u SAD-u aktivno je učestvovala u sportu za razliku od 1 od 27 u 1972. godini. U Londonu 2012. godine postignut je još jedan rekord, rekordan broj učesnica, njih 46% od preko 10,000 učesnika, dok je 1908. godine taj odnos bio 53:1 u korist muškaraca.³⁰

Bavljenje sportom daje ženama mnoge prednosti. Potvrđeno je, da devojčice aktivne u sportu imaju bolji uspeh u školi, ređe se suočavaju sa neželjenom trudnoćom u tinejdžerskom dobu, poseduju veće samopoštovanje i samopouzdanje, lakše se i češće upisuju na koledže i fakultete i mnogo ređe imaju problema sa zloupotrebama opojnih droga i bolestima zavisnosti. Vežbe sa težinskim opterećenjem imaju neprocenjivu korist za razvoj i održavanje koštane mase kod žena u svim životnim dobima.³¹

Međutim, priroda nije potpisala deklaraciju o ravnopravnosti polova u sportu. Što se fizičke aktivnosti tiče narod je još davno rekao da su žene „slabiji pol“. Paralelno sa trendom da se svi sportovi mogu upražnjavati, zarad ravnopravnosti polova, kod žena dolazi do razvoja mnogih karakteristika koje su evolucijski karakterisale muški pol. Biologija je kroz evoluciju već napravila razlike u polovima u odnosu, pre svega na svoje reproduktivne uloge, pa „mešanje u njene poslove“ za odgovor ima posledice koje su nesagledive i čija je cena u pojedinačnom slučaju izuzetno skupa. Ta cena može biti plaćena kao poremećaj ishrane, narušen menstrualni ciklus, infertilitet, stres frakture, rupture prednjeg ukrštenog ligamenta ili čak smrt.³²

2.2. Specifičnosti sportistkinja

Danas je većina sportova podjednako dostupna za oba pola, tako su i sportski rezultati često iznenađujući. Razlike u vrednostima svetskih rekorda u muškim i ženskim disciplinama nisu više tako drastične i kreću se unutar raspona do 15%. Prepubertalni dečaci i devojčice imaju uporedive fizičke sposobnosti, uopšteno, mogu da igraju u istim timovima i da se takmiče jedni protiv drugih do 10-te godine starosti. Pubertet uzrokuje značajne razlike među polovima koje su

²⁹Đulijanoti R. (2008).Opš.cit., str. 57.

³⁰Đulijanoti R. (2008).Opš.cit, str. 60.

³¹ Kostić, P. (1953).Žena i sport, Kolarčev narodni univerzitet, Beograd, str. 25.

³²Đulijanoti R. (2008). Opš.cit, str. 64.

posledica različitog funkcionisanja polne endokrine osovine, odnosno prisustva testosterona sa jedne, te estrogena i progesterona sa druge strane. Naročito se to odnosi na mnogo složeniji ženski reproduktivni sistem.³³

Uprkos identičnim mehanizmima adaptacije na fizičku aktivnost polno zrele žene i muškarci imaju nasleđene anatomske i fiziološke različitosti koje se ogledaju u telesnoj kompoziciji, aerobnom kapacitetu i mišićnoj snazi. Telesnu kompoziciju žena karakteriše manja ukupna masa, manji procenat mišićnog tkiva, a veći masnog. Manja mišićna masa odnosi se uglavnom na manji prečnik pojedinačnog mišićnog vlakna. To je logično uzevši u obzir anabolički efekat testosterona i blagu predominaciju mišićnih vlakna Tip I koja su sama po sebi manjeg prečnika. Tako žene imaju manju sposobnost da generišu apsolutnu silu, posebno u gornjim ekstremitetima koja je čak za 50% manja u odnosu na muškarce. Ali kada se snaga izrazi po relativnoj mišićnoj masi, masi tela ili poprečnom preseku mišića razlike se znatno smanjuju. Žene imaju i prosečno za 5-15% manji aerobni kapacitet. Ove razlike ne potiču od razlika u mišićnim vlaknima nego u sposobnosti da se kiseonik dopremi do njih. Žene imaju manji udarni volumen pa tako i minutni volumen. Manji volumen krvi, hematokrit i hemoglobin doprinose manjem aerobnom kapacitetu. I ova razlika se pripisuje testosteronu koji pored anaboličkog ima ulogu i stimulacije hormona eritropoetina.³⁴

Veći procenat telesne masti žene duguju hormonu estrogenu. On stimuliše odlaganje masti u potkožno tkivo, tkivo dojke i posebno u glutealni predeo i butine. Visoka aktivnost lipoproteinske lipaze tokom puberteta uzrokuje deponovanje masti u ovim područjima i njeno teško gubljenje. Zajedno sa širenjem karlice ovo daje posebno obeležje ženske figure. Često je ovakav izgled izvor nezadovoljstva žene pri čemu se grubo zanemaruje njena stvarna uloga. Tokom zadnjeg trimestra trudnoće i cele laktacije aktivnost lipoproteinske lipaze se smanjuje i započinje razgradnju, što navodi na zaključak da je mast ovde uskladištena isključivo kao energetska podrška trudnoći, dojenju pa tako i produžetku vrste.³⁵

Najupečatljivija anatomska razlika se odnosi na dimenzije karlice, koja je većom širinom podređena procesu rađanja. Posledično je izmenjena u anatomske pozicije i načinu kretanja donjih ekstremiteta. Takozvani Sindrom Lošeg Poravnanja (*miserable malalignment syndrom*) predstavlja skup anatomske varijacije donjih ekstremiteta žene koji verovatno daju predispoziciju za nestabilnost, bol u kolenu i konačno učestalije povređivanje prednjeg ukrštenog ligamenta. Njena u ekstremnim slučajevima čine femoralna anteverzija, na koju se

³³ Juhas, I. (2016). Žena i sport, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd, str. 41.

³⁴ Juhas, I. (2016). Opš.cit., str. 43.

³⁵ Juhas, I. (2016). Opš.cit., str. 44.

nadovezuje ugao kvadricepsa (q-ugao) veći od 15 stepeni, spoljašnja tibijalna torzija, povećana pronacija stopala, zaravnjeno stopalo (*pes planus*) i hipoplastičan musculus vastus medijalis obliquus. Ovaj sindrom, uz razlike u neuromuskularnom refleksnom odgovoru, hormonskom statusu i naravno razlikama u treningu uzrokuje i do 7 puta veću učestalost povreda prednjeg ukrštenog ligamenta i veću učestalost patelofemoralnog sindroma kod sportistkinja u odnosu na sportiste.³⁶

³⁶Kostić, P. (1953).Žena i sport, Kolarčev narodni univerzitet, Beograd, str. 26.

3. ULOGA MEDIJA U SPORTU

3.1. Definisanje i podela medija

Reč medij latinskog je porekla (*lat. medius* – srednji, u sredini). Medij najčešće određujemo kao sredstvo komuniciranja ili prenošenja vesti, međutim, da bismo na konkretan i precizan način definisali medij, ali i njegove uloge i funkcije, moramo imati u vidu da postoji mnogo tumačenja svrhe, ali i funkcije medija i novinarstva.³⁷

Mediji su vrlo važni jer su duboko ukorenjeni u sve društvene aspekte. Uporedo sa razvojem tehničke, ali i tehnološke baze medija, razvijale su se i mogućnosti za napredak u smislu komunikacija i komunikacijskih veština preko medijskih kanala. Rezultat razvoja medija u prošlom veku oseća se u savremenom društvu, a mediji su svoje delovanje proširili, ali i usmerili na sve društvene strukture.

Medij je posrednik prenosa poruke od pošiljaoca poruke do primaoca. Sam naziv ima nekoliko značenja, a zapravo se različito tumači s obzirom na naučno područje ili područje društvenog delovanja. U komunikacijskim naukama medij je tehničko ili fizičko sredstvo konverzije poruka koje se može slati preko kanala. Takođe se definiše i kao savremeno sredstvo za prenošenje informacija.

Snažan razvoj medija dogodio se krajem XX i početkom XXI veka. Osim razvoja elektronskih medija, za razvoj medija su zaslužne društvene nauke, kao i konkretne društvene okolnosti. Uporedo sa razvojem tehničke i tehnološke baze novinarstva, razvijale su se mogućnosti i poboljšavali uslovi rada u novinarstvu. Razvoj novinarstva otvorio je mogućnosti delovanja i povećao učinke masovnih komunikacija na sve veće društvene strukture. U većini stručne literature stoji da su glavni zadaci novinarstva i medija informisati, edukovati i zabaviti. Novinarstvo je puno više od toga.³⁸

Svaki medij, po svojoj prirodi, predodređen je za neke funkcije. Tako novine informišu, televizija informiše i zabavlja, radio uglavnom zabavlja, potom informiše i slično. Mediji danas imaju ulogu da budu pouzdana društvena aktivnost, koja je neraskidivi deo modernog i savremenog života.

Najvažniji klasični medij predstavljaju novine. Novine na malom i lako umnoživom formatu pružaju obilje različitih informacija. Vode poreklo od pamfleta i letaka štampanih u

³⁷ Koković, D. (2004). Sport i mediji, Fakultet za uslužni biznis, Novi Sad, str. 52.

³⁸ Koković, D. (2004). Opš.cit., str. 54.

XVIII veku. Tek krajem XIX veka novine su postale "dnevna štampa" i privukle su ogroman broj čitalaca. Informacije koje se primaju putem štampe predstavljaju ujedno i najstariji oblik obaveštavanja o sportskim događajima. Međutim, razvojem elektronskih medija, broj čitalaca štampanih medija je u stalnom opadanju. To nije iznenađujuće obzirom da je veliki broj informacija pa i novina dostupan na internetu potpuno besplatan.³⁹

Uprkos kasnijoj pojavi radija i televizije, štampa je sačuvala određeni značaj i uticaj. Potencijalni krug primalaca ove vrste poruke je veoma širok, a posebno kada su u pitanju sportski događaji. Veliki broj listova i časopisa sadrži "sportske rubrike". Pored toga, postoje i specijalizovani sportski ilustrovani časopisi. Na osnovu toga, može se zaključiti da je i danas štampa ozbiljan konkurent radiju i televiziji. Mana je što poruka stiže do primalaca nakon događaja o kojima govori. Čitalac prima posebnu informaciju, mada postoji mogućnost da je i ranije mogao da primi neposrednu informaciju putem nekog drugog medija, kao što su internet portali. Mediji se usmeravaju prema potrebama tržišta, a ono funkcioniše kao instrument regulisanja tržišnih zakonitosti. Iz tih razloga sportske štampe je sve više.⁴⁰

Radio je jedan od najrasprostranjenijih masovnih medija u svetu koga slušaju milioni ljudi. Prva emitovanja se pojavljuju 20-ih godina XX veka, i suvereno je vladao scenom elektronskih medija do sredine prošlog veka. Neretko se na radiju mogu čuti najave, prenosi ili izveštaji sa sportskih utakmica. Ipak, uloga radija u prenosu sportskih utakmica bila je mnogo značajnija pre TV prenosa.

Televizija je najrasprostranjeniji vid masovne komunikacije i vodeći medij za izveštavanje o sportu. Kao i radio, ovaj medij omogućava izveštavanje uživo, ali s obzirom da ne prenosi samo zvuk, već i realnu sliku uživo, to je osećaj prisustva gledalaca sportskog događaja mnogo jači. Televizija je svetsko tehničko čudo, ali i presudan faktor za pretvaranje sporta u profitabilnu ekonomsku i društvenu delatnost. Sport je postao sastavni deo poslovanja mnogih televizija, a novac od prodaje televizijskih prava važan izvor prihoda sportskih klubova. Uz pomoć televizije, veliki sportski događaji nisu samo dostupni za posmatrače koji su fizički prisutni na njima, već i za milione drugih koji ih prate preko TV prijemnika.

Internet pruža drugačiji način da se sagleda sport. Svaka poruka koja dospe do primaoca putem interneta, pruža mogućnost da bude obrađena, izmenjena ili prokomentarisana. U sportu se internet najčešće koristi za praćenje novosti (vesti, rezultata), za pregled ili preslušavanje prenosa utakmice, za edukaciju (sportski blogovi, edukativni sajtovi), za sportsko klađenje

³⁹ Radenović, S. (2014), Sport i društvo – Sociologija sa sociologijom sporta. Sociologija sporta, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd, str. 198-190.

⁴⁰ Koković, D. (2007). Društvo i medijski izazovi – uvod u sociologiju masovnih komunikacija, Novinarska biblioteka Novi Sad, str. 52.

