



**UNIVERZITET PRIVREDNA AKADEMIJA
U NOVOM SADU**

**FAKULTET ZA SPORT I TURIZAM
NOVI SAD**

tims.
FAKULTET ZA SPORT I TURIZAM

Mr Milivoje Došenović:

**STANJE IZDAVAŠTVA I NIVO KORIŠĆENJA SPORTSKE
LITERATURE U REPUBLICI SRBIJI**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Novi Sad, 2007.

FAKULTET ZA SPORT I TURIZAM, NOVI SAD



Obuhvaćeno: strategijski menadžment, komuniciranje, psihologija u menadžmentu, upravljanje projektima, upravljanje znanjem, marketing u izdavaštvu, menadžment u sportu, menadžment u izdavaštvu

Mr Milivoje Došenović:

**STANJE IZDAVAŠTVA I NIVO KORIŠĆENJA SPORTSKE
LITERATURE U REPUBLICI SRBIJI**

DOKTORSKA DISERTACIJA

Doktorand: **Mr Milivoje Došenović**

Mentor: **Prof. dr Dušan Perić**

Komisija za odbranu doktorske disertacije:

1. Prof. dr Dragan Koković, predsednik komisije (Katedra za sociologiju kulture, Filozofskog fakulteta u Novom Sadu) _____

2. Prof. dr Zlatko Ahmetović, član komisije, (dekan Fakulteta za sport i turizam u Novom Sadu) _____

3. Prof. dr Dušan Perić, mentor (Katedra za metodologiju Fakulteta za sport i turizam u Novom Sadu) _____

Kandidat je odbranio doktorsku disertaciju _____

ZAHVALNICA

Svim ustanovama i ličnostima koje su ispoljile saradnju u nastojanju da ovaj naučnoistraživački rad, kao *doktorska disertacija*, pronađe put ka otkrivanju novih naučnih saznanja i informacija:

- * **Univerzitetu Privredna Akademija** u Novom Sadu, i rektoratu Univerziteta.
- * **Fakultetu za sport i turizam** u Novom Sadu, svim učesnicima u saradnji na upitnicima: studentima fakulteta (I-III godine), asistentima i univerzitetskim profesorima doktorima nauka.
- * **Fakultetu za menadžment (FaM)** u Novom Sadu, kao i svim učesnicima u saradnji na upitnicima: studentima od (I- IV godine), magistrantima I-II godine, asistentima, magistrima i univerzitetskim profesorima doktorima nauka, koji su učestvovali u upitnicima u ovim naučnim istraživanjima i dali punu podršku.
- * **Fakultetu fizičke kulture** u Novom Sadu, svim učesnicima u saradnji na upitnicima: studentima (I-IV godine), magistrantima I-II godine, univerzitetskim profesorima doktorima nauka, magistrima i asistentima, a posebno prof. dr Momčilu Saviću, dekanu fakulteta, kao i prof. dr Radovanu Čokorilu (Katedri za društveno-humanističke nauke).
- * **Komisiji** za odbranu ove doktorske disertacije, i njenim članovima: prof. dr Draganu Kokoviću (predsedniku komisije), prof. dr Zlatku Ahmetoviću, i prof. dr Dušanu Periću (mentoru), zbog prihvatanja istraživačke ideje i koncepta Projekta, kao i na sugestijama doktorandu u vezi sa pravilnom strukturom naučnog rada.
- * Lektoru prof. Ani Kanban, čije sugestije su doprinele lingvističkoj jasnoći rada.
- * **Biblioteci Matice srpske**, na ustupljenim podacima iz Centralnog elektronskog kataloga Srbije, koji su korišćeni kao bibliometrijski deo istraživačkog rada za ovu doktorsku disertaciju, a posebno gospodinu prof. Radovanu Mičiću.
- * **Knjižarama** Republike Srbije (AP Vojvodine), koje su učestvovala na upitnicima, kao prigodan uzorak u naučnoistraživačkom radu
- * **Pokrajinskom zavodu za sport** u Novom Sadu.
- * **SANS-u** (Sportskoj Asocijaciji Novog Sada).
- * Svim **direktorima osnovnih i srednjih** škola Republike Srbije (AP Vojvodine), pedagozima, defektolozima, psiholozima, kao i profesorima i nastavnicima, koji su predstavljali svoje škole (kao pravne subjekte) u okviru odabranog prigodnog uzorka, učestvujući na upitniku ovog naučnoistraživačkog rada, kao i učenicima, koji su učestvovali u kreiranim upitnicima.
- * **Direktorima** osnovnih škola u Vojvodini, koji su doktorandu omogućili istraživanje na uzorku od 5.500 učenika u njihovim školama i dali sve podatke u vezi sa demografskim monitoringom, za period od deset godina (1995-2005).
- * Zahvalnost Agenciji «**SMART-LINE**» iz Novog Sada, na pomoći oko statističke analize i matematičke obrade podataka.

POSVETA

**Ovu doktorsku disertaciju autor posvećuje majci Milici i senima
svog oca Dragana Došenovića!**

Doktorand

Mr Milivoje Došenović, Novi Sad, 2007.

SADRŽAJ

PREDGOVOR	7
UVOD	10
1. TEORIJSKI DEO NAUČNOISTRAŽIVAČKOG RADA	13
1.1. O IZDAVAŠTVU I KNJIZI – PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA	18
1.2. TEORIJSKI ASPEKTI FIZIČKE KULTURE I SPORTSKE KNJIGE	49
1.2.1. Obrazovna literatura u izdavaštvu i knjižarstvu	53
1.2.2. O udžbeničkom pristupu fizičkoj kulturi	53
1.2.3. Da li su novi udžbenici iz fizičke kulture– skolasticizam.....	55
1.2.4. Kako sanirati »prazan hod« u izdavačko-knjižarskoj delatnosti.....	56
1.2.5. Kreiranje portfolio modela (BCG) i SWOT analiza u izdavaštvu	58
1.2.6. Uvođenje PDV-a u izdavaštvu (uporedna analiza Republike Srbije i Evrope)	62
2. NOVI PRILOZI ZA EKSTERNI MENADŽMENT U IZDAVAŠTVU	67
2.1. Izdavačko-knjižarska delatnost kao kreativna oblast.....	67
2.2. Stvaranje nove menadžerske discipline – eksterni menadžment u izdavaštvu	68
2.2.1. Psihološko-komunikativne relacije u eksternom menadžmentu.....	72
2.2.2. Snaga eksternog menadžmenta – komunikacije sa masom ljudi.....	82
2.2.3. Nova organizacija eksternog menadžmenta u izdavaštvu.....	100
2.2.4. Nova organizacija marketinga u jednoj izdavačkoj kući.....	106
2.2.5. Novi prilozi za upravljanje vremenom u izdavaštvu.....	117
2.2.6. Novi prilozi za upravljanje vremenom i haosom u sponzorstvu.....	126
2.2.7. O stresogenim faktorima u izdavačko-knjižarskoj delatnosti.....	128
2.2.8. Razlike između modernog eksternog menadžmenta i klasičnog marketinga.....	137
2.2.9. Razlike između elektronske i standardne forme knjige	138
2.2.10. Novi prilozi za istraživanja demografskog monitoringa u školstvu	141
3. PREDMET, PROBLEM, CILJ I ZADACI ISTRAŽIVANJA	155
3.1. Predmet naučnoistraživačkog rada	155
3.2. Problem naučnoistraživačkog rada	158
3.3. Cilj i zadaci naučnoistraživačkog rada.....	159
4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	161
4.1. Identifikovanje varijabli (ključni izrazi).....	161
4.2. Izbor uzoraka ispitanika.....	163
4.3. Sredstva (instrumenti) naučnoistraživačkog rada.....	163
4.4. Obrade podataka – matematičko statističke metode.....	173
5. FUSNOTE I DELA	174
6. OBRAĐENI PODACI I URAĐENE ANALIZE	177
7. REZULTATI NAUČNOISTRAŽIVAČKOG RADA	179
7.1. Distribucija stavova	179
7.2. Diskusija o rezultatima istraživanja.....	336
8. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA	337
9. NOVA NAUČNA INFORMACIJA	339
10. SKRAĆENICE I VAŽNI POJMOVI DOKTORSKE DISERTACIJE	342
11. LITERATURA	357
REZIME.....	361
SUMMARY	370
PRILOZI	377
IZVOD IZ BIOGRAFIJE DOKTORANDA.....	384
KLJUČNE DOKUMENTACIJSKE INFORMACIJE.....	385
KEYWORD DOCUMENTATION	386

PREDGOVOR

Odabrati životni put ka nauci? Odabrati zanimanje koje se voli?! To jesu zaista sudbinska i hipotetička pitanja, koja mladi ljudi počinju postavljati sebi. Kada se i ta važna odluka donese, onda se pojavljuju dodatna pitanja: Da li je odabrana prava stvar, da možda nije pogrešna? Da li će im generalni cilj dozvoliti artikulisanje ličnih kreacija, ambicija i mlađanih krhkih ideja, i na kraju, nameće se važno pitanje – da li će ih kroz željena opredeljenja dovoljno vući snaga volje i ambicija?

Međutim, uvek su bili za čovečanstvo zanimljiviji ljudi koji su se bavili onim što vole, uz iskrenu ljubav prema svom pozivu, i iz potrebe da ga neguju, unaprede, učine još više privlačnim i korisnijim. Sokrat je voleo da mudro besedi, Aleksandar Makedonski je izvršno kreirao vojničku strategiju za svoje falange i osvajačke ratove, ali je i osnovao i jedan od najvećih svetskih hramova knjige – Aleksandrijsku biblioteku. Leonardo da Vinči je čovečanstvu ostavio mnoga remek-dela iz nauke, slikarstva i arhitekture... Tesla, Pupin, Faradej, Edison, Marija Kiri, Henri Ford, i njima slični velikani čovečanstva, svoj genij su utkali u odabrani životni poziv. Johan Gensflajš Gutenberg je izumeo prvu štampariju sa pokretnim slovima. Ali, svi oni stvaralački duh nisu čuvali samo za sebe, već su ga nesebično darovali u službu čovečanstvu. Možda bi se takvi ljudi mogli nazvati «tragači neistraženih svetova i pronalazači nedokučivih saznanja».

Kakav je to put kojim bi mladi ljudi krenuli, da bi na tom putu našli smisao, zadovoljstvo, slobodu ideja i svoj identitet? Kakva je to oblast i kakav put? Jedna od tih oblasti je izdavačko-knjižarska delatnost, koja je otvorila svoje kapije i ukazala toplu dobrodošlicu svim mladim ljudima koji su svoju budućnost videli u radu sa knjigom. Mnogi današnji uspešni intelektualci, menadžeri i lideri, naučnici i umetnici, oduvek su bili prisno vezani sa knjigom, ali ne samo kroz obaveznu užu ili širu edukativnu nadgradnju na svom putu ka željenom cilju, koji se krunisao sticanjem željene diplome, već su neki od njih u radu sa knjigom kroz akviziterstvo i kolporterstvo, sticali svoj zasluženi identitet, jer su na svojim poslovima na plasmanu knjige mogli pristojno da zarade i čestito se izdržavaju, rasterećujući skromne budžete svojih roditelja. Od knjige su se prehranjivali, sa knjigom su došli do lične afirmacije, zaposlenja i ugleda u društvu. Za mnoge ljude, knjiga i izdavačko-knjižarska delatnost su u njihovoj svesti ostali većito uklesani kao pijemont dostojan poštovanja.

U poslednjih pola veka, jednu od mogućnosti afirmacije mladog čoveka ponudio je i sport, u kome je mladi čovek kao svesno biće pronašao sebe u nastojanju da ostvari nešto novo. Možda sam sport ne bi imao takvu privlačnost kada u njemu ne bi bilo mogućnosti stvaranja novih rezultata, mogućnost komunikacija, takmičarskog duha i nadmetanja, gde učestvuje veoma mnogo subjekata. Sam čovek je generičko biće, koji voli da se nadmeće, dokazuje, takmiči, ali sport je specifična delatnost i organizovana aktivnost većeg broja elemenata, a dominantne osobine sporta ogledaju se i u tome što čoveka kao jedinku na zdrav način uključuje u obeležje zajednice, u kome se na najbolji mogući način razvija njegov duh i njegovo telo. Međutim, sa sociološkog stanovišta samo najuporniji i veliki pregaoci mogu od sporta očekivati veću afirmaciju i ekonomsko blagostanje, dok za sve ostale, koji u sebi imaju manje pregalaštva, u

sportu mogu da pronađu neka zanimljiva polja nadgradnje, ali se prethodno podrazumeva da su nekim drugačijim putevima i svojim ličnim kvalitetima osigurali egzistencijalne uslove.

Takođe, u poslednjoj deceniji su počele da se intenzivnije proučavaju menadžment discipline na našim prostorima, kako kroz uključenje menadžmenta kao odlične organizacije rada i planiranja, tako i kroz njegovu ekspanziju u polja raznih drugih nauka. Menadžment je za mlade ljude postao izazov, onog časa kada su počeli da se otvaraju fakulteti za menadžment i sport, na kojima su mladi ljudi pronašli puteve do sticanja novog i čudesnog znanja u radu sa ljudima, u komunikacijama, upravljanju itd.

Na početku ovog predgovora, dotiče se zebnja mladih ljudi da odaberu zanimanja koje će voleti. Jedna od 17 napisanih i objavljenih knjiga autora ovoga rada, pod nazivom «Kako prodati knjigu», upravo se bavila problematikom mladog čoveka: kuda krenuti, školovati se, koje zanimanje odabrati, kako uspeti na tom putu, sve šanse i opasnosti, izazovi, nedoumice, kako postati uspešan menadžer. Knjiga je štampana u pet izdanja, a prve njene stranice započinju sa geslom autora:

„U Tebi živi reč,
a On vas nosi.
Onda Ti nosiš Njega,
a reči srećne u Tebi...“

Kroz ovo geslo, čitalac na slikovit način može shvatiti da je u izrečenoj misli prikazana nerazdvojna kohezijska trijera,^{*} koju čine: knjiga, pisac i menadžment. Zanimljivi delovi te knjige su zajedno sa ostalim značajnim radovima drugih autora objavljeni u teorijskom delu ove doktorske disertacije, koja je specifičan istraživački rad njenog autora i plod višegodišnjeg interesovanja, bavljenja i proučavanja problematike stanja izdavačke delatnosti, standardne knjige i sportske literature u Republici Srbiji.

Dajući na uvid javnosti ovaj naučni rad, u formi doktorske disertacije, pod radnim naslovom: «*Stanje izdavaštva i nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji*», autor je ponudio nove naučne informacije i koraknuo je van doktrinarnih oblasti, smatrajući da sloboda istraživačkog uma ne trpi krute stege.

Kroz ovu doktorsku disertaciju, želja autora je da dođe do najnovijih naučnih saznanja, a time i da pomogne mladim budućim istraživačima i naučnicima, kao i svim ambicioznim menadžerima, da im olakša pronalaženje puta u osvetljavanju problema izdavačko-knjižarske delatnosti i specifikuma sportske literature, kao integralnog dela sportskih nauka, jer je fokus ovog istraživačkog rada oblast *izdavaštvo i knjižarstvo*, sa svojim dragocenim tržištem knjige, a u to tržište spadaju sport i edukativne strukture.

Ovaj naučnoistraživački rad pokušaće da mladim istraživačima otvori perspektivna vrata izdavačko-knjižarskog sveta, u kome će videti svoju novu naučnu šansu, da taj svet nastave da istražuju, ispituju, proučavaju, a ovaj naučni rad ima za cilj da pomogne i u stvaranju svežih inspiracija, da mladi pregaoci svojim istraživanjima

* Trijera grč. (trieres) lađa troveslarka, sa tri reda veslačkih klupa (troklupnjača), B. Klaić, Rječnik stranih riječi, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, 1984. str. – 1374.

doprinesu pronalaženju novijih instrumenata i metoda upravljanja ljudskim resursima, kao i kulturi organizacije u izdavaštvu i knjižarstvu. To bi vodilo još boljem unapređenju te važne medijske i edukativne delatnosti, čiji vidljiv napredak nije ni moguć bez naučnog obuhvata celog mozaika, koji i dalje treba otkrivati i sastavljati.

Ova doktorska disertacija, koja se daje na uvid javnosti je specifična autorova vokacija, u kojoj iznosi uskustvene teorije i spaja ih sa naučnim miljeom. Disertacija nema svrhu samo dokazivanja i pokazivanja naučnih kvaliteta njenog autora, koji stremi samo ka jednoj novoj akademskoj i doktorskoj diplomi, već je njena svrha i u društvenoj i naučnoj korisnosti prvenstveno, a njenom autoru očekivana podrška naučnih krugova i društva, da nastavi svoje naučnoistraživačke radove.

Život svakog čoveka postaje značaj u onolikoj meri koliko je on dao doprinos društvu u celini, ili ako može to još da čini. Znanje i stečeno iskustvo ne treba da služe samo za utvrđivanje lične pozicije, naprotiv treba javnosti ponuditi sva empirijska i druga otkrića pogotovu ako su originalni svih istraživačevih spoznaja većito uklesani u njegovoj izgrađenoj harizmi.

Za odabir oblasti koja se istražuje u ovom naučnom radu, pun kredibilitet daje njenom autoru visok nivo kompetentnosti, dugogodišnje uspešno iskustvo i veći broj uspešnih realizovanih projekata u oblasti izdavačko-knjižarske delatnosti i sporta.

Autor ovog naučnoistraživačkog rada je sa dužnom pažnjom uvrstio najznačajnije izvode iz pronađenih (retkih) dela i teorijskih rasprava naših i stranih autora, sve ono što je u dodiru sa knjigom, izdavaštvom, s tim što je težište rada stavljeno na eksterni menadžment u izdavaštvu, kojim su se veoma malo bavili autori na našim prostorima, iz opravdanog razloga što se o toj oblasti ne može pisati bez iskustvene spoznaje.

Izdavaštvo jeste prava duhovna usluga čovečanstvu, a u medijskom, kulturnom i edukativnom okviru – njihova egzistencija, i šire od toga. Neke stvari se ne mogu promeniti, ali će ova i sledeća slična istraživanja doprineti da se mnogo toga primeti.

Kroz ovaj naučnoistraživački rad se stremilo da se proveru sve ono što je od značaja za predmet istraživanja, ono što nije bilo dostupno proveru, apodiktične je prirode, bar u ovim okolnostima.

I na kraju, informacije, teze i tvrdnje ovog naučnoistraživačkog rada transverzalnog karaktera, sa mnoštvom postavljenih zadataka, sa brojnim analizama i rezultatima istraživanja, iako su striktno vezane za menadžment izdavaštva, sportske nauke i demografska istraživanja školstva, one mogu da posluže menadžerskim pregoocima, kreativnim liderima, kao i istraživačima iz srodnih, ili pak različitih naučnih oblasti.

Novi Sad, 2007.

DOKTORAND

*Mr Miliwoje Došenović, književnik
dipl. menadžer–producent za medije*

UVOD

Savremeni menadžment ili strategijsko upravljanje (Strategic Management), posle svog formiranja od sredine XX veka, dobija svoj uspon, čiji je značaj rastao sve više, i onoliko koliko su se osavremenjivali uslovi poslovanja u eksternom okruženju, da bi danas dostigao epohalni značaj.

Današnji moderni menadžment se ne bi mogao zamisliti bez kompaktne strukture koju čine strategijski (top) menadžment, operativni menadžment sa marketingom, i gde bez kulture organizacije, misije, vizije, upravljanja razvojem, znanjem, projektima, upravljanjem ljudskim resursima, upravljanjem konfliktima – ne bi bio moguć opstanak u današnjem okruženju i u surovoj tržišnoj borbi «proizvodnja-ponuda-potražnja».

Ali, ne sme se zaboraviti da je bilo kakvo organizovanje, kao i bilo kakvo upravljanje nemoguće bez ljudskih resursa. Ljudski resursi čine menadžment, ljudski resursi su u sistemu komunikacije, ljudski resursi kreiraju i stvaraju proizvode i kupuju od drugih finalni proizvod – robu. Šta bi značile najmodernije tehnologije bez ljudskih resursa, ko bi rukovao njima, a ko koristio proizvedena dobra bez ljudskih resursa? Ne mogu da komuniciraju mašine između sebe bez ljudskih resursa, to ne mogu da čine ni velelepne poslovne zgrade, ni najmodernizovanije linije multimedija i Interneta. Bez (mladih) ljudskih resursa, postojanje institucija osnovnoškolskih, srednjoškolskih i visokoškolskih ustanova bilo bi sasvim apsurdno, edukacija nemoguća. Ako se npr. više ne školuju generacije sajdzija, stolara, obučara, bez tih ljudskih resursa nećemo imati profile koji nude takve usluge, jer postojeći profili su pri kraju biološkog nestajanja. Rezultati demografskog monitoringa na ovim prostorima su danas apsolutno porazni. Za šta će služiti najbolji menadžment, ako nema ljudske populacije? Kako će se razvijati sport, turizam, obrazovni sistem, izdavaštvo...?

U današnje vreme jedan moderni strategijski menadžer mora biti svestrana ličnost. Kao prvo mora da poseduje urođeni talenat, smisao za liderstvo, umetničku konstituciju ličnosti. Dalje, on mora da se edukuje, da dostigne akademsko zvanje iz oblasti menadžmenta, da pronikne u suštinu «pozitivističkih» disciplina, koje se bave istraživanjima faktičkog ponašanja tržišta, ljudskih resursa, psihologije u menadžmentu i komunikacionih relacija.

Strategijski menadžmenti izdavačkih kuća, koji čine specifikum medijske strukture, danas imaju težak zadatak, da na smanjenoj teritoriji naše zemlje pokušaju da komuniciraju sa disperzionim knjižarskim tržištem, da osiromašenim ciljnim grupama ponude svoje proizvode, da demografski opustošenim školama pomognu da održe edukativni, informativni i bibliotečki fond. Zbog svega zahtevnog, strategijski menadžeri u izdavačko-knjižarskim sektorima izloženi su delovanju stresora. Oni se sve više okreću istraživanjima u kojima se stapa teorija sa praksom. Međutim, danas strategijski menadžment sve više traga za iznalaženjem poteza i strategija koji nisu dostupni konkurenciji.

Danas više nije dovoljno proizvesti kvalitetan proizvod. Nije dovoljno napraviti proizvod prve klase, i još po povoljnoj ceni. Nije dovoljno ni imati proveren brend. Svaki kvalitetan proizvod sa pristupačnom cenom je teško napraviti, ali ga je još teže prodati. Danas više nije dovoljno staviti svoj proizvod na bilbord, na TV, u pisane medije... Nije

dovoljno automobile staviti u salon automobila ili knjige u izloge raskošnih knjižara. Nije dovoljno napraviti sportske objekte i u njih namontirati razne sportske rekvizite. Nešto što je proizvedeno, napravljeno, ozidano i odštampano treba imati konzumente.

Danas je veoma važno približiti se kupcu ne samo verbalno ili neverbalno, već to mora biti najbolja kombinacija komunikacija – reč, slika, prostor, vreme, kompromis, oset, dodir...Dakle, trebalo bi da dominiraju tranzitivne relacije u praktičnom delovanju.

Psihologija menadžmenta i verbalno-neverbalna komunikacija su možda danas dobar i koristan put, da bi se mogla sanirati ranjena tkiva svakog top-menadžmenta. A uz to da se više značaja pridaje učinku dubokog monitoringa demografskih kretanja.

Projekat za ovo istraživanje sa tematikom «*Stanje izdavaštva i nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji*», motivisan je željom da se pokuša doći do novih saznanja, koliki značaj imaju eksterne psihološko-komunikativne relacije i demografske analize u upravljanju izdavačkim projektima, sa posebnim akcentom na istraživanje deficita sportske knjige, koja ima ogroman značaj u edukaciji naših zdravih mladih generacija, unapređenje sporta, zdravlja, komunikacija, prestiža naše zemlje i turizma. Menadžment izdavačko-knjižarskih kuća, uočava celokupnu problematiku u nedostatku sporske literature, ali iako je kompletan menadžment izdavačko-knjižarskog sektora onoliko u krizi koliko je to i celo naše društvo – on je ipak spreman da još prisnije pomogne celokupnom društvu i pruži ruku nauci. Međutim, naučna istraživanja imaju svoja jasna pravila. Nauka priznaje naučne pristupe, koji se potvrđuju empirijskim (kvantitativnim) ili pak kvalitativnim vidom istraživanja, kao i rezultata istraživanja, gde se tek posle proverenih hipoteza može govoriti o uspešnosti istraživanja. Ali, ako bi se nauci postavilo pitanje kakav bi nauka odgovor dala o nečemu što se dešava, nešto što je teorijski nemoguće, ali je praktično moguće? Nauka bi najverovatnije dala jedini svoj odgovor: «moguće je, ali tu onda teorija nije bila dobra». Ne bi se baš olako trebalo složiti sa takvim mišljenjem, jer dok sa jedne strane postoji nauka, koja uvek istražuje u svom ograničenom prostoru, sa svojim instrumentima, sa svojom metodologijom, istražuje život, miris i ukus kroz formule, skale, dijagrame i grafikone – praksa radi u širokom eksterijeru, slobodnija od naučnih stega, pravila, teorija. Činjenica je da je genije Nikola Tesla izmislio svoju vlastitu munju, ali je on prethodno kao dečak video pravu nebesku munju, koja je pokrenula mnoge njegove ideje, vodeći ga u beskrajne istraživačke lavirinte saznanja, i da sam počne da radi na „nadgradnji“ viđene nebeske munje.

Ovaj naučnoistraživački rad pokušava da nešto pokrene. Međutim, treba krenuti ka promenama, da se objasni na adekvatan način veliki deo pojava, stvari i pojmova uz koje živimo, ali nemamo o njima *strukturirano znanje*.

Dakle, ne treba se distancirati od informacija, već ih treba svestrano proširiti, a neke koje su neotkrivene ponuditi nauci.

Upravo stoga, data činjenica ukazuje da su istraživanja ne samo dobrodošla, već se ovakvim istraživanjima stremi ka poboljšanju života i rada. Zbog toga se i u ova istraživanja ušlo sa dosta opreza pri čemu se vodilo računa da se upitnicima pronikne u jedno zanimljivo polje. Potpuno su izjednačeni «dijalozi na vrhu» i «dijalozi dole», što se uspelo kombinacijom više ciljnih grupa ispitanika iz prigodnih uzoraka, gde su i mladi (budući dragoceni ljudski resursi) pozvani da učestvuju u istraživanjima.

Dakle, fokus ovog rada je značaj novih priloga u upravljanju izdavačko-knjižarskim menadžmentom, sa demografskim monitoringom. Menadžment mora ići sa potpuno novom strategijom i promenjenom praktičnom primenom upravljanja izdavačkim projektima u ukupnom poslovanju izdavačko-knjižarske i grafičke delatnosti u našoj zemlji i njihove korelacione maršrute sa ciljnim grupama, a prvenstveno sa svim dragocenim riznicama intelekta, edukacije i sa(znanja), a to su svakako osnovne i srednje škole, kao i visokoškolske ustanove. Predmet rada se dakle ne odnosi samo na prodajnu orijentaciju nekih proizvoda izdavačko-knjižarskih i grafičkih kuća ka disperzionom tržištu, već se odnosi na transformaciju kompletnog fokusa, koji bi novim promenama i sveukupnim eksplicitnim iskorakom, doneo opšti boljitak svima, a prvenstveno mladim generacijama koje dolaze, i koje će u boljoj edukaciji iz sporta i fizičke kulture naći svoje najiskrenije saveznike. Upravljanje izdavačkim projektima, iako nimalo lak proces, sa manje ili više primedbi, dovodi se do kraja. Nije dovoljno baciti se samo u potragu za menadžerskim izazovima, treba se dobro upoznati sa zahtevima takve odgovorne pozicije, jer menadžment u izdavaštvu i knjižarstvu nije samo prestižna (popularna medijska) funkcija, koja se može poveriti bilo kome. Danas više nije dovoljno držati se, sa stanovišta teorije, četiri osnovna zahteva: planiranje, organizovanje, usmeravanje i nadgledavanje, jer danas u modernom svetu komunikacija 21. veka, menadžment je kombinacija nauke i umetnosti; umeće upravljanja ljudima (i procesima) uz naučni pristup. Zbog toga je nužno uključiti u akciju njegov sastavni deo *fluidni marketing*, koji će nam pomoći da bolje istražujemo i snabdemo neka nova tržišta, osluškivanje potreba i želja naših ciljnih grupa, da im pomognemo da zajedno s njima izvršimo uspešnu setvu zdravog duhovnog semena, da bi uživali u još bogatijoj duhovnoj žetvi.

Teorijski deo ovoga naučnoistraživačkog projekta u okviru doktorske disertacije se bavi proučavanjem terminoloških putokaza u vezi sa tržištem knjige, njene proizvodnje, kao i istraživačkih radova naših i stranih autora. Nužno je bilo proučiti literaturu koja se direktno odnosi na izdavačko-knjižarsku delatnost, bilo nekih stranih ili domaćih autora. Potrebno je bilo poniranje u oblasti izdavaštva, pokušati ući u bazu važnih podataka, činjenica, tekstova, knjiga, presek objavljene literature, i krenuti u istraživački rad, sa dubokom verom da je tema neodvojiva od života istraživača i da je istraživačka misija u apsolutnom trendu. Dobijene teorijske informacije povezati u logičnu celinu, radi stvaranja jasnije slike šta su o problematici proizvodnje, plasmana i istraživanja tržišta knjige napisali neki naši i strani autori. Veoma je bitno da se kroz različite vremenske periode sagleda tendencija promena koje se naročito odnose na kraj 20. i početak 21. veka, u kome mediji u svetu (a tu spada i izdavačka delatnost), dobijaju dominantnu ulogu i u strateškom značaju svake zemlje.

Kompletna orijentacija ovog istraživačkog rada bavi se i pronalaženjem izlaza iz stagnacije i status-kvoa, u kome se već duži vremenski period u izdavačko-knjižarskom i grafičkom sektoru ne pokreću projekti, istraživanja i analize stanja izdavačko-knjižarske i grafičke delatnosti i odnosa sport-škole-izdavači, analiza pozitivnih i negativnih poteza države prema tim delatnostima. Potrebna je i analiza stanja likvidnosti ciljnih grupa u finansijskom smislu, kao i analiza vlastitog bibliotečkog i udžbeničkog fonda, odnosa izdavačko-knjižarske mreže prema ostalim strukturama, sa korišćenjem najvažnijih

inputa ka novim poljima saznanja. Mora se pridati mnogo veći značaj i demografskom monitoringu ciljnih grupa. Ova istraživanja se vezuju i za društveni problem, idu ka unapređenju nauke, kao i njene istraživačke (metodološke) prakse. Kroz ovu doktorsku disertaciju se nudi novo otkriće u medijsko-edukativnom polju, nude se nova objašnjenja i nova predviđanja. Kroz ovaj naučnoistraživački rad ispoljava se znatna fluentnost, sa proizvođenjem što više novih ideja, reči, odgovora, algoritama, mišljenja, sinonima i analogija, kao i interpretiranje odjeka iz prakse i iskustvenog polja.

Nažalost, na izdavačku delatnost i na institucije školstva izvršen je atak bez presedana u vidu poreza na dodatnu vrednost, koji se obračunava na sve što je u dodiru sa izdavanjem knjige i pisane reči, a time je uzdrmana komunikacija između izdavača i njihovih proverenih i tradicionalno dobrih poslovnih partnera. Zbog toga je nužno pribaviti nova saznanja i informacije, da bi se krenulo ka napretku. Na osnovu dobijenih saznanja se definiše najbolja strategija izdavačko-knjižarskih i grafičkih kuća, kojom se potencijali tih društveno-korisnih delatnosti harmonizuju sa zahtevima i potrebama ciljnog – segmentiranog tržišta standardne i sportske literature.

Disperziono izdavačko tržište Srbije danas obuhvata znatno manji prostor od bivše velike države SFRJ, pa je time i mogućnost delokruga marketinga i menadžmenta izdavačko-knjižarskih kuća bitno sužena. Međutim, činjenica je da su neke ciljne grupe ostale i dalje lojalne izdavačkom sektoru, veoma ohrabruje. Te veze se ne smeju pokidati, pa ih treba ispitati, povezati, dajući im veoma značajno mesto u ovim istraživanjima.

Ono što je bila želja autora rada je da se dođe do novih naučnih informacija, koje će uneti novi optimizam, i ujedno *oblikovati novi model koncepta upravljanja izdavačkog projekta u domenu sportske literature*, kao i eliminisanje «praznog hoda» koji je prisutan u celom toku integralnog pristupa realizacije izdavačkog projekta. A ovaj novi model je eksplicitno usmeren na poboljšanje poslovanja izdavačko-knjižarskih kuća, kao i bolju komunikaciju na relaciji izdavač-ciljna grupa. Zatim, novi model integriše sve funkcije i komponente izdavačko-knjižarskog i grafičkog sektora da naprave bolju korelaciju i strategiju poslovanja, usmeravajući ih u pravcu tržišta, odnosno zadovoljenje potreba ciljnih grupa. Takođe, novi model do koga se dolazi trebalo bi da profitabilno usmerava na sistematsko buduće istraživanje, osvajanje i proširivanje tržišta sportske knjige, koje je zasad u velikoj disperziji. Novi model uključuje u informacionom smislu neke bitne oblasti koje do sada nikad nisu istraživane, zatim teži ka eliminaciji svih stereotipa, koji negativno deluju u izdavačko-knjižarskom i grafičkom miljeu. Svakako da je veoma dobro što se teži ka otvaranju novih područja istraživanja, ali i podrške nisu na odmet.

1. TEORIJSKI DEO NAUČNOISTRAŽIVAČKOG RADA

Važni podaci koji su dobijeni iz Biblioteke Matice srpske iz Novog Sada, Narodne biblioteke iz Beograda i Centralnog kataloga Srbije (bibliometrijski podaci), govore da je veoma malo autorizovanih dela u vidu knjiga koje obrađuju temu problematike knjige i izdavačke delatnosti, a naročito o problematici istraživanja tržišta knjige. Nešto oskudne literature postoji, ali je većina pisana u periodu «samoupravnog društva», u periodu kada je postojala jedna drugačija (veća) država koja se zvala SFRJ. Država koja je imala

relativno veliko tržište knjige i gigantske kombinatne za proizvodnju papira i repromaterijala za grafičku delatnost, a koji su bili koncentrisani u Celju, Kranju, Belišću, Čacku i Sr. Mitrovici. Takođe su u prethodnoj državi postojale i gigantske štamparije u sklopu društvenih izdavačkih preduzeća (TOZD Državna založba Slovenije – Mladinska knjiga Ljubljana, zagrebačka «Mladost», beogradski «Nolit», zatim sarajevsko «Oslobođenje», gornjomilanovačke «Dečje novine», beogradska «Prosveta», «BIGZ» Beograd, novosadski «Forum», subotička «Minerva»), koje su štampale razne knjige i samostalno i u projektima udruženih izdavača. Izvestan manji broj knjiga autora koji su obrađivali tematiku problematike same knjige i izdavačko-knjižarske delatnosti svakako je koristan sa stanovišta kakvog-takvog hronološkog zapisa i njihovog «viđenja» problema knjige i eventualnih novih naučnih saznanja. Međutim, glavni problem i nedostatak (gledanja sa današnjeg aspekta) retkih autora malobrojne literature koja je napisana u vezi sa problematikom izdavaštva i knjižarstva, u tome je što su tadašnji autori bazirali svoje stavove sa aspekta samo ekonomije, koja se bavi ciframa i računanjem, tako da je i izdavačko-knjižarski sektor bukvalno ugruran u udžbenik za ekonomske fakultete i više ekonomske škole od autora Čobeljića «Planiranje privrednog razvoja», koji je bio apsolutno neprikosnoven u dužem periodu 1970-1985 godine u bivšoj državi SFRJ i SRJ. Dakle, celih 15 godina je izdavačko-knjižarski sektor bio ukalupljen u jednoj knjizi ekonomije. To je bila velika greška. Zbog čega? Kao prvo, knjiga je specifična roba, i ona ne može pripadati samo u paletu proizvoda kao što su npr. proizvodi od čelika, tekstila, naftni derivati, proizvodi od drveta, stakla ili proizvodi za ishranu. Dakle, ako se knjiga tretira samo sa aspekta ekonomije, nije ni dotaknuta suštinska problematika izdavačko-knjižarske i grafičke delatnosti. Nažalost, tržište neophodnim knjigama iz menadžmenta izdavačko-knjižarske delatnosti i marketinga izdavaštva, sem nešto oskudne literature – do današnjeg dana nije puno obogaćeno. „Lovci“ na takvu vrstu literature, niti u našim bibliotekama, a ni na policama knjižara neće uspeti da ih pronađu. Alternative u vidu knjiga o tim oblastima (nekolicine stranih autora), koje su prevedene na naš jezik, nisu po svojoj suštini i metodološkom pristupu adekvatne našem podneblju, sociološkoj slici i mentalitetu našeg društva. Šta bi u Republici Srbiji mogao da radi npr. vlasnik gigantske izdavačke kompanije „Amazon“ Džefri Bezos iz Sijetla (Oregon-SAD) sa svojim dvomilionskim tiražima knjiga? Na našim prostorima – ništa! Onoliko koliko je tiraž njegove kompanije, toliki je broj nezaposlenih ljudi u Srbiji. Takođe, na našim prostorima je besmislen pristup, misija ili vizija i nekih drugih najjačih svetskih izdavača kao što su: „Barnes&Noble“, „Borbers Book&Music“ itd. Kreiranje njihovih SWOT-analiza i portfolio matrica, na našim prostorima bilo bi neprimenjivo. Zbog toga se i ovaj naučni rad neće puno baviti mišljenjima anglosaksonskih autora o izdavaštvu na njihovom tlu, sem nekolicine, čiji delovi knjiga su uključeni u teorijsko-istorijski presek i fusnotirani u ovom naučnoistraživačkom radu. O stanju izdavaštva u anglosaksonskim zemljama, autorka knjige „Marketing u izdavaštvu“, Alison Baverstok¹, kaže: „Glavna promena je grupisanje interesa. Britanskom izdavačkom scenom sada dominira pet velikih firmi, a slično se dogodilo i u knjižarstvu i u trgovini na veliko. Promenilo se i

¹ Alison Baverstok, Marketing u izdavaštvu, Klio, Beograd, 2001. str. – 6,7,8.

značenje pojedinih reči. „Izdavaštvo“ sada mora da se shvati u najširem značenju, kao „stvaranje publike“, a ne samo knjiga. Sve velike izdavačke kuće su, svaka na svoj način, preobražene u ogranke većih multimedijjskih korporacija koje obuhvataju televiziju i film, video izdanja i zabavne parkove; zarada od industrije zabave ostvaruje se na najširoj mogućoj osnovi.

Trend je da se obezbedi komercijalno jedinstvo: da se stvori proizvod koji se istovremeno može pretočiti u film, knjigu, crtani film, majice i drugu trgovačku robu, i ponuditi kroz kanale maloprodaje, u isto vreme i svuda u svetu. Razlikuju se mišljenja o tome da li bi trebalo da strahujemo što je ovo možda put ka bezličnoj kulturi, budući da se izdavači otimaju oko trenutno najpopularnijih javnih ličnosti i sportskih idola mladih koji pišu autobiografije, ili bi trebalo da se radujemo što se knjige još smatraju ključnim medijem komunikacije i što je toliko mnogo pisanog materijala dostupno na tako puno mesta, u isto vreme.

Druga bitna promena je ta da britansko izdavaštvo više nije samo britansko vlasništvo; ono u njemu čak i ne prevlađuje. Od pet najvećih izdavača, samo *Penguin* i *Hodder Headline* imaju britanske vlasnike, *Transworld* i *Random House* pripadaju firmi *Bertelsmann* a *Harper Collins* je deo Mardokovog carstva. Mnoge uticajne međunarodne grupacije rukovode kompanijama koje su ranije bile britanske (npr. nemački *Holtzbrinck* poseduje *Macmillan*, holandski *Elsevier* poseduje *Reed*, francuski *Hachette* poseduje *Orion*). Dakle, odluke o tome šta se u Britaniji čita mogu da donose, ili bar da na njih utiču, finansijski interesi izvan Velike Britanije.

To je ishod perioda mahnitog kupovanja potcenjenih, jeftinih izdavačkih kuća koji je počeo osamdesetih, sa ciljem da se na taj način i zaradi, i obezbedi šire tržište. Izdavaštvo je živelo bez većih potresa do ranih osamdesetih; u finansijskim krugovima je prevladavalo mišljenje da su izdavačke kuće male, provincijalne i da se njima loše upravlja. A onda je svuda prostrujala reč „informacija“, njihova vrednost je naglo skočila i knjige su postale izuzetno vredno vlasništvo. Izdavačke kuće sa malim kapitalom namah su postale privlačne za ambiciozne medijske grupacije. Manija kupovanja dostigla je vrhunac krajem osamdesetih kada su severnoameričke firme kupile izdavače *Jonathan Cape*, *Chatto & Windus* i *Associated Book Publishers*, a *News International Group* Ruperta Mardoka (Rupert Murdoch) – *Harper Collins*. Veće kompanije su nastavile da kupuju manje, ne zato što su ove loše poslovale, nego zato što su holding kompanije želele da ostvare veći udeo na tržištu, povećanje broja deoničara i veštačko podizanje cene kompanije, uz istovremeno održavanje režijskih troškova na najnižem mogućem nivou. Stihijnska kupovina kompanija dovela je do toga da se u sastavu jedne holding kompanije nađe nekoliko suparničkih tržišnih marki. Na primer, *Pearson* je preuzeo *Simon and Shuster Educational* da bi stvorio najvećeg svetskog izdavača udžbeničke literature, a posledica je da danas ima nekoliko udžbenika koji konkurišu jedan drugom. Što se tiče ljudstva, u izdavaštvu sada više zaposlenih radi za manji broj organizacija: svega 2% kompanija zapošljava 62% kadrova. Da li je to bitno? Britanija nema više ni sopstvenu automobilsku industriju. Ima li onda smisla žaliti zbog nestajanja izdavaštva koje je bilo u pretežno britanskom vlasništvu?“

Tako kaže spisateljica Alison Baverstok, prenoseći stanje menadžmenta izdavaštva sa

anglosaksonskih prostora, na kojima je menadžment kao nauka (a u okviru njega i menadžment izdavaštva) mnogo ranije pustio korenje u zemljama zapada nego na našim prostorima, pa je na anglosaksonskom prostoru doživeo i više transformacija.

Naravno da menadžment izdavaštva, kao mlada nauka (bar je to tako na našem tlu), nije imao mogućnosti da sebe iskaže. Iako je marketing svugde u svetu deo menadžmenta (organizacije), zanimljivo je da je u bivšoj SFRJ, negde krajem sedamdesetih godina pokazivao svoje pionirske korake i u izdavaštvu, iako menadžment bukvalno nije postojao, što bi za svaku napredniju zemlju Evrope i SAD bio nedopustivo, jer je menadžment tamo neprikosnoven. Ako se pogleda tipologija današnjeg menadžmenta, menadžment se može razlikovati prema sledećim kriterijumima: hijerarhijski nivo, uključenost rukovodioca u proces proizvodnje ili u pružanje usluga, funkcionalnim oblastima, vrsti organizacija u kojima postoje itd. Svaki od ovih vrsta menadžmenta ima svoje karakteristike i specifičnosti. Ako pogledamo teorijsku tipologiju menadžmenta, jedan od glavnih kriterijuma za razlikovanje menadžmenta je nivo na kome se menadžment nalazi, mada ne postoji pravilo gde koji nivo počinje, a gde se završava. U teoriji menadžmenta se često razlikuje top menadžment, srednji i niži menadžment.

Koreni današnjeg savremenog strateškog menadžmenta, protežu se od sredine XX veka. Tačnije, ta disciplina je došla u fokus proučavanja teorijske nauke, iskustvenih spoznaja, kao i ostalih koji je posmatraju sa stanovišta primene u ekonomskoj politici zemlje, akcionarstvu, i eksperimentalnim primenama u drugim oblastima.

Značaj strateškog menadžmenta rastao je s opadanjem poverenja u efikasnost klasičnih disciplina, koje imaju sličnosti sa menadžmentom, ali to ipak nisu u potpunosti. Međutim, u današnjim uslovima poslovanja od prvorazrednog značaja za poslovni uspeh su postali faktori iz eksternog okruženja i način na koji preduzeće reaguje na njih: efektivno pozicioniranje preduzeća u širem ili užem okruženju, formulisanje i izbor firmi i načina suprotstavljanja tržišnim konkurentima, razvijanje sposobnosti da se to čini (sticanje konkurentne prednosti, razvoj tzv. «*jezgra kompetentnosti*»), i sl. Disciplina strateškog menadžmenta za svoj osnovni sadržaj ima upravo ova pitanja, kao i razvoj odgovarajućih upravljačkih «oruđa».

U novije vreme u okviru strategijskog menadžmenta razvija se specifična teorijska dimenzija, koja se nadovezuje na (neoklasičnu) teoriju firme i na ekonomiku (ili organizaciju) preduzeća. definisanje *zakonitosti «strategijskog ponašanja»* preduzeća, kao pokušaji su na početku, jer se u strategijskom upravljanju često govori kao o «*teorijskoj disciplini u nastajanju*».

Samo definisanje strategije smatra se jednim od težih zadataka za teoretičare menadžmenta i uopšte autore iz različitih disciplina koji se na bilo koji način bave ponašanjem preduzeća. Termin *strategija* upotrebljava se u različitim kontekstima, sa pretpostavljenim različitim obuhvatima i sadržajima. Sam termin *strategija* mnogo je stariji od menadžment discipline u čijem se nazivu pojavljuje. Interesantno je reći da je sam pojam strategija vezan za njeno prastaro ime, i potiče još pre nove ere u staroj Grčkoj. Reč «strategos» je označavala funkciju komandujućeg u vojsci, a kasnije se njen sadržaj proširio i na njegove važne «veštine», tj. njegove lične sposobnosti i umeće da komanduje na bojnopolju. U vreme Aleksandra Makedonskog (Velikog) oko 330 g.

p.n.e. pojam strategije je u ovom kontekstu nešto proširen i preciziran. Njime je označena opšta sposobnost korišćenja vojnih «resursa» (ljudi, opreme, taktike i sl.) u savladavanju neprijatelja i stvaranju jedinstvenog sistema vladanja osvojenim teritorijama.

Što se tiče menadžmenta, u menadžment literaturi koncept *strategije* je uveden sredinom pedesetih, da bi poslednjih godina postao jedan od njenih nezaobilaznih tema kojoj se pridaje sve veći prostor i značaj. Jedna od prvih menadžment definicija vezuje se za *Pitera Drakera* koji je to učinio na implicitan način, objasnivši u svojoj knjizi «The Practice of Management», označavajući je tad kao način na koji preduzeće u svojoj praksi odgovara na pitanja: «...koja je naša sadašnja i šta će biti naša buduća delatnost ili posao...?»

Posle Drakera, došao je drugi autor koji je eksplicitno definisao i uveo strategiju kao značajnu temu u menadžment literaturi, a zvao se *Alfred Šandler*. On je strategiju definisao kao: «...način određivanja bazičnih dugoročnih ciljeva preduzeća, usvajanje pravaca njegovog razvoja i alokacija resursa neophodnih da se postavljeni ciljevi i ostvare...». Njegova knjiga je poznata pod imenom «Strategy and Structure», koja je objavljena u Kembridžu u Masačusetsu, izdavač MIT Pres, 1962. godine. Osnovni predmet interesovanja Šandlera je bio međusobni odnos organizacione strukture i strategije, a koji je iscrpno analizirao na primerima istorijskog razvoja najpoznatijih američkih kompanija tokom XIX i XX veka. U tom kontekstu postavljena je poznata teza po kojoj «struktura sledi strategiju», tj. po kojoj se organizacione promene u preduzeću dešavaju kao posledica promene strategije, dok se sama strategija formira pod uticajem promena okruženja, kao sredstvo kojim se preduzeće prilagođava.

Iz knjige «Osnovi menadžmenta», prof. dr Dušana Ristića (deo 3.2.) se kaže: «Menadžment kao nauka se deli na strateški menadžment i operativni menadžment. Strateški menadžment se odnosi pretežno na upravljanje i obuhvata razmatranja o viziji, misiji, ciljevima, tržišnoj i strateškoj poziciji firme kao i o ciljevima i globalnom i dugoročnom planiranju.»²

Dakle, iz ovoga je jasno da strategijski menadžment govori o funkcijama preduzeća. U funkcije preduzeća spadaju: upravljanje, planiranje, odlučivanje, rukovođenje, organizovanje posla, izvršenje odluka i kontrola sprovođenja odluka. Strateški menadžment se zatim deli na upravljanje po pojedinim procesima u preduzeću kao što su: marketing, finansije, upravljanje ljudskim resursima, upravljanje proizvodnjom, upravljanje kvalitetom i upravljanje razvojem. Međutim, nemoguće je čak i grubo napraviti neku granicu između strateškog i operativnog menadžmenta. Nejasno je da li poslovna politika spada u strategijski ili operativni menadžment (vlasnici, upravni odbori, akcionari, kompetencija, odgovornost rukovodećih struktura itd.), jer je opšte poznata stvar da vlasnici firme vrše poslove izvršnog (ili generalnog) direktora, zbog toga ne može reći da bilo koji direktor (menadžer) ne sme da se bavi upravljanjem, upravljačkom problematikom i odlučivanjem na nivou firme, odnosno da bude suvlasnik ili akcionar. Naprotiv, to je čak i poželjno.

Top menadžment se nalazi na najvišem nivou hijerarhijske piramide. Na njegovom

² Prof. dr Dušan Ristić (1999), Osnovi menadžmenta, "Cekom", Novi Sad, str – 47,49 (deo 3.2).

vrhu su: predsednik, generalni menadžer, generalni direktor, direktor, strategijski rukovodilac, načelnik, itd. Drugi primaran zadatak top menadžmenta je da uočava potrebe okruženja i pronalazi načine za što adekvatnijim udovoljenjem zahteva okruženja. Na osnovu svoje percepcije tržišta, menadžment u izdavačko-knjižarskoj delatnosti formuliše svoju uslugu koja je obrazovno-kulturno-medijska. Menadžer mora da raspolaže znanjima iz sfere upravljanja izdavačko-knjižarskom organizacijom, i to informatike, psihologije, marketinga, teorije sistema, organizacije, poželjno je da pokreće istraživanja povezujući stečenu praksu sa naučnim osnovama, kao i smisao za dobro upravljanje znanjem svojih zaposlenih. Ako se pogleda unazad u periode 70-ih i 90-ih godina, pa kada bi se pokušalo da se definišu profili većine rukovodilaca u izdavačko-knjižarskim kućama u bivšoj velikoj SFRJ, videće se da su uglavnom svi direktori (top menadžeri) toga vremena bili politički direktori (po zadatku jednog partijskog sistema), direktori koje je postavljao policijski aparat zemlje. O neshvatanju značaja menadžmenta u tadašnjoj socijalističkoj zemlji SFRJ, pa i u mnogim drugim socijalističkim zemljama, u knjizi profesora doktora Milana Tomića, «Menadžment u sportu» (izdavač IP «Astimbo», Beograd, 2001.) se kaže: «U socijalističkim društvima menadžment nije shvaćen na pravi način, a bio je u koliziji sa važećim društveno-političkim sistemom. Doktrina menadžmenta je zvanično kritikovana i nije se mogla aplicirati ni u jednoj oblasti društveno-ekonomskog sistema, otuda ni u pojedinačnim organizacijama. Osnovni odgovor na zadatu temu «Zašto nije bilo menadžmenta u socijalističkih zemljama i u Jugoslaviji?» leži u činjenici nekonkretizovanog titulara imovine i kapitala, i to na svim nivoima. Društveno vlasništvo, kao jedino važeća filozofija, bilo je smetnja ulaska principa menadžmenta u upravljanje organizacijama, jer menadžment ne može delovati izvan saznanja: ko ga postavlja i kome odgovara, ako ne postoji vlasnički subjekt, konkretno označen. Upravljačke timove postavljali su nevladnici, obično partijski ili državni organi».³

Dakle, partijski organi su postavljali u izdavaštvu partijske direktore. Nije se puno marilo za njihove goleme i sukcesivne izdavačke promašaje, jer je država punila magacine njihovih izdavačkih kuća novom robom (knjigama) tzv. *dotiranim izdanjima*. Naravno, u takvoj klimi nije bilo entuzijasta da nešto probaju da pokrenu. Čak su se gubile dragocene decenije da bi tadašnji poznatiji ekonomisti konačno pokušali dati odgovor da li je knjiga roba ili ne. Ušli smo u 21. vek, a još nema saglasja po tom stavu. Njega će biti u drugačijoj klimi kada se možda normalizuje ekonomsko-politički, geopolitički i kulturni ambijent na prostorima Republike Srbije.

1.1. O IZDAVAŠTVU I KNJIZI–PREGLED DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA

Narodi starih civilizacija (Sumeri, Asirci, Krićani, Stari Egipćani i dr.) u nasledstvo novim civilizacijama ostaviše ogromno i neprocenjivo materijalno i duhovno blago. Ipak, činjenica je da su od tog silnog blaga, pismo i knjiga ono što nam je zaista najvrednije. Prvo pismo je za sve civilizacije neponovljivo otkriće. Ono je nastalo

³ Prof. dr Milan Tomić (2001), "Menadžment u sportu", IP "Astimbo", Beograd, str. – 43.

spontano, kao čovekova večita težnja i potreba da svoje misli, znanja i zapažanja otrgne od svakog zaborava. Pismo je služilo da se uhvaćene misli, znanja, poruke, neprekidno šire, isprva u okviru jednog naciona, zemlje, društva, ali isto tako i među različitim nacijama, zemljama, društvima i globalnim civilizacijama.

Pismo i knjiga, zajednički, kroz svoju korelaciju postali su univerzalno sredstvo prenošenja misli, ideja i poruka brojnih civilizacija i njihovih naroda. Da nije pisma i knjige, mi ne bismo danas saznali ništa o davnim i gotovo zaboravljenim civilizacijama, o narodima i njihovoj kulturi, privredi, običajima, znanju i različitim stremljenjima.

Mora se priznati da su prostor, vreme i jezik katkad poprilično usporavali razmenu informacija, ali ipak nisu mogli predstavljati neku veću prepreku daljnjem širenju uticaja goleme snage pisma i knjige. U drevna vremena je knjiga bila ta koja je imala moć snažnog oružja koje je doprinelo stalnom uzdizanju čoveka u kulturi, kao i doprinosu golemog širenja i razvoja civilizacija. Zbog toga i jeste pojačana briga svih ljudi sveta za knjigu i njenu sudbinu. Knjiga je doživela ono najveličanstvenije, da joj se podižu posebna svetišta širom sveta, jer su biblioteke postale pravi i istinski hramovi knjige. Knjiga je sveukupno dobro svih naroda i novih nadolazećih civilizacija, jer i svi savremenici ove naše civilizacije darivaće novoj civilizaciji sve ono do čega je uspela da dosegne, pa čak i začetka novih progresivnih koraka.

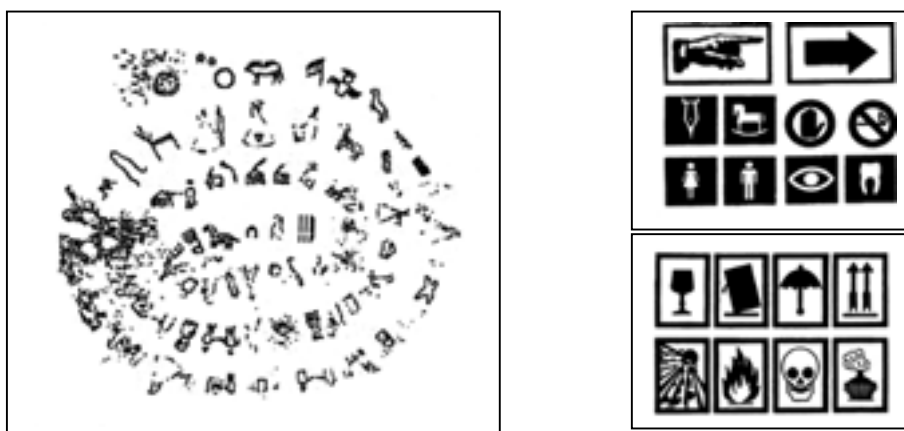
Danas, kada se govori o «izdavačkim projektima», mora se priznati da je to velika privilegija u odnosu na minule civilizacije, koje o tome nisu mogle ni sanjati, sem darovitih pojedinaca i genija svoje sredine u to vreme. Pismo i knjiga su od ogromnog značaja za razvoj cele ljudske civilizacije. Pismo je odraz kulture jednog naroda. Narodi koji ga nisu imali nisu ni mogli ostaviti nekakve tragove o sebi, već su pali u zaborav. Pismo je sredstvo sporazumevanja među ljudima i nacionima. Pismo se stvaralo kao potreba da se neka misao, znanje, iskustvo, poruka i sl. sačuva od zaborava i prenese novim generacijama. Nastanak pisma vezan je za vekove njegovog prvobitnog stvaranja i različita područja zemaljske kugle, kao logični sled kontinuiteta.

Nekoliko hiljada godina pre nove ere napredne civilizacije u Aziji (Kina, Indija, Arabija) zatim u Egiptu, stvarale su različite oblike zapisa kroz simboličko predstavljanje ljudskih misli i poruka. Ne zna se kada je nastalo prvo pismo kojim se čovek služio. Tragovi vode više od 6000 godina ali ne postoje pouzdani dokazi. Pismo je u svom razvoju prošlo četiri faze:

1. *Piktografsko slikovno pismo*. To je prva faza pisma. Oni su i danas uobičajeni kod Indijanaca. Piktogrami se i danas upotrebljavaju u svakodnevnoj komunikaciji urbanog života za označavanje na javnim mestima, na ambalaži i slično u obliku sličica na kojima se predočava neki događaj.

2. *Ideogramsko pismo* predstavlja pojmovno pismo a ne slikovno. Za izražavanje misli upotrebljava se niz jednostavnih crteža ili simbola od kojih svaki predstavlja određeni pojam. Naročito su bili poznati sumerski ideogrami (sledeće stranice).

Slika broj 1.



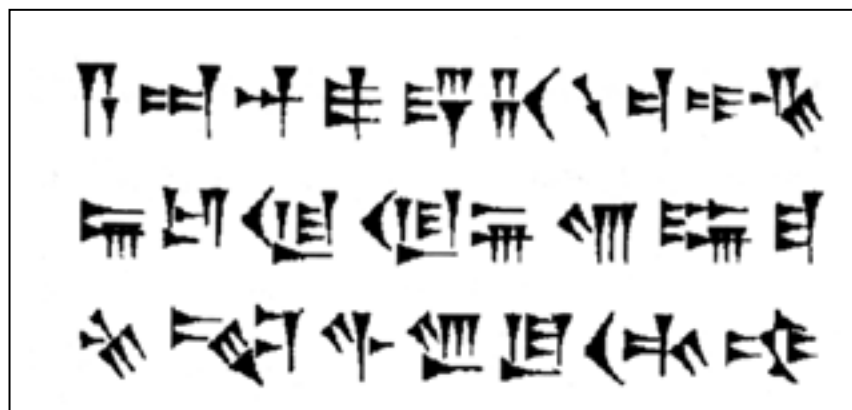
Slikovno pismo Indijanaca na koži bizona (levo). Izgled današnjih piktografa (desno).



Slika broj 2.

Ideogramsko pismo.





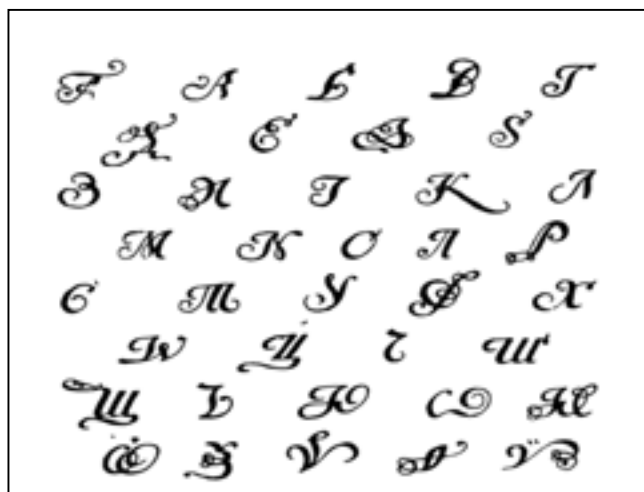
Slika broj 4.

Slogovno silabično pismo.

3. *Slogovno silabično pismo* nastalo je tako što je upotreba ideograma prelazila u fonetsko pismo, a slaganjem više ideograma dobijeno je slogovno pismo.

4. *Fonetsko pismo, pismo današnjice*, koje se razvilo od slogovnog pisma, to je alfabetsko pismo u kome se za obeležavanje jednog glasa upotrebljava jedan znak – slovo. Fonetsko pismo je najsavršenija faza razvoja pisma. Čine ga glasovi *foneme*. Svaki glas ima svoj znak, i više znakova kod različitih jezika. Tako su nastala pisma jevrejsko, grčko i arapsko. Starogrčki alfabet je najstarije evropsko pismo i osnova je za razvoj najsavremenijih pisama današnjice: latinice i ćirilice. Ćirilica je starija i nastala je krajem 9. veka (Kliment Ohridski) preradom novije grčke kurzive. Poznato je *Miroslavljevo jevanđelje*, s kraja XII veka, pa srpsko kancelarijsko pismo Zaharija Orfelina.

Što se tiče razvoja materijala za pisanje, on se menjao tokom hiljada godina. Prvi zapisi su bili na kamenim pločicama, kostima, zemlji itd. Kasnije se upotrebljavala sirova glina, na koju su se utiskivale razne oznake pomoću žigova i pečata. Glina je bila omiljena kod naroda Sumeraca, Vavilonaca i naroda koji su imali *klinasto pismo*. Pravljene su glinaste tablice koje su korišćene u Mesopotamiji. Danas su sačuvane u Velikoj Britaniji (u Londonu).

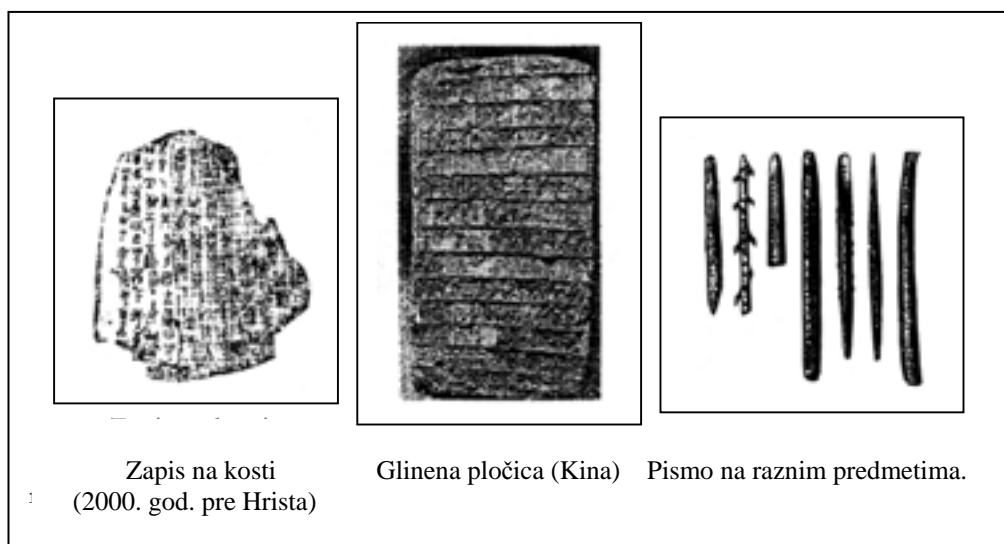


Slika broj 5.

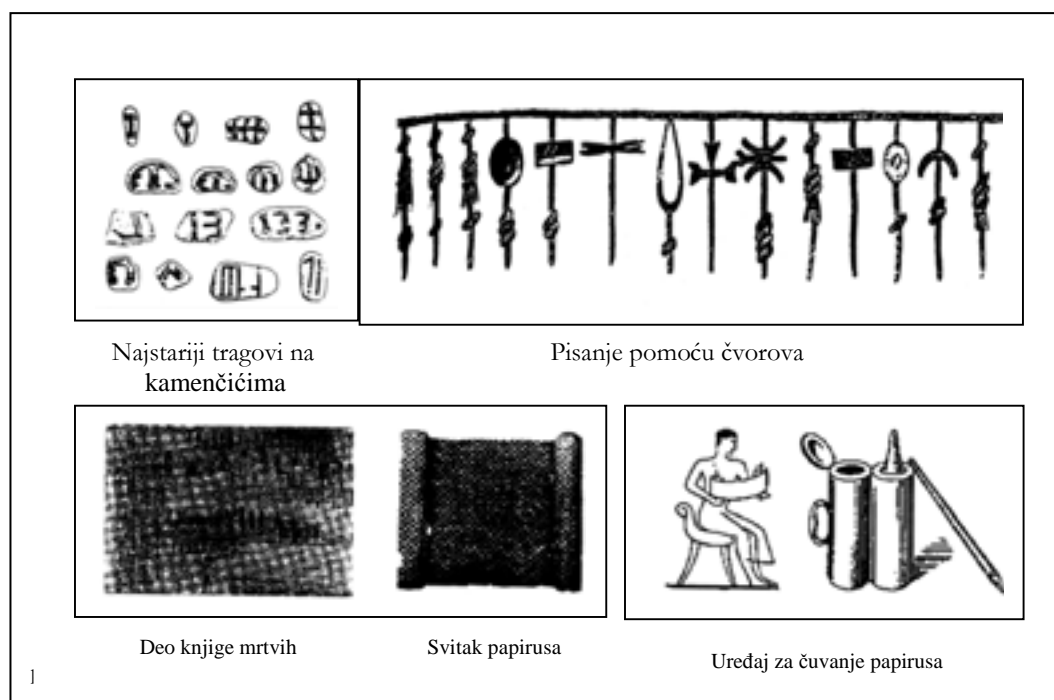
Srpsko kancelarijsko pismo
iz 1759. godine.

Naravno, kada se govori o prvim pismima i njihovim formama, neizbežno je, da se osvrnemo na razvoj materijala za pisanje. Taj materijal na kome je prvi čovek pisao, crtao i slikao menjao se tokom hiljada godina.

Slika broj 6.



Slika broj 7.



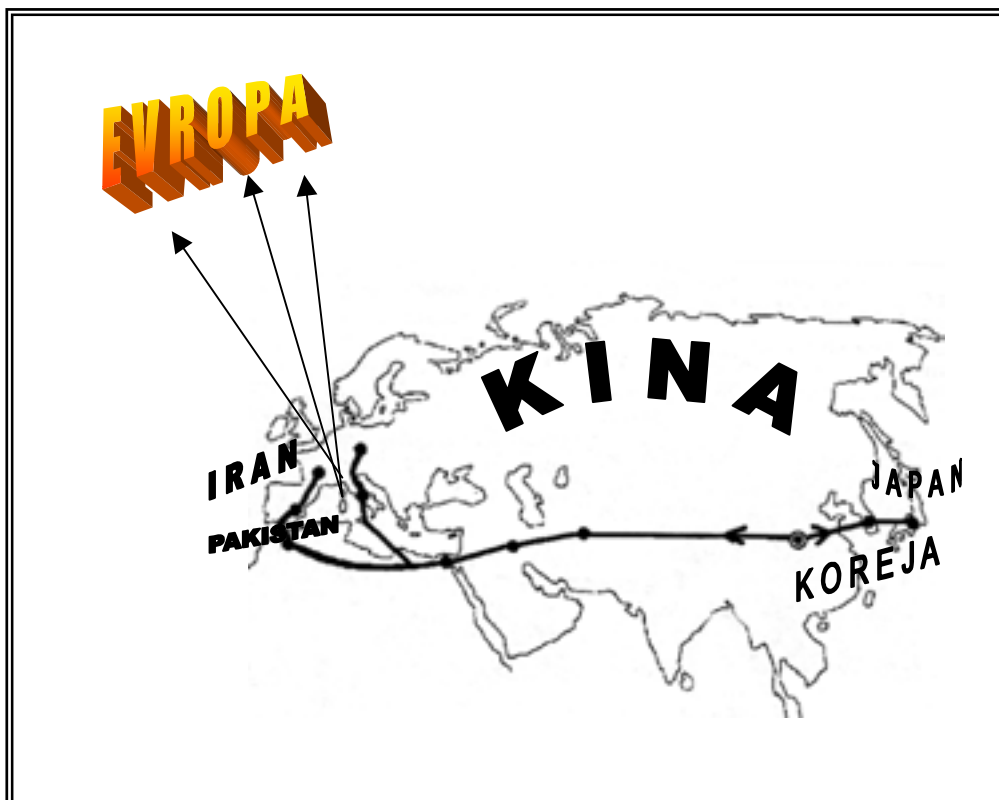
Slika broj 8.

Raznovrsna sredstva za pisanje, od drevnih vremena do današnjice.



Narodi mnogoljudne Kine su čuvali kao veliku tajnu proces proizvodnje papira. Kinesku tajnu su otkrili Korejanci oko 500. god nove ere, zatim Japanci oko 610 godine n. o. Arapi su preuzeli proizvodnju papira i usavršili je. Evropa je doznala za tajnu proizvodnje papira u 8. veku, a masovna proizvodnja papira počinje 1100. godine, a 1268. godine u gradu Fabrijanu, Italija počinje da radi prvi mlin za papir, takođe u italijanskom gradu Fabrijanu 1320. godine je proradila i prva fabrika papira, koja je i danas veoma poznata u svetu. Posle Italije proizvodnja papira širi se u Austriju, Holandiju i u druge zemlje Evrope i sveta.

Slika broj 9.



Put papira u svetu.

Sličnim sledom događaja, kako su se razvijale podloge za pisanje, tako su se razvijala i sredstva za pisanje. Isprva su to bili šiljasti komadi kamena, štapići od drveta, komadi lomljenih kostiju, školjki itd. Posle se za pisanje koriste metalni štapići, različite vrste krede, zatim pera raznih pernatih životinja i drugi predmeti. Za pisanje po mekšem materijalu koristili su se tzv. *stilusi pisaljke*, dok su za kamen i drvo korišćeni metalni predmeti (dleta, šiljci, čekić). Za pisanje u novije vreme dominira olovka koja se izrađuje od smeše grafita i gline. Dodavanjem različitih pigmenata se dolazi do olovaka u boji. Postoje mineralni i organski pigmenti.

Valja napomenuti da je grafit otkriven 1564. godine, a olovku je otkrio Faber 1760. godine, dok je istu usavršio Nikola Konte, upravnik francuske fabrike olovaka u Parizu 1790. godine. Danas su u upotrebi patent grafitne olovke, zatim spektar pera sa mastilom (naliv pera, redis pera, retušir pera, kao i grafos pera). Pored ovog postoje i razne vrste hemijskih olovaka, koje imaju cevčicu sa tečnošću, kao i razne vrste flo-mastera.

Dakle, za potrebe prenosa i čuvanje misli u arhivama, potrebno je imati pismo, podlogu na kojoj se piše i sredstvo za pisanje. Spajanjem tih elemenata nastale su preteče prvih ručno napisanih knjiga.

A o početku prvog štamparstva i izdavaštva u svetu, u *Maloj enciklopediji Prosveta*⁴ se kaže: «Obično se početak štamparstva vezuje za pronalazak prvih pokretnih slova (pojedinačno izrezanih izlivenih) od kojih su mogle biti sastavljene reči i cele stranice knjiga. Za pronalazača pokretnih slova smatra se kineski kovač Pi Šeng; on je još 1041. izrađivao od pečene gline odvojena slova za štampu, a docnije ih rezao od drveta ili metala. Iz Kine je ova veština prenetu u Koreju (gde se već u XIV v. štampalo livenim metalnim slovima) i Japan. U Evropi je pronalazak štampanja vezan za ime *Johana Gutenberga*; on je 1440. izumeo ručnu spravu za izlivanje pojedinačnih (odvojenih) slova, sličnih današnjim. Konstruisao je i drvenu presu za štampu, pomoću koje se otisak sa sloga dobijao pritiskom ravne ploče preko lista hartije, umesto tadašnjeg trljanja koštanim trljačima. Prvu takvu presu izgradio je u Štrasburgu 1441, alio je prvu štampariju osnovao u Majncu 1448; tu se uortačio sa bogatim Johanom Fustom, a iz Pariza doveo za pomoćnika svog prijatelja Petra Šefera, crtača slova i rezbara. Počeli su da štampaju *Bibliju* i *Psaltir*. Najstarija knjiga za koju je utvrđeno da je Gutenbergov rad jeste «Donat» i jedan kalendar za 1448, a najveća je Biblija, dovršena 1455. Gutenberg je posle raskida sa Fustom osnovao novu štampariju, ona je uništena 1462, kad je Majnc u ratu opustošen i zapaljen. Gutenberg je umro u siromaštvu. Mnogi su mu osporavali otkriće pojedinačno livenih slova. Holanđani su tvrdili da je pokretna slova i presu pronašao *Laurens Janson Koster* (1370-1440) i tako štampao još 1413, dok je Gutenbergov izum zabeležen 1439. ili 1440. Belgijanci su pripisivali ovaj izum svom zemljaku *Johanu Britu*, koji je štampao knjige u Brižu. Francuzi smatraju da je *Prokom Valdfogl* štampao na isti način knjige u Avinjonu 1444-1446. Prema italijanskim istoričarima, Marko Polo je u Kini upoznao tajnu štampanja i po

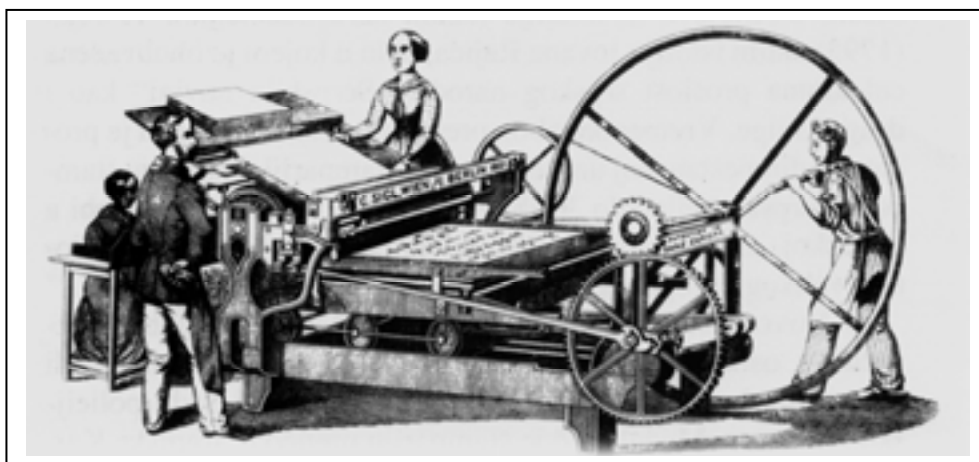
⁴ Mala enciklopedija Prosveta (1979), IP Prosveta, Beograd, str. – 740, 741, 742 (treći tom).

povratku je doneo jedan drvorez za štampu i dao prva uputstva *Pamfilu Kastaldu*, koji je došao na ideju da reže pojedinačna slova i već 1426. na taj način štampao knjige.

Jedino je sigurno da je iz Majнца štamparska veština prenetu u više nemačkih gradova i da su već 60-tih godina XV v. postojale štamparije u Auzburgu, Kelnu, Nirnbergu, Štrasburgu i Bambergu. Gutenbergove metode štampanja preneli su u Italiju 1464. *Arnold Panarc* i *Konrad Štajnbajm*; osnovali su štampariju u manastiru Subijako, a dve godine kasnije u Rimu. Štamparska veština prenetu je i u Švajcarsku, 1469; Francusku, Holandiju i Španiju, 1470; Ugarsku, 1472; Češku, 1468. i 1478; Englesku, 1476; Poljsku i Dansku, 1490; Beč je dobio prvu štampariju 1482, Carigrad 1490, a Moskva 1563. godine.

Samo nekoliko decenija posle Gutenbergovog izuma javljaju se i prve štamparije u našim zemljama; na Obođu u Crnoj Gori, u prvoj srpskoj štampariji, štampan je već 1493-1494. *Oktoih*.

Prve štamparije u Evropi štampale su samo knjige, uglavnom samo crkvene i religiozne. Ali i na takvu štampu vlastodršci nisu rado gledali, jer ih je plašilo samo širenje pismenosti u narodu. Zato je često štamparska veština proganjana i sputavana. I pored pristalica, učenih i naprednih ljudi, štamparstvu je bilo potrebno mnogo godina da postane snažan faktor u kulturi i politici pojedinih naroda. Od pojave štamparstva do prvih novina u Evropi prošlo je skoro dva veka (prvi dnevni list *La Gazette*, počeo je da izlazi u Parizu tek 30. V 1631.). Ipak, štamparstvo se sve više usavršava. Tehnički napredak postignut je između 1480. i 1500. (Italija), a u XVI v. Francuska vodi u štamparskoj tehnici. U to vreme posebno se ističe štampar Kristof Planten, poreklom iz Francuske, čiji zet Moretus daje publikacije izvanredno ukrašene bakrorezima Petra Paula Rubensa. Vrhunac u umetničkom stvaranju dostiže štampa XVIII v. U XIX v. usavršavaju se štamparske mašine i tehnički procesi, iako nisu u srazmeri sa opštim velikim napretkom nauke i tehnike (1811. F. Kenig je pronašao «šnelpresu»; 1837. pronadana je galvanoplastika; stereotipija, pronadana krajem XVIII v., usavršena; pojavljuje se i sec-mašina). Značajnu ulogu u razvoju štamparstva i lepoti štampanih knjiga odigrale su slovolivnice, stvarajući nove tipove slova, linija, šara i dr.



Štamparija s kraja XVIII veka.

Slika broj 10.

Slika broj 11.



Johan Gensflajš Šorgenloš Gutenberg i njegova slavna Biblija.

