

**УНИВЕРЗИТЕТ СИНГИДУНУМ
БЕОГРАД
ДЕПАРТМАН ЗА ПОСЛЕДИПЛОМСКЕ СТУДИЈЕ**

МАГИСТАРСКИ РАД

**УТИЦАЈ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ И ГЛОБАЛИЗМА
НА СПОРТСКЕ ДОГАЂАЈЕ**

Ментор:

Проф. др Милан И. Миљевић

Кандидат:

Владанка Војводић Милетић

Бр. индекса 26/2004

Београд, 2015.

САДРЖАЈ

Увод.....	3
 <i>ПРВА ГЛАВА</i>	
<i>ТЕОРИЈСКО–МЕТОДОЛОШКА ПОЛАЗИШТА.....</i>	<i>5</i>
1.1. Проблем истраживања	6
1.2. Предмет истраживања	8
1.3. Циљ истраживања	10
1.4. Просторно–временски оквир истраживања	10
1.5. Методе и технике истраживања.....	10
1.6. Хипотетички оквир истраживања	12
1.7. Анализа појмова и појмовна анализа.....	13
1.7.1. Глобализација и глобализам	13
1.7.2. Појмови идеологија и идеолошка хегемонија	
Глобализам као тежња ка глобалној идеолошкој хегемонији	16
1.7.3. Спортски догађај.....	18
1.7.3.1. Спорт.....	18
1.7.3.2. Догађај.....	21
 <i>ДРУГА ГЛАВА</i>	
<i>ИСТОРИЈСКИ ОСВРТ НА СПОРТСКЕ ДОГАЂАЈЕ.....</i>	<i>24</i>
2.1. Подела светско–историјског процеса	25
2.2. Спортски догађај код старих Хелена.....	26
2.2.1. Прве Олимпијске свечаности	26
2.2.2. Развој и промена полиса.....	29
2.2.3. Пети и четврти век старе ере	31
2.2.4. Владавина Македонаца, Александар Трећи, крај Античке Грчке	33
2.3. Спортски догађаји у Западном римском царству	34
2.4. Спортски догађаји у Источном Римском царству	37

2.5. Спорт и такмичења у средњевековној Западној Европи.....	39
2.6. Спорт у Европи у новом веку	42
2.7. Резиме.....	45

ТРЕЋА ГЛАВА

САВРЕМЕНИ СПОРТСКИ ДОГАЂАЈ У ТУРИСТИЧКОЈ ПОНУДИ

3.1. Уводне напомене	48
3.2. Формирање међународних организација у области спорта	49
3.3. Почети међународног туризма и „обновљене“ Олимпијске игре	51
3.4. Теорија елита и појам елита моћи. Глобална елита моћи.....	54
3.5. Међународни Олимпијски комитет	60
3.6. Спонзори као битан субјект спортских догађаја	66
3.7. Медији и спортски догађај	73
3.7.1. Медији и њихова улога у глобализацији спорта.....	73
3.7.2. Економска димензија улоге медија у спортском догађају.....	74
3.7.3. Медији, туризам и спортски догађај	83
3.7.4. Политика, манипулација, медији и спортски догађај.....	85
3.7.5. Медији, религија и спортски догађај	92
3.7.6. Медији, профит, идеологија и њихов сусрет у спортском спектаклу	96
Закључна разматрања.....	100
Литература	105

Увод

Емпиријски налази указују на то да су спортски догађаји најважнији догађаји данашњице. Олимпијске игре, светска кошаркашка и фудбалска првенства, Универзијада, атлетски митинзи, тениски турнири и друга такмичења окупљају милионе на стадионима и испред телевизијских екрана.

Теоријска разматрања наглашавају значај спортских догађаја за туристичку дестинацију (град/државу). Истичу се економске, политичке и социо–културне предности организовања спортских дешавања, посебно великих, али често те предности нису јасно образложене. Такође, само мали број истраживања указује на то ко, у крајњој линији, и на који начин добија корист од организовања спортских догађаја. Са друге стране, сведоци смо тога да учесници спортских догађаја, спортисти, али и публика (која обухвата најширу друштвену заједницу) постају инструменти „виших“ интереса. Инструментализација људи се често правда објективним околностима времена у којем живимо. Намерно или не, заборавља се да иза сваке економске, политичке или друге одлуке стоје људи и да се свака одлука тиче човека.

Свет је данас повезан на свим нивоима. Глобалној повезаности доприносе, како објективни фактори (на пример, технолошки развој), тако и субјективни (на пример, интереси економских политичких и војних елита моћи појединих земаља). Све појаве и процеси добијају придев глобални. И спорт је постао глобални феномен. Наравно, заслуге за то се могу приписати људској тежњи за сусретом и разменом, али онда се поставља питање да ли ту тежњу одређени субјекти злоупотребљавају.

Једна од кључних речи, у радовима који се баве изучавањем глобалних појава, је глобализација. Ни после пола stoleћа откако се ова реч појавила и вртоглавом брзином ушла у речник науке, не постоји договор у, наводно никад повезанијем, свету око њеног значења. Ипак, неоспорно је да глобализација није нова појава јер су токови глобалних повезивања постојали одувек. Нов је облик који она задобија у данашњим временима. Глобализам се, с друге стране, тиче управљања процесом глобализације и управљањем људским организацијама у глобализацијским токовима.

Посматрајући спортске догађаје просторно, у времену данас, уочава се да не постоје суштинске разлике око организације спортског догађаја било где на свету. Уколико се пак спортски догађај посматра историјски, између форме, карактера и посебно начина управљања спортским догађајем постоје и разлике и сличности. Те разлике и сличности нам говоре о друштвеним околностима у оквиру којих се спортски догађаји одвијају. Говоре, дакле, не само о развоју спорта и спортских активности, већ и о променама и развоју људског друштва.

Управљање спортским догађајем и иначе је пролазило и пролази кроз три фазе (облика): асоцијативну, територијалну и функционалну. У асоцијативним облицима управљања људи се удружују у групе ради остваривања заједничких интереса и решавања противречности, сукоба и избегавања ризика. Припадност тим групама је одређено неком заједничком особином која је сама довољна да обезбеди чврсте везе неопходне за заједничку акцију. Личне везе са асоцијацијом играју најзначајнију улогу – није важно шта неко ради, већ коју улогу има у асоцијацији. Територијални облик управљања значи да заједничке активности у остваривању заједничких интереса и превазилажења противречности и ризика имају територијално обележје, а кохезија се остварује политичком влашћу (државом). Функционална фаза настаје са појавом индустријског друштва и капитализма којима територијални оквири представљају ограничења. Субјекти друштвених делатности се организују независно од територије, а међусобно повезивање и кохезија се остварује према функцији коју обављају. Функција је циљ и средство. У структурама које данас управљају организацијом спортског догађаја уочавају се сва три облика управљања. При том пресудну улогу имају затворени асоцијативни системи који чине глобалну елиту моћи. Говорити о глобализму значи у великој мери говорити о тој глобалној елити моћи која значајно одређује начине организације спортског догађаја, његов карактер и функцију коју има. Основни кохезиони фактор унутар те групе представља профит уз помоћ ког она тежи да оствари доминацију у глобалним размерама.

Основни задатак рада да је да утврди како глобализација, као историјски процес утиче на промену и развој спортских догађаја, те да се одреде улога и утицај појединих центара моћи који остварују кроз чланство или контролу међународних спортских организација, кроз спонзорство и медијску презентацију догађаја.

ПРВА ГЛАВА

ТЕОРИЈСКО–МЕТОДОЛОШКА ПОЛАЗИШТА

1.1. Проблем истраживања

Проблем нашег истраживање јесте спорт. Спорт је врло важан у животу савременог човека. Но у вези са спортом поставља се много питања која откривају читав низ противречности са којима се сусрећемо као практиканти, љубитељи или истраживачи спорта.

Физичке активности и различита такмичења у физичким вештинама нису одлика само нашег времена. Да ли је спорт каквог га данас познајемо и практикујемо производ савремених околности (економских, политичких, цивилизацијских итд.) или се он заснива на неким, у времену и простору универзалним људским потребама и особинама. Које су и какве су, ако их има, те 'универзалне спортске вредности' које у различитим друштвима траже начин да се испоље? Олимпијски покрет, на пример, промовише едукацију, културну размену¹, пријатељство и солидарност, као и једнакост за све. Како је онда могуће да се Олимпијске игре понекад бојкотују, да се спортисти кажњавају кад захтевају једнакост, да се санкционишу због политичких нерешених питања и то само кад одређеним структурама одговара? Српским спортистима је у последњој деценији прошлог века забрањивано учествовање на међународним такмичењима из политичких разлога, а данас се у име немешања политике у спорт и ради наводне заштите интереса спортиста признају спортске организације и дозвољава учешће спортиста под заставом самопроглашене државе Косова, коју признају оне земље које су издејствовале и примениле санкције над српским спортистима. Примењују се двоструки аршини. Поставља се питање коме заиста служе међународне спортске организације? Да ли су оне заиста међународне? Да ли су условима глобалне повезаности пронађени начини организовања спортских догађаја који одговарају свим учесницима², или су поједини учесници наметнули оне начине који више одговарају њиховим интересима.

¹ Овде се намеће додатно питање – ако постоји културна размена да ли она треба да води универзализацији културе или размени искустава које ће у локалним размерама доприносити бољитку.

² Термин учесници користимо са двоструким значењем. Један се односи на учеснике – спортисте, као представнике различитих држава, народа и сл. Други пак подразумева све учеснике, не само спортисте (и њихове пратиоце тренере, лекаре..., дакле тим), већ и публику, спонзоре, медије и све друге чиниоце спортског догађаја. Питање је важеће у оба случаја.

Искуство непосредног учествовања и многострука повезаности са спортом, ауторке овог рада, говори да су у спорту у извесној мери заисте присутне одређене универзалне потребе и тежње, као на пример оне за сусретом, за разменом знања и искуства, за здрављем. Но то нису само спортске потребе. Исте такве тежње се могу везати и за туризам, на пример. То су природне потребе човека које су га наводиле да се креће, да се повезује, да сазнаје, да напредује, да осваја свет, често и преко освајања других. Поставља се питање да ли су, у којој су мери те потребе задовољене у различитим друштвима. Теоријски и емпиријски налази говоре да је савременом спортисти скоро немогуће да задовољи ове потребе. О каквој здравственој функцији спорта може да се говори када све већа професионализација спорта од спортиста захтева огромне напоре, те се још у раној младости сусрећу са озбиљним повредама које им доцније драстично умањују квалитет живота или га чак угрожавају? У име чега и због кога? Поједине наведене потребе је у извесној мери могуће задовољити, али не у непосредном учествовању, где због професионализације нема простора за то, већ на пример у туризму који се везује за спортске догађаје, али онда се спортски догађај ставља не у функцију спортиста, већ туристе у улози публике коме се нуди као производ, као услуга коју он плаћа, односно туристичке дестинације која га користи ради сопствене промоције и остваривања материјалне и друге користи. Неоспорно је да спортски догађаји, а ово се посебно односи на оне велике, имају изражен економски, политички и шири значај за организатора (држава, град, спортска организација), али ако је спортско такмичење, које се реализује кроз спортски догађај, у функцији нечијих интереса, важно питање је чијих интереса, да ли заједнице на чијој се територији спортско такмичење догађа или интереса мањине, која и не мора да припада локалној заједници. Резултати појединих истраживања, на пример, јасно указују на то да су спортски догађаји често у функцији пребацивања средстава из јавних у приватне фондове.

Такмичења у физичким вештинама како смо горе рекли су постојала у свим временима и друштвима. Могло би се рећи да је потреба за надметањем, на које се може гледати и као на надметање са собом, или као на начин вредновања у односу на другог, универзална. Но у вези такмичења поставља се неколико питања. Прво, да ли је свака врста такмичења спорт? Ово питање захтева историјски осврт на спорт, али се тиче и тога зашто се данас сваки облик такмичења уводи у спортски систем.

Затим, како говоре теоријски и емпиријски налази, битна карактеристика савременог спорта јесте да је он такмичарско – победнички. Ова карактеристика од спортског догађања прави место сукоба, а не место сусрета. У данашњем спорту победа над противником је циљ спортског такмичења. Победа, резултат, рекорд то је оно што се од спортиста тражи. Да ли је спорт увек био такав? И додатно, ако је такмичење ради победе и резултата битна одлика (савременог) спорта, зашто се и са којим циљем и сама победа све више ставља у функцију економских и политичких и других интереса, уместо да задовољи неке потребе (природне или наметнуте)? Подређеност победи ствара драму на терену (и ван њега), борбу до елиминације оног другог, што представља погодно тле за креирање спектакла, који ради сопствене продаје или остваривања не само финансијских, већ и политичких и иних циљева, има потенцијал да сруши и саму такмичарску одлику спорта, усмеравајући учеснике у спортском догађају ка унапред одређеним или фабрикованим исходима. Да ли је онда тако силно наглашавана такмичарска карактеристика спорта само база на којој спорт „узраста“ до спектакла, који пак и само такмичење ставља у службу испразне забаве и психолошког вентила за масе?

Спектакуларизацију спорта су у великој мери потпомогли медији, посебно они глобални који су спортске догађаје поставиле пред огромном, глобалном публиком. Међутим, улога медија се не ограничава пуким преносом информација са места спортског догађања. Медији су, на пример, једни од најважнијих финансијера у спорту. Али теоријски налази говоре да су медији и инструменти социјалне контроле, те се поставља питање да ли и симбиоза медија и спорта има исту функцију?

Многа ова питања су повезана са утицајем глобализације и глобализма на спортске догађаје и одговоре на њих тражимо у овом истраживању.

1.2. Предмет истраживања

Предмет нашег истраживања може се одредити као двојак, шири и ужи.

Шири предмет истраживања јесте однос глобализације и глобализма.

Наиме, термини глобализација и глобализам не означавају исте појаве и процесе. Глобализација је вредносно неутралан појам, она није 'ни добра ни лоша' (Штиглиц, 2004: 38). Глобализација се у многome тиче природне људске потребе за

сусретом и разменом искустава и стара је колико и човек. Она има хумани потенцијал. Са друге стране, глобализам је тежња, такође вековна, да се процесом глобализације управља и то према интересима релативно малих група људи које желе да доминирају и владају светом, те је вредносно негативна. Глобалисти теже да господаре свим аспектима људског живота, да контролишу све и сваког, покушавају да све што је важно људима претворе у средство за своје циљеве.

Спортски догађаји су због свог друштвеног значаја предмет интересовања глобалиста. Ужи предмет овог истраживања јесте управо утицај глобализма на форму (спектакл), карактер (такмичарски, забављачки) и природу (роба и средство) спортског догађаја.

За предмет истраживања је важна његова теоријска и емпиријска заснованост. Комплексна, вишедимензионална природа глобализације и глобализма, захтева да се консултује широк спектар теоријских налаза из области социологије, антропологије, економије, политикологије, наука о управљању. Посебно зато што је и на нашем језику и у светској литератури веома мали број свеобухватнијих истраживања који се тичу утицаја глобализма на спорт и спортске догађаје који имају строго научни карактер. Поједини аспекти су обрађивани у различитим теоријским приступима у истраживањима како утицаја глобализацијских процеса на различите области људског живота, тако и инструментализације не само спорта и спортских догађаја ради постизања различитих економских и/или (гео)политичких циљева. С једне стране, консултовани су аутори који стварају у земљама које представљају језгро глобализма, а припадају критичкој школи, односно скептицима и трансформационалиста према познатој класификацији Хелда и др. (1999). Ваља имати у виду да је добар део таквих истраживања урађен у доба непосредно пре и након рушења Совјетског Савеза. Хелдова класификација приступа глобализацији не обухвата веома плодноне руске (совјетске) ауторе који су, нажалост, ређе превођени и на наш језик. Обзиром да је Русија (СССР) била на удару, али и представљала и све више представља моћну препреку глобалистима, а имајући у виду њену изузетно богату филозофску и научну традицију, чврсто упориште налазимо у теоријским налазима руских научника и мислиоца. Нису заобиђени ни домаћи аутори који се баве темама блиским нашем предмету истраживања.

Емпиријска заснованост предмета истраживања потврђује се врло конкретним догађајима из блиске прошлости (бомбардовање наше земље 1999.

године од снага НАТО који представљају војну снагу глобалиста), затим примерима из спортске праксе (санкције пливачу Чавићу због мајице са натписом „Косово је Србија“ или одузимање златне медаље истом спортисти на Олимпијским играма у Пекингу). Такође и чињеницом да је спорт постао глобални феномен у новијој историји, те да се данас спортски догађаји једнообразно организују и преко медија на исти начин приказују широм света.

1.3. Циљ истраживања

Циљ нашег истраживања је двојак, научни и друштвени.

Научни циљ јесте научни опис свих или скоро свих елемената утицаја глобализма на спортске догађаје. Друштвени циљ се огледа у пружању значајних, научно потврђених информација и доприносу разумевања утицаја глобализма на спорт и спортски догађај, као и разумевања њихове инструментализације која је у функцији интереса носиоца глобализма.

1.4. Просторно–временски оквир истраживања

Обзиром на тему рада тешко је поставите просторна ограничења. Узимајући у обзир порекло савременог глобализма и савременог спортског догађаја, ограничавамо се географски и цивилизацијски на Европу и Сједињене Америчке Државе које су њен цивилизацијски део.

Временски оквир обухвата период од првих олимпијских такмичења у хеленском свету све до данашњих дана.

1.5. Методе и технике истраживања

Велики део литературе који се бави изучавањем глобализације и глобализма има структуралистички приступ истраживању. Структурализам сматра да сва друштва и њихове организационе форме имају заједничку и непроменљиву структуру. Међутим, такав приступ пориче историчност, то је статички приступ и

сматра да су временски сукцесивни односи само случајни, последица несавршености система, те би их требало елиминисати деловањем неког 'безличног духа' (Миљевић, 2006:45). Другим речима, уопште није важно како су се поједина друштва развијала током историје, постоји нека идеја о томе како свет треба да функционише. Структурализам негира улогу субјекта у друштвеном животу (Миљевић и Џамић, 2012: 83) те може да се користи управо да маскира улогу одређених субјеката, а тиме и стваралачку улогу човека. Ако човек није субјекат већ објекат некакве структуре, никаквог значаја онда нема ни његова намера (воља), дакле ни избор у деловању (избор између добра и зла).

И у истраживањима спорта овај приступ је веома заступљен и при том је човек занемарен— „спортиста губи привилеговано место субјекта у име огољеног резултата који се отуђује од њега (Коковић, 2004: 45). Спорт у таквим погледима само инструмент, средство за одржавање структуре. Таква структура би, ипак, одговарала одређеним круговима уколико би присвојила све резултате спортског догађаја.

Миљевић (2006) открива везу између структуралистичког приступа и глобализма:

„Структурализам сматра да су разлике међу друштвима само привидне, и наглашава њихову идентичност - нема разлика између организација света живота и света рада различитих друштава, па управљање овим и оваквим организацијама треба да буде униформно (...) Тиме структурализам као теорија, метод и идеологија, постаје и јесте моћна алатка савременог глобализма. (стр.45)

У нашем истраживању, ми насупрот оваквом приступу, покушавамо да потенцирамо улогу субјекта у процесима. Нас занима и како глобални процеси утичу на спорт, и при том мислимо и на спортисте без којих је спортски догађај немогућ, и на публику. Појаве сагледавамо у њиховој свеукупности, у процесу, у узајамној условљеност – узајамној повезаности која је и дијахронијска. Историја дарује разноликост, не униформност. Затим, ослањамо се на теоријске доприносе различитих научних грана. Овакав приступ користимо да би расветлили противречности које се јављају у глобалним процесима. Наш приступ истраживању је, дакле, дијалектички. Дијалектичко објашњавање појава је свеобухватно

„... и као такво обједињава структурално, функционално и узрочно објашњење. Дијалектички објаснити појаву значи открити њену унутрашњу структуру, њене функције, као и узроке њеног настанка и мењања“ (Миљевић, 2007: 271).

Дијалектика као метод представља начин стварања, изражавања и повезивања идеја за различитим садржајем, „вештину рефлексивног теоријског размишљања које за свој предмет има противречности свог мисаоног садржаја“ (Михаилов, 2010).

Дијалектика као процес мишљења дозвољава да се у истраживању користе основне аналитичке методе (анализа, апстракција, специјализација, дедукција) и синтетичке методе (синтеза, конкретизација, генерализација, индукција); од опште-научних користимо хипотетичко-дедуктивни метод, статистички и упоредни метод; од метода и техника прикупљања података анализу садржаја докумената и посматрање са учествовањем.

1.6. Хипотетички оквир истраживања

У процесу истраживања полазимо од следеће опште хипотезе:

Противречности глобализације и глобализма у битном детерминишу природу, карактер и форму спортских догађаја.

Ову општу хипотетичку тврдњу радно и теоријски операционализујемо преко и помоћу следећих помоћних хипотеза:

1. Промена и развој спортских догађаја су детерминисани развојем процеса глобализације;
2. Промене и развој локалних и глобалних друштвених заједница у битном детерминишу промене и развој спортских догађаја;
3. Структура међународних управљачких тела одређује организацију, карактер и функцију спортског догађаја;
4. Центри финансијске, политичке и духовне моћи одређују карактер спортских догађаја;

5. Управљање савременим спортским догађајем се налази на прелазу између територијално–политичког у функционално (битно профитно) управљање у коме затворени асоцијативни системи (системи и процеси моћи) имају одлучујући утицај.

6. Процес спортских догађања је у битном детерминисан медијима;

7. Глобализам преко медијске манипулације све више спортски догађај ставља у функцију туризма.

8. Глобализам уз помоћ медија спортски догађај ставља у функцију манипулације религијским осећањима и духовним потребама људи.

1.7. Анализа појмова и појмовна анализа

1.7.1. Глобализација и глобализам

Појмови глобализације и глобализма су данас у честој употреби, међу академским радницима и међу лаицима. Не постоји, међутим, широко прихваћена дефиниција оба појма. Дешава се чак да поједини аутори наизменично користе оба појма ради описивања истог процеса или скупа процеса, или пак да значењу једног приписују значење другог. Оба појма имају исту основу, глобал (од латинске речи „globus”, што значи лопта, а односи се на умањени приказ наше планете), што значи да се оба појма односе на процесе и појаве које се тичу целе планете. Ради се о релативно новоформираним појмовима. Реч глобализација је први пут ушла у енглески речник 1961. године. На први поглед изненађујуће, према онлајн издању Merriam–Webster речника (Globalism, n.d.), реч глобализам се појавила две деценије раније, 1943. године у време другог светског рата, а глобализам је јасно дефинисан као национална политика која третира цео свет као сферу свог политичког утицаја.

Терминолошке недоумице у вези појмова глобализације и пре свега глобализма имају објективне и субјективне разлоге. Објективни се тичу некритичког прихватања теоријских ставова о глобализацији и глобализму и површни методолошки приступ који занемарује историјску повезаност појава и филозофски аспект. Субјективни разлози се траже у томе да је приступ научним информацијама подређен интересима оних који теже да владају светом и којима одговарају глобалне везе у свим сферама.

На пример, Коухн и Нај (Keohane; Nye, 2000) наглашавају да се појмови глобализација и глобализма морају разликовати. Они глобализам одређују као неутрално, објективно стање глобалне повезаности. Сматрају да глобализам није друго до поглед који описује свет који се одликује мрежом веза међуконтиненталних размера. Глобализам описује објективно стање те међуповезаности и вишеструке међузависности. Свет је повезан кретањем робе, капитала, информација, идеја, људи... Глобализација, с друге стране је процес повећања глобализма (којим он постаје изражено згуснут), те се тиче динамике, брзине промена у степену међуповезаности, било данас, било у прошлости. Глобализам, према овим ауторима, није нова појава, јер су одувек постојали токови људи, идеја, новца, робе, те је свет у већој или мањој мери био повезан на различите начине у прошлости.

Овакав поглед на глобализацију и глобализам нам не даје увид који нам је довољан у истраживању . Он не открива праве узроке глобализације и глобализма. Наглашавајући објективност процеса, он занемарује субјективни фактор који је везан за човекову вољу и свест.

Марковић (2006) такође наглашава потребу да се појмови глобализације и глобализам одвоје, али је његово одређивање појмова дубље. Он сматра да реч глобализација има двоструко значење. Једно је научно и тиче се објективних процеса свеобухватног повезивања на планети и односи се на:

„... развој модерне технологије, комуникације, научног истраживања, уједначавање економских и политичких институција и модела у разним деловима света, повезивање различитих националних и регионалних култура и цивилизација, свеопшту деградацију природне средине итд.“ (стр.8)

Друго значење је идеолошко, тиче се тумачења глобализације као процеса остваривања глобалне владавине. Ради разликовања уводи се појам глобализам, који означава:

„... све већу контролу над светском привредом, политиком и културом од стране влада и мултинационалних корпорација данашње једине суперсиле и њених савезника (Г-7).“ (стр.8).

Печујлић (2003) говори о две димензије глобализације, наглашавајући постојање група који желе да процесе глобалних повезивања контролишу и њима управљају:

„Једну њену димензију чини: трајни и незадрживи објективни процес глобализације – компресије времена и простора, све тешње међузависности друштава и успона транснационалних сила и институција. Друга димензија је променљива историјска форма коју међузависност задобија – она може да буде демократска или ауторитарна, хуманија или асоцијалнија. Форма глобализације је плод интереса и светоназора владајућег крила глобалне елите моћи.“

Иако и Марковић и Печујлић у наведеним одређивањима глобализацију стављају у савремене временске оквири, иако је термин новијег датума, јасно је да глобализација има историјске корене. Одувек је било тежњи за планетарном повезаношћу, са различитим мотивима: економским, војно–освајачким, радозналости ради, нових сазнања и размене идеја итд. На глобализацију с пуним правом можемо гледати као на процес који је започео у најранијој људској историји, али који је пуно остварење добио у новијој историји, захваљујући у великој мери развоју саобраћајних средстава који олакшавају кретање робе, људи и идеја, као и комуникационе технологије (почев од проналазка телеграфа и првог кабла који је спојио Европу и Америку, па све до савремених средстава високе технологије који доводе до повишене свести о глобалним процесима, како глобализацијских тако и глобалистичких).

Сама идеја о владавини и тежња да се независно од ширих интереса контролишу токови људи, материјалних добара и идеја, такође није нова. Она има психолошки и метафизички корен у жељи за моћ. Моћ над светом и људима у свету. Глобализам је форма коју та жеља добија у новијој историји. За остваривање те жеље користе се иста она технолошка средства која спајају људе.

Према Панарину (2012а: 124–125), постоје три типа глобализма, који се преплићу дајући 'варљиву' слику савременог света.

Први тип је глобализам просветитељства који говори о тежњама, у оквиру изворне мисли европске модерне, ка формирању јединственог светског простора заснованог на универзалијама прогреса и једнако доступног свима. Самој

просветитељској мисли се штошта може приговорити али, како Панарин (2012б) запажа не може се оспорити да су:

„аутентични глобалисти били ... наследници класике хуманизма, који су говорили о јединственоме за све пројекту Просветитељства... – о јединственој историјској перспективи читавога човечанства, које се заједнички уздиже са једног ступња прогреса на нови. Савремени глобалисти баш ту јединствену историјску перспективу човечанства све отвореније поричу“ (стр. 422).

Идеја о заједничком светском друштву је само плански искоришћена од стране носиоца глобализма како би се изманипулисала не само најшира јавност, већ и национални „представници“ који су увлачени у наднационалне структуре.

Други тип је управо глобализам тих наднационалних структура – глобалних елита, који је Панарин назвао езотеричним глобализмом. Он се одвија на нивоу тајне политике, тајних служби, тајних друштава, дакле често у „подземљу“ и неvezан је за интересе широких народних маса, већ само „изабраних“ народа и пре свега појединаца који имају своја правила и формирају наднационалне структуре. Они своје интересе остварују преко широког дијапазона организација, од јавних, преко полутајних до сасвим скривених који покривају целокупну сферу људског деловања, људског живота.

Трећи тип јесте глобализам заснован на процедури претварања једне велике силе, са свима њеним националним и локалним ограничењима, у јединог носиоца светске власти у условима једнополарног глобалног система. Овај трећи тип се манифестовао као глобална доминација Сједињених Америчких Држава. Иако су глобалне елите по саставу мултинационалне, а по идеологији наднационалне, оне су у свим димензијама биле усмерене ка овој земљи – већина моћних политичких организација и снажних глобалних корпорација има своје извориште или упориште на северноамеричком континенту. Тако су Сједињене Америчке Државе постале језгро глобализма и покретач глобализацијских токова новијих времена.

1.7.2. Појмови идеологија и идеолошка хегемонија

Глобализам као тежња ка глобалној идеолошкој хегемонији

Термин идеологија је настао у доба Француске револуције и њеним творцем

се сматра Де Траси, Француз шкотског порекла, који је под идеологијом подразумевао науку о идејама, при чему су идеје биле само продукт људског мозга, а на основу информација које мозак добија од чула. Идеолози, група филозофа окупљених око Де Трасија и Института који је основао, су све појмове филозофије настојали да објасне рационално. За њих је сва претходна филозофија била метафизичка. Познати су по изразу *laissez-faire*, који се везује за слободно тржиште. Били су против интервенционизма у економији, заступници републиканског политичког уређења, заступници свих врста слобода и једнакости (идеја просветитељства). Пежоративно значење термину идеологија приписује Наполеон, када му је засметала критика које му је Институт упућивао због његовог цезаризма. Термин идеологија се данас веома различито тумачи, а често има негативно значење. У енглеском језику термин идеологија има неутрално значење и представља скуп друштвено – политичких, моралних, религиозних и других ставова једне друштвене групе. Но, проблем са неутралношћу појма идеологије се јавља ако (кад) се установи да се она намеће³, односно када друштвена група креира теорију и начине њене примене ради задовољења сопствених потреба и жеља на рачун потреба и жеља других. При том, наметање може бити засновано на сили (оружаним дејствима на пример), али и без примене силе.

У овом другом смислу, уводи се термин идеолошка хегемонија којим се означава сваки покушај моћних група⁴ да сопственим веровањима, вредностима, моралу и ставовима дâ универзалан значај и прикаже их као природан поредак ствари. У ту сврху уводи се контрола школа, закона, религијских организација, медија као и разна политичка и друга средства (Young и Arrigo, 1999). Хегемонија се овде схвата у смислу како ју је означио Грамши. Према Кара–Мурзи (2008):

„По Грамшију се власт владајуће класе не држи само на насиљу, већ и на сагласности. Механизам власти није само принуда већ и убеђивање. Овладавање власништвом као економска основа власти није довољно - превласт поседника се тиме аутоматски не гарантује нити обезбеђује стабилна власт . Значи, држава, ма

³ Идеологија као и свака људска творевина може да постане реалност и да се из непостојања материјализује само путем људског делања. Све док остаје само као могућност, непрепознати део целине, па и у апстракцији, ненаписана и неизречена она и није идеологија-тек кад крене ка делању она почиње игру на опасној ивици да захтева да буде слеђена. Њена неутралност је увек у опасности да се моралом не може обуздати, да ће добити негативни предзнак и тиме се разоткрити и (п)остати оно што јесте, исечак из целине који покушава да се наметне над целином и идентификује са њом. Свака идеологија, за разлику од религије, сагледава само део човека и део човечанства, зато што је и сама само део целине.