(online kladionice), razmenu podataka, komunikaciju itd. Ovaj medij omogućava ljubiteljima sporta virtuelni pristup sportu, kao i specifičan način interakcije sa samom sportskom organizacijom, stručnjacima, analitičarima, a takođe i sa ostalim ljubiteljima sporta. Ovakav interaktivni medij kao što je internet pruža pojedincima pristup ogromnoj količini lako dostupnih informacija.⁴¹

Film kao medij masovnog komuniciranja postao je moguć kada je krajem XIX veka otkriven kinematograf, uređaj koji je istovremeno bio kamera i aparat za projekciju. Sport i sportska događanja su čest predmet filmske obrade. U svetu se godišnje zarađuju milioni dolara od prodaje filmova čija je tematika povezana sa sportom, ili u kojima igraju neki od poznatih sportista. Takođe, pravi se i veliki broj dokumentarnih i igranih filmova o sportskim zvezdama.⁴²

3.2. Odnos medija i sporta

Mnogo pre razvoja masovnih medija, sport je već bio sastavni deo života ljudi. Davno je uočen ogroman potencijal koji donosi sportski sadržaj, kao i nezasita potreba čitalaca, slušalaca, gledalaca za sportskim informacijama. Mediji to svrsishodno iskorišćavaju. Sport omogućava medijima da dopru do željenih korisnika (čitalaca, slušalaca, gledalaca), postao je i važan izvor vesti za industriju elektronskih medija, dok mediji omogućavaju sportu da se popularizuje i da postane finansijski profitabilniji.⁴³

Mediji, dakle, utiču na sport, ali i sport utiče na posredno oblikovanje medija. U pogledu sadržaja, postoje hiljade televizijskih i radio programa, novina, časopisa, video igara, i na stotine hiljada internet sajtova koji se bave tematikom sporta. Sportska dešavanja sve više dominiraju medijskim sadržajima. Ako osobi nije dostupan televizor, prenos utakmice se može slušati uživo, preko radija. U isto vreme, rezultati i najbolji delovi događaja se pojavljuju na internetu, zatim na različitim televizijskim i radio vestima, i sledećeg dana se o njima piše u novinama i na portalima. Postoji značajan porast specijalizovanih sportskih žurnala, broja strana posvećenih sportu u dnevnoj štampi, povećan je broj specijalizovanih sportskih kanala, portala koji prenose informacije iz sveta sporta, uvećan je broj sati na radiju i televiziji posvećenih sportu itd. Bilo da je reč o prenosima na radiju, televiziji, internetu, ili raznim najavama, izveštajima i analizama sportskih događaja, elektronski mediji imali su veliki uticaj na popularnost sporta. Što je više

⁴¹Radenović, S. (2014), Opš.cit., str. 191.

⁴²Radenović, S. (2014), Opš.cit., str. 191.

⁴³Stefanović Đ. (2011), *Filosofija, nauka, teorija i praksa sporta*, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd, str.84.

zastupljen određeni sport u medijima, raste i njegova popularnost. Usled toga, publika se počela zanimati, a deo publike se počeo i baviti određenim sportom.⁴⁴

Razvojem masovnih medija, njihova uloga u svetu sporta je sve veća. Razvoj sporta prati pojava sve većeg broja sportskih časopisa i emisija o sportu. Nesumnjivo je da postoji međuzavisnost i uslovljenost između sporta i masovnih komunikacija. Sport postaje institucionalizovan i deluje kao organizacija (sportski organ, udruženje sportista i sl.). Time dobija politički i ekonomski značaj. Naročito je važno da sportska organizacija ima dobre odnose sa medijima. Uspeh koji se ostvari na sportskom borilištu, pravu snagu i značaj dobija tek kad se adekvatno medijski eksploatiše. Na taj način, određeni sport će se bolje promovisati i biće podstaknuta njegova popularizacija. Klubovi širom sveta, shvatajući njihov značaj, sve veću pažnju posvećuju izgradnji kvalitetnih odnosa sa medijima.

Neki sportovi utiču na popularnost televizijskih kanala, čime se ostvaruje uzajamna korist. Mediji uglavnom popularizuju ono od čega će imati najveću korist i ono što najlakše prolazi kod masa. Iz tog razloga, određene televizijske kuće neće prenositi sportske događaje koji im ne donose veliku gledanost. Tako slede trendove koji su mahom sami stvorili, uključujući sport.

3.3. Uticaj medija na popularnost ženskog sporta

Zastupljenost sportistkinja u medijima, u odnosu na zastupljenost sportista, je daleko manja, kako u svetu tako i kod nas. Taj trend je delimično smanjen uspehom naših teniserki prethodnih godina, naročito Ane Ivanović i Jelene Janković. Nakon uspeha Milice Mandić, reprezentativke u tekvondou i osvojenog zlata na OI u Londonu 2012. godine, ovaj sport je postao zastupljeniji u medijima, čime je poraslo interesovanje mladih za bavljenje njime. Tako da mediji i njihovo izveštavanje o uspesima žena u sportu bitno doprinose popularnosti ženskog sporta, ali i skreću pažnju na eventualne probleme u nedovoljno razvijenim granama sporta.

Između ostalog, interesovanje za ženski sport je poraslo zbog pojedinih sportistkinja atraktivnog izgleda, pogotovu kod muškog dela publike. U svetu, to se može najbolje videti kroz primer teniserki Ane Kurnjikove (koja je nakon sportske, nastavila karijeru kao model i promo lice za mnoge svetske kompanije), potom Marije Šarapove, atletičarke Darje Klišine i mnogih drugih.⁴⁵ Od domaćih sportistkinja, između ostalih, pomenuta Ana Ivanović, zatim Milica Dabović i Ivana Španović su često prisutne u medijima, nezavisno od njihovih sportskih karijera.

⁴⁴Stefanović Đ. (2011), *Filosofija, nauka, teorija i praksa sporta*, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd, str.88.

⁴⁵Juhas, I. (2016). *Žena i sport*, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd, str. 112.

Sve navedene sportistkinje su potpisale unosne reklamne ugovore sa raznim kompanijama, za koje je, pored njihovih sportskih uspeha, jednim delom zaslužen njihov atraktivan izgled i lepota. Samim tim, njihova prisutnost u medijima, kao i interesovanje javnog mnjenja za njihov privatni život, je veliko.⁴⁶

Žene u medijima se, međutim, često prikazuju na drastično različit način od njihovih kolega-sportista. U prvom planu je telo i fizički izgled. One se prikazuju kao osobe prvenstveno vredne pažnje zbog lepote i atraktivnosti, a ne sporta kojim se bave. Mnogi mediji koriste trenutnu sveprisutnost date sportske ličnosti, da ubace dozu senzacionalizma, prateći njen privatni život.⁴⁷

“Žene se u svakodnevnom životu suočavaju sa šarolikim dijapazonom problema i obaveza i zato je potrebno mnogo sistematskog rada kako bi se stvorila atmosfera da se žene osnaže i ohrabre za bavljenje sportom, ali i uvere da njihov veliki trud i napor mogu da se isplate. Zato za Srbiju dve medalje: zlato 20-godišnje Milice Mandić i srebro dve godine starije Ivane Maksimović – vrede neuporedivo više, one su neprocenjive za razvoj ženskog sporta kod nas. Ove dve vrhunske sportistkinje, sjajne devojkice, divni ljudi, postale su preko noći uzor mnogim devojkicama u našoj zemlji – one, sa svojih 20, odnosno 22 godine su pokazale da i najveći san može da se ostvari, ukoliko vredno radiš i treniraš i duboko veruješ u sebe. Njihove medalje okarakterisane su kao sportski podvizi, a zna se da taj fenomen privlači neke nove klinge i klince koji žude za uzorima koji su – pobednici, a ne gubitnici. Međutim, i ovakav uspeh Milice i Ivane i sva njihova harizma nemaju efekta - bez medija. Mediji su najuočljiviji posrednici, između sporta i društva. Mediji su u situaciji da šire i sužavaju dimenzije sportskog uspeha ili neuspeha i da u različitom svetlu portretiraju ponašanje ljubitelja sporta i navijača. Mediji daju informaciju o samom sportskom događaju, prenose sam tok događaja i daju komentar sportskog događaja.”⁴⁸

U narednom tekstu citiram rezultate istraživanja Snežane Pantović. Nečim što se zove istraživačko novinarstvo, Snežana Pantović dolazi do sledećih podataka:⁴⁹

⁴⁶ Juhas, I. (2016). Opš.cit., str. 115.

⁴⁷ Koković, D. (2007). Društvo i medijski izazovi – uvod u sociologiju masovnih komunikacija, Novinarska biblioteka Novi Sad, str. 55.

⁴⁸ Pantović, S. (2014), Žene, sport i mediji – prva analiza takve vrste u Srbiji. dostupno na: <https://www.facebook.com/notes/snezana-pantovic/%C5%BEene-sport-mediji-prva-analiza-takve-vrste-u-srbij/10204318201170845/>

⁴⁹ Pantović, S. (2014), Žene, sport i mediji – prva analiza takve vrste u Srbiji. dostupno na: <https://www.facebook.com/notes/snezana-pantovic/%C5%BEene-sport-mediji-prva-analiza-takve-vrste-u-srbij/10204318201170845/>

- 1) istraživanjem dnevnih i specijalizovanih sportskih novina po jedan mesec po slučajnom uzorku u neolimpijskoj 2011 i 1983. godini i ova autorka je došla do nekih podataka koji bi mogli biti dobar putokaz za ono što bi Komisija Žene i sport morala da uradi u budućnosti;
- 2) listajući novine iz 1983- godine, ustanovila je da je tada 90% tekstova bilo posvećeno muškarcima, sportistima, a samo 6% sportiskinjama;
- 3) 2011-te godine, procenti su se promenili: 87% tekstova je posvećeno muškarcima, a čak 12 % ženama u sportu.

“U oba slučaja, ono što novinari pišu i govore direktno zavisi od pola sportiste. To znači da se muškarci predstavljaju u sportovima u kome dominira snaga, fizička nadmoć nad protivnicima, a opisi su pozajmljeni iz vojne terminologije, stalno smo ugroženi od tzv. stalnih spoljnih neprijatelja: sudije nas uvek krađu, medj. federacije nas ne poštuju, nemamo iste uslove kao i drugi itd...i tako se neguje ratnički patriotizam. Srbija u fudbalu i ne igra sa Azerbejdžanom, već protiv Azerbejdžana, ne igramo utakmicu sa Belgijom, već nam je Belgija protivnik, rival itd...).Pre nego se ode na takmičenje aludira se na zaključak da je njihov cilj da ne poredimo, što može da navede na zaključak da sport nije u duhu fer pleja jer ne važe ista pravila za sve.”⁵⁰

Pantović Snežana dolazi i do sledećih zaključaka / rezultata:⁵¹

- 1) “Žene su zastupljene u individualnim sportovima i rekli bi estetskim i tehničkim disciplinama i sportovima, a itekako se neguje u izveštavanju patrijarhalni model odnosa medju polovima. Na primer, u 2011-toj ženski tenis zauzima 40,5% ženskog sporta.
- 2) U oba slučaja, dominira viđenje samog sportskog događaja i prenaplašeni optimizam uoči odlaska na velika takmičenja, a kada se piše o sportiskinjama, primetno je interesovanje novinara za njihov privatni život, kada se piše o sportistima, peovlađuju medicinski aspekti: zdravstveno stanje i povrede, oporavak.
- 3) Kada je reč o sportskoj fotografiji, u prvi plan se ističe – TELO. Muškarci se prikazuju u svojim sportskim aktivnostima, to su slike na kojima je aparat snimio angažovanje sportiste u toku takmičarskog procesa, ali kod fotografija sportiskinja, prečesto se stavlja

⁵⁰ Pantović, S. (2014), Žene, sport i mediji – prva analiza takve vrste u Srbiji. dostupno na: <https://www.facebook.com/notes/snezana-pantovic/%C5%BEene-sport-mediji-prva-analiza-takve-vrste-u-srbij/10204318201170845/>

⁵¹ Pantović, S. (2014), Žene, sport i mediji – prva analiza takve vrste u Srbiji. dostupno na: <https://www.facebook.com/notes/snezana-pantovic/%C5%BEene-sport-mediji-prva-analiza-takve-vrste-u-srbij/10204318201170845/>

akcenat na – erotici – reč je o fotografijama koje nisu sa borilišta, već iz nekog studija. A ima i onih koje prelaze granice dobrog ukusa: na primer, kada se blicne bukvalno pod suknju teniserki, kadrira njena pocepana čarapa... Mogli smo da vidimo i oskudno odevene odbojkašice ili minimalističku opremu atletičarki itd..