Bez obzira na određene pretpostavke, da li je neko pre Gutenberga ili zajedno s njim započeo u svojim zemljama štampanje knjiga, svakako je činjenica da je posle drvenih ploča *ksilografosa*, Gutenbergova štampaća mašina bila kamen temeljac u razvoju masovne komunikacije. Gutenbergov (bavarski) poduhvat je, mora se priznati, otvorio važnu stranicu kulturnog preporoda, sa pronalaskom svoje tipografske štampaće mašine iz 1440. godine. I danas se u gradu Majncu čuva desetak originalnih prvih Gutenbergovih *Biblija*, koje su odštampane slovima *gotike*. Gutenbergovo otkriće, bez sumnje je uticalo na osnivanje i drugih štamparskih radionica širom Evrope, što je rezultiralo i osnivanjem prvih izdavačko-knjižarskih kuća na našem globusu.

Sve knjige sveta ne bi postojale da nije i njihovih autora, koji su u dugim satima, danima i godinama, družeći se sa svojim perom, olovkom i papirom pisali i stvarali. Čovečanstvo svakako treba da oda veliku počast prvim kaluđerima prepisivačima. Svet treba da se veoma ponosi čuvenom *Aleksandrijskom bibliotekom*, koja i danas impresionira. Ona je smeštena u Aleksandriji (arapski El Aleksandrija), i nalazi se u najvećoj luci u Arapskoj republici Egipat. Grad je osnovao Aleksandar Veliki Makedonski (356-323), koji je bio sin Filipa i Aristotelov učenik, sa kojim je započela era helenizma. Pod Ptolemejima se nastavio procvat kulturnog središta“.

U knjizi Mihajla S. Petrovića *Ogledi iz istorije štampe*⁵, objavljenoj 1951. godine se o najranijem štamparstvu kaže: „U starom Rimu, 59 godina pre Hrista, Cezar je bio zaveo „Senatska Akta“ (Acta Senatus), u kojima su beležene odluke senata i skupština. Ova su Akta isticana na zidovima i bila su neka vrsta zidnih novina. Kasnije su u aktima beležene i druge vesti o požarima, pogubljenjima, svečanostima, samoubistvima itd. Akta su izdavana sve do propasti Zapadnog Rimskog carstva. Već u ovim prvim zidnim novinama pojavile su se mnoge mane kasnije štampe: hvalisanje pojedinih moćnih ličnosti i objavljivanje senzacionalnih vesti, koje su godile rđavom ukusu jednog dela čitalačke publike. Zbog toga su ih pisci, kao Kristinus Hilarus i Plinije Sipri-

⁵ Mihailo S. Petrović (1951), *Ogled iz istorije štampe*, NIP Udruženje novinara NRS, Beograd, str. – 7-12, 116-119.

jan, oštro kritikovali. Akta su prepisivali akturini i ti prepisi razašiljani su važnim ličnostima po provincijama.

Kina je imala svoje neštampane novine vrlo rano. Misli se da su Pekinške Novosti (Cing Pao) bile pokrenute još u VI veku naše ere. U srednjem veku vesti su po Evropi raznosili pevači (guslari) koji su pevali svoje pesme po zamkovima i ispred crkava, hadžije, koje su išle da se poklone svetim mestima, zanatlije i trgovci koji su idući za svojim poslom obilazili razne zemlje i gradove.

Pored ovih slučajnih raznosaca novosti, državnici i važnije ličnosti imali su dopisnike po raznim mestima svoje zemlje i inostranstva, i ovi su ih preko pisama obavestavali o tekućim događajima, poglavito privrednim i političkim. U nekim zemljama ovi dopisnici stvorili su bili od tih pisama čitavu profesiju.

Obaveštavanje putem pisama produženo je i kasnije, kad je štampa bila uzela već prilično maha. I u Srbiji ono je zamenjivalo štampu, dok ona nije stvorena. Knez Miloš, dok je živio u Kragujevcu, imao je u Beogradu svoje agente, od kojih su najčuvaniji bili hadži-Nikola Brzak i Naum Ičko. Oni su mu redovno slali dugačka pisma, u kojima su ga obavestavali o događajima u Beogradu i u inostranstvu. Izvori njihovih obavestavanja bili su putnici koji su prolazili kroz Beograd, naročito oni koji su stizali iz Carigrada i Soluna i oni koji su Dunavom putovali za Beč ili za crnomorska pristaništa. Vrlo važno središte za razmenu svakojakih novosti bila je u to vreme zemunska „parlatorija“, to jest mesto gde se moglo razgovarati s putnicima koji su bili primorani da izdržavaju karantin.

To su bili poslednji ostaci običaja iz vremena koje je prethodilo štampi. A krajem srednjeg veka u Mlecima su izdavane u rukopisu Noticie Sorite i Gazeti, neka vrsta produženja rimskih akata. Po njima su kasnije štampane novine u mnogim zemljama nazivane „gazetama“. I nemačko ime za novine Cajtung pojavilo se pre novina u punom smislu te reči. Krajem XVI veka trgovačka firma Fuger u Auzburgu izdavala je za svoje poslovne prijatelje Ordinari Cajtungen, neku vrstu trgovačke korespondencije sa trgovačkim, finansijskim i poljoprivrednim vestima iz raznih krajeva.

Odmah po pronalasku štamparije neki pisci pisama sa vestima došli su na misao da svoja pisma štampaju. Bilo bi isuviše dugačko nabrajati razne pokušaje u ovom smislu učinjene na Zapadu, poglavito u Engleskoj, Nemačkoj i Holandiji.

Već krajem XV veka štampani su u obliku brošura i knjiga izveštaji o raznim znamenitim događajima, poglavito o bitkama i opsadama gradova. Ti spisi nosili su razne nazive, koji su kasnije upotrebljavani u nazivima listova. Prve štampane novine koje su izlazile u određenim razmacima vremena pojavile su se tek početkom XVII veka.

Godine 1605. počeo je izlaziti u Anversu Vikelin Tidinke, povremeni spis, koji je odmah pretvoren u nedeljni list. Ubrzo posle toga novine su stale nicati po svim zemljama Evrope. Prvi nemački list bio je Frankfurter Žurnal, koji je od 1615. godine počeo izlaziti jedanput nedeljno. Sedam godina kasnije, 1622, pojavio se u Londonu Vikli Njuz, koji je takođe izlazio nedeljno. U Parizu su se prve novine zvale Gazet. One su osnovane 1622. Štokholm je dobio svoj prvi list Post Tidente 1643, a Petrograd Vjedomosti 1702. Prvi italijanski list bio je Diario di Roma, pokrenut 1716, a prvi španski list Gazeta di Madrid, osnovan 1726. godine.

I pored teških prilika pod kojima su živeli Južni Sloveni, i kod njih su, ubrzo posle ovih početaka po drugim zemljama, učinjeni prvi koraci da se stvori štampa na njihovom jeziku. Prvi je to učinio Zaharije Orfelin, koji je 1768. počeo izdavati u Veneciji Slaveno-Serbski Magazin, ali je od njega izašao samo prvi broj. Bolje je sreće bio jedan bečki štampar, Grk po narodnosti, koji je 1791. i 1792. dvaput nedeljno izdavao Serbskija Novini. Pre nego što je ovaj list obustavio svoje izlaženje, Stefan Novaković, bivši sekretar karlovačke mitropolije, pokrenuo je 1792, opet u Beču, Slaveno Serbskija Vjedomosti, koje su izlazile do kraja 1794. Tek znatno kasnije osnovane su u Beču Novine Srbske Dimitrija Davidovića i Dimitrija Frušića, koje su izlazile od 1813. do 1822. i bile pravi početak novinarstva među Srbima. Davidović je 5. januara 1834. pokrenuo u Beogradu Novine Srbske, prvi list u Srbiji.

Od samog početka u svim zemljama štampa je naišla na vrlo velike teškoće usled drakonskih mera koje su dvorovi i dvorske klike preduzimali protiv nje. Predstavnici starog feudalnog režima, koji se već ljuljao, osećali su da je štampa vesnik napretka i moćan činilac društvenog preobražaja. Oni su se bojali svakog interesovanja narodnih masa za javne poslove, makar ono naizgled bilo i najnaivnije. Zato je u nekim državama u vreme pojave prvih listova bilo zabranjeno svako objavljivanje vesti i izveštaja, čak i najpovoljnijih za vlastodršce. U drugima, zabranjivano je objavljivanje izveštaja o domaćim događajima, dok su izveštaji iz inostranstva kako tako propuštani. Usled toga neki od prvih listova posvećivali su svoju pažnju samo onome što se događalo van njihove zemlje, ili su jednostavno prenosili izveštaje iz strane štampe.

Kasnije su činjene male drakonske smetnje. Za izdavanje novina tražena je naročita privilegija. Pod Čarlsom II u Engleskoj (1630-1685) sud je smatrao zločinom objavljivanje svake vesti o javnim događajima „pa bila ona istinita ili lažna“, ako za to nije dobivena kraljevska dozvola. A „izdavanje kakvih bilo novina“ sud je smatrao ne samo nezakonitim, već znakom „očevidne namere da se poremeti mir“. U nekim zemljama ovakve zakonske mere ostale su vrlo dugo u važnosti.

Kad je 1790. godine Emanuil Janković bio doneo u Novi Sad štampariju, ne samo što austrijske vlasti nisu dozvolile pokretanje lista, već nije dobio dozvolu ni za štamparski rad. Slaveno Serbskija Vjedomosti izlazile su u Beču „s cesaro kraljevskim blagoutrobnim dozvoljenijem“, što je i ispod samoga lista pisalo.

Pored dozvole, od listova je vrlo dugo traženo polaganje kaucije, koja je često bila vrlo velika. Listovi su bili podvrgnuti vrlo strogoj preventivnoj cenzuri i mogli su u koje bilo vreme biti zabranjeni na određeni rok ili za uvek.

I pored svih tih mera, štampa se vrlo brzo razvijala u svim zemljama, i već nekoliko decenija posle pojave prvih novina broj listova jako se namnožio...“

Iz izvoda knjige Mihaila S. Petrovića, moglo se videti stanje štampe staroga doba. Međutim, veoma je zanimljivo šta autor M. Petrović u svojoj knjizi iz 1951. godine kaže o uslovima pod kojima se jugoslovenska štampa razvijala u XIX veku:

„Štampa naroda Jugoslavije razvijala se od samog početka pod vrlo teškim uslovima. Prepreke koje su joj stajale na putu bile su mnogobrojne i raznovrsne. Nedostatak tehničkih sredstava bio je jedan od najvećih teškoća u početku. Pomenuto je već da su prvi listovi uglavnom zbog toga morali biti štampani u velikim gradovima

van jugoslovenske teritorije. Da bi pokrenuli u Ženevi napredni list Sloboda, omladinci su morali kupiti štampariju u Lajpcigu. Poluzavisna kneževina Srbija nije mogla organizovati štampariju, dok joj to 1830. godine nije bilo odobreno jednim međunarodnim aktom.

Druga teškoća poticala je otuda što je u početku u jugoslovenskim zemljama bilo vrlo malo narodnih škola, pa prema tome i malo pismenih ljudi. U Austriji su vlasti podržavale nemačke i mađarske škole na štetu narodnih. U Srbiji i Makedoniji, pod Turcima, stanje je bilo još gore, jer u tim krajevima škola u pravom smislu uopšte nije bilo sve do oslobođenja Srbije. Posle kratkotrajne Dositejeve Velike škole iz vremena Prvog ustanka, u Beogradu je prva viša škola osnovana tek 1830. godine. Kako je sa pismenošću stajalo najbolje pokazuje činjenica da su 1827. godine zaostavštini beogradskog mitropolita Kirila bile nađene svega tri knjige. Jasno je da pod ovakvim uslovima nije bilo lako stvoriti i održati novine. Jednu veliku prepreku razvoju novinarstva pružalo je i dvojako pismo Srba i Hrvata. Usled toga što su se listovi jednog istog jezika morali štampati i ćirilicom i latinicom, ograničeni tiraž svakog izdanja još se smanjivao, što je često onemogućavalo izdanje. Povrh svih tih teškoća postojala je još jedna, daleko teža od ostalih: odsustvo slobode štampe. Do šezdesetih godina XIX veka nije bilo nikakve slobode štampe na teritoriji Austrije i Srbije, a pogotovu ne u jugoslovenskim krajevima ondašnje Turske...“

A šta o informativnom talasu kaže knjiga prof. dr Dragana Kokovića *Sport i mediji*⁶: „Mnogi istraživači su primetili da se masovni mediji često povezuju samo sa zabavom i, kao takvi, smatraju relativno marginalnim u životu većine ljudi. Takvo mišljenje je, po mišljenju Gidensa (Gidens, 2003) samo delimično tačno, jer su masovne komunikacije neodvojive od mnogih drugih aspekata naših društvenih aktivnosti. Mediji, kao što su dnevne novine i televizija, imaju značajan uticaj na naša shvatanja. Bitni su i za stvaranje javnog mnjenja i predstavljaju instrumente pristupa znanju od koga zavisi veliki broj društvenih aktivnosti.

Teškoće nastaju kada se mediji počinju raščlanjivati i ukazivati kako svaki od njih deluje (štampa, radio, televizija, telefon, itd.).

Telefon je čist primer medija što se može reći i za radio. Oni su proširenje prenosne snage ljudskog glasa na hiljade kilometara, koji omogućuju razgovor. Štampa je „čisti medij“, bez obzira što npr. ne možemo razgovarati sa autorom knjige. Štampa je izmenila temelje ljudskog samorazumevanja, podarila silnu snagu razvoju, utvrdila i označila jezičke zajednice, koje su se zatim transformisale u države – nacije (Inglis, 1990). Svaka klasifikacija medija polazi, pre svega, od štampe iako se govori i o usmenom prenošenju poruka. Štampa u najširem smislu uključuje letak, plakat, knjigu, novine, strip i sl. Zatim se izdvaja fotografija, gramofonska ploča, film, radio i napokon televizija. Pojedini istraživači u nove klasifikacije uvode tzv. makluanovske medije (novac, telefon, telegraf, automobil itd.), ali i sve ono što okuplja mase (moda, praznici, fudbal, itd.). Ističu se, takođe, karakteristični nivoi u socio-psihološkom adaptiranju masovnih medija prema okolini. U pitanju je stepenasti razvoj tehnoloških i

⁶ Prof. dr Dragan Koković, *Sport i mediji*, Fabus, Novi Sad, 2004. god. str. – 19, 20, 21.

strukturalnih aspekata pojedinih medija i s druge strane evolutivna promena okoline u odnosu prema novom mediju.

Televizija kao „globalni stadion“ i film nisu jedino sredstvo izraza masovnog sporta i fizičke kulture. Radio, štampa, izdavačka delatnost imaju iste mogućnosti. Dobar *komentar* (a ne izveštaj) sportska *publicistika* dobijaju sve veću popularnost.

Štampa je još uvek najrasprostranjeniji medij društvenog informisanja. Pojavila se početkom 17. veka, dok su prve novinske agencije nastale polovinom prošlog veka. Dnevne novine predstavljale su značajan događaj u razvoju modernih medija jer su u malom obimu davale obilje informacija – od tekućih do zabavnih i reklamnih poruka.

Reč štampa potiče iz latinskog jezika i u prvo vreme označavala je sve ono što je umnoženo na štamparskoj tehnici (novine, časopisi, plakati, leci, oglasi, brošure, knjige i sl.) Ovo značenje je uočeno tek pred kraj 18. veka kada je izdavanje štampe primilo veliki politički značaj. U običnom govoru pod pojmom štampe počela su se podrazumevati samo ona izdanja koja su se pojavljivala periodično, a to su listovi i časopisi.

Dnevne novine u svom savremenom obliku potiču od pamfleta i papira koji su štampani i deljeni oko 1700. godine. Novine su postale „dnevne“ i stekle hiljade i milione čitalaca tek pred kraj 19. veka.

Pojava masovne štampe u obliku novina i knjiga *dovela je u sukob usmenu i pismenu kulturu unutar medijske hijerarhije*. Taj sukob je učinio nepismene još inferiornijim. Štampa je uspostavila potpuno novu veštinu – učenje čitanja, koje se veoma brzo institucionalizovalo putem školstva...“

Međutim, razvijanje pisane reči, očekivalo se još od vremena Aleksandra Makedonskog, da krene gigantskim koracima ka napretku, ali sve to ipak nije bilo tako lako.

Prošao je veći vremenski period, od Aleksandra Makedonskog do Gutenberga, a šta se događalo posle Gutenberga, mr Žarko Albulj⁷ u svojoj knjizi kaže: «Obično se u izdavačkoj delatnosti uzima kao istorijska 1454. godina kada je u Frankfurtu na Majni odštampana prva knjiga. Brzo se proširila po Evropi, a oko 1530. godine prelazi u Ameriku. Prve knjige zvane «inkunabule» štampane su u nekoliko stotina primeraka. Tiraž raste, tako da u 17. i 18. veku već dostiže 2-3000 primeraka. Početkom 19. veka tehnologija štampanja se menja. Neverovatno se povećala brzina štampanja, ali se gubi kontakt pisca i čitalaca, knjiga dobija kosmopolitski karakter. Sa manjim ili većim uspehom, knjiga na svom 'putu' kroz 19. vek savladava prepreke i teškoće, pomaže razvoj nauke i smelo ulazi u 20. vek».

U vezi sa evolucijom izdavačkog i knjižarskog miljea, u svojoj knjizi autor Milisavljević M.⁸ kaže: «Nemoguće je shvatiti probleme što ih u 20. stoljeću postavlja književno stvaranje, izdavačka djelatnost, knjižarstvo i čitanje, ako knjigu posmatramo samo kao arhiv, kao neku vrstu zalihe intelektualnih pojmova i izražajnih oblika iz koje crpemo prema potrebi. To je nemoguće čak i onda kad knjigu posmatramo kao sredstvo za jednosmjernu komunikaciju. Kao pisani dokument knjiga je doduše sve ono što smo nabrojali, ali ona je istovremeno i nešto drugo. U svojoj zapremini knji-

⁷ Mr Žarko Albulj (1994), 1001 razlog zbog kojeg ljudi kupuju knjigu, IP “Luta studio mono”, Beograd, str.– 59,60.

⁸ Milisavljević, M. (1979), Marketing, Ekonomski fakultet – Tanjug Beograd, str. – 119.

ga nosi izvanredno bogat intelektualni i formalni sadržaj, s lakoćom prelazi iz ruke u ruku, može se po volji prepisivati i umnožavati. Zbog svega toga ona predstavlja najjednostavnije sredstvo koje u datom trenutku oslobađa nebrojeno mnogo zvukova, slike, osjećaja, ideja i informacija, otvarajući im vrata vremena i prostora, da bi zatim, pridruživši se drugim knjigama, ponovo usmijerila sve razasute sadržaje prema drugim točkama raštrkanim u vjekovima i po kontinentima, stvarajući tako bezbrojne i međusobne posve različite kombinacije.

Štampanje knjiga u 20. veku kod pojedinih izdanja prelazi i tiraž od milion primera, da bi oko 1950. godine dostiglo vrhunac kao sredstvo komunikacija, a zatim to mesto ustupa radiju, televiziji i filmu. U takvim, izmjenjenim uslovima, knjiga se sa svim svojim osobenostima nužno morala prilagođavati novim i složenijim uslovima. Šezdesetih godina jedan od uspješnih oblika prilagođavanja bila je masovna proizvodnja «paperbacka» - džepne knjige. Takvo bujanje i širenje masovne knjige nazvano je REVOLUCIJA KNJIGE, od strane UNESKO-vog eksperta R. Eskarpita, koji je napisao, povodom Međunarodne godine knjige 1972. godine, vrlo iscrpnu knjigu i nazvao je «Revolucija knjige». Kao sve što živi, tako je i knjigu nemoguće definirati. Niko još do sada nije uspio dati potpunu i trajnu definiciju knjige. To se objašnjava time što knjiga nije predmet poput ostalih.»

Na početku sedamdesetih godina počeli su se osnivati prvi pionirski skupovi izdavača i knjižara Jugoslavije. Na tim skupovima je bilo ljudi koji su znali nešto više o problematici knjige, ali bilo ih je većina koji su bili veoma slabo obavješteni. Zbog toga su se takvi skupovi delili na dva tabora. Iz knjige dr Safeta Krkića «Knjiga roba, da ili ne», izdavača «Glas», Banjaluka, 1985. godine se kaže: «Zanimljivo je napomenuti da se stavovi o knjizi «specifičnoj robi» javljaju kod autora što su se ozbiljnije bavili problemima knjige, a uz to većini ipak ne nedostaje i formalna ekonomska naobrazba. Po njima je knjiga roba, ali ne sasvim «obična roba» već je to nekakva posebna, uzvišena ili kako oni to kažu «specifična roba». Izrazom specifična roba pokušava se svim silama knjiga distancirati od ostale robe, ili, kako se katkad čini, ovim putem se nastoji koliko-toliko umanjiti robni karakter knjige. Naravno, ovaj njihov stav mogao bi se još i protumačiti kao želja da se ne zamjere onima koji misle da knjiga nije roba, a istovremeno i onima koji to tvrde. Kada sam ja pokušao da dobijem odgovor od predstavnika beogradskog «Nolita» koji je došao na Savjetovanje izdavača i knjižara o ekonomskoj propagandi održanog u Sarajevu 1971. godine 'zašto je po vama knjiga specifična roba', predstavnik «Nolita» je odgovorio 'zato što traži ogroman napor da se iskoristi'. Naravno, da se ja nisam složio sa njegovom nejasnom misli o knjizi".⁹

"Ni prvo savetovanje o marketingu i izdavačkoj delatnosti, održano u Portorožu 1972. godine nije mimoišlo ozbiljne rasprave u vezi sa raščišćavanjem pojma knjige. I ovde se često ponavljalo kako je knjiga «specifična roba». Tako se u referatu Nevenke Dokonal kaže: 'Prema općim uvjetima poslovanja, izdavačka su preduzeća izjednačena sa svim ostalim radnim organizacijama, iako ona proizvode i plasiraju na tržištu SPECIFIČNU VRSTU ROBE, vrstu kulturnih dobara, čija potrošnja ovisi

⁹ Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str.- 18.

ipak o višem stupnju općeg obrazovanja, shvaćanja, navika i razvoja kulture našeg društva uopće!...'Da bismo potakli i povećali potražnju ove SPECIFIČNE ROBE, imajući u vidu i relativno veliku ponudu isto tako brojnih izdavačkih preduzeća, potrebna je umješnost u pronalaženju najefikasnijih vidova plasmana, najoptimalnijih kanala distribucije potpomognutih isto tako dobro organizovanom ekonomskom propagandom knjige'.

Međutim, dalje replike povodom ove zanimljive tematike bile su veoma žive i gde se mišljenja sučeljavaju, otvarajući nova pitanja i pokrećući izvesne hipoteze:

«Ne vidimo nikakvih naročitih razloga da se samo za prodaju knjige daju takve preporuke i da to bude kriterij za odmjeravanje kako je knjiga specifična roba (dr Safet Krkić)».¹⁰

«Stavovi kako je knjiga «specifična roba» isticani su i na referatima na Prvom savjetovanju jugoslovenskih knjižara, održanom na Plitvičkim jezerima 1974. godine. Tako će Tomislav Obradović, u svom referatu što ga je podnio na ovom savjetovanju, napisati: 'Po našem mišljenju postoje četiri osnovne karakteristike koje određuju knjigu kao OSEBUJNU ROBU, u robno-novčanim odnosima našeg samoupravnog sistema. To su:

- nepostojanje svojstva zamjene (supstitucije),
- jedinstvene prodajne cijene,
- maloprodaja neposredno od strane izdavača,
- mala tržišta ograničena jezikom i pismom u inače jedinstvenom privrednom sistemu».¹¹

U svojoj knjizi «Knjiga roba, da ili ne», dr Safet Krkić se apsolutno ne slaže sa referatom T. Obradovića, pa kaže: «Iako se ne slažemo ni sa jednom navedenom konstatacijom, budući da se mogu naći mnoge robe koje imaju potpuno iste specifičnosti, pa se nećemo upuštati u polemiku». Dok sa druge strane Tomislav Obradović svoje stavove potvrđuje u jednoj studiji koju je radio zavod za istraživanje kulturnog razvitka SR Srbije. Za tezama Tomislava Obradovića krenuće i Branislav Ćelap. Svoje uverenje slično Obradovićevom on će obrazložiti na IV savetovanju jugoslovenskih izdavača i II savetovanju jugoslovenskih knjižara, održanom 1977. godine u Portorožu. A na IV savetovanju jugoslovenskih knjižara, održanom na Bledu 1979. godine, Ivan Šimek će reći: 'Knjige se tretiraju kao robe široke potrošnje pa ih iz knjižara istiskuje papir, uredska oprema, nakit i ostali komercijalni artikli... Iako, u komercijalnom smislu, proces novac-roba-novac završava prodajom knjige, bez obzira da li će se primjerak ikad pročitati, ne može knjigu tretirati isključivo kao ostalu robu u prometu. Osim ove posebnosti knjige, SPECIFIČNE ROBE, je i neograničenost upotrebe do fizičkog raspadanja i zastarelosti sadržaja".¹²

'Međutim, na stranu dr Krkića stao je Eduard Osrednički, koji je na Savetovanju o medijima o ekonomskoj propagandi, Sarajevo 1971. Dakle, još od početka postavljanja svojih teza dr Krkiću se, doduše tiho, priključio Eduard Osrednički koji je

¹⁰ Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 18, 22.

¹¹ Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 19.

¹² Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 22,23.

rekao: 'Tako je uobičajeno tretirati knjigu kao «kulturnu» tvorevinu, ne bi se smjela promatrati izvan konteksta robe široke potrošnje.'

Međutim, francuski filozof i veliki poznavalac knjige dr Robert Eskarpit, objašnjenjem pojma knjige prilazi sa više različitih stanovišta. On piše: 'Kada je držimo u ruci, držimo samo papir: knjiga je negde drugdje. Knjiga se prodaje, kupuje, razmjenjuje, ali s njom ne smijemo postupati kao sa bilo kojom drugom robom, jer je ona istovremeno i mnogostruka i jednostavna i mnogobrojna i nezamisliva'.

Dr Eskarpit govori o knjizi kao o robi koja se kupuje, prodaje i razmjenjuje, ali on takođe govori o knjizi kao o specifikumu, pa stoga predlaže da se sa knjigom ne postupa kao sa bilo kojom drugom robom, dr Robert Eskarpit posebno naglašava upotrebnu vrednost svake napisane i objavljene knjige.

U odnosu na izbalansiran i mekši odnos francuskog doktora Roberta Eskarpita, autor iz Jugoslavije Ljudevit Đuretić o knjizi ima svoju konstataciju: 'U sadržaju pojma uvrštavaju se produkcija i reprodukcija knjige u materijalnom smislu, kriza kvaliteta sadržaja po naslovima, kriza tržišta, distribucije, plasmana, kupovine, kriza čitanja ili čitalaca kao konzumenata ove, kako se često eksploatiše izraz «specifične robe», zatim kriza stvaralaštva, cijene knjige, društvene potrošnje'.

Iz navedenog citata Ljudevita Đuretića, jasno se ne slaže sa stavom da je knjiga «specifična roba», već autor u tom pogledu ide još dalje, i iznosi vlastitu definiciju pojma knjige: 'Knjiga je predmet sačinjen od korica, kartona, papira, štamparskih znakova, za čiju je proizvodnju upotrebljen društveno koristan rad, predstavlja stvarnu robu koja izlazi na tržište, isto kao deterdžent, hleb, namještaj ili bilo koja druga roba... Za izdavača u komercijalnom smislu knjiga je roba i realizacija proizvodnje završena je otuđenjem robe u trijadnom sistemu novac-roba-novac, bez obzira da li će neko taj primjerak robe pročitati. To je SPECIFIČNOST KNJIGE KAO ROBE...' ¹³

Dakle, na osnovu iznetih stavova autora i istraživača u vremenskom periodu 1970-1985. godine, koji su se bavili definicijom knjige i pionirskim pokušajima da se knjiga smesti tamo gde i pripada – i u sledećem periodu koji će nastupiti, dakle posle sredine devedesetih godina, jezičak na vagi je ostao podjednako raspoređen. Za jedne je knjiga definisana kao «specifična roba», a za druge je roba kao i svaka druga roba široke potrošnje.

Kada se pogleda određena ali veoma retka literatura koja obrađuje potrebu za knjigom, kao i razni načini distribucije knjige do njenog odredišta – čitalaca, u knjizi autora novosadskog književnika mr Milivoja Došenovića *Kako prodati knjigu* se kaže: «Čovek nije samo društveno biće. On je još i fizička, odnosno psihička ličnost. A kao vlasnik svog mentalnog sklopa, i kao individua, on ima svoje specifične želje, mogućnosti, navike i potrebe. Kada je reč o potrebama, njih možemo svrstati u tri kategorije:

a) Materijalne potrebe, koje su u korelaciji sa održavanjem života (hrana, odeća stanovanje), što čine primarne stvari.

b) Materijalne potrebe kulturne prirode, koje su u korelaciji sa posedovanjem (ku-

¹³ Dr Safet Krkić (1985), *Knjiga roba, da ili ne*, "Glas", Banjaluka, str. - 22,23.

patila, frižidera, telefona, radio i televizijskih aparata), kao poboljšanje standarda.

c) Kulturne potrebe čoveka, koje su u korelaciji sa muzikom, muzičkim nosačima zvuka, slike i konačno KNJIGE.

Podmirenje potreba za knjigom, odnosno čitanjem, uvek se prvo javlja u pojedincu, pa tek kasnije postaje opšta društvena potreba. Međutim, činjenica je da i sredina tj. društvo značajno utiče na formiranje takvih potreba, a posebno na intenzitet ispoljavanja gladi za knjigom. Tamo gde je društvo progresivnije, razvijanje potreba pojedinca za knjigom je intenzivnije i manifestuje se mnogo snažnije. Čak i u predškolskom uzrastu nije zanemarljiva potreba za knjigom; zabavišta, vrtići i tako dalje, imaju potrebu za slikovnicama, malim samoboječim knjižicama, nepoderivim gumiranim crtankama... Ipak intenzivna potreba se javlja kod čoveka u vreme kada započinje svoje školovanje i obrazovanje. Tada mu se knjiga kao potreba još izraženije nameće. Međutim, tek nakon završetka obrazovanja, knjiga sve više postaje važan pratilac svake individue.

Upotrebnu vrednost jedne knjige ljudi obično mogu da koriste mnogo više, srazmerno dužini svog školovanja. I knjiga je time našla svoje važno mesto kao stub kulture, obrazovanja i napretka čovečanstva. Ako smo svesni da je knjiga, koja je u službi obrazovanja ljudi (učilo, udžbenik, lektira) našla svoje mesto kao obavezan integralni deo đačkih i studentskih torbi, gde je mesto onim knjigama koje prate ovu prvnu primarnu kategoriju, a to su leksikoni, enciklopedije, rečnici. Takođe, gde je mesto i ostalih knjiga iz umetnosti, nauke, kulture, koje su doprinele razvijanju i definiciji jedne zrele ličnosti. Postoji još jedna knjiga koja je svojom mudrošću i tematikom privukla čitavo čovečanstvo – taj glavni gigantski kompleks Njenih čitača, među kojima je i Njeno glavno odredište, a to je Biblija – Sveto Pismo. Ako bismo nabrojali sve načine kako, kuda i gde sve vodi put knjige do čitalačke publike, onda bismo naveli nekoliko:

- 1) Knjižarska prodaja (preko knjižara), naročito u većim gradovima.
- 2) Prodaja putem štampe (pretplata ili ponuda pouzećem).
- 3) Prodaja putem TV-a ili radija (sa nastupom autora u emisijama).
- 4) Prodaja putem slanja knjiga kupcima koji ih nisu naručili (na žalost to nije agresivni marketing, to je licemeran antimarketing).
- 5) Eksterijerni plasman knjiga (direktan kontakt s kupcem na terenu), kao jedan od najboljih mogućnosti plasmana knjige i živa komunikacija prodaja-kupovina.

U svih pet nabrojanih načina predmet kupovine i prodaje je knjiga. Svi ti sistemi egzistiraju, neki odavno, a neki u poslednje vreme. Pokušaji nekih «naučnih struktura i laboratorija», koji se silno naprežu da potisnu standardnu proizvodnju knjige i njenu distribuciju – padaju u vodu i dave se kao neplivači. Tačno je da se cela jedna knjiga može prebaciti u neki drugačiji oblik (audio kasetu koju ćemo slušati, video kasetu ili CD koje ćemo umesto knjige gledati), ali ne sme se zaboraviti jedna važna stvar, a to je da je – sama draž jedne knjige sadržana u mirisu njene vlastite hartije, sveže lepenke, draž je u njenom dodiru, njenom prisustvu pored naše glave u našoj postelji, ili pod našim dragim jastukom. To je kao kad bi nam neko ponudio alternative: «Birajte, hoćete li pečenje iz lepe šarene duguljaste tube ili ga želite direktno sa prijatne vatrice, koja greje i našu dušu i telo. Neka naučnici i hemičari rade svoje poslove, ali neka

nam ostave knjigu takva kakva je, i kakva postoji vekovima. Ne dozvolimo im da se sve pečenje preseli u tube, i da se sve knjige metamorfoziraju u čudovišne hemijski stvorene surogate».¹⁴

Argumenti koji idu u prilog iznetom mišljenju potkrepljeni su činjenicama da je početkom 21. veka intenzivirano legalno i divlje tržište CD-diskova i DVD-R-a, i velika mogućnost zloupotrebe nosača zvuka, slike i teksta, koji se piratski prodaju za ponižavajuću cenu, od čega ni autori ni legalni izdavači nemaju nikakvu korist. Kad kažemo *izdavači*, onda svakako mislimo na izdavačko-knjižarsku delatnost. Međutim, i najveće svetske izdavačke kompanije su oprezne prilikom zauzimanja stava o formi knjige. U prilog ovoj tezi ide i činjenica da se pojavila knjiga *Revolucija u učenju*, autora Gordona Drajdena i dr Dženet Vos¹⁵, koja je rasprodata u velikom tiražu u Americi. Međutim, knjiga je odštampana u paketu sa CD-om. Zbog čega nije samo na CD-u? Odgovor znaju sve izdavačke kuće u svetu, a on je: Na plasmanu i distribuciji knjige u formi samog CD-a – nema zarade. Elektronski dodatak je marketinški gratis kupcima.

A šta se o problematici izdavaštva i knjižarstva moglo videti iz istraživanja analitičara i teoretičara sedamdesetih godina prošlog veka, među kojima je zapaženo mesto imao Branko Juričević,¹⁶ dugogodišnji direktor IKRO „Mladost“ iz Zagreba (čije pesimističke prognoze u vezi sa izdavanjem i objavljivanjem knjiga su se na nesreću izdavaštva – uveliko danas ostvarile), i koji u svojoj knjizi „Knjiga i razvoj“ – kaže: „U godinama koje dolaze ekonomski aspekt bit će na prvom mjestu i utjecat će na knjigu i njen način proizvodnje i distribucije. Možda dođe vrijeme kada će sve rjeđe mogućnosti dobivanja papira i njegova sve viša cijena jače utjecati na izbor oblika snimanja stvaralačkog izraza. Već se za vrlo velike tiraže smatra da cijena troškova za papir prelazi katkad 60% cjelokupnog iznosa. Odlučnost zemalja Trećeg svijeta da iskorijene nepismenost dovest će, bez sumnje, do porasta potraživanja štamparskog papira u narednih deset godina.

Treba, dakle, posebnu pažnju pokloniti pitanju opskrbljivanja i distribucije papira. Već su šezdesetih godina neki stručnjaci smatrali da će konjunktura u pogledu papira vjerovatno postati velika zapreka za razvoj knjige, i to u skoroj budućnosti. Čak se za kraj osamdesetih godina najavljivala svjetska nestašica papira, ako se ne poduzmu odgovarajuće mjere kako bi se proizvodnja prilagodila sve većoj potražnji. Godine 1978. nije se mogao uočiti nikakav mjerljiv simptom nestašice; naprotiv, proizvodnja i potrošnja papira za pisanje i štampanje između 1970. i 1978. godine rasla je mnogo sporije nego između 1960. i 1970. godine 36% za osam godina prema više od 100% za dvije godine. Postojalo je nekoliko alarmantnih simptoma: 1978. godine, kao i 1970, osam zemalja (Sjedinjene Američke Države, SSSR, Kanada, Finska, Austrija, Švedska, Norveška i Rumunjska) proizvodile su 50% svjetske proizvodnje papira i još veći postotak drveta za papir. One praktički imaju monopol u svijetu nad proizvodi-

¹⁴ Milivoje Došenović (2001), *Kako prodati knjigu*, “Domla-publishing”, Novi Sad, str. – 91, 92.

¹⁵ Gordon Dryden and Jeannette Vos (2001), *The Learning Revolution: To change the way the world learns*. The Learning Web, Torrance CA, USA, and Auckland, New Zealand.

¹⁶ Branko Juričević (1984), *Knjiga i razvoj*, “Znanje”, Zagreb, str. – 232, 233, 234.

ma od papira, u koje, naravno, ulaze i knjige. Čini se da u nekim dijelovima razvijenog svijeta postoji i rasipanje papira za pisanje i štampanje. Godine 1960. Sjedinjene Američke Države, Kanada i Japan trošili su 47% svjetske proizvodnje papira (samo SAD 38%). Godine 1970. postotak koji je otpadao na te zemlje iznosio je 49%, dok je 1978. godine daleko prelazio 50%. Suprotno tome, evropska potrošnja papira dostizala je jedva 8% svjetske proizvodnje; 1970. godine ona je bila 9,5%, a 1978. godine blizu 11%. Ne računajući Kinu, zemlje u razvoju trošile su oko milijun tona papira 1960. godine, 2,5 milijuna 1970. i blizu 4 milijuna 1978. godine.

Još je važnija činjenica da je taj napredak, ma kako bio skroman, postignut zahvaljujući porastu proizvodnje papira u jednom broju zemalja. Malo je zemalja u razvoju koje zadovoljavaju svoje potrebe za papirom, ali su one bile brojnije 1978. nego 1970. godine. Broj zemalja koje proizvode više od 80% svoje potrošnje popeo se od pet na osam u Latinskoj Americi, od sedam na jedanaest u Aziji, od četiri na sedam u Africi. Slučaj Afrike posebno je zanimljiv: dok je njena potrošnja povećana za 12,5% između 1970. i 1978. godine, njena ukupna ovisnost o uvozu pala je sa 84% na 55%.

I pored ohrabrujućih brojki koje se odnose na proizvodnju papira, tvornice papira zemalja u razvoju često imaju velike teškoće u nabavljanju strojeva, rezervnih dijelova i sirovina, kao što su papirna smjesa, soda u prahu, soli u kalupima, kaustične supstance i sumpor, pa čak i električna energija. Potreban je i veliki kapital da bi se financirala proizvodnja papira u većim razmjerima da stvarno bude rentabilna.

U nekim zemljama u razvoju koje imaju vlastitu industriju papira, papir koji sami proizvode skuplji je od uvoznog papira, uglavnom zato što su troškovi eksploatacije njihovim malih tvornica papira znatno veći i oni ne mogu proizvoditi jeftin papir; često, da bi se zaštitila lokalna industrija papira, ili se zabranjuje uvoz papira iste kvalitete kao što je onaj koji se proizvodi u zemlji, ili se uvozni papir oporezuje, kako bi domaća proizvodnja bila konkurentna. Ponekad neke zemlje ili međunarodne organizacije besplatno isporučuju papir vladama i izdavačima zemalja u razvoju, kako bi im pomogle u proizvodnji potrebnih knjiga. U nekim zemljama vlada je dala izdavačima papir po niskim cijenama ili besplatno da bi subvencionirala školske udžbenike. No često se događalo da isporučeni papir nije bio one kvalitete koja odgovara takvim knjigama, ili da nije bio potrebnog formata (što je dovodilo do rasipanja), ili je bio isporučen u listovima umjesto u kalemima, što je potrebno za brzu i jeftinu proizvodnju milijuna primeraka u modernim prešama.

U distribuciji knjiga, čak i u razvijenijim zemljama, nailazi se također na teškoće, osobito ekonomskog karaktera: takse na knjige, prodaja knjiga po sniženim cijenama unutar klubova, smanjeni budžeti biblioteka. Svi ti faktori mogu ugroziti položaj knjižara i izdavača.

Jasno se pokazalo, da je od prvorazredne važnosti za budućnost, da uslijed povećanja troškova proizvodnje i distribucije tradicionalni izdavači sve više nastoje proizvesti djela namijenjena masovnom protoku i brzim prodajama, i da, iz ekonomskih razloga, knjižari sve manje žele na svojim policama čuvati zalihe knjiga koje su namijenjene ograničenijem broju kupaca. Teško je predvidjeti na duži rok kamo će odvesti takva težnja, ali ako se u njoj ide do kraja, onda bi mogla dovesti do

postupnog nestajanja nekih vrsta knjiga na tržištu, što bi rezultiralo užim izborom, kao i gubitkom slobode i mogućnosti individualnog izražavanja. S druge strane, knjiga bi mogla ostati i još se više pokazati osnovnim sredstvom masovne komunikacije, dok bi drugi mediji zauzeli svoje mjesto pokraj knjige u knjižnicama, školama i domovima. U oblastima gdje je knjiga neophodna ona će ostati stalna snaga; no to će zahtijevati energičnu i odlučnu akciju, zasnovanu na jasno definiranim strategijama.“

Međutim, treba videti kakav su stav o izdavačko-knjižarskoj delatnosti imali još neki naši analitičari početkom sedamdesetih godina. Jedan od takvih je bivši urednik IP „Sloboda“ iz Beograda, Petar Andrić¹⁷, koji u svojoj knjizi „Roman o knjizi“ kaže:

„Povod ovom rukopisu jeste stvarno stanje u kom se nalazi pisac, njegovo delo i naš izdavač, dakle i društvo, stanje koje nije ni malo ružičasto. Prisetimo se nekih stvari i pojava. Imamo za sobom jedan, dosta davan, period – kada je autor bio viđen, cenjen, čak na neki način „zaštićen“. Društvo je u toj fazi razvoja dalo autoru knjige izuzetan značaj, ne samo ostvarujući mu (nekad i veštački) ugled, nego nudeći mu čak i bolje i lakše uslove snabdevanja. Iz te faze smo izneli dosta ožiljaka. Kao i na drugim poljima, promenom modela društva, izmenilo se koješta i oko autora i sa njim. Treba odmah reći, bez ikakve sumnje – krenulo se na bolje. Smatram najvažnijim to što je autor prestao da bude „zaštićen“, jer je ta zaštita, ogledana u beneficijama, često, skoro uvek, značila oduzimanje podobrog stepena autorove stvaralačke slobode. Iz dana u dan je zatim bivalo sve manje takozvanih državnih pisaca, a sve više pisaca. Stvarno oslobođen pisac je počeo i drukčije i bolje da vidi svet oko sebe, pa samim tim i drukčije da ga kazuje kroz svoje delo, svejedno koje doba da je opisivao, jer on uvek, nužno, kazuje i svoje doba.

Druga značajna pojava, koja se ne može isključiti iz prve, nego paralelno s njom raste, jeste naša izdavačka delatnost. I ova delatnost je odmah iza rata koncipirana po ugledu na slične delatnosti na Istoku. Bilo je to tada verovatno najlogičnije rešenje. Mi možemo, sa stanovišta današnjih shvatanja, osuđivati pojave koje smo preživeli, ali ih se ne možemo odreći i ne možemo negirati da smo u tom periodu ne samo tako radili nego tako i mislili, bili u uverenju da radimo najbolje.

Ta delatnost (posebno ćemo je tretirati iz današnjeg ugla) davala je i dala dosta značajnih rezultata. Drukčije onda nije ni moglo biti – za sve što se smatralo da treba da se objavi (a neko je bio zadužen da smatra), bilo je dovoljno novca. Taj period odnašnje raspodele i preraspodele je pogodio knjizi (nekim knjigama baš i nije, a nekima je više nego što treba) – cene su bile onakve kakve pamtim, knjiga je bila, dakle, dotirana, i prema tome vrlo jeftina.

Da ne ispustimo iz vida – ona je i danas, delimično dotirana i na Istoku i na Zapadu, svuda osim kod nas. Istine radi, postoje i ovde neki oblici dotiranja, ili samodotiranja (fondom iz fonda koji knjige stvaraju i sl.), ali je i to bilo, i kao oblik i kao sistem, ne samo nedovoljno nego i rđavo postavljeno i loše sprovedeno, počev od sistema kanala sticanja sredstava u ovakve mase, do kanala njihovog trošenja.

¹⁷ Andrić, P. (1971), Roman o knjizi, Centar, Batajnica-Beograd, str. – 16-19,20-27, 31-32.

Tokom razvoja društva, sa promenama koje je vreme donelo, promenila su se i gledanja na mnoge pojave – pa se stalo i na stanovište da samo ekonomske cene jesu cene. Budimo pravedni: to nije učinjeno zbog knjige, niti protiv knjige, to je moralo da se učini na opštem planu – a knjiga, razume se, nije mogla biti izuzetak. Tada, kad se to događalo (polovinom šeste decenije), rađao se širi nesporazum na relaciji pisac – izdavač. Može se reći da se izdavač snašao u novoj situaciji. Preduzeća su uskoro prestala da budu državna, upravljanje u njima je predato radnicima. Ostvarena je jedna od tekovina našeg društva. Iako bačen u situaciju da se snalazi, da teže izdaje, da drukčije formira cene, i da odmah, time, teže prodaje knjige, što ga tera da iznalazi nove puteve i kanale plasmana, izdavač je ostao na nogama. I, da bi ostao, lagano je prestajao da bude izdavač, a sve više postajao nešto što je „i izdavač“. Najčešće je širio „delatnost“. Naime, zanimljivo je pogledati kako se društvo postavilo prema tome. Izdavačima su između ostalog omogućeni krediti, dugoročni i kratkoročni. Neumešni da posluju sa kreditima, mnogi su ih olako tražili, često još lakše dobijali, a vrlo teško vraćali. Olakšice su nalažene u izmišljanju novih vrsta kredita, odlaganju anuiteta, produžavanju rokova itd.

Pogledajmo delo, samu knjigu. Ona, kao barometar trpi sve promene koje preživljavaju autor i izdavač. Dok je izdavač, preduzeće, privredna asocijacija, sa ambicijama da je, ili da bude, proizvođač, morao da prođe kroz tržišne šibe; dok pisac, kao stvaralac dela, nije ni umeo ni mogao da reši svoj osnovni problem, radni, životni čak; i dok je društvo i na jednom i na drugom planu omanulo (iako smo ustanovili da je čak intervenisalo i vantržišnim instrumentima na loš način i nevešto), kako to da društvo nije našlo načina da valjano interveniše kroz samu knjigu, kroz ono za šta jeste i mora biti životno zainteresovano, kako nije tu pokazalo taj svoj pravi interes? Naime, da se glavnom problemu društveno prišlo sa ove strane, da se trudilo kroz interes knjige, dela, kao nacionalnog blaga, za kojim i pisac i izdavač jednako rudare u svojim naporima, da ga stvore „ni iz čega“ i iznesu na svetlo dana – sigurno je da bi se lakše došlo i do rešenja...“

Da li se nešto na bolje promenilo danas, u korist knjige, autora i izdavača? Nije! Naprotiv, klima za knjigu, izdavačke projekte i njihov plasman su u najtežem položaju otkad egzistira izdavaštvo na ovim prostorima u zadnjih pola decenije. Pored svih iskustvenih spoznaja u vezi sa izdavačko-knjižarskom delatnošću, izdavači moraju da više posvete pažnju osluškivanju tržišta knjige. Nestanak velikog tržišta bivše SFRJ, delovao je na izdavače kao jedan globalni stresogeni faktor sa razornim dejstvom.

A neko predratno, posleratno i današnje knjižarstvo, koje je u prisnoj vezi sa izdavačkom delatnošću, po svom načinu rada, organizaciji i sistemu delovanja na kupce knjige – skoro da ništa nije menjalo, sem što je uvelo komputere za lakši obaveštajni sistem iz baze podataka o knjigama na lageru knjižara. Možda je tako i najbolje, jer autentično knjižarstvo ne bi trebalo da se disperzira na delatnost i trgovine nekim drugim artiklima, koji i nemaju dodira sa knjigom, a time postaju dućani ili svaštarnice prodaje raznorazne robe, koja je sa knjigom u disparatnom (nespojivom) odnosu.

Iz arhiviranog gradiva koje se odnosi na istorijat knjižarstva Srbije s kraja XVIII veka, zatim predratnog, kao i u periodima posle Drugog svetskog rata, u jednoj od

retkih knjiga o toj tematici, autora (starog knjižara) Petra Jonovića¹⁸ se kaže: „Ova knjiga treba da bude priručnik knjižarskim generacijama. Svaki knjižar pored praktičnog rada, mora da se upozna i sa istorijom knjižarstva. Do sada kod nas nije objavljena u kratkim crtama istorija knjižarstva, koja je u našoj zemlji bogata, naročito u Novom Sadu, u kome je niklo novo srpsko knjižarstvo“. Iz Jonovićeve knjige može se sagledati hronološki tok događaja u vezi sa našim knjižarstvom i ljudima koji su bili prvi pioniri te delatnosti:

1. **Emanuel Janković (1758-1791)**, rođen u Novom Sadu. Posle završene gimnazije studirao je medicinu u Haleu gde je istu završio, zatim nastavio školovanje u vezi sa knjižarstvom i štamparstvom u Pragu. Bio je profesor fizike i matematike i napisao je značajna dela. Prvu svoju srpsku štampariju i knjižaru osnovao je u Novom Sadu 8. januara 1790. godine. Umro je u Subotici 1791. godine.

2. **Damjan Stefanović Kaulici (1760-1810)**, rođen u Aradu. Izučavao je knjigovezački zanat u Sr. Karlovcima, usavršavao se u Segedinu, Budimu, Požunu i Beču. Godine 1790. počeo je sa knjigoveznicom i knjižarom, koja je bila smeštena u današnjoj zgradi vlašićanskog dvora. Njegovi potomci, počev od sina Konstantina Stefanovića, pa preko njegovih naslednika Jovana, Vasilija i Damjana, koji će otkupiti i prvoosnovanu knjižaru Emanuela Jankovića 1846. godine – nastavili su tradiciju.

3. **Dimitrije Kirjaković**, sa sinovima, od kojih je najpoznatiji bio Georgije, godine 1808. počinju da se bave vodećim knjižarstvom u Novom Sadu.

4. **Ignjat Fuks (1828-1877)**, rođen u Petrovaradinu, u gradu Novom Sadu 1856. otvara svoju štampariju i knjižaru, nasledili ga potomci Avgust i Emil.

5. **Svetolik Lazarević (1837-1897)**, rođen u Beogradu, dolazi u Novi Sad 1863. gde osniva knjižaru, ali se 1866. godine ponovo vraća u Beograd i radi na knjižarstvu.

6. **Braća Popovići, Kirilo-Ćira Popović i Đorđe-Đoka Popović**, rođeni u Novom Sadu. Otvaraju knjižaru sa Đorđem Rakićem 1862. godine u Novom Sadu.

7. **Luka Jocić (1839-1926)**, rođen u Sentomašu (Srbobran). Godine 1877. osniva velelepnu knjižaru u Novom Sadu i dvovlasničku štampariju, koja se seli u Karlovce.

8. **Arsa Pajević (1841-1905)**, rođen u Novom Sadu, sa suprugom Ankom 1878. osniva svoju štampariju i knjižaru. Pajević je kupio i štampariju dr Jovana Subotića.

9. **Petar Stojanović**, preuzeo je knjižaru pokojnog Pavla Jankovića 1841. koja je sredinom devetnaestog veka bila najpoznatija knjižara u Novom Sadu.

10. **Đorđe Ivković (1856-1920)**, rođen u Somboru. On se smatra pionikom prodaje srpske knjige na terenu. Zapošljava se u knjižari Braće Popović u Novom Sadu, gde biva unapređen u trgovačkog putnika, pa će vršiti prodaju knjige na terenu Bačke, Banata, Srema, Baranje, Hrvatske, Slavonije, Dalmacije, Boke Kotorske i Crne Gore. Kupio je štampariju i knjižaru Luke Jocića u Novom Sadu, a kasnije kupuje i štampariju Arse Pajevića 1895. Nasledio ga je posle smrti sin.

11. **Mita Stajić (1862-1913)**, rođen u Rumi. Naslednik je svoga ujaka knjižara. Školovao se u Lajpcigu na knjižarskom smeru, vraća se u Novi Sad, ali ubrzo napušta

¹⁸ Petar Jonović, Šta knjižar treba da zna, "LDIJ", Veternik 2001. str. – 6, 93-258.

vojvođansku ravnicu i odlazi u Beograd, gde 1896. godine osniva vlastitu modernu knjižaru u Srbiji.

12. **Negovan Ranitović (1864-1940)**, rođen u Subotištu u Sremu. Isprva je bio uspešan knjižar-torbar kao i kolega mu Đorđe Ivković. Kao misionar knjige putovao je i u Rusiju i Francusku. Imao je ličnu kolekciju knjiga od oko 10.000 primeraka, koja je bila znamenita u srpstvu posle njegove smrti.

13. **Svetozar Ognjanović (1869-1927)**, rođen u Titelu. Godine 1894. osniva knjižaru u Sremskim Karlovcima, a zatim posle smrti Arse Pajevića preuzima i njegovu knjižaru u Novom Sadu.

14. **Geca Kon (1873-1941)**, znameniti beogradski knjižar. Knjižarstvom se bavio u Novom Sadu i Beogradu. Svoju prvu knjižaru otvorio je u Beogradu 1901. godine. Geca Kon je dao veliki doprinos afirmaciji knjižarstva i izdavačke delatnosti. Jedna od njegovih najpoznatijih knjižara u Beogradu bila je u Knez-Mihailovoj ulici. U svom radnom veku imao je oko 1.000 raznih sopstvenih izdanja. Knjižara Gece Kona bila je najpoznatija u kraljevini Jugoslaviji i na Balkanu.

15. **Svetislav B. Cvijanović (1877-1961)**, rođen u Županji. Školovao se u Lajpcigu, zatim se zapošljava u poznatoj knjižari Mite Stajića, da bi 1902. godine osnovao svoju vlastitu knjižaru. Poznat po velikom pregalaštvu u vezi sa knjižarstvom i izdavaštvom. Interesantno je da je on sve sam radio, ali uz pomoć autora. On nikad nije imao računovođe, urednike, lektore, korektore, tehničke urednike, već je to sve sam radio: birao je slova, papir, ilustracije i određivao format knjiga u svom domu u Jevremovoj ulici u Beogradu, gde je u blizini bila i njegova radnja za prodaju knjiga.

Koliko su knjige u svim vremenima bile vredne, iz istorije govore primeri o nemerljivim strastima prema knjizi i pisanoj reči, koje su obuzimale i mnoge slavne ličnosti: vladare, pisce, naučnike, bogate ljude iz redova plemstva itd. Poznati knjigoljupci su bili: Aristotel, Đovani Bokačo, Marko Tulije Ciceron, Frančesko Petrarka, Filip Smeli Burgonjski francuski kralj, pruski kralj Fridrih Veliki, engleski kralj Džordž III, ruska carica Katarina II, zatim velikani 19. i 20. veka: Džordž Pijerpont Morgan, kneževi države Lihtenštajn (austrijski) i drugi.

A u prvoj fazi razvoja naše nacionalne kulture knjige su kod nas bile velika retkost, a čitaoci malobrojni. Pismen čovek bio je u isto vreme i učen čovek – toliko je pismenost bila retka. Naša narodna zagonetka „Bijela njiva, crno sjeme, mudra glava koja sije“ – to najbolje potvrđuje. Mudrih glava (i glavica) koje su znale čudesnu veštinu sejanja „crnog sjemena“ po „bijeloj njivi“ još nekako se i nalazilo, pa i takvih koje su želele svoje misli drugima da saopšte, ali se knjige nisu lako rađale. Valjalo je obezbediti prilična sredstva za hartiju i štampu, da se pomogne pisac da štampa svoje delo. Ne treba zaboraviti da je književna produkcija odnosno proizvodnja knjiga kod nas bila veoma mala. Npr. 1840. godine štampano je na srpskom jeziku ćirilicom samo četrdeset knjiga, a sto godina kasnije (1940. g.) štampano je oko 1400 knjiga...“

Knjižarska delatnost (rad sa knjižarama), kada su u pitanju raspored enterijera, a naročito šema knjižarske podele knjiga po strukama, (iz knjige Petra Jonoviću) organizovana je na sledeći način:

Šema knjižarske podele knjiga po strukama:

Redni broj	LEPA KNJIŽEVNOST – BELETRISTIKA
1.	Pripovetke i romani srpskih (jugoslovenskih) pisaca.
2.	Pripovetke i romani stranih pisaca: a) Ruski pisci. b) Ostali slovenski pisci: češki, poljski, bugarski. c) Francuski pisci. d) Ostali romanski pisci: talijanski, španski, rumunski. e) Englesko-američki pisci. f) Nemački pisci. g) Skandinavski pisci: danski, norveški, švedski. h) Ostale nacije (sve koje gore nisu obuhvaćene).
3.	Poezija.
4.	Pozorišna dela.
5.	Dečja književnost.
6.	Narodna književnost: pesme, pripovetke umotvorine.

Redni broj	NAUČNA KNJIŽEVNOST I grupa – Opšta znanja
1.	Dela opšteg karaktera: enciklopedije, leksikoni, priručnici, atlas.
2.	Bibliografije katalogi, bibliotekarstvo, knjižarstvo.
3.	Rečnici.

Redni broj	II grupa – Filozofske i humanističke nauke
1.	Filozofija, pedagogika, psihologija, logika, etika, obrazovanje, prosvetljenje, vaspitanje, školstvo.
2.	Religija, teologija.
3.	Istorija i teorija književnosti, književna i pozorišna kritika, estetika.
4.	Filologija, lingvistika.
5.	Muzika, pozorište, film, folklorna umetnost.
6.	Udžbenici stranih jezika.
7.	Klasična književnost: grčka, rimska, istočna.
8.	Umetnost: a) Slikarstvo. b) Vajarstvo. c) Arhitektura i urbanizam. d) Arheologija. e) Primenjena umetnost.

Redni broj	III grupa – Istorijske i društvene nauke
1.	Istorija.
2.	Politika i sociologija.
3.	Ekonomija, finansije, privreda, zadrugarstvo, trgovina, saobraćaj, statistika.
4.	Pravo i zakonodavstvo: rimsko, slovensko, međunarodno, državno, krivično, građansko, privredno.
5.	Geografija, etnografija, etnologija, folklor, putopisi, vodiči, turizam.

Redni broj	IV grupa – Matematičke i tehničke nauke
1.	Matematika.
2.	Astronomija.
3.	Geodezija.
4.	Opšta tehnička dela.
5.	Građevinarstvo i građevinska tehnika.
6.	Elektrotehnika, radiotehnika, tehnika veze.
7.	Mašine i mašinska tehnika.
8.	Metalurgija i obrada metala.
9.	Industrija i industrijska tehnika.
10.	Zanati i zanatska tehnika.
11.	Saobraćajna tehnika i saobraćajna sredstva.
12.	Štamparstvo.

Redni broj	V grupa – Prirodne i primenjene nauke
1.	Biologija.
2.	Zoologija.
3.	Botanika.
4.	Agronomija (poljoprivreda): Poljoprivreda, voćarstvo, vinogradarstvo, stočarstvo, pčelarstvo, svilarstvo, lov i ribolov, domaćinstvo.
5.	Šumarstvo.
6.	Medicina, farmacija, higijena.
7.	Veterina.
8.	Fizika, mehanika, dinamika, statika, akustika, optika, elektricitet.
9.	Hemija, tehnologija, poznavanje robe.
10.	Geologija, mineralogija, petrografija, rudarstvo.
11.	Meteorologija, klimatografija.
12.	Popularno-naučna literatura.

Redni broj	VI grupa – Razna stručna literatura
1.	Vojne nauke.
2.	Fiskultura i sport.
3.	Šah, filatelija, numizmatika.
4.	Razno.

Redni broj	VII grupa – Školski udžbenici
1.	Udžbenici za osnovne škole.
2.	Udžbenici za gimnazije.
3.	Udžbenici za stručne škole.
4.	Udžbenici za visoke škole (fakultete).

Redni broj	VIII grupa – Zbirke kompleti
1.	Sabrana dela pojedinih pisaca (bez obzira na sadržaj dela).
2.	Zbirke, serije, kompleti.
3.	Pojedinačna bolja izdanja i serijska izdanja izdavačkih kuća.

Redni broj	IX grupa – Periodika
1.	Časopisi.
2.	Kalendari.
3.	Almanasi, godišnjaci, izveštaji.

Redni broj	X grupa – Informatika
1.	U ovu grupu ulazi informatika i računarska literatura.

Izdavaštvo i knjižarstvo kod Srba traju više od dva veka. Prva delatnost je pokrenula štamparstvo, a iz te fūzije se razvilo knjižarstvo i bibliotečka delatnost. A šta o nastanku bibliotekarstva u svetu kaže knjiga dr Željka Vučkovića¹⁹ *Javne biblioteke i javno znanje*: „Teško je precizno utvrditi kada su nastale prve biblioteke i koje su bile njihove uloge. Sigurno je da su one proizvod kulturnog i civilizacijskog sazrevanja i da nastaju u povesnom trenutku kada društvene zajednice napuštaju nomadski način života i postaju urbanizovane i kada grafičke zabeleške postaju značajna i neophodna pretpostavka za efikasno uređenje i organizovanje međuljudskih odnosa.

Prema rečima nemačkog istoričara biblioteka Vorstiusa, za nastanak biblioteka bila su potrebna tri preduslova: 1) pojava i razvitak pisma koje se javlja između 3-4000.

¹⁹ Dr Željko Vučković, *Javne biblioteke i javno znanje*, Biblioteka Matice srpske, Novi Sad, 2003. str. – 31-37.

godine pre nove ere u Vavilonu, Egiptu i Kini, a koje su Feničani i Grci usavršili otkrićem fonetskog principa; 2) razvitak literature do te mere da je usmena tradicija postala nedovoljna nego je postalo neophodno da se ona i zapiše što je izazvalo pojavu knjižnih spomenika; 3) postanak jednog sloja obrazovanih ljudi kao preduslov za formiranje korisnika biblioteka i samih bibliotekara.

Tek kada je čovek razvio veštinu pisanja i kada je pronašao materijale i sredstva za beleženje, čuvanje i širenje zapisa znanja i iskustva, ljudsko društvo stvorilo je trajnu osnovu za akumulaciju i korišćenje znanja. Od pronalaska pisma čovečanstvo poseduje kolektivnu memoriju.

Pismo se može definisati kao sistem komunikacije među ljudima putem konvencionalnih vidljivih znakova, naročito jezičkih. Pismo je znakovni sistem koji je suštinski povezan sa jezikom. Ali, dok je jezik nastajao prevashodno kroz biološku, pa tek onda kroz kulturnu evoluciju čoveka, pismo je ljudski pronalazak, izum, koji kao takav pripada u potpunosti u sferu kulture.

Jezič i pismo obavljaju brojne slične funkcije: komunikacijsku, saznavnu, kulturnu, simboličku, estetsku, i druge. Specifičnost pisma proističe iz njegovih obeležja trajnosti i prenosivosti onoga što je zapisano.

Prenos znanja i iskustva usmenim putem bio je dovoljan samo za zajednice koje nisu brojale više od 5-10 hiljada stanovnika. U uslovima usmene tradicije gotovo je nezamisliv svaki društveni razvoj, a pogotovu razvoj nauke i tehnologije. Nakon pojave jezika, pronalazak pisma je prva i prava revolucionarna revolucija. Ona će omogućiti ubrzani društveni razvoj, a kao jedan od njenih posledica pojaviće se pisani dokumenti i potreba za bibliotekama.

Otuda su prve biblioteke po svojoj suštini arhivsko-skladišna mesta za čuvanje i zaštitu zapisa neophodnih za odvijanje privrednog, državnog i verskog života. U velikim sumerskim gradovima Uruku, Lagašu, Nipuru i drugim, otkrivene su bogate zbirke glinenih pločica koje su čuvane u posebnim prostorijama u okviru hramova, kraljevskih palata i škola. U ruševinama Nipura, religijskog i kulturnog sumerskog centra, pronađena je i glinena pločica sa potpisom 62 dela, koja se može smatrati najstarijim bibliotečkim katalogom i začetkom stručne kvalifikacije.

Najznačajnija biblioteka-arhiv starog Srednjeg istoka je biblioteka asirskog kralja Asurbanipala iz sedmog veka pre naše ere. U ostacima njegove palate u gradu Ninivi sačuvano je preko 20.000 glinenih pločica koje su veoma brižljivo i sistematski prikupljane i čuvane. Asurbanipalova ideja je bila da na jednom mestu sakupi sve književne naučne, obredne i druge tekstove koji su stvoreni ne samo u njegovom carstvu, već i u prethodnim generacijama...

Za razliku od arheoloških svedočanstava, pisani istorijski podaci ukazuju na Egipat kao kolevku biblioteka u Starom veku. Grčki istoričar Herodot zabeležio je da su Egipćani narod koji voli da ostavlja pisane spomenike.

Egipatske knjižnice nalazile su se u okviru hramova, škola u hramovima i u vladarskim palatama, a istorijski podaci o njima veoma su nepouzdana. Kao prva biblioteka pominje se „Kuća knjiga“ u Karnaku, od koje su preostale samo ruševine. Grčki istoričar Diodor sa Sicilije, u svom opisu grada Tebe, pomenuo je biblioteku

nad čijim je portalom pisalo: „Medicina za dušu“. Arheološka iskopavanja hrama faraona Ramzesa u Tebi otkrila su grobove dvojice bibliotekara, oca i sina koji datiraju oko 1200. godina pre naše ere. To je bilo svedočanstvo da je tebanska biblioteka zaista postojala, a i potvrda da je bibliotekarsko zanimanje, kao i druge javne službe u Egiptu, bilo nasledno.

Južno od Tebe, u hramu boga Horusa u mestu Edfu, pronađena je staroegipatska biblioteka o kojoj ima najviše verodostojnih podataka. Poznata je pod nazivom „Kuća papirusa“, a na zidu prostorije sa nišama za čuvanje svitaka uklesan je popis bibliotečkih zbirki. Ovaj popis, iz druge polovine trećeg veka pre naše ere, svojevrsan je bibliotečki katalog sa ukupno 37 nabrojanih naslova. U svojoj *Povijesti knjige* Aleksandar Stipčević zaključuje da upravo biblioteka u Edfu pokazuje da je čak i u kasnom razdoblju faraonskog Egipta knjiga bila vrlo retka i teško pristupačna širem krugu čitalaca. U gotovo isto vreme, u istoj zemlji Egiptu, helenistička dinastija Ptolemeja osniva Aleksandrijsku biblioteku koja će ubrzo narasti do zbirki sa oko 700.000 rukopisnih svitaka.

Jedan broj istoričara kulture insistira na grčkom karakteru Aleksandrijske biblioteke i na njenom diskontinuitetu u odnosu na knjižnice Srednjeg istoka. Međutim, nama se čini da je mnogo prihvatljivija pretpostavka da je Aleksandrijska zapravo rezultat srećne kombinacije klasične grčke i orijentalne bibliotekarske tradicije. Poznato je da čak ni u zlatno doba Periklove Atine, bez obzira na raširenost pismenosti, filozofskog i umetničkog stvaralaštva, proizvodnja ni distribucija pisanih književnih spomenika nisu bili posebno razvijeni. Klasični Grci nisu bili ni skribomani ni bibliofili, već su više negovali i poštovali usmenu komunikaciju i neposredan dijalog. Sokrat, jedan od najznačajnijih i najuticajnijih filozofa, nije ništa napisao, verujući da je samo izgovorena reč izraz žive duše, dok je svaki zapis samo bleđa kopija istine. Platon je mnogo fleksibilniji prema značaju knjiga, ali je i za njegovu koncepciju filozofije i obrazovanja živi dijalog prihvatljiviji metod nego korišćenje i tumačenje zapsanog znanja. Tek od Aristotela nastaje zaokret. Njegov pedagoški metod ne zahteva prevashodno dijalog, već on više drži sistematska predavanja, što zahteva i postojanje knjiga. Aristotel je posedovao značajnu i veoma dobro uređenu biblioteku.

Sa druge strane bibliotekarstvo u Mesopotamiji je već imalo bogatu tradiciju u prikupljanju i organizaciji rukopisa. Ptolemej je bio prijatelj i pratilac Aleksandra Velikog i sa njime je delio helenističku viziju budućeg sveta koji će povezivati Grčku i Orijent. Na vojnim pohodima na Mediteranu i Aziji oni su mogli videti bogate i razvijene gradove sa velelepnom bibliotekama-arhivima. Opravdano je pretpostaviti da je Aleksandrijska biblioteka preuzela i dostignuća orijentalne bibliotekarske tradicije.

Međutim, ono što daje suštinsko grčko obeležje Aleksandrijskoj biblioteci jeste njena snažna veza sa naučnim istraživanjem. Dok su se istočnjačke biblioteke-arhivi bavile sakupljanjem u čuvanjem zapisa, Aleksandrijska biblioteka je bila živi primer korisničkog i komunikacionog principa.

Biblioteke starog veka bile su prvenstveno skladišna mesta, pouzdani rezervoari znanja, ali skladišta namenjena samo odabranim pojedincima. Kako je duhovito primetio Melvin Djuj, osnivač decimalne klasifikacije, biblioteke su tek od devetnaestog

veka od rezervoara postale fontane, vodoskoci znanja koji su mogli da okrepe, osveže i osnaže svakog čoveka koji je u njima poželeo da zadovolji svoju inteligentnu i duševnu žed.“

O nekadašnjoj drevnoj i najpoznatijoj na svetu, Aleksandrijskoj biblioteci, u knjizi poznatog američkog univerzitetskog profesora Karla Segana,[†] glavnog i odgovornog urednika „Ikarusa“, vodećeg profesionalnog časopisa za istraživanje planeta, piše sledeće: „Grad Aleksandriju je osnovao Aleksandar Veliki, a podigli su ga njegovi bivši telohranitelji. Aleksandar se zalagao za uvažavanje stranih kultura, kao i za slobodoumno prikupljanje znanja. Podsticao je svoje generale i vojnike da se žene Persijankama i Indijkama. Poštovao je bogove drugih naroda. Sakupljao je egzotične oblike života, a svom učitelju, Aristotelu, nabavio je slona. Grad mu je sazdan u raskošnim razmerama, sa svrhom da bude svetsko trgovačko, kulturno i naučno središte. Krasili su ga prostrane avenije, široke i do trideset metara, elegantna arhitektonska i vajarska dela. Aleksandrova monumentalna grobnica, kao i ogroman svetionik, Faros, jedno od sedam čuda staroga sveta.

Ali najveće čudo Aleksandrije bila je Biblioteka i sa njom povezan Muzej (doslovno, institucija posvećena oblastima koje su stajala pod okriljem muza). Od te legendarne Biblioteke danas je sačuvan samo jedan memljiv i zaboravljeni podrum takozvanog sarapeuma, nekadašnjeg dogradka Biblioteke, koji je najpre bio hram da bi potom promenio namenu i postao posvećen znanju. Možda jedine fizičke ostatke tu danas predstavlja nekoliko plesnivih polica. Pa ipak, ovo mesto bilo je jednom um i dika najvećeg grada na planeti, prvi istinski istraživački institut u istoriji sveta. Naučnici Biblioteke izučavali su svekoliki kosmos. Ovde je obitavala zajednica naučnika, koji su preduzimali istraživanja u oblasti fizike, književnosti, medicine, astronomije, zemljopisa, filozofije, matematike, biologije i tehnike. Nauka i učenost tu su stekle punoletstvo. Bio je to pravi rasadnik genija. Aleksandrijska biblioteka bila je mesto gde smo mi, ljudi, prvi put sakupili, ozbiljno i sistematično, svekoliko znanje sveta.

Pored Erastotena, tu je delovao i astronom Hiparh, koji je kartografisao sazvežđa i izvršio procenu sjajnosti zvezda; zatim Euklid, koji je blistavo sistematizovao geometriju i kazao svom kralju, dok se ovaj jednom prilikom mučio oko nekog teškog matematičkog problema: „Nema kraljevskog puta do geometrije“; pa Dionizije Tračanin, čovek koji je razvrstio delove govora, preduzevši u izučavanju jezika ono što je Euklid preduzeo u geometriji; potom Herofil, fiziolog, koji je pouzdano ustanovio da je mozak, a ne srce, središte pametu; Heron iz Aleksandrije, izumitelj zupčastog prenosnika i parnih mašina, kao i autor *Automate*, prve knjige o robotima; Apolonije iz Perga, matematičar koji je odredio oblika preseka kupe – elipsu, parabolu, i hiperbolu – krive za koje danas znamo da predstavljaju orbite po kojima se kreću planete, komete i zvezde; Arhimed, najveći matematički genije do Leonarda da Vinčija; najzad, astronom i geograf Ptolomej, u čiju zaslugu spada najveći deo onoga što je danas obuhvaćeno pseudonaukom astrologijom; njegova vasseljena, u čijem se središtu nalazi Zemlja, ostala je na snazi hiljadu pet stotina godina, pokazujući da od velikih grešaka nije imuna ni najblistavija in-

[†] Karl Segan, *Kosmos*, „Otokar Keršovani-Rijeka“, Opatija, 1983. str. – 18, 19, 20, 21, 332-337.

teligencija. A među tim velikim muškarcima bila je i jedna velika žena, Hipatija, matematičar i astronom, poslednja perjanica Biblioteke, čija je mučenička smrt bila povezana sa uništenjem Biblioteke sedam stoleća posle njenog osnivanja o čemu će kasnije biti još reči. Grčki kraljevi Egipta, koji su se smenjivali posle Aleksandra, ozbiljno su držali do nauke. Stolećima su pružali potporu istraživanju i obezbeđivali radne uslove u Biblioteci za najizvrsnije umove datog doba. Ona je sadržala deset velikih istraživačkih dvorana, od kojih je svaka bila posvećena drugoj oblasti; tu su, zatim, bili vodoskoci i kolonade, botaničke bašte jedan zoološki vrt, sale za sekciranje, opservatorija i velika trpezarija, gde su, u časovima dokolice, vođeni kritički razgovori o raznim zamislima.



Velika dvorana stare Aleksandrijske biblioteke u Egiptu. Rekonstrukcija na osnovu svedočanstva i nalaza (slika br. 11a).

Glavno blago Biblioteke bila je njena zbirka knjiga. Bibliotekari su pročešljavali sve kulture i jezike sveta u potrazi za knjigama. Upućivali su izaslanike u inostranstvo da kupuju cele biblioteke. Trgovačke brodove koji su pristajali u aleksandrijsku luku pretraživala je gradska straža – ali ne zbog šverca, nego zbog knjiga. Svici su pozajmljivani, prepisivani, a onda vraćani vlasnicima. Teško je proceniti tačan broj, ali Biblioteka je po svojoj prilici imala pola miliona papirusnih svitaka ispisanih rukom. Šta se zbilo sa tim knjigama? Klasična civilizacija koja ih je iznedrila raspala se, a sama Biblioteka bila je hotimice uništena. Sačuvan je tek sasvim mali broj dela iz nje, kao i nešto žalosno krnjih fragmenata. Ali koliko su samo uzbudljivi ti delovi i odlomci! Znamo, na primer, da je na nekoj polici stajala jedna knjiga astronoma Aristarha Samosaćanina, u kojoj se tvrdilo da je Zemlja samo jedna od planeta, da sa ostalima kruži oko Sunca, kao i da su zvezde veoma daleke. Svi ovi zaključci potpuno su tačni, ali trebalo je sačekati blizu dve hiljade godina da se ponovo dođe do njih. Ukoliko sto hiljada puta

uvećamo razmere gubitka zbog nestanka ovog Aristarhovog dela, počecemo da shvatamo svu veličanstvenost preduzetništva klasične civilizacije i tragičnost uništenja.

Samo jednom pre modernih vremena postojalo je u našoj istoriji obećanje blistave naučne civilizacije. Temeljeći se na jonjanskom buđenju, ono je imalo svoju citadelu u Aleksandrijskoj biblioteci, gde su pre dve hiljade godina najizvrsniji umovi srarog sveta postavili osnovu sistemskog uzučavanja matematike, fizike, biologije, astronomije, književnosti, zemljopisa i medicine. Mi još gradimo na tim temeljima. Biblioteku su održavali Ptolemejevići, grčki kraljevi koji su nasledili egipatski deo carstva Aleksandra Makedonskog. Od trenutka kada je podignuta u trećem stoleću pre naše ere do časa kada je, sedam vekova kasnije, razorena, ona je predstavljala mozak i srce starog sveta.

Aleksandrija je bila izdavačka prestonica planete. Razume se štampanje knjiga tada još nije postojalo. Knjige su stoga bile veoma skupe; svaka je bila prepisivana rukom. Biblioteka je bila stecište najpomnijih kopija na svetu. Umeće kritičkih izdanja pronađeno je upravo tu. Srari zavet dospeo je do nas poglavito iz grčkih prevoda koji su rađeni u Aleksandrijskoj biblioteci. Ptolemejevići su uložili zamašan deo svog ogromnog bogatstva da bi pribavili što je moguće više grčkih knjiga, baš kao i onih iz Afrike, Persije, Indije, Izraela i drugih delova sveta. Ptolemej III Eurget želeo je da pozajmi od Atine originalne rukopise ili zvanične državne primerke velikih antičkih tragedija Sofokla, Eshila, i Euripida. Za Atinjane je to bila svojevrsna kulturna očevina – baš kao što su to za Engleze originalni rukopisni primerci i folio-izdanja Šekspirovih dela. Tek kada je Ptolemej položio ogromnu svotu gotovine kao jemstvo da će drame biti vraćene, oni su pristali da ih pozajme. Ali za Ptolemeja su ti svici vredeli više od zlata i srebra. On se rado odrekao položenog jemstva i što je bolje umeo sakrio je originale u Biblioteku. Razgnevljeni Atinjani morali su da se zadovolje kopijama koje im je Ptolemej poslao, sasvim malo postiđen onim što je učinio. Retko se događalo da jedna država u toj meri uvažava sticanje znanja.