⁴ Владајуће класе код Грамшија

која класа била владајућа, стоји на два стуба - сили и сагласности. Стање у коме је постигнут довољан степен сагласности Грамши назива хегемонијом (...) хегемонија претпоставља не само сагласност, већ и благонаклону (активну) сагласност при којој грађани желе оно што је владајућој класи потребно“. (стр.76)

Према томе, да би хегемонија била постигнута, неопходно је користити „лаж у обландама“, манипулацију јавности. Грамши је термин хегемонија користио на нивоу државе и у оквиру теорије класа. Говорити о глобализму, значи говорити о тежњама ка идеолошкој хегемонији на глобалном нивоу. Војни аспект глобализма, примена силе, се испољава када други методи закажу или кад их је потребно појачати или убрзати.

Глобализам за његове носиоце има исту улогу као идеологија за Републику у време директоријума – да штити позиције оних који се дистанцирају од света желећи корист само за себе. Но, ваља рећи да глобализам није засебна идеологија нити се чврсто везује за једну конкретну идеологију, већ пре за читав сет идеологија од којих се поједине проглашавају за неприкосновене у одређеним периодима и на одређеним местима, у зависности од конкретног циља који се жели постићи. Крајњи циљ је светска владавина! На тај начин глобализам представља пре надидеологију наднационалних структура који теже стварању глобалног наддруштва (Зиновјев, 2000).

1.7.3. Спортски догађај

1.7.3.1. Спорт

Реч „спорт“ преузета је у нашем, а и свим осталим језицима из енглеског језика, иако је, према етимолошком речнику (Sport, n.d.) порекло у старо-француском глаголу „desporter“ (који пак порекло има у латинском „disportare“ – разносити, са преносним значењем: носити, склањати мисли од нечега), која значи забављати се, играти се. Стари Французи су ову реч користили да означе игру као слободно понашање, везано за време не-рада, дакле доколице, која укључује и физичке и умне делатности. Појам је везан за рекреацију, задовољство, за оно што помаже да време брже прође. Енглески превод је „disport“ чијем се скраћивањем формирала реч „sport“, први пут употребљена око 1520. године са значењем игре са правилима (game) која укључује физичко вежбање на отвореном простору .

Французи су реч спорт у свој речник укључили тек 1828. године, дакле мало пре обнављања олимпијских игара, у време када се спортски покрет ширио из Енглеске у Европу. У енглеском језику се реч спорт и данас користи и са значењем збијања шале, лакрдије, подругивања, па се може повезати са латинским глаголом „ludere“ (а и са српским „лудирати се“) из којег је настао термин homo ludens– човек као биће игре. Ово је широко значење спорта које је присутно и данас у лаичком поимању.

Спорт је у свој садржај увукао и посматраче, не може се говорити о спорту а да се не обрати пажња на спортску публику којој се често даје већи значај него самим практикантима физичких вештина.

У науци, нема договора око поимања спорта. Како свет иде у правцу све већих унутрашњих деоба насупрот процесима који га наводно спајају, тако се јављају и најразноврснија одређења спорта и вештачко рашчлањивање на његове „делове“. Често се бира само нека компонента, неки аспект која се ауторима чини најважнија за њихово истраживање или доказивање тезе.

Већина аутора наглашава такмичарску компоненту спорта, која је видљиво доминантна, док осталим садржајима дају називе као физичко вежбање, рекреација и сл.

Многа управљачка тела у спорту, владина и невладина, усвајају најчешће баш ово одређење спорта као такмичарске делатности:

- Спортска фондација Аустралије (AFD definition of sport, n.d.) која је владино тело каже да је спорт људска активност која је способна за достизање резултата и која захтева физички напор и/или физичку вештину, а која је по својој природи и организацији такмичарска и која је генерално прихваћена као спорт.

- Савет SportAccord-а који је кровна организација за све светске федерације било олимпијских било неолимпијских спортова и разних организатора мултидисциплинарних спортских такмичења и са спортом повезаних међународних организација даје дефиницију спорта која, према њима није статична и не би требало да има научни призив, већ да буде јасан и прагматичан опис активности која може да се сматра спортом и наглашава да, између осталог, спорт мора да садржи елементе такмичења (SportAccord definition of sport, n.d.)

- Национална асоцијација за студентски спорт која покрива територију САД и Канаде дефинише (студентски) спорт као институционализовану активност која

укључује физички напор са првенственим циљем такмичења против других тимова или појединаца, а у оквирима факултетских такмичарских структура. (Sowder, 2004)

Схватање спорта као такмичарске активности значи схватање истог и као организоване (не–спонтане) активности, било професионалне било аматерске, са јасно одређеним правилима (утицај енглеског поимања спорта). Овим се спорт удаљава од слободне и стваралачке игре, иако сваки спортиста као људско биће носи свој играчки, стваралачки потенцијал који у спортским активностима не може да истакне у пуној мери. На тај начин спорт за њега поставља ограничења правилима. Но, битно је следеће: ако се правила формирају не у договору и заједничком тражењу најбоље варијанте, већ према себичним и неодговорним интересима оних који спорт инструментализују, спортисти постају нека врста робља, чак и кад су за своје бављење спортом плаћени понекад и милионским сумама и извесним друштвеним привилегијама.

У вези одређења спорта као такмичарске делатности, у спортске активности се онда могу укључити и оне код којих је надметање присутно као такмичење са собом, без потврђивања у односу на друге.

Осим ужих одређења, постоји и свеобухватније схватање спорта. Богата традиција на европском континенту је вероватно условила да се у препоруци Комитета министара Савета Европе (1992, чл. 2.1.) чланицама ЕУ, под спортским активностима подразумевају „сви облици физичке и умне активности који, кроз неорганизовано или организовано учешће, имају за циљ изражавање или побољшање физичке спремности и духовног благостања, стварање друштвених односа или постизања резултата на такмичењима свих нивоа“. Закон о спорту Р. Србије (2011, чл. 3.2.) усваја ову препоруку.

Напомињемо да ово најшире поимање спорта отвара могућност и проширења поља инструментализације спорта, укључујући и ону од стране глобалиста. Такође смо потпуно свесни чињенице да је најизраженија компонента савременог спорта такмичарско–победничка и разлоге за то налазимо и у доминацији социјал–дарвинистичке мисли коју су глобалисти силно подстрекивали. Обзиром на тему рада, наша пажња је усмерена првенствено на организоване активности – спортске догађаје у којима је такмичарска карактеристика истакнута. Ипак прихватамо овакво свеобухватно одређење спорта имајући у виду и међузависност различитих спортских активности и решавајући противречности у оквирима целокупног људског

стваралаштва током историје, дозвољавајући, на основу историјских поука, креативно осмишљавање нових форми спортских активности. У складу са прихваћеном, горњом дефиницијом, користимо реч спорт и спортски догађај и кад описујемо појаве и из периода када реч спорт није ни постојала.

1.7.3.2. Догађај

Догађај је реч која добија специфично значење у друштвеним наукама. То није тек пуко дешавање. У физици, у теорији релативитета на пример, догађај је појава која се дешава у јединственом времену и месту, то је тачка у просторно – временском континууму. Но, у друштвеним наукама, свако дешавање у одређеном времену и на одређеном месту се не проглашава догађајем олако јер да би неко збивање постало догађајем битан је учинак који оно има. Овде је важан психолошки учинак - догађај је оно што остане у меморији, што изазива осећања, нешто одабрано, „нешто важно и значајно од оног што иначе егзистира“ (Лукић–Крстановић, 2010: 53). Да ли је нешто догађај одређује, дакле, посматрач – публика. Отуд се неко дешавање планира и организује на начин који би га учинио догађајем.

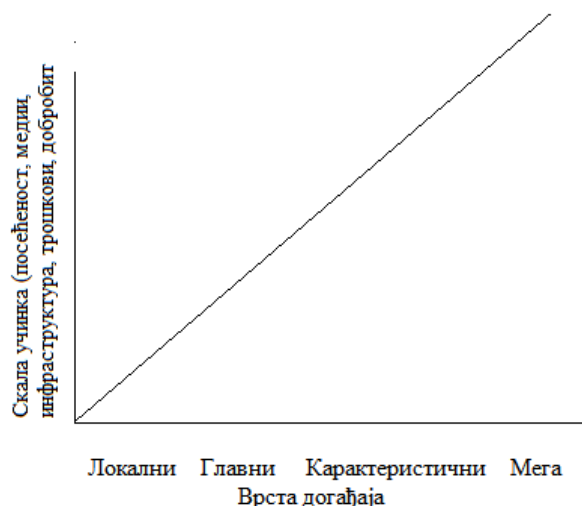
Према 'онлајн' етимолошком речнику енглеског језика (Event, n.d.), реч догађај⁵ се од 1865. године употребљава управо да означи неко јавно спортско такмичење. Касније се ова реч користи за свако организовано дешавање које се управља у правцу очекиваних исхода.

Исходи се у економији, односно туризму тичу мање психолошког учинка осим ако је оно у функцији других циљева, а првенствено материјалне користи по организатора, краткорочне или дугорочне. Реч догађај добија префикс који га квантитативно одређује у зависности од учинка (финасијског, политичког, културног). Тај учинак се мери најчешће у односу на бројност публике, дакле у данашњим технолошким условима медијском покривеношћу догађаја и, у условима глобалне економије, и величином тржишта на који се спортски догађај пласира као производ. На Слици 1.1. приказана је категоризација догађаја у зависности од учинка.

Према овој категоризацији највећи међу догађајима су мега–догађаји који „... доводе до изванредно високих нивоа туризма, медијске покривености, престижа или

⁵ Израз спортски догађај је превод енглеског израза sport event

економског утицаја на заједницу, спортски објекат или организацију који су домаћини истог“ (Getz, 2005: 18). Овакве дефиниције истичу само економски и донекле политички аспект спортског догађаја. Психолошки утицај догађаја често је овде у функцији економског или политичког ефекта.



Слика 1.1. Категоризација догађаја у зависности од учинка (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris и McDonnell, 2010: 19)

Догађај може имати и културни или друштвени циљ, најчешће ако је организатор локална управа или организације које нису искључиво спортске, и онда му је циљ добробит, не само материјална, како директних учесника догађаја, тако и публике, целе заједнице.

Догађаји се, дакле, могу организовати ради учесника и/или ради публике, као и ради организатора односно његове користи када догађај (а са њим и његови учесници) постаје роба или пак средство за остваривање уских интереса.

С аспекта спорта, уколико се спорт поима као организована такмичарска активност, спортски догађај представља просторну, временску и организациону појаву у којој спортска организација потврђује и вреднује своје спортско умеће у односу на свог спортског конкурента (Нешић, 2007: 21). Дешавања у вези са спортом која немају такмичарски карактер не потпадају под ове дефиниције догађаја, већ се користе други термини као што су спортска манифестација, спортски фестивал и сл.

Уколико се пак спорт поима у најширем значењу, како га у нашем раду и поимамо, онда и спортски догађај представља сваку организовану и јавну активност у вези спорта која треба да оствари одређене циљеве.

На крају, ваља имати у виду и да се величина спортског догађаја може одређивати и према утицају који има на спорт уопште. Тако је јасно да су олимпијске игре највеће, не само по финансијском учинку, по медијској покривености, већ и по утицају који имају не само на све друге спортске догађаје, већ и на спорт и физичку културу уопште. Олимпијске игре су данас у сваком погледу најутицајнији спортски догађај на планети. То нас наводи на мишљење да је њихов власник, Међународни олимпијски комитет, најмоћнија организација преко које се спроводе интереси елите у домену спорта.

ДРУГА ГЛАВА

ИСТОРИЈСКИ ОСВРТ НА СПОРТСКЕ ДОГАЂАЈЕ

2.1. Подела светско–историјског процеса

Такмичења у физичким вештинама нису одлика само овог времена. Спортски догађаји су имали велики значај кроз историју, а спортски догађај задобијао је различиту форму и имао различиту функцију у различитим историјским периодима. Подела на историјске периоде је овде двоструко заснована, хронолошки и културолошки.

Широко су прихваћена два начина поделе светско–историјског процеса. Први се заснива на друштвено–економским формацијама које наводно следе једна другу (робовласништво, феудализам, капитализам, социјализам/комунизам, ? ...), а други врши поделу на велике епохе (антика, средњи век, модерно доба, ?...)⁶ (Штол и Павленко, 2013а). Ни један начин нам не пружа пун увид. Узмимо, на пример, робовласништво: ропство није само економски засновано, робови могу бити припадници другог народа, друге расе, другог пола... Да робовласништва нема и данас, да ли би постојао покрет „Sport for freedom“ који на својој званичној интернет презентацији тврди да данас у свету има 30 милиона робова (History of slavery, n.d.)?⁷ Што се тиче друге поделе, на велике епохе, рецимо да поједини аутори указују на то да су, на пример, сличнији спортски догађаји Старог Рима и данашњице (Симоновић, 2007:61), него спортски догађаји античке Грчке и античког Рима који су временски ближи. Данилевски, творац теорије цивилизација⁸, је указивао на то да подела на пример на стари, средњи и нови период нема смисла уколико се не укаже на који се културно–историјски тип мисли. Мерила једног типа не морају да важе за други. Сваки конкретни тип има своје вредности и своје циљеве које развија кроз историју, те може да има своји старо, средње и ново доба које може и не мора да се поклапа са одговарајућим периодима другог типа. (Данилевски, 2008:106). Ми, стога, овде пратимо временску осу, али узимамо и те како у обзир културне специфичности, покушавајући да стекнемо што ширу слику.

⁶ Упитник означава да ни једна, а ни друга теорија не указују јасно на наступајући период, на пример после социјализма многе земље су се вратиле у капитализам, а Модерна може да пређе у Постмодерну, Надмодерну, али и да регресира у архаичност.

⁷ Податак се заснива на истраживањима Кевина Бејлса који важи за стручњака за савремено ропство. Овде податак узимамо само као илустрацију.

⁸ Појам цивилизације није једнозначно одређен. У нашем раду, осим ако није другачије наглашено, прихватамо опредељење да цивилизација представља одређени културно–историјски тип (личност) и ово поимање не треба мешати са схватањем који цивилизацију види као највиши степен развоја човечанства који га удаљава од варварства, а још мање са оним који западну цивилизацију сматра врхунцем у људском развоју (и које је у самим темељима глобализма).

Историјски преглед спортских догађаја започињемо спортским догађајем код старих Хелена. Иако је према историчарима спорта, спортски догађај постојао и пре тога, савремени спорт је, бар формално, тражио инспирацију у такмичењима у древној Олимпији. Просторно (а тиме и у великој мери и цивилизацијски) се ограничавамо према утицају на савремени спортски догађај. Такође, узимамо у обзир и географску локацију наше земље и утицаје које она прима или је кроз историју примала.

2.2. Спортски догађај код старих Хелена⁹

2.2.1. Прве Олимпијске свечаности

Границе хеленског света су просторно одређене територијом данашње Грчке, дела Мале Азије који излази на Егејско море, Кипра, делова Италије и Сицилије, као и територијама широм Средоземља раштрканих колонија. Временски се с једне стране омеђује пропашћу Микенске цивилизације, мада велики број аутора почетак старе Грчке изједначава са првим Олимпијским играма (776. п.н.е., по прорачунима историјских наука)¹⁰. Крај Античке Грчке се везује или за смрт Александра Македонског (323. године п.н.е.) од када почиње хеленистички период, или се поставља у период од трећег до шестог века, доводећи се на различит начин у везу са утицајем хришћанства¹¹. Овде крај везујемо за укидање последње хеленске (македонске) династије Птоломејида, 30. године п.н.е., од стране нарастајуће нове силе – Римског царства.

Претходни, приближно тровековни период, назива се мрачним добом јер из тог периода нема довољно података. Наравно, недостатак података не значи да је живот замро, али извесно је да је дошло до депопулације на територијама где је цветала микенско–минојска култура, да се губи траг микенском писму, те да се живот одвија у релативно малим, распршеним, изолованим територијама.

⁹ Наслов је изабран како бисмо потенцирали цивилизацијски приступ како је наглашено у уводу главе. Ипак, користимо у тексту и изразе Античка Грчка, Стара Грчка указујући на временску димензију, али и ради естетике самог текста.

¹⁰ Такмичења су се одржавале и раније, али тек са овим почиње бележење имена победника

¹¹ У том смислу и са одржавањем Олимпијских игара које је су, према наводима многих извора, укинута декретом хришћанског цара Теодосија Првог из 394. године.

Тек се са настанком грчког алфабета, по мишљењу већине историчара у раном 8. веку п.н.е., под утицајем феничанског писма, отвара шира могућност бележења, те на основу преписа дела из тог периода добијамо значајне податке.

Оригинални назив такмичења која су инспирисала савремене Олимпијске игре је Ολυμπιακοί Αγώνες – такмичења (агони) у Олимпији. Реч агон (грчки ἀγών) има вишеструко значење у старогрчком језику - такмичење, окупљање, војни сукоби, деловање према закону (Crowther, 2006: 1).

Олимпија је једно од многих светилишта посвећених божанствима која су стари Хелени поштовали. Њихова божанства имају људски лик и људске одлике и измешани су са полубоговима и великим херојима из историје. Објашњење света, како божанског тако и људског и сећање на прошлост стари Хелени траже у миту.

О настанку религијских светковина агонистичког карактера сазнајемо из посредних извора. Порекло није одређено само једним фактором. Такмичења кроз телесна сучељавања (као и саме телесне вежбе) нису грчки изум – на археолошким налазима из Египатске цивилизације налазе се прикази трка, рвања и сл. (гробнице у Бени Хасану). Из периода микенско-минојске цивилизације нађене су фреске се приказима, вероватно обредног ритуала, прескакања бика који захтева изузетну вештину (Кносос, Крит). Сматра се да су слични ритуали у старијим временима у вези са обредима приликом сахрањивања значајних личности (култ покојника).

Античку Грчку карактеришу разједињене територије. Разједињен народ има заједнички језик и религију, те места сусретања постају заједничка светилишта, где се такмичења, не само у телесним вештинама, већ и у музици, поезији, одржавају у оквиру религијских кулtnих свечаности. У близини храмова граде се и први „спортски објекти“. Изглед првих терена одаје да им се у почетку није придавала велика пажња, а како су такмичења добијала на значају, тако су побољшавани услови за учеснике и посматраче. Највероватније је да су у прва времена учесници наступали не као представници својих државица, већ индивидуално. Победници су победе посвећивали боговима којима придају све заслуге. Могуће је да су, обзиром да су и смртници били део Пантеона, желели своје место међу боговима, који су њихови претходници заслужили својом телесном лепотом или херојством. Везивање такмичења за грчки пантеон настаје у Хомерово доба, мада Хомер помиње и такмичења ради разоноде (Шиљак, 2007:59).

У Олимпији је светилиште посвећено врховном богу, Зевсу, које је играло значајну улогу у религиозном животу. Сама област због веће количине киша богата је шумама и пашњацима, пријатна је за окупљања. Али, историчари остављају могућност да су се свечаности у Олимпији издвојиле од осталих и постале свехеленске пре свега због догађаја у 9. веку п.н.е. (Perseus, n.d.), када је склопљен „Свети споразум“, којим краљеви Елиса (који има контролу над организацијом свечаности иако је на територији Пизе), Спарте и Пизе утврђују једномесечно примирје и обнављају такмичарске светковине у Олимпији, наводно по савету пророчице у Делфима¹². Овим време одржавања такмичења постаје време одмора од ратних активности и симбол хеленског заједништва, хеленске цивилизације.

Такмичења су, као и ратови, били део живота старих Хелена – извесно је да су се питали о природи сукоба. Према митовима, њих изазива Ерида, људима ненаклоњена богиња раздора. Хесиод, први мислилац који је о себи оставио писане податке (према већини аутора стварао је у позном осмом веку п.н.е., дакле приближно у време званично првих олимпијских игара), и сам учесник поетских такмичења, у Теогонији (Постанак богова), (2005: 101) говори да се од омражене Ериде рађају многа зла као што су свађе, лаж, безакоње, убиство, обмана. Али у доцнијем његовом делу, Послови и дани (2005:11), тврди да постоје две Ериде од којих је једна наклоњенија људима, јер указујући на достигнућа других, људе (из зависти) нагони на рад, те би је неки наши савременици изједначили са конкуренцијом. Дискутабилно је колико је завидљивост добра основа за надметање међу људима, али у Хесиодовом делу можемо да видимо покушај не само за објашњењем хијерархијског света богова, него и за објашњењем порекла супростављених добра и зла и њиховог утицаја на живот људи.¹³ А од времена овог педантног бележника свог доба, такмичење (агон) се може објаснити не само као сукоб, већ и као људски напор ка бољем. Ово је важан тренутак. Јер, могуће је да су у дубокој прошлости такмичарске игре настале као вежбе које ће помоћи опстанак (лов, одбрана од природних непријатеља, племенски сукоби), а касније се нормирале

¹² Пророчице – свештенице Аполоновог храма у Делфима, имале су назив Питија и вероватно су веза са прошлошћу, матријалним друштвом

¹³ Хесиод је први организовао податке из митолошких представа о боговима. У Теогонији даје њихов родослов, организујући у времену (увео је време, бога Хроноса) и хијерархијски (хијерархија је временски променљива, Зевс постаје врховни бог). Овим теогонија постаје и космогонија – покушај објашњавања космоса (света), а Хесиод на неки начин уводничар у грчку филозофију која представља велики напор људске мисли да разуме свет и место човека у њему.

у првим култним¹⁴ покушајима, сада је смисао који надилази препуштање природним нагонима образложен кроз песнички, скоро филозофски чин за који су можда времена већ била сасвим зрела.

2.2.2. Развој и промена полиса

Претходно поглавље даје непотпуну слику како о самим играма, тако и о стању у друштву. На територији Грчке дешавају се битне промене - долази до пораста броја становника, освајају се колоније, развија се трговина, настају писана дела, користе се нова гвоздена оруђа, уметност је у процвату, друштвени живот се обогаћује. Али, то је једна страна медаље.

Иако на Олимпијским и сличним свечаностима право учешћа имају сви слободни Грци (мушкарци, жене имају посебна такмичења у част Хере), тешко да су земљорадници у мукотрпним условима обнове били кадри за таква дешавања. Осим тога, пораст у популацији и периоди глади многе земљораднике ставља у позицију дужничке зависности (вид ропства) и крајњег сиромаштва. Олимпијска такмичења су углавном за аристократију. „Спортски догађај“ из ранијег периода хеленске културе, по нашем тумачењу, се налази између жеље за заједништвом оних које деле језик, религију и економски су међузависни (жеља која је вероватно присутна у свим слојевима друштва) и култа¹⁵. Вероватно и потребе за забавом и телесном активношћу оних слојева којима рад није основа егзистенције¹⁶. Јер, ствари почињу да се мењају.

У ранија времена, расцепкане територијалне јединице су монархије, а касније, у већини полиса власт је у рукама аристократске мањине (олигархија). О

¹⁴ Реч култ, од које потиче и реч култура (од латинског *colere*, који пак води порекло од прото-индо-европског *kʷel-*, што значи и кретати се, боравити) изворно значи поштовати, неговати, настањивати, хранити, обрађивати, дакле односи се на изградњу односа пре свега са оностраним, људима и природном средином. У нашем раду на културу и гледамо као на људско стваралаштво које се кроз историју формирало на темељу изграђиваних међуљудских односа, као и људског односа ка природи и божанском.

¹⁵ Још увек као скупа религиозног, телесног и историјског – још се дух и тело, прошлост и садашњост прожимају кроз мит

¹⁶ Саме свечаности јесу религијске светковине. Али природна и људска реакција је да се живот не сведе само на удубљивање у тајне. Осим тога, Стари Грци су веровали у неизбежни крај у Хаду, непроменљивост судбине којој је и Зевс покоран, па су користили земаљски живот и за задовољства позориште, „спортске“ игре, па и оргије. А ваља поменути и славу и привилегије коју су победници агонских свечаности добијали у својим полисима.

пореклу аристократије нема јединственог мишљења. Њихов статус одређен је пореклом пре свега, иако се издвајају и богатством. Многи припадници аристократије злоупотребљавају своја права. У појединим полисима, од којих су Коринт и Атина најзначајнији, долази до великих промена – успостављање прво тираније (владавина једног човека, стечена превратом), као и првих облика владавине народа (демоса)¹⁷. Спарта, такође једна од сила међу полисима, своју привреду базира на земљорадњи и војним делатностима, има специфично и наизглед стабилно устројство власти (два краља и две краљевске династије деле власт). Дакле, немају сви полиси исто уређење. Спарта је у овом периоду стекла два значајна савезника: Коринт, због помоћи око свргавања тиранијске владавине и Елис, коме је помогла у очување контроле над Олимпијским такмичењима.

Развој полиса као и различити интереси полиса допринео је стварању других великих, панхеленских атлетских (и не само атлетских) свечаности по узору на Олимпијске – Питијских (Делфи), Исмијских (Коринт), Немејских (Аргос, велики конкурент Спарте), Панатенејских (Атина)¹⁸, а број догађаја локалног значаја се умножавао широм грчких територија. Улога такмичарских догађаја у остваривању интереса полиса (или појединих делова полиса) добија на значају. Олимпијска такмичења ипак остају најзначајнији догађај, глорификујући достигнућа хеленске цивилизације.

На Олимпијским играма учествовали су грчки такмичари из целог хеленског света, укључујући и колоније појединих полиса. Подсетимо, женама је приступ ограничен, а робовима ускраћен.

Један део грчких територија био је на неки начин изолован од матице, али је његов утицај не само на Хелене, а касније и на цео свет веома велик. На егејским обалама Мале Азије, налази се област Јонија са својим градовима¹⁹. Географска позиција допринела да Јонија буде мултикултурална средина, иако је језик дијалект грчког – досељавање са грчких територија је настало падом микенске цивилизације. Утицај блискоисточних култура је на овој територији израженији и вероватно

¹⁷ О улози хоплита, о пореклу и мотивима тиранских породица за приграбљивање власти, о улози најсиромашнијих слојева постоје различите теорије. Тиранија је прво била облик власти у Коринту, у Атини је тиранија дошла као резултат политичке борбе после Солонових реформи које су умањиле удео аристократије у власти.

¹⁸ Спадају у групу крематитских такмичења на којима су победници добијали награде материјалне вредности

¹⁹ Много тога је неразјашњено везано за динамику односа између малоазијских и територија на простору данашње Грчке

другачији него на осталим грчким територијама. Хесиодов отац се, насупрот миграционим токовима, са овог подручја доселио у централну Грчку па је Хесиодово дело сигурно носило и још увек не до краја откривене податке о историји догађаја и људске мисли.

Ова област је позната као место рађања филозофије и науке. У настојању да рационално, а не позивањем на мит, објасне порекло света, тражећи праузрок свега, као и узроке конкретних догађаја, припадници јонске школе постају први представници велике античке филозофије која је, сматра се, учинила огроман скок у људском поимању себе, историје и своје улоге у свету ²⁰.

2.2.3. Пети и четврти век старе ере

Почетак овог периода, у оквиру ког је и доба који је највише инспирисао љубитеље Антике, везујемо за увођење Клистенових законских реформи 508. године п.н.е. којим је на територије атинског полиса уведен облик демократије који укључује већи број слободних грађана у доношењу одлука (повећано је учешће сељачких слојева). Али, док се унутрашње ствари на око сређују, спољно – политичка ситуација се усложњава. Прво, ту су старе тензије са Спартом. Друго, почев од подршке Атине 499. године п.н.е., грчким полисима у Јонији у устанку против Персије (која их је освојила половином 6. века старе ере), отвара се Грчко – Персијски рат који се завршава 449. године п.н.е. Калијиним миром. Заједничка претња, допринела је јачању грчког јединства, па су у одбрани од заједничког непријатеља у савез ступили чак и велики конкуренти Атина и Спарта. Атина у току овог рата јача као поморска и трговачка сила, а Спартанци, чији је удео у коначној победи над Персијом и те како значајан, се повлаче препуштајући Атину привремено вођство. Атина постаје средиште културе, богата, војно јака и моћна

²⁰ Михаило Ђурић (2001: 28–29) објашњава: „У питању је продор умне и дисциплиноване воље, која не трпи никакву половичност и произвољност, већ строго методички покушава да прошири онај узани простор слободе који је у склопу целине свега бивствујућег препуштен човековој моћи и вештини. Тај продор је тако радикалан и силовит да је бацио у засенак све дотад познато и уобичајено. И није био кратког даха, већ далекосежно делотворан, тако да уистину означава прекретницу у историји човечанства. Јер је захваљујући њему успостављен нов културни образац који је као највиши задатак европског човека одредио проучавање и истраживање свега ради дубљег сагледавања и одговорнијег присвајања онога што се само од себе отвара и показује у својој суштини, што је до данашњег дана остао неприкосновени културни задатак, упркос крупним променама који је тај образац у међувремену претрпео.“

држава (златно доба, Периклово доба). Но, већ 431. године п.н.е. Атињани предводе Делски савез у рату са Пелопонеским савезом на чијем је челу Спарта. Пелопонески свехеленски рат завршава 404. године п.н.е. поразом Атине. Македонци на северу јачају, а ратовима исцрпљени полиси губе снагу - крај хеленске цивилизације се назире.

Што се такмичења тиче, због промена у управљању полисима, можда је и доступније ширим слојевима независно од порекла, али робови, жене донекле, странци и даље немају приступ.

У једном тренутку, Олимпијска такмичења су поново биле симбол заједништва и славе хеленског света – 476. г. п.н.е. после победе над Персијанцима, такмичења су имала веома свечан карактер. Велики војсковођа Темистокле дочекан је са већом пажњом него сами учесници.

Ако су у почетку такмичења била културни догађај (јер је и култ сам имао шири опсег), религиозна (духовна) подлога култа се временом расплињава. С једне стране рационално мишљење кроз филозофију тражи пут слободе од власти пантеона - филозофија и мит се такмиче у објашњењу света. С друге, и телесно и духовно се такмиче за примат. Само такмичење добија статус култа, у смислу да се обоготворује²¹ (а зар није и Атина, и полис – држава уопште, добијала исти тај статус?). Из тежње да се уравнотежи ове борба је настало васпитање које тежи развијању и духа и тела, што се одвијало у образовним институцијама - гимназијама²², које, не заборавимо, нису за све житеље полиса.