- 4) Sportistkinje se često časte atributima **lepa, atraktivna, zgodna**, , ja lično nisam nikada pročitala niti čula da je neko napisao ili rekao lep, zgodan, atraktivan..npr. Vanja Udovičić.
- 5) Kod izveštavanja baš sa Igara u Londonu i pre toga u Peking, u srpskim medijima, rod sportista – odjednom kao čarobnim štapićem, uopšte više nije bitan. Nije važno da li je muško ili žensko došlo do medalje, medalja kao medalja je bila važna, kao simbol nacionalnog identiteta i ponosa, medalja na Igrama je bespolna, ona je nešto što donosi afirmaciju države u planetarnim razmerama.
- 6) Sportistkinje i uopšte, žene u sportu, moraju da promene svoj odnos prema medijima, koje ne bi trebalo shvatati kao puku tehničku stvar: „dati šturu izjavu, proslediti saopštenje itd“. Prosto treba **misлити** i vešto i smisleno komunicirati sa novinarima. To znači da im poruku, koju želite o sebi da pošaljete u javnost, kakav god uspeh ili neuspeh ostavarile, u vidu informacije, izjave itd, date onda kada medijima to odgovara. Ukoliko vi to ne učinite u pravom trenutku, novinari će morati da se sami snalaze i to obično ne bude dobro po sportistkinju.”⁵²

3.4. Uticaj sporta, sportskih ličnosti i sportskih medija na mlade

Mediji danas imaju veliku moć i njihov uticaj na formiranje stavova, mišljenja i stila života na mlade je ogroman. Sredstva i proizvodi masovnih komunikacija su izuzetno jak činilac, koji uslovljava i utiče ne samo na informisanje, formiranje stavova, zabavu, obrazovanje, građenje opšte kulture čoveka, već vrši i snažan uticaj na njen dalji razvojni tok.

Pozitivan uticaj se odvija kroz inspirisanje dece za bavljenje sportom posmatranjem dobrih uzora na sportskim terenima. Sport je privlačan za ljude, a posebno mlade, iz nekoliko razloga: ⁵³

⁵² Pantović, S. (2014), Žene, sport i mediji – prva analiza takve vrste u Srbiji. dostupno na: <https://www.facebook.com/notes/snezana-pantovic/%C5%BEene-sport-mediji-prva-analiza-takve-vrste-u-srbij/10204318201170845/>

⁵³Krsmanović V. (2006). Sociologija sporta, Fakultet za menadžment u sportu, Beograd, str. 34.

- 1) Kao fizička aktivnost, sport razvija individualne fizičke snage;
- 2) Kao igra i zabava, stvara zadovoljstvo, i ispunjava slobodno vreme mladih;
- 3) Kroz sport mladi su upućeni jedni na druge i razvijaju spremnost na druženje i uzajamnu saradnju;
- 4) Sport je privlačan kao posao, profesija, kao biznis koji donosi značajne prihode;
- 5) Sport kao spektakl privlači veliki broj ljudi, a s tim u vezi se razvio i sportski turizam;
- 6) Kroz sport se mladi ljudi mogu afirmisati, stvarajući svoje idole i zvezde sa kojima se mnogi identifikuju;
- 7) Od svih zabava za mase, sport je najprivlačniji, jer služi da se ljudi rasonode;
- 8) Kako se u sportu ne zna rezultat do kraja, sport privlači mlade jer je dramatičan, neizvestan i neponovljiv;
- 9) Sport obezbeđuje samorealizaciju osnovnih potrebi čoveka – potrebe za kretanjem i afirmacijom;
- 10) Kroz sport se pojedinci afirmišu i postaju omiljeni u društvu.

Pored toga, sportski uspesi sportista, sportskih klubova i reprezentacija i često medijsko izveštavanje o njima, podstiče kod mladih interesovanje i budi želju da se bave istim sportom kao njihovi sportski uzori i idoli. Takođe se sve veći broj mladih opredeljuje za sportske studije koje su sve više popularne među mladima. Javljaju se novi odseci: sportski menadžment, slobodno vreme i rekreacija, fizičko obrazovanje.

Negativan uticaj može biti pojava tzv. sedelačke publike, iz fotelje, koja zanemaruje bavljenje sportom na svrsishodan, fizički i psihosocijalno koristan način. „*Televizija širi sedelački način života, izaziva pasivizaciju duha i tela. Televizija dovodi odraslog u stanje slično hranjenoj bebi, koja sve apsorbuje.*“⁵⁴

Masovni mediji, posebno televizija, podstiču nasilje. Svedoci smo da su na sportskim igralištima fauli sve grublji, veća je agresija prema sudijama od strane igrača pa i publike.⁵⁵

Društveni kontekst upotpunjuju masmedijumi, posebno televizija, internet i sl. koji podstiču i šire određene oblike nasilja. To potvrđuju i sociološka istraživanja u više zemalja.

⁵⁴ Koković, D. (2007). Društvo i medijski izazovi – uvod u sociologiju masovnih komunikacija, Novinarska biblioteka Novi Sad, str. 87.

⁵⁵ Koković, D. (2004). Sport i mediji, Fakultet za uslužni biznis, Novi Sad, str. 100.

Medved (1992)⁵⁶ i Ignjatović⁵⁷ (2008) ističu da je problem medijskog efekta urgentan i vrlo ozbiljan. Dalje navode da i rezultati istraživanja potvrđuju da postoji veza između prikazivanja nasilja u medijima i kasnijeg nasilja u realnom životu. Ne dovodi se u pitanje samo sadržaj televizijskih slika u kojima je prisutno nasilje već i sam medij, koji može sam po sebi da bude opasan, bilo šta da emituje. Televizijski medijum potpuno potiskuje porodicu kao okruženje u kojem dolazi do prenosa i razmene kulturnih tekovina među generacijama.

3.5. Popularizacija sportskih ličnosti i stvaranje sportskih idola

Masovni mediji su usloveli popularnost sporta za sve slojeve društva. Sport je postao profesija. Privukao je, zahvaljujući masovim medijima, veliku publiku i postao izvor karijere i slave mnogih mladih ljudi. Pristalice javno izjavljuju ljubav prema svojim klubovima kroz skandiranja njihovih imena, imena igrača klubova, pevanjem „himne“ kluba, itd. Sa razvojem društva, paralelno se razvijao i oblikovao sport i sistem informisanja i komuniciranja. Savremeno društvo sve više upotrebljava, ali i zloupotrebljava informacije. Javnost voli da bude informisana o svim pojavama u sportu, što doprinosi popularnosti ekipa, timova, i ličnoj promociji. Mediji takođe afirmišu pojedine sportske grane i discipline. *„Sportske zvezde su postale nepresušan izvor inspiracije za razne priče u masovnim medijima sa kojima se ljudi poistovećuju. Mediji selektuju, čine prioritetnim, uvećavaju ili umanjuju značaj sporta.“*⁵⁸

Mediji, s obzirom na svoju sveopštu prisutnost, predstavljaju značajan izvor afirmacije sportista i pojedinaca u sportu. Televizija, radio, internet i štampa svakodnevno promovišu sport, sportske događaje i njegove učesnike. Oni, popularizujući sport i sportiste, afirmišu pojedince, pomažu da se izade iz anonimnosti. Promovišući talente, utiču na njihovu popularnost, praveći od njih zvezde i junake. Fanatizam i divljenje gledalaca su doveli do toga da sportisti dobijaju sve vrednije nagrade, i budu angažovani za različite reklamne i druge kampanje.

Sport je sve manje sport masa, a sve više sport za mase. Sa nastankom industrijsko-urbanističke civilizacije, sport je uobličen kao spektakl. *Postaje sve više “industrija zabave” i deo potrošnje svakodnevnog života.*⁵⁹

⁵⁶ Medved, M. (1992). Holywood vs America. London: Harper Collins.

⁵⁷ Ignjatović, T. (2008) Sugestije za medijsko izveštavanje. u: Vodič za novinare/novinarke - nasilje u porodici, Beograd: Autonomni ženski centar.

⁵⁸ Krsmanović V. (2006). Sociologija sporta, Fakultet za menadžment u sportu, Beograd, str. 44.

⁵⁹ Krsmanović V. (2006). Opšcit., str. 45.

“Masovni mediji u ogromnim količinama eksploatišu svet zabave. Njihovi serijali o poznatim ličnostima i idolima samo su znak da se zaobilaze ozbiljni i urgentni društveni problemi. Suština masovnih medija sastoji se u tome da odvrate pažnju ljudi. Vodeći ljudi i politička elita kao da poručuju: neka rade nešto drugo, neka nam ne smetaju, neka se zabavljaju. Neka svako postane zaluden seksualnim skandalima ili poznatim ličnostima i njihovim problemima, ili nečim sličnim. Bilo čime, samo da nije ozbiljno. Naravno, ozbiljne stvari su za glavne ljude.„Mi” se brinemo o tome.”⁶⁰

Sport kao spektakl, sve više postaje nešto izuzetno, praznično, svečano, naročito sada, u eri komercijalizma. U vremenu u kom su duhovna sredstva uživanja još nedovoljno proširena i teško pristupačna, potrebno je skupno delo, svečanost. Pretvaranje svega u spektakl, pred očima i ušima pasivnih gledalaca i neučesnika - to su bitne odlike savremenog načina života, u kom sport predstavlja svečanost pretvorenu u svojevrstu “ritual-paradu”.⁶¹ Istaknute sportske veličine odavno predstavljaju „nove idole“ današnjim mladim generacijama i prototipe koje mladi žele da imitiraju. Masa se identifikuje sa njima, a sa porastom njihove popularnosti, raste i svest mladih o značaju i dobrobitima bavljenja sportom, bilo da se radi o rekreaciji ili vrhunskom sportu. Međutim, dešava se da mediji pružaju informacije o privatnom životu sportista, koje nisu deo njihove profesionalne karijere, zato što širu populaciju zanimaju detalji iz privatnog života javnih ličnosti. Ponekad, sportski skandali dobijaju veći publicitet od nekog političkog događaja: na primer, vaterpolista Nikola Rađen pao na doping testu, „Pozitivan na kokain“ je bio naslov koji je nedeljama popunjavao novinarske stupce.⁶²

Masovni mediji igraju važnu ulogu u fabrikovanju poznatih ličnosti, između ostalih i sportskih zvezda. Publika traži senzacionalizam i tako podstiče urednika i novinara da izmišljaju senzacije. Za povećanje popularnosti zvezda koriste se različiti metodi, u čemu odlučujuću ulogu igraju radio, televizija, štampa i internet. Do povećanja tiraža, gledanosti i slušanosti često se dolazi putem senzacionalizma, mitomanije, objavljivanjem i potenciranjem loših strana sporta: doping, nameštanje utakmica, nasilje na stadionima, korupcija, lobing i sl. Takvim izveštavanjem, masovni mediji podstiču nasilje i agresivnost, posebno kod mladih, neformiranih ličnosti. Navijači sve više ispoljavaju nasilničko ponašanje na utakmicama a i van njih.⁶³

Svakodnevno smo svedoci da sportski stadioni i hale postaju poprišta sve bespoštednijih obračuna između tzv. “navijačkih grupa“. Konović podseća da je Erik Daning, nastojao da dokaže da je nasilje na sportskim borilištima uvek bilo i da ono nije uslovljeno društvenim

⁶⁰ Koković, D. (2007). Opš.cit. str. 154

⁶¹ Koković, D. (2004). Opš.cit. str. 184.

⁶² Koković, D. (2007). Opš.cit. str. 185.

⁶³ Žalt L. (2000), Mediji i nasilje u sportu, Novi Sad.

odnosima, pogotovo ne prirodom vladajućeg poretka, već da se radi o ispoljavanju agresije koja je čoveku urođena.⁶⁴

Huligane u Srbiji izdvaja spremnost na nasilje. U ideološkom smislu, mešavina su „svega i svačega“. Na delima i rečima su šovinisti, ali spremno ulaze u „saveze“ i sklapaju „prijateljstva“ sa huliganskim grupama s one strane granice. Predstavljaju se kao tradicionalisti, ali su statusni simboli kojima daju važnost s ovog sveta, materijalnog. Među njima ima i onih koji iskreno veruju da je protest koji izražavaju, makar i nasilan, stvar ličnog izbora.

Tačno je da huligani uvek predstavljaju manjinu, ali ona je ipak značajna. Ako je verovati izveštačima sa lica mesta, na tribinama stadiona u Đenovi 12. oktobra našlo se 1600 navijača iz Srbije, pri čemu je njih 300 blokiralo grad, bacalo petarde na prolaznike, lomilo izloge, uništilo jedan policijski auto i ispisivalo grafite po zidovima duždevske palate. Privedeno je najzad 50 lica, od kojih je 33 pušteno, dok je 17 osoba zadržano u pritvoru. Postoje, zatim, timski i individualni sportovi u kojima nema fizičkog kontakta, čime je rizik od toga da dođe do nasilnog ponašanja smanjen. Ovi sportovi su i dalje popularni u Srbiji. Teniser Novak Đoković i odbojkaš Nikola Grbić primer su mladima, i to ne samo u našoj zemlji. Ipak, ova činjenica nije smetala navijačima Novaka Đokovića iz Srbije i Marija Ančića iz Hrvatske da se potuku u Australiji, dodajući tako jednu novu dimenziju problemu nasilja u sportu.⁶⁵

3.6. Uticaj medija na popularnost sporta u Srbiji

Popularnost sporta dosta zavisi i od infrastrukture, finansijskih sredstava i dr. Jedan od načina kako određeni sport dobija na popularnosti je primer ulaska američkog fudbala na prostore Srbije, kao deo procesa globalizacije i vesternizacije – širenja američke kulture na prostore Balkana. Početkom novog milenijuma, dolazi do sve veće popularnosti ovog sporta kod nas. Veliki doprinos u tome su imali mediji. U Srbiji se pod uticajem prenosa utakmica američke profesionalne lige na nekadašnjem 3. kanalu RTS-a, javila želja za osnivanjem klubova i saveza (SAFS – Savez američkog fudbala Srbije). Nedostatak sponzora i finansijskih sredstava, infrastrukturni problemi itd. su razlozi nedovoljnog razvoja ovog sporta kod nas. Samim tim, izveštavanje u medijima o njemu je nedovoljno. Svakako, ovo je očit primer povezanosti profita i medija sa određenom granom sporta.