No, Ptolemejevići nisu samo prikupljali znanja drugih, već su podsticali i potpomagali naučna istraživanja, stvarajući tako nova znanja. Ishodi su bili uistinu zapanjujući: Eratosten je tačno izračunao veličinu Zemlje, kartografisao ju je i ustvrdio da se do Indije može stići tako što će se ploviti na zapad od Španije. Hipark je nagovestio da se zvezde rađaju, lagano se kreću tokom stoleća i konačno iščezavaju; on je prvi preduzeo katalogizaciju položaja i veličina zvezdada bi ustanovio takve promene. Euklid je sačinio udžbenik geometrije iz koga su ljudi učili tokom potonja dvadeset tri stoleća; upravo ova knjiga pobudila je zanimanje za nauku kod Keplera, Njutna i Ajnštajna. Galen nam je ostavio u nasleđe osnove lečenja i anatomije, koji su preovladivali medicinom sve do preporoda. Bilo je, kao što je već rečeno, i mnogo drugih istinskih naučnika.

Slava Aleksandrijske biblioteke danas je tek maglovit spomen. Njeni ostaci bili su sravnjeni sa zemljom. Ispalo je, u stvari, kao da je cela civilizacija samu sebe podvrgla temeljitom ispiranju mozga; ogroman deo njenog pamćenja, otkrića, zamisli i strasti bio je neopozivo izgubljen. Gubitak je bio neprocenjiv. U izvesnim slučajevima znamo samo za uzbudljive naslove dela koja su bila uništena. No, u zamašnoj većini slu-

čajeve ne znamo ni za naslove, niti za autore. Kada je u pitanju fizički sadržaj same Biblioteke, nije sačuvan nijedan jedini svitak.“

1.2. TEORIJSKI ASPEKTI FIZIČKE KULTURE I SPORTSKE KNJIGE

Na nekim fakultetima učilo se o teoriji fizičke kulture, da bi to ubrzo bilo nerazumno ukinuto, dok je na većini fakulteta ona ostala kao obavezan i veoma važan predmet edukacije studenata. A što se tiče udžbenika iz fizičkog i zdravstvenog vaspitanja za osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje, cela situacija je apsolutno porazna. Udžbenik iz fizičkog vaspitanja za osnovce i srednjoškolce je nekada postojao u periodu šezdesetih godina prošlog veka.

Pokušaj sportskih naučnih institucija da pokrenu diskusiju o jedinstvenom novom udžbeniku iz fizičke i zdravstvene kulture za učenike osnovnih i srednjih škola, presečen je «šugarizacijom» (odlukom ministarstva prosvete na čijem je čelu bio dr Stipe Šušar iz Zagreba), početkom sedamdesetih godina prošlog veka. Najveći protivnici teorijskom pristupu bili su pojedini autori kineziološkog pravca u nauci o fizičkoj kulturi, koji su neargumentovano istupali protiv udžbeničkog pristupa.

Kineziologija kao terminološka odrednica označava nauku koja se bavi proučavanjem telesnih vežbi i kretanja. Pristalice te grane nauke su smatrale da je dovoljno da mladi u svojim školama i fakultetima treniraju i rade određene vežbe na spravama, a teorija im nije potrebna. Iz takvog stava je i pravljen program za osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje, kao i neke fakultete. Posledica toga je bila da veliki broj generacija mladih u protekle 4 decenije nije ni naučio kroz neku teorijsku formu ili udžbenik, skoro ništa o mnogobrojnim učilima sa kojima su se družili u mladosti kao što su: kozlić, karike, razboj, lopta, gong, stadion, košarkaška, odbojkaška i fudbalska mreža, švedske lestvice, vratilo, strunjača, tegovi (amaterski ili olimpijski), trenerka, kopačke, kotur, čunj, traka, niti o korenima i poreklu raznih sportova. Sem izuzetaka i šturih odgovora koje su generacije dobijale od svojih učitelja ili nastavnika fizičke kulture, jer teorija fizičke i zdravstvene kulture i sporta nije nikad bila u nastavnom planu i programu, stoga nije bilo ni adekvatnih udžbenika.

Danas se s pravom može postaviti jedno logično i razumno pitanje: Zbog čega su profesori na fakultetima fizičke kulture (na)učili o postanku i istorijatu raznoraznih sportskih rekvizita, a da o tome nisu mogli da pričaju sa svojim učenicima osnovnih i srednjih škola, kojima su predavali predmet opštefizičko i zdravstveno obrazovanje? Da li je moguće da su ih u takve apsurdne situacije doveli predstavnici kineziološke naučne grupacije, kao protivnici udžbeničke forme u fizičkom obrazovanju mladih? Nije čak bilo moguće doći ni u poziciju da se započne bilo kakva teorijska analiza ni na temu upravljanja sportskim organizacijama i sportom sa naučnih i stručnih pozicija. Dakle o tome reč nisu imali teoretičari i naučnici već zakonodavci.

Da li je sazrelo vreme, da se u vezi sa nedostacima udžbenika za fizičko vaspitanje osnovnoškolske i srednjoškolske populacije – preduzmu konkretni koraci?



Slike br. 12 i 13

Udžbenici koji nedostaju u školstvu Republike Srbije.

U knjizi dr Radovana Vukovića, «Teorija fizičke kulture» se kaže: «Pojava i ubrzani razvitak novih oblika i usmerenje u delatnoj sferi fizičke kulture, otvorili su i mnoštvo novih pitanja, prvenstveno praktičnih, ali i teorijskog karaktera». «Uslovno i u najširem smislu, teorija fizičke kulture se može predstaviti kao sveukupnost znanja koja su ponikla i razvijala se kao teorijska refleksija čovekovog iskustva u fizičkoj kulturi, odnosno znanja koja na određen način reflektuju celokupno iskustvo i praksu fizičke kulture». «Kao naučna disciplina, teorija fizičke kulture ima višestruki značaj – spoznajni, metodološki, praktični. Otkrivajući objektivne zakonitosti funkcionisanja i razvoja fizičke kulture, ona omogućuje da se dublje pronikne u praksu, da se shvati suština i smisao određenih pojava i tendencija, da se odvoji bitno od nebitnog, neophodno od slučajnog, progresivno od zastarelog i već prevaziđenog»²¹

Zadaci sa kojima se susreću nastavnici i profesori fizičke kulture u školama u kojima predaju, bez adekvatnog udžbenika, dakle bez potpore teorijske forme – veoma su teški. Nisu u boljoj situaciji ni treneri i viši treneri raznih sportova, pa u knjizi dr Milke Oljače, profesora Filozofskog fakulteta iz Novog Sada, se kaže: «Naime, u praksi je raširena zabluda da je trenerima najvažnije poznavanje «struke» pod kojim se podrazumeva poznavanje zakonitosti, principa, i karakteristika sporta kojim se bave, pri čemu se zanemaruju činjenice, da je posao trenera PRENOŠENJE tih znanja i RAZVOJ određenih psihomotornih veština kod sportiste, a zatim i UTICAJ i MODELLOVANJE njihovog emotivnog, konativnog i etičkog ponašanja. Time se ne umanjuje značaj poznavanja veština, strategija i tehnika datog sporta, ali ova znanja su samo deo onoga što trener mora da zna, da bi uspešno obavljao ovu složenu delatnost. Kada bi poznavanje sporta bilo dovoljno, onda bi svaki sportista automatski mogao da bude i trener, i dalje onda bi vrhunski sportisti postajali i vrhunski treneri».²²

Činjenica je da nedostatak stručne literature iz oblasti fizičke kulture i sporta u osnovnim i srednjim školama Republike Srbije pričinjava znatne teškoće nastavnicima i profesorima. Svakako da bi ohrabrila pojava takve jedne knjige posle perioda od skoro četiri decenije, kada je nekada nešto postojalo u udžbeničkoj formi. Takav udžbe-

²¹ Dr Radovan Vuković (1997), Teorija fizičke kulture, FFK, Novi Sad, str. - 9, 10, 12, 13.

²² Dr Milka Oljača (1996), Pedagogija sporta, FFK, Novi Sad, str. – 5, 6.

nik bi imao višestruku vrednost, jer bi na pristupačan i metodički jasan način uveo mlade u suštinsku materiju fizičke kulture, sporta i zdravstvenog vaspitanja zajedno.

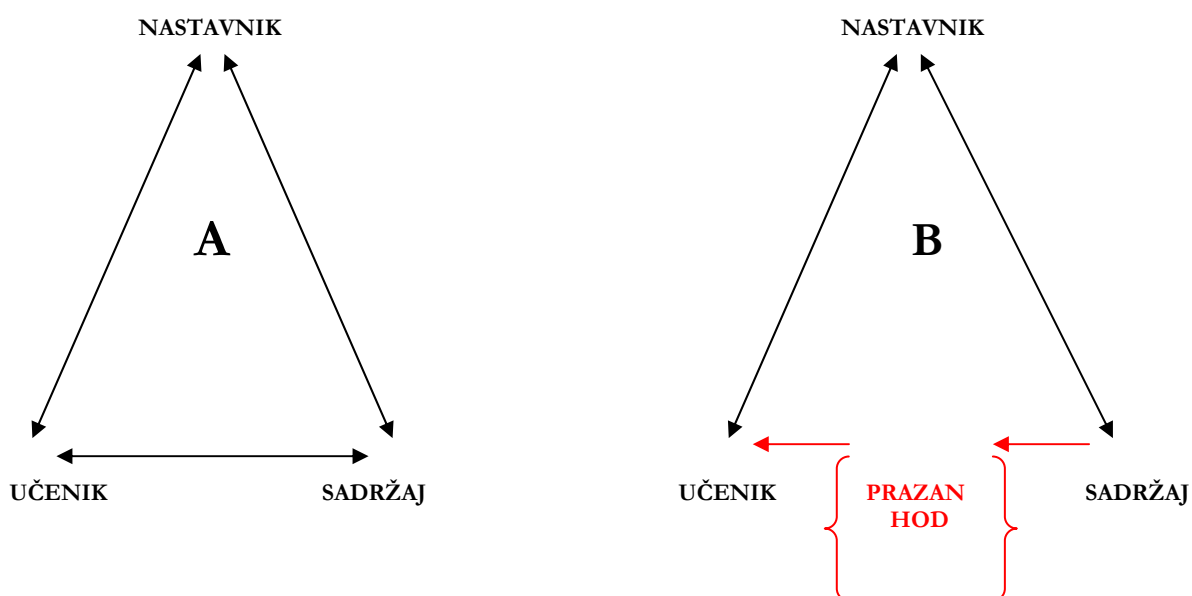
Slika broj 14.



Slika broj 15.



Prikaz kidanja didaktičkog trougla u fizičkoj kulturi



Slika broj 16.

Učenik se iz predmeta fizičke kulture obrazuje i vaspitava sistematskim poučavanjem nastavnika i samostalnim učenjem iz udžbenika koji treba da dobije.

Nastavnik je kvalifikovani stručnjak koji poučava i rukovodi procesom nastave i učenja.

Nastavni sadržaj predstavlja didaktički izbor iz generacijskog iskustva što ga po planu i programu treba usvojiti.

Slika A predstavlja moguću buduću formu udžbenika iz fizičke kulture.

Slika B predstavlja sadašnje stanje u školama – udžbenika nema («prazan hod»).

U poslednje vreme nagli razvoj nauke u oblasti sporta i fizičke kulture stvorio je veliki raskorak između naučnih otkrića i onih koji to treba da primene u praksi. U knjizi prof. dr Spasoja Bjelice, se kaže: «Naučna dostignuća u sportskoj praksi moraju se razumeti i prosuđivati. Uvođenje naučnih rezultata u sportsku praksu moguće je samo tesnom uzajamnom vezom naučnih istraživanja i prakse, jer ulaženje u praksu naučnog rezultata nije manje složen zadatak od njegovog dobijanja kroz naučna istraživanja».²³

Uz činjenicu da je porazna situacija u osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju, ohrabruju vesti da se pojavi poneka knjižica, koja koliko-toliko dodirne problematiku nedostatka udžbenika iz fizičke kulture. Takva jedna knjiga se pojavila od autora Slobodana Hranislavljevića (izdavač Sla-Ma-Pet, Beograd, 2001. god.) koja je imala za cilj da pokrije samo neke beogradske škole, pa se u predgovoru njenog autora Hranislavljevića kaže: «Nedostatak tačnih, svežih informacija o sportskim sadržajima i aktivnostima u Beogradu takođe je jedan od razloga koji su nas nagnali da

²³ Prof. dr Spasoje Bjelica (1997), Sociologija, Dnevnik, Novi Sad, str. – 334.

pokušamo da u jednoj skromnoj publikaciji damo sveobuhvatnu sliku sporta u našoj sredini, a izvor informacijama navedenim u publikaciji su sportski savezi – u prvom redu sportski savezi Beograda».²⁴

1.2.1. Obrazovna literatura u izdavaštvu i knjižarstvu.

Pojedine društvene izdavačke kuće (u Srbiji «Zavod za izdavanje udžbenika Beograd»), a u poslednje vreme i neke privatne izdavačke kuće proizvode materijale koji se prodaju školama: udžbenike za razne predmete i školske knjige, knjige za dodatno čitanje i metodičko čitanje i metodičke priručnike; kasete, video trake i kompjuterske programe kao i druga sredstva koja služe u nastavnim aktivnostima. Nažalost, često se događa da se određeni udžbenik pojavi iz štampe kao «obavezni», da bi brзом uredbom evoluiran u «fakultativni». To je slučaj sa pokušajem uvođenja stranog jezika (engleskog) za prvake u Republici Srbiji. Pojedini izdavači su ušli bukvalno u gubitke, jer nisu predvideli mogućnost da se odluke ministarstva menjaju za nedelju dana. Kako se to radi u modernom svetu, može se videti iz knjige Alison Baverstok: «Prihvatanje nekog naslova za opštu upotrebu u školama može potrajati. Nastavnici moraju da procene ogledne primerke novog materijala, da ih eventualno isprobaju u praksi i da razmotre takve rezultate sa kolegama, direktorom ili lokalnim školskim savetnicima. Kada jednom naprave izbor i prihvate neki materijal, izvesno vreme neće moći da ga menjaju. Trud izdavača koji ulože vreme i novac u promociju knjiga, koje treba da budu usvojene, može da bude obilato nagrađen kroz duži period; izdavač može da se upusti u niz ponovljenih izdanja, što je veoma isplativo, u nova izdanja i u izdavanje srodnih materijala».²⁵

Što se tiče situacije kod nas, činjenica je da nema dobre korelacije između izdavača, prosvetnih čelnika, direktora škola, što čini *prazan hod* u toj problematici. Što se tiče sportske literature i sportskih knjiga, oni se pojavljuju s vremena na vreme, ali što se tiče udžbeničkog pristupa sportu i fizičkoj kulturi, tu postoji megaciklični *prazan hod* koji traje skoro 4 decenije. Nema usaglašenosti niti komunikacije između izdavača i mogućih autora takvog udžbenika sa jedne strane, i prosvetnih vlasti i škola – sa druge strane. Naravno, gubitnici su najmlađe generacije, kao i srednjoškolci, koji bi od takvog udžbenika imali ogromne koristi u edukativnom i teorijskom smislu, prvenstveno, ali i sportske nauke u celini.

1.2.2. O udžbeničkom pristupu fizičkoj kulturi.

Ako se pogleda mišljenje o udžbeničkom pristupu u školovanju uopšte, u novijoj knjizi Žaka Gonea, se kaže: »Školski udžbenik, pomoćnik i sluga nastave, prvi posrednik u školi, često je predstavljen i kao slika samog legitimiteta znanja. Zar nije čudno što se on jednakom žestinom usredsređuje i na odbacivanje i, suprotno tome, na nazovireligioznu privrženost institucionalnim obredima. Oспорavanje ovakve

²⁴ Slobodan Hranislavljević (2001), *Mladi i kultura sporta*, Beograd, str. – 5.

²⁵ Alison Baverstok (2001), *Marketing u izdavaštvu*, "Klio", Beograd, str. – 306-307.

uloge udžbenika nije započeto u današnje doba (Igo je još govorio o «nerazumljivim škrobotinama»), ali suprotstavljen drugim formama znanja, on se nalazi u središtu novih preispitivanja. Zar ne bi bilo bolje da se čitanje uči uz štampu, na primer, nego da se prinose žrtve tradiciji specijalizovanih dela, čija uspešnost nikada nije dokazana? Mnogobrojni radovi pokazuju da je motivisanost dece odlučujući faktor procesa učenja. Štampa podstiče osećaj radoznalosti i donosi paletu privlačnih praktičnih školskih vežbi, ispunjenih velikim brojem zabavnih elemenata. Posebno u Švedskoj, u kojoj se čitanje više ne uči putem udžbenika, rezultati sve više dokazuju nadmoćniji karakter učenja zasnovanog na otkrivanju pisma i njegovih znakova u štampi». Takvo mišljenje vlada u Švedskoj, a sada da pogledamo kakvo je mišljenje u Francuskoj, gde se iz iste knjige Žaka Gonea kaže: «I pored svega toga, udžbenik, kao predmet, ostaje magičan i nedodirljiv. Kako drugačije objasniti tiraže i dugovečnost, uzmimo na primer državu Francusku, istorijskih knjiga Male Isaka, metoda za učenje engleskog Karpentje-Fialipa, odabranih književnih tekstova Lagara i Mišara? Izvesno je da ova dela poseduju neke očigledne kvalitete. U njima je na jednom mestu objedinjena revnost njihovog doba, sa odgovarajućim razočaranjima. Što se tiče ove poslednje opaske, primetićemo, na primer, da su ova ista dela korišćena i u područjima prekomorskih zemalja, kao u frankofonoj Africi, i da su doprinela jednoobraznosti shvatanja, čiji se zapanjujući primer odnosi na često verovanje u galske pretke svih ovih naroda. Međutim, ispitivanje udžbenika izlazi i izvan okvira komparativnih iskustava sa drugim izvorima informacija i sa merenjem njihove vrednosti u obrazovnim sistemima. Argumenti mnogih, koji osporavaju valjanost udžbenika, vrte se izvesno vreme samo oko stereotipa, i to najviše brine, i to najviše brine jer se često upravo ti isti kritičari na najpodmukliji način dosipaju kap po kap u žestoku kritiku medija. Ipak, neosporno je da profesori imaju mogućnosti za izvesnu slobodu u radu. Istina je da knjiška nastava nastavlja da koristi svoja preimućstva, zahvaljujući *a priori* predubedenjima (svi učesnici u sistemu daju joj prednost)».²⁶

U vezi sa udžbeničkim pristupom u fizičkoj kulturi, na osnovu istraživanja skoro sve zemlje u svetu u osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju poseduju takve udžbenike, dok neke zemlje tome pridaju izuzetan značaj (Rusija, Mađarska, Republika Srpska). Naravno da je logično da veoma napredne zemlje Evrope kao i Amerika imaju pravo da tragaju za još boljim formama edukacije mladih. Međutim, u našoj zemlji nije postignut ni najosnovniji minimum alternative učila iz opšteg fizičkog i zdravstvenog obrazovanja. Većina škola uopšte nema fiskulturne sale, veliki deo takvih sala je bukvalno preopterećen, jer u njima drže nastavku više različitih škola, gde je veliki problem sa ekološko-zdravstvenog stanovišta (neprovetrenost posle prve smene nastave, neosvetljenost, nezagrejanost, neadekvatan broj mokrih čvorova), dok su mnoge fiskulturne sale u našoj zemlji pre slične konjušnicama nego dvoranama za telesni razvoj osnovnoškolske i srednjoškolske omladine. Što se tiče udžbeničkog pristupa iz predmeta fizičke kulture i sporta, takav udžbenik je nekada postojao šezdesetih godina, da bi novim reformama u školstvu «švarizacijom» (ministra prosvete u SFRJ dr

²⁶ Žak Gone (2001), Obrazovanje i mediji, "Klio", Beograd, str. – 41, 42, 43.

Stipe Šuvara prim.a.) bio eliminisan, a da o tome niko nije pitao mišljenje niti učenika, niti fakulteta fizičke kulture. O tome nisu pitani ni sportski pedagozi, psiholozi, defektolozi, profesori fizičke kulture itd. U prethodnoj SFRJ, kao i današnjoj Republici Srbiji funkcionišu školske institucije sa velikim renomeom u svetu (Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja iz Beograda, FFK iz Novog Sada, Fakultet fizičke kulture iz Niša, FST Tims iz Novog Sada), koji bi mogli da daju doprinos da se objave udžbenici iz predmeta fizičkog i zdravstvenog vaspitanja za osnovne i srednje škole, uz mogućnost da se takvi udžbenici dopunjuju novim informacijama i naučnim saznanjima do kojih se dolazi u modernom svetu. Nedostatak takvih udžbenika predstavlja veliki problem, jer je edukacija mladih prepuštena nivou savladanog znanja profesora fizičkog vaspitanja, koji zaista jesu savladali kompletan nastavni plan i program na svojim fakultetima fizičke kulture, ali ko može izmeriti to stečeno znanje? Šta je sa njihovom nadgradnjom i iz čega će je percipirati? Zbog čega učenici nemaju prava na nadradnju putem udžbenika iz svoga predmeta? Dakle, nužno je krenuti u dimenziju inovacija koje se bave obrazovnim ciljevima u oblasti fizičke kulture i sporta u osnovnoškolskom i srednjoškolskom obrazovanju u Republici Srbiji.

1.2.3. Da li su novi udžbenici iz fizičke kulture – skolasticizam?

Od mnoštva propisanih predmeta koji su u sklopu nastavnog plana i programa osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja, koji imaju i praktični i udžbenički pristup, jedino je predmet opštefizičko i zdravstveno obrazovanje bez udžbenika. Postoje praktični ogledi iz fizike, hemije, biologije, geografije, za koje postoje i učila i prostor (laboratorije) i udžbenici, ali za predmet opštefizičkog vaspitanja nemamo. Čija je to logika? Da li logika nadležnog ministarstva ili logika vlasti? Da li možda brojni stereotipi, koji su napravili u školstvu *prazan hod* na štetu mladih naraštaja. Pretpostavka je da su oni koji su trebali dopustiti istraživanja u navedenom polju, poistovetili mogućnost novog udžbenika sa novim *skolasticizmom*²⁷ (skolastika grč. scholē – škola) filozofija srednjeg veka, *skolasticizam*, koji ima obeležje skolastike, što znači formalan, otkinut od života, sklon praznome mudrovanju, primanje samo formalne strane neke nauke. Godinama u problematiku nedostatka udžbenika za fizičko i zdravstveno obrazovanje u osnovnim i srednjim školama SFRJ, a sada Republike Srbije, nisu se smeli mešati prvenstveno oni kojima bi takav udžbenik bio neophodan. Za sve nauke je bilo normalno da postoji teorijska forma, a svaki pokušaj da se krene u integralni pristup realizacije izdavačkog projekta sportskog udžbenika bio je – skolasticizam. To je svakako golema greška. To će pokušati da dokaže i ova doktorska disertacija kroz svoja istraživanja, nudeći potpuno nove naučne informacije.

²⁷ Bratoljub Klaić (1984), Rječnik stranih riječi, Nakladni zavod MH, Zagreb, str. – 1240.

Tabela broj 1.

Redni broj	Izdane knjige iz sporta, šira tematika, period 2004-2006. god.	Broj naslova	Redni broj	Izdati udžbenici iz fizičke kulture i sporta, period 2004-2006. god.	Broj naslova
1	Monografije, borilački sportovi, ekipni sportovi.	63	5	Udžbenici za fakultete fizičke kulture	30
2	Knjige i priručnici iz lova, ribolova i streljaštva.	3	6	Udžbenici iz fizičke kulture za osnovne i srednje škole u Republici Srbiji.	-
3	Knjige o konjičkom sportu i o sportu sa životinjama.	4			
4	Knjige o sportovima na vodi i o sportovima u vazduhu.	5			

Po bibliometrijskom istraživanju na osnovu podataka iz Centralnog elektronskog kataloga Srbije, Biblioteke Matice srpske u Novom Sadu²⁸, može se utvrditi sledeće:

U periodu od 2004-2006. godine (za poslednje dve godine), u vezi sa tematikom sporta i fizičke kulture, 220 izdavača u Republici Srbiji izdali su ukupno **105** naslova, gde je od toga iz tematike monografija, borilačkih sportova, ekipnih sportova **63** naslova, zatim knjiga i priručnika iz lova, ribolova i streljaštva, knjiga o konjičkom sportu i o sportu sa životinjama, sportovima na vodi i u vazduhu – ukupno izdato naslova **12**, dok je broj naslova izdatih udžbenika iz fizičke kulture i sporta **30** i to prvenstveno za neke više škole i fakultete. Udžbenik fizičkog vaspitanja za osnovce i srednjoškolce – ne postoji. Bibliometrijski podaci se odnose na celu Republiku Srbiju.

1.2.4 Kako sanirati «prazan hod» u izdavačko-knjižarskoj delatnosti.

Po terminološkom saznanju «**prazan hod**» označava nesklad u komunikaciji između menadžmenta i marketinga izdavačkih kuća sa ciljnim grupama (tržištem), kao i nesklad u komunikaciji između izdavača i autora, izdavača i štamparija, izdavača i knjižarskih mreža, izdavača i snabdevača repromaterijala. Zatim izgubljen vremenski period na određenom toku realizacije izdavačkog projekta. To bi značilo, da ako se pristupa integralnom pristupu u realizaciji izdavačkog projekta, takav proces se prostire kroz određeni vremenski period, i u njemu artikuliše transfer informacija i postupaka, a sve sa poboljšanjem komunikacija na relaciji autor-izdavač-štampanija-ciljna grupa (tržište), zatim kretanje robe i rast kapitala (portfolio model). Činjenica je da se bez tržišta ne može opstati. Ali, i to tržište ima svoj «prazan hod». Pa mu treba pomoći, jer će tad to tržište uzvratiti višestruko. Kako to učiniti? Među sve dosadašnje načine ulaženja u srž problema spadaju i razna istraživanja tržišta: intervjuima, anketama, vođenim ili nevođenim upitnicima, dopisnim upitnicima, upitnicima sa dihotomnim, trostepenim, četvorostepenim ili petostepenim formama, Delfi-metoda... Iskustvo je pokazalo da postoji velika prednost vođenih upitnika nad tzv. dopisnim upitnicima putem pošte, jer se u drugom slučaju ne vrati istraživaču od ispitanika (respondenata)

²⁸ Iz Centralnog elektronskog kataloga Srbije, Biblioteke Matice srpske iz Novog Sada (UDC 796, 797, 798, 799).

veliki broj upitnika iz ispitivanih regija i prigodnih uzoraka. Eto još jednog «praznog hoda» koji istraživači sami sebi nepotrebno prave.

Istraživanjem se može ustanoviti gde se sve pojavljuje «prazan hod» u integralnom pristupu realizacije izdavačkog projekta, počev od autora knjige ili udžbenika, preko izdavačkih kuća, snabdevača repromaterijala, štamparije, pa sve do tržišta, kao i duboko zadiranje u problematiku tržišta. *Prazan hod* postoji i na putanji «novac-roba-novac 1». Takođe se sa sigurnošću može dokazati da su i izvesni stereotipi u odnosu na knjigu i izdavačko-knjižarsku delatnost takođe uobličeni u «praznom hodu», kao npr. mišljenje autora da mu je put plasmanu knjige otvoren samo zbog toga što mu je knjiga bila izložena par dana u knjižarskim izlozima, stereotip uobličen u očekivanju autora i izdavača da im književne promocije poboljšaju plasman, što je golema zabuda, jer promocije knjiga su rođendani knjiga, a ne mesto njenog uspešnog plasmana. Takođe se pod «praznim hodom» može svrstati sve ono što koči normalno odvijanje izdavačkog projekta, a to je naprimer:

1) *Otpor kreativnom dijalogu*. To bi značio «prazan hod» između potencijalnog ili već angažovanog autora i redakcije izdavačke kuće. Naime, izdavač koji je već preko svoje marketinške mreže istražio šta tržištu knjige treba ponuditi, tada se javlja potencijalni autor koji je specijalista pisanja za to polje (pisac koji ima afinitet da piše o pečurkama će to učiniti dobro, autor koji piše o borilačkoj veštini daće sve od sebe da prilagodi svoje pisanje potrebama sportskog tržišta, a autor koji na primer piše monografsko-romansijersku knjigu će napisati veoma zanimljivo štivo unoseći svoje književničko umeće). Nažalost, izdavačke kuće se ponekad susreću i sa izvesnim problemom koji im stvara potencijalni autor knjige koji ne prihvata sugestije glavnog urednika izdavačke kuće ili rukovodioca menadžmenta, pružajući otpor kreativnom dijalogu. U situacijama kada srbijanske izdavačke kuće jedva uspevaju da posluju, a samo ih spasava dobro odmeren koncept izdavačkog projekta, autor neće da saraduje tvrdeći: «neću da menjam koncept, hoću da pišem kako ja hoću». Sa stanovišta umetnosti, malo šta bi mu se moglo zameriti, i ne treba dirati u njegov dati trenutak stvaranja, ali autor koji ulazi u projekat jednog dela za širi auditorij, čiji puls bolje od njega zna marketing izdavačke kuće – svojim nekreativnim dijalogom stvara «prazan hod» u realizaciji tog izdavačkog projekta. Upravo je veoma važno izbeći taj famozni «prazan hod», pa je nužno svugde gde je to veoma bitno uspostaviti sasvim zdravu interakciju sa svojim saradnicima, još na samom planiranju izdavačkog projekta.

2. *Beziskustveni strategijski menadžeri knjige*. Nikada neće shvatiti suštinu izdavačko-knjižarske delatnosti, i nikada neće napraviti projekte vredne pamćenja, strategijski menadžeri izdavačkih kuća koji su preskočili jedan od najvažnijih perioda u svome poslu, a to je – prodaja knjiga. Zalud je sve ostalo, ako im nedostaje taj važan period u kome su mogli da nauče mnogo o sištini izdavačko-knjižarskog menadžmenta i marketinga. Knjigu ili udžbenik je uvek lakše napisati nego li to prodati. Tako je isto sa svakim drugim proizvodom. Lagerovanje izdanja predstavlja samo gubitak za svaku izdavačku kuću. U vezi sa problematikom lagerovanja, može se videti u jednom insertu knjige Milivoja Došenovića, «Henri Ford – njegov život i njegovo delo», gde se u njoj kaže: «Pošto je kolosalna fabrika automobila «Ford» pravila veliki broj kola,

problem je bio u zimskom periodu. Za zimski period je potrebna pripremna operacija zaštite automobila. Pošto zimi automobili bivaju manje traženi, fabrika se suočava sa jednim zaista ozbiljnim problemom, kako da smesti ogroman broj novoprodučenih automobila, jer i zimi proizvodnja ne staje. Gde smestiti celih 500.000 novih kola marke «ford»? Henri Ford je i tu znao da pronađe načina izlaska iz problema. Naime, govorio je: «Ni zimi ne sme biti problema. O kakvom problemu skladištenja je reč? Gde smestiti zimsku proizvodnju automobila? Moj odgovor je: 'Šta ima da se smešta! Neka moja fabrika normalno radi, neka trgovci normalno prodaju, a neka lokalni trgovci redovno kupuju naše modele. Ako hoće svako u lancu da izvuču svoj deo dobiti, smešno je postavljati pitanje gde da smestimo nove automobile zimi?'» Kada su lokalni trgovci bili tvrdi, pa nisu hteli da kupuju veću količinu automobila zimi, Ford je rekao da se njegov marketing mora dati u akciju, time što će se odličnim reklamama objasniti budućim kupcima kola, koje su sve prednosti njegovih automobila zimi. Dakle, suština je bila da se kupac ne sme čekati, već se treba doći do njega. Treba podstaknuti nove narudžbine fluidnom trgovinom. Čekanje kupaca i lokalnih trgovaca – samo je izgubljeno vreme, a fabrika ne sme da stoji i čeka». ²⁹

Slično i sa integralnim pristupom u realizaciji izdavačkog projekta. Svaki takav projekat je skup eksperimenata – neizvestan i rizičan. Rizici se ipak mogu smanjiti na minimum, ako se vodi računa o eliminaciji svakog «praznog hoda», ma gde on bio.

3. Vrednosti i očekivanja. U svakoj realizaciji izdavačkog projekta veliki značaj se pridaje RAZVOJU, a rezultati treba da budu VREDNOST. U razvoj možemo da uvrstimo upravljanje promenama na bolje, ciljevi i svrha. Iz promena uvek proističe razlika, koja može biti sa istim objektom u različitom vremenu i sa različitim objektom u istom vremenu. Tu je veoma značajno upravljanje vremenom, dakle bez štetnog «praznog hoda». Vredimo onoliko koliko dajemo. Ono što dajemo mora vredeti. Ono što dajemo stvara vrednost datoga – za okruženje. Ako neko rešava naše probleme = vrednost (prof. dr Ištvan Černiček, iz knjige *Upravljanje vrednostima*).

1.2.5. Kreiranje Portfolio modela (BCG) i SWOT analiza u izdavaštvu

Naučni rad i naučna istraživanja imaju svoja pravila koja se moraju poštovati. Da bi se dokazalo nešto što je naučna pretpostavka, ili u šta se sumnja, to se mora dokazati istraživanjima pomoću raznih instrumenata istraživanja koje se koriste na prigodnom uzorku ispitanika. Međutim, naučna istraživanja se ne odvijaju tako brzo da bi se mogli uvek iskoristiti, to je pogotovu problem u izdavačko-knjižarskom sektoru u kome je veoma bitno praćenje rasta proizvoda (knjige) **Portfolio modelom matrice (BCG)**, kao i **Swot analizama**.

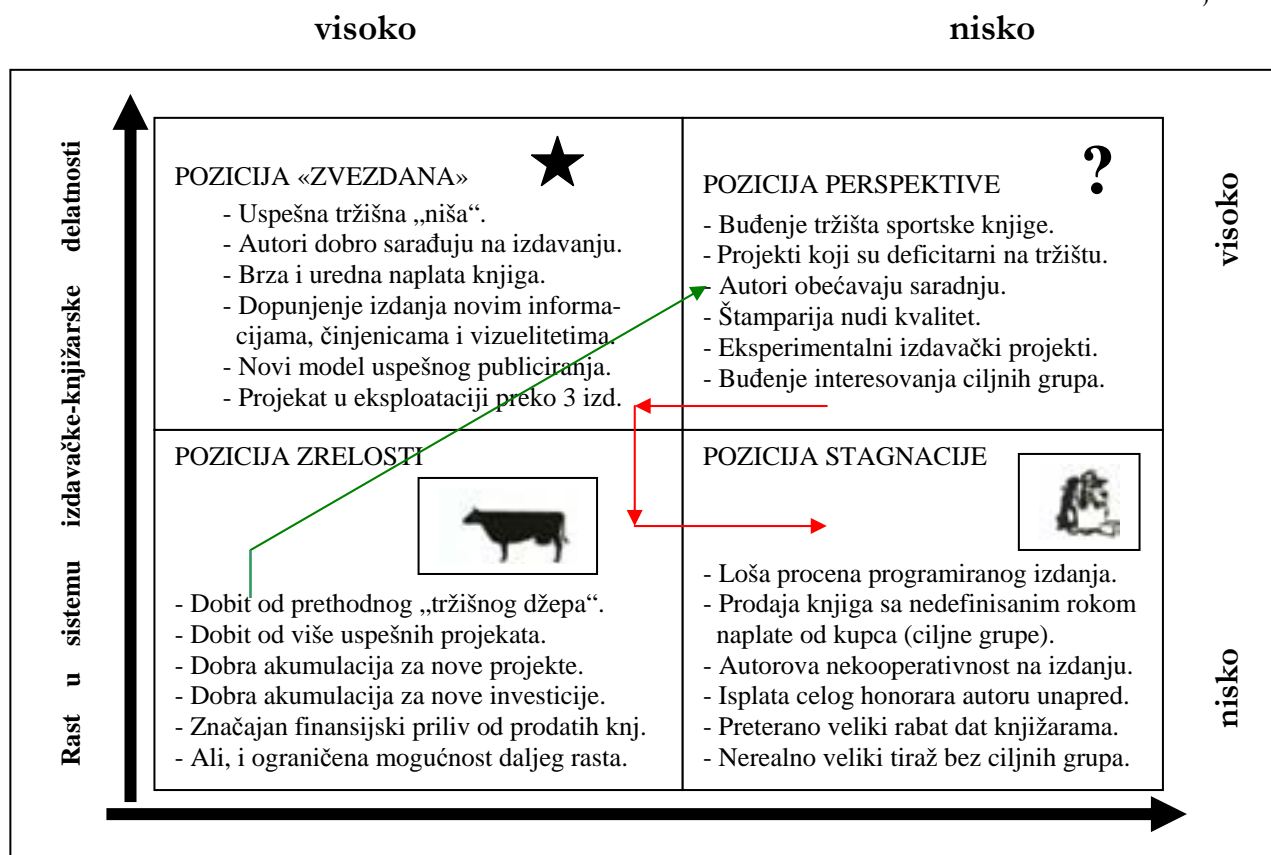
Na osnovu bazične portfolio matrice – BCG (Bostonske konsultantske grupe), koja proizilazi iz Portfolio teorije koja nudi odgovore u šta treba da ulaže izdavačka kuća i pod kojim uslovima, kao i šta treba očekivati od takve akcije. Portfolio teorija uvažava «životni ciklus» proizvoda ili posla, što je i te kako važno za svakog izdavača.

Na slici 17 je prikazano kretanje (prelazak) kroz «portfolio pozicije».

²⁹ Mr Milivoje Došenović (2006), Henri Ford-njegov život i njegovo delo, "Domla-publishing", N. Sad, str. - 65,66.

Portfolio model (BCG matrica) u izdavačkoj delatnosti ³⁰

Slika broj 17.



Legenda:

Kretanje (prelazak) kroz portfolio model.

Ulaganje sredstava za nove perspektivne projekte.

★ «Zvezdana pozicija»

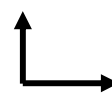
? Pozicija perspektive.



Zrela pozicija.



Stagnirajuća pozicija



Tržišno učešće.

SWOT analiza (od engleskih reči **S**=Strengths=snaga ili sposobnosti izdavačke kuće, **W**=Weaknesses=slabosti, **O**=Opportunities=šanse, **T**=Threats=pretnje. SWOT koncept omogućuje analizu prepreka i šansi na tržištu knjige i usaglašava sa jakim i slabim stranama izdavačke kuće. SWOT koncept optimizira ponašanje izdavača u odnosu na svoje mogućnosti i stanje okruženja. Analiza SWOT pokazala je sledeće:

1) **Snaga** izdavačke kuće sadržana je u imidžu, kao izdavačko-knjižarske delatnosti kao medijskoj, identitetu, menadžerskom iskustvu lidera izdavačke kuće, relativno sačuvanom dugogodišnjem tržištu, dobrom odabiru saradnika, autora knjiga, korekt-

³⁰ Iz knjige doktoranda mr Milivoja Došenovića, Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature, "Domla-publishing", Novi Sad, 2006. godine, str. – 35, 36, 37.

nih kooperanata (dobrih štamparija), proverenih predstavnika importovanog repro-materijala, kao i ekskluzivnosti novih izdavačkih projekata. Snaga izdavačke kuće je u prihvatanju i novog modela eksternog menadžmenta knjige, menadžmenta 21. veka.

2) **Slabosti** izdavačke kuće ograničene su na nemogućnost kreditiranja svojih kupaca i ciljnih grupa (pravnih subjekata u obligacionim odnosima).

3) **Povoljne šanse** orijentisane su na činjenice da izdavačka kuća komunicira sa svojim ciljnim grupama u jednom širem (eksternom) delokrugu, i sa mogućnošću menjanja maršrute i ekskluzivnošću ponuda izdavačkih produkcija, a time je eliminisan strah od konkurencije u okruženju.

4) **Pretnje iz okruženja** se pojavljuju u vidu imperativnih odluka, uredbi za uvođenje PDV-a na sav repromaterijal koji mora da nabavi izdavačka kuća, zatim ukiđanje «plave izjave» (bez troškova poreza na promet), za kupovanje kompjuterskih konfiguracija (hardvera-sofтверa), sve lošije finansiranje iz budžeta države Republike Srbije i opština, koje sa velikim zakašnjenjem i umanjenjem usmeravaju sredstva ka određenim subjektima (bibliotekama, školama itd.), koje su ciljne grupe izdavačkih kuća. Pretnje se pojavljuju i u konstantnom smanjenju sponzorskih i donatorskih sredstava (jer darodavci nemaju olakšice od države). Takođe, pretnje su uočljive i u konstantnom i uzlaznom rastu troškova transporta grafičkog proizvoda koji se obavljao poštom, ili pak u ličnom angažmanu (auto-prevozom) izdavačkih kuća. Pretnje su i u veoma visokim obavezama izdavača prema porezu na osnovu isplaćenih autorskih honorara, a nisu zanemarljive pretnje koje stižu iz subkulture sa raznih medija, što porazno deluje na sve izdavačke kuće i kulturu uopšte. Takođe, kroz SWOT analizu mogu se akcentirati i ostale pretnje koje se pojavljuju u obliku «praznog hoda» koji dotiče sve veoma važne subjekte na celom toku komunikacije. Naravno, *pretnje iz okruženja* su i konstantni pokretač i motor delovanja ka zaštiti. Međutim, ozbiljan zadatak ima marketing izdavačkih kuća, koji mora da radi veoma mudro i hitro. Međutim, ponekad pretnje iz okruženja mogu biti potpuno realne, obimne, ali koje su bile nametnute izdavačima i njihovim SWOT-analizama.

Međutim, kada se istražuje izdavačka delatnost, nepobitno je da ta delatnost ima ogromnu odgovornost i od nje zavise sve nabrojane delatnosti: i knjižarstvo, i bibliotekarstvo, i štamparstvo, kao i medijski i edukativni prostor celog društva. Izdavačka delatnost u poslednjoj deceniji, a naročito je to izraženo početkom novog milenijuma, sve više razvija saradnju sa naukom, u traganju ka što boljem istraživanju tržišta knjige i pronalaženju najoptimalnijih komunikativnih metoda sa svojim tržištem.

Osluškiivanje tržišta se mora odvijati ubrzanim ritmom, pa se nema uvek vremena za istraživački rad, na osnovu kojega se uvek planiraju integralni pristupi u realizaciji izdavačkih projekata. Intenzivne komunikacije sa ciljnim grupama iz knjižara i različitih regija sa terena Republike Srbije pokazivale su da postoji deficit sportskih udžbenika za osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje, i da prosto škole nemaju nikakvih alternativa u vezi sa tim. Stoga je marketing izdavačko-knjižarske agencije «Domla-publishing» iz Novog Sada odlučio da nastavi novu realizaciju izdavačkog projekta pod nazivom «Veliki ilustrovani rečnik borilačkih veština i sporta», koji je već u prethodnom periodu štampan i rasprodat u tri ponovljena i dopunjena izdanja.

Razlog znatno povećanog interesovanja mnogih osnovnoškolskih, srednjoškolskih i visokoškolskih ustanova, za taj Rečnik, leži u njegovom svestranom pristupu svim borilačkim veštinama i sportskim naukama uopšte, sa veoma bogatim vizuelnim delom (fotografijama, crtežima, šemama, tabelama itd.). Taj Rečnik se pokazao kao izvanredna alternativa nedostacima udžbenika iz fizičke kulture u osnovnim i srednjim školama i kao pilot-eksperiment za još ozbiljnije projekte takve vrste, a doprinos tim projektima je i ovaj naučnoistraživački rad u formi doktorske disertacije, koja ima i svoj radni naslov teme: „*Stanje izdavaštva i nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji*“

Prilikom projektovanja koncepcije ovog naučnoistraživačkog rada, vodilo se računa da se eliminiše mogući „prazan hod“, gde su se za neka druga istraživanja slične problematike koristila dopisna anketiranja, što je imalo izvesnih nedostataka, jer potencijalni (dopisni) ispitanici uglavnom nisu ni odgovorili na upitnike, a pogotovu ih nisu vratili poštom. Tačnije, anketarima se uvek vraćao minimalan broj popunjenih upitnika sa terena. Nedostatak važnih informacija o stanju, problemima i perspektivi izdavačke delatnosti je uvek bio «prazan hod» koji se protezao i na ukupnu izdavačku i knjižarsku delatnost, a preko jedne i druge on je dodirivao i osnovnoškolske, srednjoškolske i visokoškolske ustanove, koje su u korelaciji sa izdavačko-knjižarskim kućama. Zbog toga su ova nova istraživanja pažljivije usmerena ka onima koji su najozbiljniji konzumenti knjige, čineći relativno stabilno izdavačko tržište Republike Srbije, zbog čega i izdavači još uvek ispoljavaju dovoljno interesovanja za izdavanje i objavljivanje knjige, očekujući promenu odnosa društva i zakonodavaca prema njoj.

Sopstvena istraživanja tržišta sportske knjige se najbolje realizuju direktno na terenu, u komunikaciji sa ciljnim grupama koje su zainteresovane za knjige iz sportskih nauka i fizičke kulture. Povratne informacije koje šalju svom strategijskom menadžmentu, marketinške ekipe, veoma brzo stižu u računarske i analitičke službe izdavačke kuće, da bi top menadžment dao saglasnost za realizovanje izdavačkih projekata određene tematike, sa određenim tiražom i formom.

Naravno, ne treba sumnjati u dobronamernost knjižarske mreže u našoj zemlji, koja se intenzivno uključuje u ova istraživanja, i koja može dati ogroman doprinos za jasnije sagledavanje stanja izdavaštva i nivoa korišćenja (ponude i potražnje) sportske literature u Republici Srbiji (AP Vojvodini).

Svakako da je i bibliotečka delatnost u Srbiji, a naročito Centralni elektronski katalozi Biblioteke Matice srpske iz Novog Sada i Narodne biblioteke iz Beograda, od ogromnog značaja za prikaz jasnije slike u vezi sa stanjem izdavaštva i nivoa korišćenja sportske literature, čiji podaci su ugrađeni u ovom naučnoistraživačkom radu.

U vezi sa sportom, izdat je i objavljen „Veliki ilustrovani rečnik borilačkih veština“

Slika broj 18.

Recenzenti Rečnika:³¹

Prof. dr Mihailo Bajić,
Prof. dr Radovan Čokorilo,
Prof. dr Momčilo Savić,
Prof. dr Branko M. Dragić.



Po **portfolio modelu**, ovaj projekat spada u „zvezdanu poziciju“ tržišnog učešća.

Veliki ilustrovani rečnik borilačkih veština, prošao je odlično na tržištu u ciljnim grupama (škole), između ostalog zbog toga što je on dobra alternativa, a iz razloga nepostojanja udžbenika iz fizičkog i zdravstvenog obrazovanja za osnovne i srednje škole u Republici Srbiji.

Knjiga je tekstualno-vizuelne koncepcije sa 400 stranica.

1.2.6. Uvođenje PDV-a u izdavaštvu (uporedna analiza Republike Srbije i Evrope).

Početak godine 2005. biće upamćen kao još jedan atak na izdavačko-knjižarsku i grafičku delatnost, a takođe i kao atak na strukturu kompletnog obrazovnog sistema u Republici Srbiji. Uvođenjem PDV-a (poreza na dodatnu vrednost), izvršen je atak na kulturu celog jednog osiromašenog naroda, koji je posle svega krenuo uzlaznom putanjom optimizma ka putu progresa, dolaskom Bila Gejtsa u našu zemlju 2000. godine, da bi od 01. 01. 2005. godine, sve što je u vezi sa kompjuterskim tehnologijama – bilo oporezovano po stopi od 18% uvođenjem famoznog PDV-a.

Odmah su reagovali srpski izdavači, koji su se posle te sumorne vesti ujedinili, te nastoje potražiti od vlade, odnosno Ministarstva finansija da uvedu «nultu» stopu u prometu knjiga, u odnosu na najnoviju katastrofalnu odluku ministarstva, po kome su izdavačima nametnuta dva poreza u vidu PDV-a. Naime, izdavači moraju da plaćaju jedan PDV po stopi od 18% za repromaterijal, štampu, papir, i to dok je knjiga još u proizvodnji, i plus drugi PDV po stopi od 8% na knjigu kao gotov proizvod. Takođe se primoravaju izdavačke kuće da plaćaju unapred PDV za ceo odštampani, a neprodati tiraž. Odštampane knjige koje stoje u magacinu moraju da se unapred oporezuju, što je apsurd bez presedana. Knjiga nije brzi biznis, jer se tiraži knjiga prodaju veoma sporo u odnosu na druge tržišne artikle. Sve ovo delovaće porazno na izdavačke kuće u Republici Srbiji. Na susretu izdavača Republike Srbije, održanom u Rimskoj dvorani biblioteke Beograda, Živadin Mitrović, direktor Udruženja knjižara i izdavača Jugoslavije je rekao: «Mi ne tražimo da budemo izuzeti iz sistema PDV, već naprosto da stopa u prometu knjiga bude nulta kao što je to u pet zemalja Evropske unije. Kako

³¹ Iz knjige mr Milivoja Došenovića, Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature, “Domla-publishing”, Novi Sad, 2006. str. – 36, 37, 38.

sada stvari stoje, izdavači će plaćati PDV od 18 odsto još dok je knjiga u proizvodnji (prilikom kupovine papira, plaćanja grafičkih usluga i td.). Onda ne treba primoravati izdavače da plaćaju i PDV (osam odsto) na knjigu (sada kao gotov proizvod), koji se, na kraju, prebacuje na kupca, odnosno čitaoca. Takođe ne treba primoravati izdavača da plaća PDV unapred, za ceo tiraž, koji se, inače, prosečno prodaje nekoliko godina. To bi za sve bio udarac a uništio bi male i srednje izdavače kao što se to dogodilo, na primer, u Hrvatskoj, pa su oni ipak vratili tu nultu stopu PDV-a».³²

Važno je pomenuti podatak da je na poslednjem Sajmu knjiga u Beogradu više od 5000 potpisa prikupljeno kao svojevrсна peticija na ime zalaganja da stopa PDV na promet knjiga bude nulta. Peticija je i apel i opomena nadležnima da ne prave štetu knjizi, pisanoj reči, kulturi i obrazovnom sistemu Republike Srbije i ugledu zemlje.

Veliki je gubitak za pisanu reč, kulturu i produhovljenost našeg društva činjenica da se oporezuju i knjige našeg jedinog nobelovca Ive Andrića, a da njegovi naslednici moraju da plaćaju 18% porez (PDV) na zakonski utvrđene apanaže od autorskih honorara za svoga slavnoga pretka.

Kao glavni inicijator oporezivanja pisane reči i knjige je Ministarstvo finansija Republike Srbije, koje je učinilo nezabeležen atak na izdavačko-knjižarsku delatnost na našim prostorima, početkom 2005. godine. Tvrđnje čelnika Ministarstva finansija, da je PDV u izdavaštvu i štamparstvu fiktivan „jer se zatvaranjem kruga, uplaćeni PDV svakom u tom lancu vraća“ – potpuna je neistina. Dovoljni su primeri oporezivanja kompjuterskih konfiguracija (hardvera i softvera, štampača i tonera) od 18%, koji do sada nikada nisu bili oporezovani, odnosno oslobođani su oporezivanja kao osnovna sredstva za obavljanje delatnosti na osnovu „plave izjave“.



Karikatura broj 1.

³² Sa skupa izdavača održanog u Rimskoj dvorani biblioteke grada Beograda, "Blic", Beograd, 19.11.2004. - str. 14.

Tabela broj 2.

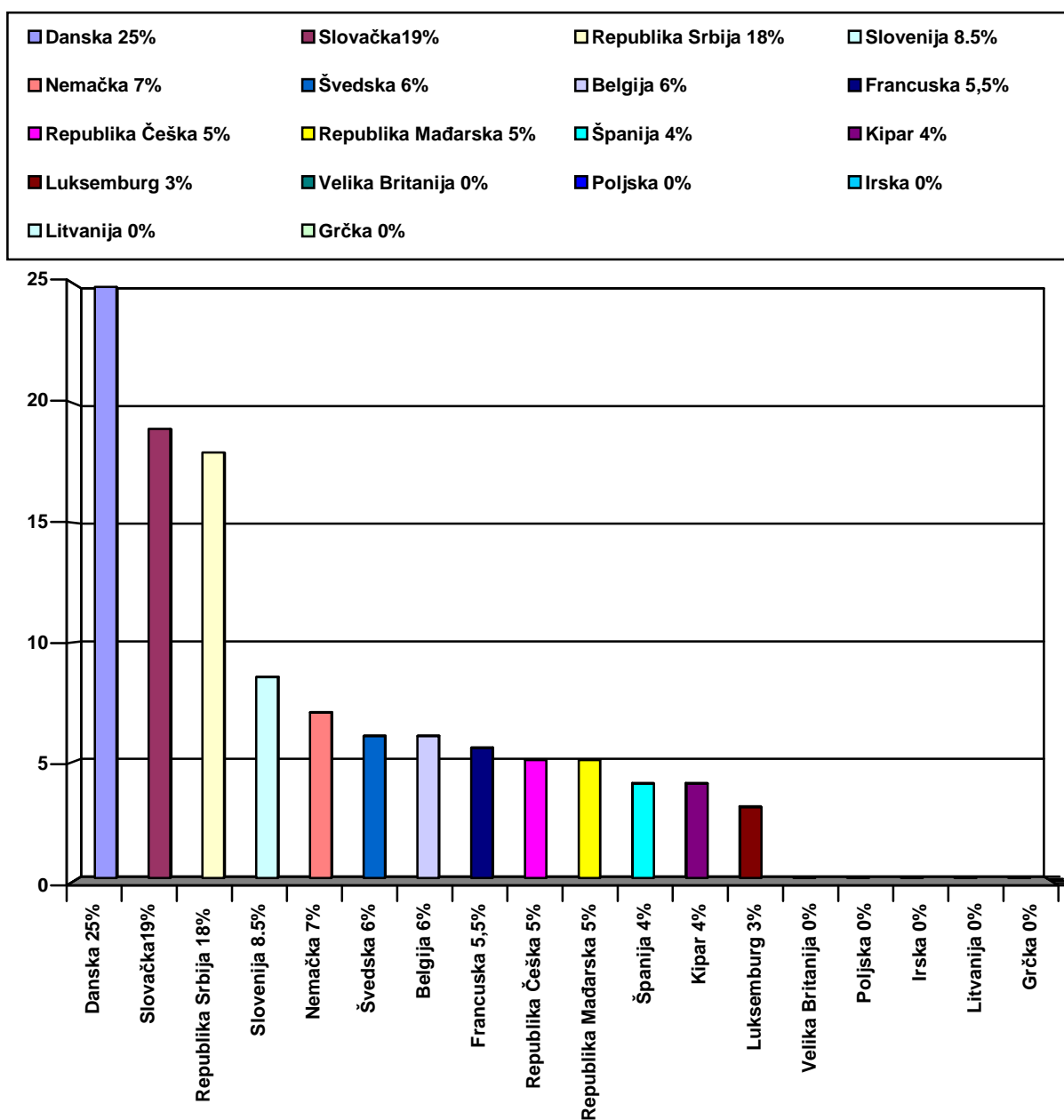
Uporedna analiza Republike Srbije i Evrope (oporezivanje knjiga PDV)

Redni broj	Naziv države	Stopa PDV na knjige u %
1.	Danska	25%
2.	Slovačka Republika	19%
3.	Republika Srbija	18%
4.	Slovenija	8,5%
5.	Finska	8 %
6.	Nemačka	7%
7.	Švedska	6%
8.	Belgija	6%
9.	Francuska	5,5%
10.	Republika Češka	5%
11.	Republika Mađarska	5%
12.	Španija	4%
13.	Kipar	4%
14.	Luksemburg	3%
15.	Velika Britanija	0%
16.	Poljska	0%
17.	Irska	0%
18.	Litvanija	0%
19.	Grčka	0%

Sa tabele br. 2 se može jasno videti da Republika Srbija drži neslavno 3. mesto među evropskim državama po stopi oporezivanja knjiga. Ovo je jasan signal svim izdavačima u zemlji da moraju biti svestrano aktivni kako bi se javnosti ukazalo na pogubne posledice primene zakona po kome se knjige oporezuju novim sistemom PDV, koji knjizi kao kulturnom i duhovnom dobru ne nudi bolju perspektivu – već suprotno.

Bez obzira na permanenti nered ovog društva u kome se danas dovoljno ne uvažava: škola, bolnica, crkva, komšija, pamet, kreacija, tradicija, kultura, koreni, roditelji, kolevka, znanje i knjiga, treba početi, recimo, od skidanja PDV-a u izdavačkoj delatnosti, da se skine nepotrební namet na pisanu reč, da bi ona dobila veću slobodu i lakši put do svojih konzumenata, a zatim krenuti u pronalaženje i ostalih puteva za poboljšanje rada izdavačkih kuća, koje će povući u optimizam i celo knjižarstvo, štamparstvo, kao i bibliotečku delatnost, što će sve biti ogroman značaj za ukupno društvo.

Tabela broj 3. Uporedni preglednik oporezivanja knjiga (PDV), Srbija i Evropa:



Po koeficijentu stope oporezivanja knjiga (PDV)³³ Republika Srbija zauzima neslavno treće mesto u Evropi, iznad nje su samo Danska i Slovačka sa većim stopama oporezivanja knjiga, nižu stopu od nas imaju sve ostale zemlje Evrope, dok pet zemalja Evrope imaju nultu stopu (Vel. Britanija, Poljska, Irska, Litvanija i Grčka).

Od zemalja iz bližeg okruženja, Hrvatska je bila uvela PDV na knjige, pa ga ukinula posle burne reakcije njenih izdavačkih kuća, vrativši nultu stopu poreza na knjige. Međutim, porez na dodatnu vrednost (PDV) od 18%, koji je ugrozio izdavačko-knjižar-

³³ PDV, porez na dodatnu vrednost, uveden uredbom Ministarstva finansija od 1. 01. 2005. godine.

sku i grafičku delatnost u Srbiji, samo je jedan deo pretnji za buduće poslovanje tih delatnosti, jer se prenebregava činjenica da je uveden još jedan porez na pleća izdavačko-knjižarske delatnosti u vidu poreza od 8% na bruto cenu svakog primerka knjige koja je odšampana iako nije izvršen njen plasman. Šta to u stvari znači? To npr. znači da izdavač koji je objavio i odštampao jedan naslov knjige u tiražu od 2000 primeraka (uz planiranje svoga marketinga), određivši pojedinačnu cenu knjige od recimo 1.000 dinara, što čini bruto vrednost toga lagera 2.000.000 dinara, izdavač mora da unapred uplati iznos od 8% na ime poreza na zatečeni lager, bez obzira što su knjige još uvek u skladištu. To se takođe odnosi i na stare i neprodane zalihe, koje više godina čame u magacinima izdavačkih kuća. Zatečenim i ugroženim izdavačima, porezi od 18%, koji moraju da plate na sav uvozni repromaterijal (do sada nisu morali, na osnovu izjave „crne“ i „plave“), kao pridošlo nužno zlo, nisu neke velike pretnje poslovanju, jer se on raspoređuje na ukupan prodati tiraž knjiga, ali je porez od 8% mnogo veći i opasniji problem, jer se on uplaćuje po pojedinačnom primerku objavljene neprodane ili prodane knjige, što je svojevrsan apsurd nad apsurdima.

Nerazumevanje određenih pojedinaca iz Ministarstva finansija Republike Srbije u vidu paušalnih izjava sledeće konotacije: „Neka izdavači prodaju svoje knjige vrlo jeftino, pa će im i porez od 8% po primerku knjige biti veoma mali“, samo doliva ulje na vatru u već stvorenoj klimi nepoverenja u institucije. Te apsurdne izjave znače da bi izdavači trebali da prodaju knjige ispod cene troškova proizvodnje svakog primerka, a time svesno ušli u apsolutne gubitke u tekućem poslovanju. Međutim, veoma je važno napomenuti i objasniti širem auditorijumu da u stvari postoji ne jedan PDV, već tri poreza na knjige:

1. Porez od 18% na uvozni repromaterijal, koji izdavači plaćaju dobavljačima.
2. Porez od 18% koji se uplaćuje štampariji na izvršene usluge (plaća izdavač).
3. Porez od 8% na lager knjiga, ili bruto cenu svakog pojedinačnog primerka knjige prilikom njene distribucije (knjižare, promocije, sajmovi). Šta je najbolje rešenje u situaciji koja je stvorena? Izdavači su uputili velike primedbe Vladi, Ministarstvu finansija i Ministarstvu kulture i sporta Republike Srbije, u kojima traže ukidanje PDV-a.

Dakle, izdavači zahtevaju da se vrati nulta stopa poreza na dodatnu vrednost, kao što je to u najrazvijenijim zemljama Evrope. Time se neće drastično poboljšati poslovanje izdavačko-knjižarskih delatnosti, ali će im se bar omogućiti kakve-takve šanse za boljitak teškog poslovanja izdavačko-knjižarske delatnosti, u delokrugu nesređenog i disperzionog tržišta. Kada se pogleda tabela broj 3 na strani 65, može se videti tužna stvarnost. I umesto da je Srbija u nečem korisnijem među najboljima u Evropi, ona treba da se „ponosi“ što je na trećem mestu u Evropi po porezu na pisanu reč.

Izdavačko-knjižarska delatnost ne spada u brzi biznis. To znači da sve ne može da ide brzo: ni pisanje knjige, ni njena priprema, proizvodnja, reklama, plasman, distribucija... Takođe, ni naplata ne ide tako brzo. Za prodaju većine izdanja potrebno je između 5 meseci i 3 godine, dok je u troškove grafičkog proizvoda već unapred uložen novac 1. Do procesa i „novca 2“ potrebno je uraditi dosta toga, a za proširenu reprodukciju treba da protekne više vremena. Samo zbog ovih nabrojanih problema, potrebno je potpuno ukinuti PDV na repromaterijal i na knjigu kao finalni proizvod,

ako želimo da pomognemo izdavaštvu i knjižarstvu u Republici Srbiji, jer kroz pomoć knjizi dobilo bi celo društvo u celini.

2. NOVI PRILOZI ZA EKSTERNI MENADŽMENT U IZDAVAŠTVU

2.1. Izdavačko-knjižarska delatnost kao kreativna oblast.

U ovom naučnoistraživačkom radu, kroz prethodni teorijski deo su razmatrani pojmovi knjige i njena definicija, kao i razmatranje izdavačko-knjižarskog sektora kao logične delatnosti u okviru medijske discipline.

Ceo proces proizvodnje i plasmana knjige je jedna veoma odgovorna kreativna strategija. Posle rađanja jednog književnog dela i njegove prezentacije pred očima javnosti (promotivne ceremonije), i bez obzira na količinu pompeznosti koja je artikulisana putem pisanih i elektronskih medija, novorođeno delo (knjiga) i priče o pojavljivanju nove pisane reči – neumitno i rapidno blede. Kako zaustaviti put jedne nove knjige ka zaboravu? Koji je to mehanizam koji može da revitalizuje njenu živost, da je pokrene, da je ponese, da je približi konzumentima (kupcima i čitaocima), koji je to mehanizam koji može učiniti da prodaja jedne knjige verifikuje njenu vrednost sa stanovišta ekonomije? Kako izvršiti nabolju korelaciju izdavanja, objavljivanja i plasmana knjige.

Da li taj mehanizam ispoljava svoju najveću snagu u knjižarama, knjižarskim sajmovima i festivalima knjige? Da li reklame o knjizi koje se pojavljuju u sredstvima informisanja (elektronskim i pisanim medijima), mogu da iskažu u dovoljnoj meri komparativnu prednost krune izdavačkog projekta koja se zove – knjiga? Nažalost, to je apsolutno nemoguće. Reklamni ringišpili u vezi sa pojavljivanjem nove knjige mogu za kraće vreme pokrenuti njenu prodaju, ali neće dati impresivne rezultate. Raznorazni sajmovi knjige, uključujući i onaj (za izdavaštvo) «najvažniji» – međunarodni sajam knjige, izazivaju bespotrebnu jesenu euforiju sa nerealnim očekivanjima izdavača o velikim poslovnim uspesima, da bi se sve svelo na «rat za kupca», u vidu nerazumnih popusta od 50-70 posto na cenu knjige, gde su dobit ostvarile samo štamparije i firme za snabdevanje importovanog repromaterijala, pa izdavačima skoro da i nema nikakve dobiti. Npr. ako je maloprodajna cena jedne knjige od 500 stranica 1.000,00 dinara, od te cene su već uzeli po 20 procenata dobavljači repromaterijala i štamparija, pa ako se na maloprodajnu cenu knjige odobri sajamski rabat od 50-70 posto, činjenica je da čak-osnovac može veoma brzo izračunati da izdavaču (producentu) nije ostalo skoro ništa, ne računajući troškove distribucije, sajamskog prostora itd. Neupućeni, koji pokušaju da razmisle o ovoj pretpostavci, sa pravom će se upitati: «Ko uopšte ima dobit u velikoj konkurenciji izdavača, koji su se razmestili u uređene sajamske prostore sa svojim logotipima»? Koristi imaju par dovitljivih izdavača „organizatora“, koje više zanima broj prodatih ulaznica nego prodaja vlastitih knjiga. Dakle, današnje sajmove knjiga čine izdavači-organizatori i ostali izdavači, a iza ovih prvih staje mutna politika i strukture koje nemaju nikakvog dodira sa izdavačko-knjižarskim delatnostima, niti tim delatnostima žele bilo kakvo dobro. Međutim, ova doktorska disertacija nije posvećena strukturama koje u knjizi vide nešto drugo, već je ona posvećena onima koji u

izdavačko-knjižarskom zanimanju vide svoju odabranu delatnost, smisao svoga življenja, rada, egzistencije i zadovoljstva na duhovnom, kulturnom i ekonomskom planu. Ovaj naučnoistraživački rad posvećen je onima koji vole ovu profesiju, koji u njoj žele da ostanu, možda ceo svoj životni vek. Odnosi prema knjizi trebalo bi da budu mnogo dublji, jer bez toga knjiga postaje samo metafora koja sama po sebi nema snagu da gradi svet oko sebe. Da li je njen spas u dobrom, zreom i potpuno drugačijem konceptu racionalnijeg i življeg menadžmenta? U ovom naučnoistraživačkom radu će se iscrpno govoriti o novom konceptu menadžerske discipline u izdavačko-knjižarskom sektoru. Takođe će se prikazati uporedni preglednici i analize o različitim modelima i mogućnostima boljeg prezentovanja, plasmana i distribuciji knjige na našim prostorima, i pokušaće se doći do jasnije slike o stanju izdavaštva u Republici Srbiji.

2.2. Stvaranje nove menadžerske discipline – eksterni menadžment u izdavaštvu.

Određena literatura koja se bavila izdavačko-knjižarskim eksternim menadžmentom i marketingom u našoj zemlji skoro da i ne postoji. Kvalitativna teorijska istraživanja, kao i deskriptivna ispitivanja u oblasti eksternog plasmana knjige nisu rađena u državi SFRJ, a ni u današnje vreme.

Na osnovu započetih istraživanja i beležaka autora ovog naučnoistraživačkog rada, koja su vršena u periodu 2000-2006. godine, potrebno je otvoriti nova teorijska razmatranja o eksternom menadžmentu izdavaštva, koji je zaslužno postao veoma važan faktor i integralni deo svih izdavačko-knjižarskih kuća na našem tlu, gde će u ovoj doktorskoj disertaciji biti posvećeno više prostora toj naučnoj disciplini.

Koreni eksternog menadžmenta u izdavaštvu i knjižarstvu datiraju još od sredine prošlog XX veka. Prodaja knjiga na terenu veže se za vremenski horizont i period od XIX veka. Iz tog drevnog stabla će se kasnije razgranati prve mladice izdavačko-knjižarskog marketinga. Onog trenutka kada su upravljački mehanizmi izdavačkih kuća odlučili da plasman knjige prošire van klasičnih knjižara, promocija, festivala i sajмова knjiga, na teren i van sedišta društvenih izdavačkih kuća – tada se rađao jedan poseban vid ponude knjiga kupcima tzv. *plasman knjiga na terenu*. Taj vid prodaje je pokazao svoju neuporedivo veću snagu od klasične knjižarske prodaje, kao i prodaje putem multimedija. I ne samo to, već je takav vid prodaje knjige poneo i najveći teret najuspešnijih ostvarenja planova i programa svih izdavačkih kuća u zemlji.

Međutim, takav način prodaje dugo nije pokušavao da prevaziđe samog sebe, jer se smatralo da je dovoljno što je postao glavni stožer realizacije ponude i potražnje knjige. Smatralo se da uz takav vid prodaje nije potrebno ići u nadgradnju, u promene i u inovativne kreacije, koje bi još više poboljšale takav način plasmana knjige. Sa tim se krenulo početkom osamdesetih godina XX veka, tako što su neki od najboljih komercijalista u izdavačkim kućama predložili da se deo njihovog menadžmenta preseli direktno na teren i da se organizuje novi vid komunikacije sa kupcima u eksterijeru.

Terminološka odrednica eksterni menadžment počela se koristiti tek u 21. veku, nešto pre osnivanja novih fakulteta za menadžment, poslovni menadžment i uslužni biznis. Terminološku odrednicu „eksterni menadžment knjige“ prvi put je upotrebio

autor ovog naučnoistraživačkog rada u svojoj knjizi „Kako prodati knjigu“³⁴, koja je u pet izdanja objavljena krajem XX veka. Takođe, fakulteti za menadžment u svom nastavnom planu, u skoro svim uvedenim predmetima: osnove menadžmenta, upravljanje razvojem, upravljanje promenama, upravljanje projektima, reinženjering, marketing itd., koriste terminološki izraz „eksterno okruženje“, „eksterna opasnost“. Međutim, autor ovog naučnoistraživačkog rada je u svojoj knjizi „Kako prodati knjigu“ rekao: „U eksterijernom plasmanu knjige, sve se svodi na perfektan profesionalizam. Pred kupcem stoji menadžer, vrhunski profesionalac golemog iskustva u svojoj dugogodišnjoj izdavačko-knjižarskoj karijeri. To je čovek koji zna šta nudi kupcu, on je čovek koga je stvorio teren, iskustvo i direktan dodir sa tržištem...“ Međutim, za koju odrednicu se sada opredeliti: *eksterni* ili *eksterijerni*? Autor navedene knjige koristi termin „eksterijerni“. Zbog čega? Ako se pogleda u *Rečniku stranih riječi* od Bratoljuba Klaića³⁵, gde se kaže: **eksterijēr**, *franc.* (extérieur) 1. vanjština, vanjska strana, spoljašnjost; 2. u filmu scene snimljene na otvorenom prostoru. Takođe, po Klaiću, reč **èkstèrnī** *lat.* (externus), vanjski, spoljnji, spoljašnji, inozemni, inostrani, tuđ. Pošto se takav menadžment obavlja na terenu, a taj teren nije tuđ nego je deo našeg tržišta, trebalo bi koristiti termin **eksterijèrni menadžment**, dakle francuski terminološki izraz, a ne latinski **èkstèrnī**, jer se radi o plasmanu knjiga na terenu, a pošto se i za snimanje filma na terenu ne kaže „snimanje filma u eksteru, već u eksterijeru“ – zbog toga bi trebalo koristiti izraz eksterijerni menadžment. Ipak, u disciplini menadžmenta i upravljanja, kao i u različitim udžbenicima srodnih fakulteta, odomaćio se izraz *eksterni, eksterno okruženje, eksterne opasnosti* itd. Možda bi kompromisna reč bila najadekvatnija „ekster(ijer)ni“. Ipak, da bi se zadovoljila i francuska i latinska terminologija, dopušta se i korišćenje oba izraza kao ravnopravna, jer je jasno da i jedna i druga reč objašnjavaju da se radi o poslovanju menadžmenta van matičnog sedišta neke organizacije, kompanije, preduzeća, ili u ovom slučaju izdavačkih kuća.

Uzlazna putanja modernog eksternog menadžmenta izdavačko-knjižarskih delatnosti krenula je početkom osamdesetih godina XX veka. Njena kolevka je bila u Vojvodini (Bačka Palanka-Novi Sad). Eksterni menadžment je omogućio njegovim osnivačima i pokretačima apsolutnu slobodu, koju im je ponudio strategijski (top) menadžment izdavačkih kuća. Eksterni menadžment je bio daleko ispred operativnog menadžmenta u izdavačko-knjižarskim delatnostima, daleko ispred akvizicije, knjižarstva i programirane prodaje knjiga (pretplate). Eksterni menadžment izdavaštva je menadžment u hodu, a pošto je usmeren na pravu publiku, on je sve više preuzimao i ulogu marketinga. Takav menadžment je imao neizmernu slobodu komunikacije i istraživanja tržišta. Praktično je omogućio najbolje prisustvo izdavačkih kuća i njihove robe (objavljivanje knjiga) u javnosti, zatim rentabilan način da se dosegne do klijenta sa najdirektnijim podsticajem za kupovinu, prikupljanjem osnovnih i najdragocenijih informacija kao doprinos marketinškim projektima, jer eksterni menadžment nosi sa sobom sve odlike iz najboljeg marketinga, što je i te kako presudno za uspešnost izdavačko-knjižarskih kuća i za njihovo pozicioniranje na tržištu.

³⁴ Miliwoje Došenović (2001), *Kako Prodati knjigu*, “Domla-publishing”, Novi Sad, str.- 135, 136.

³⁵ Bratoljub Klaić (1984), *Rječnik stranih riječi*, Nakladni zavod MH, Zagreb, str. – 362.

Međutim, iako veoma popularan, cenjen i uspešan, eksterni menadžment je imao svoju intenzivnu nadgradnju, hrleći ka novim promenama iz dana u dan, iz časa u čas. U prvoj godini njegove ekspanzije na tržištu jedne velike i prostrane države, koja se zvala SFRJ, i koja je bila veća od Grčke i Mađarske zajedno, eksterni menadžment u izdavaštvu i knjižarstvu je bio prava riznica kreativnih ideja, eksperimentalnih pokušaja nove komunikacije sa publikom, a rezultat je bio u novim investicijama i u sve većim tiražima odštampanih i prodatih knjiga.

Bilo je komentara u štampi izrečenih od nekih ekonomista (pa i naučnih krugova), koji baš nisu dobro poznavali izdavaštvo, da su neke stvari nemoguće sa stanovišta teorije – eksterni menadžment je veoma brzo demantovao, jer za takav menadžment ono što je bilo teorijski nemoguće – praktično je bilo moguće. Pobornici teorije su rekli: „Ako je to tako moguće, onda teorije nisu bile dobre“. Ne, u vreme ekspanzije eksternog menadžmenta, sve teorijske rasprave koje su drugi pravili o „novom čudu“ zvanom eksterni menadžment knjige, tada u to vreme pa čak i danas, bile bi nemoćne pred kreativnom snagom jedne sasvim nove menadžerske organizacije i neslućenih mogućnosti, koja je u sebi imala: i vizije, i ideje, procene rešenja, modele dekompozicije, procene izbora, snagu racionalne komunikacije i nepredvidljiv umetnički duh koji je uspevao da probije sve pokušaje formiranja krutih teorijskih okvira u vezi sa boljim razumevanjem i dubljim istraživanjem navedenog fenomena iz 80-ih godina.

Eksterni menadžment je uspeo da razbije u paramparčad mnoštvo stereotipa: slanje reklama i kataloga poštom, uručenje knjiga poštom, u potpunosti istisnuo pretplatni vid prodaje knjiga, smanjio na minimum opomene i utuženja kupcima za neažurno plaćanje itd. Eksterni menadžment je već početkom osamdesetih godina ponudio sasvim drugačiji i originalan **portfolio model** (BCG – matrice), kada je to bilo nezamislivo na ovim prostorima. Eksterni menadžment je imao i danas ima veću snagu komunikacije od modernog Interneta, jer komunikacija eksternog menadžmenta je neposredna, direktna, prisna, u takvoj komunikaciji je moć sugestivnog delovanja sasvim otvorena i slobodna od krutih stega elektronskih kablova i sterilnih tekstualnih Internet-ponuda. Zašto je to tako? U knjizi «Veština pridobiti čoveka» od autora uglednih američkih profesora dr Voltera Dil Skota i dr Deltona T. Hauarda³⁶ se kaže: «Kad čitate neki oglas i razmišljate da li ćete kupiti tu robu ili ne, oglas još ne zauzima vašu potpunu pažnju. Vaša misao je isto toliko zabavljena i drugom robom. Vi upoređujete robu iz oglasa sa drugom sličnom robom, ali upoređujete misao da kupite robu s mišlju da uopšte ne kupujete. Istina je da vi ne držite stalno pred sobom dve ili više alternativa. Prvo jedna pa druga dolaze u središte pažnje. Konkurentska roba ili misao o pokretu da kupite robu mogu uopšte da ne dođu u središte vaše mašte, nego da ostanu u dnu svesti, zadržavajući vašu odluku i podsećajući vas da ima drugih stvari o kojima bi trebalo misliti...» Dalje, ugledni doktori Skot i Hauard u svojoj knjizi nastavljaju: «Svaka ideja o nekoj akciji pretvoriće se u akciju samo ako je ne spreči neka suprotna ideja ili kakva fizička prepreka. U pokretanju i nadahnuću ljudi, sugestija se u svakom pogledu može smatrati ravnom logičnom rezonovanju. Brejd, Škotlandanin,

³⁶ Dr Volter Dil Skot, dr Delton T. Hauard (1995), Veština pridobiti čoveka kao oruđe životnog uspeha “Stilos”, Novi Sad, str. – 11, 32, 33.

i Libo i Bernhajm, Francuzi, mogu se u neku ruku nazvati pronalazačima sugestije. Oni su o njoj mislili u prvom redu kao o sili koja se može upotrebiti da proizvede neobične, krajnje, i čak nenormalne rezultate na ljudska bića. Ubrzo se, međutim, uvideo da sila koja je mogla proizvesti krajnje rezultate može sigurno biti važan faktor za proizvođenje običnih i normalnih rezultata. Poslednjih godina sugestija je proglašena za veliku silu u vaspitanju i religiji, u društvenim i političkim pokretima, u unapređenju zdravlja i lečenju bolesti. Sa pouzdanjem se tvrdilo da rezultati onog koji oglašuje i svih prodavača zavise više od finog delovanja sugestije nego od logičnog prikazivanja fakata razumu mušterije. Nas su tradicionalno učili da je čovek u suštini logičan, da meri dokaze, da ih oblači u silogizam i tad dolazi do zaključka na kome zasniva svoju radnju. Modernije shvatanje čoveka je, da čovek uopšte retko rezonuje. Zaista, jedan od najvećih ispitivača ljudskog uma uverava nas da većina ljudi uopšte ne rezonuje i ne razmišlja potpuno, nego su svi njihovi postupci rezultat ugledanja na druge, navika, sugestija, ili nekog oblika srodnog mišljenja, ali koji je izrazito niži od onog koji se zove razmišljanje. Moramo priznati da svršavamo svoje najvažnije poslove i stvaramo svoja najsvetlija mišljenja pomoću gole sugestije. Veliki zapovednici ljudi nisu oni koji su najlogičniji u predstavljanju svojih interesa gomili. Čak i naši najveći govornici nisu uvek oni koji su najlogičniji u iznošenju dokaza u prilog svojih valjanih tvrđenja.