Филозофија се у Атини окренула човеку. Ратови, преврати, друштвена раслојавања без обзира на повремено израженију једнакост слободних грађана, екстремна (у смислу морала) понашања - све је то тражило неку вредност за коју би мисао требала да се веже. Две су реакције - она софиста, који сматрају да су морал и знање релативни и да је до истине немогуће доћи и друга, Сократова. Сократ сматра

²¹ Свесност о присутности такмичења на свим нивоима стварности јесте последица и сопственог историјског и животног искуства, као и разради дуалистичких погледа са којима су се Хелени сретали. Проблем настаје када се такмичење схвати као коначан принцип и прогласи се за култ. У литератури се среће одређење Агона као митолошког демона, али његови родитељи нису познати, нити када је заиста „рођен“. Паусанија (1918) помиње статуу божанства Агона која је стајала у Олимпији и та статуа потиче управо из 5. века п.н.е. Реинтерпретација митова, често има, иако не увек, политичку позадину.

²² Гимназије (од γυμνός, што значи наг, обзиром да су такмичари били наги) је првобитно било место где су се вршиле припреме за спортска надметања, а затим и место где се подучавало и нетелесним вештинама (граматици, музици итд.). Из једног од гимназиума је настала и Платонова Академија.

да је могуће спознати шта је заиста морално (добро), да се логичким мишљењем дефинише сваки етички појам. Ово није сасвим оствариво у стварности, али сваки праведан закон треба да тежи ка томе и људи законе треба да поштују. Полисом треба да владају они који знају.

Било је вероватно и неке гордости у том ставу, у том претераном ослањању на ум и знање, у интелектуалном елитизму, којег ће се на свој начин и из својих разлога држати и Платон, па и Аристотел кроз кога ће се касније улићи и у Александру Трећем (познатом као Александар Македонски и Александар Велики). Али је у свим овим мислиоцима било и неке, не до краја дефинисане тежње, тражења излаза из света у којем влада расцеп и немоћ. Ако су и били свесни хеленског самоуздизања, трудили су се да га уравнотеже, да га објасне и себи и другима²³.

2.2.4. Владавина Македонаца, Александар Трећи, крај Античке Грчке

До данашњег дана народи и историчари не дају мира Александру Трећем – озбиљни међудржавни проблеми настају око позивања на везу са њим. Македонска племена говоре Грцима не сасвим разумљивим језиком, а Хелени су Македонце називали варварима. Ипак, утицај културе са југа је огроман и северна племена су у великој мери хеленизована. Владајућа династија Аргеада, којој припада Александар и која је ујединила македонска племена, била је призната као хеленска. Његовом претку, Александру Првом био је дозвољен приступ Олимпијским такмичењима, а и његов отац се уписао у победнике. У самом хеленском свету постоји наклоност и противљење, посебно изражено у време Филипа Другог, који је успео да под својом капом уједини хеленске полисе.

Александар је као ученик Аристотела упоредо са учењем практиковао и телесне активности – вежбе, јахање, разне игре. Као и његов отац имао је велико поштовање за такмичења у Олимпији и богато је даровао Олимпију и такмичења, што је инспирисало и друге имућне људе да буду донатори. Но већ у то доба,

²³ Аристотел, рођен у Македонији и учитељ Александров је био свестан хеленског осећаја супериорности, а у свом делу Политика (1988: 229-230) га је објашњавао географском позицијом. Он је трагао за том златном средином. Поседовао је многе списе из других култура, набавку којих му је омогућио Александар.

религијски карактер игра бледи, а такмичари све више долазе на борилишта жељни славе и награде. Осим тога, игре су биле и извор задовољства за војничке трупе.

У оквиру македонске владавине, хеленским полисима дата је извесна аутономност. Без Македонаца, полисе би, могуће је, освојила Персија. Уједињени, под вођством Филиповог сина, Хелени су победили не само Персију, већ освојили пола света – Александар је постао Велики, стигавши чак до Индије. Његов однос са Персијом је био занимљив. Сам се венчао са персијском принцезом и богато наградио и друге мешовите бракове. Нејасно је да ли је сматрао да је уједињење та два велика царста плод тежње за једним великим царством које ће владати светом или је желео да створи свет у коме ће сви живети у братској љубави, додуше под његовом руком.

Александра је, сазнајемо од Плутарха (1919), непрестано гонила жеђ за најузвишенијим знањем. У својим освајањима трагао је за њим. Аристотелу је обезбедио средства за приступ списима из других култура. Када је филозоф у време његових освајања објавио акроаматичке списе, Александар му је у писму замерио што тајну чини доступну свима. Учитељ се правдао рекавши да их ионако неће разумети ко не зна како да их чита.

После Александрове смрти, није било никог довољно јаког да очува царство и оно се распало врло брзо, одржавши се у деловима све до коначног укидања грчке независности од стране Римљана, пред крај старе ере.

2.3. Спортски догађаји у Западном римском царству

Период Старог Рима се овде односи на доба од оснивања Рима 753 г. п.н.е. па до пада Западног Римског царства (476.г.), мада су се важни догађаји одиграли током четвртог века (Милански едикт - престанак прогона хришћана 313. године, хришћански васељенски сабори 325. и 381. године, владавина Теодосија Првог чији је указ о паганским манифестацијама, према мишљењу многих историчара, значио крај за Олимпијске игре).

Рим су према предању основали Ромул и Рем, потомци тројанске краљевске породице. После обједињавања племена на месту данашње италијанске престонице, успостављена је монархија која је после седам краљева укинута око 510. г. п.н.е.

проглашењем Римске републике. Римска република је имала освајачку спољну политику, са променљивим успехом у почетку. У 2. веку п.н.е. је под свој протекторат ставила многе грчке територије и после римско–македонског рата прогласила и Македонију својом провинцијом, преузимајући њене територије. Грађанским сукобима ослабљену републику укида Август Октавијан и са њиме почиње период великог Римског царства који се завршио поделом и званичним укидањем његовог западног дела.

Олимпија је била од Римљана освојена у другом веку п.н.е. Такмичења постају отворена за све слободне људе Римског царства. Тако је идеја (нереализована до краја чак ни на месту свог настанка) о надметањима које одражавају подједнаки развој телесних и духовних вештина и носе поруку заједништва и мира, могла да допре и до других народа које нису имали блиске додире са хеленском цивилизацијом. Али, други народи, друге околности. Била су два покушаја у последњем веку старе ере да се игре пребаце у Рим, али његовим грађанима нису биле посебно занимљиве. Према мишљењу Машкина (2005: 136), хеленски утицај је захватао само ограничене кругове становника, док су прастари локални обичаји играли већу улогу међу становништвом. У уметности, архитектури, књижевности, утицај је био јачи, а значајан је утицај и на религију. Самом физичком вежбању се у Риму посвећује велика пажња. С једне стране је у функцији војне обуке будући да је Рим био војна империја. Такмичења под ратном опремом у ратним вештинама су се редовно одржавала, а синови су пратили очеве како би усвојили вештине. Римљани су имали посебне војне коњичке вежбе - ἵπλικὰ γυμνάσια (вежбе на коњима)²⁴, које су се одвијале у виду представа, а служиле су као тренинг и као демонстрација супериорне вештине римске војске пред покореним народима.

С друге, Римљани су веома водили рачуна о свом телу и телесној хигијени. Римске терме, доступне и мушкарцима и женама, служиле су ради одржавања хигијене и здравља. У оквиру истих одржавала су се такмичења и друштвене игре. Жене су имале своја купалишта и активно су се бавиле вежбањем, пре свега оне из виших друштвених слојева. Жене су присуствовале такмичењима. Што се политичких права тиче, иако званично слободне грађанке нису имале значајно већа

²⁴ Обзиром да је први запис о њима на старогрчком језику, није познат латински назив

права у односу на хеленске у јавном одлучивању, мада је познато да су умеле да се организују у добијању неких права.

Римљани су такође организовали велика јавна такмичења као и Хелени, али по етрурским утицајима и у оквиру многобројних празника. Одржавала су се између два римска брежуљка и у почетку су за публику прављене монтажне трибине, али у 1. веку п.н.е. Циркус Максимус је имао у гледалишту преко 250000 места, а представе су биле неупоредиво раскошније. На овом месту су се прво одржавале трке бојних кола, а затим и борбе песницама, рвање, атлетске трке (овде је видљив хеленски утицај). Клађење и навијање саставни су део тих догађаја. Различитих игара је било у просеку скоро сваки други дан и њихова функција је била придобијање светине и смиривање социјалних немира. Када је први римски цар Август Октавијан хтео да умири плебс, одржао је у 17. г. п.н.е. такозване секуларне - вековне игре (ритуалног карактера, уз театарске представе, без атлетских надметања) у нерегуларно време. Три дана се певало надлазећем новом добу у ком ће се ценити јунаштво и част, величао се Рим, слављено Августово владарско умеће.

Римљани су волели своје игре. Док је код Хелена акценат био на такмичарима, догађаји су у Риму били за публику.

Други тип забаве за публику су биле гладијаторске борбе. Оне су се одржавале у амфитеатрима какав је Колосеум (примао је 45000 гледалаца). Учесници су били робови, чак и жене, али касније и професионалци, па су постојале и посебне школе за обуку. Јако је тешко сврстати гладијаторске игре под нешто што би одговарало данашњем схватању спорта само зато што су захтевале телесну вештину и снагу и зато што су вид такмичења (са животињама).²⁵ Данас, такмичења у неким борилачким вештинама су и те како крвава иако су екстремни исходи спречени строгим правилима, а имају велику публику. Али, истине ради, ваља рећи да су и стари Хелени волели бруталност у такмичењима и да су били дозвољени, данас несхватљиви „неспортски“ потези, па чак и убијање противника (Симоновић, 2007:69). Гладијаторске игре су повезане са старим етрурским обредима сахрана угледних аристократа, када су заробљеници и војници приморавани на борбе за живот и смрт над гробом покојника, јер се веровало да се душе умрлих могу умирити крвљу. На тај начин су прве гладијаторске борбе имале своју паганско–религиозну димензију, јер су у их у част својих покојника организовали припадници

²⁵ Слично питање би се могло поставити и за савремену кориду.

високих кругова. Но затим постају представа, спектакл, забава за масе и средство за контролу маса.

Коњичке трке и гладијаторске игре биле су популарне у целом царству, па и у његовом источном делу.

2.4. Спортски догађаји у Источном Римском царству

После коначне пропасти Западног дела, Римско царство се своди на његов источни део, који нам је данас познат под именом Византија. Померање царства ка истоку било је условљено већом привредном снагом насељенијег дела царства, као и војном опасношћу која је долазила од све јаче Персије и од варварских удара на доњем Дунаву. Добрим делом се ово царство протеже на месту некадашњих хеленских и хеленистичких територија. Сматра се да је Византија наставила хеленске напоре на културном и интелектуалном плану. Структуру власти и законе наследила је од Рима. Оно што је касније дефинитивно обликује је хришћанство (Острогорски, 1998:48).

У још неподељеном царству хришћанство постаје дозвољена, али не и једина религија (Милански едикт цара Константина). Осим хришћанских, граде се и пагански храмови – храм римске Фортуне заузима значајно место, а статуа Хелиоса, грчког божанства, оличава самог Константина, иако легенда каже да је у статуи Константин наредио да се сакрије хришћански крст.

Тек је Теодосије Први (владао од 379 – 395. године) кренуо у јак обрачун са паганским обичајима, па се сматра да је његов декрет укинуо античке Олимпијске игре. Али саме игре су се до тада већ и саме дегенерисале, губећи духовну везу са својим почецима и постајући место за надметања која су била лишена смисла и циља. Теодосије Први се није успротивио телесном вежбању или свечаностима, већ дешавањима које нису у духу хришћанства²⁶. Само хришћанство је „борбу“ између

²⁶Из Теодосијевог законика, који је саставио Теодосије Други, указ 16.10.17: *Impp. Arcadius et Honorius Apollodoro proconsuli Africae. Ut profanos ritus iam salubri lege submovimus, ita festos conventus civium et communem omnium laetitiam non patimur submoveri. Unde absque ullo sacrificio atque ulla superstitione damnabili exhiberi populo voluptates secundum veterem consuetudinem, iniri etiam festa convivia, si quando exigunt publica vota, decernimus. Dat. XIII kal. sept. Patavi Theodoro v. c. cons. (399 aug. 20). (Imp. Theod. Codex, n.d.).* (Императори Аркадије и Гонорије Аполлодору, проконзулу Африке: пошто смо већ укинули профане обреде преко здравог закона, не дозвољавамо да се укину свечана окупљања грађана и заједнички фестивали. Зато декретом одређујемо да се забаве и

тела и духа и покушај уравнотежавања те борбе које је било карактеристично за Хелене трансформисало – битнија је постала унутрашња борба са грехом²⁷. С друге стране, овај обрачун Теодосија Првог са паганским играма је обрачун и са западним царем Еугенијем који је хтео да врати стару религију. Теодосије јесте желео да хришћанство одбрани од секташких напада, али је хтео и да сачува велико царство које се распало брзо након његове смрти. Ваља напоменути да хиподромска коњичка такмичења нису укинута иако црква на њих није гледала благонаклоно²⁸.

Хиподромске коњичке трке су потомци такмичења из Циркус Максимуса. Хиподром у Цариграду је изграђен у време Септимија Севера (владао 193 – 211. године), али га је обновио и сјај му дао цар Константин, непосредно пре него што ће Цариград прогласити престоницом источног царства, Новим Римом. Спектакл у источном делу царства добија сасвим другу функцију како због грчког наслеђа, тако и због утицаја хришћанства које се ширило и спонтаним токовима међуљудске размене идеја, тако и проглашавањем хришћанства званичном религијом царства од стране Теодосија Првог. Хиподром је место које окупља велики број становника, те постаје место не само забаве, клађења, већ и место где се цар обраћа поданицима, где се и цареви проглашавају, те и место политичких сукоба које се преплићу са „спортским“ навијањима. Навијачке групе су наслеђене из старог Рима, али док је у Риму навијање део забаве, кладионичарског заноса, цариградски хиподром постепено постаје место које наслеђује функцију римског форума и грчке агоре. Навијање се временом своди на политичко навијање, те се некадашње главне „спортске навијачке групе“ плавих, зелених, црвених и белих своде на присталице плаве и зелене деме²⁹ – две супростављене странке чији сукоби кулминацију

окупљања могу вршити у складу са древним обичајима, уколико захтева народна воља, али без жртвовања или приказивања ма ког осуђеног сујерверја, прев. В.В.М)

²⁷ Хришћанство, Источно, никад није омаловажавало тело, које је било важно оруђе у унутрашњим биткама. Оптужбе појединих аутора да је хришћанство имало негативан став према телесном, у том смислу и према физичком вежбању, односе се на схватања која су се појавила доцније у појединим редовима у оквиру Западног хришћанства који су проповедале врсту аскетизма која није изворно хришћански. Тај наметнути аскетизам је изазивао револт код људи.

²⁸ „Они који журе да иду на коњска такмичења и друге сатанске представе не брину за цјеломудрије, николико се не старају о врлини, хоће да се раскалаше, предају се веселу и презасићивању, свакодневно себе троше безумном и побјешњелом страшћу према парама и приљепљују се дјелима овога свијета“, говорио је у Слову 7, Свети Јован Златоусти (1991) о онима који су отишли на војничка игралишта.

²⁹ У раној Византији, сенат, војска и градско становништво су организовани у демама које су политички чиниоци и ограничавају царски апсолутизам. Деме су на неки начин наследници политичког живота хеленских полиса. У стабилним временима деме учествују у јавним радовима. Сматра се да су играле улогу градске милиције. Острогорски (1998: 51, 85–86) је мишљења да плаву дему чине представници велепоседничке сенатске грчко-римске аристократије, док зелене образују

достигу на хиподромским тркама, не само у Цариграду већ и другим већим градовима. Цареви су морали да рачунају на утицај дема и уобичајено је нека од дема увек уживала подршку. Немири на хиподромима нису биле ретка појава. Познато је и да су се деме уједињавале. Једно такво уједињавање 532. године, у побуни „Ника“ завршило се у потоцима крви на хиподрому. Но то су времена утврђивања царства и одбране не само од напада на границе, већ и одбране од различитих утицаја на хришћанство.

Византија је одржала римски обичај дељења хране на хиподрому, али је овде он добио сасвим други смисао – Шрот (Schrodt, 1981 : 46) указује да је то социјални програм, подела хране сиромашнима који произилази из хришћанског милосрђа. Патријарх би у тим приликама присуствовао такмичењима, заједно са царем.

У 10. веку хиподром почиње да губи улогу центра друштвених, пре свега политичких збивања коју преузима велики трг испред царске палате. Почетком 13. века пожар и крсташки походи га трајно оштећују, иако се понеко такмичење и даље одржава све до 1453. године када Цариград освајају Османлије.

Рана Византија је задржала и гладијаторске игре, али у форми забаве. То више нису биле крваве, него забављачке представе. Већ у 6. веку оне ишчезавају.

Источно царство „увози“ и друге игре. Из Персије је у Византију у 5. веку стигла тимска игра слична полоу – тзиканион (грчки: τζικάνιον) која се играла на посебним теренима и коју су касније у 12. и 13. веку крсташки ратници пренели на запад.

Средином 12. века Цариград прихвата и западњачке витешке турнире који се после Латинских освајања преносе и у Грчку и на друге територије.

2.5. Спорт и такмичења у средњовековној Западној Европи

Рим је својим освајањима романизовао велики део Западне Европе. Иако је Римско царство пропало, његов цивилизацијски утицај опстаје. Када се германска племена, са којима је Рим непрестано ратовао и која су после пропасти царства

успешни чиновници и припадници имућнијег трговачког слоја који претежно потиче из оријенталних делова царства. Исти аутор наводи и да су плави заступали грчко православље (учење о богочовечанској природи Христа), а зелени монофизитизам (једна, божанска природа Исуса Христа) и источњачке секте.

преплавила целу територију Европе, под краљевом влашћу уједињују у једну велику државу Франачку, примају хришћанство и ствара се романо–германска цивилизација. Франачки краљеви ће помоћи стварање папске државе, будућег Ватикана, а папа ће касније, 800. године, Карла Великог прогласити за римског цара – његова империја се простирала безмало на читавој територији Европе. После рата са Византијом обе државе су признале једна другу, али је овај сукоб, два века касније резултирао великим расцепом хришћанске цркве³⁰. Франачка ће се касније распасти на мање државе кроз које ће утицај Рима (Ватикана) опстати до данашњих дана.

Спортске активности у франачкој држави подразумевале су клизање на леду, рвање, лов, трке, игре са лоптом, бацање камена, пливање (Карло Велики је био изузетно вешт пливач и посвећен телесним вежбама). Постоје мишљења да се обука младих у војним вештинама у аристократским круговима одвијала не само под римским утицајима, него и по угледу на Спарту. Рекреативне активности припадају онима који за њих имају времена, а то свакако нису они којима егзистенција зависи од свакодневног мукотрпног рада. Бат (Butt, 2002 :148) чак указује на то да се забава код сиромашних слојева у слободно време пре сводило на опијање као бег од мучног живота, иако је опијање изражено и код богатих слојева у подједнаком обиму. Пијанства су била узрок нереда.

И на острвском делу Западне Европе има спортских активности. Према неким средњовековним изворима у Ирској су се и пре доласка Римљана у првом веку нове ере, међу Келтима одржавале свечаности сличне Олимпијским, познате као Теилтине игре. Постоје мишљења да датирају из 18. века п.н.е. Тај се податак овде узима са резервом обзиром да нам није познато да постоје и материјални докази, али је извесно да су се такве игре одржавале до 12. века нове ере.

Спис из 12. века нам говори да су се становници Лондона, који је био центар трговачко – занатских савеза, гилди и имао самосталну управу, бавили различитим спортским активностима у сврху рекреације и забаве (Fritzstephen, 1860). Пре сезоне војних похода, што се временски поклапало са великим постом, младићи су имали игре које су служиле као војне вежбе. Једном годишње на дан Карневала, пред велики пост, школска омладина је учествовала у борби с петловима, после чега се одлазило на пољану и играла игра са лоптом, а очеви, занатски помоћници и

³⁰ Расцеп има своју дубљу позадину, теолошку

имућнији становници су долазили као посматрачи догађаја, забављајући се и сами. Карневали су често постајали повод и за превелико опијање и преједање, што је на крају постао разлог да буду осуђени од цркве. Узрок разврата је, као и у Фрањевачкој најчешће алкохол који се и овде конзумира у свим слојевима, не само међу сиромашним слојевима и становницима града, него и међу племством код кога је витештво тек у повоју.

Писменост је ограничена углавном на манастире. На острву још увек влада закон борбе за опстанак. Стога и племићка турнирска такмичења пре наликују на кланице како је описао и Пекић (1999: 94).

Турнири су у Енглеску стигли из Фрањевачке државе, где су служила више као забаван тренинг међу ратницима. Сматра се да турнирска (екипна) такмичења на коњима потичу од поменутих римских војничких коњичких показних вежби (Негин, 2010: 27). Постепено, иако делом задржавају стару сврху припреме за ратне окршаје, постају све више забавног карактера, али пре свега служе за показивање припадности племству. Покровитељи турнира су најимућнији припадници племства који желе да се овим истакну. Мање имућни су мотивисани славом и наградама која се делила не само победничкој екипи, већ најбољим учесницима оба тима. Племићи су путовали и у друге државе, сами или са пратњом. На појединим турнирима је учествовало и више од 3000 витезова. Публика на турнирима је била подељена између присталица домаћих и присталица гостујућих тимова. Временом су се такмичења на турнирима свела на дуел под пуном ратном опремом у којем један према другом на коњима јуре противници, а сама такмичења изгубила карактеристику ратничког тренинга. Постепено се градио и племићки витешки идеал који је подразумевао многе племићке и хришћанске врлине и који је у виду мита опстао до дан данас дајући романтичним душама право да са носталгијом причају о средњем веку. Но, идеал је идеал, а у реалности су турнири често одолевали покушајима култивисања.

Краљеви углавном нису на турнире гледали благонаклоно, виђајући у окупљањима племства реалну опасност по своју власт. Насилност је била други проблем и било је владоца који су уводили правила како би се иста смањила. Римокатоличка црква је насилност и вулгарност осуђивала, сматрајући да би племство требало да ратнички дух покаже у одбрани хришћанства, па је и папским указима све до 14. века забрањивано да се племићи страдали у турнирима сахрањују

као хришћани. Турнири су се на крају свели на забављачку представу у аристократским круговима, изгубивши везу са војним тренингом и као такви трајали су и кроз 15. и 16. век.

Средњевековна Европа је још увек недовољно урбанизована, већина становништва живи по селима. Због тога витешки турнири као типичан спортски догађај те цивилизације неће никада достићи уређеност и грандиозност хеленских или римских (и у западном и у источном делу Царства) спортских догађаја.

2.6. Спорт у Европи у новом веку³¹

Временски се почетак новог века може одредити променама које су настале падом Цариграда 1453, открићем Америке 1492, те протестантском реформацијом 1517. године. Нови век се везује и за ренесансу која је започела прво у Северној Италији, трајала кроз цео 15. и 16. век у целој Европи. Важан догађај је Гутенбергов изум штампарске машине. Рани период обухвата и доба разума (просветитељство).

Популарност средњевековних турнира, који су постали типична забава племићких кругова, трајала је и кроз 15. и 16. век. Идеализовала се прошлост и витешки дух. Турнирска такмичења су имала карактеристике спортског догађаја. Популарни су били и код појединих краљева – 1559. године француски краљ Анри II Валоа је погинуо у турниру чиме је почела да опада заинтересованост за њих.

Време ренесансе обновило је интересовање за антику. Идеал складног развоја и тела и духа поново је актуелан, те настају многа дела која истичу значај физичког вежбања у васпитне и у сврху здравља. Мисао све више излази из религиозних оквира.

У 17. веку настају први покушаји обнове Олимпијских игара (под називом Olympic games), у Енглеској, али је то доба великих превирања на острву. Игре су имале противнике у пуританцима, али их је подржавао Џејмс Први, шкотски, енглески и ирски краљ, који је због њих 1618. године донео Декларацију о спорту којом се дозвољава бављење спортским активностима у дане празника (црквених) и недељом. Краљ је вероватно овим хтео да оконча сукобе природе којих се не може

³¹ И овде је наслов дискутабилан, мисли се углавном на Западну Европу, али како се европске земље колонијално шире, а тиме и њихови утицаји, све је теже повући границе, како просторно тако и временски.

једнострано одредити, али су они ипак нешто касније резултирали серијом грађанских ратова. У доба Републике и пуританца Кромвела, спорт и забава ће бити сматрани ђаволовим искушењем и стога забрањени. Није зато чудно што ће повратак краља у Енглеску бити дочекан са одушевљењем, иако је монархија од тада постала више национални симбол.

У 17. и 18. веку у Европи се јавља интелектуални покрет, назван просветитељством, који померивши се од почетних покушаја да се рационално и теолошко објашњење света споје, коначно обоготворује разумски поглед на свет. Утемељена на том култу разума, на територији Европе настаје научно–техничка цивилизација.

Шиљак (2007: 118–120) нам даје податке да је у Енглеској, у 18. веку настао такозвани патронажни спорт. Разна спортска надметања у којој су учествовали дворске слуге, сељаци и припадници још једне нове класе – радничке, организовала су се под патронатом имућних (племства и касније богатијих буржујских слојева), који су победнике богато награђивали. Та такмичења и награђивања су од самог почетка служили да се учесници такмичења релаксирају од рада, а наградом се „куповала“ захвалност патронима који су свој интерес за ове прве облике спонзорства видели у спречавању незадовољства маса. У то време су настали и први видови спортског професионализма, јер су и поједини припадници богатијих слојева почели да учествују на тим такмичењима привучени могућношћу добре зараде од награда.

Изум парне машине у другој половини 18. века, индустријска револуција и технолошки напредак (најпре у Енглеској и САД, а постепено и широм Европе) доносе велике промене. Отварају се фабрике које су у власништву нове грађанске класе и ствара се радничка класа. Крај 18. века обележава француска буржоаска револуција и стицање независност САД. Енглеска постаје економски најјача сила света. Континенталну пак Европу, у 19. веку потресају револуције. Године 1871. у Паризу је незадовољство маса довело до стварања Париске комуне.

Некако у исто време, у Енглеској и САД се јављају теорије које су данас познате под именом социјал-дарвинистичке, а које сматрају да у друштву као и у животињском свету владају борбе за опстанак. Као да Хесиодов покушај или пак хришћанска мисао нису оплемениле мисао. Друштво, према тим теоријама, покрећу сукоби између различитих друштвених група, а опстају најјачи. Социјал–

дарвинистичке теорије повезују се са идејом слободног тржишта (капитализма), империјализмом, фашизмом, расизмом, еугеником.

Индустријализација и помоћ машина омогућава и више слободног (од рада) времена. Нове слободе на свим пољима отварају путеве за масивизацију спорта. Спортски догађај постаје подложен научно–техничком погледу на свет: почиње мерење времена, вера у бесконачни прогрес који је настао из одушевљења убрзаним напретком који је остварен развојем технологијем преноси се и на спортске терене.

Енглеска је предводник. Енглези су већ имали традицију организације коњичких трка које су биле популарне међу аристократијом и искуство са организацијом бокс мечева који су били забава у трговачком центру острва – главном граду Лондону³². И једне и друге карактерише клађење³³. Организација клађења је убрзо препозната као добар начин зараде.

Напредак науке оснажује привреду, јача индустрија, урбанизација је у замаху (град полако постаје свет у малом), цвета трговина, одатле и банкарство. Развој индустријског друштва и капиталистичких односа у друштву доводи до стварања нових управљачких облика, функционалних, јер територијални оквири постављају ограничења кретању капитала. Субјекти друштвених делатности се сада организују независно од територије, а међусобно повезивање и кохезија се остварује према функцији коју обављају. Оснажена Европа, предвођена Енглеском пре свега, креће у политичко, економско и културно освајање света.

Утицај енглеског организовања спорта шири се са једне стране у САД, где се брзо везује за бизнис. Ширење утицаја Европом иде преко Француске – тамо је Пјер де Кубертен формирао олимпијски, спортски покрет који је снажно допринео успеху глобалне спортске офанзиве. Од 1896. године, олимпијски покрет одржавањем Игара у Атини, постаје значајан чинилац 20. века и даље, на многим нивоима. Савремени спортски догађај ће због тога у следећој глави бити анализиран најчешће преко олимпијских игара.

³² Већ је 1719. Енглеска имала свог боксерског шампиона

³³ Етимологија нам говори да се именицом спорт крајем 19. века означавао човек са стилем указујући вероватно на човека који подсећа на племића зато што учествује у клађењу, које је било заступљено међу племством на коњичким тркама (Sport, n.d.)

2.7. Резиме

У хеленској култури, вежбање се истиче у војној припреми, али и код правилног развоја - успостављен је идеал уравнотеженог развијања тела и духа. Код Хелена, спортски догађај је окупљао припаднике истог народа, исте религије и истог пола (жене нису имале пуни приступ, странцима је учешће забрањивано, али су били присутни у публици, робови су искључени). Првобитна функција спортског догађаја је била култно–религиозна. Како је религија, поред језика била спона између (често и ратовима) раздвојених полиса, спортски догађаји, од којих су најзначајније игре из Олимпије, су место религијски мотивисаних сусрета припадника хеленске цивилизације, што превазилази уске интересе појединачних полиса постајући симбол хеленског заједништва. Спортски догађај има и економску функцију, али она није примарна, значајна је само за трговце који би се сјатили у време одржавања игара, обзиром да је број гледалаца био и до 40 000.

У Риму, вежбању се даје велик значај у војсци, а такође и као средству релаксације, забаве и физичког здравља. Спортски догађаји окупљају припаднике свих слојева, чак и робове који су учесници гладијаторских представа – акценат је на публици, спорт је забава за масе и користи се за придобијање плебса и неутралисање незадовољстава. Религијска функција (у смислу односа са трансцедентним) је ишчезла (иако саме гладијаторске представе имају корен у култно–религиозним обредима), али је спортски догађај у функцији стварање култа личности цара.

У Византији је спортски терен био место где се одвијао политички и друштвени живот града, где се цар сусретао са народом, а спортска такмичења су била „пратећи програм“. Хришћански оци не одобравају те спектакле, иако се важна верска питања решавају баш на хиподрому.

У средњевековној Западној Европи, кроз турнирске догађаје се потврђује не припадност народу као код Хелена, већ племству. Витешки идеал временом постаје мешавина ратничких вештина, племићких особина достојних двора и жеље да се буде војник (Христов, како су хтели да верују) који заслужује своје место у рају. Касније се турнири свODE на аристократску забаву.

Нови век у Европи је донео неке нове слободе, па су се после различитих по природи забрана и ограничавања спортских активности, створили услови за

омасовљење спорта и постепено, уз обилату помоћ науке и технике, он је постао све и свуда присутан. Масовност и свеприсутност спорта силно је у новим околностима подстрекивана профитним интересима, али не само њима.