⁶⁴ Konović D. (1990), Doba nasilja i sporta, Novi Sad, str.23.

⁶⁵ Slavković M.,Đorđević S. (2010). „Na putu prevencije nasilja na sportskim priredbama: predlog regionalnog okvira za saradnju“, Beogradski centar za bezbednosnu politiku, Beograd, str.14-15.

Popularizacija sporta se ogleda u tome što su ljudi u mogućnosti da sudeluju u raznovrsnim sportskim događajima, mogu da prate rezultate, da čitaju ili slušaju komentare, a da ne prisustvuju samom događaju.

Mediji mogu uticati na popularnost sporta tako što produžuju vreme trajanja nekog sportskog događaja. Na primer, mediji mogu nedeljama da pišu o nekom sportskom događaju, koji je trajao svega nekoliko minuta, kao što mogu i mesecima da najavljuju određeni sportski događaj i na taj način direktno povećavaju interes publike i popularizaciju datog događaja u medijima. Sve to utiče na gledaoce (publiku), i njihov stav prema određenom sportu.

Što je više zastupljen neki sport u medijima, njegova popularnost će biti veća, a sve to rezultira da se deo publike zainteresuje za određenu granu sporta, a što je naročito značajno, da tim sportom počne da se bavi. Primer: Sportski uspesi naših tenisera, a posebno Novaka Đokovića, značajno su doprineli popularnosti tenisa u Srbiji. Zbog toga, sve više dece i mladih se zainteresovalo da trenira tenis i da prati teniske mečeve. U Srbiji, su pored tenisa, zastupljeniji i praćeniji sportovi: fudbal, košarka, vaterpolo, odbojka... Ali, većina sportova koji nisu dovoljno atraktivni ili ne privlače veliku medijsku pažnju, nemaju mogućnost da se tržišno ostvare.

4. PREDSTAVLJANJE SPORTISTKINJA U MEDIJIMA U REPUBLICI SRBIJI

4.1. Uspeši najpoznatijih srpskih sportistkinja i njihov uticaj na mlade i popularnost sporta u Srbiji

4.1.1. Mandić Milica - reprezentativka u tekvondou

Milica Mandić je rođena 6. decembra 1991. godine u Beogradu i srpska je reprezentativka u tekvondou i članica tekvondo kluba Galeb. Trenira je Dragan Jović.

Njeni uspeši se u medijima pominju od 2012. godine. Na Letnjim olimpijskim igrama 2012. godine takmičila se u kategoriji preko 67 kg u kojoj je osvojila zlatnu medalju. To je treća medalja koju je Srbija osvojila na Letnjim olimpijskim igrama 2012. godine i prva zlatna otkako Srbija učestvuje kao samostalna država. Krajem 2012. godine Olimpijski komitet Srbije proglasio ju je za najbolju sportistkinju, a dobila je i „Zlatnu značku“ dnevnog lista Sport.⁶⁶

Na Otvorenom prvenstvu Španije u Alikanteu, u maju 2013. godine Milica je osvojila zlatnu medalju u kategoriji do 73 kilograma. Na Mediteranskim igrama iste godine je u Mersinu za svoju zemlju osvojila srebrnu medalju. Početkom maja 2014. godine, Milica Mandić se okitila mnogim medaljama, i tu godinu je započela srebrnom medaljom na kontinentalnom šampionatu, koje se održavalo u Bakuu. Iste godine na turniru G1 u Austriji osvaja zlatnu medalju. Zatim, u Lozani na turniru G1 takođe osvaja zlatno odličje, a na pozivnom turniru G4 u Kini okitila se bronzanom medaljom. Takođe, na turniru G2 kategorije u Koreji u finalu pobedila je Feruzua Jergešovu (9:0).⁶⁷

Profesionalno se ovim sportom još i bave Nadica Božanic, Maša Nešić, Danijela Jovanović, Tijana Bogdanović...

Svi njihovi uspeši su ovih godina bili predstavljeni u medijima, ali ne tako dobro ispraćeni od strane društva, a i pored toga je porasla zainteresovanost kod mladih da se bave

⁶⁶ Tekvondo asocijacija Srbije, <http://www.tas.org.rs/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

⁶⁷ Tekvondo asocijacija Srbije, <http://www.tas.org.rs/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

ovim sportom. Prema izveštaju Tekvondo asocijaciji Srbije, u Srbiji postoji ukupno 77 tekvondo klubova.⁶⁸

4.1.2. Jelena Janković – teniserka

Jelena Janković je srpska teniserka rođena 28. februara 1985. godine u Beogradu. U dosadašnjoj karijeri je zabeležila preko 600 pobeda i najveći broj trijumfa za reprezentaciju Srbije. Jedna je od tri teniserke koje su bile broj 1 i u juniorskoj i u seniorskoj konkurenciji. Tenis je počela da trenira u Crvenoj Zvezdi kada je imala 9 godina. Kao jedanaestogodišnjakinja je osvojila državno prvenstvo u konkurenciji do 12 godina.⁶⁹

Njeni uspesi se u medijima pominju od 2001. godine. Pored uspeha na terenu Jelenu prate i drugi uspesi. Dobila je ACES nagradu za promovisanje tenisa u 2007. godini. Olimpijski komitet Srbije ju je proglasio za sportistkinju godine. Učestvovala je na humanitarnom meču sa Anom Ivanović, Novakom Đokovićem i Jankom Tipsarevićem. Novac je dala porodicama na Kosovu i Metohiji i postala je UNICEF-ov ambasador u Beogradu. Godinu dana kasnije, VTA joj je dodelio priznanje kao najboljoj teniserki u 2008. godini, a Olimpijski komitet Srbije ju je drugi put za redom proglasio za najbolju sportistkinju. Igrala je humanitarni meč u Beogradu, a prihodi su namenjeni za obnovu škola koje su nastradale tokom zemljotresa u Kraljevu, a pored toga je i donirala veliku sumu novca građanima Srbije koji su se borili sa poplavama.

Organizatori su je često proglašavali za najlepše obučenu teniserku na turniru. U slobodno vreme sa majkom dizajnira odeću za modnu kuću Mona, kao i opremu koju nosi na turnirima. Kada prestane da se bavi tenisom, volela bi da se posveti modi ili glumi jer smatra da bi na taj način mogla da iskaže svoju kreativnost.

Svi njeni sportski uspesi, kreativnost ali i humanost su prethodnih godina bili predstavljeni u medijima, veoma su ispraćeni od strane društva što je doprinelo podizanju svesti i sve većem broju mladih žena koje su odlučile da treniraju tenis.

Srpska teniserka Jelena Janković za vreme finala Fed kup Svetske grupe 2012. Češka - Srbija, u Pragu, dobila je po drugi put u karijeri nagradu „Hrabro srce“ koje dodeljuje Međunarodna teniska Federacija za požrtvovanost i rezultate u Fed kup takmičenju. Jelena je

⁶⁸ <http://www.tas.org.rs/wp-content/uploads/2014/12/Adresar-update-03.07.2019.pdf> preuzeto dana: 20.08.2019.

⁶⁹ Teniski savez Srbije, <http://www.teniskisavez.com/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

novčani iznos nagrade „Srce“ od 10.000 dolara donirala Dečijem odeljenju onkologije Klinickog centra Srbije.⁷⁰

4.1.3. Ivana Španović – atletičarka

Ivana Španović je srpska atletičarka. Rođena je 10. maja 1990. godine u Zrenjaninu. Njena disciplina je skok u dalj. Članica je Atletskog kluba Vojvodina koji se nalazi u Novom Sadu.

Njeni uspesi se u medijima predstavljaju od 2006. godine, otkad je zauzela sedmo mesto na Svetskom prvenstvu za juniore. Od tada do danas je osvojila 8 zlatnih, 7 srebrnih i 4 bronzane medalje. Nosioc je mnogih priznanja i to:⁷¹

- 1) 2008. godine Najbolja mlada sportistkinja Srbije;
- 2) 2008., 2013. i 2014. godine Najbolja sportistkinja Vojvodine;
- 3) 2013. i 2015. godine Najbolja atletičarka Balkana;
- 4) 2013.-2016. godine Najbolja sportistkinja po izboru USNS (Udruženje sportskih novinara Srbije);
- 5) 2013. i 2015. godine Najbolja sportistkinja po izboru OKS (Olimpijski komitet Srbije);
- 6) 2013. godine Sportista godine po izboru RTV;
- 7) 2014. godine Majska nagrada; Orden Karađorđeve zvezde trećeg reda;
- 8) 2017. godine Februarska nagrada Novog Sada.

Pored toga što se bavi profesionalno atletikom, bavi se i preduzetništvom, pa je tako vlasnik fitness centra i teretane “She” u Novom Sadu.

Svi njeni uspesi su ovih godina bili predstavljeni u medijima, veoma su ispraćeni od strane društva što je doprinelo podizanju svesti i sve većem broju odluka mladih žena da se bave ovim sportom. U Srbiji se 16 sportistkinja bavi atletikom.⁷²

⁷⁰ <https://srbin.info/drustvo/humanost/%D1%98%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0-%D1%98%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%9B-%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%BB%D0%B0-10-000-%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D1%80%D0%B0-%D0%B4%D0%B5%D1%87/?lang=lat> preuzeto dana: 20.08.2019.

⁷¹ Atletski klub Vojvodina, <http://www.akvojvodina.rs/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

⁷² https://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%98%D0%B0:%D0%A1%D1%80%D0%BF%D1%81%D0%BA%D0%B8_%D0%B0%D1%82%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B0%D1%80%D0%B8 preuzeto dana: 20.08.2019.

4.1.4. Jasna Šekarić – reprezentativka u streljaštvu

Jasna Šekarić je srpska sportistkinja i reprezentativka Srbije u streljaštvu. Višestruka je olimpijska, svetska i evropska prvakinja. Više puta je proglašavana za najbolju sportistkinju i strelca Jugoslavije, Hrvatske, SCG, Srbije. Nosilac je zlatne značke Sporta, nagrade za najboljeg sportistu u Jugoslaviji i najboljeg strelca na svetu (1990, 1995 i 2005), a 2000. godine Međunarodna sportska streljačka federacija (ISSF) ju je proglasila za najboljeg strelca sveta 20. veka. U karijeri je osvojila preko 90 medalja na velikim takmičenjima (Olimpijske igre, svetska i evropska prvenstva, svetski kupovi, Mediteranske igre...).⁷³

Na Olimpijskim igrama osvojila je pet medalja, jedno zlato, tri srebra i jednu bronzu. Jedini je strelac, koji je na svakom nastupu na Olimpijskim igrama uspeo da se plasira u finale. Dva puta olimpijsko zlato joj je zamalo izmaklo. Iako nije menjala državljanstvo, učestvovala je pod četiri različite zastave, na njenih šest Olimpijskih igara. 1988. je nastupala za SFR Jugoslaviju. 1992. je nastupala kao nezavisni učesnik, jer je SR Jugoslavija bila pod sanckijama. Naredna tri puta je nastupala za SR Jugoslaviju, odnosno Srbiju i Crnu Goru, a konačno, 2008. za Srbiju. Jasna je i članica streljačkog kluba Crvena zvezda. Tri puta je bila svetska prvakinja, a četiri puta evropska šampionka.⁷⁴

Za uspehe Jasne Šekarić u medijima se češće moglo saznati od 2000. godine. Do tada nije bila u velikoj meri predstavljana u medijima. I pored toga je uzor je mnogim mladim srpskim sportistkinjama u ovom sportu. Njenim stopama je krenula Bobana Veličković Maksimović, Zorana Arunović, Sanja Vukašinović...

4.1.5. Nađa Higl – reprezentativka u plivanju

Nađa Higl je reprezentativka Srbije u plivanju u disciplinama 100 i 200 metara prsnim stilom.

Nađa Higl je učinila Srbiju ponosnom kada je 31. jula 2009. godine osvojila zlato na Svetskom prvenstvu u Rimu u disciplini na 200 metara prsno. Nađa je svojim radom i upornošću izdržala sve muke i patnje kroz koje prolazi vrhunski srpski plivač. Ona se posle ovog istorijskog uspeha prestala baviti plivanjem 2013. godine kada se udala i posvetila porodici.