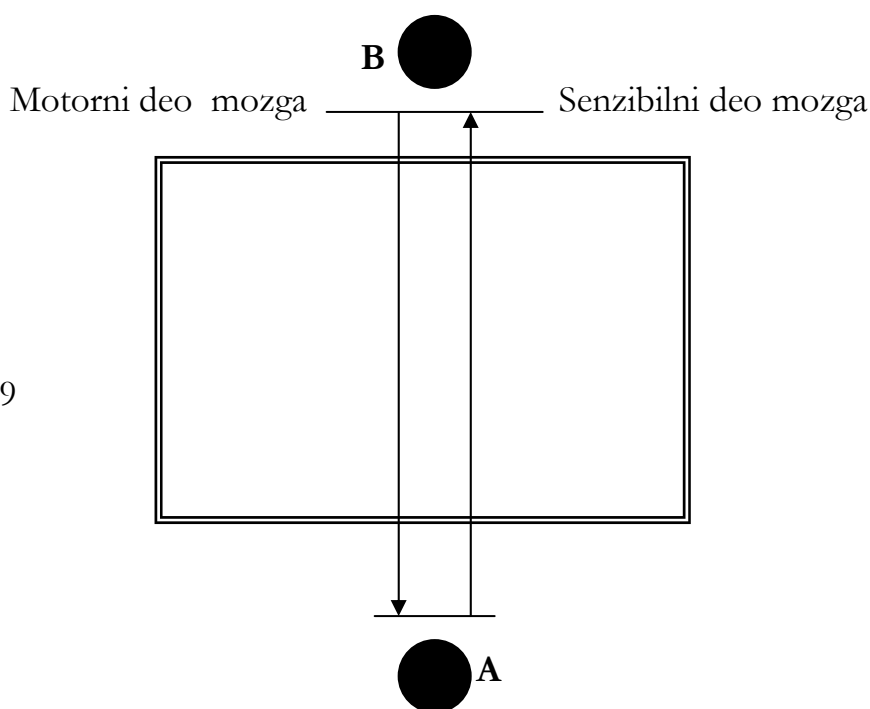
U pokretanju i nadahnuću ljudi, sugestija se u svakom pogledu može smatrati ravnom logičnom rezonovanju, i kao takva zaslužuje da postane predmet studije za svakog koji se interesuje uticanjem na svoje bližnje. Dok je tradicija smatrala čoveka potpuno logičnim, moderno mišljenje smatra ga pretežnim delom stvorenjem sugestije».

I nekada davno u 5. veku pre nove ere, znameniti atinski filozof Sokrat (470-399), koji je bio neprikosnoveni uzor svih helenskih filozofa, u vezi sa komunikacijom među ljudima rekao je:

**Samo izgovorena reč je izraz
žive duše, dok je svaki zapis
samo bleđa kopija istine...**

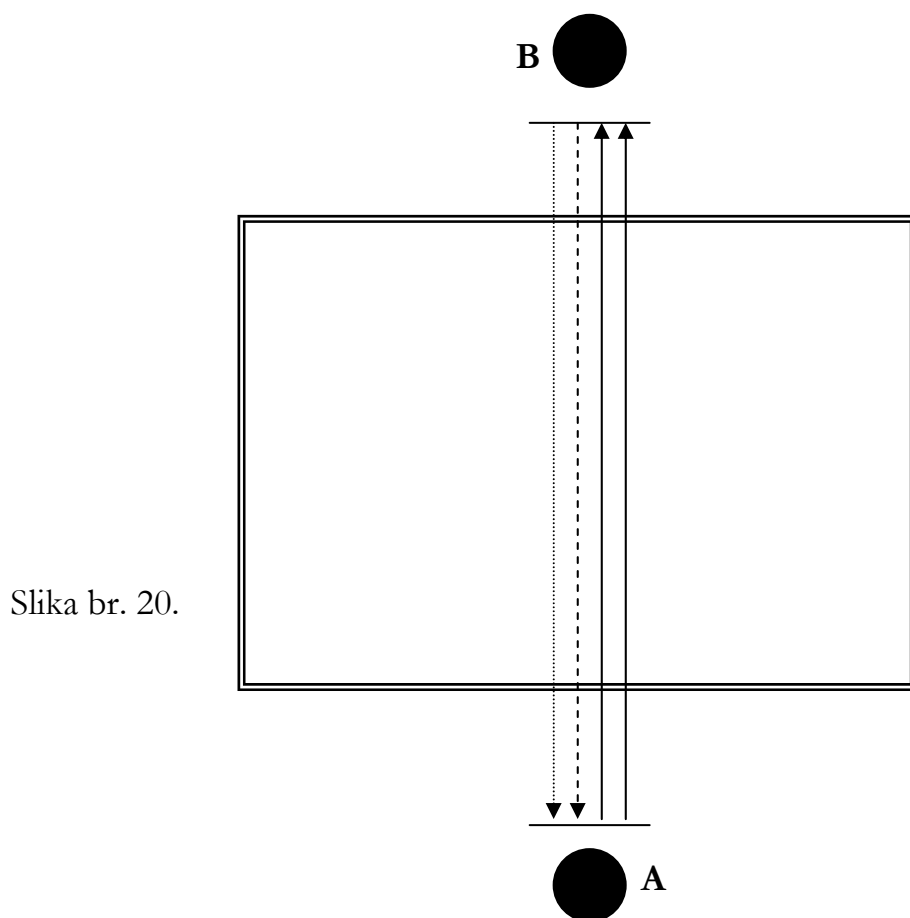
(SOKRAT)

2.2.1. Psihološko-komunikativne relacije u eksternom menadžmentu. (tranzitivne relacije)

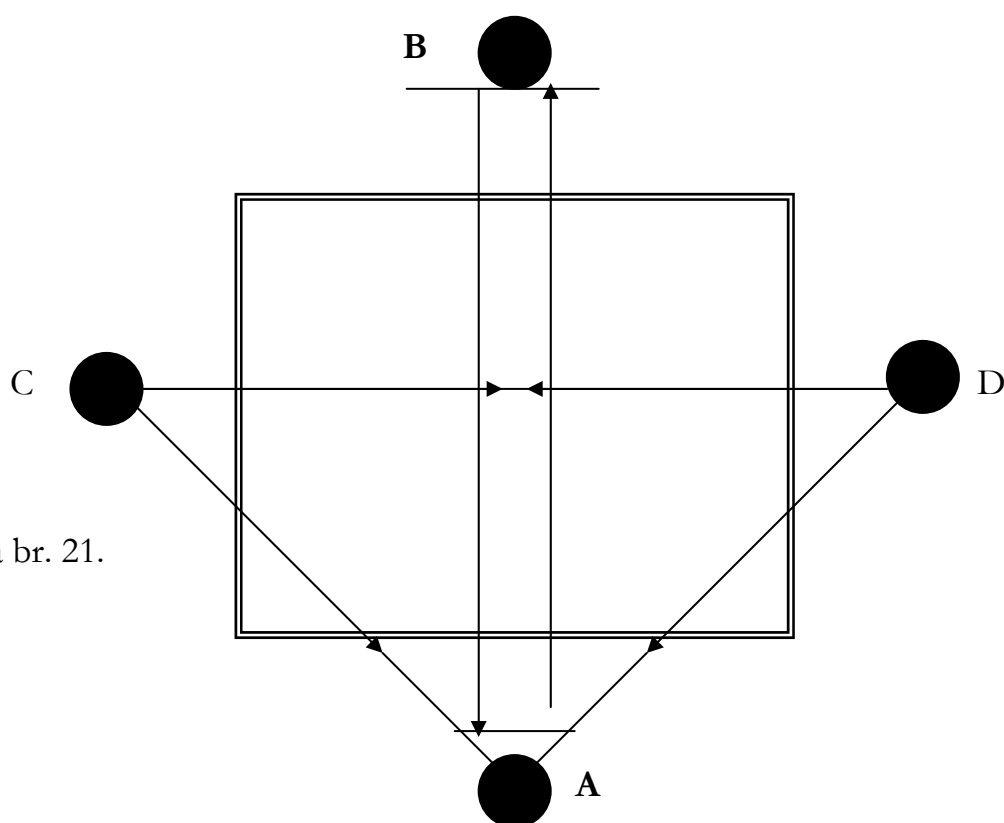


Slika br. 19

Na slici broj 19 je prikaz psihološko-komunikativnih relacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti. Tačka A predstavlja eksternog menadžera, a tačka B predstavlja predstavnika ciljne grupe, pravougaoni oblik je poslovni sto, dok strelice predstavljaju komunikativne relacije. Uz poštovanje poslovne etike i dobre poslovne saradnje, vodi se razgovor o ponudi-potražnji. U poslovnoj komunikaciji nije dovoljan samo kvalitet robe niti poznati brend ponuđača. Tačka A (eksterni menadžer) mora dospeti u čula tačke B (predstavnika ciljne grupe-kupca). Psihološko-komunikativne relacije kreću od tačke A ka tački B kroz njegova čula ka njegovom senzibilnom delu mozga prelazeći u motorni deo mozga. Vrhunski eksterni menadžer (A) sugestivno deluje direktno u izvorišta odgovora kod predstavnika ciljne grupe (B). Sugestivno delovanje tačke A je duševni proces kratkog spoja i ono mora biti dominantno nad duševnim procesom dugačkog procesa (razmišljanja) koje bi započelo u tački B. Ako bi tačka A dozvolila da tačka B duže razmišlja, došlo bi do zastoja u odluci kupovine, trošeći energiju i vreme istovremeno i tački A. Sugestivnim delovanjem tačka A racionalno troši i svoju energiju i energiju tačke B. Eksterni menadžer (tačka A) mora veoma brzo savladati manje komunikativne prepreke, jer u protivnom će tačka B ući u fazu dužeg razmišljanja. Dakle, sugestija mora imati svoj tok delovanja u neposrednoj komunikaciji da bi tačka A ubedljivo dominirala u svojim argumentima poslovne psihološko-komunikativne relacije eksternog menadžmenta knjige.

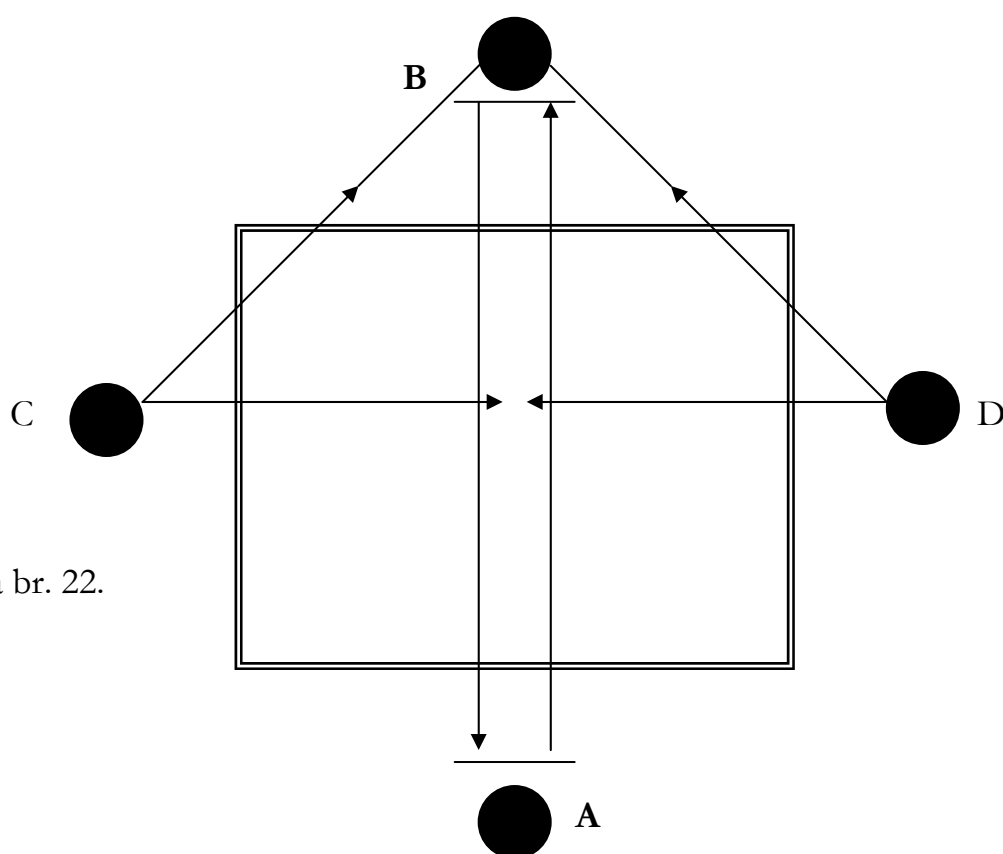


Tačka A je otklonila tački B dileme i razmišljanja. Tačka A je svojim dobrim sugestivnim delovanjem otklonila stvaranje „raskrsnice“ na kojoj bi tačka B mogla da se dvoumi, da posumnja, dobije dileme, zamršeni faktori su potpuno otklonjeni. Linija otpora za sklapanje poslova kod tačke B postaje isprekidana, da bi uskoro bila jedva vidljiva. Linije iz tačke A su potpuno stabilne, jasne i uočljive, slika broj 20.



Slika br. 21.

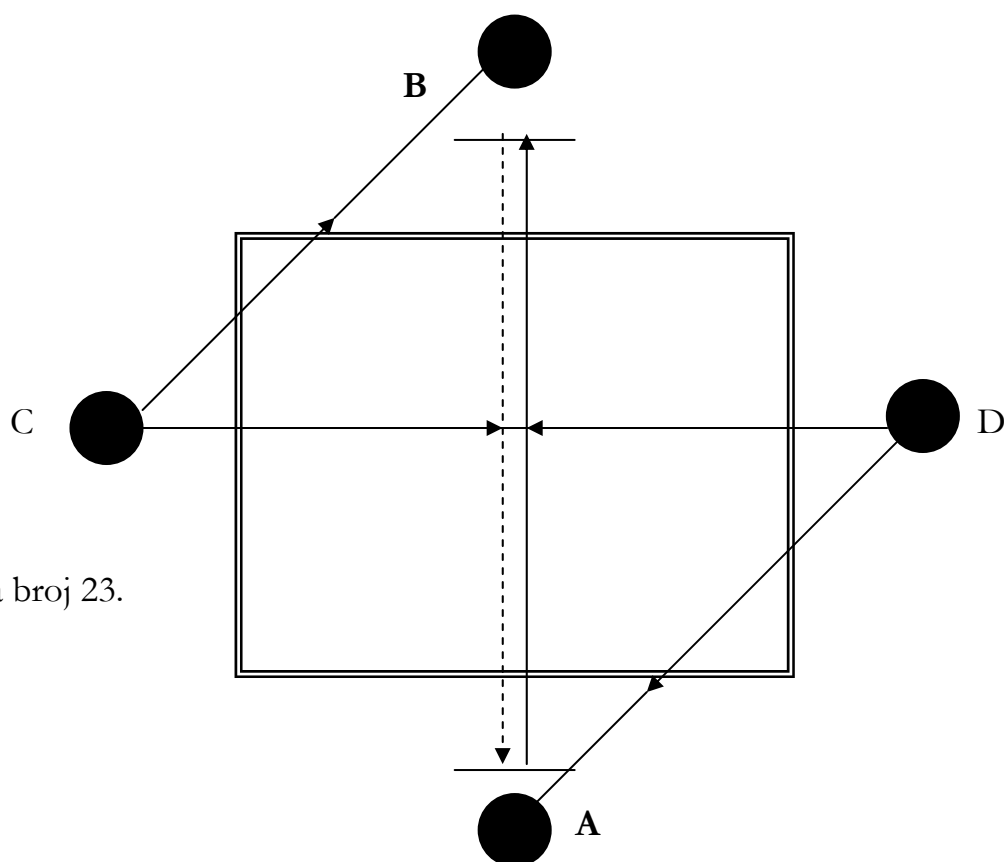
Na slici broj 21 je prikaz psihološko-komunikativnih relacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti. Tačka A predstavlja eksternog menadžera, a tačka B predstavlja predstavnika ciljne grupe, pravougaoni oblik je poslovni sto, dok strelice predstavljaju komunikativne relacije. Međutim, ovde je stvorena veoma ozbiljna prepreka u komunikaciji između tačke A i tačke B, koja se sagledava u slučajnom ili namernom uključenju u psihološko-komunikacione relacije tačkama D i C. To je veoma ozbiljan problem koji istovremeno skreće pažnju tački A da je predstavnik njegove ciljne grupe (tačka B) nesiguran menadžer, koji ne sme da se sam suoči sa vrhunskim menadžerom eksternog plasmana knjige, dozvoljava prisustvo osobe D i C. Time se stvara «komunikacioni trougao» čiji kraci presecaju komunikacione linije između tačke A i tačke B, komunicirajući između sebe i upadajući u komunikaciju između tačke A i tačke B, ali nemaju trenutnu komunikaciju sa tačkom B. Ovakve situacije su u eksternom menadžmentu komunikacije potpuno nepoželjne. Malu nadu u bleđoj komunikaciji između tačke A i tačke B nudi visprena dovrtljivost eksternog menadžera (tačke A), tako što tačkama D i C ponudi neke slikovite kataloge da ih oni razleđaju, čime bi privremenim mirovanjem (ćutanjem) omogućili tački A da nastavi komunikaciju sa tačkom B. Međutim, ishod komunikacije je krajnje neizvestan, jer su svi pokazatelji da će se tačka B ipak pozvati na zajedničku odluku sa tačkama B i C. Šta eksterni menadžer treba da uradi? Treba da izbegava takve poslovne komunikacije, ili da bar pokuša da predloži tački A da imaju slobodnu komunikaciju bez prisustva drugih lica iz firme. Ako to ne uspe, onda eksterni menadžer (tačka A) mora shvatiti da pred sobom ima poslovnog partnera koji ne zna dobro da upravlja ni vremenom niti prostorom u svojoj vlastitoj firmi.



Slika br. 22.

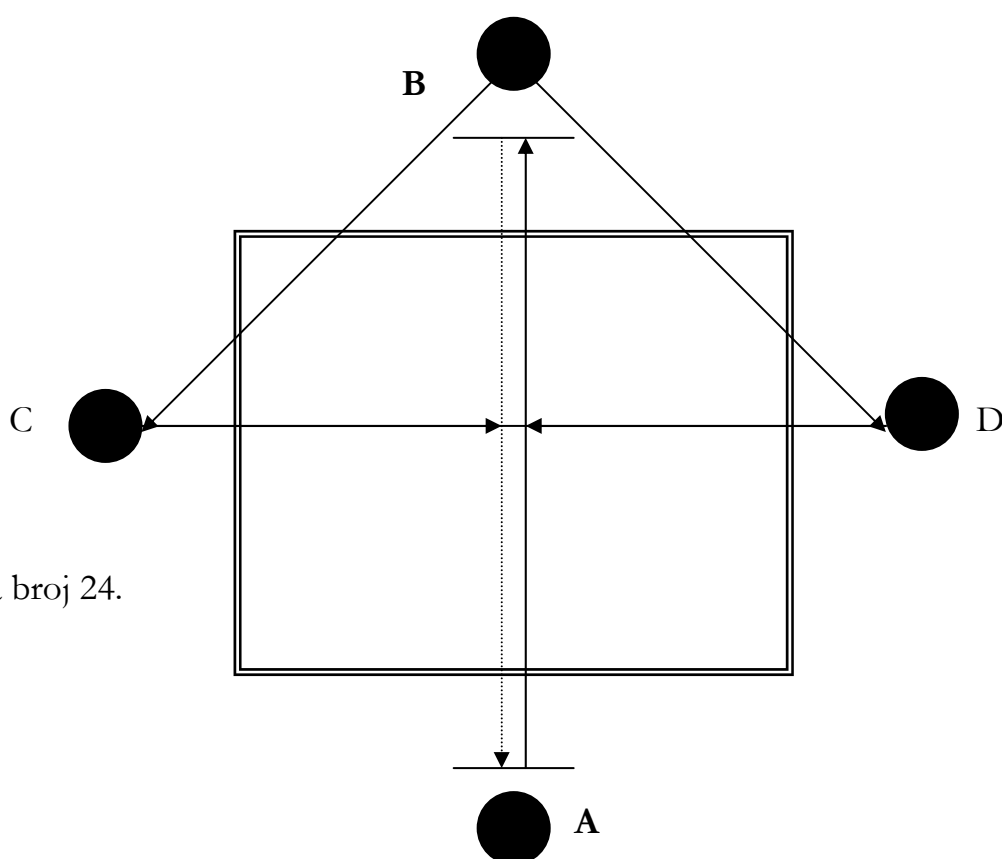
Na slici broj 22 je prikaz psihološko-komunikativnih relacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti. Tačka A predstavlja eksternog menadžera, a tačka B predstavlja predstavnika ciljne grupe, pravougaoni oblik je poslovni sto, dok strelice predstavljaju komunikativne relacije. Međutim, ovde je stvorena veoma ozbiljna prepreka u komunikaciji između tačke A i tačke B, koja se sagledava u slučajnom ili namernom uključenju u psihološko-komunikacione relacije tačaka D i C. To je veoma ozbiljan problem koji istovremeno skreće pažnju tački A da je predstavnik njegove ciljne grupe (tačka B) nesiguran menadžer, koji ne sme da se sam suoči sa vrhunskim menadžerom eksternog plasmana knjige, dozvoljava prisustvo osobe D i C. Time se stvara «komunikacioni trougao» čiji kraci presecaju komunikacione linije između tačke A i tačke B, komunicirajući između sebe i upadajući u komunikaciju između tačke A i tačke B, ali nemaju trenutnu komunikaciju sa tačkom A već sa tačkom B.

Ovde su tačke D i C članovi kolektiva tačke B, možda poznanici, rođaci, ili u najgorem slučaju nenajavljeni predstavnici nekog drugog preduzeća, bilo profesije slične profesiji tačke A ili sasvim drugačije profesije. Ovakve situacije su u eksternom menadžmentu komunikacije potpuno nepoželjne. Takve situacije govore o veoma lošem znanju tačke B upravljanja prostorom, vremenom, kao i poslovnom bontonu. Koji je izlaz iz ove situacije? Tačka B bi trebalo da se predstavi nepozvanim gostima i da predloži tački B da sasluša svoje goste u prolazu, dok bi se tačka B kraće vreme «pozabavila» nekim svojim papirima lično. Komunikacija je moguća samo ako nepozvani gosti napuste komunikacioni prostor u roku kraćem od 3 minuta, u protivnom tačka A treba da prekine poslovnu komunikaciju sa tačkom B.



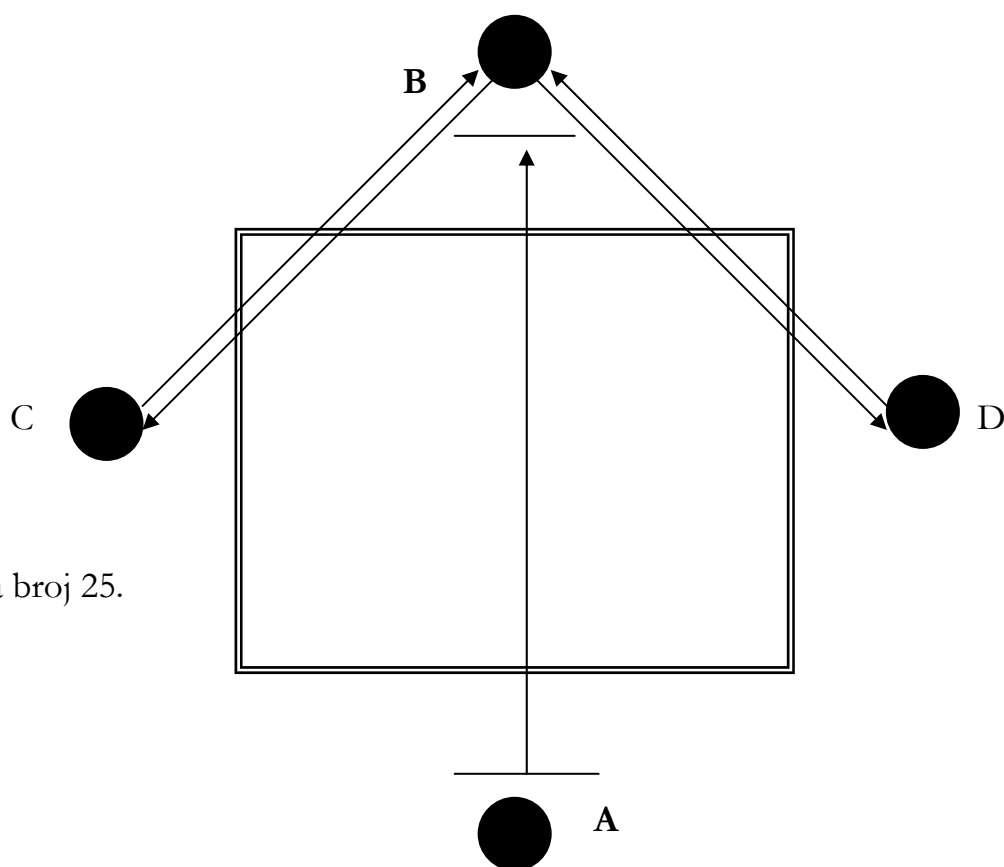
Slika broj 23.

Na slici broj 23 je prikaz psihološko-komunikativnih relacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti. Tačka A predstavlja eksternog menadžera, a tačka B predstavlja predstavnika ciljne grupe, pravougaoni oblik je poslovni sto, dok strelice predstavljaju komunikativne relacije. Međutim, ovde je stvorena veoma ozbiljna prepreka u komunikaciji između tačke A i tačke B, koja se sagledava u slučajnom ili namernom uključenju u psihološko-komunikacione relacije tačaka D i C. Time se preko komunikacionih linija između tačke A i tačke B stvara prepreka u vidu obrnutog latiničnog slova «Z». Na slici se može videti da umesto osobe B komunikacioni proces sa osobom A (eksternim menadžerom) pokušava da vodi osoba D, koja dalje usmerava svoj tok komunikacije na osobu C, a ona dalje komunicira sa osobom B (predstavnikom ciljne grupe). Komunikacije iz pravca osobe B prema osobi A su veoma slabe, što prikazuje tanka isprekidana strelica. Ovakve situacije u psihološko-komunikativnim relacija eksternog menadžmenta su apsolutno nedopustive. Izlaz iz ovakve situacije je zahtev osobe A osobi B – da oslobodi prostoriju. To je veoma teško učiniti, jer će verovatno osobe D i C burno reagovati. Bez obzira na njihove reakcije, osoba A treba da se bori za svoj predlog. Ako osoba B ceni poslovne sastanke sa osobom A, kao i njenu menadžersku harizmu, ona će domaćinski i učtivo stvoriti normalnu atmosferu za obavljanje razgovora sa osobom A. U protivnom, eksterni menadžer knjige valja da se kloni takve ciljne grupe i njenog predstavnika. Nažalost.



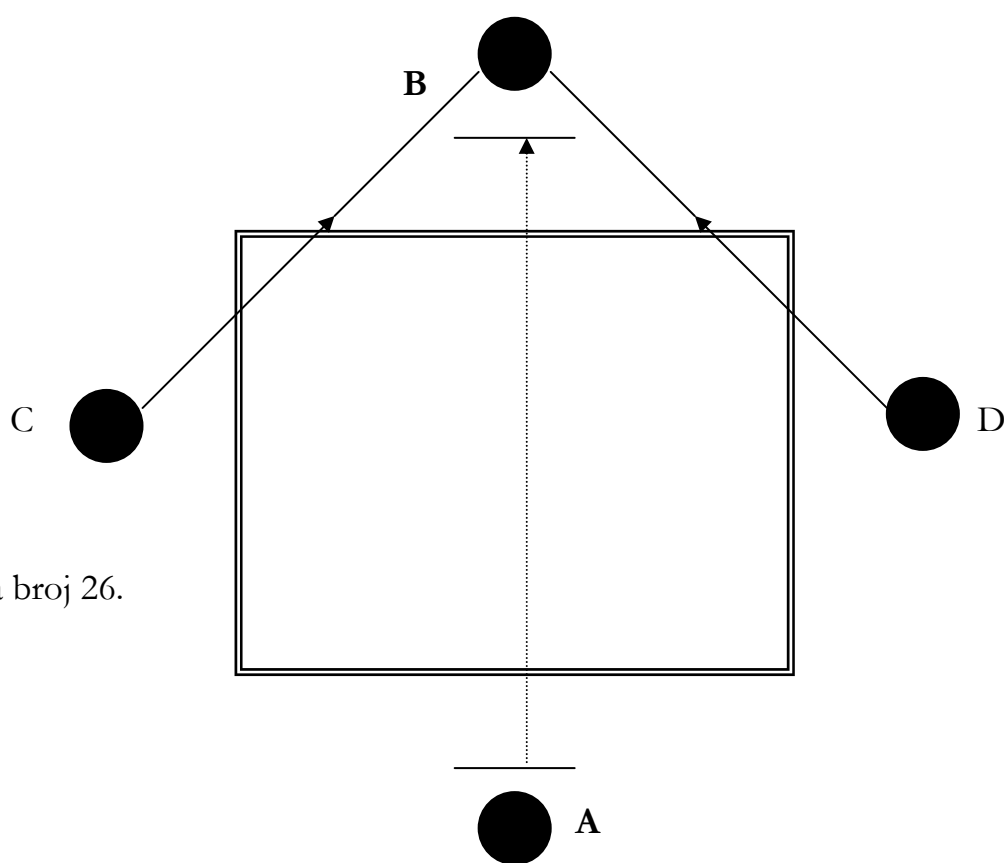
Slika broj 24.

Na slici broj 24 je prikaz psihološko-komunikativnih relacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti. Tačka A predstavlja eksternog menadžera, a tačka B predstavlja predstavnika ciljne grupe, pravougaoni oblik je poslovni sto, dok strelice predstavljaju komunikativne relacije. Međutim, ovde je stvorena veoma ozbiljna prepreka u komunikaciji između tačke A i tačke B, koja se sagledava u slučajnom ili namernom uključenju u psihološko-komunikacione relacije tačaka D i C. Time se preko komunikacionih linija između tačke A i tačke B stvara prepreka u vidu trougla. Na slici se može videti da osoba B umesto da vodi komunikacioni proces sa osobom A (eksternim menadžerom) komunicira isključivo sa osobama D i C. Tanka isprekidana linija koja ide iz pravca osobe B ka osobi A je veoma neprimetna. Ovakve situacije u psihološko-komunikativnim relacija eksternog menadžmenta su apsolutno nedopustive. Izlaz iz ovakve situacije je zahtev osobe A osobi B – da ona postupi kao i u objašnjenju ispod slike 21.



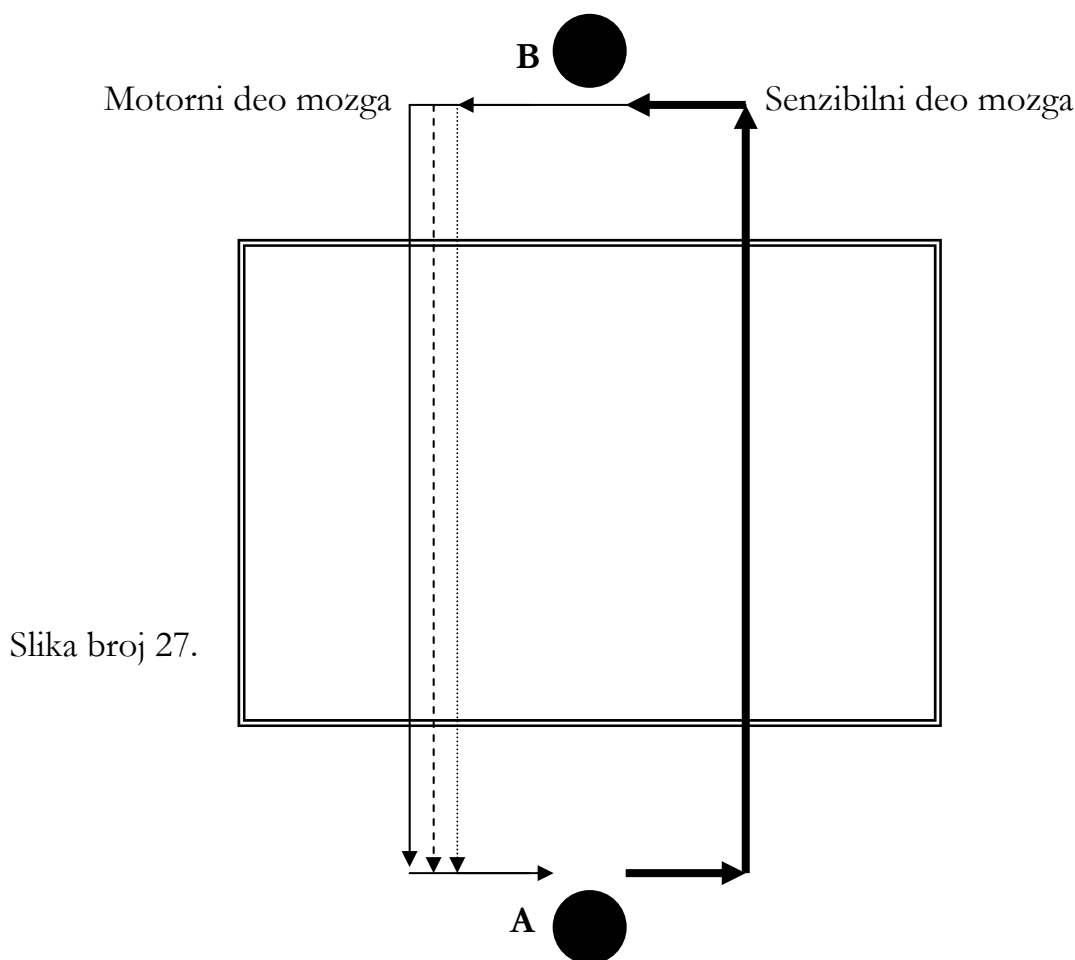
Slika broj 25.

Na slici broj 25 je prikaz psihološko-komunikativnih relacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti. Tačka A predstavlja eksternog menadžera, a tačka B predstavlja predstavnika ciljne grupe, pravougaoni oblik je poslovni sto, dok strelice predstavljaju komunikativne relacije. Međutim, ovde je stvorena jedna od najozbiljnijih prepreka u komunikaciji između tačke A i tačke B, koja se sagledava u slučajnom ili namernom uključenju u psihološko-komunikacione relacije tačaka D i C. Komunikacione linije prikazuju veoma živu komunikaciju između osobe B sa osobama C i D. Komunikaciona linija između osobe A i osobe B ide samo u jednom pravcu i to ka osobi B, ali se dekodirana poruka ne vraća. Umesto toga osoba B vodi veoma intenzivnu komunikaciju sa osobama D i C. Ovakve nezgodne situacije u psihološko-komunikativnim relacijama eksternog menadžmenta su apsolutno nedopustive. Izlaz iz ovakve situacije je u prekidu takve «komunikacije» od strane osobe A.



Slika broj 26.

Na slici broj 26 je prikaz psihološko-komunikativnih relacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti. Tačka A predstavlja eksternog menadžera, a tačka B predstavlja predstavnika ciljne grupe, pravougaoni oblik je poslovni sto, dok strelice predstavljaju komunikativne relacije. Međutim, ovde je stvorena jedna od najozbiljnijih prepreka u komunikaciji između tačke A i tačke B, sličnost joj je sa prikazom na slici 25. Prepreka se sagledava u slučajnom ili namernom uključenju u psihološko-komunikacione relacije tačkama D i C. Komunikacione linije prikazuju komunikacioni tok između osobe D koji ide ka osobi B, a takođe od osobe C ka osobi B. Komunikaciona linija između osobe A i osobe B je skoro nevidljiva, jer nema nikakve komunikacije. Zanimljivo je da osoba B nema komunikaciju ni sa osobama D i C. One komuniciraju sa osobom B, ali im ona ne pruža odgovore. Tu se radi u potpunoj vlastohlepnosti osoba D i C u odnosu na autoritet osobe B. Pretpostavka je da su osobe D i C školski pedagog i pomoćnik direktora škole, koji smatraju da imaju veća prava o odlučivanju od samog direktora škole (neke ciljne grupe). Nažalost, ovakve situacije nisu retke. Ipak, nada postoji, jer će buduće psihološko-komunikacione relacije eksternog menadžera biti mnogo uspešnije – kada na mesto direktora te ustanove dođe zreliji profesionalni menadžer.



Slika broj 27 prikazuje zdrav psihološko-komunikacioni ambijent u kome će eksterni menadžer imati povoljnu klimu za prezetovanje svoje ponude, i u kome će predstavnik ciljne grupe biti povoljan sagovornik. Upravljanje prostorom i upravljanje vremenom su ovde jasno prikazani u interesu dobrih poslovnih odnosa. Nema smetnji iz okruženja u vidu tačaka B i C. Goleme sugestivne, menadžerske i psihološko-komunikativne sposobnosti eksternog menadžera mogu doći maksimalno do artikulacije. Ovakve komunikacije (na slici 27) ne oduzimaju ni vreme ni energiju tačkama A i B. Psihološko-komunikativne relacije i putanja sugestije kreće od tačke A ka tački B, pa preko senzibilnog dela mozga osobe B prolazi do njenog motornog dela mozga. Pokušaj nesaglasja i otpora kod osobe B je kratkotrajan i prikazan je u vidu pune strelice sa leve strane, zatim otpori jenjavaju i prelaze u isprekidane strelice, da bi na kraju otpor sugestivnom načinu prodaje robe eksternog menadžera (osoba A) bio potpuno eliminisan i prikazan kroz najtanju isprekidanu strelicu sa leve strane. Svaki eksterni menadžer, bilo u kojoj oblasti da radi (izdavaštvo-knjižarstvo, turizam, sport, estrada, privreda), trebalo bi da prouči ove nove priloge i da ih primenjuje. Za početak to nije lako, ali vremenom nauka i iskustvo objedinjeni – daće povoljne rezultate.

Slika broj 28. Poslovna komunikacija je nemoguća u haosu.



Ako bi eksterni menadžer knjige prihvatio da kupovina njegove robe (knjige) zavisi od razgovora sa polemičnom grupom ljudi, onda od njegovog poslovnog angažmana nema ništa. Na slici je prikazana pogrešna komunikaciona atmosfera stvorena npr. u jednoj zbornici škole. Menadžer knjige sedi s čela stola (u sredini), direktor škole koji odlučuje o kupovini knjiga je gospođa sa naočarima (skoro nevidljiva u levom uglu). Kao što se može videti, ovde se vodi komunikacija „svak sa svakim“, atmosfera je tipično pijačna, svaka osoba se razume u sve, svi žele da budu kompetentni, osoba u krajnjem uglu čak vodi privatni razgovor mobilnim telefonom itd. Menadžer knjige ćuti, jer bi zalud trošio reči i energiju. Njegova greška je što je prihvatio da se poslovni razgovor obavi u zbornici škole. Samo atmosfera na prethodnim slikama 19, 20 i 27 je pogodna atmosfera za poslovni razgovor, dakle razgovor eksternog menadžera isključivo sa kompetentnom osobom ciljne grupe sa kojom treba da sklopi posao.

Kada su jednom studenti upitali svoga profesora i slavnog konstruktora aviona, akademika Andreja Nikolajeviča Tupoljeva: «Uvaženi profesore, zbog čega se ne obraćate vašem crtačkom timu, prilikom prenošenja vaše ideje za dizajn aviona, i zbog čega to činite samo preko glavnog dizajnera Serjože...? – uvaženi akademik je rekao: «Svaki poslovni razgovor mora biti bistar, i svaki razgovor u kome učestvuje više od dve osobe – izaziva dileme i polemiku. Ako bih morao da pitam sve moje crtače u vezi sa mišljenjem o projektu mojih aviona, ja tada ne bih konstruisao niti jedan avion...»

2.2.2. Snaga eksternog menadžmenta – komunikacije sa masom ljudi.

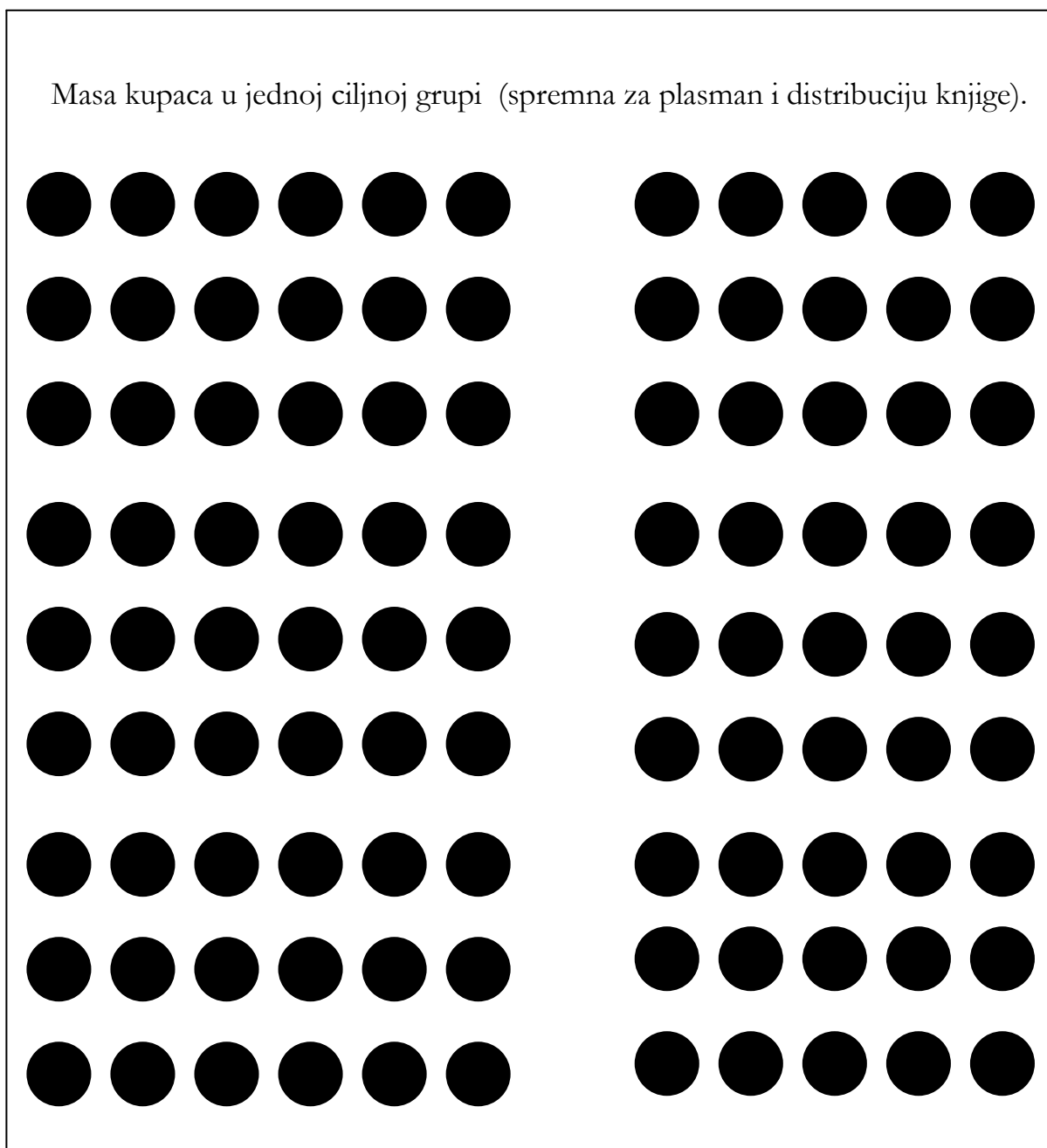
Kada bi se pokušalo postaviti pitanje mladim studentima menadžmenta ili ekonomskih fakulteta: „Ako imate 1.000 ljudi u jednoj prostoriji, da li je moguće eksternim menadžmentom uspeti da prodate jedan vaš istovetan naslov knjige svim ljudima, ali 1.001 primerak knjige, dakle jedan primerak više nego što je ukupan broj ljudi kojima nudite vašu robu, i to sve u veoma kratkom roku, za recimo dva sata?“ Pretpostavlja se da bi ovo pitanje veoma zbunilo mnoge buduće mlade menadžere i ekonomiste. Možda bi ih zbunila i sama pomisao da od 1.000 ljudi uspeju da ubede svih 1.000 da kupi jedan istovetan primerak neke knjige, u kratkom roku od svega 2 sata, i uz to da bude više kupaca (za 1) od ukupne mase prisutnih ljudi.

Ako bi se takođe postavilo pitanje ekonomistima, naučnicima i teoretičarima: „Da li je moguće uspeti od 1.000 prisutnih ljudi u jednoj prostoriji prodati im 1.001 istovetnu knjigu, u vremenu od 1 čas, u kom vremenu se mora uspeti da se uradi nekoliko stvari: da se prezentuje određena roba (knjige), da se upiše 1.001 osoba i sve njihove podatke (ime i prezime, broj lične karte, adresu, mesto stanovanja, naziv njihove ustanove, naslov knjige koju kupuju i najposle njihov vlastoručni potpis o primitku knjige), zatim da se prodate knjige uruče u tom ukupnom vremenu od jednog časa?“ – verovatno bi mogući odgovori na takvo pitanje bili: „To je apsolutno nemoguće, sa stanovišta teorije“. Ako se postavi potpitanje: „Zbog čega je to nemoguće?“ – dobio bi se odgovor: „Kao prvo, od 1.000 ljudi ubediti svih 1.000 plus jednog više da svi kupe knjige je utopija, dalje, za upisivanje njihovih podataka na licu mesta zahteva najmanje 2 minuta po osobi što čini ukupno 2.000 minuta ili 33 sata, 33 minuta i 33 desetinke, a termin korišćenja prostorije u kojoj se vrši komunikacija sa 1.000 ljudi je maksimalno ograničen na 1 čas. Takođe, potrebno je i određeno vreme da se sve kupljene knjige uruče...“

To kažu teoretičari, a šta kaže praksa? Pre nego što se prezentuje učinak, još je u sećanju jedna rečenica koju je izgovorio usplahirani indonežanski novinar meštanima ribarskog sela: „Bežite, jer za nepun sat stiže ogromni talas koji će vam uništiti celo selo i živote“. Ribari su sa nevericom zavrteli glavom, a tome nisu pridavali pažnju ni teoretičari državnih instituta, meteorolozi, geografi, fizičari... Surovu istinu je znao svetioničar na usamljenoj kuli okružen podivljanim okeanom. Za nepun sat zloglasni (samo jedan talas) talas zvani „Cunami“, zbrisao je priobalje preko desetak zemalja u Aziji i za sat vremena ubio 300 hiljada ljudi. U svim zemljama sveta, geofizičari, meteorolozi, astronomi, a posebno matematičari (koji su tvrdili da talas tolike gigant-ske visine nikada ne može biti stvoren), zanemeli su pred događajem koji je uzdrmao matematičko-meteorološke teorije.

Takođe, valja spomenuti fatalan nesklad između teorijskih pretpostavki i iskustvenih spoznaja, koji se odnosi i na jedan teški dan kada je bombardovana Kraljevina Jugoslavija od „luftvafe“ 6. aprila 1941. godine, u ranu zoru. Kada je Hitler napao Poljsku, 1939. godine, jedan stari bibliotekar je rekao da bi bilo dobro (za svaki slučaj) da se knjige iz Narodne biblioteke na Kosančićevom vencu, izmeste na sigurnije mesto. Nisu ga razumeli ozbiljno, pa je 300.000 vrednih knjiga zbrisano u izgoreloj biblioteci.

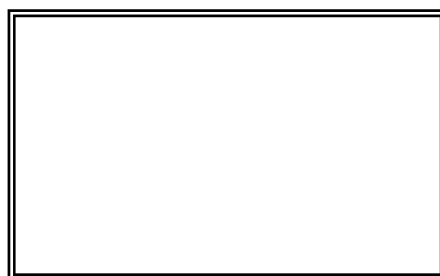
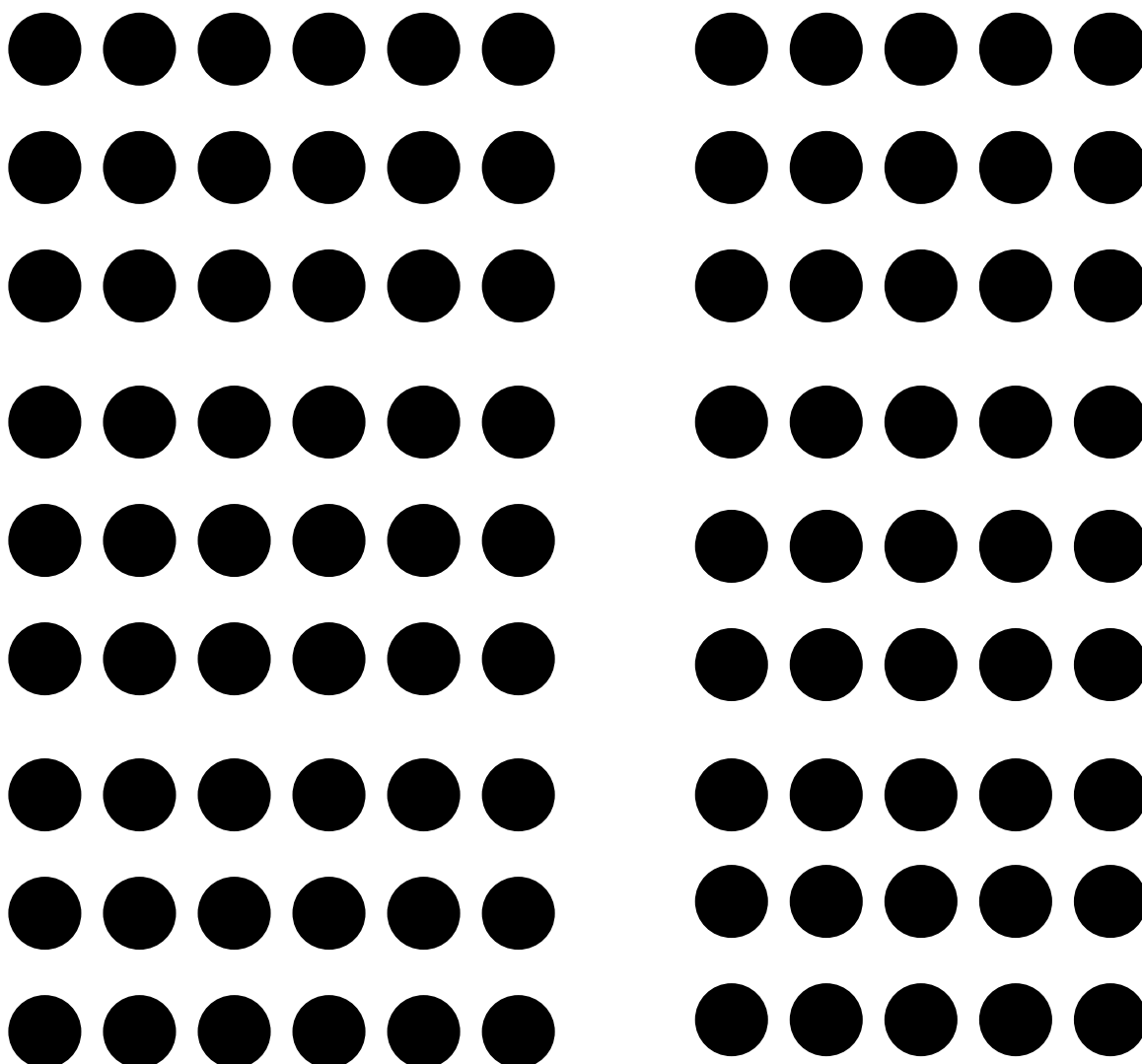
TRANZITIVNE RELACIJE (trenutnog, totalnog efekta komunikacije)



Slika broj 29.

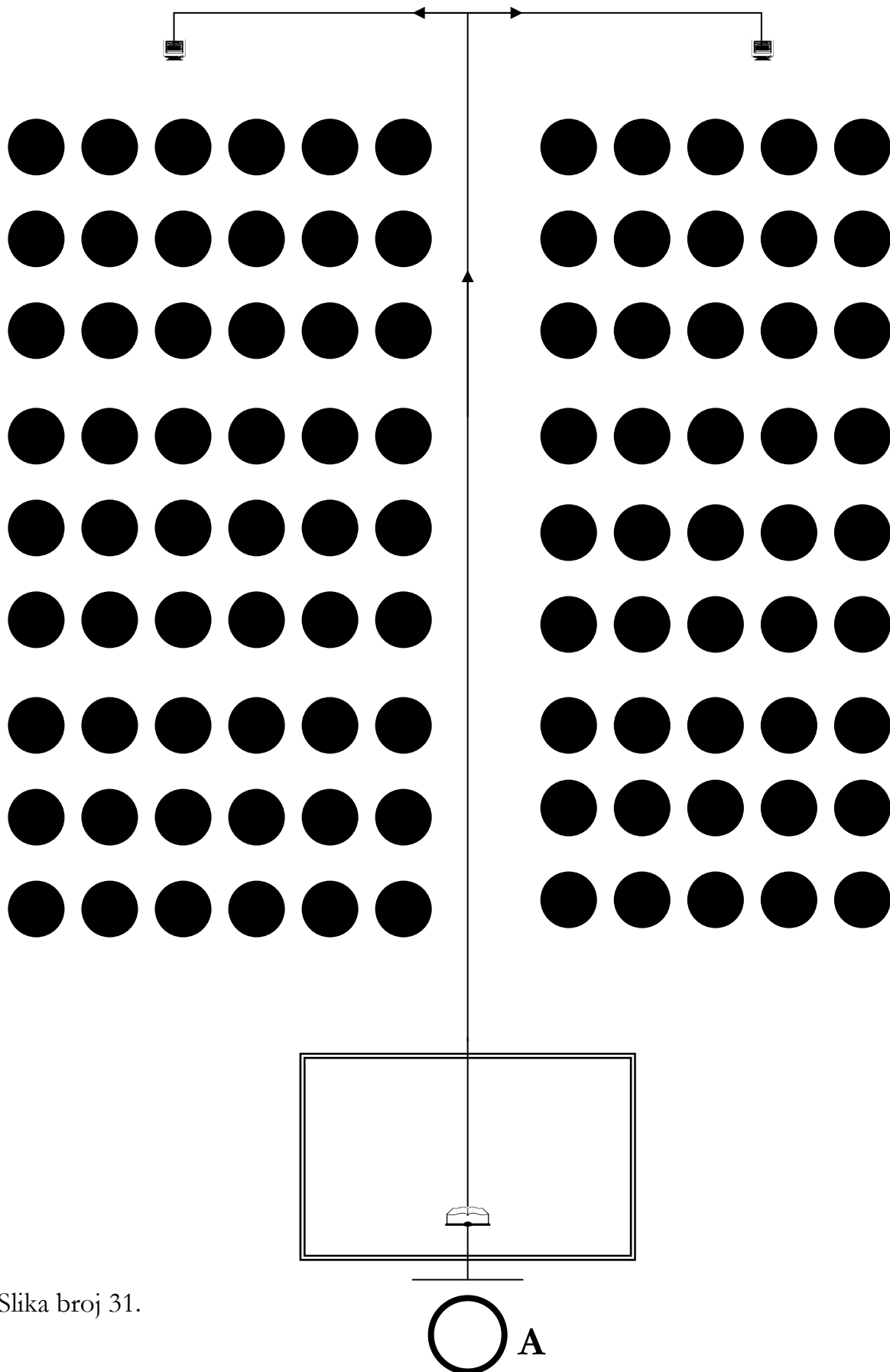
Ciljna grupa eksternog menadžmenta knjige (veća skupina ljudi u sali jedne firme). Na sledećim stranicama biće prikazan način komunikacije eksternog menadžmenta sa masom kupaca u kraćem vremenskom periodu, gde će temporalna sugestija eksternog menadžera proizvesti kraću (poslovno-korisnu) socijalnu facilitaciju, u kojoj će prvi kupci „povući“ druge, ovi treće itd. Tu dolazi do podržavanja ponašanja drugih osoba „psihološka zaraza“, ali u pozitivnom smislu, gde će eksterni menadžer uspeti da uspostavi kvalitetne tranzitivne relacije sa ciljnom grupom (kupcima knjiga).

Priprema za verbalno-neverbalnu komunikaciju (temporalna sugestija)

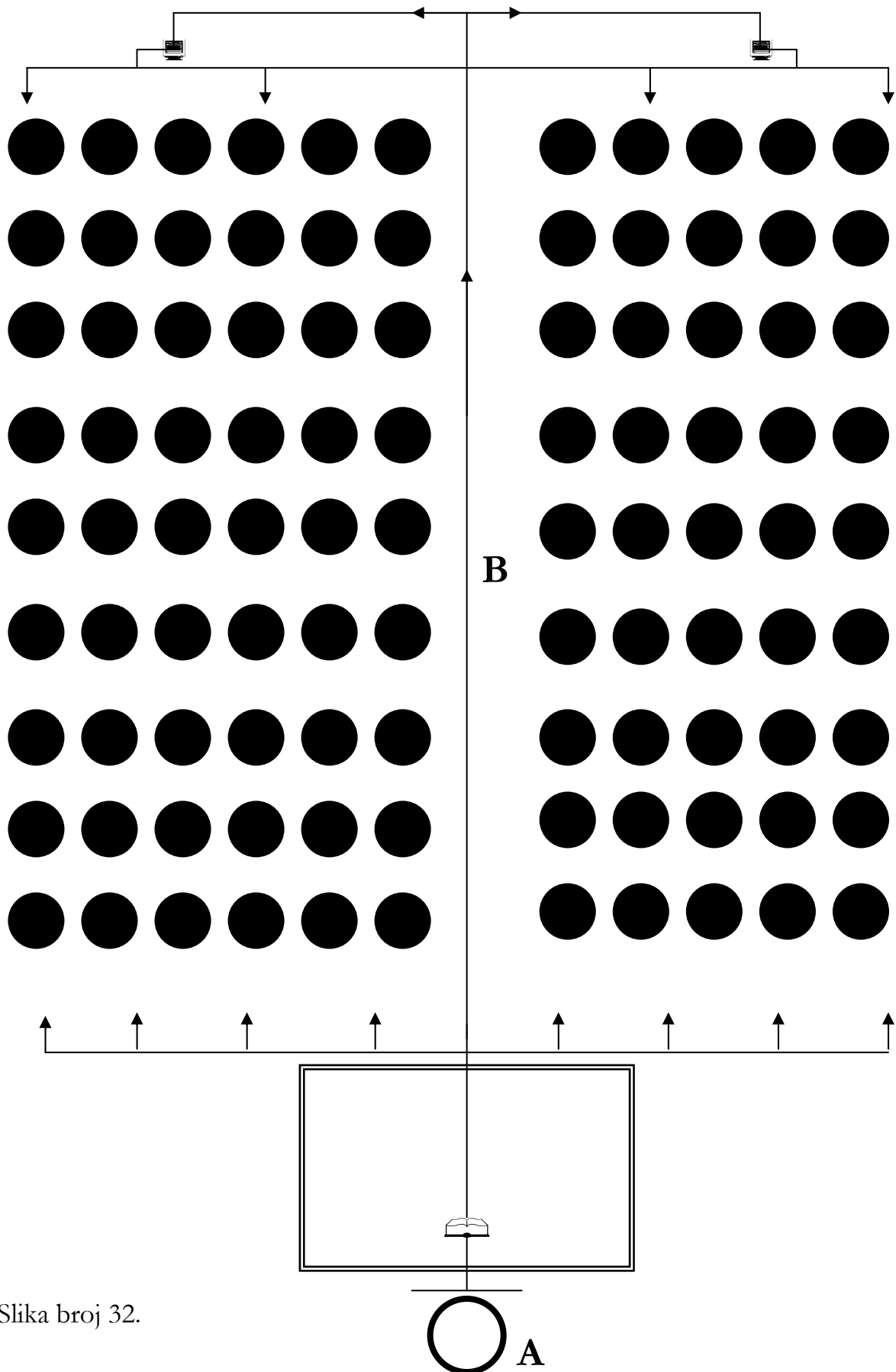


Slika broj 30.

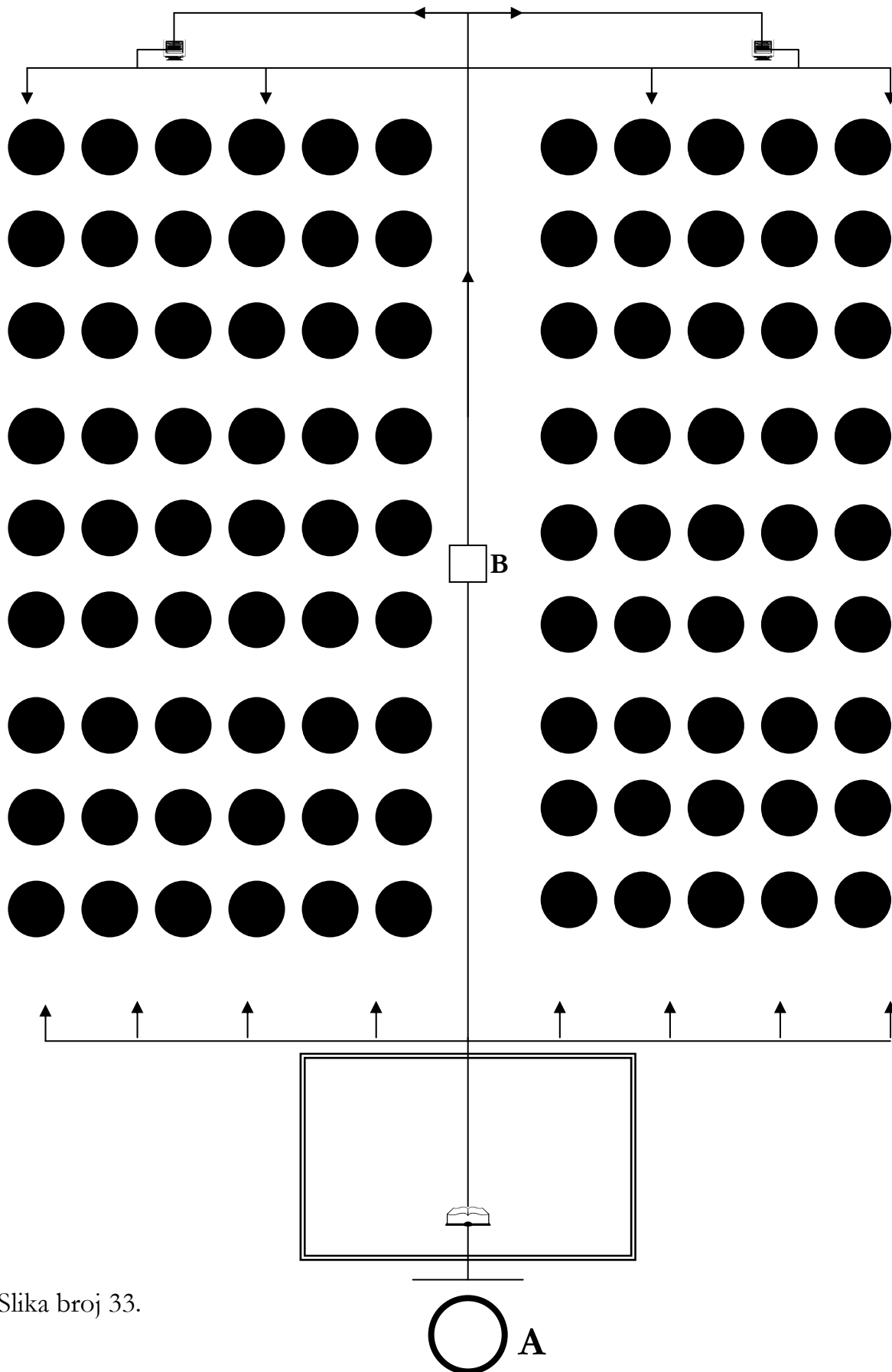
○ A (eksterni menadžer knjige)



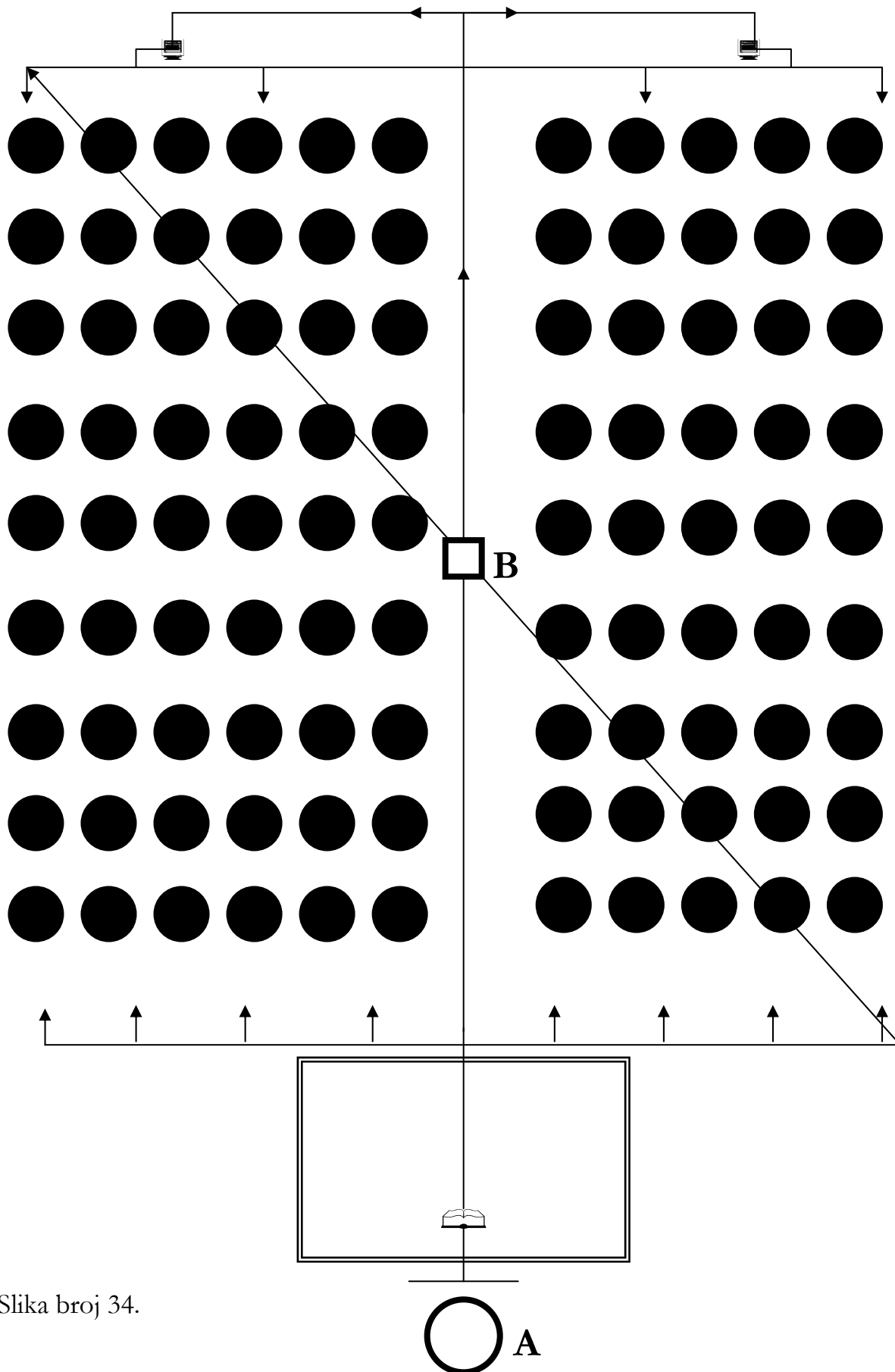
Slika broj 31.



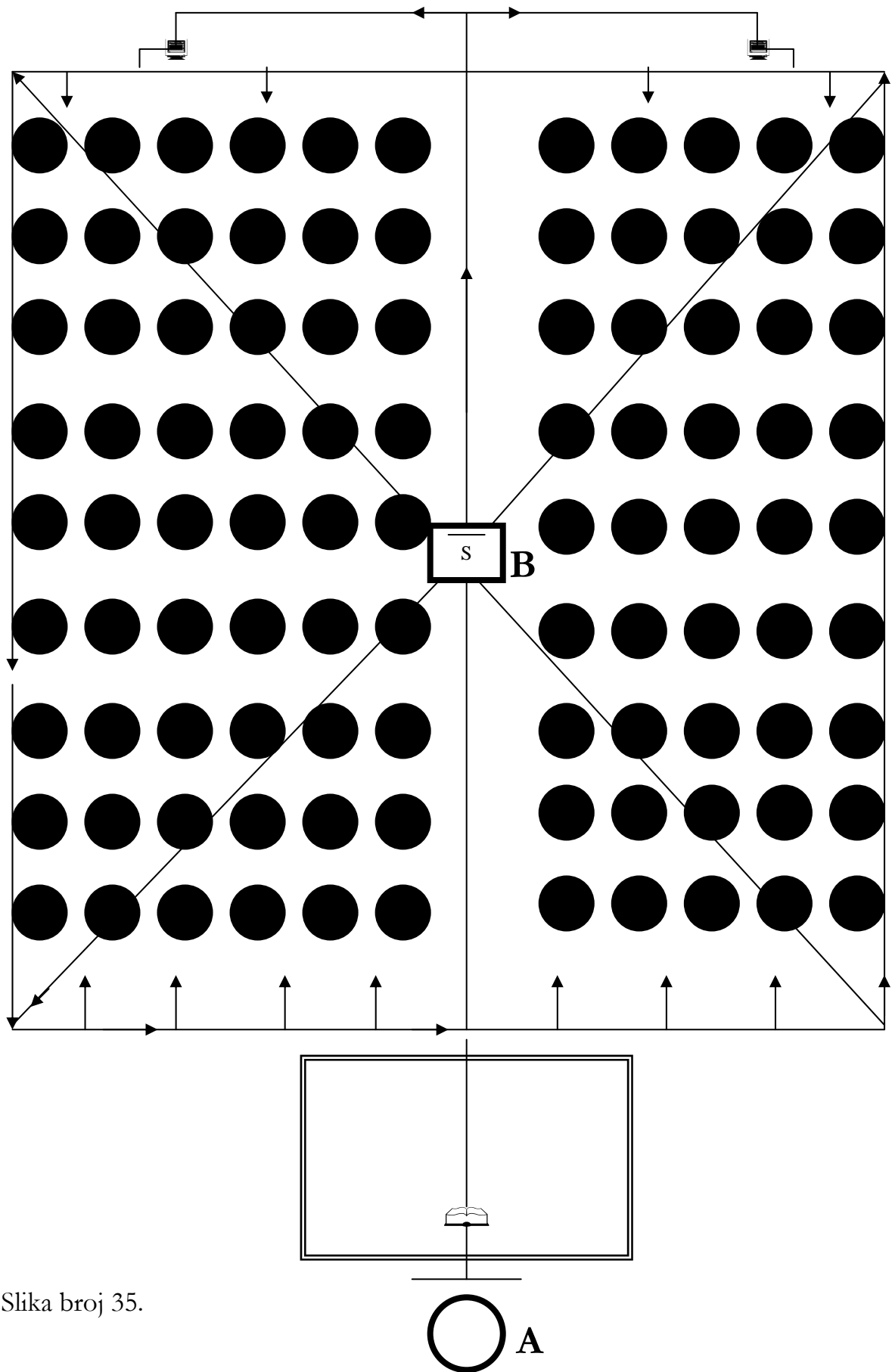
Slika broj 32.



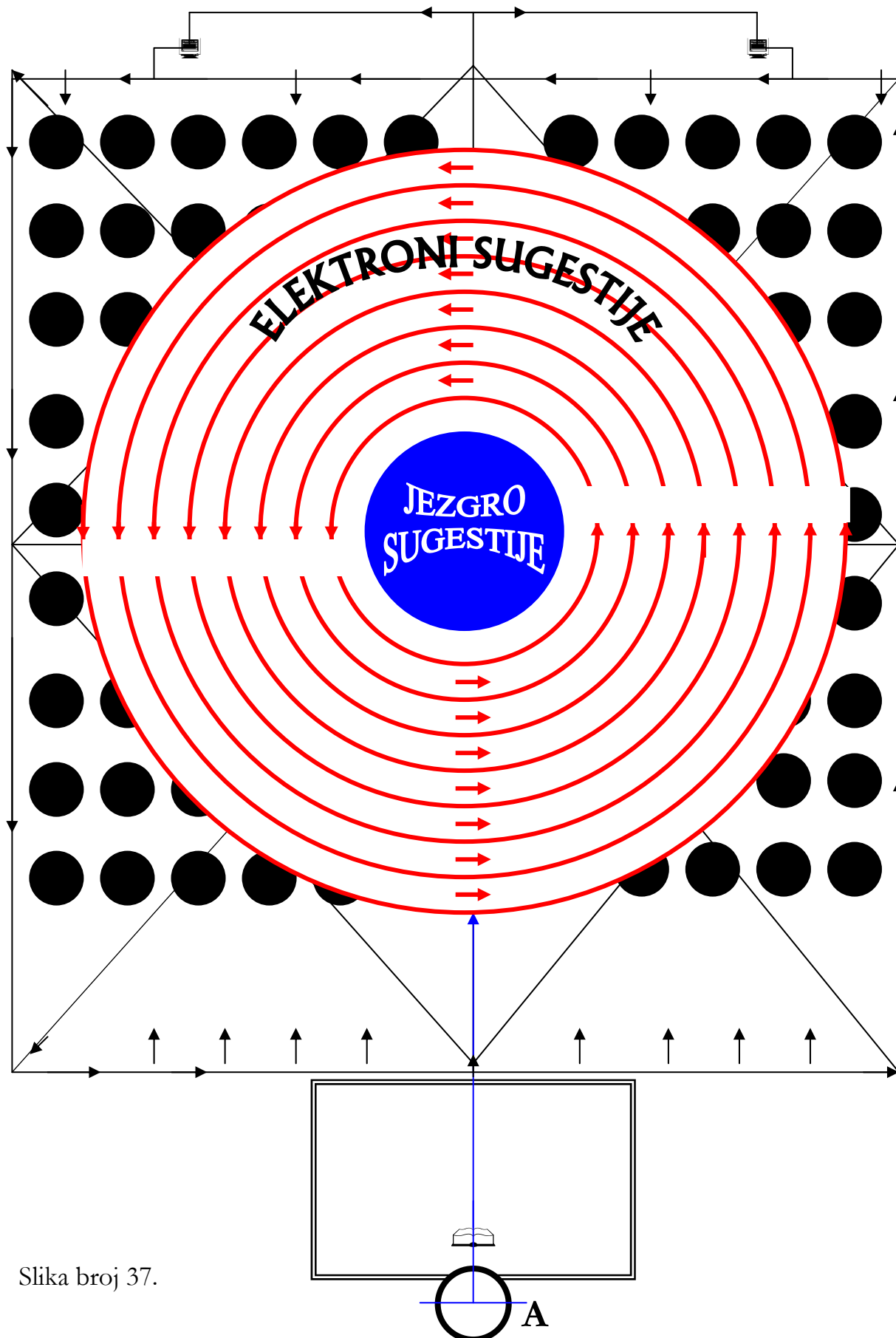
Slika broj 33.



Slika broj 34.



Slika broj 35.



Slika broj 37.

Eksterni menadžment izdavaštva i knjižarstva, u svom poslovanju koristi direktan dodir sa tržištem knjige. Sa tim tržištem komunicira maksimalno poslovno i etički, a između bezbroj načina komunikacije, najvažniji način mu je psihološko-komunikativni (sugestivni način). Iskusan i vrhunski nadaren i obučeni eksterni menadžer komunicira sa pojedinačnim predstavnicima ciljnih grupa u eksterijeru, ili pak sa velikom masom potencijalnih kupaca. Na prethodnim stranicama su prikazane razne situacije pojedinačne komunikacije menadžera i klijenata, kao i sugestivno delovanje na gomile kupaca knjige (masu ljudi).

Psihološko-komunikativne relacije su veoma važne za eksterni menadžment knjige, isto onoliko koliko su hemija i fizika važne za naučnike tehničkog pravca. Što se tiče odabira ciljne grupe, eksterni menadžment se zanima za kupce knjige, proučavajući tržište kao i osobenosti kupca (pol, starost, stručna sprema, nacionalno i versko opredeljenje), ali predmet njegovog delovanja se koncentriše ili na samo jednu osobu koja predstavlja svoju ciljnu grupu (sagovornici su nepoželjni) ili delovanje na ciljnu grupu od 500, 1000 ili više ljudi. Kada se na prethodnim stranicama pregledaju skice, šeme i fotografije delovanja eksternog menadžmenta na pojedince iz ciljne grupe, može se konstatovati da su prave poslovne psihološko-komunikativne relacije jedino moguće između tačke A i tačke B, jer su pružene tvrdnje da prisutnost drugih osoba tj. tačaka D i C izazivaju smetnje u komunikaciji. Snaga i mogućnosti eksternog menadžmenta u povoljnim uslovima i sa vlastitom metodologijom daju dobre rezultate. Jedan uspešan i vrhunski eksterni menadžer u izdavačko-knjižarskoj delatnosti, u stanju je da za nedelju dana rada sa temporalnom lančanom reakcijom (slike 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36 i 37) može prodati više knjiga nego sve knjižare u zemlji zajedno za godinu dana. Sa teorijskog aspekta bi to bilo potpuno nemoguće ili u najblažem slučaju – teško izvodljivo. Ipak, to je istina, to se sve događa u eksternom menadžmentu, za šta postoje činjenice, dokazi, autentični svedoci, dokumenti i tvrdnje u vezi sa tim, kao i uredna statistika poslovanja poznatijih i najuspešnijih izdavačkih kuća u zemlji.