ТРЕЋА ГЛАВА

САВРЕМЕНИ СПОРТСКИ ДОГАЂАЈ

У ТУРИСТИЧКОЈ ПОНУДИ

3.1. Уводне напомене

Теоријски и емпириски налази говоре о томе да је савремени спортски догађај комплексна организациона појава која осим спортске карактеристике (физичког вежбања и демонстрације физичких вештина најчешће кроз такмичење), поседује и друге истакнуте карактеристике, пре свега економску која није тако уочљива у осталим историјским формама спортских догађаја. Затим, у савременом спортском догађају, чак и онима локалног карактера, су испреплетени различити високи ризици (финансијски, политички, цивилизацијски, безбедносни, еколошки итд.). Из ових разлога, управљање савременим спортским догађајем захтева велику оспособљеност и знање (теоријско и искуствено) из различитих области.

Спортским догађајима у савременом добу управљају организације у области спорта уз сарадњу са осталим организацијама које имају интерес или су неопходне ради одржавања догађаја. Већ смо напоменули да је такмичење доминантна карактеристика савременог спорта и да се такмичења и други процеси у вези спортског догађаја одвијају по унапред утврђеним правилима. Сваки спортски догађај међународног карактера или глобалног значаја³⁴ поштује правила која се одређују на планетарном нивоу. Правила у спорту су хијерархијски рангирана: локалне спортске организације поштују правила која приписују национални савези, а ови пак правила која се одређују у оквиру међународних управљачких тела у појединачним спортовима.³⁵ Правила се у међународним организацијама одређују у сарадњи и договору националних организација. На пример, Кошаркашки савез Србије бар званично заступа интересе српске кошарке у Међународној кошаркашкој федерацији. Са друге стране, већина организација у појединачним спортовима тежи признавању од стране Међународног Олимпијског комитета и своја правила координира са овом организацијом. Међутим, национални (државни) Олимпијски комитети не заступају интересе својих држава (територија) у овој организацији, већ како јасно говори олимпијска повеља, њене интересе у конкретним државама. Раније

³⁴ Појавом глобалних медија и либерализацијом токова људи и финансија, догађаји који су били локалног карактера постају међународно значајни. Такмичења у оквиру Енглеске Премијер фудбалске лиге (где на пример власници клубова или играчи долазе из целог света), популарнији су на глобалном нивоу од неких спортских догађаја у којима се такмиче спортисти из различитих држава.

³⁵ При томе се може десити да постоји неколико међународних организација у појединачном спорту, али национални савези углавном припадају онима који су признати од Међународног Олимпијског комитета.

поменута кровна организација свих међународних федерација појединачних спортова, олимпијских и неолимпијских, SportAccord, је такође повезана са Олимпијским комитетом и званично је његов лојални партнер у достизању циљева олимпијског покрета како стоји и на званичној интернет страници ове организације (International OlympicCom, n.d.). На овај начин Међународни Олимпијски комитет представља најутицајнију и најзначајнију, најмоћнију организацију у области спорта. Нас занима одакле потиче моћ ове организације, посебно каква је улога оних субјеката који располажу ресурсима моћи. Једно од потоњих поглавља је стога посвећено теорији елита и глобалној елити моћи.

Будући да су глобализацијски и глобалистички процеси веома комплексни, корисно је да у даљем истраживању имамо у виду такозване димензије глобализације и глобализма које представљају различите аспекте ових процеса и појава – економске, политичке, еколошке, војне итд. Ове димензије је немогуће стриктно одвојити јер су међусобни утицаји велики, а поједини аспекти се не пројављују истовремено. Клупко савремених глобалних процеса је толико замршено између осталог и зато што је објективна међуповезаност на свим нивоима, и у свим правцима, убрзана до нивоа брзине преноса информација (максималне познате брзине). Ипак, анализа појединачних димензија, где год је могућа, даје јаснију слику о појединачним процесима и везама. Говорећи о димензијама глобализма ми говоримо о покушајима успостављања глобалне владавине деловањем на економском, политичком, културном и сваком другом плану. Анализа утицаја глобализма кроз његове димензије открива улогу различитих субјеката у глобалним процесима: економских (финансијских), политичких и духовних структура који чине глобалну елиту моћи.

3.2. Формирање међународних организација у области спорта

Крајем 19. и почетком 20. века настају прве међународне спортске организације које су постепено, уз прекиде због светских ратова, укључивале све већи број такмичара из свих земаља света. Тиме започиње организација међународних догађаја. Формирани су међународни савези у гимнастици, веслању, клизању, бициклизму, фудбалу и другим спортским гранама, а 1896. године је формиран и Међународни Олимпијски комитет.

Међународни Олимпијски Комитет и интернационалне спортске организације настају у доба интензивирањем оснивања многих међународних организација. Друга половина 19. века је доба реализације старих идеја о заједничком одлучивању по питању заједничких интереса. Те прве међународне организације још увек не добијају статус планетарног, али постављају темељ за будуће глобалне организације. Године 1850. поморским телеграфским кабловима спојена су британска острва са Француском, дакле са континенталном Европом, а већ 1865. године потписана је међународна конвенција која је довела да се 1868. године формира Међународни уред телеграфских управа. Европска комисија која је регулисала пловидбу Дунавом формирана је 1856. Међународни конгрес који се бавио темама помоћи рањеницима у ратовима и заштите цивила иницирао је 1863. године стварање Црвеног крста. У ово време, 1864. године, настала је у Западној Европи једна од најзначајнијих идеолошко–политичких организација међународног карактера, револуционарна организација радника – Прва интернационала, на иницијативу француских и енглеских радника. Поједини аутори, Симоновић на пример (2007: 64), сматрају да је оснивач Међународног Олимпијског комитета Кубертен своју организацију формирао управо са намером да олимпизам супростави пролетерском интернационализму.

Организације које превазилазе локалне оквире нису нова појава. Још су, како смо видели, стари Хелени склапали најразличитије савезе ради заштите и ради одређених заједничких интереса (безбедносне природе пре свега, али и трговине ради).³⁶ Савремене међународне организације настају у условима:

1. снажног технолошког напретка које доводи до одговарајућег унапређења комуникационих средстава;

2. у условима конкуренције и партнерства нација–држава капиталистичког света, као и супростављености (на класној линији углавном) унутар капиталистичког друштва, а и његовог утицаја и ширења ван сопственог језгра;

и, што је на многим нивоима повезано са горњим, а има и своју „предисторију“

³⁶ Наравно, савези нису хеленски изум, остајемо у оквирима рада.

3. првенствено у западноевропским (укључујући касније и њен цивилизацијски „део“ – САД) оквирима.

Формирање међународних организација, па и оних у области спорта се може посматрати из перспективе вечне људске жеље за повезивањем и разменом, дакле као део глобализацијских процеса. Посебно је овај аспект могао да дође до изражаја када су створени објективни, технички услови за брзо повезивање света, прво развојем саобраћајних средстава, а затим развојем телекомуникација. С друге стране, на формирање међународних организација се може гледати као на део глобалистичких процеса уколико се установи да су и техничке могућности и те искомске тежње злоупотребљене и искоришћене како би се успоставио економски, политички и духовни поредак који одговара интересима оних који теже да остваре владавину над планетом.

3.3. Почети међународног туризма и „обновљене“ Олимпијске игре

Веза између путовања и спортског догађаја постојала је још у време такмичења која су се одвијала код старих Хелена. У време одржавања агонистичких свечаности, велики број људи би путовао из удаљених места у част игара и богова. На такмичења би путовали и многобројни трговци јер је то била изврсна прилика да се заради. Но, на таква путовања се одлазило у сопственој организацији, а одржавање игара није било економски мотивисано.

Увођење спорта у економске токове започело је у колевци модерног спорта, на Британском острву. И у Сједињеним Америчким државама се спорт брзо везао за бизнис. Универзитетски спорт је практички од самог почетка био комерцијализован и употребљен у профитне и маркетиншке сврхе (Симоновић, 1995: 79). Континенталној Европи је требало више времена да уочи профитни потенцијал у спортском покрету. Сам оснивач олимпијског покрета, Кубертен је у новцу видео непријатеља спорта (Симоновић, 2007: 135, 172). Али, како у Француској није наилазио на очекивану подршку за пројекат спортског (олимпијског) покрета, одржавање игара је везивао за Светске изложбе како би оне стекле пажњу светске јавности. Кубертен је планирао да се прве Олимпијске игре одрже 1900. године у Паризу. На крају је морао да попусти под притиском грчке стране, па су прве

обновљене игре, после преговора, ипак одржане у Атини 1896. године. Друге игре су организоване према првобитној замисли, а Кубертену је успело да и следеће две, 1904. (Сент Луис) и 1908. године (Лондон), веже за интернационалну манифестацију Светске изложбе, уз много потешкоћа и прилагођавања које су последица конкурентских односа између тада најмоћнијих држава западног света (оних који јесу и оних који долазе на светски трон). Саме изложбе су биле демонстрација технолошке моћи (и са тим повезано, економском и политичком моћи) појединих држава које се боре за примат, пре свега у оквирима капиталистичког Запада. Развој организованог међународног туризма повезан је и са Светским изложбама и касније са Олимпијским играма. Према неким ауторима још су прве олимпијске игре донекле замишљене као туристички производ – Гибсон (1998: 50) нас подсећа да је Братон Холмс, један од учесника првих модерних игара 1896. године у Атини, сматрао игре пре туристичким спектаклом него спортским дешавањем.

Британац Томас Кук, који се сматра претечом савременог организованог туризма, је већ имао искуства са вођењем (домаћих) путника на Светску изложбу која се одржала у Лондону 1851. године. Он је, као следећи пословни корак, планирао путовања у иностранство, али је по наговору Џозефа Пакстона³⁷ уместо тога организовао довођење радника и деце са различитих места на острву – њих 150.000 (!) је допутовало у Лондон преко његове агенције (Thomas Cook history, n.d.). Четири године касније одвео је сународнике преко Ламанша, на Светску изложбу у Париз, чиме је наступила ера организованог међународног туризма. Томас Кук није доживео обнову игара. Али, 1896. године, британски путници су у Атину отпутовали посредством његове агенције. Године 2012. Thomas Cook Group један је од спонзора Олимпијских игара у Лондону³⁸.

О чврстине успостављене везе између туризма и спортског догађаја, говоре речи директора маркетинга Међународног Олимпијског Комитета у време игара у Сиднеју, 2000. године:

³⁷ Пакстон који је славу стекао са Кристалном палатом, својим делом са те изложбе, се обогатио шпекулацијама у пословима са железницом која је у његово доба доживљавала свој процват (Raxton Joseph, n.d). Пакстон и Кук су, очигледно, схватили предности железнице и потенцијал туризма у остваривању високих профита. Могуће је везу између туризма, светских изложби и олимпијског пројекта правдати чисто економског логиком и удруживањем на бази интереса, како се уобичајено и чини, али напоменимо да је Пакстон био повезан са моћним кланом Ротшилда који је према налазима Павленка (2012) имао изузетно значајну улогу у историјским дешавањима посебно 20. века, што указује на то да је олимпијски покрет можда био део ширег пројекта светских глобалистичких елита.

³⁸ После национализације након другог светског рата и промене власничке структуре, компанија данас делује као деоничарска, јавна компанија.

„Туризам је ујединио спорт, културу и природно окружење као важну димензију Олимпијских Игара. Аустралија је прва земља – домаћин Олимпијских Игара, која је искористила у потпуности предност игара ради енергичног подстицања туризма ради добробити целе земље. Нисмо уочили да се на овом нивоу то раније радило и ово је модел који би хтели да наставимо и на будућим Олимпијским Играма у Атини и даље“ (Рауне, наведено према Higham; Hinch, 2004: 110).

С једне стране, спрега између туризма и спортског догађаја може одиста бити врло корисна за привреду једне земље или за добробит локалне заједнице. Међутим, деценију и више касније, непосредно пре одржавања игара у Лондону, изашао је текст³⁹, написан од стране угледних професора највећег аустралијског универзитета Монаш, Гискија и Мадена (Giesecke; Madden, 2012), у којем се говори да су приче о великим и широким бенефитима олимпијског туризма у вези игара у Сиднеју биле претеране, исто као и приче о новим радним местима. Јесте констатовано отварање нових радних места, али је у суштини дошло само до затварања старих и отварања нових позиција и пребацивања кадрова у функцију одржавања игара. Ово говори о две ствари: прво о, у литератури већ потврђеној, пракси писања поручених текстова у корист појединих структура (стављање академских кадрова у службу центара моћи) који износе недовољно проверене претпоставке у вези добробити који одређени догађај треба да обезбеди; и друго, на шта указују Манзенрајтен и Хорн (Manzenreiten; Horne, 2006: 18), да је основана сумња да су спортски догађаји, посебно они велики у функцији пребацивања јавних средстава у одређене приватне фондове. Те фондове, како ће у значајној мери показати наша даља анализа, у великој мери контролишу светски центри моћи.

Веза између туризма и спортског догађаја додатно се појачава медијима о чему ће више речи бити у потоњем делу рада.

³⁹ Текст је објављен у независном онлајн часопису The conversation који у име информисања широке публике и служби јавном добру директно и бесплатно преноси широкој публици текстове угледних истраживача у различитим областима.

3.4. Теорија елита и појам елита моћи. Глобална елита моћи

Термин елита моћи је у науку увео Рајт Милс (Wright Mills), анализирајући структуру моћи у својој домовини, Сједињеним Америчким Државама.

Именица *моћ* и одговарајући глагол *моћи* односе се на имање способности за деловање (за покрет, по Аристотелу).⁴⁰ Дакле, реч моћ означава способност (потенцијал-potentia, латински) и могућност за деловање и стварање.

У друштвеним околностима⁴¹, реч моћ добија одређења која се таложу на њено суштинско значење. Тако, у међуљудским односима, моћ може да се испољава и као моћ над другим, а такође можемо да говоримо и о моћи над природом⁴², те у једној (крајњој) инстанци значи деструктивну моћ (како по људе, тако и по природу). Моћ као људска (индивидуална или групна) моћ над другима, као надмоћ, је неетична. Овако схваћена моћ подразумева рангирани поредак (хијерархију), при чему је један слој (виши степен) надређен другом те укључује и владавину, заповедање, управљање, узимање итд.⁴³

Значајна је Веберова (цит. у Павловић, 2009: 14) дефиниција која моћ дефинише као "изгледе да се у оквиру једног друштвеног односа спроведе сопствена воља упркос отпору, без обзира на то на чему се заснивају ти изгледи". Вебер је сматрао да је моћ повезана за политиком и са интересом. Спрововођење воље подразумева и њено наметање. Начини наметања воље могу бити базирани на сили (директној и индиректној) ако постоји отпор, али, како смо већ рекли у претходним поглављима, и на манипулацији и убеђивању како би се отпор избегао.

Било да моћ схватамо у основном, суштинском значењу као могућност за деловање, или као моћ над другима, ваља нагласити да су за остваривање моћи,

⁴⁰ И француска (pouvoir) и енглеска (power) именица изведене су од старофранцуског глагола/именице *rovoir* који води порекло од вулгарног латинског *potere* – *моћи*.

⁴¹ Индивидуалну моћ је тешко одредити без позивања на апсолутну моћ која се приписује надљудским силама, у крајњем Богу, а може се на пример одредити као неспостојање воље за моћ или као способност за разликовање добра и зла. Индивидуална моћ у односу на друштво је релативна, мада је у теолошким оквирима и моћ друштва над личношћу релативна.

⁴² моћ природе над човеком има, пре свега психолошки значај (жеља за моћ потиче од немоћи, паганског страха) и у многеме одређује људске поступке. Моћ природе над човеком и обратно, као и међуљудски односи моћи имају сложени утицај на свеукупни људско делање.

⁴³ Хијерархијско устројство које за врховни ауторитет има бога функционише другачије од хијерархијског устројства које узима као врховни ауторитет човека (појединца или групе)

односно употребу датих потенцијала у људском делању битна средства која су на располагању⁴⁴.

Сматра се да су основни извори моћи материјално богатство, статус (наслеђен или стечен), као и знање. Материјална богатства предуслов су економске моћи, статус доприноси политичкој моћи, а знање духовној⁴⁵. Оно на шта би ваљало обрадити пажњу је где су концентрисана сва три извора моћи. Резултати појединих истраживања јасно указују да је она концентрисана у рукама елите која настоји да има и одржава монопол над сва три ресурса моћи.

„Елита“ је појам из теорије елита која, за разлику од марксистичког концепта друштвене поделе на класе базираној на власничком статусу – својини, друштвену поделу на владајућу елиту и масу заснива на друштвеној моћи. Сматра се да су творци концепта елита Моска и Парето⁴⁶, иако је сама реч елита много старија, а потиче од латинске речи „*eligere*” што значи бирати⁴⁷. Класична теорија елита настала је као одговор на Марксово истицање економске условљености друштвене поделе. Овај приступ сматра владавину елита природном и друштвено корисном јер су чланови елите духовно (идејно, по знању итд.) супериорни у односу на масе. По многим творац теорије елита, Моска⁴⁸, сматрао је да се моћ политичке класе, како је називао елиту, темељи на урођеним способностима, али и на поседовању материјалних средстава и интелектуално-моралној надмоћи која се стиче васпитањем. Битна одлика елите, на којој почива њена моћ, је њена организованост, сматрао је Моска (цит. према Пешић и Базић, 2010):

“Фатална је надмоћност организоване мањине – подређене једном мотиву – над дезорганизованом већином. Несавладива је моћ било које мањине над сваком

⁴⁴ У првом случају, можемо да поставимо питање да ли човек може да оствари своје стваралачке потенцијале, ако искључимо фактор среће или уплитање надприродних сила, уколико се роди у сиромашној средини, у условима репресије и сл. Овде разумљиво остајемо одвојено од теолошких ставова који овим питањима дају другу димензију.

⁴⁵ Наравно, политичка моћ се остварује и преко знања или материјалног богатства, економска моћ зависи и од знања и од политичке моћи, а за стицање знања потребна су материјално богатство, а и статус.

⁴⁶ Различити аутори дају предност једном или другом аутору

⁴⁷ Преко старофранцуског облика „*eslire, elire*“ формирана је именица *eslite* која је доспела у средњовековни енглески (касни 14. век) са значењем „изабрани човек“. Занимљиво је да је овај термин изашао из употребе у Енглеској и да је заживео у француском језику у данашњем облику „*élite*” чије је рано значење избор, али и високовалитетна роба, а тек касније служи за означавање „виших“ социјалних група (*Elite, n.d.*)

⁴⁸ Павловић (2009:10) каже да је теорију елита поставио Моска, али да је сам назив елита увео Парето. Тачније, наводи аутор, још је Платон сматрао да филозофи, духовна елита како би је данас назвали, треба да влада.

индивидуом која припада већини, која се нађе усамљена пред целокупношћу организоване мањине, док истовремено може да се каже да је она управо организована зато што представља мањину“ (стр. 257).⁴⁹.

За разлику од Марксовог става да и подређене класе могу бити организоване као и владајућа, масу која стоји насупрот елите карактерише управо њена неорганизованост⁵⁰.

Критичка струја негативно вреднује елиту и њену власт. Најизразитији представник Милс сматрао је да савремено друштво није демократично (овај став се, наравно, пре свега односи на његову домовину САД) већ да постоји узурпација власти од стране центара моћи. Термин елита моћи настао је према наслову његовог најчувенијег дела. Према Милсу (2000), америчка елита прошла је кроз неколико епоха.

У првој епохи, негде до прве половине 19. века елита је била углавном политичка, политичке институције су биле у доброј мери централизоване, а на челу институција су били свестрани појединци, из старих породица које су већ генерацијама имале добро образовање. У другој епохи, постепено долази до успона економског поретка који се базира на индивидуалном власништву и тај поредак игра све значајнију улогу у друштву. Постоје неколико група на врху, али ниједан скуп људи не контролише привреду и политику. Економија постепено добија превласт над друштвеним статусом и политиком, а међу људима који одлучују све је већи број људи из области економије. Већ у трећој епохи, у којој се четрнаестим амандманом на Устав САД, корпорацији даје статус лица - корпорација добија моћ и започиње супремација корпоративне економске моћи⁵¹ и центар иницијативе се премешта са владе на корпорацију. Како је приватна економска моћ надвладала јавну политичку моћ, тако је и економска елита надвладала политичку. Милс сматра да је моћ државне и федералних влада била ограничена, расута и неорганизована, док је моћ индустријских и финансијских корпорација концентрисана и међусобно

⁴⁹ Овоме можемо да додамо да се мањина организује и на основу идеологије, а да је циљ организације стицање моћи у неком њеном облику, на основу те идеологије која је усвојена или се ствари са намером.

⁵⁰ Која настаје због непостојања заједничке идеологије, због непоседовања информације, због недостатка средстава и политичких средстава-дакле због тога што су сви извори моћи у рукама елите.

⁵¹ Милс је пре више од пола века схватио значај ове одлуке. Године 2010, Врховни суд доноси одлуку којом се правним лицима као што су корпорације дају лична права слободног изражавања као и живим особама. Иако корпорације и финансијске организације не могу да гласају, могу да без ограничења финансирају и подржавају јавно кампању кандидата који им одговара, а њихова финансијска моћ је таква да практично немају конкуренцију (Tremblay, 2010).

прожета. Војни врх је у то време потчињен политичком. Како је због саме природе владајућег капиталистичког економског поретка дошло до велике кризе, насупио је период (New deal у доба Ф. Рузвелта на основу којег је у бољим економским условима после другог светског рата настала држава благостања) у којем је држава спровела низ интервентних мера како би се тај поредак спасио⁵². Од тих мера користи су имале и широке масе и ниже класе, али је дошло и до стварања нових центара моћи, политичких. Снага бизниса није опала, она је само увучена у структуру моћи – лидери корпорација нису више супростављени политичким, они се сад придружују политичком директорату. На крају, у петој епохи, други светски рат и хладни рат који следи, уводи и војну елиту у тријумвират моћи.

Разлоге за то би требало тражити и у томе што је рат, као и држава благостања, једно од средстава спасавања владајуће економије⁵³. А војна моћ потребна је и економској и политичкој елити како би свој утицај и своју корист проширила на глобалном нивоу.

Издање Милсовог дела „The Power Elite“ на српском језику насловљено је Елита власти. Милс је наиме сматрао да нико:

„...не може бити у правом смислу моћан и утицајан уколико нема приступа командама у крупним институција, јер су моћни заиста моћни тек преко ових институционалних оруђа моћи“ (стр. 9)⁵⁴,

дакле преко власти. Моска је сматрао да је битна одлика елите њена организованост, док Милс наглашава да је елита – елита зато што је у врху крупних организација (корпорација, великих медија, политичких и војних институција)⁵⁵. Он сматра да иза моћних људи и историјских догађаја, повезујући их, стоје крупне институције модерног друштва. Преко њих елита влада. Елита на институције може да утиче индиректно, али и заузимајући високе позиције у институцијама власти и

⁵² Спасавање поретка значи и спасавање позиција оних који у датом поретку имају највише привилегија

⁵³ Милс, који је „Елиту моћи“ објавио управо у доба када је блоковски хладни рат био на врхунцу, је сматрао да је у његовој земљи капитализам добрим делом милитантни капитализам приватних корпорација (на снази је економија трајног рата).

⁵⁴ Милс на више места наглашава овај став. Иако каже да елита не влада сама већ је прате консултанци, гласоговорници, творци мњења, славне личности итд., „сама драма је концентрисана на командним позицијама главних институционалних хијерархија“ (стр. 4).

⁵⁵ Људи елита, а о томе сведочи академска литература подједнако као и конспиролошка, припадају често разноразним тајним друштвима и различитим по обиму и по утицају организацијама. Људи елита се организују и ван званичних институција власти, али само преко крупних организација у којима се моћ концентрише, а које имају извршан легитимитет, своје интересе и идеје могу да спроведу у дело.

могло би се рећи да, на извештан начин елита власт узурпира⁵⁶. Кључну улогу, према Милсу, у повезивању економских, политичких и војних кругова имају корпоративни адвокати и инвестициони банкари. Данас се управо преко инвестиционих банака и финансијских организација спроводе идеје новог светског поретка.

Милс истиче да чланови елите нису на врху захваљујући моралним врлинама и способностима:

„Они који седе на високим позицијама моћи се селекују средствима моћи, средствима богатства, механизмима славе, који превладавају у њиховом друштву. То нису људи који су изабрани и селектовани јавном службом која је повезана са знањем и осећајношћу. То нису људи обликовани од стране национално одговорних партија које отворено расправљају о темама са којима се ова нација тако неинтелигентно сучељава. То нису људи које одражава одговорна провера од стране већине добровољних асоцијација које повезују јавност са врховима где се одлуке доносе. Заповедници моћи којој нема равне у историји човечанства су успели у оквиру америчког система организоване неодговорности“ (стр.29).

Милсови налази су врло важни да би се разумео процес узрастања савремене глобалне елите моћи јер време настајање те елите јесте период у којем глобализам улази у фазу американизма. Милсово дело говори пре свега о новим центрима моћи. Важно је, међутим, разумети да савремена глобална елита настаје на основу остатака старих управљачких структура (политичких, финансијских, духовних) Европе као и нових, и европских и светских који су се у развоју трговине, банкарства и индустрије обогатили и стекли моћ. Тако данас постоји удружена моћ врха финансијских кругова (који сада контролишу у великој мери и нефинансијске корпорације), врха некадашње аристократије, врхова политичких снага, војске, окултних и појединих клерикалних организација, итд. Центри моћи данас у Америци су и самостални и делују као део наднационалне глобалне елите моћи. Променљив је однос снага између различитих „кланова“ у оквиру глобалне елите која је наднационална јер њени интереси превазилазе, односно не узимају увек у

⁵⁶ Узурпирати (l. usurpare) – приграбити, отети, самовласно, бесправно и насилно присвојити неко право, власт и сл. (Вујаклија,1970). Може се контра - аргументовати да су у врх тих институција чланови елите дошли легалним путем, али тај успон прате прикривање нелегалних радњи (постоји обимна документација о томе како се заобилазе закони и јавност), посебно што, према Милсовим налазима, политичка елита воли да се угнезди у извршним органима власти, као и да се примећује пренос власти са Конгреса на институцију председника Сједињених Америчких Држава.

обзир националне (територијалне) интересе. У оквиру саме елите постоје идеолошке разлике. Већ смо рекли да изнад свих идеолошких подела стоји једна над-идеологија, идеја о владавини над светом и људима. Елита у зависности од расподеле снага између кланова и конкретних историјских околности формулише своје ставове и погледе, црпећи из појединих различитих идеологија оно што јој је потребно ради остваривања крајњег циља – успостављања новог глобалног поретка који је у функцији њених интереса.

Интерес елите се у великој мери данас своди на интерес крупног капитала, али елита није одлика само капиталистичког света. У Совјетском Савезу и источном блоку улогу елите је, према Панарину (2012а) играла мањина на власти која се никада није сродила са традиционалном народном већином. Хладни рат је одговорао економској елити капиталистичког света, али и политичким интересима елите у социјалистичком свету – војни врхови су имали корист и у једном и у другом блоку. Из међусобног интереса и једна и друга елита су, према налазима Панарина, у одређеним ситуацијама чешће сарађивали између себе него са сопственим народом, из чега се изнедрио езотерични глобализам тајних служби потпомогнут тајним друштвима који смо претходно поменули.

Интереси и апетити глобалне елите обухватају целу планету. Њој су потребни планетарни природни ресурси, а велики део „масе“, чак и из сопствених народа, јој је „конкуренија“ јер превише троши виталне ресурсе, а њена моћ да купује све што се на тржишту нуди опада. Читави народи су постали сметња, те су се, где је било потребно, и уз помоћ локалних елита урушавале читаве државе (политичким, економским, војним и осталим средствима) које су, као концентрисана снага биле једина препрека глобалном освајачком походу.

Глобална елита своју моћ данас реализује преко многих међународних организација (обзиром на доминантни тип глобализма, јасно је да је највећи део истих концентрисан на америчком тлу, али и на неутралном, швајцарском) чије је су одлуке независне од воље већине и од већине често сакривене. Те приватне организације утичу и на званичне институције власти кројећи судбине читавих народа. Од познатијих поменимо Билдерберг групу, Трилатералну комисију, Савет за спољне послове, Светску банку, Међународни монетарни фонд, НАТО, разне научне и друге институције као што су Римски клуб, Масачусетски институт за технологију и друге.

У наставку истраживања испитујемо да ли и и какву улогу има ова елита у спорту и спортским догађајима. Тражимо и везу између олимпизма, као „спортске идеологије“ и надидеологије глобализма.

3.5. Међународни Олимпијски комитет

Најмоћнија и најутицајнија организација у области спорта, Међународни олимпијски комитет, је највиши орган олимпијског покрета дефинисаног на принципима олимпизма, власник олимпијских игара, њихових симбола, химне, права телевизијског преноса итд. Начин на који се организују олимпијске игре данашњице је пример за организацију већине спортских приредби, укључујући и некомерцијалне. Олимпијски покрет је извршио огроман утицај на савремени спорт.

Олимпијске игре данашњице су потпуно комерцијализоване и рекло би се и сасвим, у свим аспектима професионализоване. Судећи по документованим изјавама, њихов оснивач Кубертен то никако није желео. Његова „визија“ игара бар званично, није биле везана за економски интерес. Он је игре везивао за Светске изложбе које су већ имале популарност, покушавајући тако да их постави пред очи јавности. Кубертен је у своју организацију улагао сопствено богатство (потрошивши велико наследство од оца) те је јасно да профитни интерес није био примаран код њега. Ипак, такав пројекат је захтевао подршку са стране, како финансијску, тако и политичку и Кубертен ју је тражио и добијао и код моћника које човечанство и није упамтило по добру (Хитлер), посебно кад је остао без свог новца. Да ли је тај новац био разлог његовог дивљења према Хитлеру и окретању ка нацизму, или је цела његова „филозофија“ од самог почетка била усмерена у том правцу?

Упоредимо, за почетак, прокламовану идеју олимпизма и олимпизам у пракси. Кубертен је с једне стране олимпизам представљао као општечовечански идеал, спорт као универзалистичку религију и средство међународног разумевања и мира, а спортска такмичења, као једнаку (почетну) шансу за све учеснике (исти принципи важе и данас, што је видљиво на званичној интернет презентацији олимпијског покрета). Већина наивних и лаичких погледа на олимпијски покрет прихвата ове ставове као истину, не улазећи у то на шта се тачно односила ова Кубертенова „универзална“ идеја. Са друге стране, Кубертен је својим писањима и својим поступцима показивао да идеја није подједнако „применљива“ на све,

бивајући повезан и са расизмом и (француским) националним и мушким шовинизмом, и елитизмом, што је противно проповеданим ставовима о једнакости. Кубертен је уствари одлично схватио улогу коју спорт може да има у заштити интереса „виших“ слојева. Спорт би доприносио пацификацији људи, попуњавањем њихове доколице спортским догађајима, дакле, умртвљивању њиховог политичког ангажовања, као и контролисању људи (идеја присутна још у Римском царству, а и пре). Кубертен је овде мислио на „ниже“ слојеве (класе) као и на колонизоване, „варварске“ народе (Симоновић, 2007: 45–46). Он је у спорту видео и начин јачања, дисциплиновања, телесног развијања омладине, али оне из „виших“ слојева, у склопу њихове шире едукације, али и са циљем стварања појединаца који би били способни за освајачке (колонизаторске) „подухвате“ ратним поразима рањене Француске. Кубертен је само следио „мишљење“ које је било прихваћено и неговано од стране припадника одређених елитних кругова на Западу. Његов олимпизам није никакав „чист“ идеал, чак не и конзистентна идеологија. Као и сам глобализам представља мозаик исцепканих погледа (у оквиру западне мисли) који служе не би ли се заштитио интерес, сопствени, али у оквиру групе којој припада (цивилизације, расе, нације, класе, пола). Другим речима, мотиви Кубертена су били идеолошко–политички. Чије је интересе заступао барон де Кубертен? Јер, тешко је веровати да је пројекат Олимпијских игара дело једног човека иако је то представа коју лаици често имају у глави.