⁷³ Streljaški savez Srbije, <http://www.serbianshooting.rs/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

⁷⁴ Streljaški savez Srbije, <http://www.serbianshooting.rs/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

Nakon toga Nađa se retko pojavljivala u medijima. Majka je dvoje dece, a radila je i u Institutu za javno zdravlje Vojvodine. Jedno vreme se posvetila i politici, ali je to bilo kratkog daha. Poslednji put kada se u medijima pojavila bilo je 2017.godine, to je bio šok za mnoge. Tada je odlučila da javno priča o svom zdravstvenom problemu, a mediji su bili puni naslova poput: “Nađa Higl boluje od neizlečive bolesti”. Ona boluje od ulceroznog kolitisa, bolesti debelog creva.⁷⁵

Nađa Higl je dala veliki doprinos ženskom sportu u Srbiji. Njeno predstavljanje u medijima nije imalo veliki uticaj na motivaciju mladih da krenu njenim stopama. Anja Crevar je njena naslednica o kojoj mediji pišu poslednjih godinu dana, nakon što je osvojila srebrnu medalju u plivačkoj disciplini 200 metara mešovitim stilom na Olimpijskim igrama mladih.⁷⁶

4.1.6. Sportistkinje ženske košarkaške reprezentacije Srbije

Ženska košarkaška reprezentacija Srbije predstavlja Republiku Srbiju na međunarodnim košarkaškim takmičenjima. FIBA smatra reprezentaciju Srbije direktnim naslednikom reprezentacije Srbije i Crne Gore i reprezentacije Savezne Republike Jugoslavije.

Sa osvojenom zlatnom medaljom na Evropskom prvenstvu 2015. godine u Mađarskoj i Rumuniji, kao i sa osvojenom bronzom ove godine u Beogradu i punom medijskom pažnjom ženska košarkaška reprezentacija je izbila u prvi plan što se tiče ženskog sporta u Srbiji. Od 2015. se veća pažnja posvećuje ovom ženskom sportu, broj sportistkinja koje se bave ovim sportom se povećao. Medijska pažnja je doprinela razvoju ovog sporta kod mladih u Srbiji.

Godine 2015. su u medijima najviše predstavljane košarkašice Ana i Milica Dabović, Jelena Milovanović (danas Bruks (*Brooks*)), Sonja Petrović i Marina Maljković. Srpski košarkaš godine je nagrada koju Košarkaški savez Srbije godišnje dodeljuje najboljim igračima i igračicama. Nagrada je prvi put dodeljena 2015. godine. Prva dobitnica ove nagrade je bila Ana Dabović.⁷⁷

Sonja Petrović je jedna od najzaslužnijih za trijumfe ženske košarkaške reprezentacije Srbije. Ostvarila je najveći uspeh osvajanjem zlatne medalje na Evropskom prvenstvu 2015. igranom u Mađarskoj i Rumuniji. Pobedom protiv Francuske u finalu u Budimpešti

⁷⁵ Vaterpolo savez Srbije, <https://www.waterpoloserbia.org/> , preuzeto dana: 05.07.2019.

⁷⁶ <http://sportklub.rs/Blog/Blog-ostalo/a221171-Ko-je-Nadjina-naslednica-kakav-je-Veljini-novi-pocetak.html> preuzeto dana: 20.08.2019.

⁷⁷ Košarkaški savez Srbije, <http://www.kss.rs/category/zenske-reprezentacije/?langcir=lat> , preuzeto dana: 05.07.2019.

osvojena je ne samo prva medalja za Srbiju kao samostalnu državu nego i prvo zlato u čitavoj istoriji naše ženske košarke. Ujedno je obezbeđen i direktan plasman na Olimpijske igre 2016. u Rio de Žaneiru. Na Evrobasketu beležila je prosečno 13,8 poena i 1,4 asistencije, a mnogi će je pamtiti po odlučujućim poenima u polufinalu protiv Belorusije i poenima (22) u finalu protiv Francuske. Zajedno sa Anom Dabović izabrana je u najbolju petorku Evropskog prvenstva 2015. godine. Isto joj je pošlo za rukom i ove godine u Beogradu.

Ženska košarkaška reprezentacija je na Olimpijskim igrama 2016. godine osvojila treće mesto i bronzane medalje i tada je ovaj uspeh predstavljem u svim medijima u Srbiji, a i šire.

Jelena Bruks je sa ženskom košarkaškom reprezentacijom Srbije došla do osmog mesta na Svetskom prvenstvu 2014. Standardan je član ženske košarkaške reprezentacije Srbije i najbolji strelac. Ostvarila je svoj najveći uspeh u karijeri osvajanjem zlatne medalje na Evropskom prvenstvu 2015. godine igranom u Mađarskoj i Rumuniji. Nosilac je nagrade srpske košarkašice godine 2017.⁷⁸

Ove srpske košarkašice su u 2015. i 2016., kao i ove godine, bile predstavljene u svim medijima u Republici Srbiji. Medijsko pojavljivanje ovih srpskih sportistkinja je imalo veliki uticaj na mlade. Veliki se broj devojaka, nakon uspeha srpskih košarkašica, odlučio da trenira košarku. Košarka je postala omiljeni sport među mladim ženama, devojkama i devojčicama.

Uspesi ženske košarkaške reprezentacije na evropskom prvenstvu 2015. godine, osvajanje zlatne medalje, kao i osvajanje trećeg mesta na Olimpijskim igrama u Riju 2016. godine doprineli su da se više devojčica zainteresuje za ovaj sport u Srbiji. Srbija, koja je pobedila Francusku na oba pomenuta takmičenja, je u tom momentu imala mali broj registrovanih košarkašica, svega 1400 naspram Francuske sa 270 000. Zbog te činjenice i stanja u tom sportu, tadašnji selektor ženske košarkaške reprezentacije Srbije, Marina Maljković, došla je na ideju da uspehe reprezentacije prenese kroz košarkakški pokret i pokrene program za besplatno treniranje košarke za devojčice i na taj način više podstakne devojčice da se bave košarkom. Pokret uspešno radi već više od dve godine, obuhvata 14 lokacija u Beogradu i nekoliko lokacija u gradovima širom Srbije i ima za cilj da devojčice zavole košarku, da se bave fizičkom aktivnošću, nauče pravim društvenim vrednostima i radnim navikama, kao i da

⁷⁸ Košarkaški savez Srbije, <http://www.kss.rs/category/zenske-reprezentacije/?langcir=lat> , preuzeto dana: 05.07.2019.

doprinese razvoju sporta i popularizaciji košarke u Srbiji.⁷⁹ O pokretanju ovog Pokreta se pisalo u medijima.⁸⁰

4.1.8. Sportistkinje ženske odbojkaške reprezentacije Srbije

Ženska odbojkaška reprezentacija Srbije predstavlja nacionalni tim Srbije u odbojci. Od strane Olimpijskog komiteta Srbije proglašavana je za najbolju žensku ekipu godine u periodu od 2006. do 2011. godine. Srbija se prema važećoj rang listi FIVB nalazi na prvom mestu.⁸¹

Svi ovi uspesi u ženskoj odbojci su donekle predstavljeni u medijima, najviše se o njima pisalo u Sportskom žurnalu i dnevnom listu *Sport*. Od 2006. godine je ženska odbojka u Srbiji postala omiljeni sport mnogih žena.

Najistaknutije srpske odbojkašice su Stefana Veljković, Nataša Krsmanović, Tijana Malešević i Jovana Brakočević.

Stefana Veljković je srpska odbojkašica, članica odbojkaške reprezentacije Srbije. Igra na poziciji srednjeg blokerka. Veliki uspeh sa reprezentacijom je ostvarila na Olimpijadi u Riju kad je osvojena srebrna medalja. Osvojila je zlatnu medalju na Svetskom prvenstvu 2018. godine u Japanu, prvu u istoriji srpske odbojke. U toku svoje profesionalne sportske karijere, od 2003. osvajala je mnogobrojne medalje, a najviše zlatnih. Predstavljena je u medijima u Republici Srbiji u pozitivnom smislu i najomiljenija je srpska sportistkinja kako mladoj tako i starijoj publici. Nosilac je mnogih nagrada. Godine 2003. je proglašena najperspektivnijom odbojkašicom Prvenstva SCG za pionirke, a 2006. godine je najbolja poenterka Prvenstva SCG za kadetkinje i najbolja blokerka Balkanskog prvenstva za juniorke. U 2007. godini je proglašena za najkorisniju igračicu (MVP) Evropskog prvenstva za kadetkinje i Balkanskog prvenstva za kadetkinje, a nakon toga i kao najperspektivnija odbojkašica u izboru dnevnog sportskog lista „Sport”. Dve godine kasnije je proglašena za najbolju odbojkašicu Viner štediša lige za mesec mart. Godine 2010. je dobila najveći broj priznanja, proglašena je za najbolju odbojkašicu Viner štediša lige za mesec januar, najbolju odbojkašicu Viner štediša lige za mesec april i najbolju odbojkašicu Srbije u 2010. godini u izboru dnevnog sportskog lista „Sportski

⁷⁹ Fajmogović, N. (2018). Razlozi zbog kojih devojčice uzrasta od 10 do 15 godina treniraju košarku. Master rad. Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja. Beograd, str. 7.

⁸⁰ <http://www.rts.rs/page/sport/sr/story/37/kosarka/2151276/skola-kosarke-za-devojce-kod-marine-maljkovic.html> preuzeto dana: 20.08.2019.

⁸¹ Odbojkaški savez Srbije, <https://www.ossrb.org/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

žurnal”. Takođe je dobila nagradu za najbolju sportistkinju SD Crvena zvezda za 2009. godinu i najbolju serverku završnog turnira Kupa CEV.⁸²

Nataša Krsmanović je srpska odbojkašica, član odbojkaške reprezentacije Srbije. Igra na poziciji srednjeg bloker. Najveće uspehe je postigla kao član reprezentacije na Svetskom prvenstvu 2006. bronzana medalja i Evropskom prvenstvu 2007. srebrna medalja kao i Evropsko prvenstvo 2011. kada su Srbija i Italija bile domaćini i tada je sa reprezentacijom osvojila zlato.

Tijana Malešević je srpska odbojkašica koja igra na poziciji primača servisa. Za seniorsku reprezentaciju debitovala je 2011. kada je iste godine osvojila tri medalje, zlato na Evropskom prvenstvu i u Evropskoj ligi i bronzu na Gran priju. Pre toga igrala je i za juniorsku reprezentaciju sa kojom je osvojila srebro na Evropskom prvenstvu 2007. Veliki uspeh sa reprezentacijom je ostvarila na Olimpijadi u Riju kad je osvojena srebrna medalja. Osvojila je zlatnu medalju na Svetskom prvenstvu 2018. godine u Japanu, prvu u istoriji srpske odbojke. Kao i Stefana Veljković i ona je nosilac velikog broja nagrada i priznanja.

Jovana Brakočević je srpska odbojkašica i reprezentativka iz Zrenjanina. Prvo veliko takmičenje na kojem je nastupala za seniorsku reprezentaciju je bilo svetsko prvenstvo u Japanu 2006. godine kada je reprezentacija Srbije i Crne Gore (bez igračica iz Crne Gore) osvojila 3. mesto i time postigla najveći uspeh u istoriji. Jovana je malo igrala, ali je svaki minut iskoristila na najbolji mogući način, i već u sledećoj sezoni postala ključna igračica i na klupskom i na reprezentativnom nivou. Drugi nastup na velikim takmičenjima imala je na Evropskom prvenstvu 2007. godine, ovoga puta sa reprezentacijom Srbije i osvojila je srebrnu medalju. Jovana je bila jedna od najboljih igračica na prvenstvu. Na Evropskom prvenstvu 2011. održanom u Italiji i Srbiji sa reprezentacijom Srbije osvojila je zlatnu medalju i proglašena za najkorisniju igračicu prvenstva. Veliki uspeh sa reprezentacijom je ostvarila na Olimpijadi u Riju kad je osvojena srebrna medalja.