Granice između „stvarnog i mogućeg“, u mnogim oblastima života kao da su postale toliko krhke. Zamislimo situaciju da su 1670. godine neki znatiželjci upitali starog srpskog patrijarha Arsenija III Čarnojevića, koji je sa austrijskom vojskom pobeo Srbe, bežeći od Turaka preko Save i Dunava ka Vojvodini: „Šta mislite, vaša svetosti, da li će ipak kroz jedan vek ili više, zasijati srpskom narodu sloboda, i da li će dovesti do slobode srpski narod pismen ili nepismen čovek?“ Stari jerarh, duhovno i slovno veoma učen, tada bi sigurno rekao: „Učen čovek“. Ipak, desilo se mnogo drugačije. Dakako, srpski narod povedoše ka slobodi umna pera Dositeja Obradovića i Vuka Karadžića, uz hrabro srce i svetlo oružje Crnoga Đorđija, ali je to najviše uspelo nepismenom, ali mudrom knezu Milošu Obrenoviću³⁷ 1815. Kako je to radio Miloš? Srpski knez je komunicirao sa Turcima malo oružjem a više taktikom. Imao je mudru strategiju, izvrsne komunikativno-psihološke relacije sa carskom Rusijom, Austrijom, a posebno sa turskim sultanom i izvojevao je 1930. godine prvi „hatiserif“ (sultanov ukaz za autonomiju Srbije, slobodnu trgovinu, pravo zidanja novih crkava i

³⁷ Mala enciklopedija Prosveta (1978), „Prosveta“, Beograd, str. – 562.

manastira, umerenije poreze, srpski narod dobio je kneza, štampanje knjiga, širenje kulture itd.).

Komunikacija sa gomilom ljudi je veoma složena, a temporalna komunikacija u eksternom menadžmentu izdavačko-knjižarske delatnosti zahteva kompleksan pristup u kome je potrebno ispuniti mnoge preduslove, jer se radi u komunikaciji s ljudima, tj. mnogo je teže pridobiti čoveka-kupca i njegovo saglasje, nego saglasje i harmoniju rukovanja čoveka sa mašinom, oruđem ili tehnikom. Mašina je uglavnom predvidiva, ako se ispravno rukuje na njoj, ali se na nju ne može delovati sugestijom, jer je mašina bukvalista. Čovek je nepredvidiv, ali se na njega može delovati sugestijom.

Ako se pažljivo prate slike od broja 29 do broja 37, gde se radi o funkcionisanju eksternog menadžmenta u vezi sa gomilom ljudi (kupaca knjiga), na slici 29 prikazano je jedno potencijalno menadžersko polje (ciljna grupa), sa koncentracijom na jednom mestu. Na slici br. 30 eksterni menadžer se smešta na čeonu sto ispred mase od 1.000 ljudi koji sede (za stolovima ili bez stolova). Menadžer je obeležen slovom A. Na slici br. 31 eksterni menadžer je uz pomoć osoblja iz sale uključio elektronski razglas čije ozvučenje dopire iza zadnjeg reda (leđa) ciljne grupe u sali. Slika 32 prikazuje početak uspostavljanja komunikacije između eksternog menadžera i mase ljudi u sali. Menadžer je obeležen sa slovom A, a ciljna grupa slovom B, na stolu je ispred menadžera samo jedan primerak njegove robe (knjiga). Veoma je važno da do bude samo jedan primerak i jedna vrsta knjige. Zašto je to važno – objasniće se u kasnijem delu teksta. Na 87. stranici i slici 33 u sredini sale pored slova B može se videti mali kvadrat koji označava tek formirano sugestivno polje. Prezentacija ide svojim tokom tako što eksterni menadžer pomoću elektronske komunikacije prezentuje knjigu vadeći iz nje najjače teme, a istovremeno delujući razglasom na gomilu ljudi. Između tačke A (eksternog menadžera) i tačke B mogu se primetiti formiranja prvih sugestivnih putanja koje deluju na čula mase prisutnih ljudi i to direktno na njihove senzibilne i osećajne delove mozga, kao prijemnu stanicu živčanih struja, prelazeći u motorni deo mozga. Sa delovanjem sugestivnih linija iz ozvučenja i delovanjem sugestivnih linija iz vizuelne komunikacije (prikaz knjige istovremeno), poprečna sugestivna linija koja ide iz desnog gornjeg ugla u levi donji ugao vrši početno pokretanje sugestivnog polja, slika 34, da bi na slici 35 sugestivna linija iz levog gornjeg ugla bila spojena sa sugestivnom linijom ozvučenja iz donjeg desnog ugla. Sugestivno polje u centru kvadrata tačke B znatno se povećava. Na slici 36, sugestivne psihološko-komunikacione linije se spajaju iz svih uglova i poprečno, stvarajući nevidljive spojene trouglove, dok je sugestivno polje u centru ciljne grupe B rapidno poraslo, a time je uspostavljena izvrsna psihološko-komunikativna relacija zbog dobre sugestije koja se prožima između tačke A i tačke B. Sugestivno delovanje eksternog menadžera na gomilu potencijalnih kupaca knjige rezultiralo je maksimalno uspešno kao temporalna lančana komunikacija u kojoj prijemna žica ima odličan spoj sa otpremnom stanicom. Eksterni menadžer knjige je time u potpunosti uspeo da pokrene asocijativne centre gomile ljudi tj. kanale „niskog otpora“ sl. 37. Živčane struje potencijalnih kupaca nisu mnogo lutale, odnosno sugestivno delovanje da se kupci koncentrišu na knjigu, potisnulo je gomili ljudi obeleženom sa B bilo kakve dileme, razmišljanja o drugim stvarima, eli-

minisalo im je sećanje na neke druge situacije i ono najvažnije na razmišljanje o odloženoj kupovini ove knjige. Dakle, ovde su psihološko-komunikativne relacije kroz sugestivna delovanja (kao neposredni vid komunikacije) bile mnogo jače od razmišljanja o pružanju otpora prezentaciji menadžerove robe (posredni vid komunikacije). Eksterni menadžer knjige nije potrošio mnogo vremena i energije, niti su to potrošili potencijalni kupci iz tačke B. Kroz pažljive i precizne analize prezentacija i distribucija knjige je trajala ukupno 1 čas. Broj kupaca 1.000. Kako je eksterni menadžer uspeo da upiše formalnosti u zaključnice za svih 1.000 ljudi? Veoma racionalno. Podelio je svima u sali po jedan primerak zaključnice na kojima je već unapred bio ispisan naslov robe i cena, a kupac je imao zadatak da ispiše svoje formalnosti (ime, prezime, adresu i broj lične karte). Pojedinačno po kupcu to je oko 2 minuta, dakle po teorijskim pretpostavkama nema reči o 1.000 kupaca puta 2 minuta = 2.000 minuta = 33 časa, 33 minuta i 33 desetinke. Dalje, ukupno vreme elektronske i vizuelne prezentacije knjige koje se potrošilo bilo je oko 25 minuta, kupci su predali potpisane zaključnice eksternom menadžeru knjige i disciplinovano u redu sačekali da iz vozila koje je parkirano u blizini sale ciljne grupe – dobiju iz paketa svoje knjige. Naravno, iskusni menadžer eksterijernog menadžmenta je zamolio dvojicu prisutnih momaka (kupaca) iz ciljne grupe da podele knjige iz paketa, za šta je bilo potrebno vreme od 30 minuta. Dakle, ukupno vreme komunikacije sa distribucijom za 1.000 kupaca je oko 1 čas.

Eksterni menadžment, koji se suštinski bavi vrhunskim plasmanom knjige van sedišta matične firme (dakle na terenu i u okruženju), u svojoj metodologiji rada koristi više sistema, oruđa, kao i načina u psihološko-komunikativnim relacijama. Takav menadžment, koji danas može da se nadogradi je menadžment 21. veka, i potpuno spreman da se suoči sa zahtevima disperzionog tržišta knjige i da ponese glavni teret integralnih pristupa u realizaciji izdavačkih projekata i njihove uspešne distribucije.

Eksterni menadžment ima mnoge prednosti u odnosu na klasični menadžment, koji se obavlja u internom prostoru jedne kompanije. Eksterni menadžment u izdavaštvu i knjižarstvu je multidisciplinarna veština komunikacije sa tržištem, gde u najprirodnijim dodirima sa svojim ciljnim grupama može istovremeno da obavlja i veliki deo poslova fluidnog marketinga, da se bavi monitoringom tržišta u demografskom, sociološkom i edukativnom smislu. Takav menadžment najviše od svih može da sagleda realnu sliku šansi i opasnosti. Informacije dobijene preko takvog menadžmenta su mnogo dragocenije za konstrukcije portfolio modela (BCG matrica) i SWOT-analiza, od klasičnih modela koji se prave kancelarijski i u biroima, gde nema nužne primene iz prakse i realnih situacija. Eksterni menadžment bavi se realnošću, a ne virtualnošću. On ima realne kupce, svoje tržište sa kojim komunicira, to tržište postoji i uzvraća mu kupovanjem robe koju takav menadžment nudi. On vuče stabilne poteze i ne veruje previše u virtuelne komunikacije (Internet, telefon, elektronska pošta, neverbalne komunikacije, reklame u štampi i elektronskim medijima), niti veruje u rezultate istraživanja tržišta raznoraznih kompanija, koje nemaju pravu sliku o stanju na terenu. Takav menadžment istovremeno vrši svoja vlastita istraživanja, precizno i u hodu.

Po šemi (algoritmima) u nastavku naučnoistraživačkog rada objašnjava se i prezentuje najnovija naučna informacija u vezi sa organizacijom modernog menadž-

menta 21. veka u izdavaštvu i knjižarstvu. Na osnovu prikazanih šema moći će se zapaziti da je eksterni izdavačko-knjižarski menadžment potpuno isključen iz kompetencije operativnog menadžmenta. Eksterni izdavačko-knjižarski menadžment je odgovoran jedino strategijskom menadžmentu, a potpuno je ravnopravan sa operativnim menadžmentom, ali svakako mnogo značajniji od njega u smislu odgovornosti, mogućnosti, doprinosa i rezultata specifičnog načina rada. Eksterni menadžment ne traži posebne privilegije, već samo da mu se omogući samobitnost, slobodna realizacija ideja i primena novih instrumenata, zatim ozbiljno prihvatanje informacija koja on nudi strategijskom menadžmentu direktno sa terena, a dobijene iz okruženja. Tržište knjige nisu jedan, dva ili nekoliko kupaca, pa da se izvrši transfer kao u fudbalu, takođe, to tržište se ne može dovesti i smestiti u okvire neke kompanije, to tržište treba negovati, čuvati, hraniti pozitivnom poslovnom energijom, treba oslušnuti sve njegove potrebe, želje, mogućnosti, predloge i primedbe, upoznati kapacitete.

Međutim, verovatno je da će mnoge mlade ljude (studente buduće menadžera u medijima, sportu i ostalim vrstama menadžmenta), zanimati sledeće. Ako je eksterni menadžment u izdavačko-knjižarskoj delatnosti najdominantniji u vezi sa plasmanom knjige i komunikaciji sa ciljnim grupama, da li se pobliže nešto može saznati o vrhunskim menadžerima eksternog plasmana knjige: ko su ti ljudi, kakvi su kriterijumi da se pojedinci od njih mogu nazvati najboljima u kompletnoj izdavačkoj delatnosti u Republici Srbiji, i kakve su odlike najboljeg među najboljima. Na sledećoj stranici ovog naučnoistraživačkog rada moći će da se vide najbitnije poslovne karakteristike najuspešnijih eksternih menadžera u izdavačko-knjižarskoj delatnosti.

Slika broj 38.



Savremeni eksterni menadžment u izdavaštvu, deluje na svoje ciljne grupe i putem elektronskih medija. Na slici televizijsko prezentovanje sportskih knjiga, preko popularnog novosadskog „TV kanala 9“, koji slikom i tonom pokriva veći deo države.

Šta određuje kriterijume koji trebaju biti ispunjeni za najbolje menadžere eksternog menadžmenta u izdavačko-knjižarskoj oblasti, i koje su bitne odlike i profilacije (iz kodeksa izdavačkih kuća):

1	Najveća ukupna ostvarena realizacija na plasmanu knjige eksternog menadžmenta na nivou države, za period od godinu dana, sa preciznim merenjima izdavačkih kuća.	Najveći ostvareni plasman se utvrđuje na osnovu statističke obrade godišnjeg prometa svih izdavačkih kuća u svim eksternim menadžmentima (uporedni preglednici).
2	Naplativost ostvarenog plasmana izražen u procentima (%) tokom cele kalendarske godine u izdavačkim kućama.	Najbolji eksterni menadžer izdavaštva ima naplativost ostvarene prodaje knjiga otplate u procentu od 100%. A veoma uspešna naplativost je između 92-95%.
3	Sukcesivnost komunikacije sa ciljnim grupama u eksterijeru izdavačko-knjižarskog tržišta.	Uspešno višestruko ponavljana prezentacija i plasman knjiga u istim ciljnim grupama, sa estetsko-etičkim komponentama na visokom nivou.
4	Količina prodatih knjiga određene izdavačke kuće, a knjige nisu konjunkturane na izdavačko-knjižarskom tržištu.	Uspešnost plasmana tzv „sendvič-aranžmana“.
5	Uporedni preglednici plasmana svih menadžera u celoj državi.	Uporedni preglednici su precizni, ni jedna izdavačka kuća ne može dati lažne podatke. U kancelarijama izdavačkih kuća, javno su ističane ostvarene realizacije svojih menadžera, da bi bili svi stimulisani ka boljem poslovanju.
6	Povratne informacije iz ciljnih grupa (kupaca) „pohvale, pritužbe, reklamacije“.	Vizuelni nastup menadžera, psihologija komunikacije, meri se na osnovu stavke 3.
7	Stepen originalnosti ideja ka promenama.	Izbor ponude robe, stil komunikacije, izbor oblasti ciljanog eksterijera, oset za tržište knjige, osluškivanje tržišta, draž agresivnog marketinga, ali sa visokom dozom poštovanja kupaca knjige.
8	Frekvencija komunikacija sa nacionalnim manjinama, koje su deo disperzionog tržišta knjige.	Uspešnost komunikacije i plasmana knjige u sredinama sa dominantnom populacijom nacionalnih manjina, plasman knjiga u tim sredinama napisanih na srpskom jeziku, ako nema knjiga na jezicima nacionalnih manjina.
9	Uvažavanje konkurentskih menadžmenta i kolega drugih firmi (na terenu).	Poštovanje i komunikacija eksternog menadžmenta sa stratejskim (top) menadžmentima konkurentskih firmi, pomoć oko zbližavanja top menadžera iz konkurencije, iniciranje za razmenu robe, neki zajednički projekti itd.
10	Intenzivna inovativnost i sposobnost kreiranja uspešnog portfolio modela (BCG) matrice, za dobrobit ukupne firme.	Portfolio model koji daje nove pozitivne impulse za ukupno planiranje integralnog pristupa u realizaciji izdavačkih projekata, doprinos SWOT-analizi u firmi itd.

A, kako je prikazan vrhunski i najbolji menadžer eksternog plasmana u izdavačko-knjižarskoj delatnosti u prošlim vremenima, može se videti iz knjige autora Milivoja Došenovića³⁸ „Kako prodati knjigu“, iz poglavlja „Princeps primo loco“:

„Običan čovek, koji nema nikakvog dodira sa vodama menadžmenta knjige, može da se upita: *Kako se postaje najbolji među najboljima?* Odgovor koji mu se mora dati, nimalo nije jednostavan. Ako se uzme u obzir činjenica da jedna velika država, kao SFRJ, ima svojih šest republika sa dve autonomne pokrajine, ako se uzme u obzir da u njoj egzistira oko pedeset državnih izdavačkih kuća uz preko pet hiljada knjižara – to znači da u direktnom ili indirektnom radu na plasmanu knjige učestvuje oko deset hiljada prodavaca knjiga (terenskih komercijalista, virmanista, akvizitera ili poslovnih agenata, prodavaca u standardnim knjižarama sa svojim kolpolterima sa „tezgicama uz knjižaru“ – onda je pitanje „kako biti najbolji od svih njih“ – zaista teško i delikatno. Delimične odgovore bi mogli dati svi iz te branše: i rukovodioci centrala, predstavništava i poslovnica mnogih izdavačkih kuća, magacioneri, terenski komercijalisti, kao i sami kupci. Svi ti njihovi odgovori bili bi samo delimični. Onaj pravi krucijalni odgovor ne bi mogli lako dati: Zašto? Zato što najbolji menadžer na eksternom plasmanu knjige (komercijalista na terenu) nije „primus inter pares“ (prvi među jednakima), već je on „**princeps primo loco**“ (prvi na prvom mestu).

Zato, odgovor na pitanje „kako se postaje najbolji od svih“ – jedino može dati samo on, ali samo posle određene vremenske distance. Ta distanca nije za njega nekakva zaštita „nekih njegovih velikih poslovnih tajni, koje ne sme otkriti konkurenciji“ – već je ta distanca nužna da bi se u potpunosti sagledala njegova harizma. Da bi se sagledala njegova postojanost kako apsolutno najboljeg menadžera cele jedne države, odnosno da bi se rezimirao ceo jedan radni kontinuitet pet, šest ili dvanaest godina, kada je, recimo bio na čelu jugoslovenske prodaje knjige u eksternom plasmanu.

Nije isto biti najbolji u svom poslu, makar i državni šampion, ako se to desilo samo jedne godine i nikada više – ili to biti uzastopno preko desetak puta. To je kao i u sportu. Ako neko drži šampionski tron godinama, on je istinski šampion. Radi se o šampionu, ako je između njega i onih ostalih ispod njega već uspostavljena – praznina. Svi oni koji se nalaze ispod velikog šampiona i te „praznine“ – da bi pokušali stići velikog asa – moraju prebroditi prvo tu „prazninu“. I dok oni pokušavaju da prevale taj „bezvazdušni prostor“ – šampion je već postao prava gromada, kao veliki impresivni planinski vrh, u odnosu na sve ostale brežuljke, koji se veličanstveno ističe u jednom čarobnom planinskom vencu. I brežuljcima je lepo. I oni se malko ističu, ali glavni vrh je iznad.

Ako se vratimo na glavno postavljeno pitanje: „Ali, kako se onda postaje taj istinski višegodišnji šampion i najbolji od svih“? Jedinstven odgovor bi bio – voljom! Golemom voljom, koncentrisanom ka unapređenju svojih marketinških sposobnosti, koja čoveka povuče da ispliva iz prosečnosti, ali uz uslov da se već poseduje predispozicija opuštenost, šarm, dobra verbalna sposobnost, naracija, hladokrvnost... Onda nema straha stati pred jednim kupcem ili pred njih hiljadu, dve hiljade, ili celih dvadeset

³⁸ Milivoje Došenović (2002) Kako prodati knjigu (peto izdanje), „Domla-publishing“, N. Sad, str. – 102, 103, 104

hiljada – u jednom trenutku. Potrebna je, dakle, cela jedna struktura, satkana od svih tih nabrojanih stvari i još bezbroj drugih sitnica.

Ako bi se jednom velikom istinskom šampionu na eksterijernom plasmanu knjige postavilo pitanje : „Gde se može napraviti veći posao, da li na jednoj izložbi na kojoj je izloženo na stotine ili hiljade raznih knjiga, ili mudrim marketingom, koncentrisanim samo na jedan naslov“? Odgovor bi bio „marketingom koncentrisanim samo na jedan naslov“. Zašto? Zato što masa izloženih knjiga stvara prijatan ambijent, atraktivan, zanimljiv, interesantan za gledanje i uživanje. Ali, kupci se nisu baš pretrgli da kupe neke od tih silnih knjiga. Zašto? Zato, što samo gledanje izloženih knjiga u hemisferama njihovog mozga – ne može izazvati neku jaču percepciju, sem da neke od izloženih knjiga pogledaju, opipaju i ponovo vrate na tezu. Šta se dogodilo. Ništa. Nije bilo narativnog verbalnog podsticaja kupca od strane prodavca. Kupac nije „ustalasan“ čak ni na minimalno razmišljanje i podsticaj da kupi knjigu. Zato su rezultati raznoraznih prodajnih izložbi gostujućih izdavačkih kuća po gradskim čitaonicama i njihovim holovima, što se tiče prodaje knjiga – minorne. Jer, floskula „da dobra knjiga sama sebe prodaje“ – pala je u vodu i zauvek potonula u nepovrat“.

Razlika između vrsnih menadžera eksternog plasmana knjige i dobrih rukovodilaca knjižara je znatna. Prvi su tragači, lovci, istraživači, ispitivači, aktivisti u pronalaženju najboljeg puta knjizi do kupca i konzumenta. Drugi su kao ribolovci više statični, manje pokretni, više skloni pružanju šanse kupcu da sami (u knjižari) izaberu knjigu koju žele, a manje skloni da deluju na kupca da kupe njihovu robu. Međutim, i jedni i drugi su deo izdavačko-knjižarske strukture. Knjižari koriste predah vrhunskih eksternih menadžera knjige (kad su na godišnjim odmorima, letnjim pauzama), da tada budu pribežište „zaboravljenog kupca“. To knjižari misle da je tako, ali u stvari nije. Zašto? Zbog toga što vrhunski eksterni menadžment nikad ne spava, jer se i u određenim predasima i pauzama rađaju nove ideje, stvaraju nove konture budućih uspešnih portfolio modela, pronalaze se novi autori koji obećavaju dobru interakciju itd.

Da li izdavači mogu povećati šanse i eksternom menadžmentu i knjižarskim mrežama u zemlji, da možda proizvode programiranu vrstu knjiga? O šansama izdavača u vezi sa programiranom knjigom, profesor Filozofskog fakulteta u Bordou i direktor Instituta za književnost i masovnu tehniku umetnosti, Robert Eskarpit³⁹ u svojoj knjizi „Revolucija knjige“ kaže: „U Francuskoj riječ „editer“ (izdati) i riječ „publier“ (objaviti), koje se često upotrebljavaju kao sinonimi, nisu u početku imale isto značenje. „Editer“, od latinskog *edere*, znači doslovce donijeti na svijet, roditi. „Publier“, od latinskog *publicare*, znači izložiti na javnom mjestu, za anonimne prolaznike. Izdavanje je usmjereno prema djelu, objavljivanje prema nepoznatom čitaocu.

Objavljivanje je dakle pothvat koji za sobom nosi veliki rizik. Onaj koji objavljuje ne može sa sigurnošću predvidjeti koliko će joj pažnje posvetiti eventualni čitaoci. On može nagađati i predviđati, ali ne može unaprijed ucrtati put knjige puštene u kolanje, niti odrediti etape i granice rasparčavanja. Jednom riječi, program je nemoguće utvrditi. Publikacija je neprogramirano izdanje. Ima i programiranih izdanja. Najobičnije,

³⁹ Robert Eskarpit (1972), *Revolucija knjige*, Prosvjeta, Zagreb, str. – 158,159.

to se programiranje sastoji u prodaji knjige na pretplatu. U tom je slučaju tržište osigurano plaćanjem unaprijed, pa je programiranje savršeno točno. To uglavnom vrijedi i za klupska izdanja, koja čitaoca obuhvate takvom mrežom obaveza da su odstupanja gotovo neznatna.

Za neka programirana izdanja može se reći da su prema publiciranju isto što i ribolov puškom prema pecanju udicom“.

Bibliometrijski podaci uzeti iz Kataloga knjiga jugoslovenskih izdavača za godine 1999-2000, koje se smatraju za najkritičnije godine za proizvodnju i plasman sportske literature u Republici Srbiji i bivšoj SCG u celini:

Tabela broj 4.

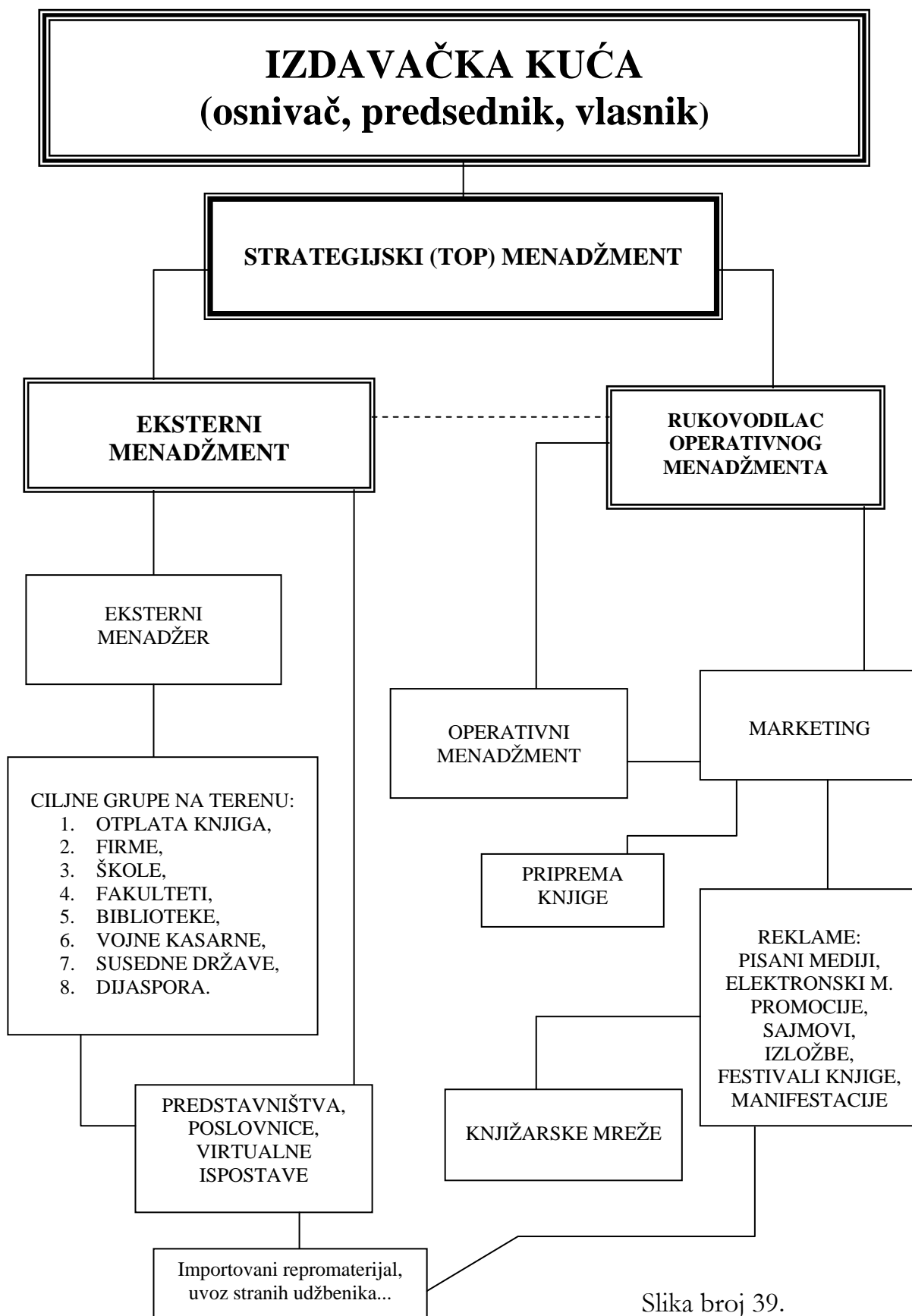
Godina	Ukupan broj izdavača u SCG (Srbija i Crna Gora)	Ukupan broj naslova u SCG (Srbija i Crna Gora)	Ukupno objavljeno naslova iz sporta (Srbija i Crna Gora)
1999/2000.	212	3.289	6

Precizni bibliometrijski podaci su uzeti iz *Kataloga jugoslovenskih izdavača*, izdanje 2000. godine. Izdavač Kataloga Udruženje izdavača i knjižara Jugoslavije, 11000 Beograd, Kneza Miloša 25 (od strane broj 7 do strane 219)⁴⁰. Jedini Izdavač sportskih knjiga u navedenom periodu je „Domla-publishing“ iz Novog Sada, Bulevar Kralja Petra I, br. 30, koji je objavio u tom periodu ukupno 6 naslova knjiga iz oblasti sporta (stranica Kataloga br. 63). Broj objavljenih naslova knjiga o sportu za 1999/2000. godinu, u odnosu na ukupan broj objavljenih naslova iznosi samo 0,18 procenata, što jasno pokazuje da su navedene godine bile najkritičnije u vezi sa proizvodnjom i plasmanom sportske literature u Republici Srbiji, SCG. Tabela broj 4.

Ovi precizni bibliometrijski podaci iz Kataloga jugoslovenskih izdavača, između ostalog, trebalo bi da doprinesu rezultatima istraživanja, a u vezi sa sagledavanjem nivoa korišćenja sportske literature, zajedno sa podacima Centralnog elektronskog kataloga Matice srpske iz Novog Sada i Narodne biblioteke iz Beograda. Za istraživanje stanja sportske literature na tržištu, u istraživanjima biće uključene i brojne knjižare u Republici Srbiji, da bi se sagledao put sportske knjige do čitaoca, ponuda i nivo korišćenja, pa će združeni podaci oba kataloga i empirijski podaci (protokoli) knjižara za 2006-2007. – biti uključeni u ovaj naučnoistraživački rad.

⁴⁰ Katalog jugoslovenskih izdavača, Udruženje izdavača i knjižara Jugoslavije, Beograd, 2000. str. – 7-219.

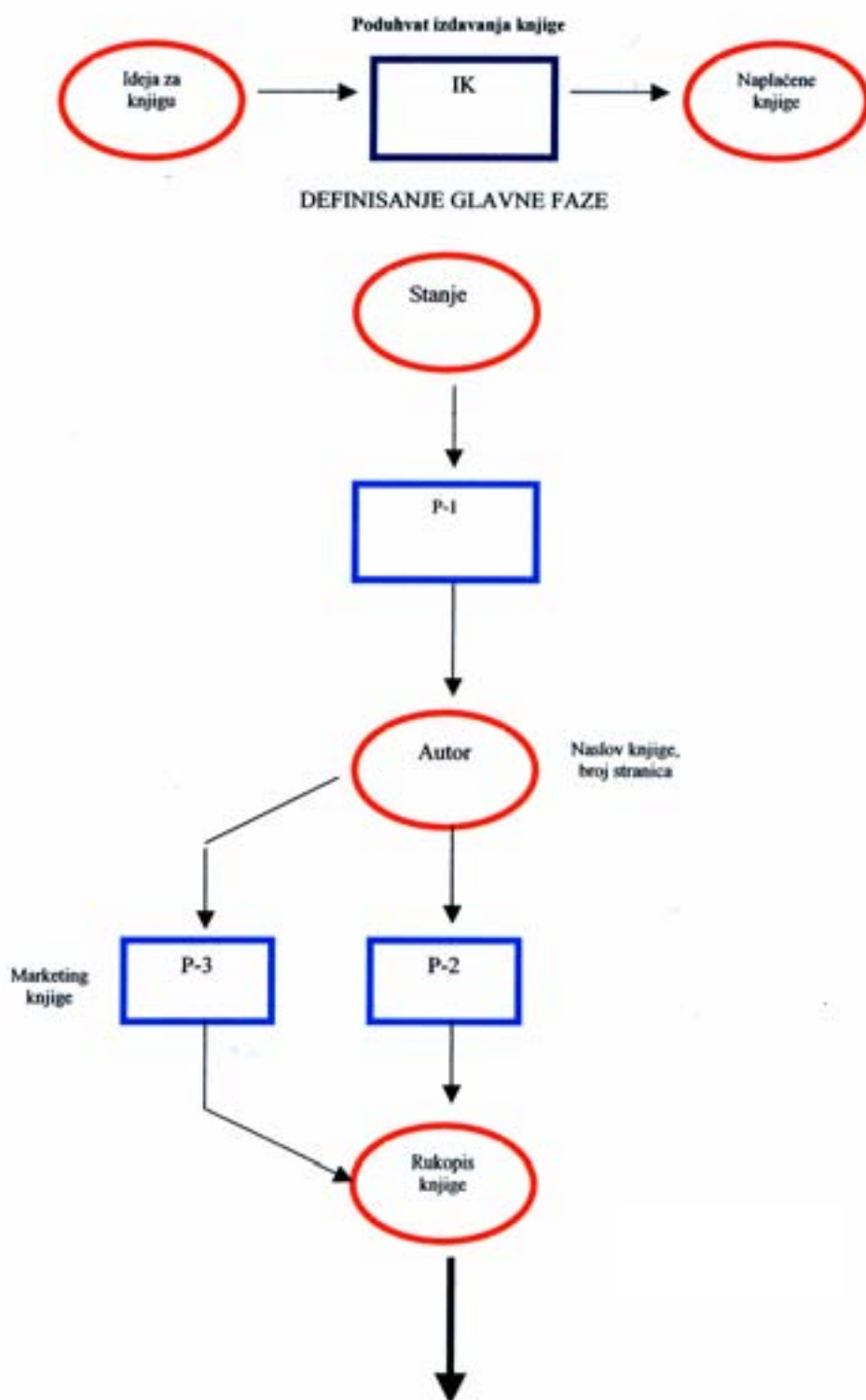
2.2.3. Nova organizacija eksternog menadžmenta u izdavaštvu.



Slika broj 39.

Procesni modeli i mrežni plan izdavačke kuće:

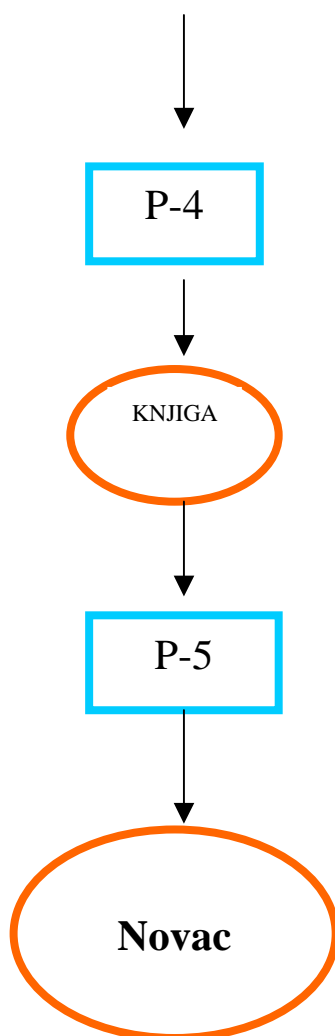
1.



Slika broj 40.

Procesni modeli i mrežni plan izdavačke kuće: nastavak sa prethodne strane:

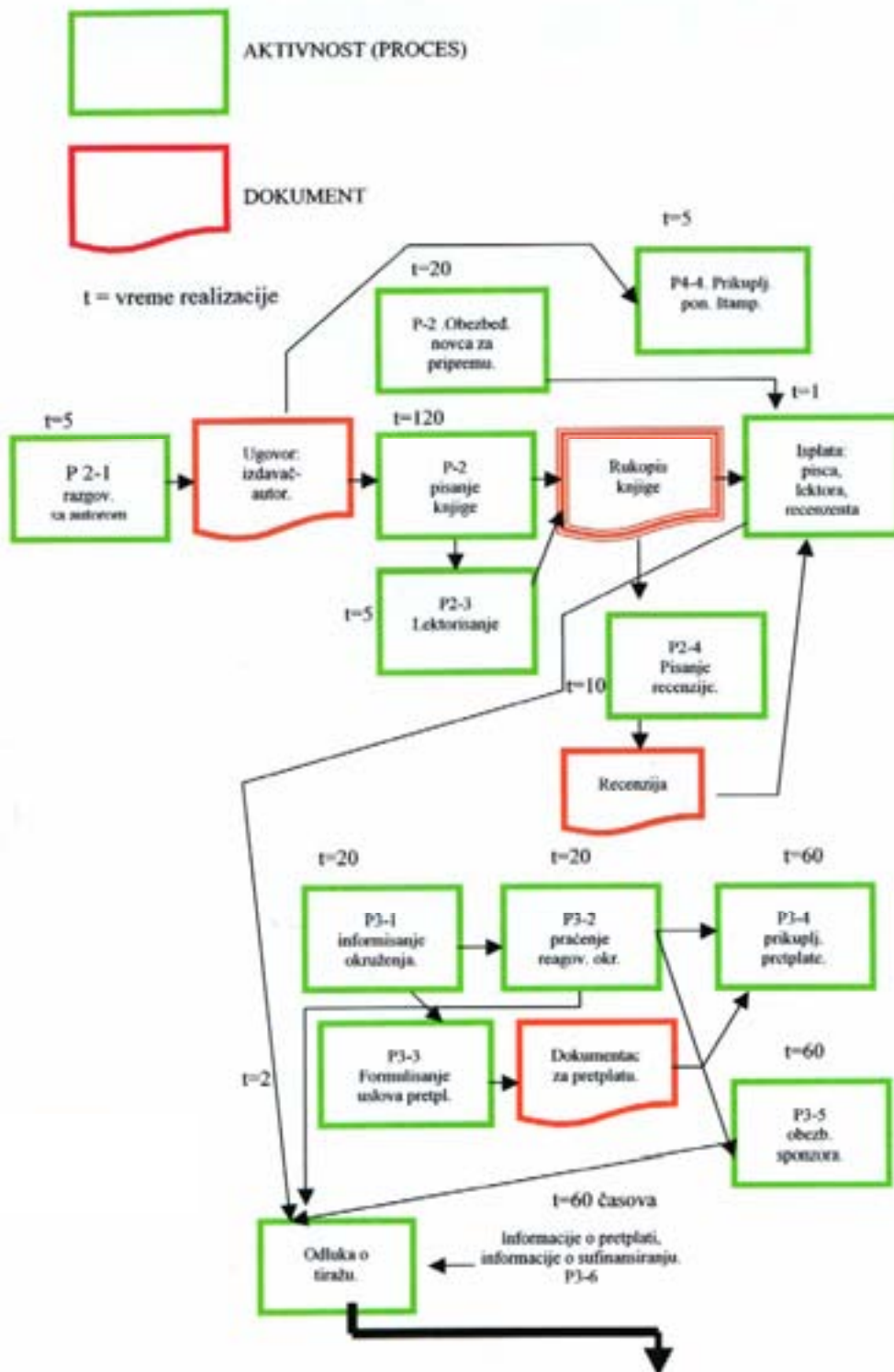
2.)



Slika broj 41.

PROCES

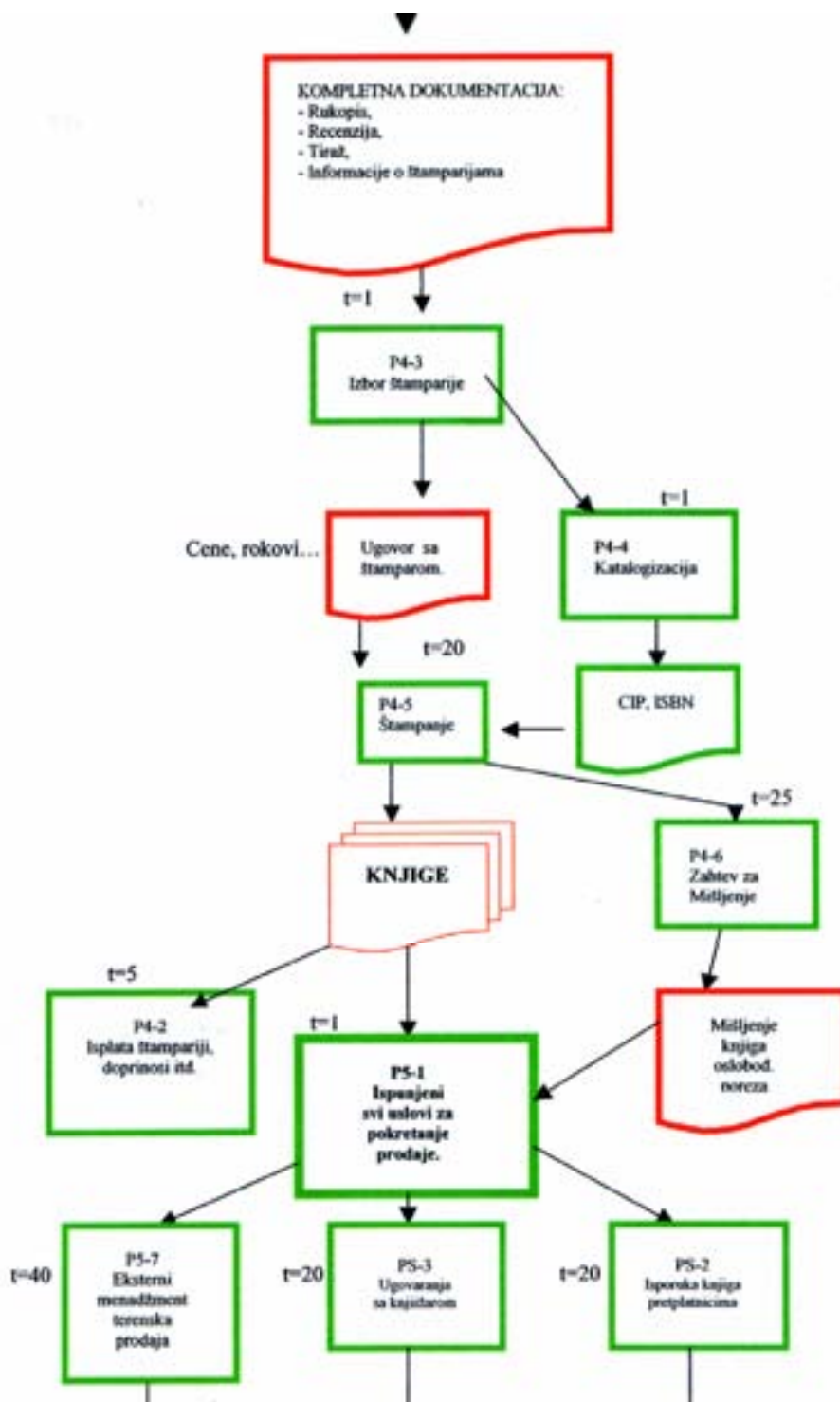
3.



Slika broj 42.

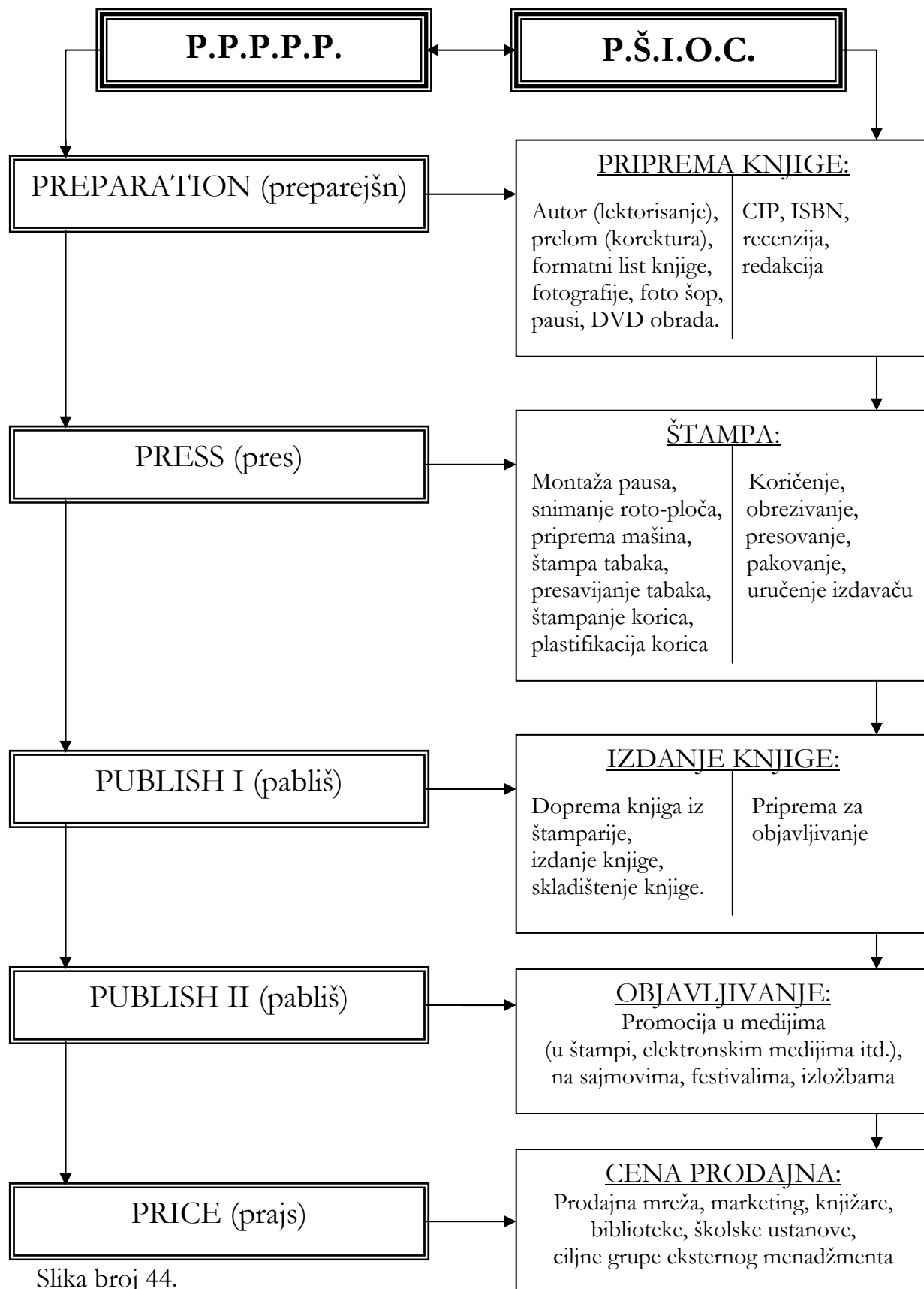
Kontinuitet procesa:

4.



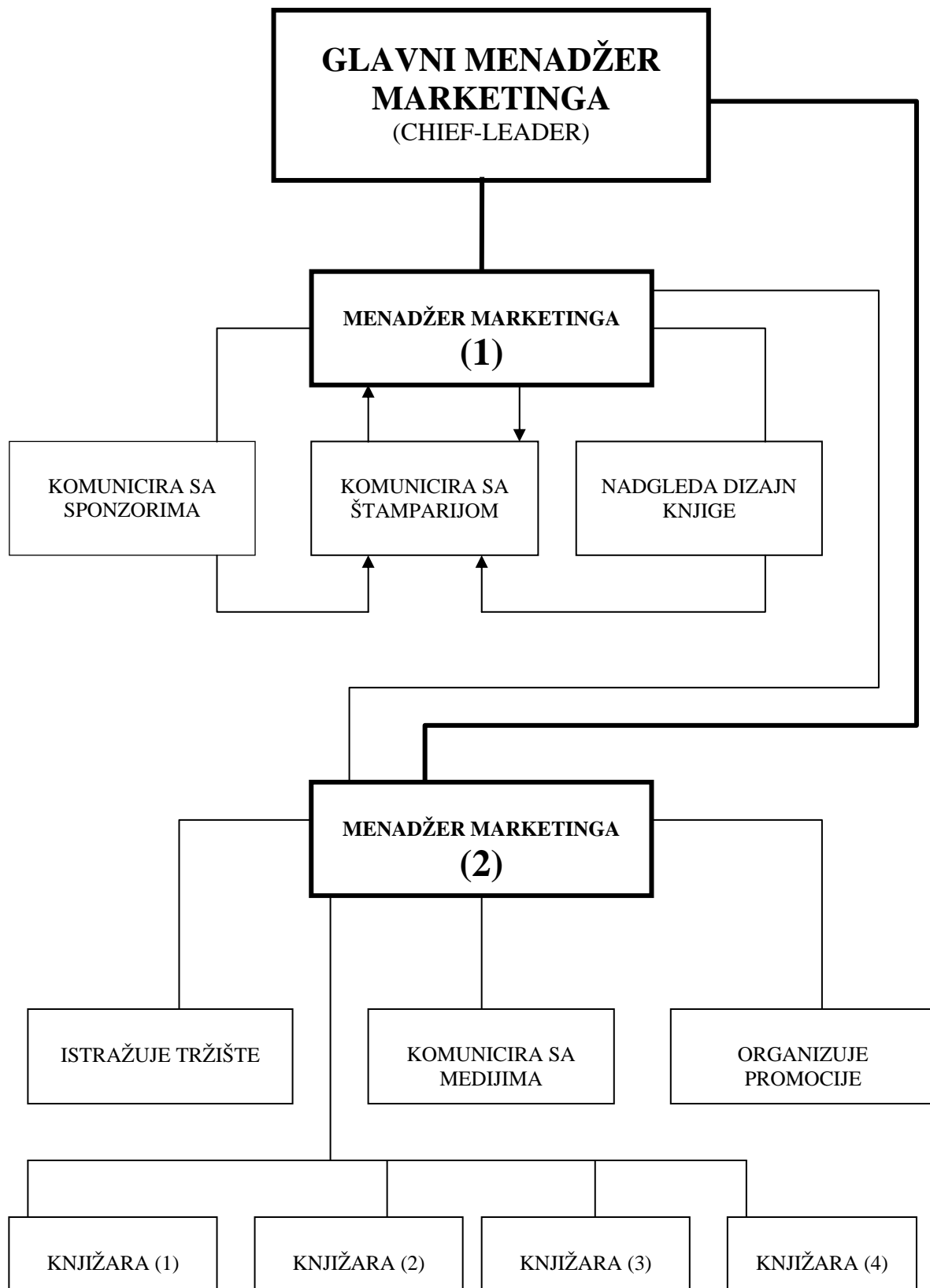
Slika broj 43.

STVARANJE KNJIGE – PUT DO TRŽIŠTA (ČITALACA):



Slika broj 44.

2.2.4. Nova organizacija marketinga u jednoj izdavačkoj kući.



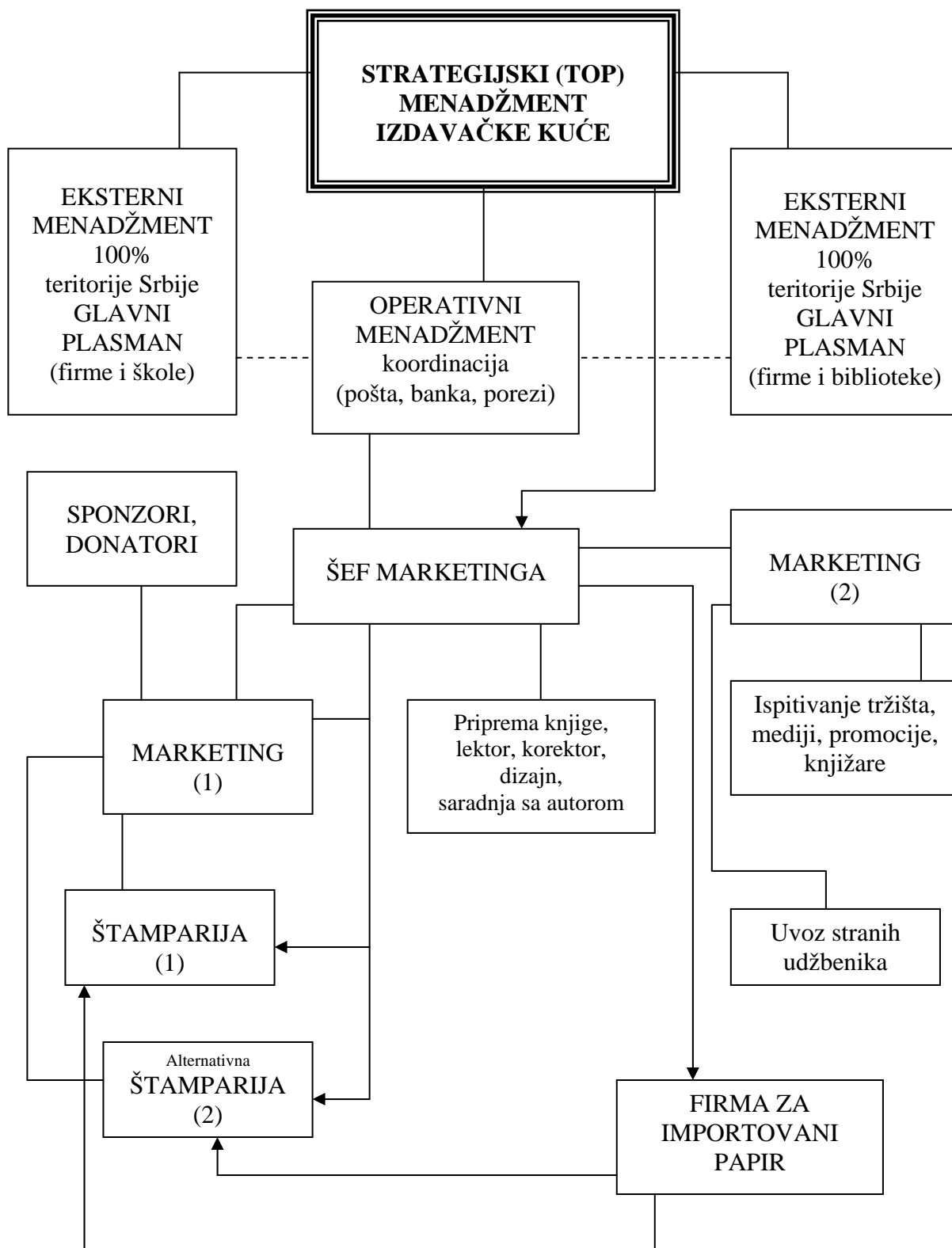
Slika broj 44 a.

Na slici 44a je prikazan model nove organizacije marketinga u jednoj izdavačkoj kući. U odnosu na poređenje sa dosadašnjom organizacijom marketinga u izdavačkim kućama, ova organizacija je primenjiva u današnjim uslovima, jer je prethodna organizacija marketinga u društvenim izdavačkim kućama, danas apsolutno neprimenjiva i neracionalna. Prethodna organizacija marketinga je bila jedan glomazan aparat koji je bio projektovan od 5 sektora (sektor za analizu, propagandni sektor, sektor za promotivne aktivnosti, sektor za monitoring tržišta, sektor za proizvodnju novih izdavačkih projekata, operativno-prodajni sektor, sektor nabavke repromaterijala), zatim je bivša organizacija marketinga imala glomazan aparat redakcija, koje su u sebi pored glavnog i odgovornog urednika imale još i tri pomoćnika urednika za standardna izdanja knjige, za sportska izdanja, i urednika za školska izdanja, 3 lektora, 2 korektora, odeljenje komunikacije sa autorima knjige, koordinatori sa štamparskom mrežom, knjižarsko skladište sa po desetak zaposlenih, transportni terminal, odeljenje distribucije robe. Po novom modelu organizacije marketinga na slici 44a mnogo je racionalnije uređena organizacija marketinga, sa jednim glavnim menadžerom marketinga (chief-leader) i dva pomoćna menadžera marketinga (1 i 2), dok je glavni plasman knjige usmeren preko eksternog menadžmenta izdavačke kuće. Izdavačkoj kući je nepotreban glomazan administrativni aparat i veliki broj raznih nabrojanih sektora, jer knjizi sem pisca, komjuteriste za pripremu teksta i preloma, izdavanja, objavljivanja i plasmana, ne trebaju brojni opterećujući faktori. Štamparije su samo kooperanti.

Nema više velikog tržišta (SFRJ), nema ni osrednjeg (SCG). Vreme blagostanja za pisanju reč i povoljno dolaženje do knjige je završeno krajem 1990. godine. Velika izdavačka preduzeća su bila zatečena i nespremno dočekala vreme sankcija, inflacija, devalvacija, tranzicionih promena i menjanja celokupne ekonomske slike našega društva. Kako je danas moguće da uopšte opstaje neka izdavačka kuća sa brojnou administracijom od nekoliko stotina zaposlenih? Jedan veliki naučno-kulturni div kakav je Matica srpska, sa stanovišta likvidnosti (izdavačke delatnosti), danas je na kolenima. Njena izdavačka delatnost je u kolapsu, brojne knjižare koje su bile u njenom vlasništvu sada su prešle u neke druge ruke, čiji prostori (nekada hramovi knjige) danas više ni nemaju dodira sa knjigom. Matica srpska je jedva uspela da zadrži u svom vlasništvu jednu antikvarnicu u sklopu svoje zgrade. Ideja za promenu imena u nekakav „Klub izdavačke delatnosti Matice srpske“, neće puno pomoći vojvođanskom bivšem gigantu, ako se ne obrati veća pažnja na kreiranje novih portfolio matrica (BCG) i budno praćenje SWOT-analiza. Naravno, ta slavna ustanova koja u svojoj strukturi ima veoma respektibilne ogranke, kao što su: Galerija, Biblioteka Matice srpske, Izdavačka delatnost, Zavičajna zbirka itd., i te kako mora voditi računa da ne zanemari KNJIGU, njen značaj, njenu arhetipsku važnost, potrebu čitalaca i kupaca za njom...

Ova kraća analiza upravo ide u prilog činjenici, da je dobra organizacija menadžmenta i marketinga, bilo u manjoj ili srednjoj izdavačkoj kući, veoma važan preduslov za uspešno poslovanje, pozicioniranje i kreiranje optimističkog modela upravljanja.

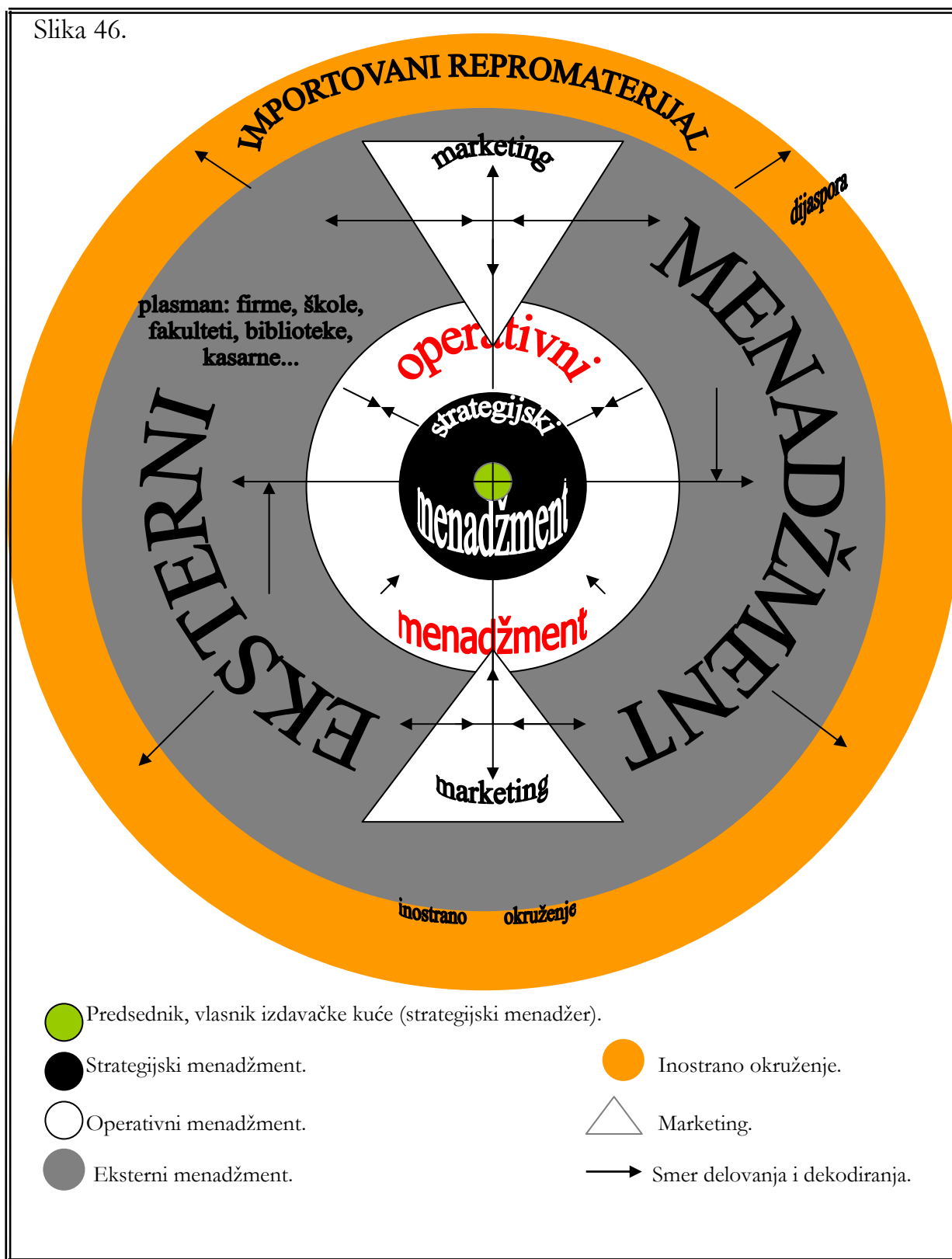
ŠIRA SLIKA UPRAVLJAČKOG SISTEMA U IZDAVAČKO-KNJIŽARSKOJ DELATNOSTI



Slika broj 45.

STRUKTURA MENADŽMENTA U IZDAVAŠTVU I KNJIŽARSTVU
(nova petostepeno-dimenziona organizacija menadžmenta - Multilayer diagram)

Slika 46.



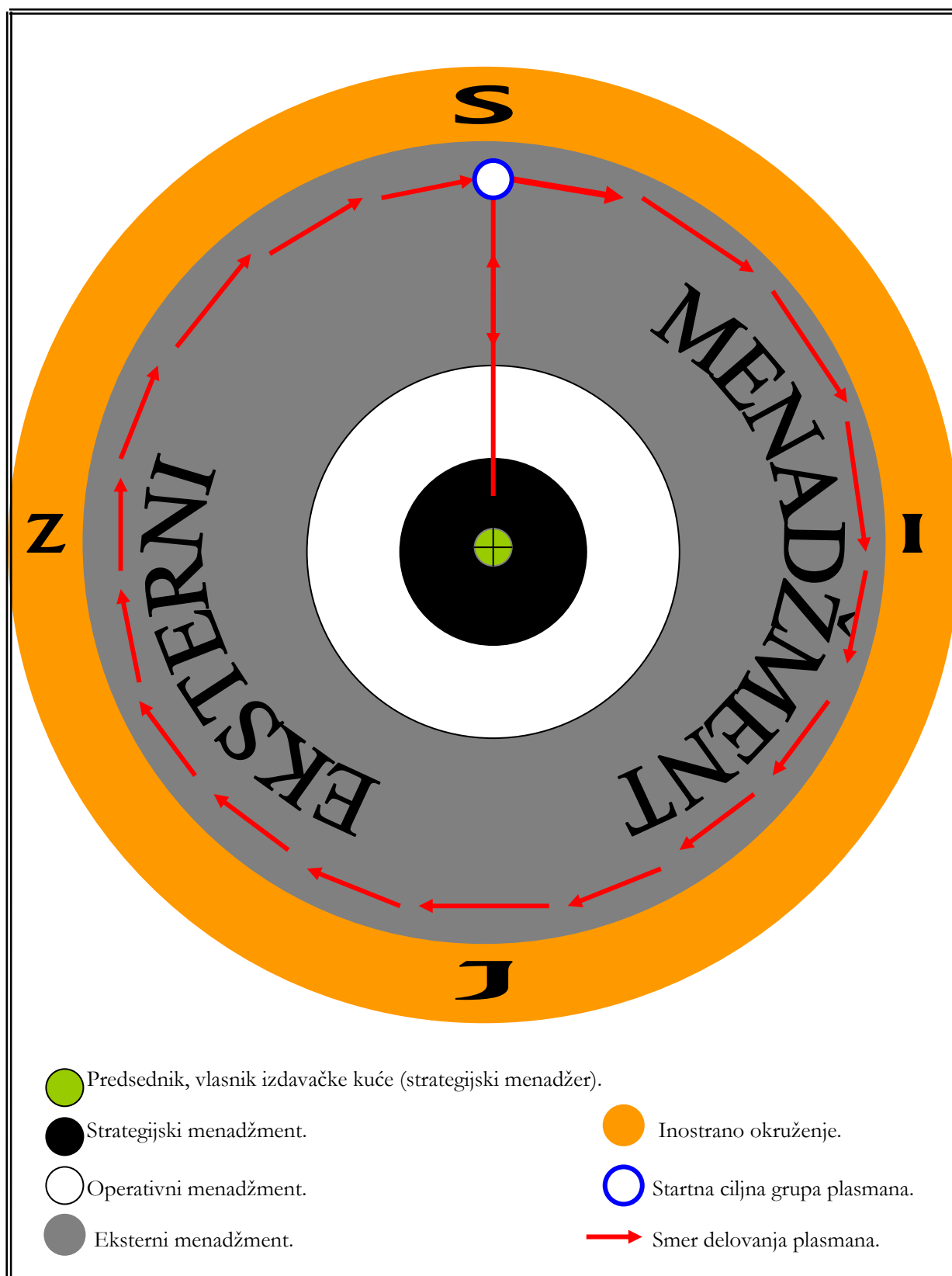
Na slici 46 prikazana je nova petostepeno-dimenziona organizacija menadžmenta u izdavačko-knjižarskoj delatnosti. To je potpuno izmenjena i veoma funkcionalna struktura u odnosu na dosadašnje pokušaje organizacija izdavačko-knjižarskog menadžmenta. Ona je potpuno primenjiva u praksi, što će se analizama razjasniti.

U centru je zelena tačka koja predstavlja osnivača, vlasnika ili predsednika cele izdavačke kuće, strategijski menadžment je crno kružno polje, dok je belo kružno polje operativni menadžment. Najveći prostor obuhvata sivo polje što čini eksterni izdavačko-knjižarski menadžment, dok je žuto spoljno polje inostrano okruženje, beli trouglovi predstavljaju polje delovanja marketinga, a strelice označavaju smerove komunikacije između svih polja, kao i sve važne povratne informacije (dekodiranje).

Iz zelene tačke (strategijskog menadžera) kreću poruke ka strategijskom menadžmentu, a koje se nastavljaju u pravcu delovanja na operativni menadžment, iz koga se vraćaju povratne strelice (dekodiranje). Dugačke strelice idu takođe iz centra zelene tačke (strategijskog menadžera) preko crnog polja (strategijskog menadžmenta) pa dalje ka marketingu, koji deluje i u sivom polju. Povratne informacije o ispitivanju tržišta, marketing vraća ili direktno strategijskom menadžmentu ili preko operativnog menadžmenta (nije uslov). Najduže strelice iz strategijskog menadžmenta kreću u četiri pravca ka sivom polju delovanja eksternog menadžmenta distribucije knjige. To polje i ta teritorija je najveća i najvažnija. Naravno, marketing uvek može da deluje u sivom polju eksternog menadžmenta, ali mu se ne sme mešati u delatnost. Marketing može komunicirati sa eksternim i operativnim menadžmentom, može se baviti: istraživanjima tržišta, reklamama, pisanim i elektronskim medijima, promocijama, sajamovima, izložbama i festivalima knjige, ali ne može da se bavi u sivom polju poslovima za koje je kompetentan eksterni menadžment, a to su: otplata knjiga, pretplata knjiga, plasman knjiga u svim firmama, školama, fakultetima, bibliotekama, knjižarama vojnim i policijskim ustanovama, plasmanom u susednim državama, kao i dijaspori, jer to je sve nadležnost eksternog menadžmenta, odnosno glavnog eksternog menadžera za distribuciju grafičkih proizvoda. Takođe je polje delovanja eksternog menadžmenta i nabavka importovanog repromaterijala (jer je eksterni menadžer uvek u pokretu, pa je on najbliži graničnim prelazima), zatim komunikacija sa virtuelnim predstavništvima izdavačkih kuća unutar naše zemlje ili u inostranstvu. Takođe se eksterni menadžment bavi i sklapanjem važnih poslova u vezi sa importovanim repromaterijalom ili sa stranim udžbenicima itd. Marketing ima pravo da obavlja i neke delove zadataka operativnog menadžmenta, a njegova delatnost može da se obavlja unutar izdavačke kuće (komunikacija Internetom, elektronskom poštom, telefaksom, verbalno itd), ali i na terenu – ispitivanjem i monitoringom knjižarskog tržišta.

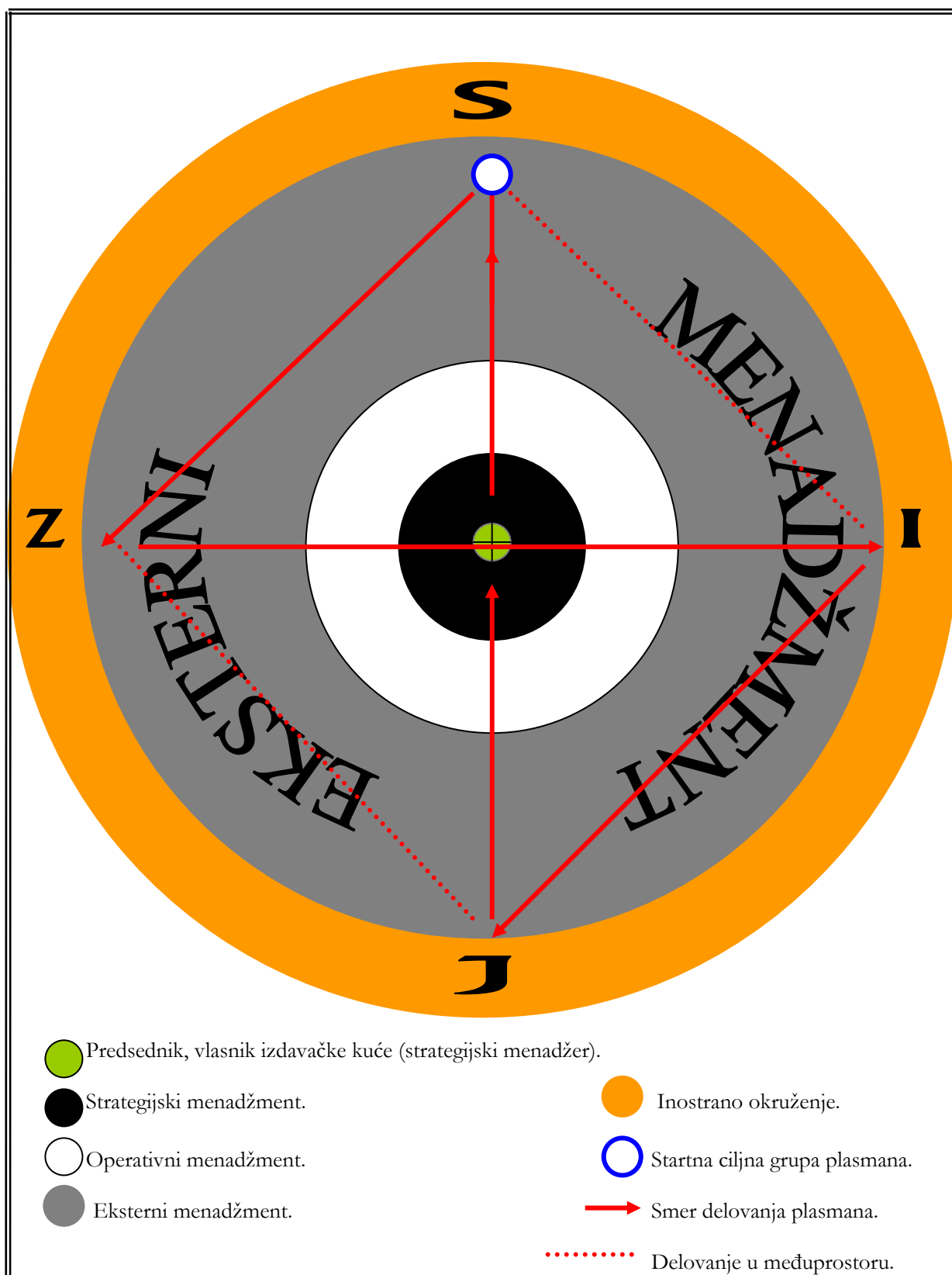
Delovanje eksternog menadžmenta je jedan od najvažnijih zadataka u upravljanju izdavačkim projektima. On nosi najveći deo realizacije plasmana objavljene knjige. Eksterni menadžer vrši komunikaciju sa ciljnim grupama na velikom radijusu kretanja, čime ujedno na najbolji način i pozicionira svoju izdavačku kuću.

DELOVANJE EKSTERNOG IZDAVAČKOG MENADŽMENTA (I varijanta – kružna putanja komunikacije sa ciljnim grupama)



Slika broj 47.

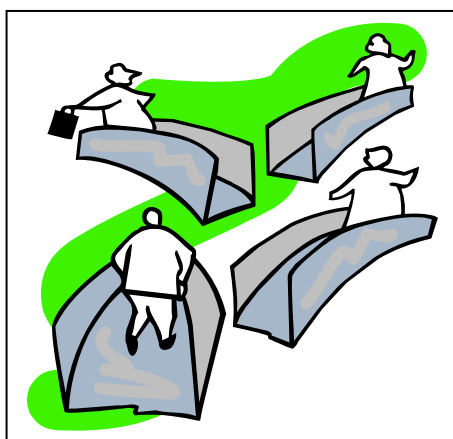
DELOVANJE EKSTERNOG IZDAVAČKOG MENADŽMENTA (II varijanta – unakrsna putanja komunikacije sa ciljnim grupama)



Slika broj 48.

Na slici 47 može se videti prikaz delovanja eksternog menadžmenta (I varijanta). To je tzv. „kružna varijanta“ komunikacije sa ciljnim grupama u eksterijeru. Usaglašavanje početka delovanja eksterni menadžer vrši sa strategijskim menadžerom i u okviru svoga eksternog menadžmenta. Plavi krug označava startnu ciljnu grupu, dok crvene strelice označavaju smer delovanja (ka severoistoku) ka ostalim ciljnim grupama ili kupcima knjiga. Ovaj način plasmana ima svojih prednosti i mana. Prednosti su mu što racionalnije troši putne troškove, menadžer (distributer) prelazi sukcesivno iz jednog eksternog polja u drugo polje prezentujući nova izdanja knjige. Mane ovog sistema plasmana su u tome, što krećući se kružno (radi uštede goriva), i obrađujući severnu, severoistočnu stranu eksternog tržišta, za duže vreme će zanemariti drugu i takođe veliku oblast sa ciljnim grupama, to je južna i jugoistočna strana. S obzirom da će vremenski duže biti angažovan oko tržišta S i I, sa promotivnog aspekta i pozicioniranja novog izdavačkog projekta, tržište J i Z – potpuno će biti zanemareno, i ono će biti prepušteno konkurentskim firmama iz okruženja.

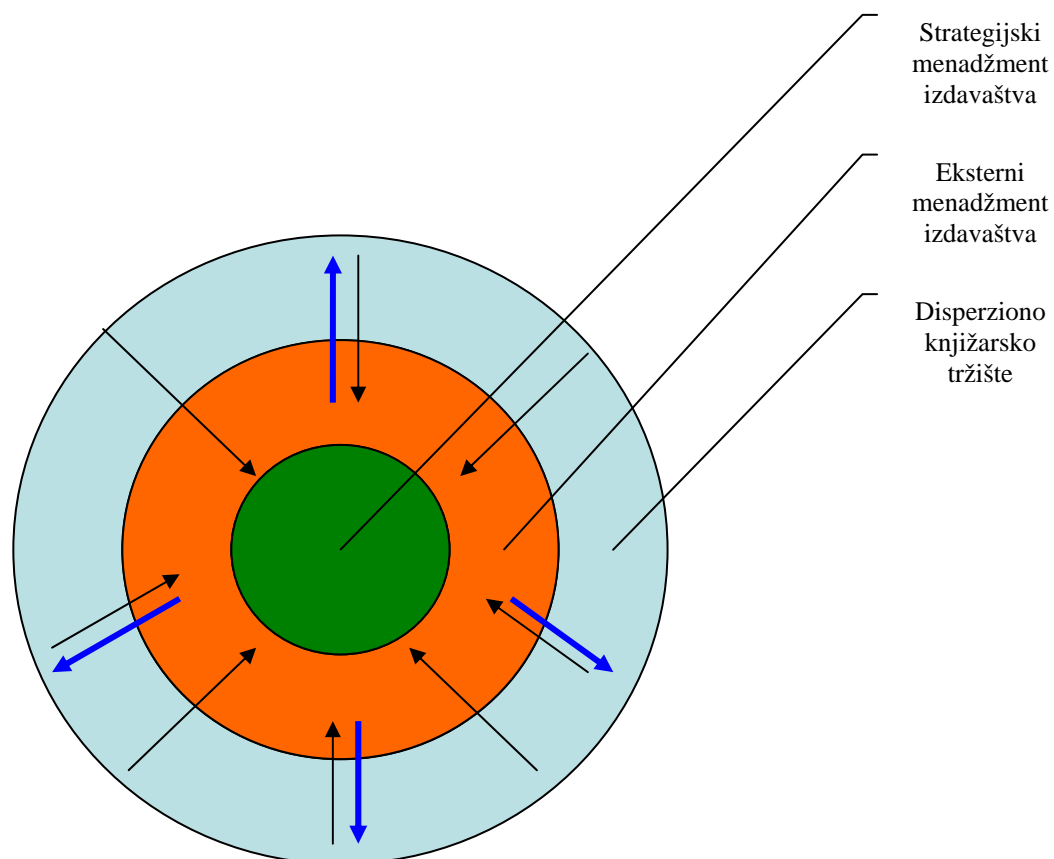
Na slici 48 prikazano je delovanje eksternog menadžmenta (II varijanta). To je tzv. „unakrsna varijanta“, po kojoj eksterni menadžer sa prethodnim instrukcijama sa strategijskim menadžerom i svojim eksternim menadžmentom, kreće ka tački koja je označena kao plavi krug što je početna ciljna grupa. Po obradi ciljne grupe u sektoru S, kreće dijagonalno ka sektoru Z, iz koga može da obradi i međuprostor (obeležen isprekidanom crvenom linijom), zatim direktno kreće maršrutom sukcesivnom obradom ciljnih grupa ka sektoru I (istočna strana), gde može obraditi i međuprostor između tačke S i tačke I. Dalje, njegova putanja ide strelicom ka jugu, da bi krenuo ka centru (mestu polazišta). Ovde su putni troškovi nešto veći nego u varijanti I, ali je nova knjiga stigla mnogo brže u sve delove eksterijera, a time su umanjene šanse konkurentskih izdavačkih kuća da brzo preuzmu tržište koje se dugo ne obrađuje. Ovde je s vremena na vreme dopušteno menjanje smera delovanja, može se delovati i sa severa na istok ili pak sa istoka na zapad, ali uvek treba voditi računa da se izvrši dijagonalna komunikacija sa najudaljenijim ciljnim grupama u eksterijeru. Može se i kombinovati varijanta I (kružna) i varijanta II unakrsna, i time potpuno eliminisati pokušaj praćenja „špijuniranja“ od strane drugih predstavnika izdavačkih kuća, koje neće znati pravce uspešnog i racionalnog delovanja. Karakteristično!