Прво, ни сама идеја није изворно Кубертенова и постојала је и пре откривања остатака античке Олимпије. Симоновић (2007) нам даје податке да је Кубертен непосредно био инспирисан радовима енглеског реформатора у школству Томаса Арнолда, као и Бруксовим спортским такмичењима на „олимпијским пољима“ у Венлоку, у Енглеској. Друго, како смо поменули, потребно је узети у обзир и порекло и средину из које барон де Кубертен потиче. Он је, наиме, био припадник старе западноевропске аристократије, образован у језуитском колеџу, дакле део одређених елитних кругова западне Европе. Његова припадност римокатоличкој цркви га није спречила да кроз свој олимпизам проповеда неку нову, нехришћанску религију, и што из хришћанске перспективе изгледа застрашујуће, у ватиканским круговима, како је показао Симоновић (2009), наилази на подршку без обзира на то што је много тога у олимпијским играма било у нескладу са хришћанством. Олимпијске игре су створене у доба када наступају значајне промене у односу снага

међу глобалистичким елитама које ће, према налазима Павленка и Штола (2013б) довести и до Првог светског рата, а даљим следом догађаја и до другог. Кубертен није доживео разарања Другог светског рата, али је био свестан нацистичких злодела која су му претходила. Иако тада није био председник Међународног Олимпијског комитета, био је важан део у организацији игара у Берлину 1936. године, уживајући у „улози рекламног агента Трећег рајха“ (Симоновић, 2007). Кубертен и Хитлер нису из истог миљеа, али њихово „уједињавање“ у спорту, преко олимпијског покрета, говори вероватно о заједничким налогодавцима, али сигурно о заједничким интересима које преко спорта остварују. Како и Кубертен и Хитлер⁵⁷, свако у свом „домену“ теже да своје идеје и интересе спроведу (први „милом“, други силом) ван граница њихове територијалне и цивилизацијске припадности, јасно је колико су њихове идеологије глобалистичке – моћ њихових организација у великој мери потиче од моћи глобалистичких елита.

Кубертенов наследник, гроф Анри де Баиле-Латур (1925–1942) припада истим аристократским, римокатоличким круговима, а затим су на чело Међународног Олимпијског комитета ступили Швеђанин Зигфрид Едстрем (1942–1952), председник Шведско–Америчке фондације и Американац Ејвери Брандиц (1952–1972) што говори да је дошло до укрштатавања интереса кругова којима је пореклом и по образовању припадао Кубертен (језуити, Ватикан) са другим елитним „клановима“ у успону које су према налазима Павленка (2012) као и Павленко и Штола (2013а) такође подржавале Хитлера. Детаљно истраживање међуодноса између елитних кланова на Западу и саме улоге Кубертена у међуклановским биткама није предмет овог истраживања, али је извесан увид обзиром на саму тему био неопходан. Важно је да се напомене да је сам Брандиц, богати амерички индустријалац, био присталица нацизма. Американци су и те како подржавали ватиканске светске послове, мада интензивно тек после другог светског рата. Политичка активност Ватикана је повезана и са променом религиозних погледа које заступа, чиме, јасно, световне послове ставља у први план.

Ред језуита, којем је по рођењу припадао Кубертен, је вековима играо најважнију улогу у политичком животу Ватикана. Но 1928. године створен је други ред, Опус деи (већином од несвештених лица) око ког су се окупљале присталице

⁵⁷ Користећи конкретна имена говоримо и о конкретним личностима, али њихова имена узимамо и као „симбол“ кругова којима они припадају или заступају.

„цркве богатих“ и који постепено преузима ту улогу. Коначно је 1982. године овај ред постао лична папска прелатура, „мозак и срце“ западног хришћанства (Четверикова, 2008). Други светски рат и (непланирани за елите) успех Совјетског Савеза унеле су промене у глобалном односу снага. Осим западних елита моћи које се све више концентришу у Сједињеним Америчким Државама битну улогу почиње да игра и Советски Савез под вођством Стаљина. Рат се трансформише у „хладни“, постоји претња нових великих сукоба, али нови баланс, пре свега војне моћи, држи свет у каквом таквом миру. Израђаван ратовима, свет увиђа да је неопходан договор. Формиране су Уједињене нације. Олимпијске игре настављају да се одржавају, али никако нису поштеђене утицаја политике. Совјетски Савез није учествовао у олимпијским играма све до 1952. године када су совјетски спортисти били спремни да демонстрирају снагу и на спортским теренима. Хладни рат се у великој мери водио и на „спортском“ пољу. Инструментализација спорта је била присутна у земљама оба блока ради достизања политичких и геополитичких циљева⁵⁸.

Сматра се да је ред Опус деи одиграо огромну улогу у рушењу Совјетског Савеза и (наводном) прекиду хладног рата (Четверикова, 2012). За Опус деи важи да има функцију папине личне полиције и обавештајне агенције Ватикана, као и да је прозелитска. Такође и да је повезана са елитама САД (Станковић, 2013: 95; Четверикова, 2012). Оно што нас, међутим, занима је податак да је на чело Међународног Олимпијског комитета 1982. године дошао, Хуан Антонио Самаранк, иначе угледан члан овог реда (Аврамов, 2000: 112). Самаранк је од 1977. године био шпански амбасадор у Москви која је добила организацију игара 1980. године, а две године касније, највише захваљујући гласовима источноевропских земаља, изабран је за председника ове организације. Самаранк сигурно није дошао на највишу позицију у Међународном Олимпијском комитету само захваљујући личним способностима и лукавошћу за шта је бивши убеђени франковац често оптуживан⁵⁹. Он је, као и остали председници свакако био део велике политичке игре која се тичала целог света, јер је, како је више показано, Међународни Олимпијски комитет

⁵⁸ И поред многобројних разлика, елите двеју светских сила спаја исти, научно–технички поглед на свет.

⁵⁹ Грађански рат у Шпанији је последица не само унутрашњих шпанских ствари и/или борбе између револуционара и Франковог режима, већ су се тамо решавала политичка питања од светског интереса. Америка и ватикански кругови су подржавали Франков режим, а Самаранк је имао пуну подршку Брендица.

током читавог свог постојања организација која спроводи интересе елитних кругова, политичких, економских и „духовних“ који су усмерени успостављању одговарајуће глобалне моћи како елита над „масама“ (укључујући спортисте и гледаоце), тако и елита глобално. Динамика односа између западних елита моћи, као и њиховог односа са осталим делом света, одређивала је и одр

еђује политику Међународног Олимпијског комитета. Такозване принципе олимпизма није следио ни сам оснивач олимпијског покрета. Он је из историје људског стваралаштва узимао по потреби, тумачећи у складу са жељеним циљем – пацификације масе с једне стране и с друге јачање омладине за велике подухвате не целе Француске, већ њених елитних група којима и он припада и које су део наднационалних структура⁶⁰. И после Кубертена је практична примена званичне идеологије олимпијског покрета зависила од оних који покретом управљају, званично или не, и прилагођавала се околностима времена и односу снага. На тај начин је „идеологија“ олимпизма у потпуности следила „образац“ надидеологије глобализма, која је ради постизања крајњег циља – глобалне владавине, инструментализовала различите идеје и достигнућа.

Самаранк је у историју олимпијског покрета ушао као председник за чије су се доба игре комерцијализовале, ушле у свет великог новца. То је време и професионализације игара на свим нивоима. Врата су професионалним играчима званично отворена мало пре његовог избора на чело Међународног Олимпијског комитета, 1981. године⁶¹. Олимпијске игре 1984. одржане у Лос Анђелесу су биле прекретница јер су први пут игре биле високо профитабилне.

Могуће је да се сматрало да ће Олимпијске игре бити једино тако спасене. Прихваћен је амерички модел професионалног спорта, а у спортском догађају је постао доминантан финансијски интерес (Andreff, 2002). Зашто овај модел? Да ли се расправљало о другим решењима? Ово је дефинитивно била идеолошка и политичка одлука. На основу чега се то тврди?

⁶⁰ Сам назив наднационално упућује нас појам „цивилизацијско“.

⁶¹ На играма у Барселони 1992. први пут су наступили амерички професионални кошаркаши, али професионалним играчима у хокеју на леду већ од 1977. године било дозвољено такмичење на светским шампионатима. Државе источног блока су имале изузетно јаке играче, на спортском плану у рангу са северноамеричким професионалцима и често је њихов једини „посао“ био спортски ангажман за шта су имали одређене привилегије, док су на западу спортисти зарађивали и новцем стицали своје привилегије.

Ми смо већ истакли да је аматеризам био жеља „оца“ олимпизма: Кубертен је сматрао да ће професионализација уништити „чистоту“ спорта.⁶² Олимпијске игре, уопште европски спорт, су одиста доста дуго одолевале професионализацији која је, иако су јој корени на европском тлу, постојала у пуној мери само на северно–америчком континенту. Спорт у Сједињеним Америчким Државама има врло посебан статус који је стекао након финасијске кризе шездесетих година прошлог века. Тај статус, на пример, подразумева изузеће од, за ову државу, изузетно значајног Антитруст закона (Andreff, 2002). Овим законом се регулишу односи између пословних субјеката и односи потрошача са њима. Њиме се штити једна „вредност“, једна идеја, која је посебно жива на Западу, посебно у Сједињеним Државама, у капиталистичком свету, а то је слободно тржиште. Ова „вредност“ се осим тога намеће целом свету као неупитна, а срушена је управо на спортском терену. Ово изузеће које је интервенција „одозго“, заштитило је спортски бизнис и учинила га високопрофитабилним. Зашто је на терену наводно сурове борбе за опстанак не само између пословних субјеката, већ и пословних грана, било потребно спасити управо спортски бизнис? Не смемо, пре свега, заборавити сасвим особени друштвени статус спорта – чак и у данашња времена потпуне комерцијализације и професионализације постоји уверење да је спорт везан за игру и чак ће већина „обичних“ посматрача и значајан део непосредних учесника потврдити да се спортом, чак и професионално људи баве због игре, друштвених релација (ипак се ту ради о врло младим људима), неретко у истој мери као и због материјалних и др. интереса⁶³. Друго, осим непосредног учешћа, људи воле да гледају спортска сучељавања. Економским речником, тражња за спортским догађајима је велика (овоме ваља додати да постоје разрађене методе како повећати тражњу за неким производом). Но, економски разлози нису једини. Имајући у виду статус спорта међу „масам“, па и самим спортистима, лако га је искористити за циљеве за које се „маса“ и не питају. Уосталом, и Кубертен је то препознао, што и није био подухват, обзиром да је сличну функцију физичко такмичење имало још у Римској империји. Спорт у Америци нема само функцију закупљања маса забавом. Инструментализација спорта је тамо подигнута на виши, научни ниво. Кара–Мурза

⁶² Кубертенов поглед на аматеризам је аристократски. Врло је, међутим, вероватно и да је у позадини идеала аматеризма стајао пуки интерес у клановској „игри“ моћи, у конкуренцији између аристократије и буржоазије која је још увек постојала у 19. и почетком 20. века.

⁶³ Ова тврдња заснована је на личном искуству ауторке овог рада која је породичним и пријатељским везама повезана за спорт од најраније младости до данас. И у литератури се налази на овакав став, на пример код Сајмона (2006: 38)

(2008: 81) каже да су истраживања заснована на Грамшијевој теорији хегемоније установила да је спорт идеално средство које ствара лажни утисак повезаности свих друштвених слојева, док је у реалности сачувана атомизација друштва и одвојеност „масе“ од елита⁶⁴. А како интерес ових елита није локализован последице таквог начина размишљања и деловања, у крајњој линији погађају цео свет. Ми ћемо у потоњем делу рада, приликом детаљније анализе улоге медија у глобализацији спортских догађаја, видети да је деловање елитних кругова у самим Сједињеним Државама идеолошки и методолошки повезано са деловањем на глобалном плану.

Као организација у области спорта Међународни Олимпијски комитете би заступајући олимпијски покрет требало да заступа и интересе спорта, тачније спортиста.⁶⁵ Иако је међу функционерима у Међународном Олимпијском комитету и другим спортским организацијама глобалног карактера много некадашњих спортиста, критеријуми за њихов избор у управљачким органима нису спортски квалитети већ способност да се интереси ове организације и олимпијског/спортског покрета спроводе како у оквиру одређене државе, тако и глобално. Још од самог основања принципи олимпизма су важили пречесто само кад и како одговара повлашћенима. Ко данас формулише интересе Међународног Олимпијског комитета и спроводи „принципе олимпизма“? Следећа поглавља ће нам помоћи да се приближимо одговору на ово питање.

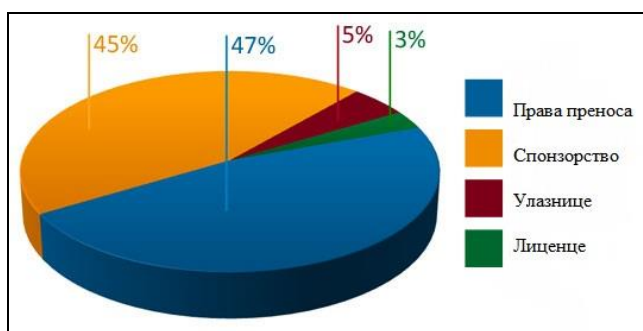
3.6. Спонзори као битан субјект спортских догађаја

Спортски догађаји данас, будући потпуно комерцијализовани, будући професионализовани на свим нивоима, будући проширени до мере која превазилази спортске оквире, захтевају огромне суме новца за своје одржавање. Спонзорство, уз садејство медија, представља најважнији ослонац у обезбеђивању средстава која

⁶⁴ Ваљало би бити посебно опрезан са теоријама хегемоније, јер је питање државе данас веома осетљиво зато што је рушење државе пре свега неопходно ради успостављања неприкосновене власти наднационалних елита моћи.

⁶⁵ Спортисти су у савременом спортском систему обесправљени. Мањи део од огромног броја спортиста је изузетно добро плаћен за учешће у спортским догађајима, али већински број иако често улаже исте физичке напоре и троши подједнако време, иако талентом одскаче, не успева да обезбеди себи егзистенцију од ове „професије“. Спортски систем је постављен тако да мами велики број људи, посебно младих како би материјалну корист у хијерахијском редоследу извлачила елитна мањина, а пут ка „успеху“ зависи од многих неспортских околности. При том се спортистима намећу ограничења који их онемогућавају да од спорта имају нематеријалну корист (здравље, задовољство игре, истински сусрети са другима...). Они су у великој мери принуђени на професионалност, а при том немају одговарајућу сатисфакцију.

су неопходна ради функционисања организација што се баве организацијом спортских догађаја (финансијска средства, технологија, услуге, роба, знање, особље...). Међународни Олимпијски комитет од спонзорских програма обезбеђује безмало половину прихода, док други део обезбеђује од права преноса, при чему улазнице и програм лиценцирања учествују са скромних 8% (Слика 3.1). На спонзорство се углавном гледа кроз економску димензију, али на одлуке о спонзорима утичу и други фактори.



Слика 3.1. Извори прихода Међународног Олимпијског комитета (IOC Revenue Sources Distribution, n.d.)

Спонзори су део игара од самог почетка. Неколико компанија је још на првим играма у Атини преко рекламирања обезбедило приход Међународном Олимпијском комитету. 1928. године започиње партнерство са Кока-колом, које траје до данашњег дана. На играма у Хелсинку 1952. године први пут је лансиран међународни маркетиншки програм – компаније из 11 земаља су обезбедиле разну робу и услуге. Већ 1964. (Токио) број компанија је порастао на 250. На играма у Лос Анђелесу 1984. маркетиншки програм је ограничен на компаније из Сједињених Америчких Држава. У следећем олимпијском циклусу Олимпијски комитет формира свој програм олимпијских партнера⁶⁶ и први пут захтева од организационих комитета да формирају заједнички маркетиншки програм са олимпијским комитетом земље домаћина игара.

Приходи које Међународни Олимпијски комитет остварује од спонзора расту са годинама. Према подацима са Табеле 3.1. у периоду од 1993 – 1996. године, спонзори су учествовали са 813 милиона долара, док је у периоду од 2009 – 2012. године износ повећан на 2778 милиона долара. Уочљиво је такође да спонзори из

⁶⁶ The Olympic Partner – TOP, што према значењу енглеске речи top – врх, треба да асоцира на врховно место међу спонзорима.

програма олимпијских партнера повећавају средства која улажу уједначено, док спонзорисање од стране домаћих (локалних) спонзора последњих година показује тенденцију преузимања терета спонзорисања иако су елитни спонзори из програма олимпијских партнера повлашћени у много чему.

<i>Извор прихода</i>	1993– 1996	1997– 2000	2001– 2004	2005– 2008	2009– 2012
<i>Права преноса</i>	1251	1845	2232	2570	3850
<i>Програм “ТОР”</i>	279	579	663	866	950
<i>Домаћи спонзори</i>	534	655	796	1555	1838
<i>Улазнице</i>	451	625	411	274	1238
<i>Лиценце</i>	115	66	87	185	170
УКУПНО	2630	3770	4189	5450	8046

(износи су у милионима долара)

Табела 3.1. Извори прихода Међународног Олимпијског комитета у периоду од 1993 до 2012. године (IOC Olymping Marketing Fact File, 2013).

Програм олимпијских партнера је уведен 1985. године у време Самаранка и представља елитну групу спонзора који имају право да користе олимпијски лого у својим рекламним и промотивним кампањама широм света у време олимпијског циклуса за који имају уговор о спонзорству са Међународним Олимпијским комитетом. Неке компаније су већ дуго у овом програму. Њихов број се у различитим четворогодишњим циклусима кретао од 9 до 12. Већина компанија из овог програма су северно америчке, иако јапанске компаније повећавају свој удео (Puig, 2006). У програму су без прекида Coca Cola, Mc Donald's, Visa и Panasonic. Домаћи спонзори који су у склопу комерцијалног програма који одређује организациони комитет конкретних игара, не смеју да им у вези олимпијских игара конкуришу својим производима и услугама.

Програм олимпијских партнера је уведен када је Међународни Олимпијски комитет непосредно пре игара у Лос Анђелесу, 1983. године ангажовао међународну маркетиншку агенцију International Sport and Lesiure (ISL) са намером да се креира глобални маркетиншки програм. Овим је олимпијски комитет дефинитивно ушао у свет бизниса, претварајући се у профитабилно предузеће. ISL је компанија коју су

формирали Адидас и јапанска рекламна агенција Dentsu. Адидас је већ био утицајан у Олимпијском комитету. До игара у Мексику 1968. године 83% освајача медаља носило њихову опрему, а после ових игара власник Адидаса, Хорст Даслер се окренуо са утицаја на спортисте на утицај на федерације (Hill, 1996: 88). Сматра се да је Даслер одиграо огромну улогу у довођењу Самаранка на чело олимпијског покрета (Симоновић, 2007: 190). Тешко је, наравно, објективно разјаснити све потезе Међународног Олимпијског комитета и Даслера без одговарајућих података до којих је немогуће доћи обзиром да су дозирани како у медијима, тако и у литератури (уз то било је покушаја да се објаве наводно обавештајни подаци који уносе још већу збрку). Но крупни економски интереси су увек повезани са политичким. Даслер је очигледно одиграо велику улогу у „глобалним играма“ и убрзо затим и умро, у 51 години живота, после само неколико година на челу Адидаса. Компанија ISL је наставила рад и била уплетена у разне финансијске скандале, посебно са ФИФА, затим су је чекала суђења, после чега је престала са радом⁶⁷. Овде је важно: онај ко контролише Међународни Олимпијски комитет, контролише у огромној мери и сам спорт и спортске догађаје, а што је још важније и његове директне учеснике и посматраче. Програм олимпијских партнера је значао и да Олимпијски комитет приликом доношења својих одлука заступа интересе оних корпорација које га спонзоришу у датом периоду, што је логична последица партнерства. Избор тих корпорација наравно зависи од онога што оне могу да понуде, али су то све субјекти који имају или су у функцији стицања и политичке и повезано, културне моћи (тачније моћи над културом).

Корпорације су Међународном Олимпијском комитету дале могућност да не зависе од интереса држава (значи и од интереса становништва уколико је таква државна политика), али потчињавање интересима спонзора је довело до кршења и самих принципа олимпизма и такмичарске карактеристике спортских догађаја. Ово илуструје случај који се десио на играма у Пекингу, 2008 године. У трци на 100 метара делфин стилем, победа је додељена пливачу из САД, Мајкл Фелпсу, иако је било извесно, а касније је и доказано, и од самог мерача времена Омеге 2009. године признато, да је први на циљ стигао представник Србије, Милорад Чавић. На званичном сајту Омеге ово признање је замаскирано и победа Фелпса се не доводи у питање. Омега спада у спонзоре из програма олимпијских партнера и званични је

⁶⁷ У медијима и у литератури је било и опречних информација о овом случају што сведочи да се и овде ради о великим „играма“.

мерач времена на Олимпијским играма, али је такође имала спонзорски уговор са Фелпсом (Michael Phelps, 2012, 8. јан. пар. 4).

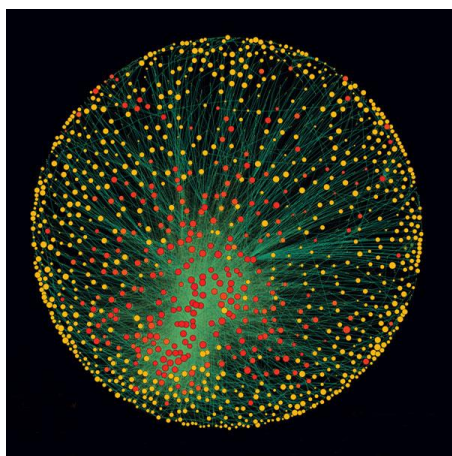
Корпорације из програма олимпијских партнера добијају шансу да, захваљујући глобалној заступљености (највише захваљујући медијима) спортских догађаја, различите културне идеје повежу са својим производима (брендовима) и то глобално и тако се уплићу у културне токове. Обзиром на територијалну лоцираност тих корпорација и придружену им политичку моћ и обзиром на имена тих корпорација, тај културни уплив добија различита имена (американизација, мекдоналдизација, кока–кола култура...).

Чињеница је, међутим, да спонзорски програми Међународног Олимпијског комитета функционишу одлично на плану обезбеђивања средстава. Такође, ваља истаћи да се највећи део прихода (око 90%) које ова организација остварује (а слично је и код других организација тог типа), редистрибуира како у финансирање и подршку самих спортских догађаја (преко организационих комитета олимпијских игара), тако и према националним комитетима и спортским међународним федерацијама. На овај начин се даје подршка развоју спорта. Ова подршка се, међутим, може посматрати и са аспекта пословања (оног које има чист профитни интерес): она гарантује сигурну базу за даљи рад (и даље остваривање профита), а такође значи да је контрола над глобалним спортом концентрисана на малом простору (економском, /гео/политичком, културном). 2011. године огромну пажњу, пре свега интернет заједнице (и научне и лаичке и информативне) и појединих покрета (на пример Осиру) привукло је истраживање које је спровео тим швајцарских научника информатичара (Vitalli et al.). Анализом комплексних мрежа примењеној на изучавање међуодноса⁶⁸ између 43060 (изабраних према строгим критеријумима из регистра Orbis 2007) најмоћнијих светских ТНК, тим је установио да унутар мреже постоји чврсто језгро од 1318 компанија која контролише све остале (Слика 3.2). Даљом анализом показало се да унутар језгра постоји још чвршће мање језгро од само 147 компанија, које је добило назив суперсубјекат. Истраживање је на тај начин доказало да у корпорацијском свету влада чврст монополизам. Испоставило се да већина ТНК (75%) из малог језгра припада финансијском сектору и да то језгро контролише 40% светских актива, од чега 90% актива банкарског сектора. Везе између компанија унутар њега су чврсте и

⁶⁸ Међуоднос је испитиван преко учешћа једне компаније у капиталу друге

испреплетене узајамним учествовањем у капиталу и поменуто истраживање не даје податке ко њима управља. Швајцарски тим је накнадно изјавио да су такве мреже нестабилне и да пропаст једне ТНК може да доведе до пропасти целе мреже. Но, како сматра Катасонов (2013), само мало језгро постаје све чвршће, а разлог за то види у породично крвним везама између породица који га контролишу (субјективни фактор) и други у постојању ресурса у свету које језгро ипак не контролише те делује удружено у напорима да над њима успостави контролу (објективни фактор).⁶⁹

На Табели 3.2. приказано је 50 најмоћнијих ТНК из малог језгра. За наше истраживање је важно да су спонзори/партнери Међународног Олимпијског комитета компаније које су контролисане од „суперсубјекта“. На тај начин и сам глобални спорт је у великој мери контролисан од стране малог броја транснационалних корпорација, тачније малог броја људи који имају могућност да кроз спортски догађај утичу посебно на ону публику која се налази на територијама које поседују ресурсе који су жељени плен глобалних моћника. Огромну помоћ у томе им пружају медији, о чему говоримо у следећем поглављу.



Слика 3.2. Топологија мреже од 1318 ТНК. Изузетно повезане компаније су обележене црвеном, а врло повезане жутом бојом. Величина тачке одређена је приходом компанија (Vittali et al. , 2011: 4).

⁶⁹ Катасонов предвиђа и опасне пукотине у самом језгру које и поред чврстине препуно напетости и међуклановских сукоба. Но како ће се то одразити на глобални спорт остављамо да утврди неко друго, будуће истраживање.

Ранг	Назив економског субјекта	Држава	NACE код
1	BARCLAYS PLC	GB	6512
2	CAPITAL GROUP COMPANIES INC	US	6713
3	FMR CORP	US	6713
4	AXA	FR	6712
5	STATE STREET CORPORATION	US	6713
6	JPMORGAN CHASE & CO.	US	6512
7	LEGAL & GENERAL GROUP PLC	GB	6603
8	VANGUARD GROUP, INC.,	US	7415
9	UBS AG	CH	6512
10	MERRILL LYNCH & CO., INC.	US	6712
11	WELLINGTON MANAGEMENT CO. L.L.P.	US	6713
12	DEUTSCHE BANK AG	DE	6512
13	FRANKLIN RESOURCES, INC.	US	6512
14	CREDIT SUISSE GROUP	CH	6512
15	WALTON ENTERPRISES LLC	US	2923
16	BANK OF NEW YORK MELLON CORP.	US	6512
17	NATIXIS	FR	6512
18	GOLDMAN SACHS GROUP, INC.,	US	6712
19	T. ROWE PRICE GROUP, INC.	US	6713
20	LEGG MASON, INC.	US	6712
21	MORGAN STANLEY	US	6712
22	MITSUBISHI UFJ FINANC. GROUP, INC.	JP	6512
23	NORTHERN TRUST CORPORATION	US	6512
24	SOCIÉTÉ GÉNÉRALE	FR	6512
25	BANK OF AMERICA CORPORATION	US	6512
26	LLOYDS TSB GROUP PLC	GB	6512
27	INVESCO PLC	GB	6523
28	ALLIANZ SE	DE	7415
29	TIAA	US	6601
30	OLD MUTUAL PUBLIC LIMITED COMP.	GB	6601
31	AVIVA PLC	GB	6601
32	SCHRODERS PLC	GB	6712
33	DODGE & COX	US	7415
34	LEHMAN BROTHERS HOLDINGS, INC.	US	6712
35	SUN LIFE FINANCIAL, INC.	CA	6601
36	STANDARD LIFE PLC	GB	6601
37	CNCE	FR	6512
38	NOMURA HOLDINGS, INC.	JP	6512
39	THE DEPOSITORY TRUST COMPANY	US	6512
40	MASSACHUSETTS MUTUAL LIFE INSUR.	US	6601
41	ING GROEP N.V.	NL	6603
42	BRANDES INVESTMENT PARTNERS, L.P.	US	6713
43	UNICREDITO ITALIANO SPA	IT	6512
44	DEPOSIT INSURANCE CORP. OF JP	JP	6511
45	VERENIGING AEGON	NL	6512
46	BNP PARIBAS	FR	6512
47	AFFILIATED MANAGERS GROUP, INC.	US	6713
48	RESONA HOLDINGS, INC.	JP	6512
49	CAPITAL GROUP INTERNATIONAL, INC.	US	7414
50	CHINA PETROCHEMICAL GROUP CO.	CN	6511

Табела 3.2. Листа првих 50 компанија у малом језгру. NACE код који почиње на 65, 66, 67 означава финансијски сектор. Извор : Vittali et al. , 2011: 33.

3. 7. Медији и спортски догађај

3.7.1. Медији и њихова улога у глобализацији спорта

Ниједна прича о глобализацији спорта не може да заобиђе улогу медија. Под медијима овде подразумевамо сва она технолошка средства која се користе како би одређена порука у што краћем времену стигла до великог броја примаоца (мас–медији, средства масовног информисања).

Иза медија стоје, наравно, људи који њима управљају и усмеравају њихово коришћење у зависности од објективних околности и субјективних избора.

Медији и спорт су у почетку имали независан развој и иако су брзо почели сарадњу, требало је доста времена да ступе у симбиозу. Штампани медији јесу доносили причу о спортским догађајима, али нису значајније доприносили глобалном ширењу спорта. Спортске преносе обезбеђивао је и радио, али у националним оквирима. Чак и појава телевизије није одмах дала велики допринос. Иако су врло брзо преноси спортских мечева нашли своје место у програму, и даље се остајало на локалном нивоу. Осим тога, спортске организације су у почетку у медијима видели и конкуренцију, обзиром да су се финансирале и од продаје улазница. Нешто касније, и продаја ТВ права постаје извор прихода посебно кад су у питању преноси географски удаљених спортских дешавања. Ипак, још увек је било и техничких ограничења. Америчка ТВ компанија CBS платила је права преноса за ОИ у Риму 1960. године, али то је значило прављење посебног аранжмана да филм из Рима прелети Атлантук тако да се обезбеди приказивање у истом дану (Katwala, 2000: 83). Медији су почели интензивније да се интересују за међународне преносе тек са распламсавањем хладног рата и посебно после терористичког акта у Берлину 1972. године, што говори о политичкој димензији улоге медија. Иначе за пренос игара у Берлину, европске радио–телевизијске куће су права преноса платиле 1,7 милиона америчких долара. Већ 2000. године тај износ је износио 350 милиона долара (Katwala, 2000: 14)!