Sve pomenute odbojkašice su dale veliki doprinos ženskom sportu u Srbiji. Takođe su pozitivno uticale, i utiču, na mlade devojkice i žene, tako što su im velika motivacija, ali i uzor. Njihovo predstavljanje u medijima je imalo veliku ulogu u tome. Na osnovu sportskih vesti objavljenih na portalima najčitanijih dnevnih i sportskih novina, najviše se pisalo o odbojkašicama Srbije, njihovim ostvarenjima i postignućima. Pored aktuelnih odbojkašica u medijima se piše i o bivšim reprezentativkama. Nedavno je u medijima plasirana vest da je doskorašnja reprezentativka Suzana Ćebić ovog leta potpisala ugovor sa Crvenom Zvezdom po kome će početi da vodi školu odbojke, kao i da pomaže trenerima kadetkinja i juniorki ovog

⁸² Odbojkaški savez Srbije, <https://www.ossrb.org/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

beogradskog kluba. Ona je ranije ove godine odlučila da završi igračku karijeru i da se posveti radu sa decom.⁸³

Pored ovakvih vesti u medijima o sportskoj karijeri pojedinih odbojkašica, piše se i o njihovom privatnom životu. Pa je tako pre par godina u medijima izašla i vest da je Jovana Brakočević postala majka jednog dečaka.⁸⁴ A par godina kasnije, se o istoj sportistkinji piše da je najzgodnija srpska sportistkinja, naglašavajući pritom kako lepo izgleda nakon porođaja i da je u braku sa 12 godina starijim muškarcem, biznismenom iz Italije i da je pored uspeha koji niže na terenu ispunjena i na privatnom planu.⁸⁵

4.1.8. Sportistkinje ženske rukometne reprezentacije Srbije

Ženska rukometna reprezentacija Srbije u organizaciji Rukometnog saveza Srbije predstavlja Srbiju u rukometu na svim značajnijim svetskim i kontinentalnim takmičenjima održanim posle 2006. godine. Jugoslovenski olimpijski komitet je proglasio rukometnu reprezentaciju za najbolju žensku ekipu 2001, a Olimpijski komitet Srbije za najbolju žensku ekipu 2013. godine.⁸⁶

U poslednjih 20 godina je ženska reprezentacija Srbije osvojila dve medalje na svetskom prvenstvu i to 2001. godine bronzanu medalju (treće mesto) na SP u Italiji i srebrnu medalju (drugo mesto) 2013. godine na SP održanom u našoj zemlji.⁸⁷

Zbog lošeg plasmana na Svetskom i Evropskom prvenstvu sportistkinje ženske rukometne reprezentacije Srbije nisu tako često predstavljane u medijima. U medijima su najviše predstavljane 2001. i 2013. godina kada su osvojile treće i drugo mesto na SP. Najpoznatije srpske rukometašice su Dragana Cvijić, Katarina Tomašević i Andrea Lekić.

Od pomenute tri rukometašice izdvojicemo rukometašicu Andreu Lekić koja je nekoliko puta proglašavana za najbolju rukometašicu na svetu. U medijima je plasirana i vest o rukometnoj akademiji Andree Lekić. Rukometna akademija „Andrea Lekić“ ima za cilj da podigne svest kod mladih o važnosti bavljenja sportom, pravilnom vežbom, treninzima, a sa

⁸³ https://www.b92.net/sport/odbojka/vesti.php?yyyy=2019&mm=08&dd=27&nav_id=1582822, preuzeto dana: 20.08.2019.

⁸⁴ <https://www.blic.rs/zabava/vesti/cestitamo-jovana-brakocevic-postala-majka/fptpcty>, preuzeto dana: 20.08.2019.

⁸⁵ <https://www.blic.rs/zabava/seksi-srpska-sportistkinja-je-napustila-srbiju-zbog-12-godina-starijeg-italijana-a/4zw6w9p>, preuzeto dana: 20.08.2019.

⁸⁶ Rukometni savez Srbije, <https://rss.org.rs/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

⁸⁷ Rukometni savez Srbije, <https://rss.org.rs/>, preuzeto dana: 05.07.2019.

energijom koju Andrea i ceo stručni tim prilažu učesnicima, govori i broj onih koji će pohađati i koji pohađaju ovu Rukometnu akademiju.⁸⁸

4.2. Predstavljanje ženskog sporta i sportistkinja u medijima u Republici Srbiji

Zbog svog uticaja na društvo, mediji i profesionalci zaposleni u medijima imaju ličnu odgovornost da uklanjaju stereotipe i svaki uzrok diskriminacije pa i u slučaju sporta, da doprinose ostvarenju rodno nediskriminirajućih standarda i modela koji potiču i povećavaju veliku raznovrsnost sportskih aktivnosti koje postoje u društvu. S obzirom na sve navedeno, dokazano je da mediji imaju značajan uticaj, društvenu odgovornost i glavnu ulogu u borbi protiv rodni stereotipa kao i u poboljšavanju vidljivosti žena.

UNESCO je prikupio izjave sportskih legendi i uticajnih sportskih televizijskih komentatora koje doprinose poboljšanju raznolikosti, većem poštovanju i jednakosti između žena i muškaraca u svetu sportskih medija.

Značajan uspeh srpskom sportu donele su upravo sportistkinje – Jelena Janković, Ana Ivanović, Milica Mandić, Ivana Španović i Jasna Šekarić – koje su zbog svog globalnog uspeha imale i primeren status u našim medijima. No, veliko zanimanje koje su mediji pokazali za njihove rezultate nije se preslikalo na ženski sport u celosti. Naprotiv, zastupljenost ženskog sporta u elektronskim medijima u Srbiji je izrazito mala i nesrazmerna sa rezultatima koje naše sportistkinje ostvaruju. Neprimeren je često i način na koji se sportistkinje prikazuju u medijima u Srbiji, budući da je on opterećen brojnim stereotipima i seksizmima. Sve je više vesti u medijima gde se piše o privatnom životu sportistkinjama, gde letuju, kako igledaju na plaži i slično. Pa se tako o Jeleni Janković pisalo da je “nikad izazovnija”⁸⁹, o Ani Ivanović da je “sportistkinja sa najlepšim telom”⁹⁰ itd.

Iako se sportom bavi više žena nego ikad pre, a ljubitelji sporta postaju sve više zainteresovani za ženski sport, mnogi kritičari tvrde da je ženski sport dosadan i da nije ni približno tako uzbudljiv kao muški. Ženski se sportovi takođe smatraju manje dinamičnima i

⁸⁸ <https://www.prva.rs/vesti/sport/97741/rukometna-akademija-andrea-lekic-od-19-juna-u-rumi>, preuzeto dana: 20.08.2019.

⁸⁹ <https://www.kurir.rs/sport/tenis/2879029/foto>, preuzeto dana: 20.08.2019.

⁹⁰ <http://www.rts.rs/page/sport/sr/story/38/tenis/23632/-ana-ivanovic-sportistkinja-s-najlepsim-telom.html>, preuzeto dana: 20.08.2019.

sporijima od muških sportova. Ženski sport se prati vrlo malo, uglavnom samo onda kada je na televiziji, a on je na televiziji daleko slabije zastupljen od muškog sporta.⁹¹

Iako su na Olimpijskim igrama muški i ženski sportovi jednako zastupljeni, mediji i ovde diskriminišu ženski sport u odnosu na muški. Sportistkinje za svoj uspeh dobiju mnogo manje minuta u udarnim televizijskim terminima, dok sportisti imaju tri puta više vremena. Takav neprimeren tretman sportistkinja u medijima nesumnjivo je odgovoran za nedostatak interesa za ženski sport među navijačima i jača opšte negativne stavove javnosti prema ženama. Sportski fanovi nisu zainteresovani za ženske sportove jer su oni medijski pokriveni znatno manje od muških sportova, što znači da su manje važni i manje zanimljivi.

Na Olimpijskim igrama u Londonu učestvovala su i sportistkinje Srbije. One su osvojile 2 medalje, zlatnu Milica Mandić u tekvondou, i srebrnu Ivana Maksimović u streljaštvu. Prosek godina 36 srpskih olimpijki je 26,53 godina. Na Igrama u Londonu, Srbija se u jednom parametru nalazi na prvom mestu – mi smo, sa 115 sportista, u proseku, bili najviša reprezentacija, 1,86 m, dok je najniža – Japan, sa prosekom od 1,70 m.

MOK je stalno povećavao broj ženskih olimpijskih sportova, tako da je u Londonu po ovom pitanju stavljena tačka, pošto je i poslednji sport dobio žensku konkurenciju, a to je boks. Zato su Igre u Londonu - istorijske. U Londonu se takmičilo 4 hiljade 847 žena, što je ukupno 44 % ukupnog broja učesnika, najviše do sada. U Peking u ih je bilo 42%.⁹²

Žak Rog je rekao da su ove Olimpijske igre obeležile žene svojim rekordima, veštinama, neverovatnim dostignućima i da su one bile u “centru pažnje“, ali je izjavio da je obeshrabren činjenicom zbog disbalansa između broja sportistkinja na Igrama i broja žena koje su na rukovodećem položaju u olimpijskim sportovima, počev od klubova, kao osnovnih jedinica, pa do nacionalnih saveza i olimpijskih komiteta.

Rog je i poručio da ova kvota neće rešiti problem rodne nejednakosti u sportu, ali je u vidu preporuke svakom nacionalnom komitetu jasno ukazao da kvote moraju biti u kombinaciji sa naporima, da se do istih mogućnosti za bavljenje sportom oba pola, dođe kroz sistemske društvene promene.

Zahvaljujući modernim tehnologijama: internet, mobilni telefoni, TV slika i generalno, svim društvenim medijima, priče i slike sportistkinja iz Londona brzo su stizale u sve krajeve sveta, pa i one najnerazvijenije i najzabačenije, gde žene imaju niži društveni status. Važno je što su te žene videle da se pobede i trijumfi sportistkinja slave, da se žene sa cele planete slobodno

⁹¹ Đukić M. (2018). Žene i sport, IK Prometej, Beograd, str.27.

⁹² Pantović, S. (2014), Žene, sport i mediji – prva analiza takve vrste u Srbiji. dostupno na: <https://www.facebook.com/notes/snezana-pantovic/%C5%BEene-sport-mediji-prva-analiza-takve-vrste-u-srbij/10204318201170845/>

takmiče, pobeđuju, osvajaju medalje, nacije se raduju njihovim uspesima... I to je sjajna poruka da i one možda pokušaju da ostvare svoje snove.

Osnivač modernih Olimpijskih igara, baron Pjer de Kuberten sigurno nije imao baš u vidu ovakavu ekspanziju ženskog sporta. On je, naime, smatrao da bi, citiram "Olimpijada bila spora, nepraktična, nezanimljiva kada bi se na njoj takmičile i žene, a njihova uloga je da aplaudiraju akcijama svojih muškaraca" govorio je tada De Kuberten. Saudijci su bili poslednji bastion Kubertenove vizije takmičara na Olimpijskim igrama, od Londona je sve drugačije.

Pažnja koju su žene dobile na Olimpijskim igrama u britanskoj prestonici može biti odličan početak za promenu načina pogleda na ženski sport.⁹³

Najvažniji klasični medij u Srbiji jesu novine. Novine na malom i lako umnoživom formatu pružaju obilje različitih informacija. *Sportski žurnal* i *Sport 24* su dnevni listovi u Srbiji koji pružaju informacije o dešavanjima iz svih sportova, kako kod nas tako i u svetu. Pored toga se u svim dnevnim novinama nalaze sportske strane obogaćene sportskim vestima i aktuelnim temama. Međutim, sa razvojem elektronskih medija, broj čitalaca štampanih medija je u stalnom opadanju. Veliki broj informacija, pa i novina, je dostupno na internetu i potpuno je besplatan.⁹⁴

Radio je jedan od najrasprostranjenijih masovnih medija kako u svetu tako i kod nas. Radio slušaju milioni ljudi. Na radiju se mogu čuti najave, prenosi ili izveštaji sa sportskih utakmica. Uloga radija u prenosu sportskih utakmica je bila mnogo značajnija pre pojave TV prenosa. Sada je i broj sportskih radio emisija smanjen, samo neke radio stanice prenose utakmice uživo, što ranije nije bio slučaj. Sportske vesti na radio stanicama je u blagom opadanju. Ili ih uopšte nema ili su kratke minutaže.

Televizija je najrasprostranjeniji vid masovne komunikacije i vodeći medij za izveštavanje o sportu. Televizija omogućava izveštavanje uživo i presudan je faktor za pretvaranje sporta u profitabilnu ekonomsku i društvenu delatnost. U Srbiji postoji 6 televizija sa nacionalnom frekvencijom. TV Pink sportske sadržaje prikazuje jedino u jutranjem programu i nacionalnom dnevniku (2 puta dnevno po maksimum 2 minuta). Jako malo je sportskih sadržaja dostupno u TV programu ove televizije i u toku održavanja sportskih takmičenja i raznih bitnih mečeva često ih ne prenosi uživo. Televizija O₂, sportske sadržaje prikazuje emitovanjem emisije pod nazivom *O2 Sportski pregled* i to dva puta dnevno po 15minuta, 5 puta sedmično. Na televiziji O₂ su česti prenosi uživo važnih sportskih događaja. Radio-televizija Srbije (RTS 1

⁹³ Pantović, S. (2014), Žene, sport i mediji – prva analiza takve vrste u Srbiji. dostupno na: <https://www.facebook.com/notes/snezana-pantovic/%C5%BEene-sport-mediji-prva-analiza-takve-vrste-u-srbij/10204318201170845/>

⁹⁴ Radenović, S. (2014). Sport i društvo – Sociologija sa sociologijom sporta. Sociologija sporta, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd.str. 198-190.

i RTS 2) sportske sadržaje prikazuje jedino u vestima (3 puta dnevno po maksimum 2 min). Na ovoj televiziji se uživo prenose važni sportski događaji uz često gostovanje sportskih komentatora i ljudi koji su kompetentni da diskutuju o istom. TV Prva sportske sadržaje prikazuje jedino u Vestima (jednom dnevno po maksimum 2 minuta). Jako malo je sportskih sadržaja dostupno u TV programu ove televizije i u toku održavanja sportskih takmičenja i raznih bitnih mečeva retko kad ih prenosi uživo. Televizija Happy sportske sadržaje prikazuje jedino u vestima (3-4 puta dnevno po maksimum 1 minut). Jako malo je sportskih sadržaja dostupno u TV programu ove televizije i u toku održavanja sportskih takmičenja i raznih bitnih mečeva često ih ne prenosi uživo.