Slika broj 49.

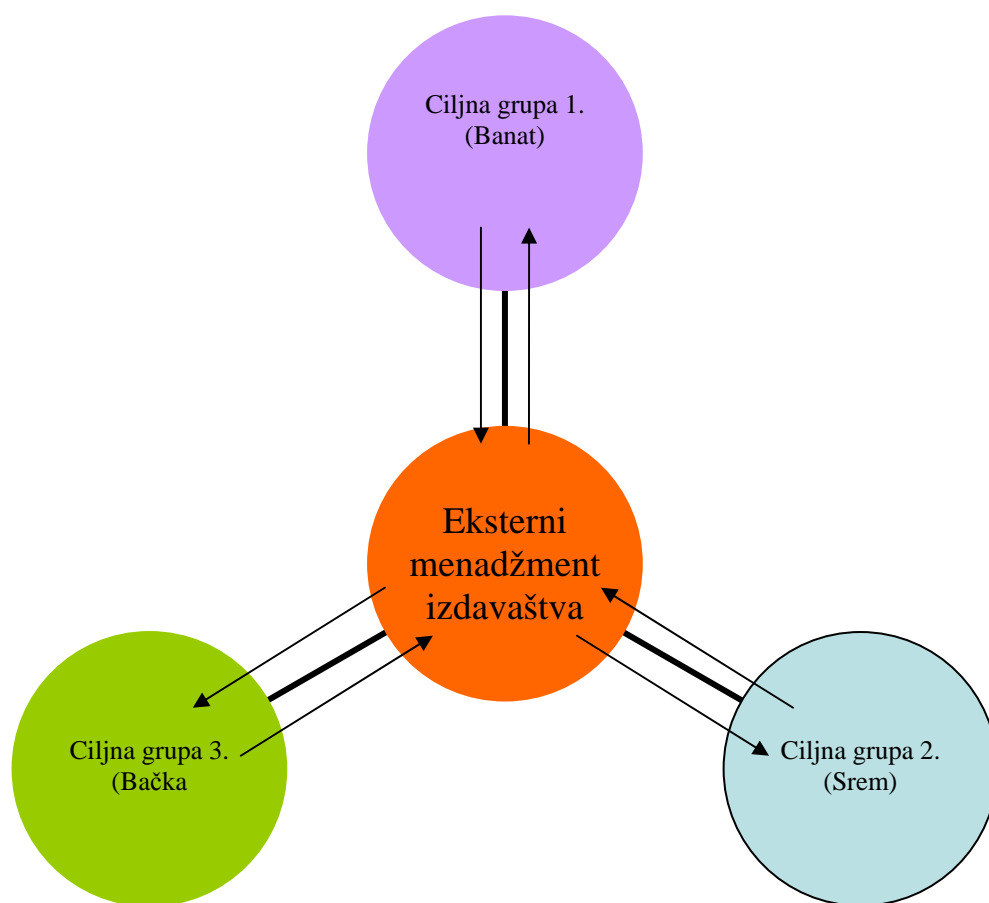
Eksterni menadžment izdavaštva i centripetalne ⁴¹ komunikativne tendencije

Slika broj 50.



Na slici 50, prikazane su centripetalne tendencije, kao rezultat eksternog menadžmenta u izdavaštvu. Plavo polje (disperziona tržište knjige) približava se centru komunikacionog delovanja.

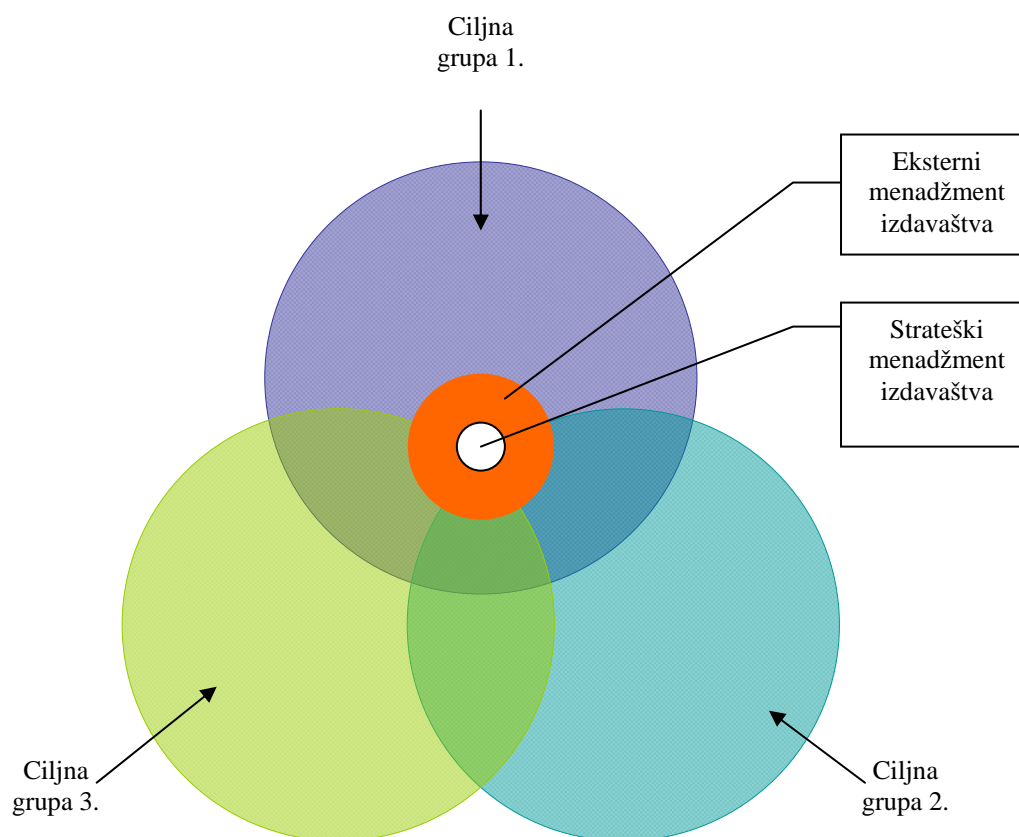
⁴¹ Bratoljub Klaić, Rječnik stranih riječi, NZMH, Zagreb, 1984. Centripetalne tendencije, str. – 217.



Slika broj 51.

Na slici 51. prikazano je jako delovanje eksternog menadžmenta u izdavaštvu, na disperziono (rasuto) tržište knjige. Delovanje eksternog menadžmenta (srednje naranđasto polje) na obeležena područja ili regije, prikaz u tri boje, izaziva približavanje ciljnih grupa (kupaca) centru i boljoj komunikaciji. Kodiranje i dekodiranje je izvedeno sa minimumom šuma (buke).

Slika broj 52.



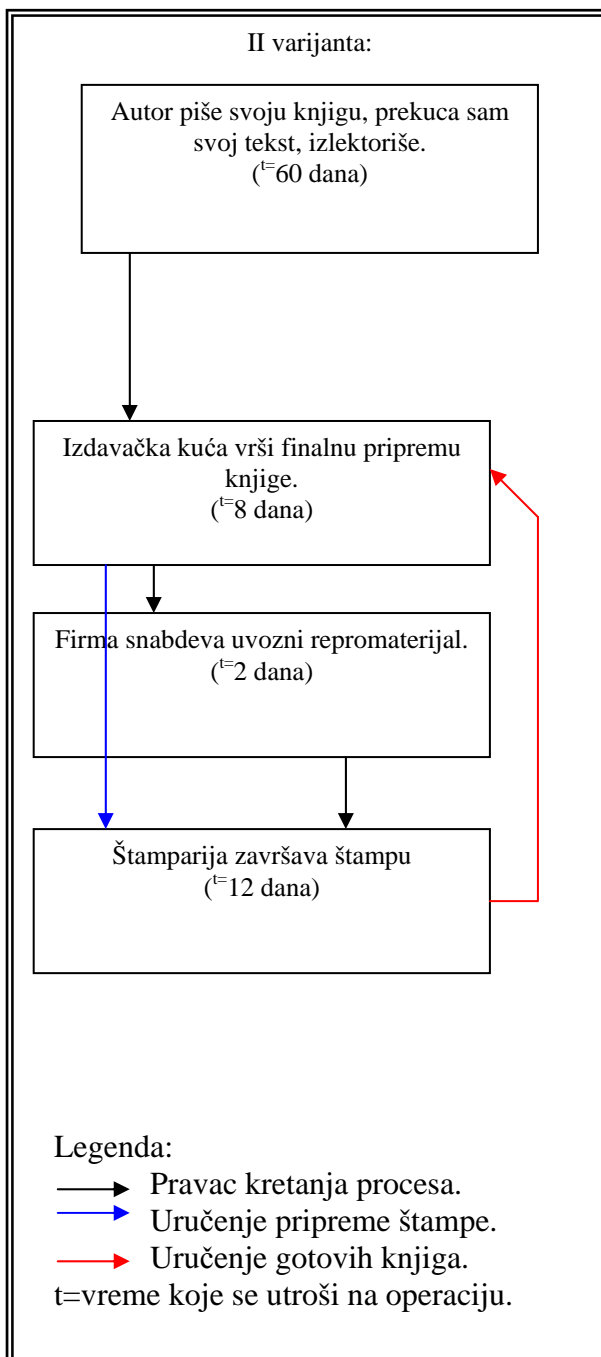
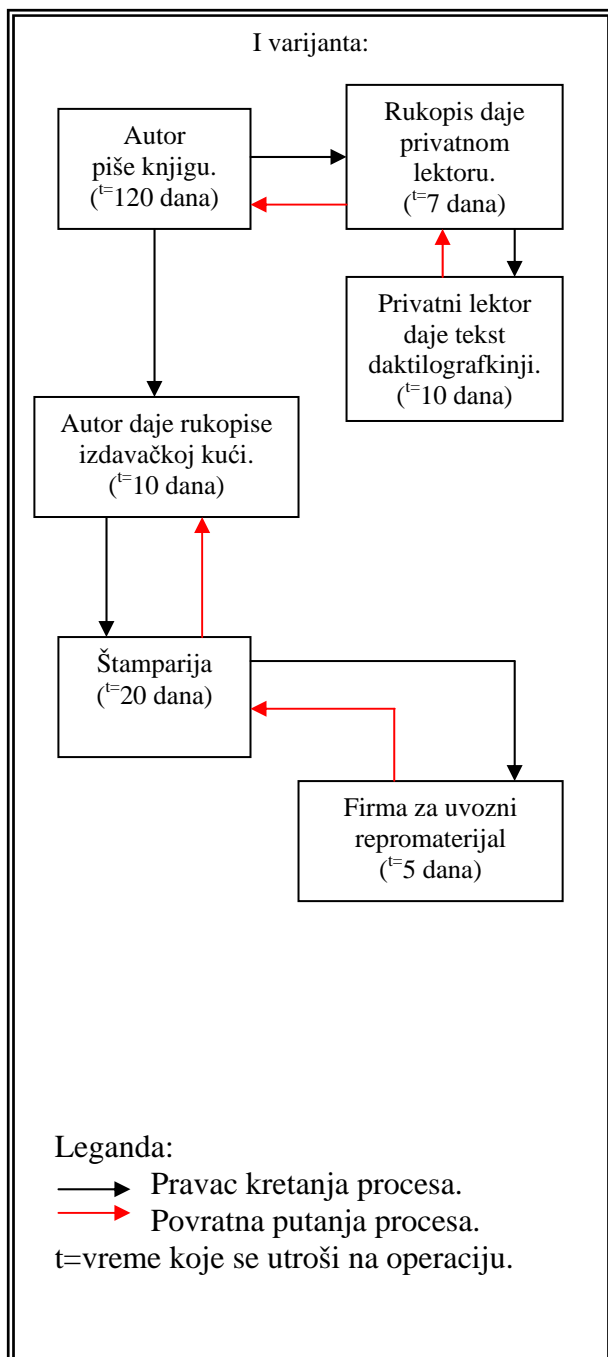
Na slici broj 52, delovanjem eksternog menadžmenta u izdavačko-knjižarskoj delatnosti, disperziono tržište (ciljne grupe plasmana knjige) stapa se u skladnu celinu. U sredini (bela tačka) je stratejski menadžment, krug oker boje je eksterni menadžment, dok su krupnija okrugla polja u tri boje tri ciljne grupe knjižarskog tržišta.

2.2.5. Novi prilozi za upravljanje vremenom u izdavaštvu.

Vreme – važan faktor upravljanja znanjem
(put do grafičkog proizvoda – knjige)

Slika broj 53

Slika broj 54



I varijanta:
 $t^{\text{=}}$ svega utrošeno vreme.....172 dana.

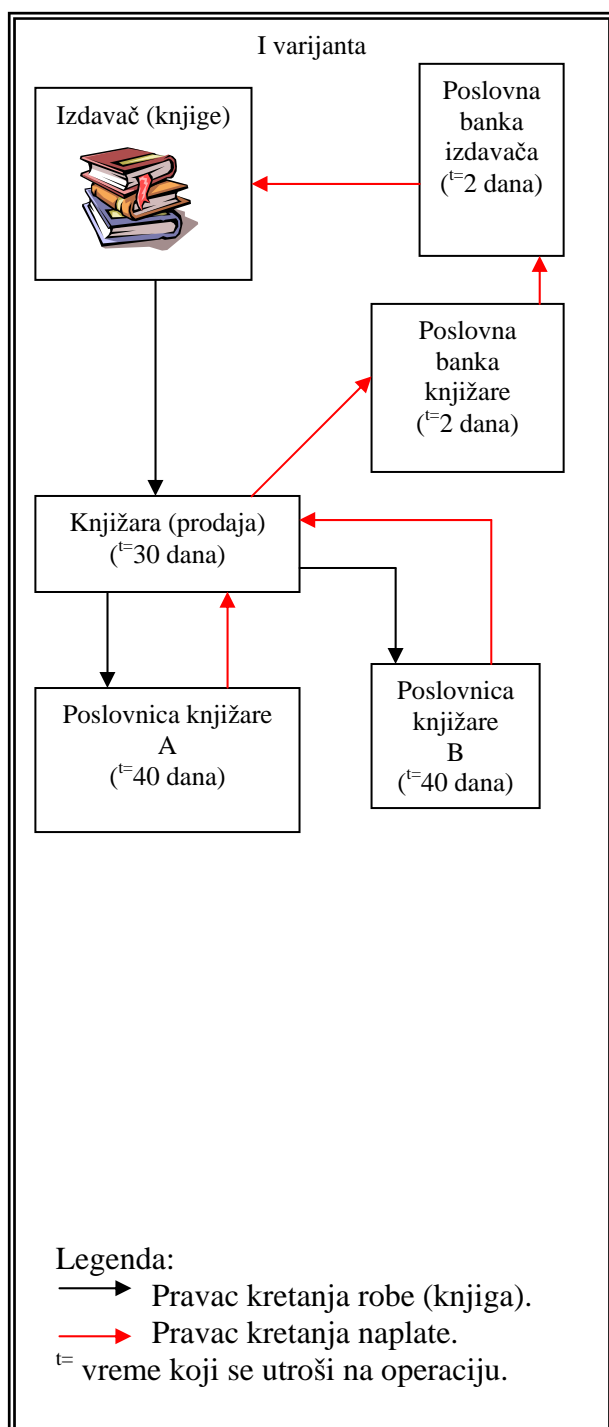
II varijanta:
 $t^{\text{=}}$ svega utrošeno vreme.....82 dana.

Prateći putanju kretanja u obe varijante izdavačkog procesa i sve algoritme, očigledno se može primetiti «prazan hod» (izgubljeno vreme), puno prelaza i zastoja, što je evidentno u I varijanti i iznosi tačno 90 dana.

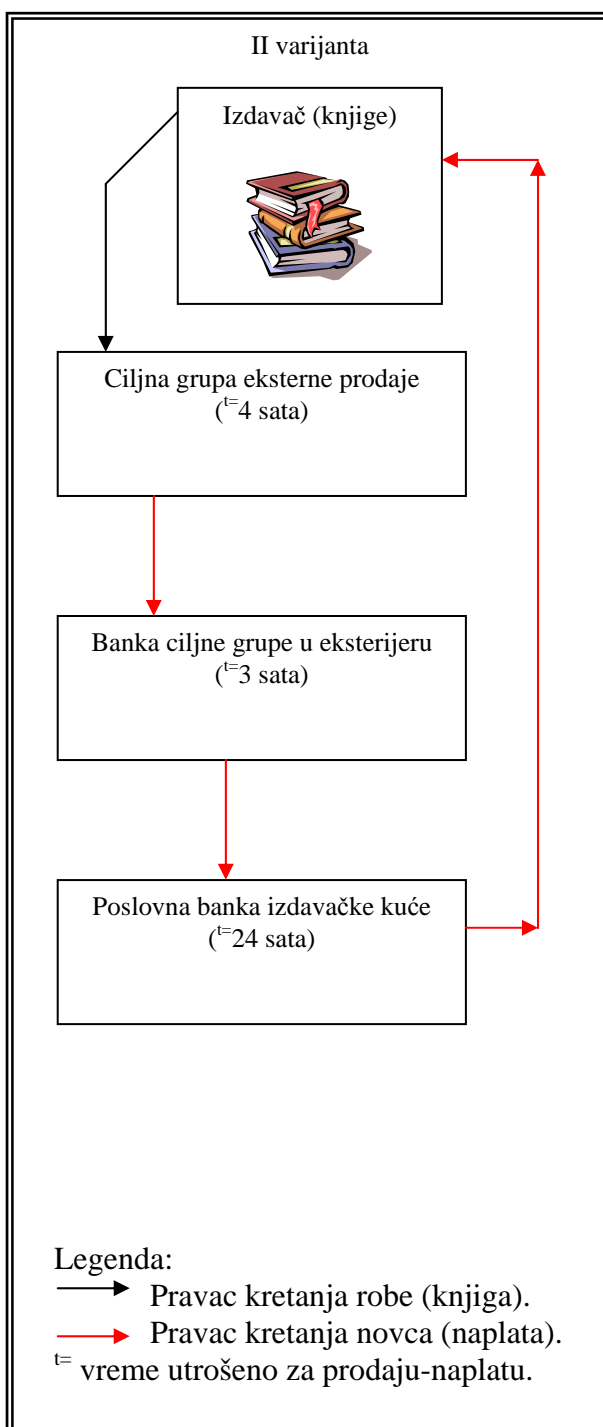
Neracionalni i racionalni načini za plasman i naplatu grafičkog proizvoda.

Slika broj 55

Slika broj 56



I varijanta:
 t= Svega utrošeno vreme.....114 dana

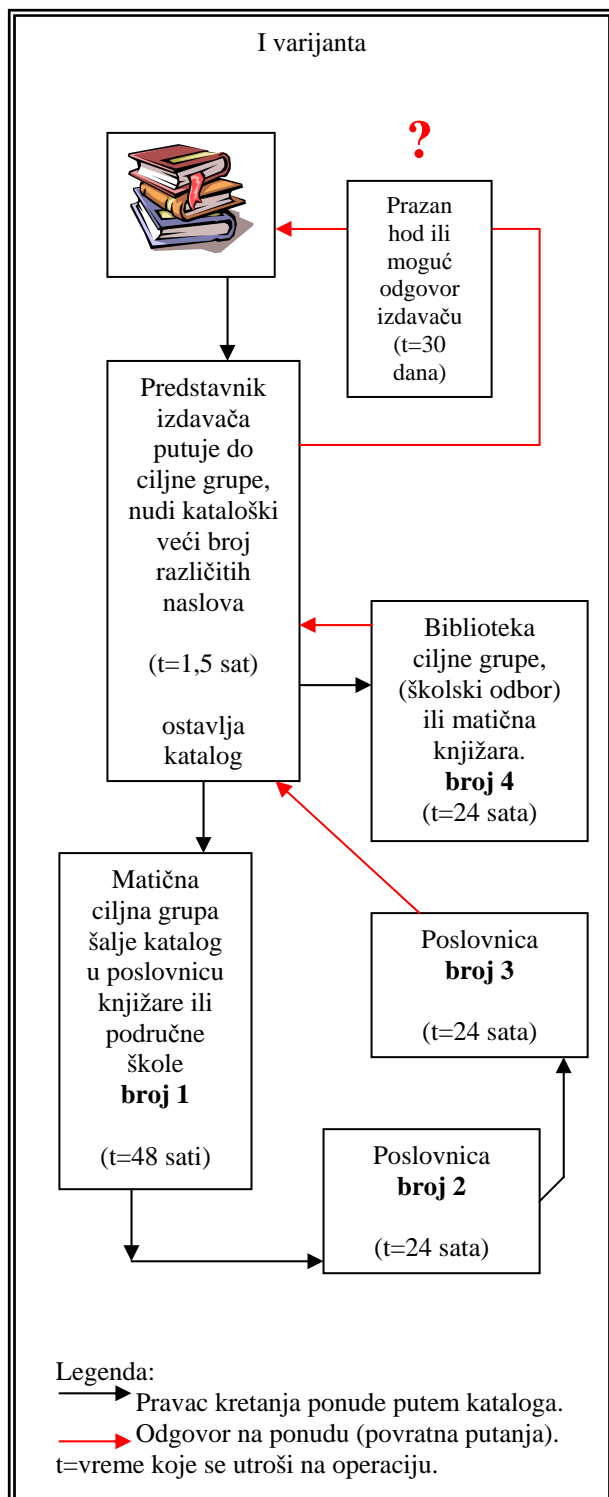


II varijanta:
 t= Svega utrošeno vreme31 sat.

Prateći putanju kretanja plasmana knjige i naplatu u obe varijante kroz sve algoritme, očigledno se može primetiti «prazan hod» (izgubljeno vreme) što je evidentno izraženo u I varijanti i iznosi tačno 112 dana i 17 sati. U I varijanti postoji puno prelaza i zastoja, dok je to u II varijanti mnogo manje.

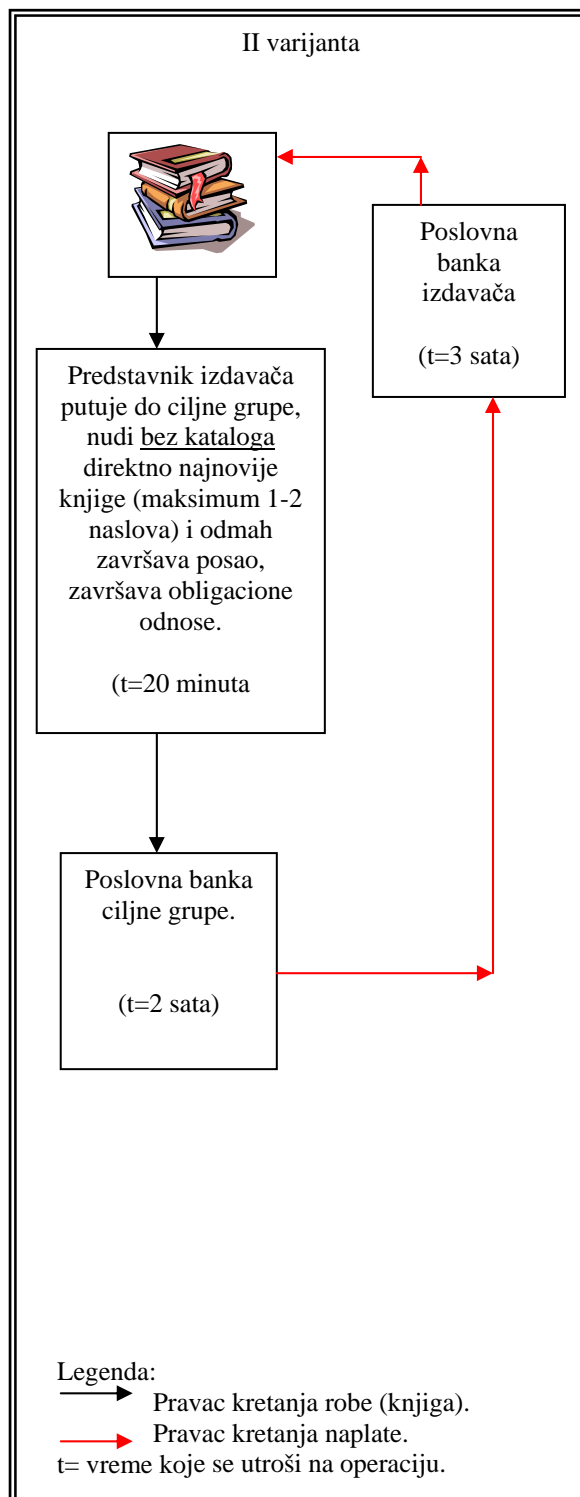
Ako se pogledaju sledeće slike u njima se može videti putanja kretanja i realizovana ponude grafičkog proizvoda (knjige) u dve varijante – sa i bez «praznog hoda».

Slika broj 57.



I varijanta:
t=Svega utrošeno vreme.....35 dana sa neizvesnim ishodom (kupovine)

Slika broj 58.

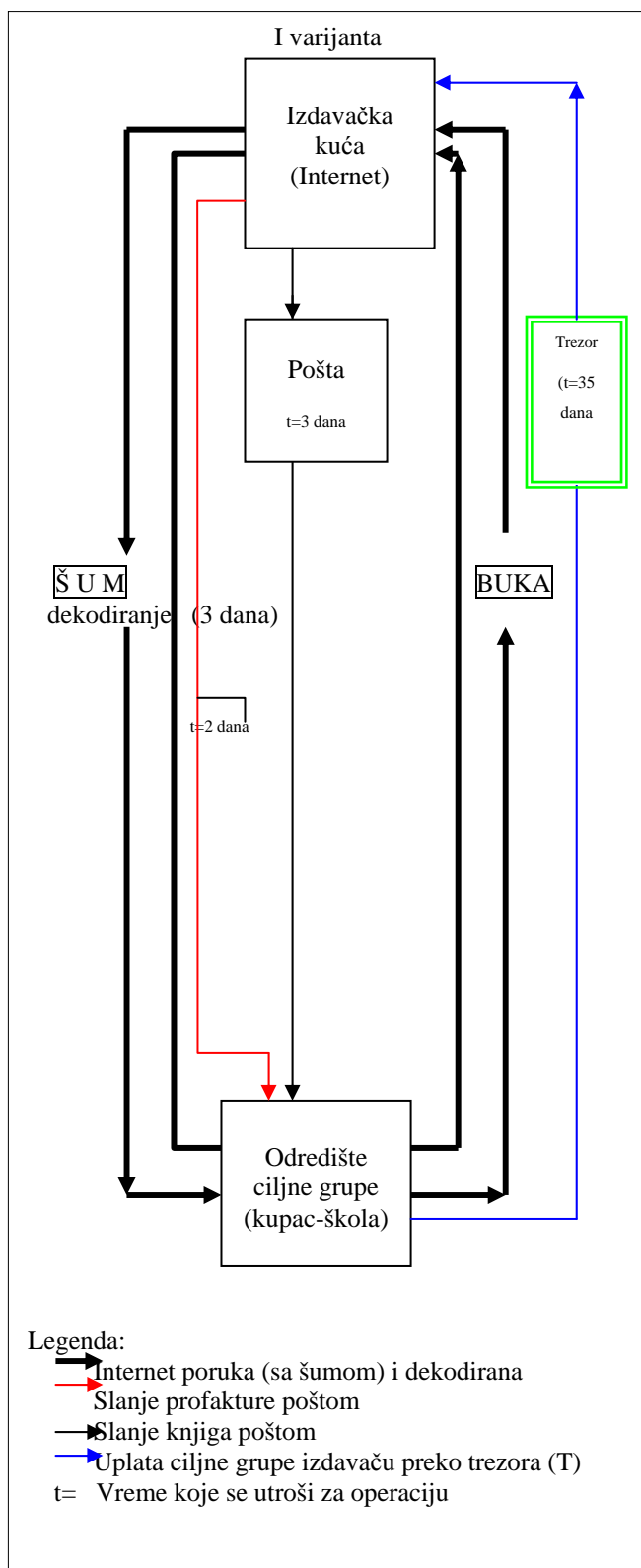


II varijanta:
t=Svega utrošeno vreme 5 sati i 20 minuta. Roba prodana i naplaćena.

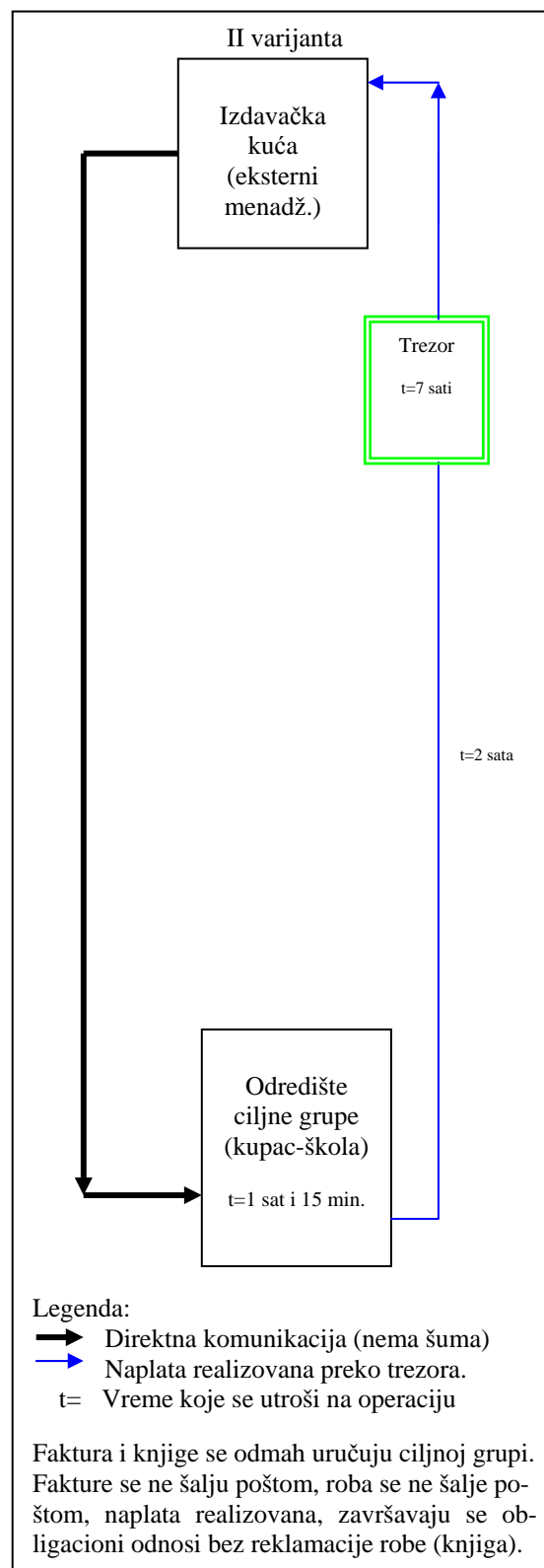
Plasman knjige Internetom ili živa komunikacija u eksterijeru?

Slika broj 59.

Slika broj 60.



I varijanta:
t= Svega utrošeno vreme 43 dana



II varijanta:
t=Svega utroš. vreme 10 sati i 15 min.

Na slikama 53, 55, 57 i 59, jasno se može uočiti da se «prazan hod» ili izgubljeno vreme u izdavačkom procesu grafičkog proizvoda (knjige), pojavljuje na više mesta: kod autora koji nema dovoljnu odlučnost da piše, da sinhronizuje svoje delo prema marketinškim rezultatima u vezi sa istraživanjem izdavačke kuće, autorova sposobnost i eventualno poznavanje lektorisanja, ažurnost ili neažurnost profesionalnog lektora, autorova kooperativnost i sklapanje ugovora sa izdavačem na obostranom očekivanju, ili pak dobro razumevanje obe strane da se krene u izdavački projekat. Naravno, veliki teret, svakako i najveći, nosi izdavačka kuća, koja mora kontrolisati pojavljivanje «praznog hoda», a on se može čak i naslediti iz nekog dela prethodnih poslova, ili dolazi sa novim tehnološkim oruđima, ako na njima rade neobučeni ljudi.

Ako se pogledaju algoritmi sa slika br. 53 i broj 54, može se primetiti da II varijanta (slika 54) jasno pokazuje da «prazan hod» može da se eliminiše i time što izdavač drži pod kontrolom nabavku i količinu repromaterijala, tako što on repromaterijal nabavlja sam po povoljnim cenama i dobrog kvaliteta, direktno od proverenih uvoznika, pa taj repromaterijal ustupa svom kooperantu (štampaniji koja štampa knjige). Velika je greška izdavača koji prepuštaju štamparijama da se one bave nabavkom papira i ostalog repromaterijala, jer time izdavači sebe lišavaju prilike da učestvuju u sistemu ponude i potražnje, ako već imaju sva zakonska prava da sami kupuju sav repromaterijal za svoje knjige koje objavljuju. Takođe je i veoma loša strategija poslovanja svakog izdavača kome štamparija nameće određene tiraže, obično u svom interesu, a na štetu izdavača i njihove distributivne snage. Naravno da je sjajno kada se štampaju veći tiraži i kada se ti veliki tiraži i prodaju, ali u suprotnom, dolazi do potpunog haosa za svakog izdavača u vidu nagomilanih, a neprodanih naslova, a to direktno vodi u oblast «praznog hoda».

Izdavač mora da kontroliše i vreme koje je potrebno štampariji da završi određeni tiraž knjige. Izdavači moraju da se bave statističkom kontrolom onog vremena koliko je potrebno štamparijama da završe određeni tiraž. Štampanije ne vole da im neko «sa strane» kontroliše poslovanje, ali i tu izdavači moraju biti uporni, tako što će s vremena na vreme posetiti štamparije koje im štampaju knjige u toku, jer se događa da njihova završna kontrola previdi pogreške u štampanju knjige. Pošto tada završna štamparska kontrola ne može da izvrši poboljšanje svog završnog proizvoda (knjige), jer se kvalitet ne može ispraviti, već samo ispitati, kontrola štampara uz sugestije izdavača može da spreči da, i pored pažnje na svakom pojedinačnom radnom mestu, nedozvoljeno veliki broj proizvoda sa maklaturom (greškama) izađe ispod štamparskih grafičkih (ofset) mašina.

Uz sugestije izdavača, štamparije bi trebalo da se potrude da pažljivije ispituju određena radna mesta u svojim pogonima, a time pomognu i vlastitim štamparskim kontrolama da bolje upravljaju kvalitetom, a svakako i estetikom grafičkog proizvoda.

Vreme je svakako jedan od najvažnijih faktora upravljanja znanjem u izdavaštvu. Ako se pogledaju slike 55 i 56, može se tada zapaziti razlika u prikazu dve varijante, koje ilustruju plasman grafičkog proizvoda (put do naplate). Na slici 55 (prva varijanta) prikazan je «prazan hod» u vidu izgubljenog vremenskog perioda koji se proteže, kako kroz sam sistem ponude knjige ciljnim grupama, tako i kroz naplatu uručenog

proizvoda. Onog trenutka, kad neiskusni distributer izdavačke kuće uruči svoj proizvod ciljnoj grupi, odmah poveruje da je već završio posao, a ispostavi se da zapravo nije završio ono najvažnije – naplatu svog proizvoda, tada je već kasno. Distributer izdavačke kuće je uz manje ili više truda, uspeo da realizuje nekakav potpis na profakturi sa određenim potpisnikom iz ciljne grupe, ali nije ono najvažnije: naplatu knjiga, rokove naplate, proveru likvidnosti ciljne grupe da li već nekima duguju pre njega itd. Distributer je svoju robu uručio, a kod primaoca te robe se događa sledeće: naime, ako je roba uručena matičnoj knjižari, tada matična knjižara šalje primljene primerke knjiga svojim (manjim) poslovnicama, sa nadom da će kvantitetom ponude uspeti da prodaju te knjige. Nažalost, vreme prolazi, ali niti knjižara, niti njene poslovnice ne prodaju uspešno knjige, jer nemaju obučene ljude za takve poslove. Međutim, centralna knjižara se ne brine puno zbog toga, jer knjige koje je dobila od izdavača ne mora da plati dok ih ne proda, a rokove im nije dao predstavnik izdavačke kuće. Eto, pojavljuje se «prazan hod» u poslovanju na relaciji izdavač-knjižarska mreža, u kome ima koristi samo knjižarska mreža, jer je dobila besplatno robu, za koju nema rokova u kojima mora da realizuje svoje obaveze prema izdavaču. Slika broj 54 prikazuje načine eliminacije «praznog hoda», čak nudi rešenja da se i ne dozvoli pojavljivanje «praznog hoda» na relaciji plasman-naplata. Svakako da se takvim rešenjima neće radovati svi oni koji u svom poslovanju nisu zastupnici poslovne etike, korektnosti i dobre saradnje sa izdavačkim kućama.

Slike 57 i 58 prikazuju dva načina plasmana (ponude) knjige. U prvoj varijanti slika broj 57 jasno je prikazan pogrešan način (koji i danas opstaje), gde predstavnik izdavačke kuće nesmotreno uvlači svoju firmu u pravu paukovu mrežu besciljnih putovanja, komuniciranja, sa izgubljenim vremenskim periodom. Preći veliki put, npr. od Beograda do Vranja, da bi se ciljnoj grupi (knjižari, školi, nekoj ustanovi) ponudio katalog sa bezbroj naslova, odmah u startu kod predstavnika ciljne grupe izaziva zbuñenost i odlučnost «da malo razmisli, šta da kupi od gomile prikazanih knjiga u boji». Sa psihološkog stanovišta «sve mu se sviđa, ali ništa ne sme da kupi bez odluke više ljudi, koji čine nekakav tim». Naravno, greška je distributera izdavačke kuće kada misle da će brojem ponuđenih naslova steći olako potpisivanje svojih zaključnica. Kada se pogleda slika broj 58 i druga varijanta prezentacije i naplate knjiga, jasno se uočava da je u prvoj varijanti (kataloška ponuda) vreme utrošeno od punih 35 dana, u kome je izdavačkoj kući stigla nekakva sitna ponuda (obično ne stigne nikakva) da im žele naručiti par jeftinijih naslova. Ako izdavač smatra da treba i pored obavljenog službenog puta, na kome je bio njihov predstavnik, a taj put je bio veoma skup, jer treba još plaćati i skupu poštarinu za pošiljku nekoliko jeftinih knjižica, onda takva izdavačka kuća ima veoma loš strategijski menadžment i loš marketing. Po varijanti II i prikazu na slici 58, jasno se sprečava pojavljivanje «praznog hoda» u komunikacijama i u naplati grafičkog proizvoda. Ponuda malog broja naslova (čak od 1 do 2) je mnogo delotvornija sa aspekta psihologije u smislu brže odluke o kupovini, od ponude kataloških prikaza velikog broja naslova. Važno je napomenuti da se ovo odnosi na plasman raznih grafičkih proizvoda na terenu, u komunikaciji sa ciljnim grupama disperzionog tržišta, a to tržište je najvažnije za sve izdavačko-knjižarske kuće.

Na slici 59 prikazana je komunikacija između izdavačke kuće i ciljne grupe (škole) koja se radila putem Interneta. Tu se mogu videti brojni problemi u komunikaciji između izdavača i ciljne grupe:

1. Izdavačka kuća šalje poruku Internetom ciljnoj grupi, o ponudi svog programa.
2. U komunikaciji se pojavljuje obavezan šum (buka).
3. Prolazi dragoceno vreme dok se poslata poruka izdavačeva dekodira.
4. Izdavačka kuća šalje profakturu ciljnoj grupi.
5. Izdavač takođe šalje poštom naručene knjige.
6. Za uplatu uručenih knjiga izdavač čeka veoma dugo (1,5 mesec do 5 meseci).

Po prikazanim algoritmima na slici broj 59, da bi se ispunilo svih ovih šest stavki, najmanje vreme koje se utroši na operaciju je 43 dana, ali veoma često i znatno duže, jer se ciljne grupe uglavnom ne drže rokova plaćanja preuzete robe (knjiga). Dodatne komunikacije i dodatno izgubljeno vreme spadaju u domen poslovne etike. To dodatno vreme koje izdavač gubi opominjući ciljnu grupu i čekajući je da ona ispuni svoje finansijske obaveze – ovde nisu uračunati, jer se to može precizno sagledati kroz SWOT-analize i portfolio modele (BCG matrica) izdavačkih kuća. Kada se pogleda prikaz II varijante i slika broj 60, situacija je suštinski drugačija i mnogo povoljnija. U drugoj varijanti (slika 60) prikazana je komunikacija izdavačke kuće sa ciljnom grupom, koja se obavlja tranzitivnom relacijom tj. živom komunikacijom između predstavnika eksternog menadžmenta knjige i ciljne grupe, gde se može videti sledeće:

1. Predstavnik eksternog menadžmenta izdavačke kuće odlazi direktno u lokus ciljne grupe, fokus je odabrana ciljna grupa, a lokutus je izbor komunikativne maršrute (rečima, sugestijom i razgovorom).
2. U živoj komunikaciji između predstavnika ekst. menadžmenta i ciljne grupe nema problema u vezi sa bukom (šumom). Dekodiranje se vrši na licu mesta, a umesto eventualne buke su – kompromisna rešenja dobra za obe strane.
3. Vršiti se uručenje robe (knjiga) na licu mesta, kao i reklamacija.
4. Plaćanje odabrane robe se takođe vrši istog časa, istog dana, preko opštinskih ili gradskih trezora (bivše SDK).
5. Nema opomena, nema tužbi, nema gubljenja dragocenog vremena.
6. Poslovna etika je izražena u visokom obimu, saradnja se proširuje na saradnju sa kompletnim izdavaštvom (ciljna grupa želi i da objavi svoju monografiju), a predstavniku izdavačke kuće omogućava da vrši šira istraživanja tržišta knjige, kao i da doprinese boljim i realnijim kreiranjima SWOT-analiza i portfolio modela u svojoj izdavačkoj kući.
7. U odnosu na komunikaciju Internetom (što je bezosećajna komunikacija i lišena je bilo kakvih poslovnih kompromisa), živa komunikacija u eksternom menadžmentu je u apsolutnoj prednosti u svemu, a naročito u uštedi vremena, bržem uručanju robe, kao i putu ka sigurnoj naplati i istraživanju tržišta.

Izdavačko-knjižarska delatnost je specifična delatnost u kojoj se mnogo jasnije vide svi tokovi upravljanja projektom i njeni rezultati. Rad sa knjigom je veoma delikatan zadatak. Izdavaštvo je deo medijske strukture, koje je veoma lako podložno, kako kontroli finansijskih službi, tako isto i javnoj kritici od ukupnog društva u celini.

Eksterni menadžment izdavaštva – stvara pisca bestselera

Da eksterni menadžment izdavačko-knjižarske delatnosti, pored svoje dinamičnosti, akcije i pokreta, u sebi krije moćni katalizator revitalizacije izdavaštva u našoj zemlji – to je dokazano u prethodnim analizama ovoga naučnog rada. Da budućeg pisca bestselera stvara izdavačka kuća, i to uglavnom njen izdavačko-knjižarski eksterni menadžment, to može samo neupućene krugove da iznenadi.

Da li pišćevu knjigu – budući bestseller mogu da stvore Internet, sajmovi knjiga, promocije ili knjižarski izlozi? Nažalost, od svih nabrojanih načina – ni jedan! Zašto? Kao prvo, Internet (kao tehnologija) nema moć da ponudi rešenja kako ubediti tržište da kupuje knjige, jer je Internet samo oruđe u komunikaciji. Kvalitet Internet-prezentacije i komunikacije uvek je odraz kvaliteta pošaljioća poruke, a to je – čovek.

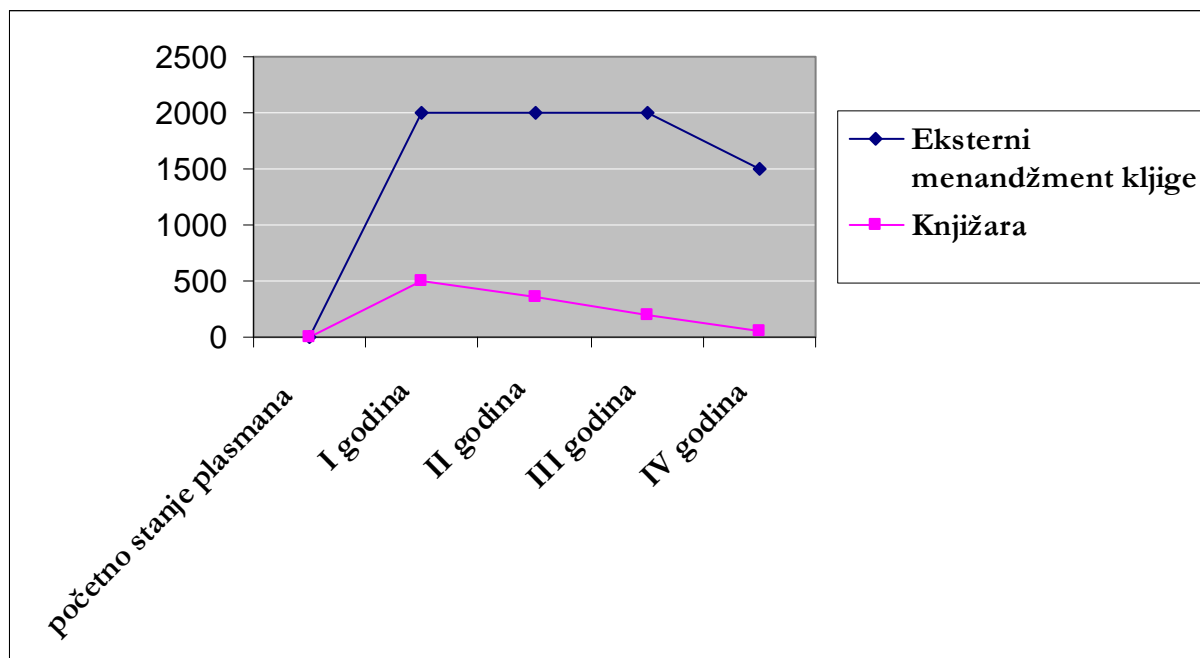
Dalje, sajmovi knjiga su kampanjske organizacije, koje traju samo kraće vreme tokom godine. Nije zabeleženo na svetskim sajmovima knjige da je neki sličan sajam stvorio od knjige bestseller tokom trajanja tog sajma, sem ako to knjiga pre sajma nije postala. Promocije knjiga nikada ne mogu da od knjige naprave bestseller, jer su promocije knjige svečani trenuci prvog pojavljivanja neke knjige, i bez obzira na zabludu neupućenih – na promocijama se veoma slabo prodaju promovisane knjige.

Knjižare? O sistemu njihovog poslovanja u ovom naučnom radu bilo je posvećeno dosta prostora. Knjižare nemaju snagu eksternog menadžmenta knjige, to znači da nisu dinamične već statične. Sem manjeg broja dobrih knjižarskih zaljubljenika u svoj posao, u današnjim tipovima knjižara rade uglavnom neobučeni ljudi za knjigu, ili pak profesori književnosti ili nekog stranog jezika, koji ne poznaju dovoljno veštine komunikacija sa ljudima, veštine sugestije, veštine menadžmenta... Često se smatra (što je obična zabluda), da je posećenost ljubitelja knjige nekim knjižarama srazmerna talentima njenih prodavaca. Na prvom mestu posećenost neke knjižare srazmerna je njenoj dobroj lokaciji, zatim ponudi knjige i svakako uz to ide i veština znanja sa kupcima, koje poseduju zaposleni knjižari. To, međutim, za eksterni menadžment izdavaštva izgleda drugačije. Eksterni menadžment knjige ne zavisi od toga gde mu je lokacija matične zgrade, on zavisi od znanja i veštine njegovih eksternih menadžera, a u tom znanju sadrže se četiri elementa sposobnosti: šta znaju, kako rade, šta mogu i šta nude eksternom tržištu knjige. Ovde valja spomenuti i jednu koincidenciju, koja se odnosi na poznatog industrijalca i kralja automobila iz Detroita, Henrija Forda, koji je u periodu nezabeležene ekspanzije plasmana svoga čuvenog modela „forda T“, na širokom američkom tržištu, bez obzira na visok profit zarade, on je i dalje svoje lične administrativne poslove i projektovanja obavljao u jednoj manjoj i neuglednoj garaži, umesto da je ozidao velelepnu upravnu zgradu kompanije. Na pitanje znatizeljnih novinara u vezi sa tim, mudri Ford im je lakonski rekao: „Momci, za moje novo tržište mojih automobila nebitna je zgrada od cigle, vrata i prozora, već novi tržišni prostori, ja se ne borim za novu zgradu, već za vlastito novo tržište...“

Kada je u pitanju put knjige do bestselera, ova naučna istraživanja, između ostalog u teorijskom delu ponudila su adekvatna objašnjenja, a u nastavku rada ponudiće tvrdnje i dokaze da je eliminacija „praznog hoda“ jedan od ključeva uspeha.

Na slici (dijagramu) se može videti kretanje krivulje rasta plasmana aktuelne knjige (bestselera) eksternim menadžmentom, kao i drugi vid plasmana u knjižari:

Slika broj 61.

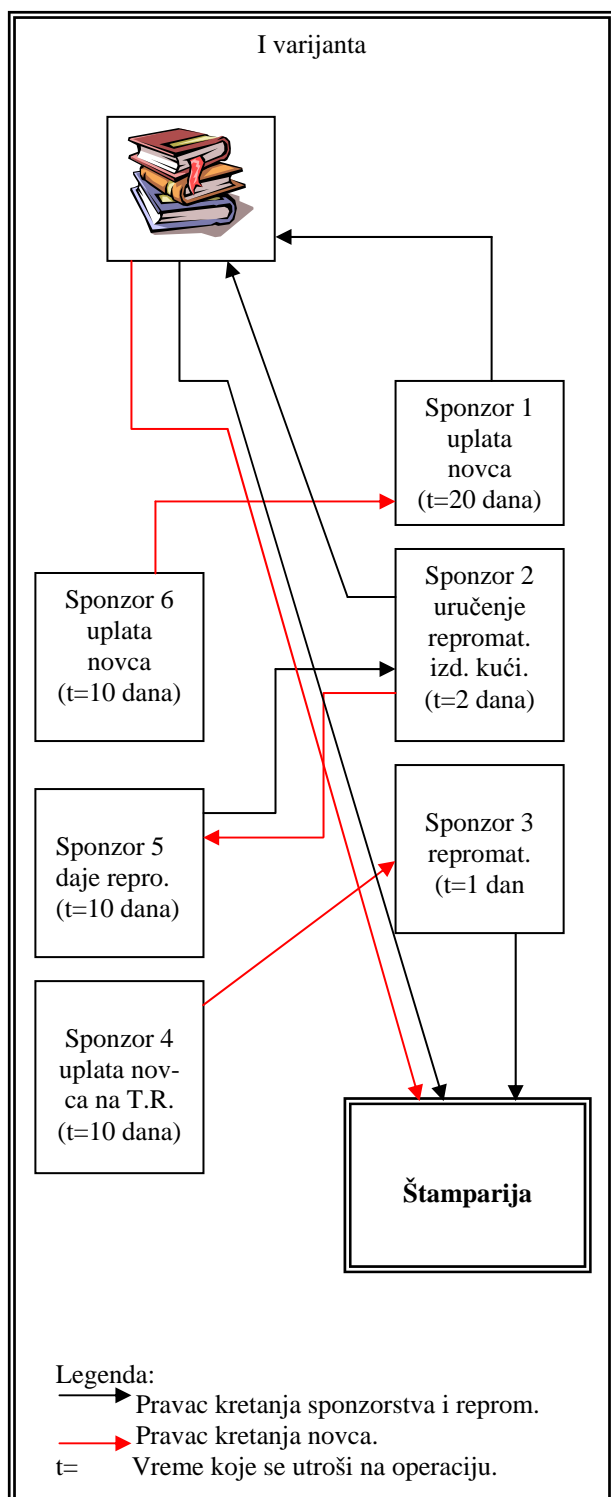


Na osnovu frekvencija plasmana knjige (bestselera) načinom *eksternog menadžmenta* izdavačke kuće „Domla-publishing“ iz Novog Sada, i frekvencija novosadske knjižare „Željoteka“, za period od 4 godine, može se analizirati sledeće: U prvoj godini posle početnog stanja plasmana, knjižara je prodala za godinu dana 500 primeraka knjige, u II godini je to bila količina od 350 primeraka, u III godini je prodato 150 primeraka, a u IV godini je prodato samo 100 primeraka. Situacija je drugačija kod frekvencija eksternog menadžmenta knjige: U prvoj godini je prodato 2.000 primeraka, u II godini 2.000 knjiga, u III godini takođe 2.000 primeraka, a u IV godini je broj primeraka prodate knjige (bestselera) bio 1.500, prikaz na slici 61.

Ovi podaci idu u prilog činjenici da je eksterni menadžment izdavaštva dominantniji i stabilniji vid plasmana knjige od prodaje u knjižarama. Takođe, ovo je jedan od pokazatelja da knjigu-bestseler stvara (uz piščev trud) – *eksterni menadžment* izdavačke kuće, jer, da bi knjiga postala bestseler, ona tokom nekoliko godina svoga postojanja na tržištu, ne bi smela u plasmanu da trpi pad krivulje (na slici), već da krivulja poraste na maksimalan broj (ukupnost tiraža), da se stabilno drži nekoliko godina, ili čak da znatno raste (povećana potražnja knjige-bestselera). Takođe, mogućnost zarade pisca od autorskog prava (prodaje njegove knjige), bitno je manja kroz plasman u knjižarama, nego što je to slučaj sa izdavačkom kućom, koja preuzima obavezu da piščevo delo plasira sistemom svoga eksternog menadžmenta. Dakle, ova analiza pokazuje, da je „produžen život tražnje jedne knjige“ isključivo vezan za zasluge eksternog menadžmenta izdavačke kuće. Valja takođe napomenuti da je prva godina rasta plasmana piščevog dela u knjižarama isključivo posledica držanja piščeve knjige u knjižarskim izlozima, čim je knjiga sklonjena – plasman rapidno opada.

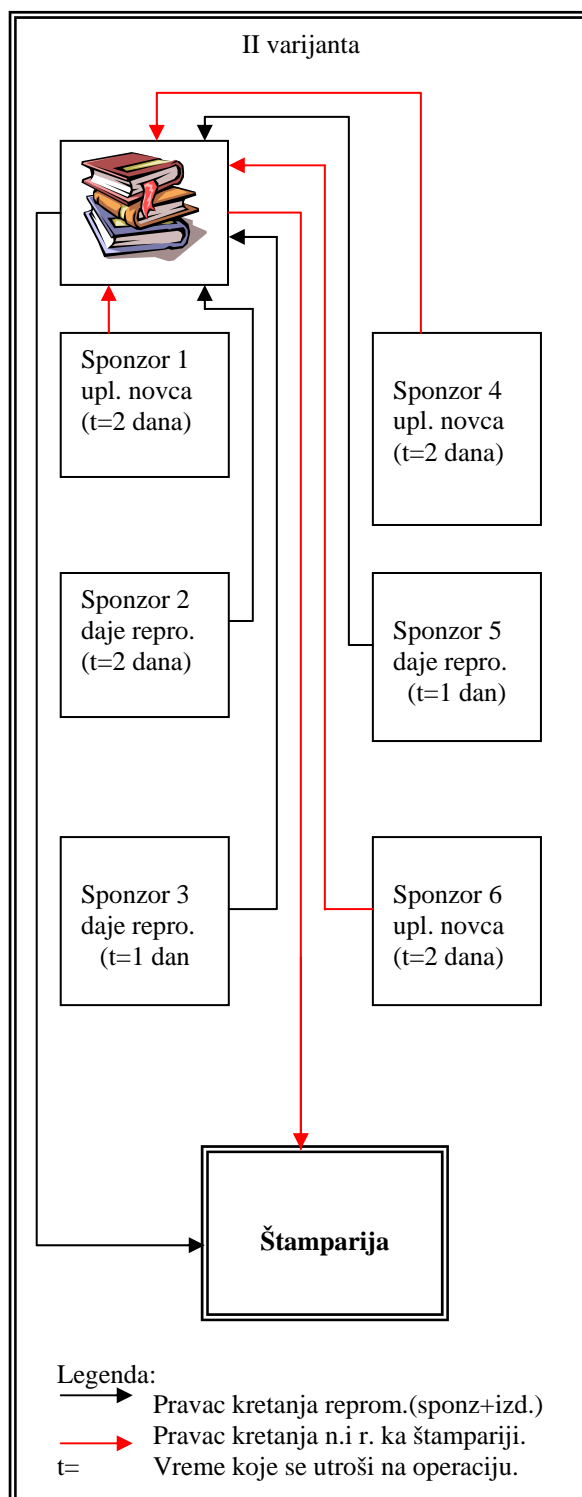
2.2.6. Novi prilozima za upravljanje vremenom i haosom u sponzorstvu.

Slika broj 62.



I varijanta:
 t=Svega utrošeno vreme.....53 dana
 sa sumnjivim stransakcijama i haosom.

Slika broj 63.



II varijanta:
 t=Svega utrošeno vreme..... 10 dana,
 sponzorstvo i uplata štampariji – čisto.

Šro se tiče upravljanja vremenom i haosom u sponzorstvu izdavačko-knjižarskih delatnosti, to je veoma delikatan zadatak. U ovom vremenu krize i nemaštine, sponzorstva su dobrodošla za opstanak izdavačkih kuća u našoj zemlji. Sponzorstva da, ali ne po svaku cenu i ne pod sumnjivim transakcijama. Slika 62. upravo prikazuje jedan takav način prikupljanja sponzorstva za štampanje novog projekta jedne knjige. Algoritmi su u pravom haosu, kako strelice (crvene i crne) pokazuju. Od šest potencijalnih sponzora koji «sponzorišu», samo su realni i istinski sponzori pod brojevima 6, 2 i 4, dok ostali sponzori (1, 5, 3) nisu sponzori, već koriste izdavačku kuću i štampariju da dođu do profita, reklame ili «operu» svoj novac. Pre nego što projekat započne svoju realizaciju, svi sponzori su u pismenoj formi obavesteni detaljno o kakvom se projektu knjige radi, kakav je njen kulturni, edukativni i društveni značaj. Sponzorima se pruža mogućnost da učestvuju u projektu kroz reklamiranje svoje firme koja će ući u knjigu u delu sponzorskog dodatka. Sponzori su takođe obavesteni o iznosu koji bi trebalo da uplate na redovni račun izdavačke kuće, za šta sponzori dobijaju i uredne ugovore, a dokaz o njihovim izmirenjima obaveza je u izvodima koji se nalaze u banci izdavača kao i u banci sponzora. Međutim, pojedini sponzori ne žele da legalno uplate novčani iznos za sponzorstvo, već to žele da učine nekakvim kompenzacijama. Kakvu kompenzaciju bi izdavačke kuće mogle prihvatiti, sem eventualno u repromaterijalu za proizvodnju jedne knjige. Međutim, čak i tu ima velikih problema. Repromaterijal koji sponzor umesto novca daje, često ne odgovara niti kvalitetu ni standardima (različite fabrike papira, različiti formati, različiti kvalitet, boja, tehnologija izrade itd). Takođe, takav repromaterijal nema i zakonsko pokriće (možda je prošvercovan, ukraden, zaplenjen u reketiranju itd.), slika broj 62.

Menadžeri u izdavaštvu trebalo bi da otvore četvore očiju kada je sponzorstvo u pitanju. Na slici 62 samo sponzori 6 i 4 su čisti sponzori, a delimično i sponzor br. 2. Međutim, sponzoru br. 2 je prodao repromaterijal «sponzor» br 5, za šta je od sponzora br. 2 dobio novac (?). Takođe i sponzor br. 3, koji uručuje repromaterijal štampariji, a koja je partner (kooperant) izdavačke kuće, prethodno je dobio uplatu od sponzora br. 4. Ceo proces i povezivanje algoritama je potpuno u neskladu sa dobrim upravljanjem vremenom i haosom u poslovanju izdavačko-knjižarskih kuća, a u vezi sa sponzorstvom. Na slici br. 63 su ponuđeni novi prilozima za bolje upravljanje u vezi sa sponzorstvom i donacijama. Algoritmi su u pravilnom rasporedu, linije povezivanja procesa su harmonične, nema gubljenja vremena i nema nikakvog haosa. Na slici 63 može se primetiti da sponzor br. 6 direktno uplaćuje na tekući račun izdavačke kuće, a ne «sponzoru» br. 1, koji zadržava uplaćeni novac na svom račun, i tek posle 20 dana prosleđuje ga izdavačkoj kući, takođe i sponzor br. 2 nema potrebe da kupuje repromaterijal od «sponzora» br. 5, već može da uplati kompletan iznos direktno na tekući račun izdavačke kuće (kako strelica i pokazuje). Takav isti slučaj je i sa sponzorom br. 4, koji takođe nema razloga uplaćivati za repromaterijal «sponzoru» br. 3, da bi isti uručivao repromaterijal štampariji. Na slici broj 63 potpuno je otklonjena svaka opasnost sumnjivih transakcija između svih sponzora međusobno, kao i sprečavanje štampariji (koja je samo dobar kooperant izdavaču) da se upliće u upravljanje izdavačkim procesom, koji se tiče isključivo samo izdavačke kuće i njenog

strategijskog menadžmenta i marketinga. Jedina alternativa da se pokuša delovati na sponzore br. 1, 5 i 3 – da repromaterijal oni uruče direktno izdavačkoj kući, a ne prodavanje svojim partnerima sponzorima br. 5 i 3. Uopšte nije dobro da sponzori ispunjavaju svoje obaveze čak i u repromaterijalu, kao što je o tome rečeno. Najbolji način korelacije sponzor-izdavač je u sponzorskim obavezama da ih oni ispune uplatama preko svog redovnog računa sa naznakom «sponzorisanje knjige», tako da uplaćeni iznosi prispeju legalno na redovni poslovni račun izdavačke kuće.

2.2.7. O stresogenim faktorima u izdavačko-knjižarskoj delatnosti.

Ništa nije zbrinuto ni utvrđeno,
ništa jasno ni izvesno. Niko nije
tačan. Svak je nepouzdan i sve je
nesigurno, i ništa nije nemoguće...

(Ivo ANDRIĆ, «Znakovi pored puta»)

Izdavaštvo i knjižarstvo, kao delatnost od opšteg društvenog značaja, u poslednje vreme nisu baš mezimci našeg društva. Takav preokret se sagledava u poslednjih petnaest godina i to veoma drastično. Talas inflacije, devalvacije, propali eksperimenti sa fiskalnih politikama raznih grupacija vlastodržaca, ogromna nezaposlenost, porezi na knjigu i pisanu reč, skupoća repromaterijala – samo su neki od nagomilanih problema koji su se sručili na ovu medijsku delatnost.

Uz sve nabrojane probleme, primećuje se i porast raznih stresogenih faktora, koji negativno deluju na ukupno funkcionisanje izdavačkih kuća, uz geopolitički i ekonomski nered na našem tlu. Iz nove knjige prof. dr Ratka Dunderovića,⁴² psihologa, kaže se: «Termin **stres** u engleskom jeziku označava veliki pritisak, napor, naprezanje. Razrađujući svoj koncept stresa u okviru proučavanja opštih adaptacionih reakcija organizama na dugotrajno delovanje raznih spoljašnjih činilaca, ovaj termin, do tada korišćen u fizici, preuzeo je Selye. Pod stresom je podrazumevao proces koji se odigrava u organizmu kada je on izložen bilo kakvoj agresiji (traumatskoj, infektivnoj, toksičnoj, psihičkoj...). Proces koji se odigravaju u organizmu nazvao je stresnim reakcijama tj. stresom, a činioce koji dovode do stresa nazvao je stresorima. Razlikovao je dve vrste stresa: 1. *Eustress*, koji je u emocionalnom smislu prijatan i doprinosi zdravlju i 2. *Distress*, koji je neprijatan i ugrožava zdravlje. Utvrdio je da opšti adaptacioni sindrom ima tri sukcesivna stadijuma: 1. stadijum alarma tela nakon početka delovanja stimulusa na koji se nije adaptirao, 2. stadijum otpora u kome se telo adaptira na novonastale uslove i 3. stadijum iscrpljenja, tj. sloma odbrambenih snaga tela i mogućnost njegovog obolevanja». Profesor Dunderović, u vezi sa delovanjem stresa na menadžere, takođe u svojoj knjizi kaže: «Najvećem broju naših menadžera verovatno je dovoljno shvatljivo, u kom sve smislu ovih godina naša sveukupna

⁴² Ratko Dunderović (2004), Osnovi psihologije menadžmenta, FaM, Novi Sad, str – 218, 220, 221.

društvena situacija i situacija u našim organizacijama, predstavljaju izvore stresa kod ljudi, i onih koji jesu i onih koji nisu zaposleni. Izrazita kriza na liniji društvenih pojava kakve su: politički sistem, svojinski odnosi, nivo ekonomske razvijenosti i životni standard, pravna sigurnost, vrednosne norme... predstavlja one najopštije socijalne uslove/uzroke javljanja stresa kod veoma širokog kruga građana. Među zanimanjima izloženim stresu vrlo visoko se ranguju menadžeri i rukovodioci uopšte. To će reći, da menadžment predstavlja ono polje ljudskog angažovanja gde je teoretski i, još više, praktično važno proučavati stres kao faktor uspešnosti, odnosno neuspešnosti. Samo bavljenje menadžmentom podrazumeva složen i odgovoran posao, mnogo sastanaka i putovanja, brigu za razvoj dobre psihološke klime u timu (organizaciji), konfliktnost uloga u kući i na poslu, brigu za razvoj karijere, te sve dobre i sve loše strane komuniciranja sa drugim ljudima koji imaju različite potrebe i zahteve, koji ispoljavaju ugodne i neugodne obrasce ponašanja, koji vole i koji ne vole da rade. Sa stanovišta uzroka stresa, nije isto biti menadžer prve linije i biti vrhunski menadžer, biti menadžer u proizvodnji i menadžer u administraciji, u uspešnoj i neuspešnoj organizaciji.

U različitim fazama profesionalnog razvoja u ovoj oblasti pojedinca će pratiti različiti stresni uslovi. U nekoj prvoj fazi, kad se uvodi u poslove menadžmenta, kad treba da postigne prve značajne rezultate, on će stresno reagovati pre svega zavisno od toga koliko se oseća sposobnim i pripremljenim da odgovori složenim zahtevima posla i u kom smislu razmišlja i o posledicama na tom poslu. U toj pripremnoj fazi ista radna situacija za jednog menadžera izazvaće stimulišući, a za drugom inhibirajući psihološki odnos – kod prvog će izazvati «pozitivan» stres, što će povećati njegov optimizam da može uspešno odgovoriti na ponuđeni poslovni izazov, a kod drugog će inicirati anksioznost i konflikt, što će povećati njegov pesimizam i napetost (strepnju, anksioznost) pred onim što bi se moglo desiti, a time i njegovu nesigurnost (dilemu) da li vredi ili ne vredi rizikovati.

U nekoj sledećoj fazi bavljenja menadžmentom, javiće se novi, brojniji i drugačije međusobno povezani stresori: doći će do obimnijih, složenijih i odgovornijih poslova koje treba znati kontrolisati, povećaće se broj saradnika sa kojima nije lako komunicirati, javiće se rizik ulaganja u razvoj nekih segmenata organizacije i drugo. Ovde, u odnosu na onu početnu fazu, lokus kontrole koji menadžer treba da ima nad situacijom verovatno je više zavisan i od faktora koji su izvan njega...»

Naravno, ova razmatranja problema u vezi sa delovanjem stresora, svakako možemo premestiti u izdavačko-knjižarski milje, u kome po intenzitetu komunikacije među zaposlenima, kao i komunikacija sa tržištem u eksternom okruženju – stres i delovanje stresora zauzimaju veoma visoko mesto. Kada su u pitanju problemi u vezi sa poslovanjem izdavačko-knjižarskih delatnosti danas, nabrojaćemo neke od njih:

1. Posle raspada bivše velike SFRJ, zatim i SRJ, današnje tržište knjige je suženo samo na teritoriju Republike Srbije sa AP Vojvodinom (Kosmet nedostupan).
2. Na takvom malom tržištu izdavačke kuće (ima ih oko 220) vode nemilosrdnu borbu za opstanak i kakav-takav profit.
3. Knjige se prodaju i u marketima, prodaju ih obični trgovci, a ne knjižari koji vole knjige i koji se u njih razumeju.

4. Plasman i distribucija knjiga u supermarketima je samo dogovor između par monopolista (tajkuna) i samo (par) pojedinih izdavačkih kuća.
5. Takvim kvantitetom u sistemu plasmana knjige, gde se knjige poturaju kupcima pored tezgi i frižidera sa povrćem, cigaretama i toaletnim artiklima – kod potencijalnih kupaca izazivaju otpor, a ne žudnju da je kupe. Time je nedužna knjiga postala «dosadan artikal».
6. Vlasnici ružičastih televizija, predstavnici najniže subkulture, prikazivanjem svojih sapunskih srceparajućih TV serija, običnom čoveku su uskratili i minimum vremena koje bi posvetio čitanju neke dobre knjige.
7. Vršiti se polarizacija na manje izdavačke kuće od strane većih.
8. Dobri i vredni knjižari koji se bave knjigom iz hobija – bukvalno nestaju, jer od hobija danas ne mogu da prehrane porodice.
9. Nezavisni knjižari moraju jačati veze sa lokalnom politikom da bi opstali.
10. Sistem polarizacije uništio je motivaciju autora, jer od jeftine knjige (koja se prodaje po marketima i kioscima), autori skoro da nemaju nikakve koristi. Pitanje je kakva je motivacija i onih «tajkun-knjižara» koji prodaju knjige za 200 dinara po komadu, a proizvodnja takve knjige košta upravo koliko i njena cena.
11. Neki izdavači pokušavaju da naprave profit time što prave «pisce» od osoba koje nemaju nikakvog dodira sa književnošću, pisanjem itd. Vuku ih iz redova estrade, sportskih medija, tajkuskog miljea, bivših kriminalaca...
12. Ciljne grupe tzv. «statičko bibliotekarstvo», postale su veoma nesigurno tržište za izdavače, jer budžet biblioteka zavisi od raspoloženja lokalnih moćnika, među kojima je ogroman broj neobrazovanih, pa čak i neškolovanih ljudi.
13. Borba za kupce daljim snižavanjem cene knjige vodi izdavaštvo u sunovrat, a time se dugoročno vrši destabilizacija izdavačko-knjižarskog tržišta, za šta će biti potrebne godine da se ono oporavi.
14. Tržište školske knjige postalo je takođe veoma nesigurno, jer čak i školske ustanove zavise od lokalnih samouprava, koje često nemaju razumevanja za probleme školstva i za njihove potrebe za knjižnim fondom.
15. Školski sajmovi knjiga uglavnom se završavaju neuspešno, jer ni učenici, a ni njihovi nastavnici nemaju novca da kupuju knjige izložene u holovima škola.
16. Veliki sajmovi knjiga nisu nikakva kompenzacija posustalom izdavaštvu, jer ti sajmovi traju svega nedelju dana godišnje, i drugo, na takvim sajmovima kupci od izdavača očekuju da drastično obore cene knjiga, čime se ne mogu pokriti ni osnovni troškovi proizvodnje knjige, i čime se gubi bilo kakva motivacija za novu reprodukciju i ponovljena izdanja.
17. Nažalost, sajmovi knjiga su postali i dobro okrilje nekorektnim izdavačima da bi mešetarenjem nadoknadili svoje neuspehe.
18. „Festivali knjiga“ su uglavnom mešetarske prirode, korisni pojedincima.

Po ozbiljnim istraživanjima u evropskim zemljama, kao i u SAD, koje je uradio prestižni «Euromonitor»⁴³, istraživanja su dala rezultate gde ukupna prodaja knjiga po

⁴³ Iz knjige Alison Baverstok (2001), Marketing u izdavaštvu, „Klio“, Beograd, str. – 13.

marketima i kioscima nosi svega 1 posto od ukupne prodaje knjiga koje se vrše nekim drugim načinima. Ta istraživanja su rađena u Evropi i pre desetak godina i dala su identične rezultate kao i nova istraživanja. Potpuno je nejasno kako se u Srbiji pokušava «otkriti topla voda». Prevaziđenim načinom se ne korača u bolju budućnost. Nešto što je u celoj Evropi još 1994. godine bilo bezuspešno – ovde treba da uspež!

Međutim, potrebno je istaći da je jedan od najvećih stresora koji je sukcesivno delovao razarajuće na tkivo izdavačko-knjižarske delatnosti – porast nezaposlenosti, a nesagledive posledice u vezi sa tim su gubici ogromnog broja potencijalnih kupaca, koji više nisu bili u mogućnosti da kupuju knjige. Na grafikonu je prikazan drastičan porast nezaposlenosti za period od 20 godina, gde je veoma važno obratiti pažnju na periode 1987, 1997. i 2007. godinu.

Tabela broj 5. ČART NEZAPOSLENOSTI U REPUBLICI SRBIJI⁴⁴

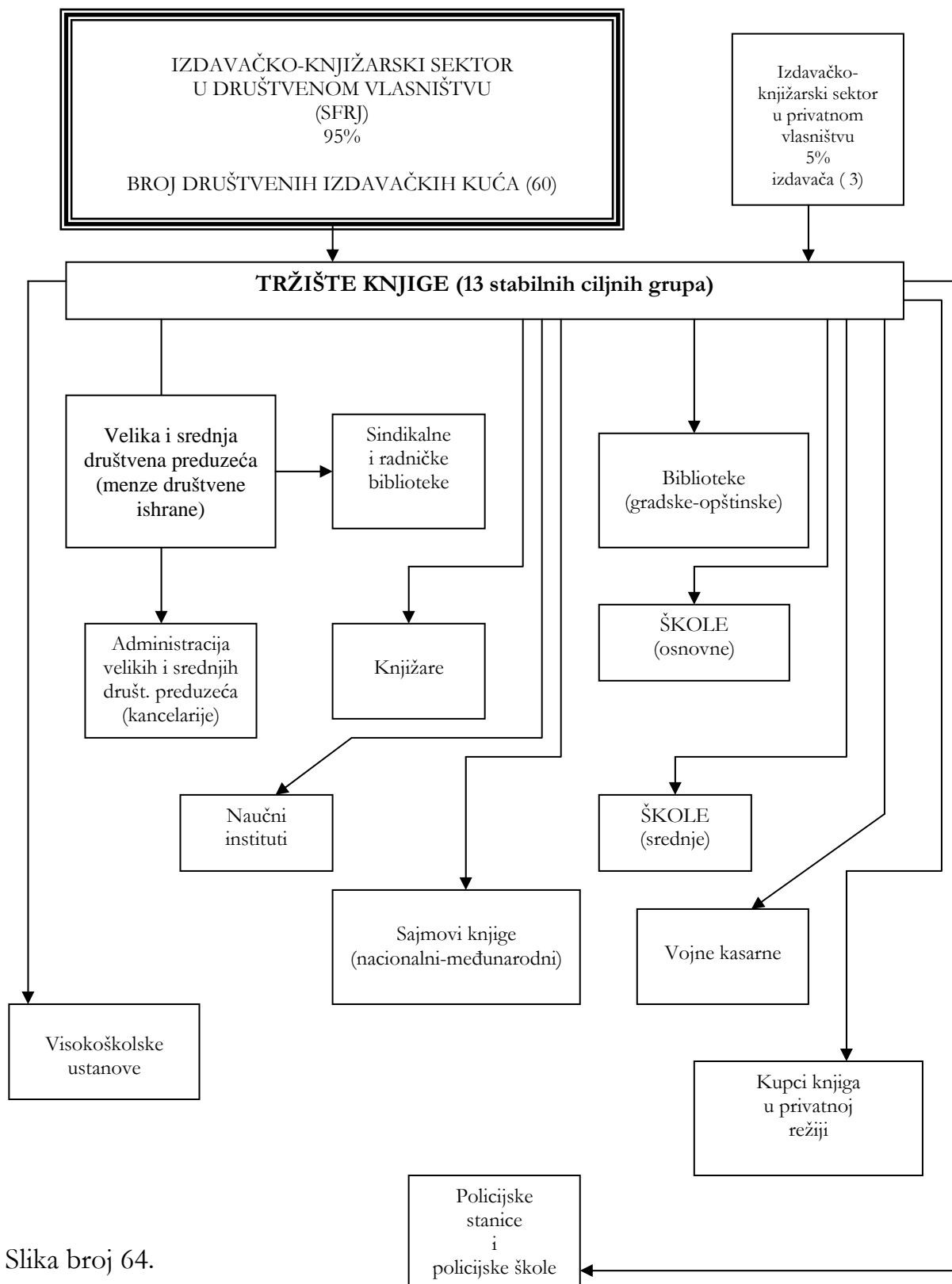


Ako danas izdavačke kuće po jednom tiražu objave 1500 primeraka knjige, a po čartu nezaposlenosti 2.000.000 ljudi nema posao u Republici Srbiji, to znači da oko 1.334 tiraža raznih knjiga srpski izdavači gube, jer ne ulaze u realizaciju izdavačkog projekta, iz osnovnog razloga – nemanja tržišta knjige. U suprotnom, ako bi funkcionisala privredna proizvodnja i svih 2.000.000 ljudi bilo zaposleno, realna je šansa da bi njihova kupovna moć za knjigu bila drugačija. Ovaj porazan podatak je jedan od najvećih stresogenih faktora koji negativno utiču na obavljanje izdavačko-knjižarskih delatnosti, formiranje makro i mega ciklusa u vezi sa planovima za plasman literature na izdavačko-knjižarskom tržištu cele Republike Srbije.

⁴⁴ Javni servis Srbije, nacionalni dnevnik, Beograd, 24. 03. 2007. (Iz Republičkog zavoda za statistiku).