Урагански продор спорта у сваки кутак планете настао је тек у последњим деценијама 20. века са стварањем глобалних медија у условима убрзаног унапређења телекомуникацијских средстава, краја хладног рата у смислу пада Совјетског Савеза и отварања државних граница за слободан проток роба, услуга и људи, што се

временски подудара са добом које поједини аутори (на пр. Печујлић, 2000: 7) називају турбоглобализација.

Данас, према подацима најмоћнијих спортских организација, медији преко куповине права телевизијских преноса представљају изузетно значајне финансијере спортских догађаја. Медији су тако постали незаобилазан и битан део савременог спортског догађаја, не само као средство које омогућава да спортски догађај буде видљив и ван просторно–временске тачке његовог одржавања. За медије, додатна „вредност“ спорта и спортских догађаја лежи у њиховој моћи да обезбеде тржиште које не познаје планетарне границе и која отвара и врата која су затворена за друге производе и у томе што је због те своје продорности и широке прихваћености идеалан за глобалну контролу становништва ради остваривања и политичких циљева, делујући интензивно и на плану културе.

Ми ћемо у следећим одељцима улогу медија у спортском догађају сагледати кроз више димензија, при том имајући у виду да је такав приступ само помоћно средство, јер су међусобни утицаји испреплетени.

3.7.2. Економска димензија улоге медија у спортском догађају

Медији су врло значајан економски субјект у спортском догађају. Преко медија се спортске организације које су (ко)организатори спортског догађаја финансирају, директно продајом ТВ права и индиректно, привлачећи велике корпорације да буду спонзори мотивисане гледаношћу спортског догађаја. Телевизија, посебно, је идеалан рекламни пано. Спорт је идеалан за добијање нових конзумента, спортских и са спортом повезаних производа укључујући и сам спортски догађај као комплексни услужно – робни производ. Осим тога, медији су у толикој мери укључени у спорт да медијске куће или медијски магнати купују читаве спортске тимове. Такви тимови имају одређене предности јер власници медија могу да пласирају поруке које су у интересу њихових тимова.

Значај медија за финансирање спортских организација у чијој организацији настају планетарно популарни спортски догађаји, видљив је из следећих примера:

– Према финансијском извештају Међународне федерације фудбалских савеза (FIFA) (2014: 16), ова корпорација је остварила приход од 1,386 милијарди

долара, од чега је само од продаје телевизијских права преноса фудбалских догађаја добила безмало половину средстава – 630 милиона долара (45%).

– Међународном олимпијском комитету се 2012. године у касу слило 3.315.783 хиљада долара, од тога од продаје ТВ права чак 77%! (IOC Final Report, 2013 септ: 57).

– Најбољи европски фудбалски клубови према извештајима ревизорско–консултантске куће Deloitte продајом ТВ права покривају у просеку око трећине прихода. Илустрације ради, Реал Мадрид, клуб који се већ годинама налази на врху по средствима које се уливају у његову касу, је у 2013. години остварио приход од 518,9 милиона евра, од чега од продаје ТВ права 188,3 милиона (Football Money League, 2014:10). Са оваквим приходима, клуб може себи да дозволи и велике расходе па тако и да привуче и најатрактивније играче и тренере и тиме продужи свој боравак на врху. Дакле, гледајући ове фантастичне суме, не треба губити из вида да наведене спортске организације имају и огромне трошкове, као и улагања у даљи развој спорта (односно и у даљи развој људских ресурса за њихово пословање). Дати примери су само илустрација колики се новац окреће у вези медија и спортских догађаја.

Медији су за финансирање битни и тиме што привлаче моћне спонзоре који, због велике гледаности спортских догађаја преко екрана, имају интерес да се појаве на истакнутим деловима стадиона и дворана, дресовима и сл.

Медији, са своје стране, зарађују од директних корисника – гледаоца, али и од рекламног времена које се лако продаје због огромне популарности спортског догађаја. Што је већа гледаност, то је већа цена рекламног спота у времену емитовања дешавања на спортским теренима (Andreff, 2008:16). Реклама је за финансирање спорта јако важна, тачније постаје важнија од самог спорта. Спортски догађај не служи спортистима, па ни публици, већ пре њој. Зар није у одбојци уведен допунски тајм–аут само да би рекламе добиле свој део времена? Такав прекид у игри може да поремети резултат и, што је још важније, да потпуно убије и оно мало слободе што је остало у савременом спорту. Но, одбојка је по много чему специфична. У САД, где је настала, никада није професионализована на начин који је урађен у кошарци или америчком фудбалу, на пример, који су драматичнији и имају сукобе „прса у прса“. У одбојци, мрежа одваја противнике и нема ничег

„гладијаторског“ у њој⁷⁰. Наравно, могуће је да постоје додатни, скривени економски и/или политички разлози зашто одбојка има други статус у остатку света, но то без темељног истраживања остаје у домену спекулације.

Реклама има важну улогу у пословању савремених организација. Она, међутим не служи само да јавност „обавести“ о постојању неког производа, већ су развијене технике, манипулативне по суштини, које ће људе навести да купе одређени производ или усвоје неку идеју. Они који имају умеће да изманипулишу рекламном поруком су врло добро плаћени за тај посао.

Медији су идеални за пласирање порука, јер су продорни и свуда присутни. Они интензивно подстичу конзументизам користећи спорт и спортисте. Публика, преко спортског догађаја, примајући поруку кроз рекламу, постаје болесна од „потрошачке грознице“ која не мора да буде везана само за спорт, а плен убирају они који држе монопол у корпоративном свету и који се, уосталом, јављају као највећи спонзори у спорту. Осим тога усвајају се и поруке које мењају представе које се темеље на вековним искуствима појединих култура, доводећи људе, пре свега младе и необразоване у конфузију. И сами спортисти служе као рекламни панои. Они као учесници спортских догађаја не пласирају своје поруке, чак не увек ни поруке одређене спортске организације, већ и поруке својих спонзора. Дешава се да спортиста пренесе и поруку која је у интересу јавности или у интересу народа коме припада, али таква порука је често засењена или се покушава да се засени као у случају некоректних новинских текстова о тенисеру Новаку Ђоковићу, на пример у Блицу (2012, 19. септ.), или да се казни као у случају санкција које су наметнуте пливачу Милораду Чавићу због „политички некоректне“ поруке „Косово је Србија“ коју је као нови европски рекордер носио на мајици приликом доделе медеља, под лицемерним изговором да политици није место у спорту (Казна Чавићу, 2008, 22. март).

У вези реклама, требало би напоменути и да се на медијима без посебних ограничења рекламирају и кладионичарске компаније⁷¹. Клађење је још у 19. веку

⁷⁰ Легенда америчке одбојке Лој Бол (Can volleyball rich..., 20. sept 2012), тврди да се одбојка не уклапа у амерички спортски менталитет, да га публика не познаје, да је у Америци то 'женски' спорт те ће га мушкарци гледати само ако је на плажи и игра се у бикинију. Према Скоту (цит. према Симоновић, 1995: 78) у америчком спорту су форсиране особине „бити мушкарчина, агресивност и суперкомпетативност“. Емпиријски налази говоре о упадљиво малој заступљености женског спорта у медијима свуда у свету. Жене су занимљиве ако поседују особине за „представу“ – ако изгледом и понашањем показују „мушке“ – ратничке особине, или супротно својим атрактивним изгледом провоцирају ниске страсти код мушке публике.

направило прве кораке ка увођењу спорта у економске токове (Andreff, 2008: 13). Да ли је потребно наглашавати да су кладионице изузетно активне у сиромашним земљама и међу сиромашнијим становништвом, док међу имућнијима представљају тек забаву и својеврсно такмичење са „случајем“? Имајући у виду постојање језгра и монополизације која, према наведеним налазима захвата и медије што ћемо и додатно поткрепити и спајајући то са чињеницом да медији купују спортске клубове, јавља се основана сумња да се резултати намештају како би се што више новца усмерило ка језгру.

Све је више података о томе да у свету медија постоји монопол, односно да је формирана медијска елита моћи која преко глобалних медија контролише све што је важно у медијском простор–времену. О концентрацији власништва над медијима, укључујући спортске, се све више говори. Велики број угледних интернет сајтова, уз одговарајуће кључне речи даје прегршт података.⁷² И на Википедији, која је иначе далеко од поузданог извора информација, постоји врло добар приказ, новијег датума, по државама, уз задовољавајући број прилично поузданих референци (Concentration of media ownership, n.d.). На европском тлу су глобални, моћни медији такође присутни, а спортске догађаје преносе и јаке приватне европске медијске куће, углавном Немачке, као и јавни медији⁷³.

Глобално присутни медији су већином са територије САД, о чему говоре подаци са интернет базе података медија (Media Data Base, 2014) која је део пројекта

⁷¹ Међународни Олимпијски комитет, Међународна федерација фудбалских савеза – ФИФА и друге моћне спортске организације воде борбу против илегалног и нерегуларног клађења, али не и против самог клађења.

⁷² Изненађујуће је да у ери свеопште контроле огромна количина података буде доступна јавности. До откривања података долази, по нашем мишљењу из три, међусобно повезана, битна разлога. Први је што због борбе за превласт долази до великих сукоба између кланова у самом центру језгра моћи, (Павленко 2012; Катасонов 2013) те они форсирају откривање података о конкуренцији и истовремено дајући селеktоване податке онемогућавају стварање потпуне слике. Други је јачање (геополитичких) играча које језгро све мање контролише, пре свега Русије и Кине, који носе потпуно другачију визију света (економије, политике, међу–културних односа итд). Трећи је што је немогуће успоставити потпуну контролу над алтернативним медијима – показало се, да иако један крај чврсто држе глобалисти и њиме управљају, интернет као најважнији алтернативни медиј, ипак батина са два краја. Свакако, на интернету има произвољних података и такође планских дезинформација који служе ради збуњивања примаоца поруке, те се контрола другог краја не може обављати без вештине, образовања и подршке моћних националних елита ван језгра и одговорних елита у њему.

⁷³ У великом делу Европе постоји извесна традиција, социјал–демократска или социјалистичка која бар у извесној мери медије ставља у функцију сопствене јавности. Али, са пропадањем источног блока, са слабљењем моћних институција, пре свега државе, са корумпираном политичком елитом која ставља интересе наднационалне, глобалистичке елите изнад добробићног сопственог народа, са агресивним преузимањем и финансијском доминацијом приватних медија, највише под утицајем неолиберализма, такви медији губе битку – или се прилагођавају „суровим“, условима на тржишту па пре или касније буду „поједени“ или остају у сенци богатијих медија.

немачког Института за медијску и комуникацијску политику. Ово не чуди, обзиром да је у САД концентрисана моћ управљања финансијским глобалним токовима. Те моћне медијске корпорације имају монопол како у САД (видети Табелу 3.3.) тако и глобално, посебно у земљама периферије или полу–периферије, док је њихов однос са главним медијима из осталих моћних западних земаља сложен и усмераван од динамике односа између њихових елита које се рефлектују на економском и политичком плану⁷⁴. Ми смо говорили о томе да само један мали број компанија, такозвано језгро, контролише у већој или мањој мери све највеће светске компаније. Медији су такође контролисани и служе као продужена рука глобалиста.

<i>Матична компанија</i>	<i>Мреже које поседује</i>	<i>Учешће у кабловској телевизији</i>
General Electric	NBC	<i>Поседује 25-50% од:</i> • A & E (са Disney и Hearst) • American Movie Classics (25%) • Biography Channel (заједно са Disney и Hearst) • Bravo (50%) • Bravo International • CNBC • Court TV (са Time Warner) • Fox Sports Net • History Channel (са Disney и Hearst) • Independent Film Channel • MSG Network • MSNBC (50%) • National Geographic Worldwide • News Sport • Prime • Prism (са Rainbow, a subsidiary of Cablevision, и Liberty Media, a subsidiary of TCI) • Romance Classics

⁷⁴ Немачки медији, на пример, покривају велики део Европе. Код нас и у Европи врло гледан спортски канал Спортклуб је у власништву IKO Media Group која је под контролом RTL (RTL Hungarian deal approved, 17. јан. 2012), медијске куће коју преко фонда Bertelsmann контролишу чланови породице Mohn који су истакнути чланови глобалистичке организације Римски клуб. Павленко и Штол (2013а: 6) сматрају да је глобализација као пројекат објављена од стране „оснивача Римског клуба, Аурелија Печеија који је под маском „глобалног плана“ предложио интеграцију Европе и Северне Америке, са постепеним укључењем Источне Европе, укључујући СССР и Латинску Америку“ (прев В.В.М).

		Sports Channel Cincinnati, Chicago, Florida, New England, Pacific, Ohio, Philadelphia
Time Warner	TURNER BROADCASTING WB ТВ мрежа	• HBO (75%) • Cinemax • HBO Direct Broadcast • Court TV (33% ca GE) • TBS Superstation • Turner Classic Movies • TNT • Cartoon Network • Comedy Central (37.5% ca Viacom) • Sega Channel • OVATION (50%) • Women's Information Television (WIN) (partial) • TVKO (75%) • 4 regional all-news channels • CNN • CNN/SI (ca <i>Sports Illustrated</i>) • CNNfn (financial network) • CNNRadio • Headline News • Sportsouth • CNN International • CNN Airport Network
The Walt Disney Co..	ABC	• Disney Channel • Disney Television • Toon Disney • Touchstone Television • A&E (37.5% ca Hearst и GE) • Lifetime Network (50%) • ESPN (80% ca Hearst) • ESPN2 (80% ca Hearst) • ESPN Classic (80% ca Hearst) • ESPN West (80% ca Hearst) • ESPNNews (80% ca Hearst) • Buena Vista Television • Biography Channel (ca GE и Hearst) • History Channel (37.5% ca Hearst и GE) • Classic Sports Network • E! (35%)

Viacom.	CBS UPN	• Nickelodeon • MTV • M2: Music Television • VH1 • Showtime • Nick at Nite's TVLи • Paramount Networks Comedy Central (50% ca Time Warner) • TNN: The Nashville Network • Movie Channel • FLIX • All News Channel (50%) • Sundance Channel (45%) • Midwest Sports Channel • CBS Telenoticias (30%) • Home Team Sports (66% ca News Corporation)
News Corporation	FOX	• Fox Family Channel (50%) • Fox News Channel • fx (50% ca TCI's Liberty Media) • fxM (50% ca TCI's Liberty Media) • Fox Sports Net (25% ca TCI, GE и Cablevision) • The National Geographic Channel (50%) • FIT TV Partnership • Регионалне мреже, укључујући TV Guide Channel и Fox Sports New York

Табела 3.3. Приказ матичних компанија које поседују и/или контролишу већину америчких медија који су глобално најутицајнији и најприсутнији. (Media Control, n.d.)⁷⁵.

Ради илустрације, узимамо пример изузетно утицајне спортске мрежа Eurosport International, која доноси слику и тон са најзначајнијих спортских догађаја, непрестано уводећи и нове спортове у свој програм. Ова мрежа је заједно са Sport Klub—ом најгледанија у Европи, укључујући и нашу земљу, што се спортских преноса тиче. Она је била под контролом медијске олигархијске компаније Дизни

⁷⁵ Подаци су из 1998. године. Иако је власништво, односно контрола данас другачије распоређена, битно је да та расподела остаје унутар самог глобалистичког језгра .

(Wright, 1999), а недавно је (2014) преузета и у већинском је власништву глобалне медијске корпорације из САД – Discovery Communication која је листирана на америчкој електронској берзи NASDAQ, те имамо извештај увид у њену власничку структуру. Чак и површно истраживање даје занимљиве податке⁷⁶. Највећи удео у власништву, преко 80% имају институционални инвеститори од којих су првих пет: Price T Rowe Ass. Inc., Vanguard group, First Manhattan Co (FMC), Meritage Group Lp и Principal Financial Group Inc. Поглед на Табелу 2 показује да прве две улазе у сам центар језгра. Vanguard group има учешће у контроли свих највећих ТНК и има значајно учешће на пример у Кока–коли, једном од највећих спонзора Олимпијског комитета. Трећа је компанија у власништву једног од најбогатијих људи у САД, Дејвида Готсмана (David Gottesman). Индикативна је његова веза са Вореном Бафетом (чија компанија има највећу контролу над Кока–Колом) који, по одређеним критеријумима важи за једног од најмоћнијих људи света (Warren Buffett, 2012, 18 април)⁷⁷. Meritage Group је приватна, хед фонд инвестициона компанија и о њој нема довољно података и не може се утврдити интересе ког клијента заступају. Principal Financial Group Inc је у заједничком власништву корпорација од којих се многе налазе на Табели 3.2. Битно је да су наведене компаније јако повезане, да су из већином из финансијског сектора и да су у самом центру језгра. Јасно је ко контролише спортске медије. Све речено говори да корпоративни свет капиталистичког запада, контролисан од финансијских монополиста наступа удружено, али не само на економском плану, постепено потчињавајући (или томе тежећи) државе полу–периферије и периферије и стављајући их под јединствену контролу. Конкуренција би могла да настане тек у односу на државе коју су успеле да се у већој или мањој мери ослободе доминације⁷⁸.

Потпуна, глобална монополизација медија, одсуство конкуренције, спортским организацијама не оставља много простора за маневар у утврђивању цене

⁷⁶ Подаци су од 18.06.2014.

⁷⁷ Године 2014. се појавила вест да је Ворен Бафет у 83. години живота решио да 99% свог богатства поклони фондацији свог пријатеља Била Гејтса о коме медији говоре као о великом филантропу. Међутим, ако се послушају Гејтсови говори види се да он себи даје право да одређује шта је добро за сиромашне Африке, колико би деце требало да имају како би се смањило глобално загревање и томе слично (Inovating to zero, феб. 2010). Он користи своје (или пре додељено му) богатство како би своје, односно идеје клана којем припада применио и то непозван. Не ради се о филантропији, већ у улагању средстава у одређене интересе, а наивнима и онима којима нису доступни подаци из историје остаје да верују како Гејтсу и њему сличним новац није важан. А зар није и Кубертен наступао са сличних позиција промовишући олимпизам глобално.

⁷⁸ До пре само неколико година чинило се да ће наднационалне елите преузети планету у своје руке, али најновија планетарна дешавања указују на то да многе државе и народи не пристају, укључујући и значајан део становништва самог језгра које је свесно неетичности глобалистичког приступа.

за продају ТВ права, а како финансијски зависе од медија прилагођавале би интересе спорта интересима, економским и политичким, контролора медија.

Онима који теже управљању светом, по природи ствари, одговара послушна и забавом окупирана „гомила“ опседнута куповином свега и свачега што има везе са спортом (од ТВ преноса до јастучића у виду дреса познатог спортисте). Такмичарска компонента спорта која карактерише његов рани развој (мислимо на модерни спорт) и која је била одраз међуодноса у самом капиталистичком свету (али и шире, у односу језгро–периферија) и била сведена на „борбу свих против свих“, нестаје и постаје режирана представа у којој су спортисти добро плаћени (у зависности од значаја њихове улоге) забављачи. Наравно, ово је прилично оштар опис, мада не далеко од реалности у којој ствари ипак нису увек црно–беле, ми овде говоримо о најизраженијем току којим се ствари крећу.

Највећи спортски догађају диктирају у великој мери како ће се организовати и они „мање“ значајни или аматерски (преко медија, преко управљачких тела, преко свеукупне атмосфере). Аматерски спорт је под утицајем професионалног и у великој мери представља само базу за будуће професионалце. Чак и бављење спортом ради здравља или спортски догађаји од јавног значаја су под силним утицајем професионалног и често се користе само да се појача заинтересованост за врхунски спорт или ради куповине спортских производа. Приметили смо нове трендове у рекламама (а и у спортским програмима) који промовишу бављење спортом у природи, ван главних токова, на пример бициклизам кроз планинске пределе. Овај тренд је највероватније реакција на претерану урбанизацију и комерцијализацију свега и свачега. Мала дружина незаинтересована⁷⁹ за дешавања у свету ужива у природним лепотама. Али чак и овакви „невини“ облици бављења спортом захтевају (пре)скупу и брендирану спортску и пратећу опрему, много слободног времена, обележене стазе, појачану безбедност итд. и полако постају „ин“ глобално. Проблем, на пример у нашој земљи, је што такве активности може себи да дозволи само мањина, већина само може да о томе машта посматрајући људе који усхићени посматрају најлепше крајолике и тежи да постане као они. Наш приказ је са намером оштрији како би указао на скривене, манипулативне поруке које се преко рекламе шаљу.

⁷⁹ Подвлачимо ову реч. Сматрамо да се и ова људска потреба за миром инструментализује као би се људи додатно изоловали и повукли се из политичких активности. Ово ћемо разјаснити у потоњем делу рада

Вратимо се великом спортском догађају. Ми видимо да су и даље огромне своте новца у игри и нису нам доступни прави, детаљни подаци о финансијским токовима на релацији глобалних медија, глобалних спонзорских компанија и моћних спортских организација, али је чињеница да се ради о систему који је у великој мери контролисан како би се што веће своте усмериле у правцу језгра и порасту његове финансијске моћи. Нове промене у односима на геополитичком плану ће засигурно утицати на организације које теже добијању међународног статуса у покушају спречавања да оне буду наднационалне и у служби интереса само одређених структура. Врло је важно и код улоге медија у спортском догађају разумети њену политичку и преко политичке и културну димензију, о чему ће бити речи у потоњем делу овог рада.

3.7.3. Медији, туризам и спортски догађај

Медији, туризам и спорт се сусрећу прво на економском плану. Медијски приказ дестинације у време реклама приликом преноса спортског догађаја, као и медијски приказ града/државе домаћина у којој се спортски догађај одвија могу значајно да допринесу материјалном бољитку дестинације.

Маркетиншке службе туристичких организација дестинација усмеравају активности ка медијима не би ли брзо, у жељеним просторним оквирима, на најлепши могући начин приказали све што нека дестинација може да пружи туристима. Како спортски догађаји имају огромну публику (додуше врло разноврсну и не нужно заинтересовану за путовања), медијски преноси истих су одлична прилика за рекламирање дестинације. Добро управљање дестинацијом која узима у обзир све, а не само економске ефекте, може глобалну популарност спорта, као и глобалну медијску мрежу да искористи за своје представљање пред великом публиком и допринесе стварној добробити становништва те дестинације. Неколико година уназад спортски канали (Еуроспорт на пример) сарађују са разним владиним туристичким организацијама које желе да своје земље промовишу као атрактивну туристичку дестинацију пред огромним спортским аудиторијумом. Да би ефекти таквог рекламирања били позитивни за дестинацију (за њене становнике) морају бити испуњени многи услови, од озбиљне припреме, стручног прилаза, затим да

кампања буде урађена у оквирима дугорочне стратегије која узима у обзир интересе, не само економске, становништва дестинације. Србија је својевремено (2007) свој рекламни спот пласирала на глобалној мрежи Си–ен–ен (при том је више од трећине термина било у време спортских емисија), уложивши премало истраживања пре и после рекламирања, вероватно превише буџетског новца (емитовање спота плус снимање је плаћено око 600.000 евра), уз много недопустивих грешака. При том, ниједан документ није указао на стварне ефекте те кампање. Да ли се радило о неозбиљности или о скривеним финансијским радњама, да ли је кампања била политички мотивисана итд. остаје нам нејасно.

Маркетинг, међутим, добро функционише у условима релативно фер конкуренције. Како смо видели, у свету влада монопол малог броја корпорација. Такође, политички притисак који су у стању да изврше моћне државе језгра, тачније елитне структуре које су у њима концентрисане⁸⁰ која најчешће заобилази јавност и које успут и контролише глобалне медије, те тиме убира финансијска средства од рекламе, могу да поремете и пониште ефекте кампање, посебно када се ради о земљама које се не уклапају у глобалистичке визије света или су потенцијални плен. Најсвежији пример је писање штампе и слике које су путем новинских издања или електронских медија долазиле из руског Сочија, домаћина Зимских олимпијских игара. Разним техникама, избором слика које можда и нису на територији тог града стварана је представа да се иза раскоши игара у Сочију крије сиромаштво, да је град руиниран. Западни медији су у време олимпијских игара у Сочију (а и касније) били толико анти–руски настројени, као у најхладнијим годинама хладног рата (Ово је права слика Сочија, 2014, 29. јан)⁸¹. Још увек се не зна какви су крајњи ефекти те анти–кампање, али је извесно да се ту ради о сукобу сила.

Рекламе туристичких дестинација на телевизији често носе и скривене поруке, како смо видели у претходном одељку када смо говорили о новим трендовима у реклами који приказују бављење спортом из задовољства, ван главних токова. Многе туристичке дестинације излазећи у сусрет новоформираним потребама⁸² будућих посетиоца, своје рекламне кампање базирају на овим

⁸⁰ не ради се о националним елитама, већ о наднационалним које су концентрисане у тим моћним државама

⁸¹ Текст у Блицу, која је по принципу „сними–пренеси“ или по директиви контролора овог медија пренео таква писања је само један од примера у нашем медијском простору.

⁸² Врло је тешко утврдити у којој мери су такви трендови реакција на постојеће стање, а у којој су креирани и наметнути.

трендовима доприносећи при том да се порука од почетног пошilhaоца сама од себе глобално пренесе. Медији успевају да промене свест, креирају нове животне стилове. Како год прилазили вези између медија, туризма и спорта, у великој мери ће се она свести на интерес да се прода и завлада.

3.7.4. Политика, манипулација, медији и спортски догађај

Политика, у њеном неокрњеном значењу значи вођење јавних послова на начин који доводи до што веће добробити чланова заједнице. Тако су политику схватили и стари Хелени⁸³, који су и творци термина. Политика би, стога, била „посао“ целе заједнице која се на неки начин организује како би се између осталог решили унутрашњи сукоби и противречности, као и односи са другим заједницама, а све са циљем општег добра. Ово би представљало идеал коме ваља тежити, но политика се чешће своди на такво решавање сукоба који води ка надмоћи једне стране те представља скуп активности у циљу стицању моћи. Сукоби се односе на оне између цивилизација, држава, класа, касти (друштвених слојева), политичких странака итд.

Политика, теоријски, може да буде начин за успостављање мира, у локалним или глобалним размерама, где спорт може да игра значајну улогу, обзиром на његову функцију социјализације. Спорт повезује људе, преноси и ограничава тензије на спортски терен, чиме се избегавају разарања и људске жртве. Ипак, у пракси, како нам искуство говори, се ретко потврђује оваква улога спортског догађаја. Напротив, често се рат са спортских терена преноси и ван њих, на улице на пример, или се пак политички сукоби преносе на спортске терене. Спорт је само наставак политике, односно рата другим средствима, како се све чешће може прочитати у штампи. Многе велике спортске догађаје данашњице је политика обележила (на пример „неполитичке“ Олимпијске игре и те како обилују политичким активностима: страдање политичких демонстраната на играма у Мексику и протест тамнопутих атлетичара, бојкот игара у Москви и Лос Анђелесу, промоција нацизма у Минхену 1936, масакр спортиста Израела од стране палестинске терористичке

⁸³ Друга је ствар кога су Хелени сматрали члановима заједнице и шта је/ко је одређивао шта је највеће добро.

организације у Минхену 1972⁸⁴. итд). И, иако су се политика и спорт преплитали кроз историју, никада раније тај сплет није одмах постајао ствар од светског значаја и нису вести о њему скоро тренутно стизале у сваки кутак планете утичући на људе⁸⁵.

Пацификација коју доноси спорт односи се само на умиривање оних који се не слажу са уским, идеолошким виђењем света. И овде долази до изражаја улога медија, односно њихових контролора, који спортски догађај користе за остваривање својих циљева.

Преко медија се контролишу односи између људи и то глобално. Медији имају снагу да утицај спортског догађаја пренесу у скоро сваки део планете заједно са поруком која одговара контролорима медија. Они, тачније људи који стоје иза њих, су су стању да хиперпродукцијом спортских догађаја, који су све чешће и потпуно медијски⁸⁶, усмере пажњу од политичке борбе (између сиромашних и богатих, потчињених и освајача, запада и истока итд.), или да искористе конкретно спортско дешавање како би утицали на публику да заузме одговарајућу страну у политичком сукобу, већ у зависности од потребе. У вези овог другог, најзначајније је то што медији потискују улогу културе (као историјског заједничког стваралаштва којим се регулишу односи између људи на једном простору) стварајући сопствени, контролисани сурогат културе, која се промовише као универзална. Поврх тога, одређени субјекти преко медија потискују све друге традиционалне регулаторе друштвених односа и томе се говори у овом одељку и целом поглављу. На тај начин се медији јављају као моћно оружје, на геополитичком плану⁸⁷, али и на плану контроле становништва уопште и покушаја

⁸⁴ постоје врло утемељена мишљења да је сам палестинско–израелски сукоб пројекат тајних служби које су под контролом глобалистичких елита (Павленко и Штол, 2013б: 26).

⁸⁵ и то, нажалост, све више не на људе као чланове заједнице, већ као индивидуе које су на планети само присутне.

⁸⁶ У време писања овог рада, милиони су широм планете, путем телевизије или интернета, пратили скок екстремног спортисте Феликса Баумгартнера са висине од око 40 км (наводне границе са свемиром, што је додуше само фраза у маркетиншке сврхе). Данима се писало о фантастичним приходима (помињане су цифре од 6 милијарди долара на уложених 50 милиона) које је спонзор Ред Бул (компанија је један од највећих спонзора у глобалном спорту) остварио овим медијским мега догађајем, мада би нам дубљи увид, уколико је могућ због нетранспарентности, вероватно открио занимљиве токове новца – но то остављамо другом истраживању.

⁸⁷ Руски научник Фурсов говори о томе да је увелико у току, а трајаће кроз 21. век тотални глобални рат који се не одвија на класичним војним пољима већ у сфери финансија и психосфери, где је информативни ниво један од главних нивоа деловања. Пропаганда није нова, али технологија пропаганде се усавршава. Психоисторијски рат, Фурсов (2014) дефинише као „...сврхисходно и дугорочно дјеловање на друштвану свијест и подсвијест (погледе, идеале, идентитет, историјско памћење, емоције) одређене групе, по правилу, интелектуалне и политичке елите друштва-мете (или

његовог претварања у бесловесну, покорну масу. Претварањем, уз помоћ медија, спортског догађаја у спектакуларну представу, он постаје такође оружје, уместо средство сусрета и размене искуства између људи који би водили племенитијем животу на планети.