Ljubitelji ženskog sporta će informacije najčešće i najpre naći na internetu, portalima dnevnih novina i sportskim sajtovima. Internet se koristi još i za pregled ili preslušavanje prenosa utakmice, za edukaciju (sportski blogovi, edukativni sajtovi), za sportsko kladjenje (online kladionice), razmenu podataka, komunikaciju itd.

Povećanjem medijske, posebno televizijske pokrivenosti ženskog sporta, povećalo bi se zanimanje za njega i samim tim smanjile predrasude prema ženskom sportu i sportistkinjama. Veća pokrivenost dala bi ženskom sportu na važnosti, a istovremeno bi se povećala i gledanost ženskog sporta. To bi, pak, moglo dovesti do većeg uvažavanja sportistkinja i ženskog sporta, kao i promeni negativnih stavova prema ženama u sportu.

Iako se medijima ne može nametnuti količina i način pokrivanja ženskog sporta u njihovim programima i na njihovim platformama, primeri iz sveta pokazuju da je negativne trendove ipak moguće preokrenuti i učiniti ženski sport atraktivnijim gledateljima i navijačima. Pri tome se i sitnim koracima može doći do značajnih rezultata i pomaka.

Medijima se nude tri politike kojima bi se u razdoblju od pet godina mogao postići napredak u praćenju ženskog sporta i sportistkinja prvenstveno na televiziji:⁹⁵

- 1) Povećati udeo ženskog sporta u vestima, sportskim emisijama i prenosima sa sadašnjih 2 - 6 % na 11 - 18 %;
- 2) Prezentovati ženski sport na jednak način na koji se prezentuje muški. To se odnosi i na tehnički kvalitet – veći broj video snimaka, grafike, muzike i intervjui – i na kvalitetniju verbalnu prezentaciju od strane sportskih komentatora i analitičara koja podrazumeva i više entuzijazma i prilikom izveštavanja o ženskom sportu, kao što je to prilikom praćenja muškog sporta;

⁹⁵ Cooky C., Messner, M. A i Musto M. (2015). „It’s Dude Time!’’: A Quarter Century of Excluding Women’s Sports in Televised News and Highlight Shows. *Communication & Sport* 3, 281.

- 3) Zapošljavati i angažovati obrazovane sportske urednike, komentatore i analitičare koji su voljni i spremni prihvatiti navedeno u stavkama 1 i 2 i koje zanima ženski sport.

Američka novinarka i komičarka Lindy West svoja je razmišljanja o praćenju ženskog sporta u medijima izrazila u nekoliko tačaka:⁹⁶

- 1) Pišite i govorite o sportistkinjama onako kako pišete o sportistima, ne spominjući nepotrebno njihov pol. Pišite o polu onda kada je to relevantno, kada je reč o rodnoj diskriminaciji – na primer o razlici u zaradama u sportu;
- 2) Nemojte trošiti više vremena raspravljajući o šminki, frizurama, garderobi, bračnom statusu i dobi sportistkinja, nego trošite vreme više na analizu njihovih sportskih podviga, snagu i veštinu koju su pritom iskazale;
- 3) Nemojte spominjati sportistkinje u kontekstu muškaraca koje poznaju, s kojima rade ili s kojima su u vezi;
- 4) Sportisti su sportisti. Ako vam je stalo do sporta, pišite o sportu. Ako vam je stalo do ravnopravnosti polova, pišite o sportu.

4.3. Zastupljenost ženskih sportova u medijima u Republici Srbiji

4.3.1. Analiza prisutnosti ženskog sporta na nacionalnim televizijama u Republici Srbiji

Za potrebe pisanja ovog rada sprovedeno je istraživanje zastupljenosti ženskog sporta i sportistkinja u medijima u Republici Srbiji.

U cilju analize prisutnosti sportistkinja na nacionalnim televizijama u Republici Srbiji praćene su sportske vesti i ostala sportska dešavanja.

U Srbiji postoji 6 televizija sa nacionalnom frekvencijom. U periodu od 01.05.2019. do 10.07.2019. godine su praćene sportske vesti 6 televizija sa nacionalnom frekvencijom i to, TV Pink, O₂ TV, RTS 1, RTS 2, Prva TV i TV Happy. Najčešće spominjane sportistkinje su: Olivera Jevtić, Milica Dabović, Marina Maljković, Zorka Stojanović, Ivana Španović, Tijana Bošković, Maja Ognjenović, Silvija Popović i Jelena Bruks.

Sportski sadržaji su prikupljeni gledanjem 6 televizija, u različito vreme, i to:

- 1) sa TV Pink gledanjem Nacionalnog dnevnika;

⁹⁶ Prema: Štakić Đ. (2001). Sociologija sporta, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Beograd.

- 2) sa O₂ TV su prikupljeni gledanjem sportske emisije *O2 Sportski pregled* svakog radnog dana;
- 3) sa RTS 1 i RTS 2 su prikupljeni gledanjem Vesti u popodnevnom terminu;
- 4) sa TV Prve su prikupljeni gledanjem Vesti;
- 5) sa TV Happy su prikupljeni gledanjem Vesti.

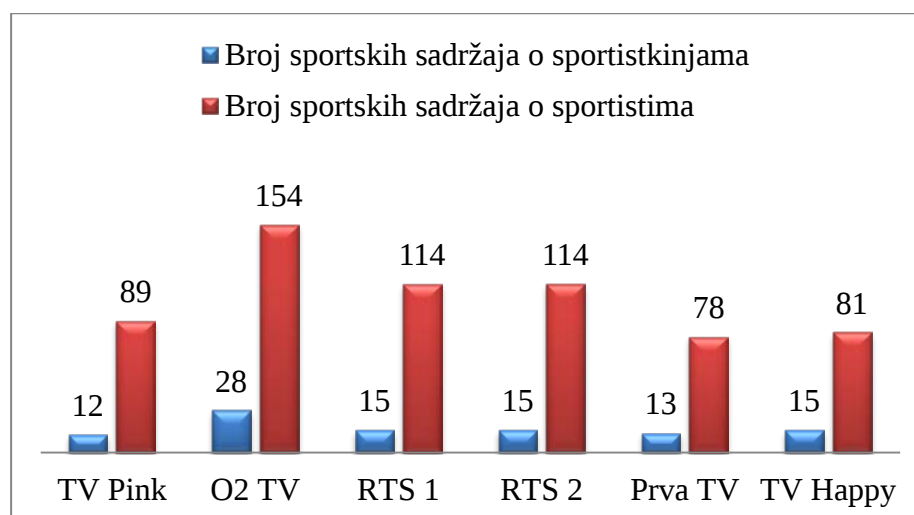
Rezultati analize sportskih sadržaja su prikazani u tabeli 1.

Tabela 1. Broj emitovanja sportskih sadržaja na televizijama sa nacionalnom frekvencijom, prema polu

Redni broj	Televizija	Broj sportskih sadržaja o sportistkinjama	Broj sportskih sadržaja o sportistima	Ukupno
1.	TV Pink	12	89	101
2.	O ₂ TV	28	154	182
3.	RTS 1	15	114	129
4.	RTS 2	15	114	129
5.	Prva TV	13	78	91
6.	TV Happy	15	81	96
Ukupno		98	630	728

Kao što vidimo u tabeli 1., na osnovu analiziranih sportskih sadržaja prikazanih na pomenutim televizijama, 6.42 puta je više sportskih sadržaja emitovano o sportistima na televizijama. Samo 98 sportskih sadržaja je emitovano o sportistkinjama, a čak 630 o sportistima.

Na osnovu dobijenih rezultata, prikazanih tabelom 1 možemo uraditi komparativnu analizu broja sportskih sadržaja emitovanih o sportistkinjama i sportistima na nacionalnim televizijama. U cilju lakšeg poređenja rezultati su prikazani grafički na grafiku 1.



Grafik 1. Grafički prikaz predstavljanja sportista i sportistkinja na televizijama u Srbiji

Posmatranjem grafika 1. primetna je razlika u broju emitovanih sadržaja o sportistkinjama na O2 TV u odnosu na broj emitovanih sportskih sadržaja na ostalim

posmatranim televizijama. Duplo veći broj sportskih sadržaja o sportistkinjama je emitovano na ovoj televiziji. Sportska emisija u programskoj šemi televizije O2 je u velikoj meri doprinela tome. O2 TV je jedina od svih posmatranih televizija koja u svojoj programskoj šemi sadrži sportsku emisiju koja se prikazuje 5 radnih dana u popodnevnom terminu.

4.3.2. Analiza prisutnosti sportistkinja na sajtovima dnevnih novina u Republici Srbiji

Za potrebe ovog rada rađeno je istraživanje o prisutnosti sportistkinja na sajtovima dnevnih novina u Republici Srbiji.

U cilju analize prisutnosti sportistkinja na sajtovima dnevnih novina u Republici Srbiji: Blic, Večernje novosti, Kurir, Sportski žurnal, praćene su sportske vesti iz rubrike *Sport*.

Za analizu su prikupljene sve sportske vesti koje su objavljene na sajtovima pomenutih dnevnih novina u periodu od 01.05.2019. do 10.07.2019. godine. Najčešće spominjane sportistkinje su Ana Ivanović, Aleksandra Tomić, Ivana Španović, Ivana Stojanović, Ivana Maksimović, Milica Mandić, Milica Dabović, Tijana Malešević, Sanja Vukašinović i Jelena Janković.

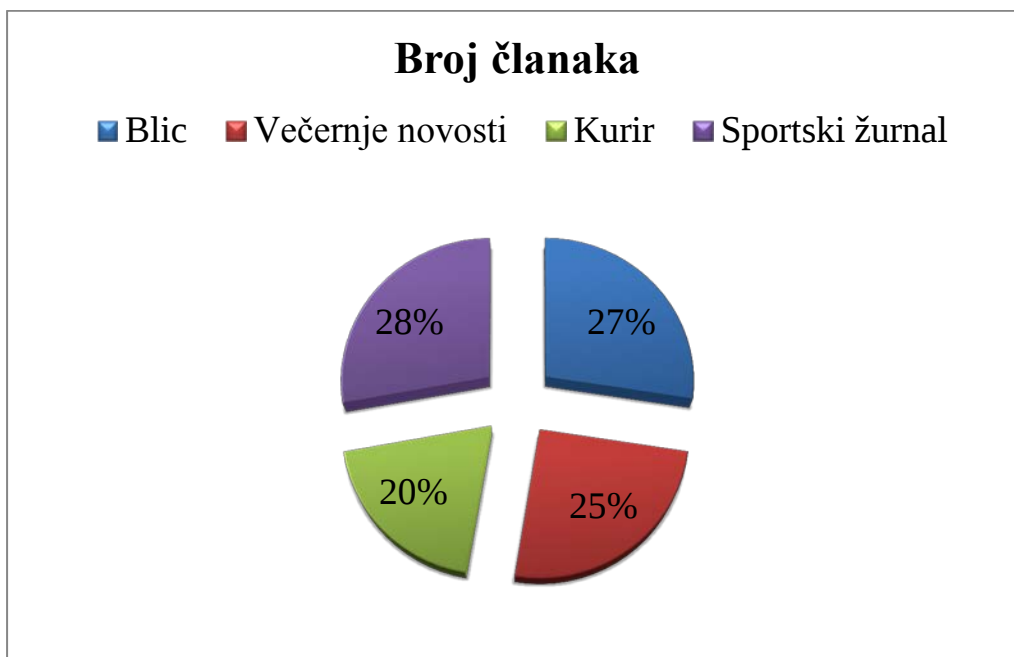
Rezultati analize sportskih sadržaja su prikazani u tabeli 2.