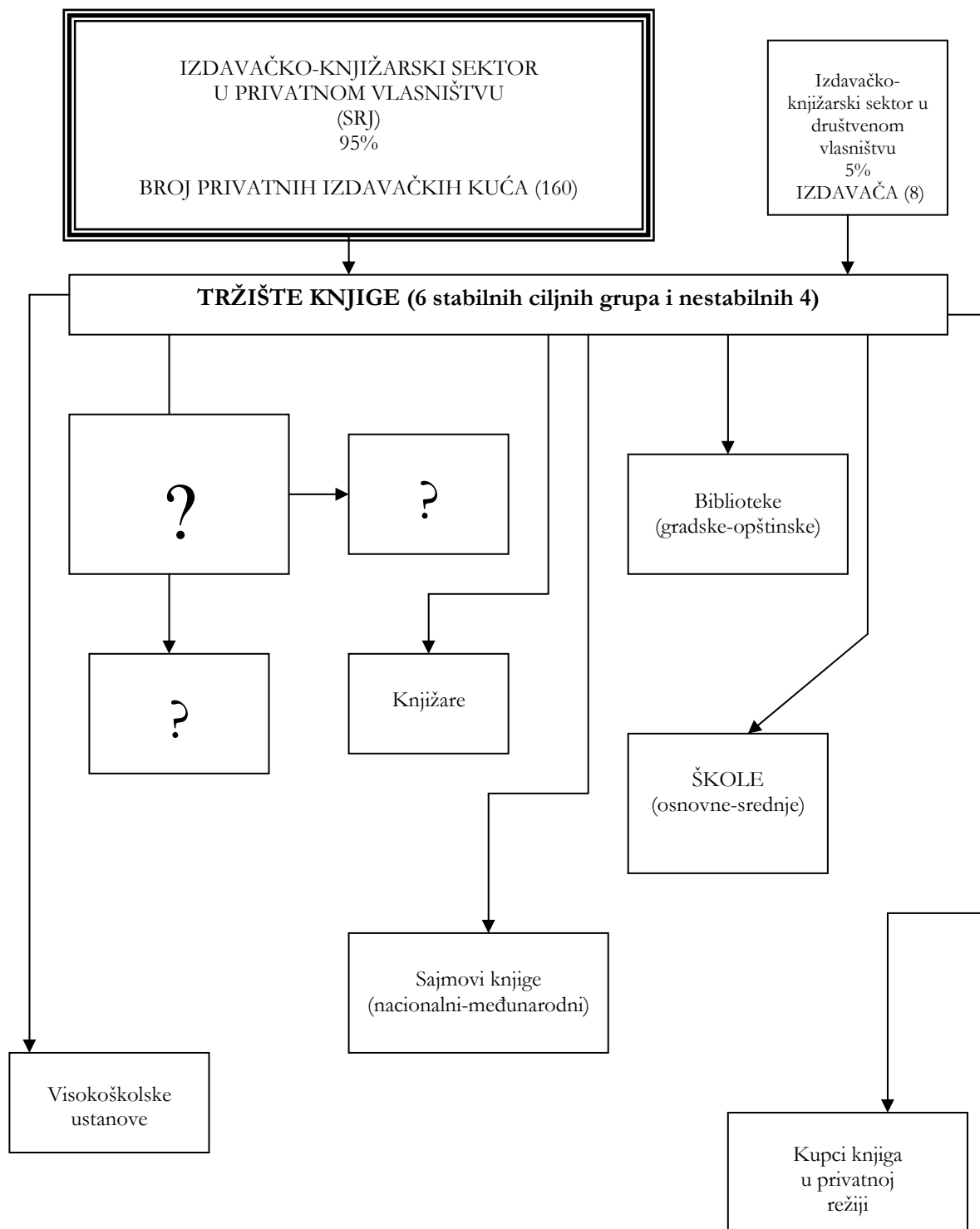
SMANJIVANJE TRŽIŠTA KNJIGE – NAJVEĆI STRESOGENI FAKTOR

STANJE IZDAVAŠTVA U SFRJ, 1987. GODINE



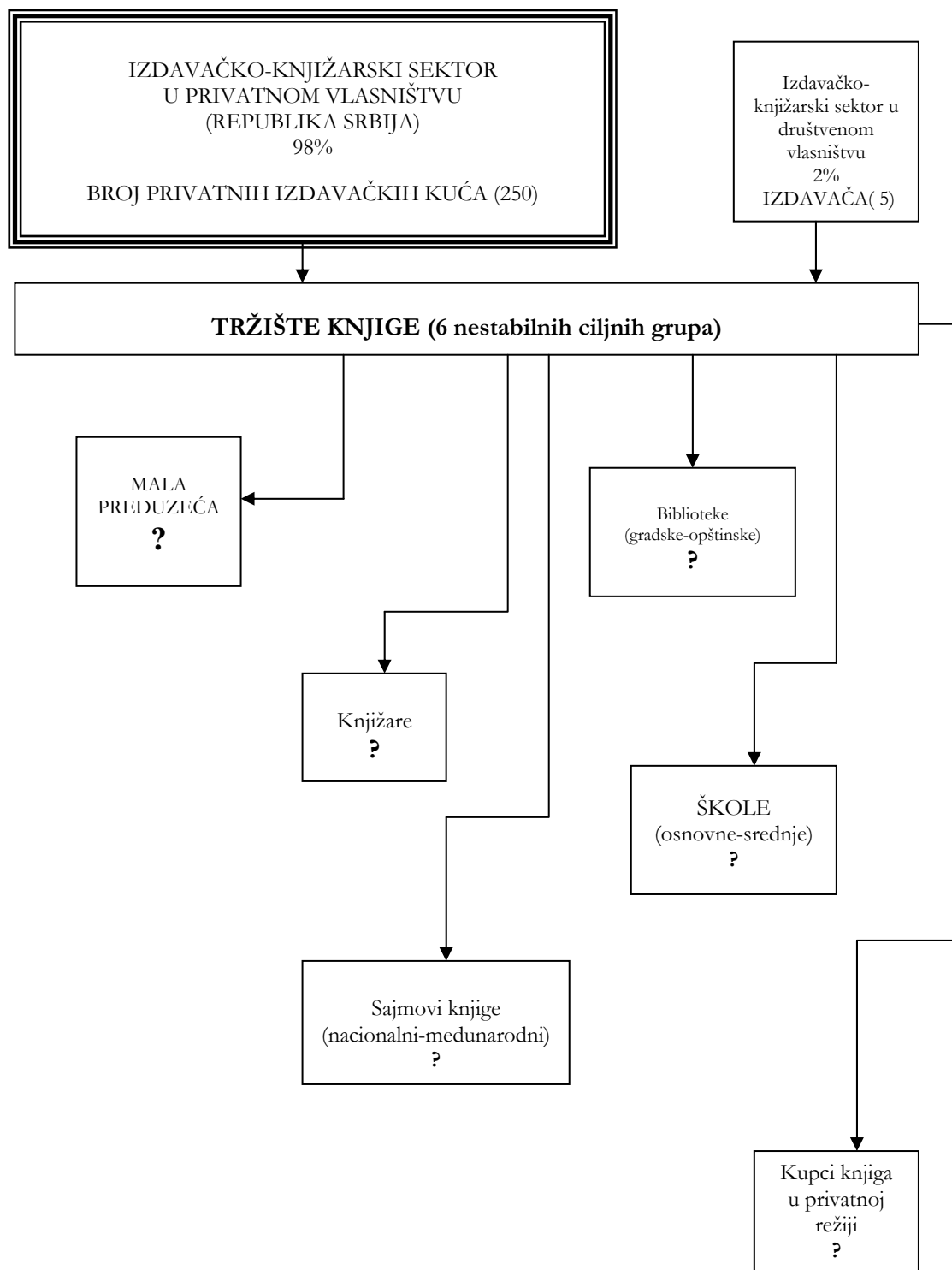
Slika broj 64.

STANJE IZDAVAŠTVA U SRJ, (SCG), 1997. GODINE



Slika broj 65.

STANJE IZDAVAŠTVA U REPUBLICI SRBIJI 2007. GODINE

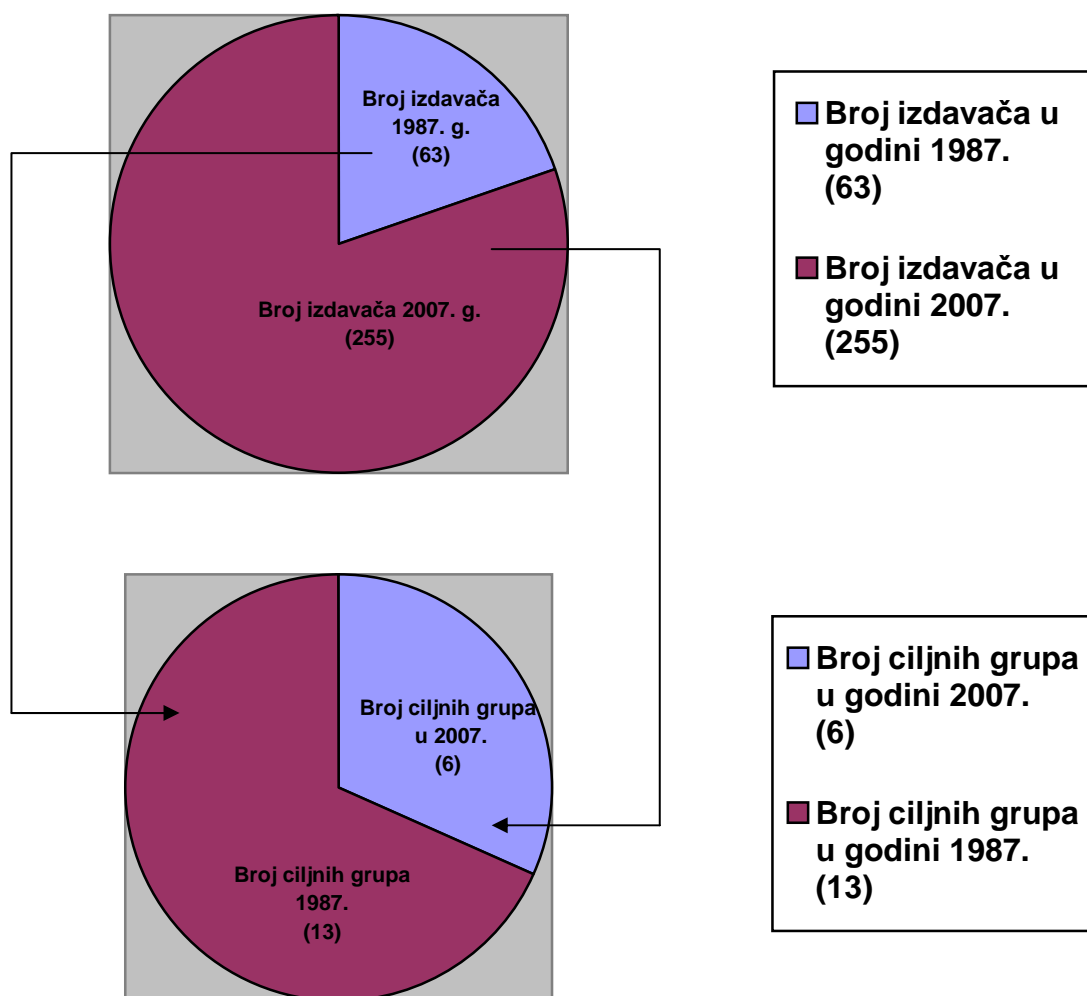


Slika broj 66.

Test proporcija društvenih i privatnih izdavačkih kuća, i uporedni preglednik ciljnih grupa kupaca knjiga za period od 1987-2007. god.

Broj izdavačkih kuća (1987. g.)	Broj izdavačkih kuća (2007. g.)	Ciljnih grupa (1987.g.)	Ciljnih grupa (2007. g.)
		13	6

Iz tabele se vidi da je ukupan broj izdavačkih kuća u 1987. godini bio (63), dok je tržište knjiga imalo najmanje 13 ciljnih grupa. Društvenih izdavačkih kuća (1987. godine) bilo je (60), dok je broj privatnih izdavača bio samo (3). Posle 20 godina, broj privatnih izdavačkih kuća u 2007. godini je 250, a društvenih samo (5), dok tržište knjiga raspolaže sa samo 6 ciljnih grupa sa potpuno nesigurnim potrebama za knjigom. To jasno pokazuje da je broj izdavača za poslednjih 20 godina povećan za 4 puta, a broj ciljnih grupa kupaca knjiga smanjen za 55%.



Slika broj 67.

Analizirajući prikazane slike i uporedni preglednik stanja izdavačko-knjižarske delatnosti za period 1987-2007. godine, dakle pune dve decenije, može se sagledati uzlazna putanja krize izdavaštva i silazna putanja uspešnosti izdavačkih kuća. Činjenica je da se istorijski događaji („Periklovog doma jugoslovenskog izdavaštva, knjižarstva i bibliotečke delatnosti)), kao ni period političkog sistema i ambijenta za knjigu, ne mogu ponoviti. Nije kriza zahvatila samo izdavačku delatnost, već je nastupio period opšte banalizacije javnog komuniciranja, koji je uobličen u neoliberalističkom dobu u kome agresivna banalna reklama i subkultura pokušavaju da potpuno zarobe ontološki deo čoveka.

Nema vremena da se čeka formiranje istorije izdavačke delatnosti niti kritička distanca, jer kriza knjige generiše daljni pad vrednosti i pokušaje podizanja standardnih vrednosti ukupnog društva, a društvo je osakaćeno bez knjige, kulture, poezije, poetike, biblioteke, knjižare...Kod izdavača i pisaca skoro da i nema svežih ideja. Marketing i menadžment izdavačko-knjižarske delatnosti može da deluje na formiranu biološku supstancu i svoje potencijalne ciljne grupe, ali je to nemoguće, ako ciljnih grupa za plasman knjige na našim prostorima skoro da i nema. Po nepostojećem tržištu knjige, marketing može samo da luta kao duh bez cilja.

Ako se pogledaju slike 64, 65, 66 i 67, može se uočiti znatna razlika u odnosu broja izdavačkih kuća prema veličini tržišta u 1987. godini, gde je tržište knjige bilo četvostruko veće od broja izdavača, iako je odnos društvenih naspram privatnih izdavačkih kuća brojčano bio 1:10. To je zapravo bio najbolji period za knjigu i pisanu reč na našim prostorima jedne velike države SFRJ. Sledeći period do 1997. godine je bio karakterističan po drastičnom menjanju odnosa u vezi sa brojem društvenih naspram privatnog izdavaštva, gde je taj odnos bio 95% u korist privatnog izdavačkog sektora, a samo 5% u korist društvenog izdavaštva, da bi u periodu 2007. godine, taj odnos bio 98% u korist privatnog izdavačkog sektora, a samo 2% u korist društvenog. Međutim, ogroman problem se stvorio nenormalnim raskorakom između ukupnog broja izdavačkih kuća u 2007. godini za teritoriju Republike Srbije, kojih je danas oko 255, dok je tržište za knjigu rapidno smanjeno. Dakle, izdavaštvo i knjižarstvo se danas suočava sa najvećom krizom za poslednjih 60 godina. Povećan broj proizvođača knjige (izdavača), sa smanjivanjem tržišta knjige i smanjivanjem knjižara – stvaraju globalni distresor koji deluje na celo tkivo izdavačko-knjižarskog menadžmenta.

Šta se tu može učiniti? Dobar društveni i ekonomski sistem bi bio najbolji put da se eliminiše taj preteći distresor, i da umesto njega dominira eustresor, koji je pun pozitivne energije, optimizma, kreacije, ideja... U odnosu na distresor, koji vuče izdavaštvo kao brod ka bezdanu, eustresor čini suprotno, on usmerava brod u neku mirniju luku iz koje će brod (izdavaštvo) zaploviti novim vodama optimizma. Duhovnost, racionalnost, dizanje kriterijuma u društvu, zrelija politička scena, sazrevanje klasne svesti je put kojim treba ići. Naravno, to sve zavisi od države, od njenih struktura, od odnosa cele zajednice prema knjizi i umetničkog sagledavanja stvarnosti. Nažalost, brana ka promenama uobličena je u stereotipima kao što su: „Hrana, odeća, stan, plata su bitni, a knjiga to nije, prošla su vremena knjigoljubaca.“ Međutim, to nije dobro. To je monoauralnost (slušanje istine na jedno uvo) i nema koristi za izdavaštvo.

2.2.8. Razlike između modernog eksternog menadžmenta i klasičnog marketinga.

A	B
KLASIČNI MARKETING KNJIGE (KOMUNIKACIJA SA TRŽIŠTEM)	EKSTERNI MENADŽMENT KNJIGE (KOMUNIKACIJA SA TRŽIŠTEM)
Pogledajte našu robu, pokušajte u njoj pronaći svoje potrebe i interesovanja, pa je onda kupite.	Kupite našu robu, jer ćete u njoj pronaći svoje potrebe i interesovanja.
Razgledajte našu robu, da biste uvideli dosta toga što će vas zanimati.	Mi ćemo vam nešto reći o našoj robi koju ćete kupiti i uvideti dosta toga što vas zanima.
Iz naših reklama možete videti sve najvažnije stvari koje sadrži naša roba.	Kupovinom naše robe, tek vas čekaju iznenađenja.
Ako niste odlučili da kupite našu robu, ponesite naš katalog, pa odlučite drugi put.	Uz kupovinu ove naše robe, mi ćemo vam dati i katalog naših izdanja, da ga pokažete prijateljima.
Ako kupite našu robu, mi ćemo vam je uskoro poslati na vašu kućnu adresu.	Kupljenu robu mi vam odmah uručujemo.
Ako niste zadovoljni našom robom koju vam uručimo poštom – možete je vratiti našem izdavaču.	Mi vam odmah uručujemo našu robu, pogledajte da li su sve knjige na broju, da ih ne biste vraćali.
Ako ne budete zadovoljni izborom naše robe, mi ćemo vam je zameniti za drugu.	Vi ćete biti zadovoljni kupovinom naše robe, da nećete poželeći da se nje odreknete.
Roba koju nudimo vama, biće takođe tražena i kod drugih kupaca.	Našu robu je već kupilo mnogo kupaca, pre nego što smo došli u vašu firmu.
Uporedite i cene naše robe sa drugima, pa se uverite da smo povoljniji.	U odnosu na cene robe drugih izdavačkih kuća, naše cene za ono što nudimo su mnogo povoljnije.
Ako slučajno nemate vremena da pogledate našu robu – doći ćemo uskoro ponovo.	Pogledajte našu robu, toliko se ona traži, da ne znamo hoćemo li je više imati na lageru.
Ako ne možete da odlučite o kupovini, izvolite posetiti naš prodajni prostor na sajmu knjiga.	Odlukom o kupovini naše robe, vi ne morate da se izlažete troškovima za dalek put do sajma knjiga.
Ako nešto od naše robe nemamo, mi ćemo vam dati katalog tuđih izdanja.	Mi ne nosimo kataloge tuđih izdanja, jer je naša roba veoma tražena.
Mi vam kataloški nudimo izbor većeg broja različitih izdanja.	Mi vršimo plasman samo jednog izdanja, jer je ono u apsolutnom trendu.
Mi ne nosimo robu sa sobom, već samo kataloge. Smatramo da je tako bolje. Knjige šaljemo poštom.	Mi vam odmah uručujemo našu robu, jer slanje poštom ima određenih problema – oštete se knjige.
Ne morate odmah da platite našu robu, vi predložite u kom roku želite da podmirite svoje obaveze.	Što kraće ispunjenje vaših obaveza u vezi sa plaćanjem naše robe – učvrstilo bi našu saradnju.
Pošto su troškovi putovanja skupi, mi ćemo sa vama češće komunicirati Internetom.	Bez obzira što su troškovi putovanja skupi, mi ćemo vas lično opet posetiti i doneti vam našu robu.
Ako u vašoj firmi nema strategijskog menadžera, koji donosi odluku o kupovini – dajte drugu osobu.	Najbolje je da navratimo kad je glavni šef u firmi, da bi imali jasnije informacije o prodaji-kupovini.
Naš marketinško-kataloški sistem je racionalno korišćenje vremena.	Eksterni izdavački menadžment vrši sve: prodaju, uručenje, naplatu. Živa komunikacija a ne katalog.
Sa masom kupaca komuniciramo preko sredstava informisanja: TV, štampa, elektronski mediji...	Sa masom kupaca komuniciramo lično, pa masa kupaca i kupuje robu našim sistemom poslovanja.



Slika broj 68.



Slika broj 69.

2.2.9. Razlike između elektronske i standardne forme knjige.

<p style="text-align: center;">A</p> <p style="text-align: center;">ELEKTRONSKA KNJIGA (mane)</p>	<p style="text-align: center;">B</p> <p style="text-align: center;">STANDARDNA FORMA KNJIGE (prednosti)</p>
Elektronska knjiga u formi CD ili DVD-a nije knjiga već poluproizvod.	Standardna knjiga je gotov proizvod, za koju je elektronska knjiga samo pomoćni deo u pripremi, sa koje materijal ide na pause i ploče.
Elektronsku knjigu ne možete opipati i osetiti je kao hartiju i njen miris.	Standardnu knjigu možete opipati i osetiti miris njene hartije koji je prijatan za čula.
Elektronsku knjigu ne možete čitati bez računara, fiksnog ili laptopa.	Standardnu knjigu možete čitati svugde i u svakoj prilici, računar nije potreban.
Ne možete je pokloniti nikome ko nema računar. Možete, ali poklonoprimalac ne može da je konzumira ako nema računar ili laptop.	Možete je pokloniti svakome ko je pismen, a i onome ko nije pismen. Čitaće mu je neko drugi.
„Sabrana dela“ u vidu elektronske forme su potpuno nonšalantna i prozaična, stereotipna i zalutala među masu ostalih diskova, koje je čak veoma teško pronaći.	Sabrana dela u formi standardne knjige su uvek na dohvatu sa naših policica, ona su vidljiv kapital za nas i naše potomke.
Nema estetičku privlačnost	Ima veoma veliku estetičku privlačnost.
Elektronske eknjige (disk) na „promocijama“ ne izazivaju draž da se kupuju.	Standardna knjiga je na promocijama uvek rado viđena i lepo propraćena.
Oštećena „sabrana dela“ elektronske knjige ne mogu se koristiti ako se oštete.	Sabrana dela standardne knjige ne zavise od jedne oštećene knjige – čitaće se ostala dela.
Elektronska knjiga kod poklonoprimalaca, laureata, nagrađenih učenika i studenata ne izaziva posebno osećanje, jer ne mogu prisutnima otvoriti stranice svoga poklona.	Standardna knjiga može odmah da se pogleda, otvore njene stranice i pogledaju posвете koje je dobio poklonoprimalac ili laureat.
Od prodaje elektronske knjige, štamparije nemaju nikakvu poslovnu dobit, jer ih ne rade.	Od prodaje standardne knjige, žive brojne štamparije kao i porodice zaposlenih u njima.
Elektronske knjige se proizvode posebnom tehnologijom van standardnog štamparstva.	Standardne knjige se rade od Gutenberga još uvek istom (ali modernizovanom) tehnikom.
Od elektronske knjige sve knjižare i distributeri ne mogu zaraditi skoro ništa, jer su elektronske knjige veoma jeftine (DVD film košta 99 din.).	Od standardne knjige svi u lancu imaju dobit: autori, izdavači, dobavljači repromaterijala, štamparije, distributeri, knjižare, menadžment.
Lako se piraterišu i umnožavaju. Za piraterisanje elektronskog izdanja knjige potrebna je oprema koja nije skupa, ne zahteva ni veći prostor. Piraterisanje je uočljivo kod svih sličnih izdanja: nosača zvuka, slike, programa itd.	Teško se piraterišu i umnožavaju, jer su same štamparije standardne knjige u većem prostoru, lako bi se otkrile od buke mašina, knjige su kabasta roba, zauzimaju mnogo veći prostor skladištenja.
Takve knjige i samo u tom obliku ne vole je njeni autori, jer već imaju jedan svoj original na svojoj matrici.	Vole je njeni autori. San svakog književnika je da ima sabrana dela. Vizuelno veoma lepo.
Prilikom pojavljivanja iz „štampe“ takve knjige, psihofiziološki efekti u psihi njenih autora uglavnom izostaju, jer nema one druge faze radosti.	Kod pojavljivanja standardne knjige iz štampe, psihofiziološki osećaji kod njenih autora dostižu maksimum.
Ne vole je romantičari, dakle ne vole je žene, koje čine jedan o najvažnijih faktora kupovine.	Standardnu knjigu vole romantičari, a naročito žene, pogotovu ako je u luksuznom povezu.

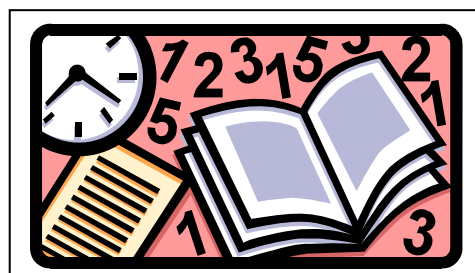
Nastavak sa strane 138.

Elektronske knjige, bez obzira što su jeftine, za njih su hardveri skupi, skupi su uređaji za njihovu interpretaciju.	Za standardnu knjigu nisu potrebni hardverni posebni uređaji za njenu interpretaciju, sem dnevnog svetla ili svetlosti stane lampe.
Na elektronskoj knjizi dizajn korica je skoro neupadljiv, jer su one malog formata.	Dizajn korica na standardnoj knjizi daje joj poseban pečat. Dizajn veoma često pokreće kupca da je kupi, da je čita i voli.
Iz takve knjige đaci i studenti ne mogu hitno da dobiju usluge fotokopirnice, jer se one ne mogu kopirati (skidati tekst) bez kompjutera u fotokopirnici itd.	Veoma je lako iz nje uzeti određene stranice u fotokopirnici. Omiljena je među đacima i studentima. Bez nje nema edukacije.
Iz nje ljubitelji fotografije ne mogu pozajmiti slike ako nemaju u blizini računar.	Iz standardne knjige u svakoj fotokopirnici ljubitelji fotografija će veoma lako doći do željenog cilja.
Ne može se čitati njen sadržaj na moru, bez kompjutera ili baterijskog laptopa.	One su glavna poslastica za putovanja, mora, banje, planine, hotele, vozove, avione itd.
Izazivaju u knjižarama vizuelnu disonancu.	Ne izazivaju vizuelnu disonancu.
Na sajmovima knjige izazivaju manju pažnju.	Na sajmovima knjige one su glavni artikl.
Na njoj romantični parovi ne mogu napisati posvete (mogu samo sa spec. markerom).	Stvorena je za pisanje romantičnih poruka zaljubljenih parova svih generacija.
Autor elektronske knjige na njoj ne može napisati posvetu (bez markera, prostor je mali).	Autori standardne knjige su na unutrašnjem njenom listu pisali uvek najlepše posvete.
Ne mogu da ih koriste starije osobe, jer one ne mogu, ili veoma retko rade na kompjuteru.	Među starijim osobama standardna knjiga je uvek dobrodošla. Ona im je veoma često i glavni drug u starosti i samoći.
Takve knjige u školskim učionicama bile bi u masovnom obliku neupotrebljive, jer bi bilo potrebno onoliko kompjutera u razredu koliko je broj učenika. Zamislimo jednu školu sa 1200 učenika i svi sede za svojim računarom.	Standardna knjiga (udžbenik, učilo, monografija itd, glavni je pomoćnik nastave i edukacije u školama.
Ne mogu da se prelistaju odmah, na svakom mestu i u svakoj prilici.	Mogu veoma lako da se prelistaju odmah i u svakoj prilici.
Proizvodnja samo elektronske knjige ugasila bi sve riznice kulture i duhovnosti: biblioteke, knjižare, sajmove i festivale knjiga, izdavačke kuće, novinske kuće, galerije, promocije, izložbe knjige, književne večeri itd.	Daje duhovni život, neguje prisnost među ljudima. Ona je živ glas i duh koji korača po zemaljskoj kori. Ona nastavlja da bude živa misao neke osobe od koje nas deli prošlo vreme i prostor.

<p style="text-align: center;">A</p> <p style="text-align: center;">ELEKTRONSKA KNJIGA (prednosti)</p>	<p style="text-align: center;">B</p> <p style="text-align: center;">STANDARDNA FORMA KNJIGE (mane)</p>
Elektronska knjiga u formi CD-a ili DVD-a može da memoriše nekoliko knjiga u sebi	Standardna knjiga ne može da primi preterani broj stranica, onoliko koliko i DVD-disk.
Elektronska knjiga može poslužiti za lakše dopunjavanje novih izdanja.	Standardna knjiga, kada je završena i odštampana ne može da prima izmene, jer su slova utisnuta na hartiji.
Praktičnija je za komunikaciju sa bazom podataka od standardne knjige.	Standardna knjiga zahteva malo više vremena za listanje baze podataka.
Mnogo je jeftinija od standardne knjige.	Drastično je skuplja od elektronske knjige.
Zauzima manje prostora za njeno arhiviranje.	Potreban joj je prostor u vidu većih i jačih polica, koje nisu jeftine.
Laka je za prenošenje sa mesta na mesto za njene konzumente, njenim distributerima je olakšan transport do prodajnih mreža, jer mogu odjednom da distribušu veću količinu.	Nije laka za prenošenje, njenim distributerima je potrebno veće prevozno sredstvo za njen prevoz do odredišta, ne može se odneti veća količina jer su kabaste.
Poštanski troškovi prilikom njenog slanja primaocima – za pošaljioaca su minimalni.	Poštanski troškovi njenog slanja u bilo koji deo naše zemlje – veoma su skupi.
Studentima olakšava pomoć kod grupnog rada, brže se rade kolokvijumi, seminari itd.	Finansijski troškovi oko kopiranja standardne knjige često premašuju njenu prodajnu cenu.
Elektronski telefonski imenik u vidu elektronske knjige, uz rad na računaru ne zahteva listanje glomaznog telefonskog imenika na hartiji. Elektronska knjiga u vidu telefonskog imenika je veoma praktična za ispravljanje i unošenje novih ili promenjenih telefonskih podataka.	Telefonski imenici u formi standardne knjige veoma često su neupotrebljivi, jer se menjaju brojevi telefonskih korisnika, a ono što je odštampano u imeniku – većito ostaje pogrešno.
Iz elektronskog izdanja mnogo je lakše „skinuti“ određene slike, nego iz standardne knjige.	Fotokopiranjem slika iz standardne knjige, gubi se na kvalitetu čak i preko 50 posto.
Elektronska knjiga je zauzela svoje važno mesto u komunikacijama 21. veka, deo je progressa i napretka čovečanstva, ona je danas nezamenljiva u tehnologiji pripreme standardne knjige.	Tehnologija standardne knjige je pretrpela vidan napredak: nema olovnih slova niti starih vrsta slagačnica, kompjuterizacija je uveliko kročila u izdavačko-knjižarski sektor, ali je potrebno još više korelacije sa modernim tehnologijama. Bez obzira na neke svoje manje nedostake – standardna knjiga mora opstati.



Slika broj 70.



Slika broj 71.

2.2.10. Novi prilozi za istraživanje demografskog monitoringa u školstvu.

U ovom naučnoistraživačkom radu, kroz teorijski deo su razmatrani pojmovi knjige i njena definicija, sa razmatranjem izdavačko-knjižarskog sektora kao logične delatnosti u okviru medijske discipline.

Međutim, stvaranje jedne knjige i njena distribucija su veoma komplikovan proces, gde se ubraja i jedan od najvažnijih činilaca, a to su demografski faktori. Veličinu tražnje u sistemu distribucije odštampane knjige bitno određuju demografski faktori, pa je zbog toga nužno da se ne zaobiđu i istraživanja u vezi sa tim problemom. Kod istraživanja demografskih faktora jedan od najvažnijih problema koji je veoma važno istražiti jeste ukupan broj potencijalnih potraživača za knjigom, a zatim u okviru tog broja neophodno je utvrditi relativne i apsolutne potraživače. Takva vrsta istraživanja nužno podrazumeva i utvrđivanje demografske strukture u odnosu na jezičko govorno područje, slovnog pisma kojim se kupci i čitaoci knjige pretežno služe, mesto zaposlenja, broj dece i odnos muške i ženske populacione strukture. Međutim, intenzitet istraživanja ovog faktora uveliko zavisi i od izdavačko-knjižarskog programa, dakle vrste knjige koja treba da se odštampa i ponudi svim ciljnim grupama u eksternom disperzionom tržištu. Intenzitet i način dubinskog empirijskog istraživanja svakako da se mora prilagođavati pojedinačnoj vrsti izdavačkog projekta koji treba da bude predmet ponuda-protražnja. Šta to praktično znači? Ako se planira ući u izdavački projekat iz tematike sporta (borenja i samoodbrane), istraživanja će biti koncentrisana u demografski monitoring populacione strukture koja se bavi u klubovima borilačkim sportovima. Dakle, nužno je da se u istraživanja unesu svi podaci koji su bitni za integralno upravljanje novoplaniranim izdavačkim projektom. Što se tiče istraživanja u vezi sa funkcionalnom vrstom knjige i svih demografskih faktora, takva istraživanja zahtevaju veću dubinu i preciznost. Demografski monitoring istraživanja tržišta knjige takođe podrazumeva i detaljno praćenje popisa stanovništva. Međutim, demografski monitoring u izdavačko-knjižarskom sektoru može se usmeriti i na posebne ciljne grupe: institucije osnovnoškolskog i srednjoškolskog obrazovanja, insitucije visokog obrazovanja, društvena i privatna preduzeća itd. Ali, takođe i na ostale specifične ciljne grupe: sportsko-turističke strukture, savetovanja, seminari, gde se uz ažurno prikupljanje podataka dobija jasnija slika demografskog monitoringa. Od tih rezultata istraživanja umnogome će zavisiti struktura knjige koja se objavljuje, njen tiraž, način prezentacije, pa čak i njena ukupna forma. Demografski monitoring može da pomogne u opredeljenju izdavača da li uopšte ima smisla štampati određeni tiraž na jezicima drugih naroda ili je dovoljna alternativa «latinica-ćirilica», jer štampanje izdanja na raznim jezicima (jezici nacionalnih manjima) iziskuje mnogo veći napor i angažovanost izdavačkih kuća (prevodioci, lektori, pristup vizuelnom materijalu itd.).

Iz knjige prof. dr Dušana Došića⁴⁵ sa Filozofskog fakulteta u Novom Sadu se kaže: «Demografija je doživela nagli razvoj od početka ovog veka, kako u teorijskom tako i u praktičnom smislu, odnosno u smislu izrade brojnih demografskih studija i analiza.

⁴⁵ Prof. dr Dušan Došić (1996), Demografija sa statistikom, Filozofski fakultet u Novom Sadu, MP "Stilos", Novi Sad, str. – 9.

Na teorijskom planu treba pomenuti, pored ostalih, uglavnom dve teorijske postavke: teorija optimuma stanovništva i teorija o demografskoj tranziciji. Za teoriju optimuma stanovništva se pre može reći da je statističko-demografska nego čisto demografska postavka. Ona polazi od postavke da postoji jedan optimalan broj ili struktura stanovništva koji odgovara određenim postavljenim ciljevima u jednom određenom momentu. Ako postavimo određene ciljeve koji se žele postići, onda se može statistički izračunati koji je optimalan broj i struktura stanovništva koji mogu najbolje ostvariti te ciljeve. Ciljevi za određivanje tog optimuma mogu biti veoma različiti. Obično se radi o ekonomskim ciljevima. Ako postavite ekonomske ciljeve da hoćete, recimo, da postignete određeni nivo produktivnosti, određeni nivo dohotka, određeni životni standard, određeni nivo zaposlenosti itd., onda se može izračunati koji broj i struktura stanovništva može najbolje to da ostvari. Time se teorija optimuma stanovništva približava više populacionoj politici nego što je to teorija o stanovništvu. Naravno, ona nastoji da poveže dva najbitnija elementa, socio-ekonomski i demografski razvitak, ali ipak ostaje primedba da je ekonomistički orijentisana. Ovi prevashodno ekonomski ciljevi se mogu dopuniti i drugim, kao što su nivo zdravlja, nivo kulture, dužina životnog veka itd., ali ipak ostaje primedba o statičnosti ove postavke. Ona ipak odgovara na pitanje optimuma u određenim statičnim uslovima, a ne o tome kako se svi relevantni faktori razvijaju».

Što se tiče predmeta demografije, u knjizi prof. dr Dušana Đošića⁴⁶ se dalje kaže: «Stanovništvo takođe ima jednu karakteristiku koju stalno treba imati u vidu. Ono se bitno razlikuje od individue, mada je sastavljeno od njih. Stanovništvo je agregat i kao takvog ga i treba posmatrati. Ono doduše ima slične karakteristike kao i pojedinac, ali se one ne mogu tretirati isto. Recimo, stanovništvo se rađa, umire, migrira, ima određeno obrazovanje, određenu kvalifikaciju itd. Međutim, radi se o kvalitativno različitim pojavama. Pojedinac se rađa i njegov život započinje tim činom, a kod stanovništva je rađanje kontinuirani proces kojim se stanovništvo više ili manje povećava. Pojedinac umire i time se njegov životni ciklus završava, a mortalitet kod stanovništva označava jedan kontinuirani proces. Pojedinac migrira i na taj način menja sredinu, način rada, način života itd., a stanovništvo tim procesom samo menja veličinu i strukturu. Dakle, radi se o sasvim drugom karakteru u suštini istih pojmova. Međutim kod demografske analize je veoma značajno da se napravi ova razlika, kako bi se izbeglo pojednostavljivanje tumačenje ovih fenomena. Unutar demografije moguće je razlikovati nekoliko grana, odnosno nekoliko prilaza demografskim saznanjima. Različiti autori različito dele demografiju, ali je najčešća podela na materijalnu i formalnu demografiju. Materijalna ili sadržajna demografija se opet deli na opštu, primenjenu i posebnu. OPŠTA demografija se bavi teorijskim saznanjima i uopštavanjima o stanovništvu, istraživanjem zakonitosti u razvitku stanovništva, povezanosti kretanja i struktura itd. Dakle, onim opštim saznanjima koja su karakteristična za sve populacije. PRIMENJENA demografija se bavi onim demografskim fenomenima koji se granični sa nekom drugom graničnom disciplinom. POSEBNA demografija se bavi

⁴⁶ Prof. dr Dušan Đošić (1996), Demografija sa statistikom, Filozofski fakultet u Novom Sadu, MP "Stilos", N. Sad, str. – 14,15,16.

analizom razvitka stanovništva neke posebne zemlje, regije itd. Recimo, analizom razvitka stanovništva Jugoslavije, Vojvodine, Banata, Novog Sada itd. Formalna demografija (koja se često naziva i demometrija) se bavi izradom i realizacijom metoda kvantitativne analize demografskih pojava. S obzirom da je preciznost merenja demografskih pojava veoma značajna (mere, pokazatelji, demografske tablice itd.) i formalna demografija ima izuzetan značaj u okviru demografije u celini. Formalna demografija naročito je razvijena u okviru statistike stanovništva (u vezi sa popisima stanovništva), vitalne statistike (prirodno kretanje), statistike domaćinstva, porodice i naselja, migracione statistike.

Kao i druge društvene nauke demografija koristi uobičajenu metodologiju. Ne ulazeći u obrazlaganje svih metoda kojima se demografija služi, treba istaći specifično demografske metode. Tu demografija ima stvarno svoju specifičnost koja se razlikuje od drugih društvenih nauka. Demografija se služi statistikom kao prevashodno svojom metodom, ali i svim drugim empirijsko-induktivnim metodima u analizi demografskih pojava. Ta njena specifičnost je proizvod dva faktora. Prvi se sastoji u specifičnosti samog predmeta demografije. S obzirom da je predmet demografije razvitak stanovništva, a da je stanovništvo po svom određenju masovna pojava, onda je jasno da za proučavanje masovnih pojava najviše odgovara statistički metod. Drugi element se sastoji u tome što je demografija nastala uporedo ili iz okvira statistike, kao najpogodnijeg metoda analize stanovništva.

Takav odnos demografije i njenog najrazvijenijeg metoda statistike ima svojih prednosti, ali i mana. Nesumnjiva prednost je što je statistika, kao empirijsko-edukativni metod, relativno najprecizniji metod u okviru društvenih nauka. To demografiji daje veoma veliki stepen egzaktnosti, za razliku od drugih društvenih nauka.

Ta egzaktnost čini da demografija ima najviše elemenata pozitivne nauke. Međutim, istovremeno to predstavlja i nedostatak. Oslanjajući se na statistiku demografija je suviše zapala u empirizam, suviše opisuje a zapostavlja objašnjenje procesa koje proučava.

Grana statistike primenjena na demografske pojave često se naziva demografska statistika. Ustvari, to je deo statistike koji je prilagođen analizi stanovništva. Koji su to elementi statistike na koje se demografija oslanja? Prvo što treba istaći to je da se prikupljanje podataka o stanovništvu oslanja na statistiku, odnosno na razrađene statističke metode prikupljanja podataka. Većina obeležja stanovništva i klasifikacije su statistički zasnovane. Obrada, prezentiranje, analiza i kauzalna analiza prikupljenih podataka zasniva se na statističkim metodama. Izrada demografskih tablica i modela je zasnovana na mogućnostima statističke analize, odnosno u velikom delu matematizovana. Imajući sve to u vidu jasno je da je statistički metod preovlađujući u demografiji».

Naravno, iz ovih inserata knjige uvaženog profesora Novosadskog univerziteta Dušana Došića, uočava se sasvim dobar putokaz za uključenje demografskog monitoringa u izdavačko-knjižarskoj delatnosti, koji može dovesti do novih naučnih i informacionih saznanja. U ovom delu naučnoistraživačkog rada i doktorske disertacije, akcenat demografskog monitoringa je na populaciji uzorka od 5.500 učenika osnovnih škola Pokrajine Vojvodine, odnosno na delu teritorija Bačke, Srema i Banata.

Na sledećim stranicama je vizuelan prikaz demografskog monitoringa kojim se bavio autor ovog naučnoistraživačkog rada. Akcenat je stavljen na teritorijalne delove Banata, Srema i Bačke, i na ciljne grupe osnovne škole u južnom delu Banata, zapadnog Srema i Južnobačkog okruga. Demografska slika školstva je direktno u vezi sa integralnim pristupom u realizaciji izdavačkih projekata. Škole su jedan od važnih tržišta knjige (obrazovne literature, pomoćnih školskih monografskih projekata, bibliotečkih fondova). Nažalost, jedan od postavljenih zadataka ove disertacije, baviće se i pitanjem – da li se populacija vojvođanskog školstva rapidno topi, zajedno sa selima?

O aktuelnom demografskom stanju u Srbiji, iz Republičkog zavoda za statistiku, prenosi list „Pravoslavlje“, novine Srpske patrijaršije.⁴⁷

„Pad nataliteta u Srbiji nije problem uzrokovan iskušenjima savremenog doba, kao što se to često, pogrešno predstavlja javnosti. Sve manji broj novorođenih Srba beleži se od kraja 19. veka, a posle Drugog svetskog rata nastaje doslovno dramatičan pad nataliteta u Srbiji. Tragične istorijske okolnosti, ratovi i pogibije stotine hiljada muškaraca u najproduktivnijem životnom dobu, među naučnicima se danas ističu kao ključni razlog smanjenja prirodnog priraštaja.

Sa druge strane, nije tačna ni katastrofična tvrdnja da Srbija ima najniži natalitet i najstarije stanovništvo u Evropi. Stanje jeste dramatično, i mada nije za utehu, treba znati da gori prirodni priraštaj od nas u susedstvu imaju Bugarska i Mađarska. U Srbiji prirodni priraštaj je -3,5, u Mađarskoj -3,8, a u Bugarskoj čak -4,8. Ali je zato prirodni priraštaj u susednoj Albaniji najviši u Evropi – neverovatnih 11,1!

U borbi za demografski oporavak Srbije ne treba plašiti javnost, niti pred nju izlaziti sa netačnim podacima i glasinama. Jer, nažalost, i zvanični, državni statistički podaci su već dovoljno upozoravajući. Republički zavod za statistiku je državna institucija odgovorna za sprovođenje većine statističkih istraživanja u Srbiji. Popis stanovništva, koji je najmasovnija statistička akcija i koji se zbog kompleksnosti i visokih troškova, sprovodi jednom u deset godina, obezbeđuje podatke o broju stanovnika, ukupno i po različitim obeležjima. Redovnim godišnjim statističkim istraživanjima, kojima se prikupljaju podaci o broju rođenih i umrlih, dobijamo informacije o natalitetu, mortalitetu i prirodnom priraštaju.

Poslednji popis u Republici Srbiji sproveden je 2002. godine i to na teritoriji republike bez Kosova i Metohije. U toku su pripreme za sledeći popis koji bi trebalo da bude sproveden 2011. godine. Koliko Srbija ima stanovnika? Javnost, nažalost, često dobija neprecizne podatke : od toga da nas ima deset miliona, pa do procena da nas je, zapravo, manje od sedam. U Srbiji je popisano 7.498.001 stanovnik. Podatak se odnosi na stanovništvo centralne Srbije i pokrajine Vojvodine, i to prema stanju na dan 31. marta 2002. Na teritoriji pokrajine Kosovo i Metohija popis će biti izvršen kada se za to budu stekli neophodni uslovi. Iz priložene tabele vidi se da je evidentan pad broja živorođenja tokom prethodnih petnaest godina, a da je u porastu broj umrlih lica. To za posledicu ima smanjenje vrednosti prirodnog priraštaja i, čak, prelaz priraštaja u negativne vrednosti. Zato ima i predloga da se ne koristi termin priraštaj,

⁴⁷ Pravoslavlje (novine Srpske patrijaršije), Beograd, 1. mart 2007. str. – 8, 9, 10.

jer ovaj termin ima pozitivnu konotaciju za vrednosti koje su negativne, već se predlaže izraz prirodni saldo koji ima neutralno značenje. Kada se pogleda tabela i porede podaci na njoj za 2005. godinu sa podacima iz 1990. godine, broj živorođenih je opao za nešto više od 20% dok je broj umrlih porastao skoro za četvrtinu (24,9%). U poslednjoj godini za koju imamo podatke, a to je 2005. godina, stanovništvo Republike Srbije je ostalo bez opština veličine Petrovca ili Čuprije!

Tabela broj 6.

Godina	Živorodeni	Umrli	Prirodni priraštaj	Stope na 1000 stanovnika živorođeni	Stope na 1000 stanovnika umrli	Stope na 1000 stanovnika prirodni priraštaj
1990	90.467	85.515	4.952	11,5	10,8	0,6
1991	90.378	89.072	1.306	11,6	11,4	0,2
1992	86.877	93.475	-6.598	11,1	12,0	-0,8
1993	87.931	95.121	-7.190	11,3	12,2	-0,9
1994	85.292	93.011	-7.719	10,9	11,9	-1,0
1995	86.236	93.933	-7.697	11,1	12,0	-1,0
1996	82.548	98.370	-15.822	10,6	12,6	-2,0
1997	79.716	98.068	-18.352	10,3	12,6	-2,4
1998	76.330	99.376	-23.046	9,9	12,8	-3,0
1999	72.222	101.441	-29.222	9,4	13,1	-3,8
2000	73.764	104.042	-30.278	9,6	13,5	-3,9
2001	78.435	99.008	-20.573	10,2	12,9	-2,7
2002	78.101	102.785	-24.686	10,4	13,7	-3,3
2003	79.025	103.946	-24.921	10,5	13,8	-3,3
2004	78.186	104.320	-26.134	10,5	14,0	-3,5
2005	72.180	106.771	-34.591	9,7	14,3	-4,6

Kako se može videti na tabeli br. 6, podaci o broju rođenih u Republici Srbiji jesu upozoravajući, jer je više od jedne decenije u toku depopulacija. Emigracija je takođe ostavila svoj trag. Ono što brine je sve manji broj žena u reproduktivnom periodu, kao i sve veća starost majki pri rađanju.

Opština sa najvećim prirodnim priraštajem je Novi Pazar u kojem je broj živorođenih veći za 1092 od broja umrlih. Zatim slede Preševo i Tutin sa po 478, odnosno 443. Okrug sa najvećim prirodnim priraštajem je Raški okrug, gde on iznosi 818. Posmatrajući stope prirodnog priraštaja (stopa je vrednost prirodnog priraštaja u odnosu na 1000 stanovnika), stopa je najveća u Tutinu (14,2), a zatim slede Preševo (12,6) i Novi Pazar (12).

Ako se uporede ukupna stanja nataliteta u Republici Srbiji sa drugim evropskim zemljama, Srbija zauzima visoko mesto među zemljama sa negativnim vrednostima

prirodnog priraštaja. Naime, jedino Bugarska i Mađarska imaju nepovoljniji prirodni priraštaj od Republike Srbije.

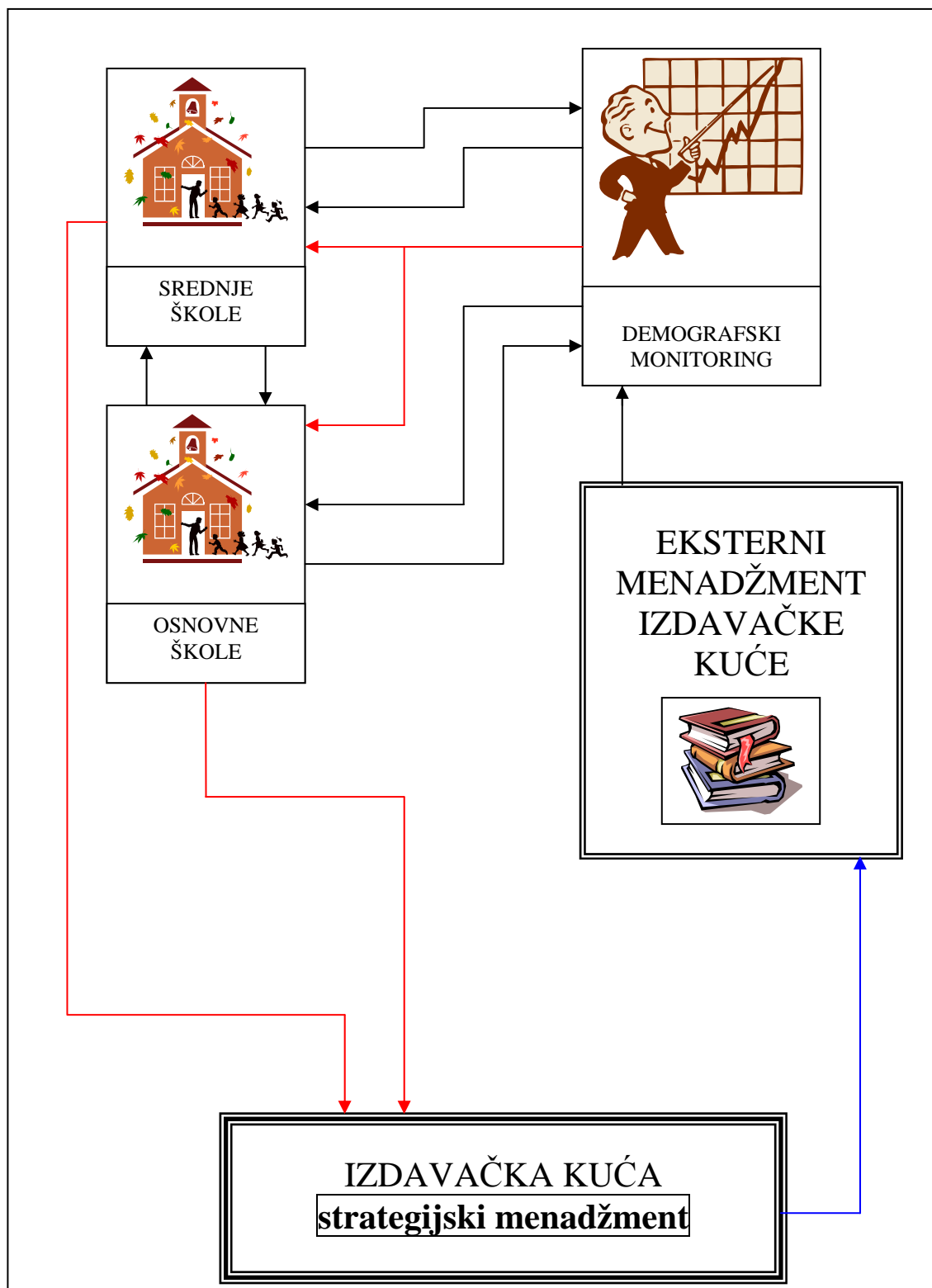
Tabela broj 7. Broj stanovnika Republike Srbije po okruzima, popis 2002.

Redni br.	Naziv okruga	Broj stanovnika iz 2002.
1.	Grad Beograd	1.576.124
2.	Južno-bački okrug	593.666
3.	Nišavski okrug	381.757
4.	Sremski okrug	335.901
5.	Mačvanski okrug	329.625
6.	Južno-banatski okrug	313.937
7.	Zlatiborski okrug	313.396
8.	Šumadijski okrug	298.778
9.	Raški okrug	291.230
10.	Rasinski okrug	259.441
11.	Jablanički okrug	240.923
12.	Pčinjski okrug	227.690
13.	Pomoravski okrug	227.435
14.	Moravički okrug	224.772
15.	Zapadno-bački okrug	214.011
16.	Podunavski okrug	210.290
17.	Srednje-banatski okrug	208.456
18.	Braničevski okrug	200.503
19.	Severno-bački okrug	200.140
20.	Kolubarski okrug	192.204
21.	Severno-banatski okrug	165.881
22.	Borski okrug	146.551
23.	Zaječarski okrug	137.561
24.	Pirotski okrug	105.654
25.	Toplički okrug	102.075

Tabela broj 8. Prirodni priraštaj Srbije, zemalja u okruženju i zemalja Evrope:

Bugarska	-4,8
Republika Mađarska	-3,8
Republika Srbija	-3,5
Republika Hrvatska	-2,4
Rumunija	-1,8
Slovenija	-0,5
Italija	-0,4
Švedska	-0,2
Grčka	0,0
Španija	1,4
Švajcarska	1,5
Crna Gora	3,5
Francuska	4,1
Makedonija	5,0
Albanija	11,1

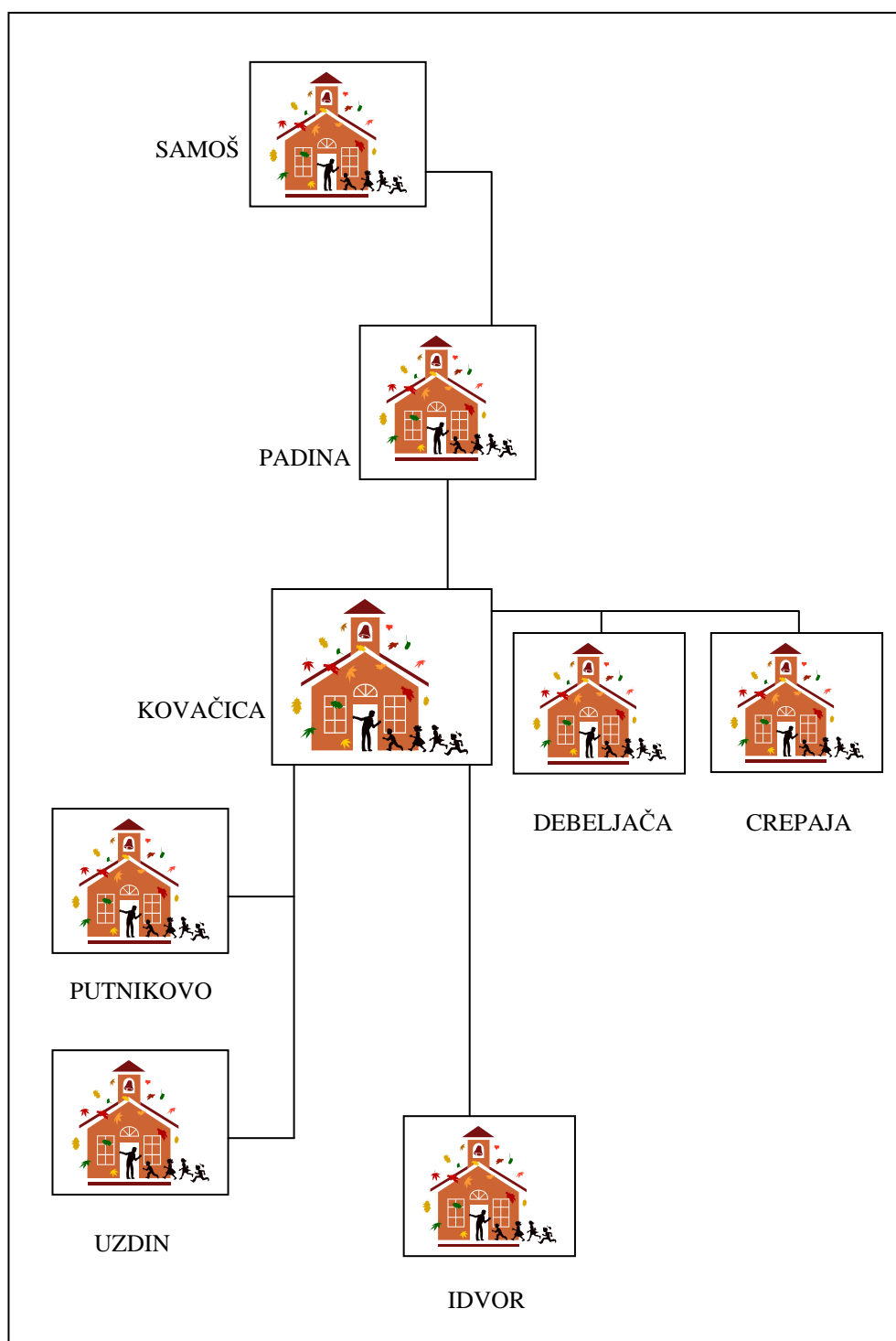
Slika broj 72. Demografski monitoring školstva – važan faktor u izdavačkoj delatnosti.



Legenda:

- Veza strategijskog menadžmenta izdavačke kuće sa eksternim menadžmentom.
- Putanja demografskog monitoringa koju vrši eksterni menadžment.
- Plasman knjiga u ciljnim grupama (škole) i njihova uplata na poslovni račun izdavačke kuće.

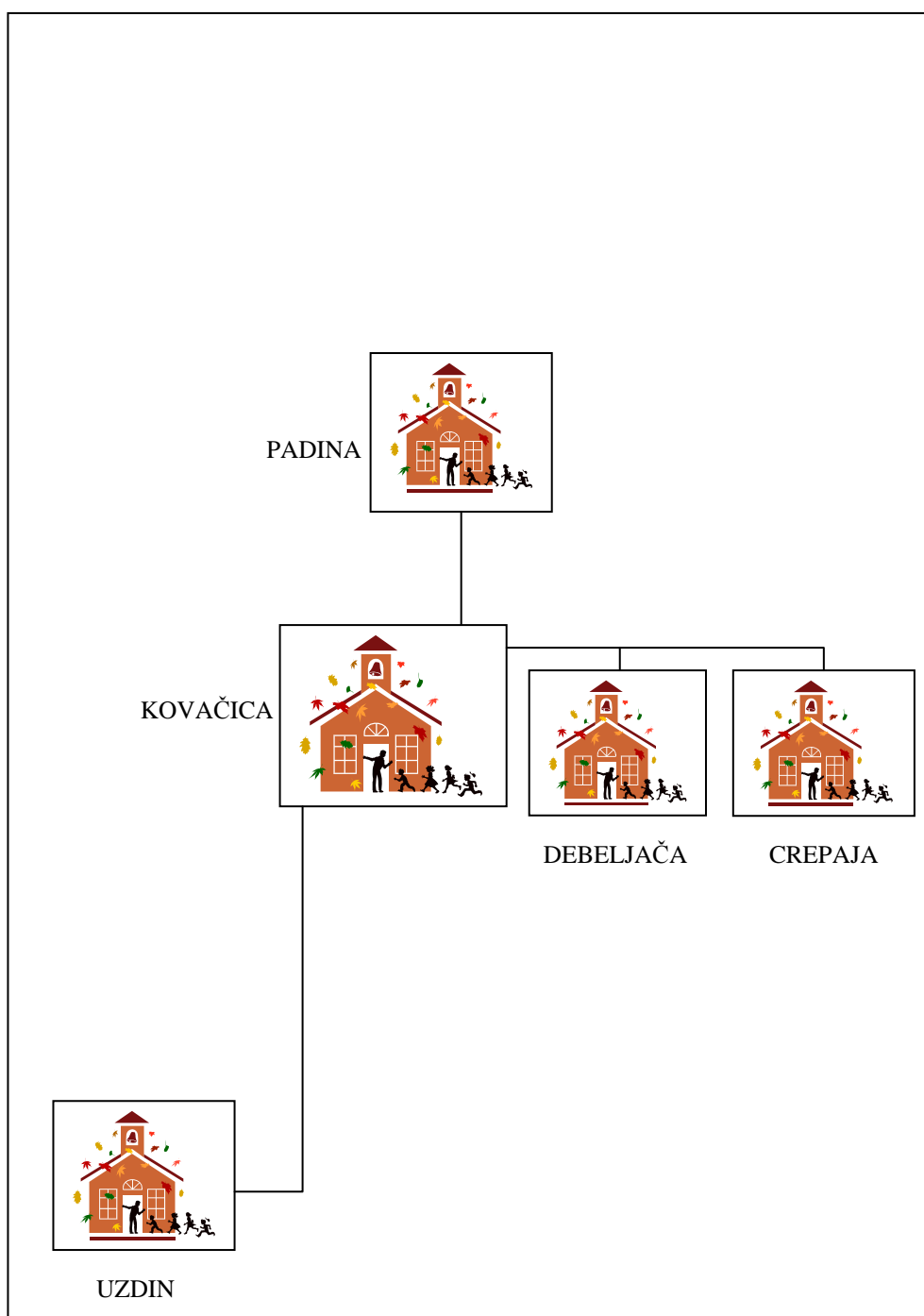
Uporedni preglednici predviđanja demografskog monitoringa u školstvu (stanje i depopulacija škola na delu teritorije južnog Banata)



Slika broj 73.

U algoritmima su prikazane škole na teritoriji južnog Banata, koje spadaju pod opštinu Kovačica: Idvor, Uzdin, Putnikovo, Kovačica, Padina, Samoš, Debeljača, Crepača. Po demografskom monitoringu, osnovnoškolska populacija ima drastičnu silaznu putanju, koja se ogleda u zadnjih 15 godina. Ako se taj pad nataliteta (depopulacija) nastavi, pojedinim školama preči potpuno gašenje (videti sledeću stranicu).

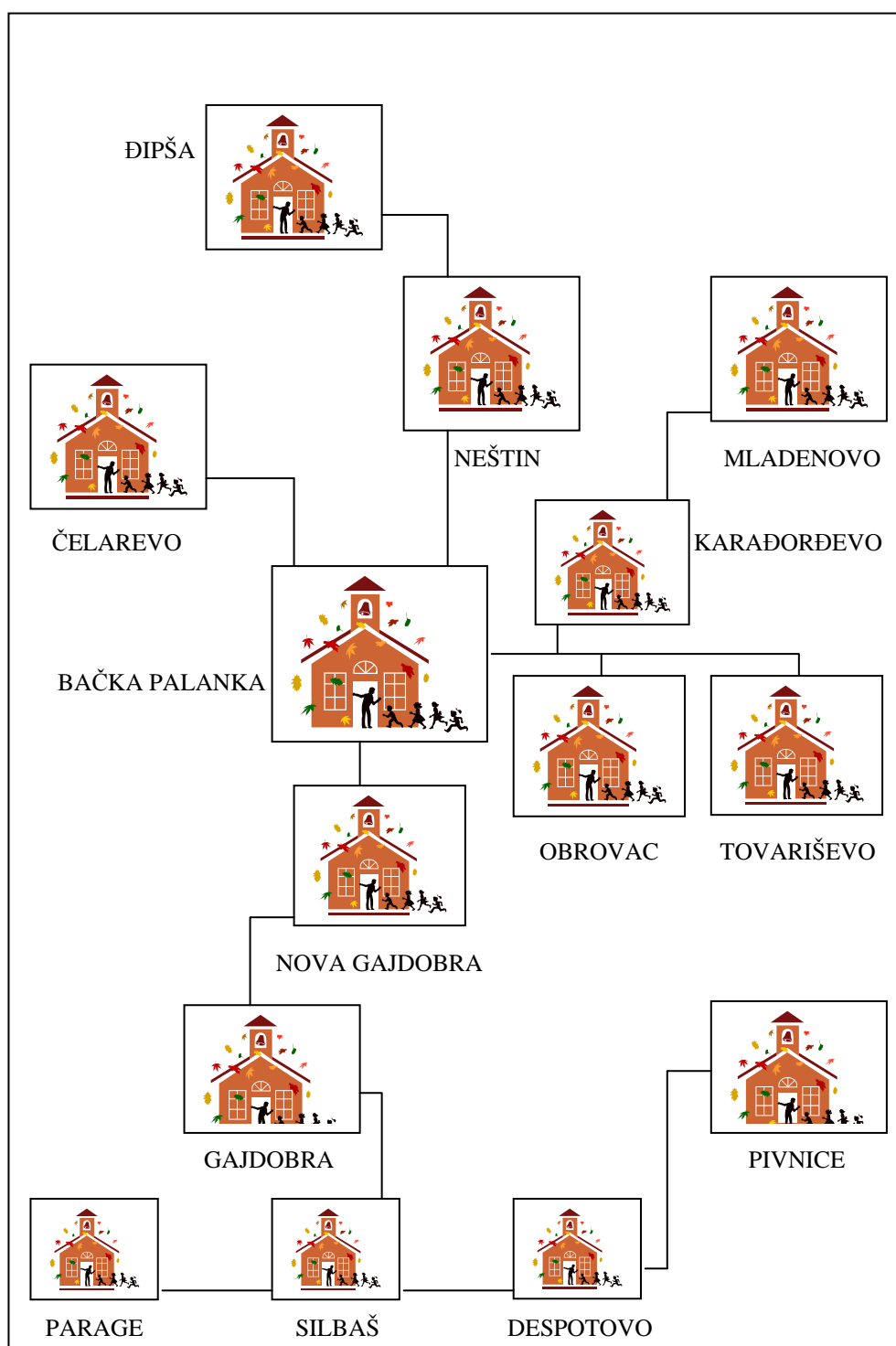
Uporedni pregledi predviđanja demografskog monitoringa u školstvu (škole na delu teritorije južnog Banata)



Slika broj 74.

Školama sa drastično smanjenim brojem učenika (Putnikovo, Samoš i Idvor) prethodi gašenje. Ostatak dece bi bio prebačen u osnovne škole u Uzdinu, Kovačici i Padini. Ipak se nadamo da takva sumorna slika neće lančano krenuti celom teritorijom Banata. Izlaz je u priraštaju stanovništva, oživljavanju i revitalizaciji sela, kulturno-zabavnog života, biblioteke, doma kulture, sportske hale, zaposlenje, dotacije zemljoradnicima.

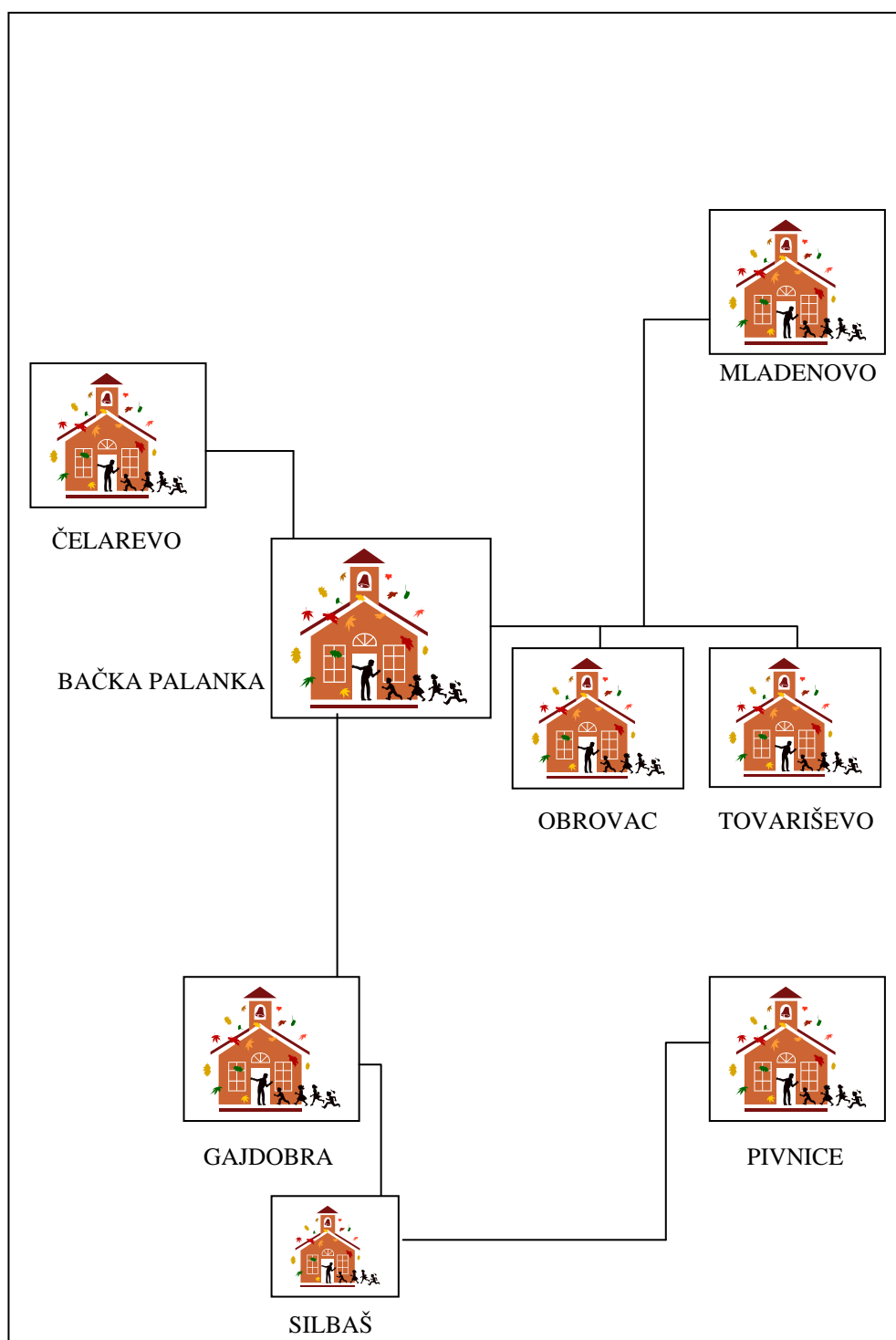
Uporedni pregledi predviđanja demografskog monitoringa u školstvu (škole na delu teritorije Južnobačkog okruga)



Slika broj 75.

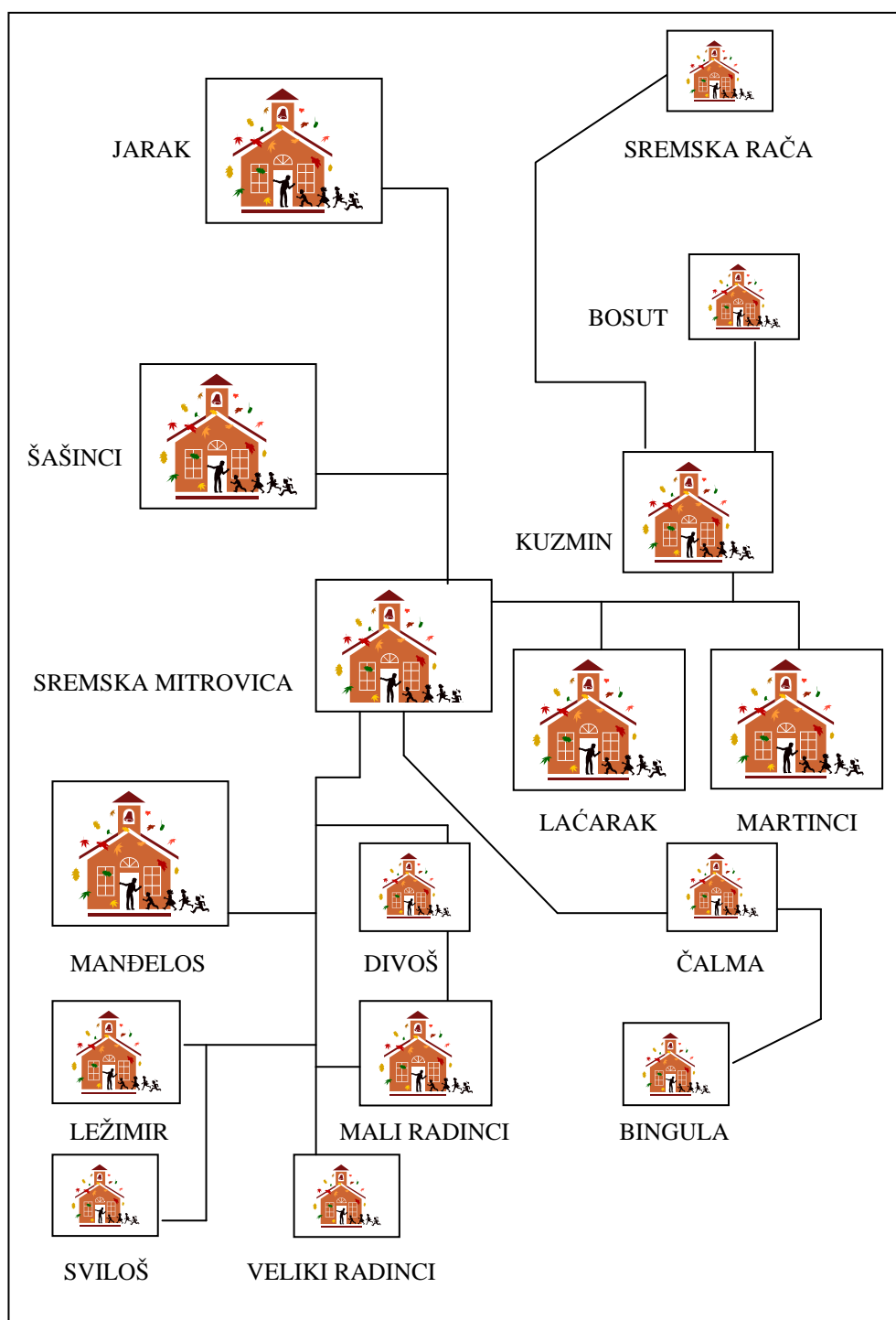
U algoritmima su prikazane škole na teritoriji Južnobačkog okruga, koje spadaju pod opštinu Bačka Palanka: Čelarevo, Neštin, Đipša, Obrovac, Karadorđevo, Mladenovo, Tovariševo, Nova Gajdobra, Gajdobra, Silbaš, Parage, Despotovo i Pivnice. Po demografskom monitoringu, osnovnoškolska populacija ima drastičnu silaznu putanju (depopulacija), koja se ogleda u zadnjih 15 godina. Ako se taj pad nataliteta nastavi, pojedinim školama sa ove opštine preći potpuno gašenje (videti sledeću stranicu).

Uporedni pregledi predviđanja demografskog monitoringa u školstvu
(škole na delu teritorije Južnobačkog okruga) Slika broj 76.



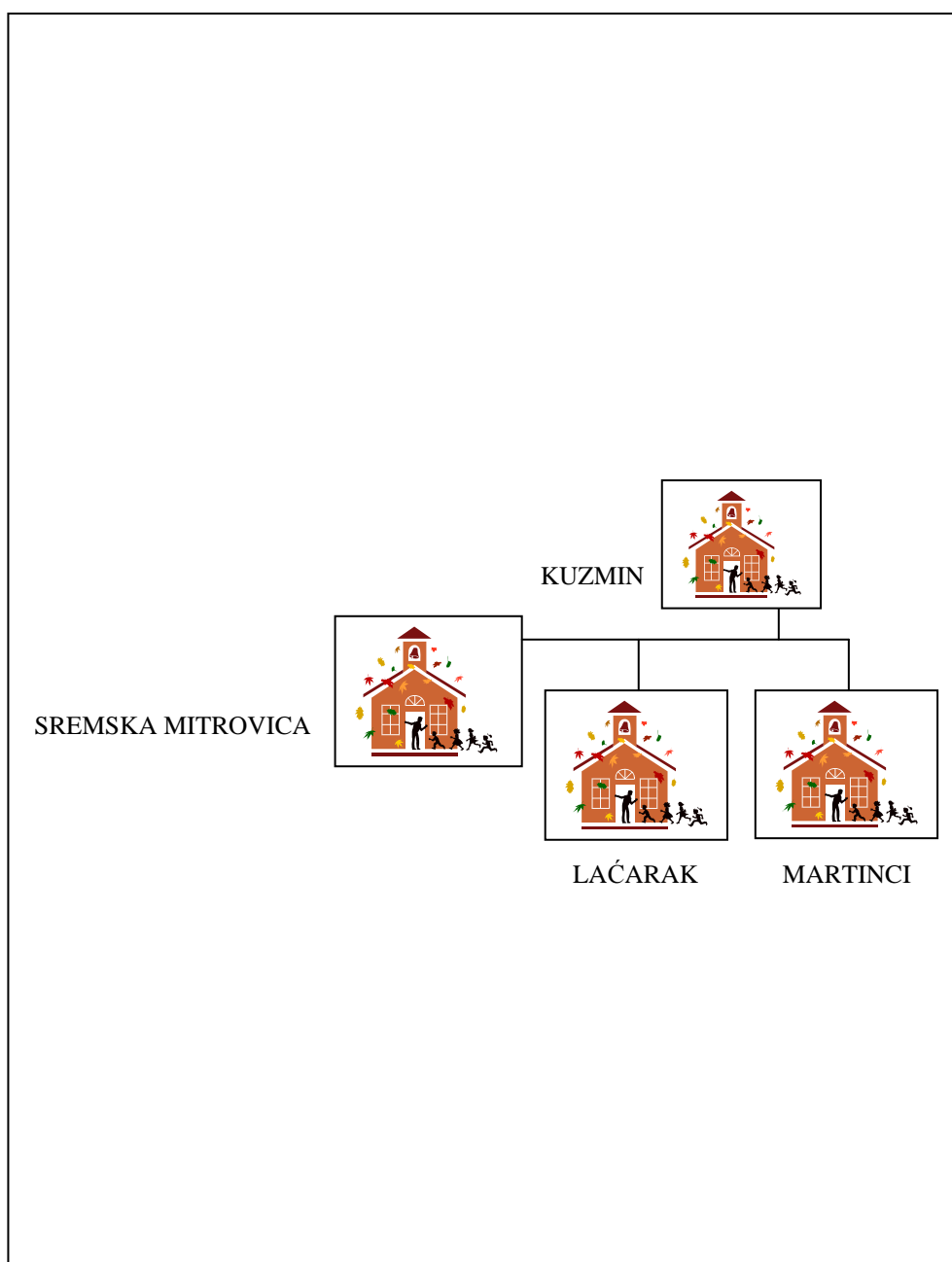
Školama sa drastično smanjenim brojem učenika (Neštin, Đipša, Nova Gajdobra, Parage, Despotovo, Karađorđevo) prethodi gašenje. Ostatak dece bi bio prebačen u osnovne škole u Bačkoj Palanci, Gajdobri, Silbašu i Mladenu. Ipak se nadamo da takva sumorna slika neće lančano krenuti celom teritorijom Bačke. Izlaz je u priraštaju stanovništva, oživljavanju i revitalizaciji sela, kulturno-zabavnog života, biblioteke, doma kulture, sportske hale, zaposlenju mladih, podsticaju proširenja porodice, dotacijama zemljoradnicima itd.