Регулација друштвених односа и контрола су повезане. Реч контрола углавном има негативно значење, иако је изванредан степен контроле неопходност. То зна сваки родитељ чија контрола потиче од љубави ка детету. Негативност се јавља само у контексту конкретне ситуације, метода и крајњег циља. Једно је контрола ради заштите ширих интереса, а друго контрола која штити интересе уских група од јавности. У првом случају контрола је неопходна ради заштите од манипулације, а другом манипулација служи да би се успоставила контрола над људима. У првом случају ради се о контроли ради заштите од дезинформације, а у другом се ради о контроли над информацијом, како би се она сецкањем, прекрајањем, филтрацијом, калемљењем, брушењем и осталим „ручним радовима“, дакле манипулацијом, претворила у дезинформацију. Манипулацију је Кара–Мурза (2008) дефинисао као:

„начин владавине путем духовног дејства на људе кроз програмирање њиховог понашања. То дејство је усмерено на човекове психичке структуре, врши се потајно и има за задатак промену мишљења, побуда и циљева људи у смеру потребном властима.“(стр. 41–42)

Суштина манипулације је да се лаж прикаже као истина не би ли била одобрена од шире друштвене заједнице. Манипулација као метод успостављања контроле над људима, као управљачка техника оних који имају моћ да је успешно спроводе тежи да укине мишљење и слободу избора. Кара–Мурза истиче да је знање

на друштво у цјелини) с циљем да се проведе класно и цивилизацијско прекодирање, да му се наметну туђи циљеви, задаци, идеали, слика свијета, као његови сопствени. Задатак је једноставан – уништити вољу за отпором и експроприатисати друштво у цјелини (ресурси, територија, људски материјал... Психоисторијски рат има неколико нивоа: информативни, концептуални и метафизички. Информативни рат у ужем смислу је дјеловање на нивоу чињеница, њихових фалсификата, искривљавање на одређени начин“. Политичка терминологија, пре свега Сједињених Америчких Држава користи израз „мека сила – soft power“, чији је творац Џозеф Нај. Док „тврда“ моћ која подразумева војне интервенције и стварну примену силе, мека сила подразумева другачије начине деловања на друштва–мете. Пономарјева (2013: 224) каже да мека моћ „... делује на свест. При томе се користе како краткорочне, тако и дугорочне стратегије. У краткорочном периоду, који по правилу не траје дуже од неколико месеци, најефикаснији инструмент јесу средства масовне информације, традиционални и нови друштвени медији. У дугорочној перспективи ефикасни инструменти „меке моћи“ за земљу која намеће тзв. демократске, тј. своје сопствене вредности, јесу пре свега услуге високог образовања.“

неопходно како би се манипулација вршила и како би се усавршила технологија манипулације. Он наводи и мишљење С. Паркинсона:

„Вештина управљања у динамичном друштву своди се на умеће упућивања људских жеља у потребном правцу. Они који савршено овладају том вештином постићи ће невиђене успехе“ (стр.44)

Дакле, манипулативне технике су признате и одобрене у науци о управљању и оне се усавршавају у аналитичким центрима и институтима. Кара–Мурза наводи и речи професора Калифорнијског универзитета Шилера:

„Тамо где је манипулација основно средство социјалне контроле, као на пример у Сједињеним Државама, развој и усавршавање метода манипулисања знатно се више цени од осталих врста интелектуалне делатности“ (стр. 45).

Манипулација је свеприсутна, а посебно је везана за медије. На европском првенству у фудбалу 2012. године, у мечу између Италије и Немачке, приказана је слика немачке навијачице која плаче због примљеног гола чиме је њена екипа губила шансу за титулу. Испоставило се да је снимак учињен раније, и да је навијачица плакала приликом интонирања химне њене државе. УЕФА је, после реакције немачке јавности и немачких медија изјавила да њен циљ није био напад на немачку репрезентацију, већ да је желела да прикаже емоцију у спортском догађају, његов људски лик, као да је право интерпретирања нечијих емоција безазлена ствар⁸⁸. Медији креирају слику по потреби која одговара политичким и другим интересима њених власника. Контролишу чак и емоције, како видимо из горњег примера. Сам доживљај спортског догађаја је потпуно измењен оваквим манипулативним потезима. Резултат сусрета, ако и он сам није програмиран, постаје неважан, важна је порука коју контролор медија жељи да пошаље. Учесници догађаја, спортисти или публика постају само подлога на којој се жељена порука пласира. Уместо да медији буду неутрална средства масовног информисања (СМИ), она према Фурсову (2013: 124–125) добијају адекватнији назив и скраћеницу: средства масовне рекламе, агитације и дезинформације (СМРАД).

Медији су скоро савршено средство којим се манипулација спроводи. „Вредност“ медија данас, нажалост, не лежи у могућности да се обезбеде информације онима који су корисници медија, било као чланови шире заједнице или

⁸⁸ Позадина овог чина је засигурно политичка, али не располажемо подацима да би ово мишљење оправдали у потпуности.

као купци те услуге, већ су медији данас моћни политички инструмент за контролу становништва, пре свега путем манипулације. Овакву употребну „вредност“ медији имају због њихове главне карактеристике – једносмерности општења. Иако савремена технологија дозвољава повратну информацију од публике, она служи (према унапређеним и често идеолошки усмереним методама) као би се пословање унапредило тако да се реализују уски приватни интереси власника, односно контролора медија. Могућност интерактивног односа са медијима која настаје због технолошког напретка се истиче као нова важна карактеристика (Јанићијевић, 2000: 312–315). Ипак, не налазимо потврду ни у литератури ни искуствено да је степен интерактивности довољан, нити пак битан – пре ће бити да је и узвратна информација под контролом. Постављају се правила, ван оних који имају безбедносни карактер. Информације се надгледају (афера Сноуден је настала јер је само привидно имала безбедоносни карактер, док је у бити штитила безбедност уске групе). Манипулација се огледа и у томе што медији (људи из/иза медија) одговора са друге стране издвајају оно што има је потребно ради повећавања степена контроле, а за даљу дистрибуцију у етар брижљиво разрађеним техникама бирају само оно што одговара почетном пошиљаоцу поруке, дакле оном ко медиј поседује или контролише. Овај закључак здраворазумски следи из чињенице да су медији данас монополизовани, као и из показане неодговорности и себичности наднационалних, глобалних елита на коју указују многи мислиоци. То је уосталом, метод идеологије – зар није савремени олимпизам од првих игара у Олимпији узимао само оно што је одговарало његовим „оцима“ ради остваривања конкретних практично–политичких циљева?

Када говоримо о контроли преко медија говоримо о контроли која се проводи над становништвом у сопственој средини и која служи да би се очувала власт и, што је ближе теми нашег рада, о контроли преко медија која је усмерена на становништво земаља које се желе потчинити. Ми се не ограничавамо само на ово друго, превасходно зато што се ради о истим субјектима и друго, јер су исте технике и методологија примењене и глобално, уз одговарајућа прилагођавања будући да се деловање према споља пре свега обавља на плану финансија и културе.

У вези са контролом над сопственим становништвом, пре свега мислимо на средине које представљају језгро моћи, где су и концентрисане наднационалне елите моћи. Контрола над становништвом није, наравно, нов изум. Метод „хлеба и игара“

користили су још и властодршци старог Рима. Али они нису имали медије и технологију којим би успоставили контролу тренутно и у целом царству.

Зашто се спроводи контрола над становништвом? Потребно је велику већину учинити неизаинтересованом за политичко деловање или је умирити и усмерити када се доносе спорне одлуке у вези са унутрашњом или спољном политиком. Становништво се контролише и њиме се манипулише како се не би поставља ла сувишна питања, на пример у вези неке војне интервенције, како би се осигурао мир у кући док се елита несметано богати дајући „својима“ већ према „заслугама“ мрвице са стола, неке више (Бил Гејтс), а неке тек да преживи и да се не буну превише. Ова контрола се, према Чомском (2002: 74), спроводи по врло једноставном принципу: мали проценат становништва који чини такозвани политички слој и који је састављен од образованих, богатих, писмених припадника популације, управитеља на пољу културе, политике и економије се дубоко индоктринира преко система образовања и преко такозваних елитних медија. Овај слој који има увид у стварност, али идеолошки деформисани увид⁸⁹, даље преко медија намењених „збуњеном стаду“⁹⁰ формира мишљење и понашање већине. Чомски иде даље и сматра да су САД као држава од самог почетка утемељени на тој идеји да јавност мора бити посматрач, док „власници“ земље њоме управљају. Ипак, Чомски сматра да је отпор учинио своје и да је већи проценат становништа добио шире увиде и преко медија и преко образовања те се сада становништвом може мање манипулирати. Са Чомским се можемо донекле сложити, али би додали да се са технолошким унапређењима, усавршавају и технике манипулације и прилагођавају новим околностима. Осим тога, иако свеснија манипулације, не значи да ће јавност увек и деловати политички, посебно што се тиче спољне политике која је се не тиче, поготову не док је „хлеба и игара“. Људи се чак и повлаче и удаљавају од штетног деловања (чак и овде би могло бити говора о медијској инструисаности) остајући затворени, штитећи свој начин живота (сетимо се рекламе о бициклизмиу кроз планинске пределе). Као да долази до појачане десоцијализације. После сатанизације нашег народа од стране западних медија у време око НАТО

⁸⁹ Међу елитом, посебно у делу интелектуалне елите влада необјашњиво убеђење у исправност сопствених ставова, чиме себи дају право да покушавају да контролишу како становништво сопствених земаља, тако и пре свега и периферију ван језгра у којем они имају уточиште обезбеђено економском, политичком и војном моћи. У једној од претходних фусота дат је пример Бил Гејтса који ово одлично илуструје.

⁹⁰ Овај, по нашем мишљењу врло увредљив назив за већину популације, је смислио Липман, елитни амерички новинар (наведено у Чомски, 2002: 92)

бомбардовања, после санкција спортистима, никаква значајан протест против оваквих одлука америчке владе и њених савезника није спроведена од стране исте те јавности.

Шта је са становништвом других земаља на које глобалисти бацају пипке? У нашој земљи је путем санкција, интервенције силом (бомбардовања не само војних циљева) и деловањем пре поменуте меке силе на политичком, економском и културном пољу, а преко медија и (уништеног) образовног система много учињено да се становништво не сналази у савременом свету. Принцип рада са становништвом земаља које се желе освојити је сличан горе описаном. Делује се на елиту те земље (новцем, идејом, притисцима), увлачи се у њене институције (пре свега образовни систем), преузима се информативно поље и на тај начин контролише становништво којем су у огромним количинама сервирају најразличитије врсте забаве, од којих спорт наилази на највећи и скоро потпуно некритички пријем. Коментатори спортских догађаја, посебно они запослени у „светски познатим“ медијима преносе атмосферу потпуно страну локалним културама. На нашим спортским медијима их је понекад непријатно слушати док се упињу да имитирају колеге из глобално најутицајнијих спортских медија. Имитира се интонација, терминологија, оскрнављује се сопствени језик не би ли се допринело забави и не би ли се идентификовали са моћнима. Несвесно, или свесно, усвајају се туђи обрасци и преносе даље на публику. Спортски новинари који раде у штампаним медијима раде то исто – „квалитетан“ новинар имајући за узор спортског новинара из филмова, јури за ексклузивом, а коментарисање спортске садржине је најчешће површно и подложно стереотипима. Поврх тога, многи спортисти, који су због професионализације спорта запоставили образовање усвајају не само речник, већ читаве реченице и пасусе из новинских текстова, те се иста „празна“ прича непрестано врти у круг. Усвајају се обрасци потпуно страни локалним културама (локалне културе често служе само као декор), форсирају се неке „опште“ вредности јер је наводно спорт опште благо човечанства. Ствара се глобална спортска „култура“.

Медијске корпорације, као продужена рука најмоћнијих ТНК, су постали моћна сила који слику са спортских терена обликује према интересима елита. Они претрпавају догађајима који окупирају време и мисли публике, која им је у крајњем

политички противник, према њиховом схватању политике. Медији преузимају контролу у спорту и преко финансирања или власништва спортских организација.

Глобалисти, „меко“ нападајући преко медија становништво држава које теже да потчине, ударају пре свега на њихову културу, намећући програмиране културне образце. При том, нису поштеђена ни религијска осећања људи.

3.7.5. Медији, религија и спортски догађај

Религија је тражење (поновне) везе са оностраним, необјашњивим, непознатим (religare – поново везати). Прва „спортска“ такмичења имала су везе са култом мртвих и на неки начин јесу били религиозни у горњем смислу. Али данашњи спортски догађај није. И поред тога Кубертену није сметало да изјави да је олимпизам нова и једина исправна светска религија (Coubertin 1966, наведено према Simonović, 2009: 204). Религиозна терминологија иначе прати савремени спортски догађај. Чак се и на сајту велике кладионичарска компаније, фудбал олако прогласи глобалном религијом (Глобална религија, 2014, 9 јун). Наравно, мотиви Кубертена су идеолошко–политичке природе, док је кладионичарска компанија мотивисана пре свега брзим стицањем профита и одражава промену која је настала агресивним походом неолиберализма на свет. Давање спорту одлике глобалне религије у суштини иде против великих, традиционалних религија и има идеолошку позадину.

Зашто је борба против традиционалних религија важна за глобалисте? Традиционалне религије имају своју историјску подлогу. Свака религија истиче на свој начин да су норме које проповеда објављене од стране божанског, али је њихова примена међу људима вековима брушена. Утицај религије на човека, чак и оног који не исповеда веру, је огроман, између осталог и зато што су те норме уграђиване у систем вредности које културе (цивилизације) чине оним што јесу. Једна од суштинских разлика између и традиционалне религије је управо и у тој историјској пуноћи коју религија има, док глобализам тежи да историјом не буде оптерећен, иако то не значи да она своје историјско порекло нема⁹¹. Идеологију вредносно одређује метод. Она се, на пример, намеће (револуцијом) или подмеће (манипулацијом), док религија своје погледе нуди. Наравно, постоје идеологије које се позивају на религију на један вештачки и теолошки неутемељен начин. Постоје и

⁹¹ Глобализам има историјско залеђе, али своју снагу не црпи из њега већ из своје искључивости, која је идеолошка одлика.

идеократска друштва са званичном идеологијом која је широко прихваћена, али се методи идеологије глобализма разликују посебно због високог нивоа манипулације.

Спорт, свакако, није религија, каквом ју је видео Кубертен, већ пре религијски сурогат (Kellner, 2001), мада је данас све више само једна од форми популарних „ријалити шоуа“ за које немамо чак ни одговарајућу српску реч. Однос према спортском догађају личи на идолопоклонички, који је био карактеристичан за многобожачке религије. Али, док су политеистичке, паганске религије из прошлости били почетни покушај тражења везе са оностраним и имају историјско „оправдање“, данашње паганство га нема, посебно што је најчешће вештачки извучено из дубина психе⁹². Обзиром да секте непрестано траже начине да поремете главне религијске токове, идеологија се често удружује са њима у свом освајачком походу на свест и новчанике људи.

Идеолозима глобализма је неопходно да од спортиста стварају идоле на које ће се усмерити пажња спортских „верника“. Контролишући слику о тим идолима, они контролишу и њихове следбенике. Тим идолима се дају божанске карактеристике⁹³ и сваки значајнији пренос спортског догађаја не прође без „обожавања“ неког спортисте или спортског тима⁹⁴. Спортске звезде се намећу као најзначајније личности нашег доба које би требало следити. Ствара се спортска елита која диктира начин облачења, изглед⁹⁵ говор, обрасце понашања итд. Од њих се очекује, од њих се захтева (и после завршетка каријере), али им се, бар елити, врло добро и плаћа од стране глобалиста. Спортски догађај без спортских звезда

⁹² Владета Јеротић (1994) говори да пагански човек и даље живи у сваком од нас, али постоје историјски разрађени модалитети, посебно у оквирима великих религија, како се он уравнотежава и како се његова огромна енергија може усмерити на добро. Савремени „управљачи“ разрађеним методама потичу моћ паганског бића

⁹³ Довољно је укуцати на интернет претраживачу име неког познатог спортисте и реч „бог“ и видети резултате. „ми имамо свога бога, име му је Бодирога“, смислили су наши навијачи за познатог кошаркаша тражећи у успеху наших кошаркаша компензацију за неуспехе на политичком плану. Овај слоган говори колико је деловање меком силом на становништво или бар на одређене циљне групе ефикасно. Навијачке групе са са страшћу позивају на православље, истовремено гајећи пагански однос према спортисти, не разумевајући ни једно ни друго.

⁹⁴ Производња идола може се посматрати у свакој од појединачних димензија, које се увек прожимају. На плану економије, идоли се могу посматрати као рекламни панои, мотиватори који подстичу потрошњу најразличитијих врста роба и услуга. На политичком плану идоли служе да „заведу“ политичке противнике и прикажу моћ њихових „произвођача“. На плану културе идоли урушавају културно–историјска достигнућа.

⁹⁵ Тако, форсира са маскуларни – мускулатурни изглед жена (који је неопходан да би се обарали рекорди). Женски атрибути се онда додају брендираном одећом, козметичким производима, фотографикама на ивици порнографије. И овде смо оштрији са намером и свесни да су генерализације мач са две оштрице, намера је да се укаже да иза појединих образаца леже субјективни фактори.

постао је безначајан, а са такмичарског аспекта минорни спортски догађаји добијају на цени уколико се појави неко спортско божанство. При том, њихове „божанске“ атрибуте не одређује спортска вештина (која се на њих „калеми“ преко рекламних медијских спотова), већ изглед, спонзори, неуко подржавање идеја итд.

Ако је спорт замена за религију, где је су њени „храмови“? Кроз историју, људи су изградили начине и места у којима религије нуде свој садржај. На пример, свако ко исповеда православну веру отићи ће у православни храм да прими знање. Наравно, користе се и други начини као и сами медији да се то знање презентује, али то су само помоћна средства прилагођена месту и времену.

Глобалисти покушавају (и пречесто успевају) да се провуку у различите институције које су изграђиване историјски и имају велик друштвени значај и да се у њима угнезде (са променљивим успехом), или пак да их елиминишу и наметну сопствене организације на њихово место. Обзиром да традиционалне религије вековима налазе начине да одолевају разним изазовима у оквиру њихових „институција“, глобалисти се теже могу увући у њих, те траже и алтернативне „храмове“, а медији су управо то⁹⁶ – место где могу да „понуде“ своје виђење света, а уз манипулацију га прикажу као једино исправно. Овде долази до изражаја улога спортског догађаја који је подлога на којој се порука пласира. Спортско дешавање постаје ритуал, а медији су храм. Медији, као „храмови“ универзалистичке⁹⁷ „религије“ спорта имају снагу да стварају илузију сусрета која је неопходна у религијском комуницирању и да тај „сусрет“ контролишу. Помоћу медија, ритуали спортиста све више добијају опште карактеристике, у којем нестају религијски и културолошки условљене разлике.⁹⁸

Наравно, будући да отпора има на све стране, манипулише се вешто и по потреби и са верским осећањима и духовним потребама људи. Осим што се спорту приписују својства религије, чују се и тврдње да се преко великих спортских догађаја, посебно олимпијских игара, преноси нека, наводно сатанистичка порука за шта су на пример оптужене игре у Лондону 2012 (Opening Ceremony, 27. јул).

⁹⁶ Иако се за спортске објекте чује израз на пример „храм кошарке“ њихов капацитет је мали да би примили довољан број „верника“ – медији су ти који укидају просторно–временска ограничења

⁹⁷ широм света се спорту приписују исте, наводно универзалне вредности

⁹⁸ Саудијска Арабија је дуги низ година бранила женама учешће на олимпијским играма, а пред ОИ у Лондону је под притиском уцене и прописом да свака држава учесник мора имати бар једно женско лице, дозволила учешће и жена. Овде не улазимо у то какву политичку улогу има та земља, нити о дискриминаторској снази конструкције „бар једно женско лице“.

Медији су брујали о анти–религиозној симболици тог спортског дешавања – од логоа, преко маскоте, рефлектора, церемонија отварања/затварања, све је наводно било пуно окултне симболике и објаве доласка антихриста. Нама се чини да су примедбе можда биле и неосноване. Британци имају специфичан смисао за хумор који остатак света можда није разумео – то је онда комуниколошки проблем⁹⁹. Додуше, било је различитих ставова и у самој Британији. Могуће је да је редитељ хтео да опише савремени свет који је увучен у свакакве теорије завере исто као што је могуће да је уз дозу самоироније, која је и својствена Британцима, приказао колико су и сами његови сународници постали површни, па се уместо Шекспиром диче поп музиком, верују да ће Џејмс Бонд, а не Бог сачувати краљицу (God save the queen, химна Британије), децу им од страшних магова чувају летеће дадиље док они гледају ТВ итд. Представа је показала и да енглеска краљица, која је институција за себе, може да постане део шоу бизниса. Могуће је чак и да је ова представа, са намером или не, указала на врло важну чињеницу потиснутости Бога из живота савременог човека, уместо што је носила поруку неке тајне окултне организације која влада светом. Просто нам се чини немогуће да су се те окултне организације у потпуности разоткриле на овим играма и изашле из сенке. Но, не би ваљало ни занемарити снагу окултних симбола будући да су они способни да преко тајанствених дубина људске психе изазову разне асоцијације, међу њима и непредвидљиве. А ни потцењивати окултне организације, посебно јер делују удружено са политичким организацијама – једна је, на пример, била повезана са стварањем Трећег рајха (Kurlander, 2012). Ипак, чини нам се да се у Лондону највероватије радило о скретању пажње публике са реалних процеса ка лажно мистичном и ка фантастици, ка новом нивоу интелектуалне „забаве“ или „знања“ за оне које трагају за истином,

Занимљиво је како су церемоније отварања и затварања постале подједнако важан део спортских догађаја, често их потискујући по важности. Ко још памти резултате из Лондона? Церемонија остаје дубоко утиснута у свест/подсвест посматрача. Тај спектакл око отварања или затварања игара шаље поруку. Спектакл захтева врло танану контролу и научно разрађене управљачке технике, као и високу технологију, а све то тражи велика средства која су доступна само онима који имају

⁹⁹ У ствари, све се може свести на комуниколошки проблем. Свако је, према сопственом виђењу света, тумачио дело аутора спектакла. Али, порука тог спектакла, без обзира како је ко тумачио, постајала је важнија од саме спортске садржине.

финансијску и/или политичку моћ. Спектакл тако постаје средство у рукама оних који моћ имају. Та се моћ може употребити како би се заштитила култура или право на достојанствени живот људи, али, како видимо глобалистичке елите могу да је користе ради остваривања сопствених, уских интереса.

3.7.6. Медији, профит, идеологија и њихов сусрет у спортском спектаклу

Све димензије односа медија и спортског догађаја присутне су у савременом спортском спектаклу. Улога манипулације, као политичког средства, долази до изражаја управо у медијском спектаклу и њиме се политичко подручје деловања пребацује интензивно и на културу. Спектакл садржи илузију и она може бити на извештај начин одобрена од посматрача. У овоме је донекле садржан његов уметнички аспект и може се постићи и преко медија. Али битна и доминантна компонента спектакла је и неодобрена лаж која је у интересу одређених организација. Само такмичење садржи извесне елементе драме, неопходне за представу, али му је драматичност наметнута споља. Ради повећања драматичности намеће се социјал дарвинистички принцип (скоро животињске) борбе за надмоћ (на терену), као и прогресивистички принцип неког напредовања које је квантитативно. Пре сваког спортског догађаја најављују се сусрети, унапред обарају рекорди, калкулише се исходима, публика се затрпава гомилом непотребних података. Довољно је прочитати спортски део штампе који претходи спортским догађајима. Дриму за време спортског такмичења формира глас водитеља (по шаблонима које намећу водећи светски медији), несадржајна, али „информативна“ прича, затим слика која се изрежирано презентира публици, статистика која нас бомбардује са екрана итд. Пред сваки спортски догађај, публика је већ затрпана непотребним информацијама и дезинформацијама. И информација и дезинформација носе енергију. Та накупљена енергија, негде мора да се излије, некад су то таласи публике, забава, а некада покличи са трибина. Могуће је брижљивим методама усмеравати енергију – огромна средства су уложена у истраживање из примењене психологије. И сами спортисти подлежу притиску, „бити или не бити“.

Сваки иоле значајан спортски догађај се најављује или описује доцније као спектакл. А при томе, није увек сасвим јасно шта све спектакл подразумева. У време писања овог рада се, у коментарима читаоца испод једног новинског текста (Ник

Вујачић...2012, 21. септ.), појавио занимљив став да је само стварање света био спектакл! Коментатору није било јасно да спектакла без посматрача нема, осим ако не признамо самог Бога као гледаоца тог чина. Две су ствари важне у вези овог лаичког става да би смо разумели данашње поимање спектакла. Прво, за коментатора је појам спектакла везан за неку драматичност, за неки догађај који оставља снажан утисак, који се утискује у меморију и изазива одређена појачана осећања дивљења, усхићености пред нечим што је веће од нас самих. И друго, будући да он сам није присуствовао чину стварања света, а о њему говори, значи да има представу како је то изгледало. Одакле је та представа, та слика у његовој глави, ако не из неког филма, ТВ емисије, неке слике из часописа популарне науке, где је компјутерском симулацијом приказана нека од верзија стварања света. За његово поимање спектакла битан је био психолошки утисак који тај чин оставља (тачније, би оставио) на посматрача и посредовани приказ догађаја, дакле утицај медија, појачан доприносом високих технологија. И у једном и у другом случају ради се о призору који оставља јак утисак грандиозности. Овакав утисак би требало да оствари и ознака мега, која карактерише највеће међу догађајима, укључујући и пре свега мислећи на спортске – спектакл и догађај (не само мега, већ и они догађаји који не „заслужују“ тај префикс) се преклапају међусобно.

Но, још је Ги Дебор приметио: „спектакл није само скуп призора; то је друштвени однос међу људима посредован призорима“ (Debord, 2010: параграф 4). Дебор је говорио да је данашње друштво суштински спектакуларно, зато што је спектакл видљиви одраз владајућег економског поретка (параграф 14). И не само што осликава суштинске односе у друштву, он се намеће као доминантан модел живота (параграф 6). При том, медији су само посредници од произвођача спектакла до гледалаца.

Само порекло термина је у латинском глаголу *spectare*, што значи посматрати¹⁰⁰. Спектакл је дефинисан посматрачима, било да они слику конзумирају директно или посредством медија. Реч „конзумирају“ није случајно изабрана, будући да је спектакл везан за конзумента – потрошача, те је њему и намењен. Јер, „спектакл је и сам апстрактни, општи еквивалент за све врсте роба“ (параграф 49).

¹⁰⁰ У латинском постоји реч *spectaculum* која значи представу, призор, нешто што се показује публици, такође и место у амфитеатру, циркусу одакле гледалац посматра.

Осим што је роба и/или служи како би се преко њега, уз садејство маркетинга и других управљачких техника пласирао цео низ роба (производних или услужних), те је као такав моћна алатка у рукама великих корпорација, спектакл је, по Дебору, материјализована идеологија - „Спектакл је врхунац идеологије јер он најпотпуније открива и изражава суштину свих идеолошких система: осиромашење, поробљавање и негацију стварног живота“ (параграф 215). „Спектакл поистовећује друштво са идеологијом која читаву стварност обликује по сопственој слици“ (параграф 212).

За разлику од ситуациониста и Дебора, Жан Бодријар и сам следбеник ове групе у младости, је увео појам симулакрума (копија, копије, копије ... копије оригинала) који надилази појам спектакла, јер уводи у један потпуно нестварни, симулирани свет знакова лишеног дубине и порекла, стварнијег од стварног, чиме се укида стварно (Bodrijar, 1991 : 85). Бест и Келнер (1999) ипак сматрају, да су у савременом друштву ова два концепта повезана и прожимајућа и да се спектакл шири на нове позорнице. Спектакл је данас много присутнији него у доба Дебора – пола века касније технологија је напредовала, па су читава градска подручја четвородимензионалне позорнице на којима спектакл у светлу ласера шаље своје поруке милионском аудиторијуму. Сателитска телевизија у сваком часу емитује спектакуларне догађаје – политичке, музичке, спортске, образовне, религиозне чак. Друштво спектакла функционише кроз забаву – новинска издања, штампана или на интернету, сваку вест пакују са колоритним и упечатљивим сликама, правећи мини спектакле од сваке информације која се нуди са намером да обавести, прода или манипулише.

Најнапреднија технологија рађа не интерактивне медије, већ интерактивни спектакл у ком се, донедавно пасивни, посматрач наводно укључује у креацију ТВ програма, дешавања на спортском терену (прикази публике и њених активности се на огромним видео бимовима смењују са приказима спортских акција), новинских садржаја (посебно „онлајн“ издања), стварајући код посматрача утисак да у спектаклу активно учествује, доводећи га у заблуду да учествује и у креирању сопственог живота. Уместо тога, он огољује свој живот, излажући га контроли и надгледаношћу, чиме се дубље уплиће у надреални свет спектакла¹⁰¹.

¹⁰¹ Истине и наде ради, сам спектакл оставља простор за креативно деловање против самог друштва спектакла, што је тема за посебно истраживање. Треба нагласити да је то опасан пут и поље (cyberspace) у којем је спектакл супериоран, и да је простор реалног живота терен на којем се људско биће по својој природи боље сналази. Но, како је сам спектакл оружје одређених структура у

Савремени спектакл, а спортски је један од најчешћих и сигурно најзначајнији обзиром на место спорта у савременом животу, је грандиозна представа намењена великој (глобалној) публици која користи средства високе технологије да би до публике допрла, чак залазећи и у њен приватни простор¹⁰², као и елементе драме, не само забаве ради већ и да би исту ту публику манипулисала са циљем продаје оног што власници и творци спектакла производе или нуде, носећи при том снажну идеолошку поруку која одговара њеним творцима, те је идеално средство за глобално успостављање идеолошке хегемоније. Спектакл је у себе упио уметнички перформанс, естетику и демонстрацију телесне, па и умне вештине спортиста, ритуале и светковине, поништавајући духовну садржину истих и свodeћи их на средства за остваривање интереса. При том, спектакл нуди лажне слике реалности и, за разлику на пример од стваралачког театра, у којем илузија служи да поставља питања и нуди одговоре, спектакл се данас своди на плитку забаву која људе лишава стваралачких могућности. Поврх тога, он увлачи, попут наркотика, у виртуелни, лажни свет, који људска бића претвара не само у робу, већ и у робове и роботе. Тако је човек у жељи да спектакл користи да би управљао човеком, себе довео у опасност да спектакл управља њиме. Размeре такве опасности нису до краја јасне у овом тренутку.

поробљавању света, борба се може подићи на виши ниво –државни и/или цивилизацијски, подупрт научним истраживањима, и против тих структура се може водити и на нивоу самог спектакла његовим огољавањем.