Tabela 2. Broj članaka u sportskim vestima na sajtovima četiri najčitanijih dnevnih novina u Srbiji, prema polu

Redni broj	Ime dnevnih novina	Broj članaka o sportistkinjama	Broj članaka o sportistima	Ukupno
1.	Blic	214	678	872
2.	Večernje novosti	189	512	701
3.	Kurir	123	368	491
4.	Sportski žurnal	219	732	951
Ukupno		745	2290	3035

Kao što vidimo u tabeli 2., na osnovu analiziranih sportskih sadržaja, 3.07 puta je više članaka objavljeno o sportistima. Samo 745 članaka je objavljeno o sportistkinjama.

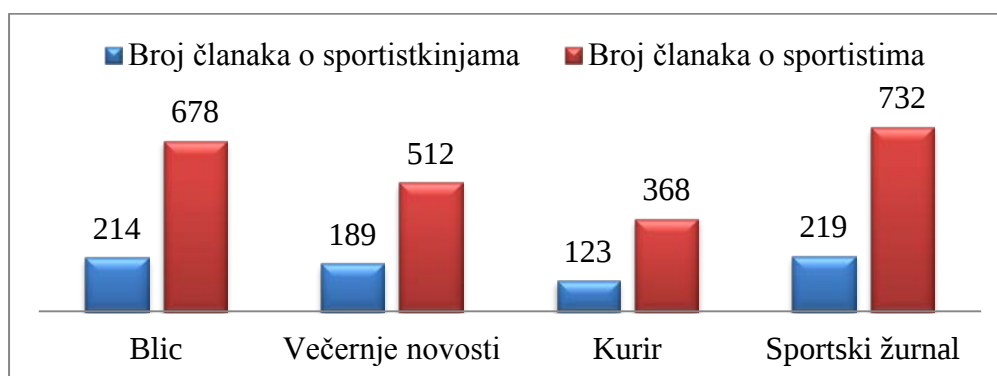
Na osnovu dobijenih rezultata, prikazanih tabelom 2. možemo uraditi komparativnu analizu sportskih vesti o sportistkinjama i sportistima. U cilju lakšeg poređenja rezultati su prikazani grafičkim grafiku 2.



Grafik 2. Procentualni prikaz broja članaka u kojima su spominjane sportistkinje, na sajtovima četiri najčitanijih dnevnih novina u Srbiji

Kao što možemo videti na grafiku 2. najveći broj članaka o srpskim sportistkinjama je objavljeno na sajtu dnevnih novina Sportski žurnal (28%), zatim na sajtu Blica (27%), Večernjih novosti (25%) i najmanje je članaka o srpskim sportistkinjama objavljeno na sajtu dnevnih novina Kurir (20%).

Na osnovu dobijenih rezultata, prikazanih tabelom 2. možemo uraditi komparativnu analizu sportskih vesti o sportistkinjama i sportistima. U cilju lakšeg poređenja rezultati su prikazani grafički na grafiku 3.



Grafik 3. Broj sportskih članaka na sajtovima četiri najčitanijih dnevnih novina u Srbiji, prema polu

Kao što se može primetiti, na grafiku 3. mnogo je veći broj sportskih članaka objavljeno o sportistima. Ukupan broj sportskih članaka objavljenih na sajtu dnevnih novina Blic, u periodu od 01.05.2019. do 10.07.2019. godine je 892, samo 214 članaka o sportistkinjama i čak 678 o sportistima. I kod ostalih sajtova dnevnih novina (Večernje novosti, Kurir i Sportski žurnal) je velika razlika u broju objavljenih sportskih članaka o sportistima i sportistkinjama.

ZAKLJUČAK

Savremeno društvo karakteriše masovna industrijska proizvodnja i pojava nove forme komunikacije - oglašavanje kroz masovne medije. Razvojem masovnih medija u globalnom društvu, njihova uloga i uticaj u svetu sporta je sve veća. Oni postaju ne samo izvor informacija, već utiču i na kreiranje životnih i kulturnih stilova i stavova pojedinca.

U današnje vreme uticaj elektronskih i novih medija je sve veći. Masovni mediji utiču i na razvoj marketinga, porast potrošnje, kao i na javno mnjenje. Uspon masovnih medija doveo je do popularizacije sporta svetskih razmera. Sportske vesti i sadržaji se najviše prate preko televizije, ali i interneta, mobilnih aplikacija, društvenih mreža i specijalizovanih sportskih programa. Masovni mediji imaju izuzetnu psihološku, propagandnu i tehnološku moć, i zajedno sa sportom šire svoj uticaj na globalnom planu. Mediji postaju svetski stadion savremenog sporta. Nesumnjivo je da postoji međuzavisnost i uslovljenost između sporta i masovnih komunikacija. Klubovi širom sveta, shvatajući njihov značaj, sve veću pažnju posvećuju izgradnji kvalitetnih odnosa sa medijima. Masovni mediji sportu obezbeđuju novac i propagandu, a sport medijima širi auditorijum. Pritom, masovni mediji stvaraju sportske i TV idole koje promovišu. Dakle, mediji imaju i širu društvenu ulogu, promovišući sport koji postaje jedan od značajnijih faktora zbližavanja ljudi i jačanja međunarodne saradnje.

Ljudi na različite načine postaju svesni značaja sporta kao jednog dela društvene stvarnosti, a informacije u tom pogledu igraju značajnu ulogu. Danas se uzima kao relevantan uticaj medijskog sistema na razvoj i kreiranje društvene svesti. Sport postaje institucionalizovan, čime dobija politički i ekonomski značaj. Samo vrhunski i profesionalni sport, sa popularnošću na globalnom nivou, je tržišno konkurentan i profitabilan. Kao takav, sport donosi mogućnost ostvarivanja velikih zarada i predstavlja deo interesne sfere globalnih svetskih medija. Vrhunski sport, osim što pruža vrhunske rezultate, kvalitetna takmičenja i zabavu, postao je deo interesovanja svetske javnosti. Utakmice svetskih prvenstava u fudbalu, kao i najinteresantnija takmičenja na OI prati gotovo polovina svetske populacije. Zato ne čudi zainteresovanost TV kuća da prenose svetske mega događaje, dajući time doprinos povećanju sportskog gledališta.

Sport je, od nekadašnje igre i zabave, postao deo velike svetske industrije. Sport su nekada finansirali sami učesnici, zatim gledaoci, a u današnje vreme prihodi od prodaje komercijalnih i TV prava su toliko veliki da je sport postao jedan od najvećih svetskih biznisa. Sa masovnim sportskim izveštavanjem, prenosom sportskih utakmica i njihovom analizom, rastao je i značaj sporta u društvu. Sport pripada najbrže rastućim privrednim granama u svetu i

čini 3% ukupne svetske ekonomske aktivnosti. Imajući u vidu uticaj koji masovni mediji imaju na svetsku populaciju, popularnost sporta će rasti dok god postoji njihov međusoban interes za obrt kapitala. Obim i masovnost razmene informacija o sportu poprimio je globalistički karakter, što nesumnjivo ima dalekosežan uticaj na popularnost sporta u svetu.

Analizom medijskih sadržaja, u medijima u Srbiji se pokazalo da se sportistkinjama poklanja manje medijske pažnje nego sportistima. To potvrđuje činjenica da je, u periodu posmatranja sportskih sadržaja u odabranim medijima, manje od trećine ukupnih tekstova koji su se bavili sportom bilo posvećeno ženama. Vesti o ženskom sportu se retko nalaze na naslovnim stranama, o sportistkinjama se izveštava faktografski, bez analize i komentara, dok su na više od polovine fotografija sportistkinje pasivne, poziraju. Sportistkinje, bez obzira na uspehe i medalje, retko dobijaju priliku da iznesu svoje mišljenje, one su u većini tekstova (više od 80% analiziranih tekstova) samo objekat o kojem govore treneri i selektori. Rodno senzitivni jezik se upotrebljava nedosledno. Dakle, o sportistkinjama se izveštava površno, statistički, žanrovski, jednolično, te se može konstatovati da u potpunosti izostaje svest medija o dužnosti, kada je reč o javnom servisu i posebnoj zakonskoj obavezi, da pruže jednaku medijsku pažnju i ženama i muškarcima u sportu.

LITERATURA

1. Dači, Dž., (2012). Televizija, reprezentacija, rod. Treći program. br.11/2012.
2. Dulijanoti R. (2008). Sport- Krićka sociologija, Klio.
3. Đukić M. (2018). Źene i sport, IK Prometej, Beograd.
4. Źalt L. (2000), Mediji i nasilje u sportu, Novi Sad.
5. Zakon o javnom informisanju i medijima, Sl. glasnik RS, br. 12/2016.
6. Zakon o radiodifuziji, Sl. glasnik RS, br. 86/2006.
7. Zakon o oglašavanju, Sl. glasnik RS", br. 6/2016.
8. Ignjatović, T. (2008) Sugestije za medijsko izveštavanje. u: Vodić za novinare/ novinarke - nasilje u porodici, Beograd: Autonomni Źenski centar.
9. Juhas, I. (2016). Źena i sport, Fakultet sporta i fizićkog vaspitanja, Beograd.
10. Koković, D. (2004). Sport i mediji, Fakultet za usluŹni biznis, Novi Sad.
11. Koković, D. (2007). Društvo i medijski izazovi – uvod u sociologiju masovnih komunikacija, Novinarska biblioteka Novi Sad.
12. Konović D. (1990), Doba nasilja i sporta, Novi Sad.
13. Kostić, P. (1953). Źena i sport, Kolarćev narodni univerzitet, Beograd.
14. Krsmanović V. (2006). Sociologija sporta, Fakultet za menadŹment u sportu, Beograd.
15. Kodeks novinara Srbije, (2015). Savet za štampu, Beograd.
16. Medved, M. (1992). Hollywood vs America. London: Harper Collins.
17. Nacionalna strategija za poboljšanje poloŹaja Źena i unapređivanje rodne ravnopravnosti, Sl. glasnik RS, br. 15/2009.
18. Nacionalna strategija za sprećavanje i suzbijanje nasilja nad Źenama u porodici i u partnerskim odnosima, Sl. glasnik RS, br. 027/2011.
19. Radenović, S. (2014). Sport i društvo – Sociologija sa sociologijom sporta. Sociologija sporta, Fakultet sporta i fizićkog vaspitanja, Beograd.
20. Slavković M.,Đorđević S. (2010). „Na putu prevencije nasilja na sportskim priredbama: predlog regionalnog okvira za saradnju“, Beogradski centar za bezbednosnu politiku, Beograd.
21. Sajt dnevnih novina „Blic“, sportske vesti od 01.05.2019. do 10.07.2019.
22. Sajt dnevnih novina „Većernje novosti“,sportske vesti od 1.5.2019. do 10.7.2019.

- ### Internet izvori:

- 48

- [D0%B0%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BE%D0%B4%20D0%BE%D0%B4%202014.%20%D0%B4%D0%BE%202018.%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B5.pdf](#)
38. Teniski Savez Srbije, <http://www.teniskisavez.com/>, preuzeto dana: 05.07.2019.
 39. <http://www.tas.org.rs/wp-content/uploads/2014/12/Adresar-update-03.07.2019.pdf> preuzeto dana: 20.08.2019.
 40. <https://srbin.info/drustvo/humanost/%D1%98%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B0-%D1%98%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%9B%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%B0%D0%BB%D0%B0-10-000-%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%B0%D1%80%D0%B0-%D0%B4%D0%B5%D1%87/?lang=lat> preuzeto dana: 20.08.2019.
 41. <https://sr.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%98%D0%B0:%D0%A1%D1%80%D0%BF%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B0%D1%82%D0%BB%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B0%D1%80%D0%B8> preuzeto dana: 20.08.2019.
 42. <http://sportklub.rs/Blog/Blog-ostalo/a221171-Ko-je-Nadjina-naslednica-kakav-je-Veljcin-novi-pocetak.html> preuzeto dana: 20.08.2019.
 43. <http://www.rts.rs/page/sport/sr/story/37/kosarka/2151276/skola-kosarke-za-devojce-kod-marine-maljkovic.html> preuzeto dana: 20.08.2019.
 44. https://www.b92.net/sport/odbojka/vesti.php?yyyy=2019&mm=08&dd=27&nav_id=1582822, preuzeto dana: 20.08.2019.
 45. <https://www.blic.rs/zabava/vesti/cestitamo-jovana-brakocevic-postala-majka/fptpcty>, preuzeto dana: 20.08.2019.
 46. <https://www.blic.rs/zabava/seksi-srpska-sportistkinja-je-napustila-srbiju-zbog-12-godina-starijeg-italijana-a/4zw6w9p>, preuzeto dana: 20.08.2019.
 47. <https://www.prva.rs/vesti/sport/97741/rukometna-akademija-andrea-lekic-od-19-juna-u-rumi>, preuzeto dana: 20.08.2019.
 48. <https://www.kurir.rs/sport/tenis/2879029/foto>, preuzeto dana: 20.08.2019.
 49. <http://www.rts.rs/page/sport/sr/story/38/tenis/23632/-ana-ivanovic-sportistkinja-s-najlepsim-telom.html>, preuzeto dana: 20.08.2019.