¹⁰² И више од тога, спектакл улази у имагинарни свет људских снова и симулиране светове створене најновијим технологијама

Закључна разматрања

У истраживању утицаја глобализације и глобализма на спортске догађаје, применом дијалектичког метода, дошли смо до налаза да је, да би уопште могао да настане одређен облик спортског догађаја, потребно да буду испуњени одређени предуслови које би требало посматрати у међусобној вези и међузависности. Први је да постоји извешан степен технолошког развоја који омогућава бављење спортом, значи упражњавање физичких активности ван оних неопходних за преживљавање, било у миру, било у рату. Други предуслов је територијални – трајније насељавање одређене територије. Трећи предуслов је да групе људи које насељавају ту територију припадају истој глобалној заједници: да имају заједничко порекло, обичаје, језик, религију или систем идеја (те стога имају заједничке моралне и правне норме). Игре у Олимпији су биле израз такве припадности: иако је грчки народ раздвојен на територијама полиса, мотивисани истим обичајима и истим веровањима хрле у светилиште Зевса. Херодот је етнос – народ одредио јединством језика, вере и крви. Четврти предуслов је формирање градских средина у којима због концентрације становништа постоји израженија подела рада и друштвене диференцијације уопште. И на крају, пети предуслов је постојање одређене управе на датим територијама, формирање државе и политичке власти као новог кохезионог фактора унутар заједнице (који понекад иде у садејству, а понекад насупрот народног интереса). Начин управљања на територији на којој се одвија спортски догађај и одлуке управљачких структура у вези са њим значајно утичу на спортски догађај. Све наведене предуслове можемо именовати једним именом – цивилизацијским, јер цивилизација представља управо то: заједницу људи који у одређеном историјском периоду деле исту веру или систем идеја, исти службени језик, који су бар у једном периоду створили велику територијално–политичку целину (царство), имају развијене градове, довољно висок степен развоја технологије и привреде и особен стил на пример у уметности или филозофији или вештинама. Конкретан спортски догађај увек се везује за конкретну цивилизацију. Промене и развој спортског догађаја условљене су с једне стране променама и развојем локалних и глобалних друштвених заједница унутар једне цивилизације.

Са друге стране, промене и развој спортског догађаја настају у међуцивилизацијској размени која је неопходан предуслов глобализације и продубљивања веза између људи који насељавају различите територије. Због нижег нивоа развоја технолошких средстава, посебно оних комуникацијских, укључујући саобраћајне, у раним фазама глобализације међуцивилизацијска размена је пре регионална, него глобална. У спајању људи велику улогу игра и војна димензија раних облика глобализације – територије и људи се принудно спајају и стављају под заједничку управу. Ово се дотиче и спортског догађаја. Такмичења у Олимпији су на пример укинута царским декретом освајача.

Данас глобално доминантна научно–техничка цивилизација јесте у великој мери наследник прве велике цивилизације на европском тлу – хеленске. Тако је и савремени глобално доминантан спортски догађај наследник спортских догађаја старих Хелена. Наиме, токови међуцивилизацијске размене који су га формирали су од пропасти Византије ишли само западним глобализацијским током (Османлијско царство које је заузело источне територије није дало битан допринос развоју данас доминантног типа спортског догађаја). Нестанком Источног царства даљи развој спортског догађаја се одвија на територији Западне Европе, касније и Северне Америке (конкретно у Сједињеним Америчким Државама). У првој фази западна цивилизација има романо–германске одлике, а доцније њен доминантан поглед на свет постаје рационални, научно–технички. Тај поглед и уз његову помоћ, Запад наметањем, не нужно војним силом (глобализам) и кроз међуцивилизацијску размену (која је усмеравана западном доминацијом) шири планетом (глобализација).

Развој глобалних заједница у Европи крајем 19. века довела је до појаве интернационалног спорта, те је управљање спортским догађајима захтевало и формирање међународних (интернационалних) организација које укључују представнике све више држава (народа) у својим редовима. Најзначајнија је свакако Међународни Олимпијски комитет. Наше истраживање развојног пута ове организације и њене управљачке структуре је показало да је она од самог оснивања и надаље у функцији интереса појединих центара моћи (Ватикана и појединих финансијских кланова). Штавише, поједини налази нам говоре да је сама организација део ширег пројекта, баш као и њена веза са туризмом – да ли је то одиста тако и ако јесте која је тачно улога појединих центара моћи захтева посебно

истраживање. Наши налази говоре да центри моћи своје интересе спроводе и преко осталих организација међународног спорта. Територијално – политички облик управљања јесте донекле играо улогу у време још увек непомахниталог капитала који остаје под таквом таквом контролом државе и у време биполарног света, али у условима једнополарног света и потпуне доминације неолибералне мисли управљање добија функционални облик – он је потпуно у функцији профита чији се токови усмеравају ка елити. Профит, као средство моћи, представља данас главни кохезиони фактор унутар затворених асоцијативних система моћи.

Глобална елита моћи битно утиче на одлуке међународних организација у вези са спортским догађајем преко спонзорства и медија. Спонзорство у великој мери значи контролисање финасијских токова и њихово усмеравање ка центрима моћи. Спонзори утичу на доношење свих одлука, укључујући чак и оне ко ће бити победник такмичења. Тако се ради профита уништава битна компонента спорта – такмичење које је и само основни мамац за конзументе спортских догађаја. Ово је само је једна од противречности до којих доводе савремени глобализацијски, односно глобалистички процеси.

Анализа односа између глобализације, медија и спортског догађаја показала је да је процес спортских догађања у битном детерминисан медијима. Медији су допринели ширењу спорта и спортског догађаја и то би могло да се посматра као њихова (позитивна) улога у глобализацијским процесима. Међутим, медији пре служе као средство манипулације (која је неопходна у усмеравању финансијских токова ка центрима моћи). Медији као једносмерно средство комуникације (јер они једва да су комуникационо средство будући да се чак и повратна информација ставља у функцију заштите интереса глобализма) су један од најефикаснијих инструмента социјалне контроле која се спроводи преко и помоћу спортског догађаја.

Медијском манипулацијом глобализам све више спортски догађај ставља у функцију туризма значајно утичући на то да се од спортског догађаја направи туристички производ који није у функцији спорта и спортиста, већ туристичке дестинације. Није сама по себи негативна веза између спорта и туризма. Негативно је кад (што је све више случај) дестинација дозволи да се преко ње остварују интереси глобалних центара моћи. Управљање спортским догађајим наводно узима у обзир интерес дестинације (града, државе) – организатора догађаја, а у ствари

становништво територије на којој се догађај организује ретко кад има стварне користи – добро пролазе само они који су у локалним управљачким телима, а то су представници локалних елита који су плаћени или izmanупулисани те спроводе интересе елите.

Глобализам помоћу медија спортски догађај ставља у функцију манипулације религијским осећањима и духовним потребама људи како би се остварио профит и заштитиле позиције које елита има. Спорт се намеће као замена за религију, а медији постају њени „храмови“. Медијско приказивање спортских догађаја и рекламни садржаји које медији емитују у време спортских догађаја доприносе атомизацији друштва. Тако, у ери глобализације која је спојила све тачке на планети, спортски догађаји све мање суштински повезују људе. Ово је још једна противречност коју проузрокују интереси глобализма.

Налази нашег истраживања су потврдили све постављене хипотезе. Истовремено су отворили неколико нових питања.

Тумачење спорта данас иде скоро искључиво посредством медија, дакле технологије. И тако није само у спорту. Да ли то указује на потпуну победу научно–техничке цивилизације? Данас је моћ коју поседују уске групе огромна због огромних технолошких достигнућа и знања којима они располажу, иако би требало да буду заједничко добро. Ниједна социолошка, психолошка, антрополошка или која друга теорија не успева да до краја објасни зашто се та моћ, после вековних искустава не користи на добро свих људи. Та моћ нам после бачених бомби на Хирошиму и Нагасаки, после бомбардовања наше земље, изгледа толико застрашујућа да нам се чини да су оправдане апокалиптичне представе о крају човечанства, бар онаквог каквог га знамо. Да ће одиста глобализам извојевати коначну победу над глобализацијом?

Или ће глобализам довести само до краја научно–техничке цивилизације? Наши налази говоре да је у последњим фазама развоја сваке појединачне цивилизације спортски догађај добијао искључиво забављачки карактер, а спортски догађај данашњице све више задобија ту карактеристику. Да ли се ради о случајности, или нам то указује на неку закономерност остаје да одговоре друга мултидисциплинарна истраживања. Ми смо се само дотакли улоге религије у спортском догађају – питање односа религије и спортског догађаја (спорта) такође захтева посебно истраживање.

У вези питања о крају историје ваљало би да се подсетимо да осим једносмерне (пренос информација с врха наниже) и двосмерне (проток информација у простору тамо и назад) постоји и комуникација кроз време (трансмисија како ју је Дебре назвао). Одговоре и решења би ваљало тражити управо у овој последњој. Када се говори о међуцивилизацијској размени која утиче на спортски догађај мисли се и на ону која се одвија у датом времену, али и на ону која се одвија кроз време. Глобализација није само просторни, већ и временски феномен. Спортски догађај данашњице није настао ни из чега. У данашњем глобалном царству још су видљиве и живе некадашње цивилизације. То нам помаже да у савременим управљачким структурама препознамо облике који потичу из некадашњих структура моћи и пронађемо начине за борбу са онима који иду против човечанства и спорта као важне људске активности. Али нам такође помаже да уочимо све вредности спорта, не само оне које нам намећу медији. Медији у рукама одговорне елите (одговорне на човечанству) могу бити корисно средство. У данашњем друштву без обзира на све покушаје контроле над људима којих је било и биће, и даље можемо препознати и видети човека и друштво какви су некада били и учити из искуства, из писане и усмене традиције. Човек, а не технологија, је прави преносиоц знака и значења спортског догађаја. Спорт је израз друштва, потребе човека за сусретом са другим, па и са самим собом, а кроз себе и са оностраним.

Што се тиче спортског догађаја, у туристичкој понуди и независно од ње, ваљало би се ослонити на традицију како на сопствену, тако и свечовечанску. У међународним управљачким организацијама се морају одиста штитити интереси спорта и спортиста, као и појединачни интереси разних народа (нација), чије време још није прошло, или различитих цивилизација уколико дође до стварања таквог мултиполарног света. Одлуке у вези са спортским догађајима морају бити добро промишљене јер је спорт важан за човека. Искуство нас учи да ни забране ни превелике слободе нису увек ишле на ползу спорта и човека у њему. Огромно је искуство човеково и нуди решења, како за елиту тако и за огромну већину човечанстава. Битка између глобализације и глобализма је стара колико и људски свет и до сада је човечанство успевало да пронађе начине да настави свој пут, само, или уз Божју помоћ теолошко је питање, али свакако уз размену мишљења, размену цивилизацијских достигнућа кроз простор и кроз време. Спорт у томе може имати веома значајну улогу.

Литература

- Аврамов, С. (2000). „Opus Dei“ – нови крсташки поход Ватикана. Ветерник.
- Andreff, W. (2000). Financing modern sport in the face of a sporting ethics. *European Journal of Sport Management* 7 (1), стр. 5-30
- Andreff, W. (2008). Globalization of the Sport Economy. *Rivista di diritto ed economia dello sport*, Vol. IV/2.
- Aristotel (1988). *Politika*. Globus.
- Arrigo, B. и Young, T.(1999).*The Dictionary Of Critical Social Sciences*. Westview Press.
- Базић, Ј. и Пешић, М. (2010). *Социологија*. Универзитет Сингидунум.
- Best, S. и Kellner, D. (1999). Debord and Postmodern Turn: The New Stages of Spectacle, објављено у *Substance*, Vol. 28/3. стр. 129–156. Преузето 15. септембра, 2012. са: <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/debordpostmodernturn.pdf>
- Bodrijar, Ž. (1991). *Simulakrumi i simulacija*. IP Svetovi, Novi Sad.
- Bowdin, G., Allen, J. , O'Toole, W. , Harris, R., McDonnell, I. (2010). *Events Management*. Routledge.
- Butt, B. (2002) *Daily Life in the Age of Charlemagne*, Greenwood Publishing Group.
- Vitali, S., Glattfelder, J., Battiston, S. (2011). The Network of Global Corporate Control. DOI: 10.1371/journal.pone.0025995
- Вујаклија, М. (1970). *Лексикон страних речи и израза*. Просвета.
- Getz, D. (2005). *Event Mangement and Event Tourism*. Cognizant Communications, NY.
- Gibson, H. (1998). *Sport Tourism: A Critical Analysis of Research*, Sport Mangement Review Vol. 1. Elsevier.
- Giesecke J. и Madden J. (2012, 25. јул). Hosting the Olympics: cash cow or money pit? У: *The conversation*. Преузето 25.септембра, 2014. са: <http://theconversation.com/hosting-the-olympics-cash-cow-or-money-pit-7403>
- Данилевский Н. (2008). *Россия и Европа*. Институт русской цивилизации.

- Debord, G. (2010). Društvo spektakla. Porodična biblioteka br. 4, Beograd, преузето 10. октобра, 2012. са:
http://anarhija-lok45.net1zen.com/tekstovi/Debord_Drustvo_spektakla_A4_1967.pdf
- Debre, R. (2000). Uvod u mediologiju. Clio.
- Ђукић, Н. (2014). Социјална контрола. Удружење социолога Бања Лука.
- Ђурић, М.(2001). Порекло и будућност Европе, САНУ
- Зиновьев. А. (2000). На пути к сверхобществу. Интернет издање, преузето са:
<http://www.zinoviev.ru/ru/zinoviev/zinoviev-sverch.pdf>
- Imperatoris Theodosii Codex. Liber Decimus Sextus. (n.d.). Преузето 26. марта 2013 са:
<http://ancientrome.ru/ius/library/codex/theod/liber16.htm#10>
- IOC Olymping Marketing Fact File 2012. (2012): Преузето 3. октобра, 2013. са:
http://www.olympic.org/Documents/IOC_MARKETING/OLYMPIC-MARKETING-FACT-FILE-2012.pdf
- IOC Olymping Marketing Fact File 2013. (2013): Преузето 12.маја, 2014. са:
http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/OLYMPIC_MARKETING_FACT_%20FILE_2014.pdf
- IOC Final Report 2009–2012. (2013, септембар). Преузето 5. јула 2014 са:
http://www.olympic.org/Documents/IOC_Interim_and_Final_Reports/IOC_Report_2009-2012_Interactive_ENG_Sept13.pdf
- Janićijević, J. (2000). Komunikacija i kultura. Sremski Karlovci, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića.
- Јеротић, В. (1994). „Паганско, старозаветно и новозаветно у савременом човеку.“ У Психолошко и религиозно биће човека, Беседа.
- Kale, E. (1990). Povijest civilizacija, Školska knjiga.
- Катасонов, В. (2013). Суперсубјекат или комитет 147. Објављено 21.јануара, 2013. на: <http://srb.fondsk.ru/news/2013/01/21/supersubiekat-ili-komitet-147.html>
- Кара–Мурза, С. (2008). Манипулација свешћу. Преводачка радионица Русић: „Никола Пашић“.
- Katwala, S. (2000). Democratising Global Sport, The Foreign Policy Centre

- Kellner, D. (2001). The Sports Spectacle, Michael Jordan, and Nike: Unholy Alliance? Преузето са: <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/MJNIKE.htm>
- Keohane, R и Nye, J. (2000). Globalization: What's New? What's Not? (And So What?). Foreign Policy, No. 118, стр. 104-119. Преузето 5. јула 2012. са: <http://www.jstor.org/stable/1149673>
- Koković, D. (2004). Sociologija sporta. Sportska akademija.
- Koković, D. (2004). Sport i mediji. Fakultet za uslužni biznis Novi Sad.
- Kurlander. E. (2012). Hitler's Monsters: The Occult Roots of Nazism and the Emergence of the Nazi 'Supernatural Imaginary' German History 30 (4), стр. 528-549. doi:10.1093/gerhis/ghs073
- Лукић–Крстановић, М. (2010). Спектакли XX века, Музика и моћ. Етнографски институт Српске Академије Наука и Уметности.
- Manzenreiter, W. и Horne J. (2006). Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon. Blackwell publishing.
- Марковић, М. (2006). У: Зборник радова „Филозофеме“. Српски филозофски форум, Нови Сад. Стр. 5 – 18.
- Martin, T. (1996). An Overview of Classical Greek History from Mycenae to Alexander (Yale University Press) Perseus Digital Library. Преузето 11. марта, 2013. са: <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.04.0009>
- Maškin, N.A. (2005). Istorija Starog Rima. Naučna KMD.
- Mills, W. (2000) The Power Elite. Oxford University Press.
- Милошевић, Б. (2012). Глобални маркетинг у спорту и ставност у српском друштву. У: Теме 2/2012, стр. 837 – 863.
- Miljević, M. (2006). Poslovna etika i komuniciranje. Univerzitet Singidunum.
- Miljević, M. (2007). Skripta iz metodologije naučnog rada, Univerzitet Istočno Sarajevo.
- Miljević, M., Džamić, V.(2011). Rekonceptualizacija poslovne etike i potrebe za novom poslovnom etikom. У: Singidunum revija vol. 8, Univerzitet Singidunum, стр. 257-263.

- Miljević M. и Džamić V. (2011). Socio-etički aspekti procesa donošenja odluka u organizacijama sveta rada. У Singidunum revija vol. 8 (2), Univerzitet Singidunum, стр. 180-185.
- Miljević, M и Džamić, V. (2012). Globalizacija, globalizam i rizično društvo. У Zbornik radova „10. Međunarodni naučni skup sa Sinergija 2012“. Univerzitet Sinergija Bijeljina, стр. 247 – 253.
- Miljević, M. и Džamić, V. (2012). Dialectics of Contemporary World Processes and relations. Singidunum journal, 9 (1): 77-87
- Михайлов Ф. (2010). Диалектика. У Новая философская энциклопедия: в 4 т. Интернет издање: Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В.С. Степин. — М.: Мысль. Преузето 15. октобра 2014. са: <http://iph.ras.ru/elib/0952.html>
- Негин, А. (2010). Римское церемониальное и турнирное вооружение Факультет филологии и искусств СПбГУ; Нестор-История.
- Нешић, М. (2007). Менаџмент спортских догађаја. Логос.
- Острогорски, Г. (1998). Историја Византије, Народна књига – Алфа.
- Павленко, В. (2012) „Большая игра» Ротшильдов и Рокфеллеров: на свету и в тени“, преузето 10.октобра, 2013 са: <http://akademiagp.ru/v-b-pavlenko-bolshaya-igra-rotshildov-i-rokfellerov-na-svetu-i-vteni> (I); <http://akademiagp.ru/v-b-pavlenko-bolshaya-igra-rotshildov-i-rokfellerov-nasvetu-i-v-teni-ii> (II) .
- Павленко, В. и Штол, В. (2013а). Проект «глобализация»: роль и место во всемирно-историческом процессе (I) Обозреватель-Observer [онлајн], стр. 6–26. Преузето 16. октобра, 2013 са: http://www.observer.materik.ru/observer/N4_2013/006_026.pdf
- Павленко, В. и Штол, В. (2013б). Проект «глобализация»: роль и место во всемирно-историческом процессе (II). Обозреватель-Observer [онлајн], стр. 5–28. Преузето 16. октобра, 2013. са: http://www.observer.materik.ru/observer/N5_2013/005_028.pdf
- Павловић, В. (2009). Веберова концепција моћи, у Годишњак, Факултет политичких наука Универзитета у Београду, год. 3. бр 3.
- Панарин, А. (2002). Православная цивилизация в глобальном мире. Алгоритм.

- Панарин, С. (2011). Дезертерство елита у епоси катастрофа. У: Летопис матице српске књ.488 св.4, стр. 528-529.
- Панарин, А. (2012а). Агенти глобализма. Летопис Матице српске, књ. 489, св. 1-2., стр. 108–135.
- Панарин, А. (2012б). Манипулатори и мешетари Нове интернационале“. Летопис Матице српске, књ. 490, св. 3. , стр. 415–435
- Паусанија. превод на енглески Pausanias. Pausanias Description of Greece (Translation by W.H.S. Jones, Litt.D., and H.A. Ormerod, M.A., in 4 Volumes. Cambridge, MA, Harvard University Press; London, William Heinemann Ltd. 1918). Преузето 1.марта, 2013. са:
<http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.01.0160>
- Pečić, B. (1999) . Sentimentalna povest britanskog carstva, Solaris.
- Perseus Digital Library. Ed. Gregory R. Crane. Tufts University. (n.d.). Frequently Asked Questions about the Ancient Olympic Games. Sec. 11. Преузето 11. марта 2013. са: <http://www.perseus.tufts.edu/Olympics/faq11.html>
- Печујлић, М. (2000). Парадокси глобализације и драма прилагођавања. Зборник матице српске за друштвене науке, бр. 108.
- Pečujlić, M. (2003). Globalizacija – dva lika sveta. У: Aspekti globalizacije. Beogradska otvorena škola. Интернет издање преузето 5. маја 2013. са:
<http://www.bos.rs/materijali/aspekti.pdf>
- Плутарх. (1919) Превод на енглески Plutarch. Plutarch's Lives (English Translation by. Bernadotte Perrin. Cambridge, MA. Harvard University Press. London. William Heinemann Ltd. 7.). Преузето 2. марта, 2013. са:
<http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus:text:1999.01.0243>
- Пономарјева, Ј. (2013). Демократија vs саборност, политички апсект, у зборнику Саборност и демократија. Удружење српско –руски мост, Бања Лука, стр. 219–240.
- Puig, J. (2006). Olympic marketing: historical overview: university lectures on the Olympics. Bellaterra : Centre d'Estudis Olímpics (UAB). International Chair in

- Olympism (IOC-UAB). Преузето 10. маја 2014. са:
<http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/puig.pdf>
- Pusić, E. (1978). Nauka o upravi, Školska knjiga Zagreb.
- Радош, Ј. (2005). Филозофија спорта. Логос.
- Република Србија (2011). Закон о спорту. Преузето са:
http://www.mos.gov.rs/wp-content/uploads/download-manager-files/1399423592wpdm_Zakon%20o%20sportu.doc
- Sajmon, R. (2006). Fer–plej etika sporta. Službeni glasnik.
- Св. Јован Златоусти. (1991). Слово 7. У "Полное собрание творений Св. Иоанна Златоуста в 12 томах Т.І., Православная книга, Москва стр. 867-877. (Репринт издања из 1898.: "Творения святого отца нашего Иоанна Златоуста, Архиепископа Константинопольского, в русском переводе. Т.І, кн. II. Санкт-Петербургская духовная академия). Преузето 15. априла, 2014. са:
<http://www.svetosavlje.org/biblioteka/Bogoslovlje/igre.htm>
- Симоновић, Д.и Љ. (2005). Нови свет је могућ. Ауторско издање.
- Simonović, Lj. (1995). Sport , kapitalizam, destrukcija. Lorka.
- Симоновић, Љ. (2007). Олимпијска подвала. Ауторско издање.
- Simonović, Lj. (2009). Filozofski aspekti modernog olimpizma. Autorsko izdanje.
- Sowder, K. и др. (2012). Defining „Sport“. Преузето 05. септембра, 2012. са:
<http://www.momentummedia.com/articles/am/am1602/cheerdefine.htm>
- Станковић, В. (2013). Војска језуита – учења, структура и активности реда. Војно дело, вол. 65, бр. 4, стр. 81-98.
- Stiglic, Dž. (2004). Protivrečnosti globalizacije. SBM–х.
- Schrodt, B. (1981) Sports of the Byzantine Empire, Journal of Sport History, Vol.8/3.
 Преузето 15. маја, 2013 са:
<http://library.la84.org/SportsLibrary/JSH/JSH1981/JSH0803/jsh0803d.pdf>
- Tremblay R. (23.фебруар, 2010) Сједињене државе корпоративне Америке. Преузето са: <http://www.globalresearch.ca/sjedinjene-dr-ave-korporativne-amerike/17785>).

- FIFA financial report 2013. (2014). Преузето 5. јула 2014 са:
http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/02/30/12/07/fifafr2013en_neutral.pdf
- Football Money League. (2014, јануар). Преузето 7. јула 2014. са:
<http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/deloitte-uk-deloitte-football-money-league-2014.pdf>
- Fritzstephen, W., (1860). Опис Лондона. (У Henry Thomas Riley, ed. Liber Custumarum. Rolls Series, no.12, vol.2 (1860), 2-15). Преузето 26. марта 2013. са:
<http://users.trytel.com/~tristan/towns/florilegium/introduction/intro01.html#n40>
- Фурсов, А. (2013). Саборност и демократија у контексту свјетске борбе за власт, информације и ресурсе, , у зборнику Саборност и демократија. Удружење српско –руски мост, Бања Лука, стр.124 –149
- Фурсов, А. (2014). У току је психоисторијски и финансијски рат, интервју од 26. јануара, 2014, преузет са: <http://evroazija.info/andrej-fursov-3-deo-u-toku-je-psihoistorijski-i-finansijski-rat/>
- Held,D., McGrew, A., Goldbatt, D., Perraton, J. (1999). Global Transformation Politics: Economics and Culture. Polity Press.
- Hesiod (2005) Poslovi i dani, Postanak bogova, Homerove himne u prevodu Vladimira Glavičića, Demetra, Filološka biblioteka Dimitrija Savića, svezak 6.
- Higham, J. ed. (2005). Sport Tourism Destination: Issues, opportunities and analysis. Elsevier Butterworth–Heinemann.
- Higham, J. и Hinch, T. (2004). Spourt tourism development. Channel View Publications.
- Hill, C. (1996). Olympic Politics. Manchester University Press.
- Chomsky, N. (2002.) Mediji propaganda i sistem. Društvo za promicanje književnosti na novim medijima Zagreb, Što čitaš? Zagreb. Преузето 14. маја 2014 са:
http://www.miljenko.info/news_files/Noam%20Chomsky%20-20Mediji,%20propaganda,%20sistem.pdf
- C.M.E.U. (1992). RECOMMENDATION No. R (92) 13 REV of the C.M. to member states on the revised European Sports Charter, преузето 4. јула, 2012. са:
<https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=206451>

- Crowther, N. (2006) *The Spirit of Competition (Agon) in the Olympic Games: From the ancient to the Modern World*. Преузето 08. марта, 2013., са: www.la84foundation.org/SportsLibrary/ISOR/ISOR2006c.pdf
- Четверикова, О. (27. април, 2008) „Опус Деи“ в России: мисионерство или политическая миссия? У: Фонд стратегической культуры. Электронное издание: <http://www.fondsk.ru/article.php?id=1333>. Овде преузето 15. септембра, 2014. са: <http://www.blagogon.ru/biblio/124/>
- Четверикова, О. (2012). Завера папизма против хришћанства. Света Русија, Београд.
- Šiljak, V. (2007). *Istorija sporta*. Fakultet za menadžment u sportu, Univerziteta “Braća Karić”.
- Wallerstein I. (1974). *The Rise and Future Demise of the World Capitalist System: Concepts for Comparative Analysis* *Comparative Studies in Society and History* Vol. 16, No. 4 , стр. 387-415. Cambridge University Press. Преузето 19.марта 2014. са: <http://www.jstor.org/stable/178015>
- Wright G. (1999). *Sport and Globalisation*. *Olympic Review*, October/ November, 1999. Преузето 10. маја, 2012. са: <http://www.smccd.edu/accounts/wrightg/Wright/Selected%20Writings%20and%20Essays/SportandGlobalizaton.doc>

Чланци из дневних новина, веб сајтови, Wiki и видео постови:

- AFD definition of sport. (n.d.) У Australian Sport Federation. Преузето 05. септембра, 2012. са: http://asf.org.au/who/definition_of_sport
- Globalism. (n.d.). У Merriam–Webster dictionary. Преузето 1. јула 2012. са: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/globalism>
- Глобална религија. (n.d.). У Mozart sport. Преузето 23 јуна 2014.са: <http://www.mozzartsport.com/vesti/globalna-religija-nek-se-pika-lopta-foto/78111>
- Elite. (n.d.). У Online Etymological Dictionary. Преузето 2. јуна, 2012. са: http://www.etymonline.com/index.php?term=elite&allowed_in_frame=0
- Event. (n.d.). У Online Etymological Dictionary. Преузето 2. јуна, 2012. са: http://www.etymonline.com/index.php?term=event&allowed_in_frame=0

Inovating to zero. TED (феб, 2010) Преузето 14. марта 2014. са:
http://www.ted.com/talks/bill_gates

International Olympic Comitee. (n.d.). Преузето 12, јуна, 2013. са:
<http://www.sportaccord.com/en/what-we-do/dfsus?idContent=16323>

IOC Revenue sources and distribution (n.d.). Преузето 15. новембра 2014. са:
www.olympic.org/ioc-financing-revenue-sources-distribution?tab=sources

Kazna Čavicu bruka Evrope. (2008, 22 март). У: Blic. Преузето са:
<http://www.blic.rs/Vesti/Tema-Dana/34952/Kazna-Cavicu-bruka-Evrope>

Media data base. (2014). У Institute of Media and Communications Policy Преузето 27. јуна 2014. са: <http://www.mediadb.eu/en/data-base.html>

Media Control. (n.d.) Преузето 7. јуна, 2012. са:
<http://www.nowfoundation.org/issues/communications/tv/mediacontrol.html>

Michael Phelps lock up immortality (2012, 8. јан.). У Forbes. Преузето 09. септембра 2012. са: <http://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2012/08/01/michael-phelps-locks-up-olympic-immortality-and-post-career-millions>

Nik Vujačić u prepunoj sali Sava centra.../komentari (2012, 21. септ.). У Blic. Преузето са: <http://www.blic.rs/Vesti/Drustvo/343843/Nik-Vujicic-u-prepunoj-sali-Sava-centra-opravdao-sva-ocekivanja/komentari#ostali>

Ovo je prava slika Sočija (2014, 29. јан.). У Blic. Преузето са:
<http://www.blic.rs/Vesti/Svet/438446/Ovo-je-prava-slika-Socija>

Paxton Joseph. (n.d.). У BBC. Преузето 7. јуна 2014. са:
http://www.bbc.co.uk/history/historic_figures/paxton_joseph.shtml

RTL Hungarian deal approved. (2012, 17. јан.). У Broadbandnews. Преузето са:
<http://www.broadbandtvnews.com/2012/01/17/rtl-hungarian-deal-approved/>

Sport. (n.d.). У Online Etymological Dictionary. Преузето 2. јуна, 2012. са:
http://www.etymonline.com/index.php?term=sport&allowed_in_frame=0

SportAccord definition of sport. (n.d.). У SportAccord. Преузето 05. септембра, 2012. са: <http://www.sportaccord.com/en/members/definition-of-sport/>

Thomas Cook history. (n.d.). Преузето 3. октобра 2014. са:
<http://www.thomascook.com/thomas-cook-history/>

History of Slavery.(n.d.). У Sport for Freedom. Преузето 10. септембра 2012 са:
<http://www.sportforfreedom.org/history-of-slavery/>

Holandski mediji: Novak potiče iz primitivne Srbije (2012, 19.септ.). У: Blic. Преузето
са: <http://sport.blic.rs/Tenis/220638/Holandski-mediji-Novak-potice-iz-primitivne-Srbije-ruzno-i-agresivno-slavi-pobede>

Can volleyball reach the North American market (2012, 20 септ). Volleyball source mag.
Преузето 10. марта, 2013. са:
<http://volleyballsourcemag.com/news/2012/9/20/can-volleyball-reach-the-north-american-market.html>

Concentration of media ownership. (n.d.). У Wikipedia. Преузето 2. јуна, 2014:
http://en.wikipedia.org/wiki/Concentration_of_media_ownership

Warren Buffett (2012, 18 април). У Time. Преузето 5. јуна 2012. са:
http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2111975_2111976_2112005,00.html