Uporedni pregledi predviđanja demografskog monitoringa u školstvu.
(škole na delu teritorije zapadnog Srema) Slika broj 77.



U algoritmima su prikazane škole na teritoriji zapadnog Srema, koje spadaju pod opštinu Sremska Mitrovica: Jarak, Šašinci, Laćarak, Martinci, Kuzmin, Bosut, Sremska Rača, Manđelos, Ležimir, Svilož, Divoš, Veliki Radinci, Mali Radinci, Čalma i Bingula. Po demografskom monitoringu, osnovnoškolska populacija ima drastičnu silaznu putanju (depopulacija), koja se ogleda u zadnjih 15 godina. Ako se takav pad nataliteta nastavi, pojedinim školama preči potpuno gašenje (videti sledeću stranicu).

Uporedni pregledi predviđanja demografskog monitoringa u školstvu.
(škole na delu teritorije zapadnog Srema) Slika broj 78.



Školama sa drastično smanjenim brojem učenika (Jarak, Šašinci, Ležimir, Mandelos, Sviloš, Čalma, Bingula, Bosut, Sremska Rača, Veliki Radinci, Mali Radinci) preči gašenje. Ostatak đaka bi bio prebačen u osnovne škole u Sremskoj Mitrovici i Kuzminu. Ovo je jedna od najdrastičnijih situacija na teritoriji AP Vojvodine. Ipak se nadamo da takva sumorna slika neće lančano krenuti celom teritorijom Srema. Izlaz je u priraštaju stanovništva, oživljavanju i revitalizaciji sela, kulturno-zabavnog života, biblioteke, doma kulture, sportske hale, zaposlenju mladih, podsticaju proširenja porodice, kao i dotacijama zemljoradnicima, otvaranju malih preduzeća itd.

3. PREDMET, PROBLEM, CILJ I ZADACI ISTRAŽIVANJA.

3.1. Predmet naučnoistraživačkog rada.

Predmet ovog naučnoistraživačkog rada je izdavaštvo i tržište sportske knjige u Republici Srbiji. Međutim, pošto je takvo tržište primarno i za izdavačko-knjižarsku delatnost, kao ciljna oblast i njen konstrukt, za sagledavanje svestranog problema u toj oblasti potrebno je sagledavanje niza činjenica koji su i direktnoj korelaciji sa predmetom istraživanja. Sportske knjige, kao i ostali izdavački projekti ne mogu se odvojiti od izdavačkih kuća koje ih objavljuju, niti se mogu odvojiti od edukativnog, kulturnog i medijskog polja u kome igraju veoma važnu ulogu.

Činjenica je da je sport postao jedan od izuzetno važnih faktora u životu velikog broja ljudske populacije na zemaljskoj kugli. Sport danas ima veliku podršku nauke i struke. U svetu su u poslednjoj deceniji pokrenuti međunarodni interdisciplinarni simpozijumu, na kojima se na visokom nivou prezentuju naučno-saznajne iskustvene spoznaje u vezi sa sportskim naukama i sportom uopšte. Međutim, sva događanja u vezi sa sportom prolaze i dolaze nova. Istorija je ta koja u svoje arhive sabira najdragocenije kaplje stvaranja vrhunskih sportista, pravih kolosa golemih pregnuća i promotera svojih naroda. Ali, i istorija ne može bez izdavačko-knjižarske delatnosti. O svemu onome što je bilo, ne bi se čitalo da nije pisane reči. I svi današnji događaji u sportu ili u bilo kojoj drugoj oblasti kao i informacije u vezi sa tim, bile bi žive sve dok žive i njihovi savremenici. Izdavačko-knjižarska delatnost ima veoma odgovoran zadatak za današnja pokolenja i ona koja dolaze, da to sve zabeleži, ilustruje i objavi, da bi o svemu ostali pisani i vizuelni tragovi.

Neopravdana su shvatanja da svestrana istraživanja u vezi sa jednim problemom mogu da se proučavaju isključivo u okviru jedne discipline npr. sociologije, već je nužan interdisciplinarn pristup u vezi sa posmatranim sistemom. Skoro da i nema autora koji su pokrenuli bilo kakva istraživanja u vezi sa proučavanjima tržišta sportske knjige, koje je neodvojivo od izdavačko-knjižarske delatnosti kao sastavnog dela multimedijske strukture. Autor ove doktorske disertacije je započeo takva istraživanja u našoj zemlji, i prezentovao ih u svom magistarskom radu. Međutim, veliki gubitak za sport, izdavaštvo, knjižarstvo, kao i za nauku uopšte – bio bi ako se ne bi proširila, nastavila i nadgradila započeta istraživanja, koja trebaju rezultirati u ovoj doktorskoj disertaciji novim naučnim informacijama i novim naučnim saznanjima, sa mogućnošću njihovih dragocenih primena u praksi.

Ova najnovija naučna istraživanja se neće odvojiti od strukture izdavaštva, niti od njegovog vitalnog dela – menadžmenta. Njemu se mora prići sa novim prilozima u strategiji i praktičnoj primeni upravljanja izdavačkim projektima, prvenstveno kroz intenzivnije uključivanje nauke psihologije menadžmenta i komunikacija, a naročito njenog sastavnog dela *poslovne sugestije*, što sve zajedno sa praktičnim delovanjem u komunikaciji sa tržištem knjige – treba da rezultira poboljšanjem ukupnog poslovanja izdavačko-knjižarskih kuća i grafičke delatnosti uopšte. Slabi uspesi ili češće neuspesi u miljeu izdavaštva i knjižarstva izazivali su vidnu demotivaciju i negativno-sresogene

posledice na ukupno poslovanje. Poznato je da svi stresori deluju na određenu živu materiju (ljudske resurse), a time indirektno zakače ceo sistem tehničke materije, koji zavisi isključivo od ljudskog znanja. Psihologija menadžmenta ima, između ostalog, zadatak da ukazuje na stresore i da vrši eliminaciju stresora, kao i da ponudi ideje za nova upravljanja znanjem i tehnologijama koje mu služe i pomažu. Korišćenje psihologije menadžmenta u izdavaštvu i knjižarstvu u proteklih pet decenija na našem tlu, nije bilo nikad u dobroj meri zastupljeno. Tamo gde je to bilo istraživano i primenjivano, uspesi su bili evidentni. Ipak, generalno gledano, izdavačko-knjižarska delatnost u Republici Srbiji je dopustila da je ponesu promene za koje se ona nije pripremila. Posledica takve nepripremljenosti je kontinuirano gašenje mnogih velikih društvenih izdavačkih kuća na prostorima cele bivše Jugoslavije. Mnogo ranije, pre intenzivnih promena u vezi sa situacijom na tržištu knjige, bilo je i pojedinačnih pokušaja da se u izdavačko-knjižarski menadžment unesu i primene formule nove strategije, što je nudilo novu nadu za bolju komunikaciju sa disperzionim tržištem knjige. U tome se, nažalost, nije istrajalo do kraja.

Da bi izdavaštvo i knjižarstvo Srbije krenuli u promene, bilo je potrebno pored logičkih pretpostavki uključiti i sve maštovite umetničke ideje (neobični dizajn) novih izdavačkih projekata, lucidne i hrabre autore knjiga, koji će preneti među korice knjiga nove informacije i novi stil, čime će isprovocirati uspavano tržište, tako što će se pokušati sasvim drugačije razmišljati u menadžmentu, novom strategijom i novim načinima se približiti kupcu.

Decenijama su se pravile i veoma krupne greške u sistemu marketinga. Smatrano je da bavljenje marketingom podrazumeva samo komunikaciju sa tržištem, da bi se "oslušivalo" to tržište, te da mu se nakon toga ponude proizvodi koje tržište hoće, što je bilo nedovoljno. Zbog čega nedovoljno? Pa zbog toga što sama komunikacija sa tržištem nije dovoljna, kao što nije dovoljna ni komunikacija nekog novinara sa poznatom ličnošću, ako novinar nema "britko oružje" u vidu dobro pripremljenog intervjua, pitanja, potpitanja, taktike, jer kroz jednu komunikaciju između persone X i persone Y, može da se rezultira zanimljivim saznanjima, a može da se ne dogodi ništa značajno. Ako bi se ovo pokušalo pojasniti i dovesti u kontekst sa marketingom i tržištem, onda cilj komunikacije je mnogo veći od obične informacije u vezi sa tržištem i o njegovim potrebama i željama šta neko tržište traži. Zbog toga nije dovoljno u menadžmentu i marketingu uključiti samo neke mogućnosti ekonomije, statistike, knjigovodstva, reinženjeringa, medija, već i nauke filozofije, neurofiziologije, psihologije... Međutim, ako se često kaže da filozofija obrađuje stare mudrosti, onda je činjenica da psihologija nudi nove mudrosti, mladost ideja u menadžmentu, mladost umetnosti u menadžmentu, mladost i svežinu u novim načinima komunikacija sa tržištem knjige, mladost u nauci ka putu promena...

Čovek je sastavni deo menadžmenta, a pošto on živi na način koji ne odražava njegove bitne mogućnosti, pa tako i samo organizovanje zvani *menadžment* i te kako ne odražava svoje bitne mogućnosti. Karl Marks je rekao: "*Čovek nije samo ono što trenutno jeste, nego i ono što može biti u najboljem smislu reči. Čovek kakav postoji u stvarnom iskustvu nije sve – istina o njemu nije samo u postojećim odnosima, nego i u mogućim*".

Predmet ove doktorske disertacije se dakle ne odnosi samo na ukazivanje stanja u izdavačko-knjižarskoj oblasti, kroz valjane analize i tvrdnje – već ima za cilj da pokaže novi mogući put ka transformaciji navedenog fokusa, uključivanjem psihologije menadžmenta, koja u sebi krije veoma moćnu snagu zvanu *sugestija*, sa dominantnom jačinom od bilo kakve logike, pa čak i od mnoštva postavljenih teorija. Sugestija je čedo volje, pa je zato kao i njena mati jača od intelekta. Stanište prave sugestije je u dubinskoj ljudskoj energiji, što sve skupa pokreće i rađa razne motive postignuća u menadžmentu, gde praksa i te kako poništi teoriju. Ovaj rad nema za cilj da se spori sa beziskustvenom teorijom, već da unese novo svetlo u odnosima teorije i prakse u izdavaštvu i knjižarstvu. Tamo gde praksa potpuno potisne (demantuje) teoriju, tamo je važno polje delovanja menadžmenta umetnosti, psihologije komunikacije – tamo svaka teorija gubi bitku. I, tada će borci za svoje "neoborive teorije" zavrteti glavom i reći: "Ako je nešto bilo teorijski nemoguće, a praktično moguće – onda postavljene teorije nisu bile dobre". Ne. Upravo ova doktorska disertacija i njeni rezultati će pokušati da dokažu suprotno: "Da dubinska ljudska energija zajedno sa *sugestijom* može da uzdrma 'čvrste' teorije iz oblasti menadžmenta, otvarajući zauzvrat pogled na nova polja svežih mladica naučnih istraživanja". Danas se preferira prednost timskog rada, ali zar se ne događa da nekog genija hoće da uguraju u deo nekog tima? Hoće da ga uguraju u prosečne pojedince, crpeći sve njegove sposobnosti i svu energiju, raspoređujući ih na sve podjednako u timu. Takvi slučajevi se već pojavljuju i na osnovnim studijama na fakultetima, tako što pojedini lošiji studenti često pronadu spasonosno okrilje u mentorskim grupama, dobijajući nezaslužene visoke ocene na osnovu golemog truda jednog ili par vrednih i talentovanih studenata, koji "vuku" celu mentorsku grupu ka uspehu. Ali, šta se npr. događa sa genijalnim pojedincem u unutar timskog rada nekog menadžmenta? Tada većina zaposlenih u operativnom, pa čak i u strateškom menadžmentu želi da za kratko vreme postanu kao on – genije, što je apsolutno nemoguće. Ali, šta je moguće? Moguće je da im talentovani pojedinac ili genije svojim dobrim savetima, edukacijom, predavanjima, seminarima i besedama pokrene vlastita uspavana čula, uspavanu energiju, omlitavelu volju, osvetli staništa ideja... Ako to njegov tim hoće da prihvati, onda će u tom timu početi da se stvaraju novi uspešni menadžeri. A, ako to njegove kolege neće da prihvate, već žele da on za njih skoro sve radi, da bude "lift" između strateškog i operativnog menadžmenta, onda taj genije postaje okamenjeni slučaj svojih brojnih mogućnosti. Da se to ne bi dogodilo, ova doktorska disertacija nudi rešenja u kojima pokušava dokazati da čovek-menadžer može biti veći od sebe, da gradi u svom biću kritičke teorije, za koga je realnost samo polazna tačka u traganju za nečim mogućim i mnogo boljim: da pravi odlične poslove za svoju kompaniju, da svojoj kompaniji nudi originalne inovacije, što će sve doprineti boljem pozicioniranju njegove firme na tržištu, kao i nemerljiv doprinos svojoj firmi u utakmici protiv konkurencije u okruženju. Ovaj rad nije samo naučni rad koji treba da ispuni sve procedure i da ponudi novu naučnu informaciju, već je ovaj istraživački rad i istinita priča kako se može postati najbolji menadžer među najboljima, ali priča iz koje mladi budući istraživači mogu da izvuku dobre pouke i da krenu ka vlastitim istraživačkim putevima, pa da čak kritičkim teorijama,

novim traganjima i stečenim iskustvom možda i prevaziđu najboljeg menadžera među najboljima. Ova doktorska disertacija obrađuje upravljanje izdavačkim projektima u kome je predmet istraživanja tržište sportske knjige i izdavačko-knjižarski menadžment, a naročito novi moderni eksterni menadžment u izdavaštvu i knjižarstvu prvenstveno, jer je on dobra perspektiva opstanka i boljeg poslovanja izdavačkih kuća. Prvi put je u ovaj istraživački rad u vezi sa izdavačko-knjižarskom delatnošću uključen i demografski monitoring školstva, koji je za početak istraživanja tržišta akcenat stavio na najmlađe osnovnoškolske populacije. Takođe, ova nova doktorska disertacija nudi i sveži naučni impuls, koji može poslužiti kao putokaz i ostalim vrstama menadžmenta, čija delatnost nije isključivo izdavačko-knjižarska...

3.2. Problem naučnoistraživačkog rada.

U nacrtu naučne zamisli ovog naučnog rada formulisan je problem istraživanja. Njegovim određenjem, uspostavlja se veza između naučnoteorijskog fonda i konkretnog projekta istraživanja. Problematika koja se istražuje ima društveni i naučni značaj.

Celokupna problemska orijentacija ovog istraživačkog rada, vezuje se za analizu stanja odnosa izdavaštvo-knjiga-sport-školstvo-demografija, zatim na problem bolje organizacije novog menadžmenta, sa akcentom na izdavačko-knjižarski menadžment (planiranje, organizovanje, usmeravanje i nadgledavanje) i prezentovanje novih priloga za moderniji **izdavačko-knjižarski eksterni menadžment** u kome bi znatnije bila zastupljena nauka *psihologija menadžmenta*, analiza rezultata klasičnog plasmana knjige u odnosu na plasman u kome bi bile uključene i mogućnosti primene psihologije i sugestije u službi delovanja kroz psihološko-komunikacione relacije na velike mase kupaca knjige. Takođe da se izvrše važne analize promašaja i pozitivnih koraka u istoj delatnosti, da se analizira odnos klasičnog u odnosu na eksterni menadžment, koji se ne zavlači u sebe i prevaziđene stereotipe, već se širi, buja, traga, pronalazeći i nova tržišta, nove komunikacije, pokreće se eksterno van upravljačkog jezgra, pa zbog toga i nosi ime *eksterni izdavačko-knjižarski menadžment*.

Da bi se došlo do novih i valjanijih analiza raznih mogućnosti menadžmenta u izdavaštvu i knjižarstvu, potrebna su istraživanja koja će biti usmerena na teritoriju Republike Srbije, odnosno na AP Vojvodinu kao odabranu regiju istraživanja. Da bi ova doktorska disertacija postala zanimljivija, u validna istraživanja će biti uključeni kako autentični objektivni (bibliometrijski) podaci, kao i širok prostor istraživanja i optimalan broj ispitanika, zatim šeme, tabele i dijagrami, tako i uporedne preglednike nekoliko različitih sistema organizacije upravljanja izdavačkim projektima, gde će uz najnovije instrumente, istraživanje i dobijene rezultate – ova doktorska disertacija ponuditi nove naučne informacije i dati potpuno novi doprinos nauci, a naročito istraživačima i istraživačkim timovima, koji nameravaju da se ozbiljno bave oblastima sportskih nauka, izdavačko-knjižarske (medijske strukture), menadžmenta i modernog marketinga 21. veka. Ova doktorska disertacija se bavi u našoj zemlji istraživanjima u vezi sa demografskim monitoringom školstva, jer bez mlade populacije i priraštaja stanovništva nema novih ljudskih resursa, te su takva istraživanja u prisnoj korelaciji i

sa školstvom, obrazovanjem, sportskom kulturom, kao i ukupnom strategijom naše zemlje i njenog pozicioniranja u svetu. Stanje demografskog monitoriga školstva je važno za naše ukupno izdavaštvo, te su i ta istraživanja striktno vezana za problem ovog naučnoistraživačkog rada, jer od stanja rasta populacije ili depopulacije najmlađih generacija umnogome zavisi i stanje izdavačko-knjižarskog sektora, literature, kao i oblasti sporta, školstva, kao i turizma na našim prostorima.

3.3. Cilj i zadaci naučnoistraživačkog rada

U teorijskom delu biće izvedena sistematizacija svih saznanja o afirmaciji knjige, menadžmenta, upravljanja izdavačkim projektima, eksternog menadžmenta knjige, upravljanja znanjem i marketingom, kao i komunikacijama, u empirijskom delu istraživanja postavljen je **generalni cilj** rada, a u vezi sa izdavačko-knjižarskom delatnošću i tržištem knjige. Generalni cilj je proveravanje svih zakonitosti u upravljačkim procesima u izdavaštvu i knjižarstvu, proveravanje kakav je odnos unutar ciljnih grupa (obuhvaćenih tržišnih regija): različiti fakulteti u našoj zemlji, osnovne i srednje škole u Republici Srbiji, sportske asocijacije i sportski klubovi, proveravanje stanja populacije u osnovnim školama (demografski monitoring škola), i sveukupno njihove komunikacije sa izdavačko-knjižarskom delatnošću, kao stožerom ovih istraživanja. Zatim da se proveru stav uzoraka ispitanika i ciljnih grupa iz svih regija, o svom stavu o budućem edukativnom projektu (udžbeniku za opštefizičko i zdravstveno obrazovanje), koji nedostaje kao veoma važan faktor osnovnoškolskog i srednjoškolskog fizičkog vaspitanja i teorijskog sticanja neophodnog znanja iz sporta i fizičke kulture u Republici Srbiji. Takođe, u generalni cilj ove doktorske disertacije svrstavaju se i sva istraživanja u vezi sa pronalaženjem načina za bolje upravljanje vremenom i prostorom u menadžmentu. U generalni cilj rada spada i pronalaženje novih puteva bolje organizacije izdavačkog menadžmenta i njegove glavne pokretačke snage eksternog menadžmenta, koji bi posle svih završenih istraživanja dobio sasvim nove konture u odnosu na dosadašnje organizacije klasičnog menadžmenta i marketinga u izdavaštvu. Takođe, u generalni cilj rada uključena su i istraživanja u vezi sa primenom novog eksperimentalnog programa intenzivnijeg uključivanja nauke poslovne psihologije menadžmenta u izdavačko-knjižarskoj delatnosti, na osnovu rezultata koji će biti dobijeni statističkim merenjem uporednih preglednika klasičnog plasmana knjige i merenjem eksternog sistema plasmana knjige, u kome će biti intenzivnije uključena psihologija (sugestija) kao specifičan vid komunikacije sa kupcima. **Generalni cilj** ovog naučnoistraživačkog rada će biti, da se utvrdi kretanje upravljanja promenama da li na gore ili na bolje, da se utvrdi stepen zadovoljstva ciljnih grupa, postojanje stereotipa i u kojoj meri. Da se utvrdi intenzitet pritužbi mladih, njihovih škola, i direktora tih škola, učitelja, nastavnika, profesora, psihologa, pedagoga, defektologa, kao i univerzitetskih profesora doktora nauka i asistenata, u gledištima prema sportu, edukaciji, fizičkoj kulturi, nadgradnji, medijima itd. Da bi se u ovoj novoj doktorskoj disertaciji realizovao predmet i postavio **cilj istraživanja**, i da bi istraživanja ispunila zahteve naučnoistraživačkog rada, neophodno je da se izvrše sledeći **zadaci**:

1. Utvrđivanje stava svih ispitanika u vezi sa školskim obrazovanjem iz domena fizičke kulture i sportskih nauka, kroz objavljivanje udžbenika za osnovnoškolsko i srednjoškolsko fizičko obrazovanje.
2. Utvrđivanje stava kod svih ispitanika u vezi sa širom informisanošću iz sportskih nauka i pokrivanja nedostatka udžbenika koji nedostaje. Zatim da se utvrdi stanje prema stereotipima između svih faktora koji eventualno postoje u ciljnim grupama koje će se anketirati.
3. Utvrđivanje stavova svih ciljnih grupa prema boljem upravljanju vremenom i prostorom, kao i eliminaciji «praznog hoda» između njih i izdavaštva.
4. Utvrđivanje razlike između ciljnih grupa (respondenata) na tri različita fakulteta i to: Fakultet za menadžment iz Novog Sada, Fakultet fizičke kulture u Novom Sadu i Fakultet za sport i turizam iz Novog Sada, kao i ciljne grupe osnovnih i srednjih škola Republike Srbije (AP Vojvodine).
5. Utvrđivanje karakteristika, homogenost stavova u svim ciljnim grupama u odnosu na objavljivanje prvog udžbenika iz fizičke kulture i sporta za učenike osnovnih i srednjih škola u Republici Srbiji.
6. Utvrđivanje učestalosti stava o snabdevenosti sportskom literaturom, o komunikaciji sa izdavačkim kućama u zemlji (posebno za svaku ciljnu grupu koje će činiti profesori univerziteta i njihovi studenti).
7. Utvrđivanje razlika po učestalosti između univerzitetskih profesora različitih fakulteta i njihovih studenata po stavovima o snabdevenosti sportskom knjigom i o njihovim komunikacijama sa izdavačima.
8. Utvrđivanje učestalosti stava o snabdevenosti sportskom literaturom i o saradnji sa izdavačima, utvrditi posebno za svaku ciljnu grupu (profesore i studente).
9. Utvrđivanje razlika po učestalosti između univerzitetskih profesora raznih fakulteta i studenata po stavovima u vezi sa snabdevenošću sportskom literaturom, kao i o njihovim komunikacijama i saradnji sa izdavačkim kućama.
10. Utvrđivanje razlika u realizacijama produkcije i plasmana knjige između sistema klasične prodaje knjige (knjižare) i načina plasmana intenzivnom komunikacijom na terenu – eksternim menadžmentom.
11. Utvrđivanje i poređenje dobijenih rezultata demografskog monitoringa škola.
12. Utvrđivanje razlika u realizacijama ostvarenih prometa knjige između različitih načina komunikacije sa kupcima knjige.
13. Utvrđivanje razlika u plasmanu sportske i standardne knjige u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine).

Posle svih završnih analiza i dobijenih podataka, sa podjednakom pažnjom će biti razmotrena i sva druga važna pitanja za koja će naknadno biti utvrđeno da su od značaja za potpunije i svestranije osvetljavanje problema koji se istražuje, i sa zadatkom definisanja i interpretiranja rezultata naučnog rada.

4. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Organizovanje istraživanja je jedan od najvažnijih postupaka u istraživačkom radu. Svakako da izbor metode istraživanja uvek zavisi od cilja istraživačkog rada i najvažnijih podataka sa kojima se raspolaže. Iz knjige Dobrivoja Mihailovića, «Metodologija naučnih istraživanja», izdavač Fakultet organizacionih nauka, Beograd, 2004. god. se kaže: «Potpuni projekat istraživanja sadrži i način istraživanja, kao deo kojim se preciziraju istraživački postupci koji će biti izvedeni tokom realizacije istraživanja. Način istraživanja uopšteno možemo shvatiti kao sistem misaonih i tehničkih postupaka kojima se realizuje istraživanje. Taj sistem je determinisan predmetom i ciljem istraživanja, a posebno formulisanim hipotezama i indikatorima. Na način istraživanja utiče izabrani filozofski pravac, naučna teorija i metoda. Kao istraživački projekat i njegov poseban deo – način istraživanja se može shvatiti poput naučnog dokumenta i istraživačko-operativnog plana. Projektom se naglašava korišćenje **opšte naučne metode**, a to mogu biti statistička metoda, metoda modelovanja ili aksiomska metoda. Izabranom opštenaučnom metodom se konkretizuje opštefilozofski pogled na svet, ali određuje shvatanje o prirodnim ili društvenim karakteristikama istraživanog predmeta. Vrsta istraživanja donekle određuje opštenaučnu metodu. Kod empirijskih istraživanja najčešće se primenjuje statistička metoda. Predmet i cilj opredeljuju jednu od opštenaučnih metoda. One su uglavnom saglasne operacionalno definisanom predmetu, a zatim cilju, hipotezama i indikatorima»⁴⁸

Međutim, ovaj naučni rad kao doktorska disertacija, predstavlja istraživanja transverzalnog karaktera, koje će biti realizovano primenom bibliografskog, empirijskog i statističkog metoda, jer se smatralo da će se na takav način doći do željenog cilja.

Što se tiče dizajna ovog istraživačkog rada, metodološkom pristupu se prišlo veoma pažljivo, s obzirom da su i predmet i cilj istraživanja u tesnoj vezi sa osetljivom populacijom ispitivanja – mladim generacijama, učenicima oba pola osnovnih i srednjih škola i visokoškolskih ustanova, kojima ovaj rad ima za cilj da poboljša sticanje znanja i novih otkrića, kroz sportsku literaturu i udžbenike (učila) koja im nedostaju.

4.1. Identifikovanje varijabli (ključni izrazi).

U ovom istraživačkom radu biće zastupljene *nezavisne i zavisne varijable*.⁴⁹ Terminološka odrednica *varijabla* potiče od francuske reči (variable) što znači matematičko promenljiva veličina, promenljiva vrednost. Ti ključni izrazi su podeljeni na nezavisne i zavisne. Pojave za koje se pretpostavlja da prethode drugim pojavama, da su njihovi antecedenti (činioci) uzroci ili uslovi njihovog javljanja su *nezavisne varijable*, kao i razni aspekti fizičke i socijalne okoline, a tu spadaju i neke bitne organske karakteristike (zanimanje, obrazovanje, starost, pol, mesto rođenja, mesto stanovanja itd.). *Zavisne varijable* su pojave koje se žele upoznati, razumeti i objasniti (ponašanje ljudi u socijalnim situacijama, svojstva osoba i grupa koja se ispoljavaju kroz takvo ponašanje). *Zavisne varijable* su na osnovu iskustva i prethodnih istraživanja, pretpostavlja se da su

⁴⁸ Dobrivoje Mihailović (2004), Metodologija naučnih istraživanja, FON, Beograd, str. – 99, 100, 101.

⁴⁹ Bratoljub Klaić (1984), Rječnik stranih riječi, "Nakladni zavod MH", Zagreb, str. - 1407

konsekvence ili efekti određenih pojava koje su klasifikovane kao nezavisne varijable (na sledećem prikazu).

Identifikovanje nezavisnih i zavisnih varijabli naučnog rada:

Redni broj	NEZAVISNE VARIJABLE (uzroci) broj i karakteristike ispitanika (respond.) ili činioci	ZAVISNE VARIJABLE (posledice) odgovori (distribucije) na osnovu upitnika i merenja.
1.	Zanimanje ispitanika (student, magistar, asistent pripravnika, univerzitetski profesor, profesor u srednjoj školi, učenik, direktor osnovne i srednje škole, defektolog, pedagog, psiholog, sportski trener...), pol (muški-ženski), raspon različitih godišta, finansijske mogućnosti. Broj koji držimo pod kontrolom, nez. v.	Distribucije stavova po upitnicima: odnos prema sportu, edukaciji, knjizi, izdavačko-knjižarskom sektoru, nadgradnji, koji su podeljeni po poljima istraživanja: sociološko, edukativno, psihološko, pedagoško, menadžersko, marketinško, kao i u kombinaciji različitih polja ispitivanja. Stavovi po distributivnom redosledu (zavisne v.).
2.	Glavni činioci različitih sistema plasmana knjige: trg. putnik, akviziter, kolporter, knjižar, eksterni menadžer, kataloški prodavac knjiga, virmanista. Pol: oba pola. God.razl.	Distribucije podataka realizovanog plasmana knjige (prethodni period 1980-1984. godine), kao zavisne var. Zavisna varijabla kao posledica.
3.	U istraživanju demografskog monitoringa, nezavisne varijable su škole R. Srbije, AP Vojvodine.	Distribucije (frekvencije) priraštaja ili depopulacije osnovnoškolske populacije za poslednjih 10 godina (zav. v.).
4.	Nezavisne varijable su knjižare Republike Srbije (AP Vojvodine). Uzorak od 29 knjižara.	Distribucije (frekvencije) po protokolu godišnje knjižarske prodaje standardne i sportske literature (zavisne v.).
5.	Centralni elektronski katalog bibliografskih podataka Matice srpske i Narodne biblioteke Srbije Beograd.	Distribucije o broju izdatih knjiga sportske literature i udžbenika za osnovne i srednje škole, za period 2004-2006. godine (zavisne varijable).

Po prikazanoj šemi iz grupe pod rednim brojem 1. identifikovano je 5 nezavisnih i 5 zavisnih varijabli, pod brojem 2. identifikovana je jedna nezavisna i jedna zavisna varijabla, pod brojem 3. je jedna nezavisna i jedna zavisna varijabla, pod brojem 4. identifikovana je jedna nezavisna i jedna zavisna varijabla, pod brojem 5. je jedna nezavisna i jedna zavisna varijabla. Ukupno je identifikovano 18 varijabli, i to 9 nezavisnih i 9 zavisnih, s tim što je u grupi pod brojem 5. zavisna varijabla promenljivog karaktera.

4.2. Izbor uzoraka ispitanika

Ispitivanje mišljenja učesnika ankete je sprovedeno na terenu Republike Srbije i to na dve regije: Vojvodina i Mačva, a određen je reprezentativni uzorak od **284** respondenta (fakulteti, škole, institucije sporta, klubovi), kao i uzorak od **5.500** učenika o. š.

1. **Grupa A** – Fakultet za menadžment u Novom Sadu, sa dve podgrupe i to:
A₁ (profesori i zaposleni na Fakultetu za menadžment), ukupan uzorak **19** ispitanih.
A₂ (studenti PDS, studenti I, II, III, IV godine svih smerova), uzorak **29** ispitanika.
2. **Grupa B** – Fakultet za sport i turizam iz Novog Sada, sa dve podgrupe:
B₁ (profesori, zaposleni na Fakultetu za sport i turizam, N. Sad), uzorak **6** ispitanih.
B₂ (studenti PDS, studenti I, II, III godine studija), uzorak od **19** ispitanika.
3. **Grupa C** – Fakultet fizičke kulture iz Novog Sada, sa dve podgrupe i to:
C₁ (profesori zaposleni na Fakultetu fizičke kulture), ukupan uzorak **12** ispitanika.
C₂ (studenti PDS, studenti I, II, III, IV godine FFK), ukupan uzorak **31** ispitanik.
4. **Grupa D** – uzorci iz osnovnih i srednjih škola Republike Srbije:
D₁ (direktori osnovnih škola Republike Srbije), uzorak ispitanika **42**.
D₂ (direktori srednjih škola Republike Srbije), uzorak ispitanika **18**.
D₃ (učenici osnovnih škola VII razr.), uzorak ispitanih **70**.
D₄ (učenici srednjih škola I i III razreda), uzorak ipitanih **31**.
5. **Grupa E** – (Pokrajinski zavod za sport u Novom Sadu, SANS Novi Sad, Centar borilačkih veština «Budo» iz Novog Sada), ukupan uzorak od **7** ispitanika.
6. **Grupa F** – Uzorak od **5.500** učenika iz 11 škola Republike Srbije, za potrebe istraživanja demografskog monitoringa u školstvu, za poslednjih 10 godina.
7. **Grupa G** – Uzorak za merenje akviziterske prodaje knjige (**32** akvizitera) predstavnika 8 različitih izdavačkih kuća u SFRJ, i (1) eksterni menadžer knjige.
8. **Grupa H** – Uzorak **6** predstavnika različitih načina plasmana knjige za merenje različitih načina plasmana knjige iz 6 izdavačkih kuća u SFRJ, radi merenja poređenja plasmana knjige, koju ostvaruje (1) eksterni menadžer u izdavaštvu.
9. **Grupa I** – Uzorak od **29** knjižara većih gradova Srbije (AP Vojvodine), radi istraživanja nivoa kupovanja i korišćenja sportske literature, kao i obim ponude i potražnje sportske knjige, sa uporednim preglednikom o plasmanu standardne knjige u knjižarama za 2006/2007. godinu.

4.3. Sredstva (instrumenti) naučnoistraživačkog rada.

Za ispitivanje mišljenja i stavova ispitanika u ovom radu primenjeno je deskriptivno istraživanje (distribucijom stavova). Istraživanje na terenu ovde je sprovedeno tehnikom *formalnog strukturiranog komuniciranja*. Strukturirana komunikacija između ispitivača (anketara) i ispitanika (respondenta) se realizovala putem kreiranih upitnika. *Upitnik kao instrument* istraživanja je najpogodniji jer omogućava ujednačenost u sprovođenju istraživanja i opredeljuje formu popunjavanja što olakšava preciznu analizu.

U ovom novom naučnom radu (doktorskoj disertaciji), u okviru svih empirijskih istraživanja primenjena je tehnika anketiranja ispitanika sa kreiranim pitanjima po skali Likertovog tipa⁵⁰, petostepeni, jer se smatralo da su oni veoma pogodni za prikupljanje informacija i podataka, u skladu sa utvrđenim problemom, ciljem, i postavljenim zadacima. Upitnici su kreirani kao petostepeni, četvorostepeni i vođeni, kao veoma prikladniji i bolji od dihotomnih upitnika sa zatvorenim pitanjima, pogotovu što se petostepenim upitnikom omogućuje veća lepeza odgovora, a time same rezultate ovih istraživanja čini kompletnijim i svestranijim.

U ovom naučnoistraživačkom radu je ukupno korišćeno 8 vrsta upitnika:

1. **Upitnik po skali Likertovog tipa (petostepeni) sa 19 pitanja.**
2. **Upitnik po skali Likertovog tipa (petostepeni) sa 9 pitanja.**
3. **Upitnik (četvorostepeni) sa 7 pitanja.**
4. **Upitnik demografskog monitoringa školstva za period 1996-2005.**
5. **Upitnik za empirijsko istraživanje plasmana knjige akvizicija – eksterni menadžment, na teritoriji AP Vojvodine.**
6. **Upitnik za empirijsko istraživanje frekvencija 6 načina plasmana knjige.**
7. **Upitnik za bibliometrijsko istraživanje po podacima Centralnog elektronskog kataloga naučno-kulturne ustanove Matice srpske iz N. Sada.**
8. **Upitnik u vezi sa protokolom za unos frekvencija plasmana knjiga u knjižarama (standardne i sportske literature).**

Na sledećim stranicama naučnoistraživačkog rada, prikazani su svi kreirani upitnici, sa svojom formom i sadržinom, korišćeni u ovim naučnim istraživanjima. Sva pitanja na upitnicima su postavljena jasno i nedvosmisleno, pitanja su kratka i sređena, direktno postavljena ispitanicima, bez alternativnih rešenja, nisu sugestivne prirode i ne sadrže nepoznate izraze, gramatički i sintaksički su pravilno oblikovana i potpuno logična, a težinom i formom prilagođena su kategoriji ispitanika.

U vezi sa kreiranjem upitnika, vodilo se računa o optimalnom broju pitanja koja su uneta u upitnike, i sa kojima se nije preterivalo, radi dobijanja elementarne informacije, i što je takođe olakšavalo statističke obrade, a dobijene podatke činilo interpretabilnijim. Svi navedeni principi su uključeni u formulisanju kreiranih upitnika. Za ova istraživanja u vezi sa poštovanjem principa za kreiranje upitnika, uvažavane su sugestije koje u svojoj najnovijoj knjizi „Metodologija naučnih istraživanja“, nudi prof. dr Dušan Perić (poglavljje *Tehnika anketiranja*, 4.2., str. 99, 100, 101).

⁵⁰ Skala Likertovog tipa, konstruisao je američki psiholog Rensis Likert, 1933. godine. Iz knjige Mr Milivoja Došenovića, Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature, Domla-publishing“, Novi Sad, 2006. str. – 204. Podaci uzeti i iz knjige D. Mihailovića, Metodologija naučnih istraživanja, FON, Beograd, str. – 194, 195.

PRIKAZ SVIH UPITNIKA KAO INSTRUMENTA ISTRAŽIVANJA (korišćeni u ovom naučnom radu, sa formom i sadržinom)

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa 19 pitanja:

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama R. Srb. nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.					
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.					
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.					
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.					
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.					
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.					
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.					
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».					
9	Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.					
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.					
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.					
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.					
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.					
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.					
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju					
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».					
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.					
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.					
19	Između naše ustanove (fakulteta) i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».					

Ciljna jedinica i mesto: _____
 Za ciljnu jedinicu ime i prezime, zanimanje: _____

Matrica upitnika je korišćenja pri ispitivanju ciljnih grupa: 3 fakulteta (jedan državni i dva privatna), Pokrajinski zavod za sport, SANS u Novom Sadu, Centar borilačkih veština «Budo», Novi Sad, iz uzetih prigodnih uzoraka.

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa 9 pitanja:

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	Smatrate li da u školama nedostaje šire obrazovanje iz sportskih nauka.					
2	Smatrate li da profesori i nastavnici fizičkog moraju imati nadgradnju.					
3	Fiskulturna sala u mojoj školi zadovoljava moje potrebe.					
4	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.					
5	U školama je potrebno povremeno organizovati kviz iz sporta.					
6	Pri školama je važno imati rekreativno obrazovanje.					
7	Smatrate li da učenici nedovoljno posećuju školske biblioteke.					
8	U školama predmet «fizičko» nema isti tretman kao ostali predmeti.					
9	Udžbenik iz fizičkog i zdravstvenog vaspitanja ne bi mi bio suvišan.					

Naziv škole (osnovna-srednja) i mesto: _____
Ime i prezime učenika i razred: _____

Matrica upitnika je korišćena pri ispitivanju učenika osnovnih i srednjih škola Republike Srbije (AP Vojvodine).

Četvorostepeni Upitnik za distribuciju stavova, sa pitanjima:

Redni broj	Formulacija pitanja	DA	NE	Delimično	Bez odgovora
1	Smatrate li da vam nedostaje udžbenik za fizičko i zdravstveno vaspitanje.				
2	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.				
3	Smatrate li da vam je interesantnija ponuda knjiga direktno preko predstavnika nego Internetom.				
4	Primećujete li «prazan hod» u komunikaciji sa izdavačima.				
5	Da li je vaš bibliotečki fond dovoljno snabdeven monografijama.				
6	Da li država Srbija uvođenjem PDV-a ugrožava knjigu.				
7	Da li vaši profesori i učitelji sebe nadgrađuju bibliotečkim fondom.				

Naziv škole i mesto: _____
Direktor škole: _____

Matrica upitnika je korišćena pri ispitivanju predstavnika škola u Republici Srbiji. Za škole (osnovne i srednje) kao pravne subjekte, upitnike su popunjavali direktori.

UPITNIK ZA EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

(demografski monitoring rasta ili pada osnovnoškolske populacije, vukovaca, kupovine knjiga za biblioteke, lektire i nagrade učenicima).

Naziv škole:	
Mesto:	
Regija:	

Godina:	I raz.	II raz.	III raz.	IV raz.	V raz.	VI raz.	VII raz.	VIII raz.	Vukovci	Knj. za bibl.	Knj. za lekt.	Knj. za nagr.
1996.												
1997.												
1998.												
1999.												
2000.												
2001.												
2002.												
2003.												
2004.												
2005.												

Mesto i datum: _____ Direktor škole: _____

Po Upitniku se istraživalo i stanje rasta ili pada snabdevanja sportske knjige za školske biblioteke, rast ili opadanje broja vukovaca, distribucija kupovanja knjiga za lektiru. Period istraživanja zadnjih 10 godina (1995-2006) na teritoriji Republike Srbije (AP Vojvodine).

Upitnik za empirijsko istraživanje distribucije knjiga – akvizicija
u periodu od 5 godina.

Akviziteri iz firmi:	broj akvizitera	dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
V. Karadžić, Bgd.					
Mladost, Zagreb					
Rad, Beograd					
Prosveta, Beograd					
Nolit, Beograd					
Globus, Zagreb					
BIGZ, Beograd					
Sloboda, Beograd					

Upitnik za empirijsko istraživanje plasmana knjige – eksterni menadžment u periodu od 5 godina.

PREDUZEĆA	broj firmi	dnevni broj kupaca knjiga	ukupno dana godišnje	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
Novi Sad					
Sombor					
Subotica					
Vršac					
Zrenjanin					
Kikinda					
Pančevo					
Sr. Mitrovica					

Upitnik za empirijsko istraživanje ukupnog godišnjeg plasmana knjige eksternog menadžera za celu teritoriju AP Vojvodine (period 5 godina)

Eksterni menadžer knjige	prosečan broj firmi	prosečan dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina					

Napomena: Trajanje poslova eksternog menadžera obračuto je na period od 11 meseci, zbog jednog meseca korišćenog (odbijenog perioda) godišnjeg odmora.

Upitnik za uporedni pregled ostvarene realizacije u raznim načinima plasmana knjige: (u svakom načinu prodaje anketiran je po jedan izvršilac koji radi godišnje 11 meseci, osim knjižare koja vrši plasman knjige tokom svih 12 meseci)

Upitnik obrađuje period plasmana knjige od 5 godina.

Redni broj:	NAČIN PRODAJE	UKUPNA KOLIČINA PRODATIH KNJIGA			
		Dnevna pro.	Nedeljna pro.	Mesečna pr.	Godišnja pr.
1	Knjižarski (knjižara)				
2	Ulične tezge				
3	Izložbe u firmama				
4	Kataloško-kancelarijski				
5	Sajamski				
6	Eksterni menadžment				

Upitnik za bibliometrijska merenja objavljene literature iz sporta u Republici Srbiji za period 2004-2006.

Redni broj	Objavljene i odštampane knjige iz sporta, šira tematika, period 2004-2006. god.	Broj naslova	Redni broj	Objavljeni udžbenici iz fizičke kulture i sporta, period 2004-2006. god.	Broj naslova
1	Monografije, borilački sportovi, ekipni sportovi.		5	Udžbenici za fakultete fizičke kulture	
2	Knjige i priručnici iz lova, ribolova i streljaštva.		6	Udžbenici iz fizičke kulture za osnovne i srednje škole u Republici Srbiji.	
3	Knjige o konjičkom sportu i o sportu sa životinjama.				
4	Knjige o sportovima na vodi i o sportovima u vazduhu.				

Iz Centralnog elektronskog kataloga Narodne biblioteke iz Beograda i Biblioteke Matice srpske iz Novog Sada. Bibliometrijski podaci se odnose na period od 2004-2006. godine.

UPITNIK ZA BIBLIOMETRIJSKA MERENJA
PLASMANA RAZNE LITERATURE I SPORTSKE KNJIGE

Skala protokola za unos frekvencija plasmana knjiga 2006/2007. godine u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine) za distribuciju prometa knjige.

Redni broj i vrsta knjiga	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatuta				
2. Sportske knjige				

Knjižara: _____ Poslovođa: _____

Datum: _____ Mesto anketirane knjižare: _____

Po ovom istraživačkom instrumentu dobijeni su podaci frekvencija prodaje razne literature i prodaje sportske knjige u knjižarama, kao ciljnim grupama Republike Srbije (AP Vojvodine), za aktivni period poslovanja knjižara od 12 meseci, 2006/2007. godine.

Svih osam upitnika su kreirani tako da obezbede pribavu primarnih informacija. Anketiranje je sprovedeno *na prigodnim uzorcima*. Da bi se upitnik lakše obradio, pitanja su grupisana na osnovu oblasti koje obrađuju, u više celina, i to:

- 1) **Snabdevenost sportskom literaturom** će se posmatrati kao jedna celinu, koju čine pitanja 1, 2, 9, 12, 13, 15, 16 i 18.
- 2) **Saradnja izdavaštva sa jedne strane, i osnovnoškolskih, visokoškolskih ustanova sa druge strane** u vezi sa produkcijom sportske knjige čine pitanja 4, 5, 7, 8.
- 3) Celinu «**Ostali stavovi**» čine pitanja 3, 6, 10, 14 i 19.
- 4) Pitanja na upitnicima za statističku analizu **demografskog monitoringa**.
- 5) Pitanja u vezi sa protokolima **plasmata knjiga u knjižarama R. Srbije**.

Pitanja 1 i 14 odnose se na edukativno polje.

Pitanja 2 i 12 odnose se na edukativno-marketinško polje.

Pitanja 3 i 15 odnose se na edukativno-psihološko polje.

Pitanja 4, 7, 8, 16, 18 i 19 odnose se na marketinško-menadžersko polje.

Pitanja 5 i 11 odnose se na marketinško-sociološko polje.

Pitanja 6 i 13 odnose se na marketinško polje.

Pitanja 9 i 17 odnose se na edukativno-sociološko polje.

Pitanje 10 odnosi se na sociološko polje.

Upitnik sa 19 pitanja namenjen je ispitanicima tri fakuleta u Novom Sadu (dva privatna i jedan državni), zatim institucijama sporta (SANS i Pokrajinski zavod za sport, kao i sportskom klubu).

Petostepeni upitnik skale Likertovog tipa, za uzorak učenicima osnovnih i srednjih škola Republike Srbije (područje Mačve i Vojvodine), sadrži 9 pitanja:

Pitanja 1, 2, 4, 5 i 6, odnose se na edukativno polje.

Pitanje 3 odnosi se na psihološko-edukativno polje.

Pitanja 7 i 9 odnose se na edukativno-marketinško polje.

Pitanje 8 odnosi se na edukativno-psihološko-sociološko polje.

Četvorostepeni upitnik (sadrži 7 pitanja postavljena školama - direktorima škola)

Pitanje 1 odnosi se na edukativno polje.

Pitanje 2 odnosi se na menadžersko polje.

Pitanje 3 odnosi se na polje menadžmenta i komunikacija.

Pitanje 4 odnosi se na marketinško-menadžersko polje.

Pitanje 5 odnosi se na edukativno-marketinško polje.

Pitanje 6 odnosi se na sociološko polje.

Pitanje 7 odnosi se na edukativno-psihološko polje.

Za realizovanje cilja naučnoistraživačkog rada planirano je i sprovedeno obimno terensko ispitivanje koje je iziskivalo velike materijalne troškove, ali je ispitivanje bilo primereno potrebama terenskog prikupljanja podataka, mišljenja i stavova. Uzete su matrice za kreiranje upitnika po tipu skale Rensisa Likerta sa 19 pitanja i 5 mogućih vrsta odgovora (sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne

slažem se, apsolutno se ne slažem), koji su korišćeni za ispitanike 3 novosadska fakulteta (jednog državnog i dva privatna), zatim sportske asocijacije (2), sportski zavod (1), sportski klub (1). Zatim upitnici za učenike osnovnih i srednjih škola u Republici Srbiji, takođe po Likertovoj skali sa 9 pitanja i 5 mogućnosti odgovora. Kreiran je i upitnik (četvorostepeni) sa mogućnošću odgovora (da, ne, delimično, bez odgovora), koji će se koristiti u anketiranju ispitanika (direktora osnovnih i srednjih škola Republike Srbije), kao i upitnici demografskog monitoringa školstva, namenjeni uzorku od 5.500 učenika osnovnih škola AP Vojvodine, zatim upitnik (protokol) za frekvencije plasmana standardne i sportske literature u Republici Srbiji knjižarske mreže, kao i upitnici za merenje prometa knjige, a promet je realizovan na šest različitih načina prenetovanja knjige tržištu.

4.4. Obrade podataka – matematičko-statističke metode.

Podaci su obrađeni odgovarajućim matematičko-statističkim postupcima. Primljeni postupci i njihov redosled primene imaju svoje mesto u naučnoistraživačkom radu. Potrebno je voditi računa da se što je moguće manje izgube informacije do kojih se došlo u toku istraživanja. Redosled primene postupaka je od izuzetne važnosti kako za zaključivanje tako i za blagovremenu eliminaciju i uključivanje pojedinih karakteristika, pitanja, koja će omogućiti kvalitetniji nastavak istraživanja.

Da bi se izbeglo gubljenje informacija, pronalaženjem najfinijih veza i saznanja, na neparametrijskim veličinama, izvršeno je skaliranje podataka postupkom Lankastera na tabelama kontingencije. Ovim postupkom se, na osnovu učestalosti, svakoj klasi pridružuje realan broj. Skalirano obeležje ima normalnu raspodelu $N(0,1)$, odnosno obeležje je normalizovano.⁵¹

Postupak skaliranja na tabelama kontingencije po Lankasteru preslikava, na osnovu učestalosti po klasama, neparametrijskih veličina u parametrijske sa normalnom raspodelom $N(0,1)$.

Preslikavanjem podataka iz niže skale u višu skalu, tako da skalirano obeležje ima normalnu raspodelu $N(0,1)$ omogućuje primenu postupaka koji su vezani za skalu razmere. Činjenica da je na skaliranim vrednostima moguća primena postupaka vezanih za skalu razmere, ukazuje da na ovaj način dolazi do novih saznanja u istraživačkom radu, do kojih se nebi došlo primenom postupaka i metod vezanih za neparametrijske skale. Skaliranje podataka ne isključuje primenu neparametrijskih testova. Naprotiv na osnovu njih u pojedinim situacijama će se dobiti saznanja do kojih je nemoguće doći bez primene parametrijskih testova.

Na osnovu izloženog vidi se da je na skaliranim podacima moguća primena diskriminativne analize, Rojev test i χ^2 –test Pirsonov i Čuprov koeficijent povezanosti.

⁵¹ U ovom delu naučnog rada korišćen je deo istraživačkog materijala i rezultata istraživanja iz knjige mr Milivoja Došenovića, Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature, Domla-publishing, Novi Sad, 2006. str. – 50, 51.

5. FUSNOTE I DELA:

1. Alison Baverstok (2001), Marketing u izdavaštvu, "Klio", Beograd, str. – 6, 7, 8.
2. Prof. dr Dušan Ristić (1999), Osnovi menadžmenta, "Cekom", Novi Sad-Beograd, str. – 47,49.
3. Prof. dr Milan Tomić (2001), Menadžment u sportu, IP "Astimbo", Beograd, str. – 43.
4. Mala enciklopedija Prosveta (1979), IP Prosveta, Beograd, str. – 740, 741, 742 (treći tom).
5. Mihailo S. Petrović (1951), Ogled iz istorije štampe, NIP Udruženje novinara NRS, Beograd, str. – 7-12, 116-119.
6. Prof. dr Dragan Koković (2004), Sport i mediji, "Fakultet za uslužni biznis", Novi Sad, str. – 19, 20, 21.
7. Mr Žarko Albulj (1994), 1001 razlog zbog kojeg ljudi kupuju knjigu, IP "Luta studio mono", Beograd, str.– 59, 60.
8. Milisavljević, M. (1979), Marketing, Ekonomski fakultet – Tanjug Beograd, str. – 119.
9. Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 18.
10. Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 18, 22.
11. Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 19.
12. Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 22,23.
13. Dr Safet Krkić (1985), Knjiga roba, da ili ne, "Glas", Banjaluka, str. – 22,23.
14. Milivoje Došenović (2001), Kako prodati knjigu, "Domla-publishing", Novi Sad, str. – 91, 92.
15. Gordon Dryden and Jeannette Vos (2001), The Learning Revolution: To change the way the world learns. The Learning Web, Torrance CA, USA, and Auckland, New Zealand.
16. Branko Juričević (1984), Knjiga i razvoj, "Znanje", Zagreb, str.– 134, 135, 136.
17. Petar Andrić (1971), Roman o knjizi, Centar za prosvetu, kulturu i obrazovanje, Batajnica-Beograd, str. – 16-19, 20-27, 31-32.
18. Petar Jonović (2001), Šta knjižar treba da zna, "LDIJ", Veternik, str.– 6, 93-250
19. Dr Željko Vučković (2003), Javne biblioteke i javno znanje, Matica srpska, Novi Sad.
20. Karl Segan (1983), Kosmos, „Otokar Keršovani-Rijeka“, Opatija, str. – 18, 19, 20, 21, 332-337.
21. Dr Radovan Vuković (1997), Teorija fizičke kulture, FFK, Novi Sad, str. – 9, 10, 12, 13.
22. Dr Milka Oljača (1996), Pedagogija sporta, FFK, Novi Sad, str. – 5, 6.
23. Prof. dr Spasoje Bjelica (1997), Sociologija, Dnevnik, Novi Sad, str. – 334.
24. Slobodan Hranisavljević (2001), Mladi i kultura sporta, Beograd, str. – 5.
25. Alison Baverstok (2001), Marketing u izdavaštvu, "Klio", Beograd, str. – 306, 307.

26. Žak Gone (2001), *Obrazovanje i mediji*, "Klio", Beograd, str. – 41, 42, 43.
27. Bratoljub Klaić (1984), *Rječnik stranih riječi*, Nakladni zavod MH, Zagreb, str. – 1240.
28. Iz Centralnog elektronskog kataloga Srbije, Biblioteke Matice srpske iz Novog Sada (UDC 796, 797, 798, 799), od 2004-2006. godine.
29. Mr Milivoje Došenović (2006), *Henri Ford - njegov život i njegovo delo*, "Domla-publishing", Novi Sad, str. – 65, 66.
30. Mr Milivoje Došenović (2006), *Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature*, Domla-publishing, Novi Sad, str. – 9-32, 37, 38.
31. Mr Milivoje Došenović, *Upravljanje izdavačkim projektom*, Domla-publishing, Novi Sad, 2006. str. – 36, 37, 38.
32. Sa skupa izdavača održanog u Rimskoj dvorani biblioteke Beograda, "Blic", Beograd, 19. 11. 2004. str. – 14.
33. PDV, porez na dodatnu vrednost, uveden uredbom Ministarstva finansija Republike Srbije, od 1. 01. 2005. godine.
34. Milivoje Došenović (2002), *Kako prodati knjigu*, "Domla-publishing", Novi Sad, str. – 135, 136.
35. Bratoljub Klaić (1984), *Rječnik stranih riječi*, Nakladni zavod MH, Zagreb, str. – 362.
36. Dr Volter Dil Skot, dr Delton T. Hauard (1995), *Veština pridobiti čoveka kao oruđe životnog uspeha*, "Stilos", Novi Sad, str. – 11, 32, 33.
37. Mala enciklopedija Prosveta (1978), "Prosveta", Beograd, str. – 562.
38. Milivoje Došenović (2002), *Kako prodati knjigu*, "Domla-publishing", Novi Sad, str. – 102, 103, 104.
39. Robert Eskarpit (1972), *Revolucija knjige*, Prosvjeta, Zagreb, str. – 158, 159.
40. *Katalog jugoslovenskih izdavača*, Udruženje izdavača i knjižara Jugoslavije, Beograd, 2000. str. – 7-219.
41. Bratoljub Klaić, *Rječnik stranih riječi*, NZMH, Zagreb, 1984. (centripetalne tendencije), str. – 217.
42. Prof. dr Ratko Dunđerović (2004), *Osnovi psihologije menadžmenta*, FaM, Novi Sad, str. – 218, 220, 221.
43. Iz knjige Alison Baverstok (2001), *Marketing u izdavaštvu*, Klio, Beograd, str. – 13.
44. Javni servis Srbije, nacionalni dnevnik, Beograd, 24.03. 2007. (RZ za statistiku).
45. Prof. dr Dušan Đošić (1996), *Demografija sa statistikom*, Filozofski fakultet u Novom Sadu, MP "Stilos", Novi Sad, str. – 9.
46. Prof. dr Dušan Đošić (1996), *Demografija sa statistikom*, Filozofski fakultet u Novom Sadu, MP "Stilos", Novi Sad, str. – 14, 15, 16.
47. *Pravoslavlje* (novine Srpske patrijaršije), Beograd, 1. 03. 2007. str. – 8, 9, 10.
48. Dobrivoje Mihailović (2004), *Metodologija naučnih istraživanja*, FON, Beograd, str. – 99, 100, 101.
49. Bratoljub Klaić (1984), *Rječnik stranih riječi*, "Nakladni zavod MH", Zagreb, str. – 1407.

50. Skala Likertovog tipa, konstruisao je američki psiholog Rensis Likert, 1933. godine. Detaljnije o tome piše D. Mihailović u knjizi Metodologija naučnih istraživanja, FON, Beograd, 2004. god. – str. 194, 195.
51. U ovom delu naučnog rada korišćen je deo istraživanja i rezultata iz knjige mr Milivoja Došenovića, Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature, Domla-publishing, Novi Sad, 2006. str. – 50, 51.
- * Bratoljub Klaić (1984), Rječnik stranih riječi, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb, str. – 1374 (trijera).

6. OBRAĐENI PODACI I URAĐENE ANALIZE.

Posle anketiranja svih ispitanika po skali Likertovog tipa petostepenog upitnika, kao i anketiranja po skali četvorostepenog upitnika i podele popunjenih upitnika po regijama i ciljnim grupama, izvršena je kontrola i svih drugih popunjenih upitnika, i nakon toga se pristupilo preciznoj obradi podataka (deskriptivnom metodom) na nivou procentnog izražavanja i frekvencija odgovora na pojedina pitanja i tako sređeni podaci razvrstani su po grupama u odgovarajuće tabele koje imaju svoje dodatke dijagrame.

Tako se postupilo i sa distribucijom u vezi sa frekvencijama plasmana standardne i sportske literature u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine), kao i distribucija po uporednim preglednicima ostvarenih realizacija mogućim različitim sistemima prodaje knjige na tržištu Republike Srbije (AP Vojvodine).

Istraživanje rasta i depopulacije osnovnoškolske omladine u školama AP Vojvodine, vršeno je po posebno kreiranim upitnicima, a podaci su obrađivani neparametrijskim postupcima.

Prilikom obrade podataka korišćene su i statističke metode HI-kvadrat test, Pirssov koeficijent kontingencije, Rojev test, i analiza razlika između posmatranih grupa.

U ova najnovija naučna istraživanja uključeni su i delovi empirijskih naučnih istraživanja objavljenih kao nadgradnja magistarske teze autora ove doktorske disertacije i nova istraživanja autora-doktoranda u 2007. godini, na teritoriji Republike Srbije (AP Vojvodina i deo teritorije Mačve). Što se tiče same klime u komunikacijama sa ispitanicima, sve je proteklo u najboljem redu. Komentari su bili pozitivne prirode, sa željom svih ispitanika da ovakvi radovi pokrenu promene i doprinesu poboljšanju sticanja boljeg znanja i nadgradnje u oblasti sporta i fizičke kulture, kao i velika podrška izdavačko-knjižarskim kućama da prevaziđu trenutne svoje teške poslovne probleme koje svi imaju poslednjih godina. Sa posebnim zadovoljstvom su svi ispitanici prihvatili da učestvuju u naučnoistraživačkom radu doktora, jer je vezan i za stanje izdavaštva i nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji.

Komentari svih ispitivanih uzoraka: profesora, doktora nauka, njihovih asistenata, direktora škola, zatim pedagoga, psihologa, defektologa, sociologa, pa i diplomiranih pravnika su bili pretežno mišljenja da su ovakva istraživanja uvek dobrodošla, i da reorganizacija nastave mora konačno da započne na drugačijim osnovama. Takođe je iskazana i velika ljubaznost od strane škola AP Vojvodine, koje su učestvovala u demografskom delu istraživanja, i sa posebnim uzorkom od 5.500 svojih učenika. Takođe su ova istraživanja dobila punu podršku od mnogih knjižara, koje su učestvovala kao prigodni uzorak naučnog rada.

Buduća reorganizovanja se više ne mogu bazirati na jednokratnim procesima administrativnih reformi u našoj zemlji. Takođe su mnogi ispitanici izjavili da specijalisti sporta (profesori, nastavnici, treneri, pedagozi, psiholozi itd), ne mogu biti izolovani.

Svi ispitanici iz ciljnih grupa i regija su prisno učestvovali na popunjavanju upitnika i bez bilo kakve sugestije ispitivača – upisivali svoje odgovore po svom nađenju, sledeći svoju logiku i potrebe, zarad svoje bolje budućnosti sa sportom i knjigom.

Što se tiče bibliometrijskog istraživanja, iz ustanove Biblioteke Matice srpske u Novom Sadu su dobijene sve tražene informacije iz Centralnog elektronskog kataloga Srbije za period 2004-2006. godinu, što je veoma pomoglo da se dođe do tačnih i verodostojnih podataka vezanih za broj objavljenih knjiga i udžbenika iz sporta i fizičke kulture u periodu za poslednje 2 godine.

Istraživanja u oblasti demografskog monitoringa bila su veoma naporna, jer su za ova istraživanja uzeti precizni podaci od 11 škola Republike Srbije (sa uzorkom od ukupno 5.500 učenika), za poslednjih 10 godina o stanju u školama, sa akcentom na demografsku sliku i odgovore na sociološko-edukativna pitanja. To je bilo veoma teško, jer većina škola nemaju takve podatke, ili takvi podaci nisu kompjuterizovani, tako da je bilo izvesnih teškoća da se uzme još veći uzorak za ovaj naučni rad, ali se ipak uspelo u tome. Veoma je važno što su i odabrani uzorci knjižare prisno učestvovali na kreiranom upitniku ovog naučnoistraživačkog rada, tako da su na osnovu i tih podataka sačinjeni protokoli o realizacijama prometa u knjižarama za celu 2006. godinu, gde će se po rezultatima moći sagledati jasnija slika odnosa ponude i tražnje sportske literature.

Podaci su obrađeni odgovarajućim matematičko-statističkim postupcima. Primljeni postupci i njihov redosled primene imaju svoje mesto u naučnoistraživačkom radu. Potrebno je voditi računa da se što je moguće manje izgube informacije do kojih se došlo u toku istraživanja. Redosled primene postupaka je od izuzetne važnosti kako za zaključivanje tako i za blagovremenu eliminaciju i uključivanje pojedinih karakteristika, obeležja, koja će omogućiti kvalitetniji nastavak istraživanja.

Da bi se izbeglo gubljenje informacija, pronalaženjem najfinijih veza i saznanja, na neparametrijskim veličinama, izvršeno je skaliranje podataka postupkom Lankastera na tabelama kontigencije. Ovim postupkom se, na osnovu učestalosti, svakoj klasi pridružuje realan broj. Skalirano obeležje ima normalnu raspodelu $N(0,1)$, odnosno obeležje je normalizovano. Postupak skaliranja na tabelama kontigencije po Lankasteru preslikava, na osnovu učestalosti po klasama, neparametrijskih veličina u parametrijske sa normalnom raspodelom $N(0,1)$. Preslikavanjem podataka iz niže skale u višu skalu, tako da skalirano obeležje ima normalnu raspodelu $N(0,1)$ omogućuje primenu postupaka koji su vezani za skalu razmere. Činjenica da je na skaliranim vrednostima moguća primena postupaka vezanih za skalu razmere, ukazuje da na ovaj način dolazi do novih saznanja u istraživačkom radu, do kojih se nebi došlo primenom postupaka i metod vezanih za neparametrijske skale. Skaliranje podataka ne isključuje primenu neparametrijskih testova. Naprotiv, na osnovu njih u pojedinim situacijama će se dobiti saznanja do kojih je nemoguće doći bez primene parametrijskih testova.

Na osnovu izloženog vidi se da je na skaliranim podacima moguća primena diskriminativne analize, Rojev test i χ^2 –test Pirsonov i Čuprov koeficijent povezanosti.

7. REZULTATI NAUČNOISTRAŽIVAČKOG RADA

7.1. Distribucija stavova^{**}

Grupa A₁

FAKULTET ZA MENADŽMENT U NOVOM SADU (FAM)

(profesori i zaposleni na FaM-u, ukupan uzorak od 19 ispitanika).

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Skala broj 1

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.	9 47,36%	7 36,84%	2 10,52%	1 5,26%	-
2	Smatrate li da je škola potrebna i rečnik, leksikon sporta.	8 42,10%	6 31,57%	4 21,05%	1 5,26%	-
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.	6 31,57%	9 47,36%	3 15,78%	1 5,26%	-
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.	6 31,57%	8 42,10%	3 15,72%	2 10,52%	-
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.	7 36,84%	4 21,05%	4 21,05%	4 21,05%	-
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.	1 5,26%	8 42,10%	8 42,10%	2 10,52%	-
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	6 31,57%	7 36,84%	4 21,05%	2 10,52%	-
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».	5 26,31%	10 52,63%	3 15,72%	1 5,26%	-
9	Vaš bibliotekski fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.	-	1 5,26%	10 52,63%	6 31,57%	2 10,52%
10	Država porezima na knjigu ugrožava škole i izdavače.	7 36,84%	4 21,05%	5 26,31%	3 15,72%	-
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.	11 57,89%	5 26,31%	3 15,72%	-	-
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.	5 26,31%	6 31,57%	7 36,84%	1 5,26%	-
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.	-	3 15,72%	7 36,84%	4 21,05%	5 26,31%
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	8 42,10%	8 42,10%	1 5,26%	2 10,52%	-
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos obrazov.	9 47,36%	6 31,57%	2 10,52%	1 5,26%	1 5,26%
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».	4 21,05%	7 36,84%	6 31,57%	1 5,26%	1 5,26%
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.	6 31,57%	7 36,84%	4 21,05%	2 10,52%	-
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.	3 15,72%	5 26,31%	9 47,36%	2 10,52%	-
19	Između našeg fakulteta i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».	6 31,57%	4 21,05%	9 47,36%	-	-

^{**} Rezultati su korišćeni iz knjige mr Milivoja Došenovića, Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature, "Domla-publishing", Novi Sad, 2006. godine, sa str. – 52, 56, 68, 76, 84, 92, 100, 107, 114, 128-198.

Grupa A₂

FAKULTET ZA MENADŽMENT U NOVOM SADU (FAM)

(studenti PDS, studenti I, II, III, IV godine svih smerova, ukupan uzorak 29 ispitanika)

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

:

Skala broj 2

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.	11 37,93%	13 44,82%	2 6,89%	3 10,34%	-
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.	5 17,24%	12 41,37%	9 31,03%	3 10,34%	-
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.	10 34,48%	10 34,48%	8 27,58%	1 3,44%	-
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.	8 27,58%	15 51,72%	5 17,24%	-	1 3,44%
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.	6 20,68%	9 31,03%	10 34,48%	4 13,79%	-
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.	4 13,79%	8 27,58%	10 34,48%	5 17,24%	2 6,89%
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	8 27,58%	15 51,72%	5 17,24%	-	1 3,44%
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».	8 27,58%	14 48,27%	6 20,68%	1 3,44%	-
9	Vaš biblioteki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.	3 10,34%	2 6,89%	8 27,58%	8 27,58%	8 27,58%
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.	14 48,27%	6 20,68%	6 20,68%	3 10,34%	-
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.	12 41,37%	7 24,13%	6 20,68%	4 13,79%	-
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.	10 34,48%	9 31,03%	5 17,24%	4 13,79%	1 3,44%
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.	1 3,44%	5 17,24%	10 34,48%	11 37,93%	2 6,89%
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	13 44,82%	8 27,58%	4 13,79%	3 10,34%	1 3,44%
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos obrazov.	13 44,82%	11 37,93%	4 13,79%	-	1 3,44%
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».	9 31,03%	12 41,37%	5 17,24%	3 10,34%	-
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.	14 48,27%	6 20,68%	7 24,13%	2 6,89%	-
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.	13 44,82%	6 20,68%	7 24,13%	3 10,34%	-
19	Između našeg fakulteta i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».	6 20,68%	7 24,13%	11 37,93%	5 17,24%	-

Grupa B₁

FAKULTET ZA SPORT I TURIZAM IZ NOVOG SADA (TIMS)
(zaposleni profesori na Fakultetu za sport i turizam, uzorak od 6 ispitanika)

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Skala broj 3

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.	3 50%	1 16,66%	2 33,33%	-	-
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.	2 33,33%	2 33,33%	1 16,66%	1 16,66%	-
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.	3 50%	2 33,33%	-	-	1 16,66%
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.	4 66,66%	1 16,66%	1 16,66%	-	-
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.	2 33,33%	2 33,33%	2 33,33%	-	-
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.	3 50%	2 33,33%	1 16,66%	-	-
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	2 33,33%	2 33,33%	2 33,33%	-	-
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».	3 50%	3 50%	-	-	-
9	Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.	1 16,66%	1 16,66%	4 66,66%	-	-
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.	4 66,66%	1 16,66%	-	1 16,66%	-
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.	3 50%	2 33,33%	-	1 16,66%	-
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.	2 33,33%	-	2 33,33%	1 16,66%	1 16,66%
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.	-	1 16,66%	2 33,33%	3 50%	-
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	3 50%	1 16,66%	2 33,33%	-	-
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos obrazov.	3 33,33%	1 16,66%	2 33,33%	-	-
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».	1 16,66%	2 33,33%	3 50%	-	-
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.	2 33,33%	2 33,33%	1 16,66%	1 16,66%	-
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.	3 50%	1 16,66%	2 33,33%	-	-
19	Između našeg fakulteta i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».	1 16,66%	1 16,66%	3 50%	1 16,66%	-

Grupa B₂

FAKULTET ZA SPORT I TURIZAM IZ NOVOG SADA (TIMS)
(studenti PDS, studenti I, II, III godine studija, uzorak od 19 ispitanika)

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Skala broj 4

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.	13 68,42%	3 15,78%	3 15,78%	-	-
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.	6 31,57%	10 52,63%	2 10,52%	1 5,26%	-
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.	15 78,94%	4 21,05%	-	-	-
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.	6 31,57%	6 31,57%	7 36,84%	-	-
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.	6 31,57%	8 42,10%	4 21,05%	1 5,26%	-
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.	5 26,31%	6 31,57%	5 26,31%	2 10,52%	1 5,26%
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	3 15,78%	7 36,84%	8 42,10%	-	1
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».	5 26,31%	6 31,57%	7 36,84%	1 5,26%	-
9	Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.	4 21,05%	1 5,26%	9 47,36%	-	5 26,31%
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.	7 36,84%	7 36,84%	4 21,05%	1 5,26%	-
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.	8 42,10%	9 47,36%	2 10,52%	-	-
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.	8 42,10%	8 42,10%	3 15,78%	-	-
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.	1 5,26%	7 36,84%	8 42,10%	-	3 15,78%
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	15 78,94%	2 10,52%	2 10,52%	-	-
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos obrazov.	14 73,68%	4 21,05%	1 5,26%	-	-
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».	7 36,84%	6 31,57%	6 31,57%	-	-
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.	11 57,89%	4 21,05%	4 21,05%	-	-
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.	6 31,57%	10 52,63%	2 10,52%	-	1 5,26%
19	Između našeg fakulteta i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».	5 26,31%	5 26,31%	6 31,57%	2 10,52%	1 5,26%

Grupa C₁
FAKULTET FIZIČKE KULTURE IZ NOVOG SADA (FFK)
(profesori zaposleni na FFK, uzorak od 12 ispitanika)

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Skala broj 5

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.	10 83,33%	1 8,33%	1 8,33%	-	-
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.	3 25,00%	4 33,33%	4 33,33%	1 8,33%	-
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.	4 33,33%	4 33,33%	3 25,00%	-	1 8,33%
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.	7 58,33%	5 41,66%	-	-	-
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.	3 25,00%	6 50,00%	2 16,66%	1 8,33%	-
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.	-	2 16,66%	6 50,00%	3 25,00%	1 8,33%
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	6 50,00%	4 33,33%	1 8,33%	1 8,33%	-
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».	6 50,00%	1 8,33%	4 33,33%	1 8,33%	-
9	Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.	3 25,00%	1 8,33%	4 33,33%	4 33,33%	-
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.	7 58,33%	-	2 16,66%	2 16,66%	1 8,33%
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.	10 83,33%	-	1 8,33%	1 8,33%	-
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.	3 25,00%	3 25,00%	6 50,00%	-	-
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.	4 33,33%	1 8,33%	-	3 25,00%	4 33,33%
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	7 58,33%	3 25,00%	1 8,33%	-	1 8,33%
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos obrazov.	7 58,33%	3 25,00%	1 8,33%	-	1 8,33%
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».	1 8,33%	6 50,00%	2 16,66%	2 16,66%	1 8,33%
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.	4 33,33%	2 16,66%	3 25,00%	1 8,33%	2 16,66%
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.	6 50,00%	1 8,33%	2 16,66%	1 8,33%	2 16,66%
19	Između našeg fakulteta i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».	2 16,66%	6 50,00%	2 16,66%	2 16,66%	-

Grupa C₂

FAKULTET FIZIČKE KULTURE IZ NOVOG SADA (FFK)
(studenti PDS, studenti I, II, III, IV godine FFK, ukupan uzorak od 31 ispitanik)

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Skala broj 6

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.	17 54,83%	7 22,58%	4 12,90%	3 9,67%	-
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.	10 32,25%	9 29,03%	7 22,58%	5 16,12%	-
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.	20 64,51%	8 25,80%	3 9,67%	-	-
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.	7 22,58%	10 32,25%	10 32,25%	3 9,67%	1 3,22%
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.	12 38,70%	6 19,35%	11 35,48%	2 6,45%	-
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.	8 25,80%	8 25,80%	9 29,03%	6 19,35%	-
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	7 22,58%	14 45,16%	9 29,03%	1 3,22%	-
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».	7 22,58%	16 51,61%	8 25,80%	-	-
9	Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.	3 9,67%	6 19,35%	11 35,48%	8 25,80%	3 9,67%
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.	9 29,03%	8 25,80%	8 25,80%	4 12,90%	2 6,45%
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.	13 41,93%	10 32,25%	5 16,12%	-	3 9,67%
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.	11 35,48%	8 25,80%	11 35,48%	1 3,22%	-
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.	2 6,45%	3 9,67%	13 41,93%	9 29,03%	4 12,90%
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	21 67,74%	6 19,35%	3 9,67%	1 3,22%	-
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos obrazov.	16 51,61%	13 41,93%	-	2 6,45%	-
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».	9 29,03%	10 32,25%	11 35,48%	1 3,22%	-
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.	12 38,70%	8 25,80%	9 29,03%	2 6,45%	-
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.	15 48,38%	7 22,58%	8 25,80%	1 3,22%	-
19	Između našeg fakulteta i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».	7 22,58%	11 35,48%	12 38,70%	-	1 3,22%

Grupa D₁
DISTRIBUCIJA STAVOVA OSNOVNIH ŠKOLA U REPUBLICI CRBICI
(predstavnici direktori osnovnih škola, ukupan uzorak 42 škole)

Četvorostepeni Upitnik za distribuciju stavova, sa pitanjima:

Skala broj 7

Redni broj	Formulacija pitanja	DA	NE	Delimično	Bez odgovora
1	Smatrate li da vam nedostaje udžbenik za fizičko i zdravstveno vaspitanje.	35 83,33%	3 7,14%	4 9,52%	-
2	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	26 54,76%	1 2,38%	15 35,71%	-
3	Smatrate li da vam je interesantnija ponuda knjiga direktno preko predstavnika nego Internetom.	35 83,33%	4 9,52%	3 7,14%	-
4	Primećujete li «prazan hod» u komunikaciji sa izdavačima.	27 64,28%	5 11,90%	8 19,04%	2 4,76%
5	Da li je vaš bibliotečki fond dovoljno snabdeven monografijama.	1 2,38%	28 66,66%	13 30,95%	-
6	Da li država Srbija uvođenjem PDV-a ugrožava knjigu.	38 90,47%	-	1 2,38%	3 7,14%
7	Da li vaši profesori i učitelji sebe nadgrađuju bibliotečkim fondom.	14 33,33%	6 14,28%	20 47,61%	2 4,76%

Grupa D₂
DISTRIBUCIJA STAVOVA SREDNJIH ŠKOLA U REPUBLICI CRBICI
(predstavnici direktori srednjih škola, ukupan uzorak 18 škola).

Četvorostepeni Upitnik za distribuciju stavova, sa pitanjima:

Skala broj 8

Redni broj	Formulacija pitanja	DA	NE	Delimično	Bez odgovora
1	Smatrate li da vam nedostaje udžbenik za fizičko i zdravstveno vaspitanje.	17 94,44%	-	1 5,55%	-
2	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	14 77,77%	-	3 16,66%	1 5,55%
3	Smatrate li da vam je interesantnija ponuda knjiga direktno preko predstavnika nego Internetom.	15 83,33%	2 11,11%	1 5,55%	-
4	Primećujete li «prazan hod» u komunikaciji sa izdavačima.	12 66,66%	1 5,55%	5 27,77%	-
5	Da li je vaš bibliotečki fond dovoljno snabdeven monografijama.	3 16,66%	7 38,88%	8 44,44%	-
6	Da li država Srbija uvođenjem PDV-a ugrožava knjigu.	13 72,22%	1 5,55%	1 5,55%	3 16,66%
7	Da li vaši profesori i učitelji sebe nadgrađuju bibliotečkim fondom.	14 77,77%	1 5,55%	1 5,55%	2 11,11%

Grupa D₃
DISTRIBUCIJA STAVOVA UČENIKA OSNOVNIH ŠKOLA U REPUBLICI SRBIJI
(uzet uzorak od 70 ispitanika, učenika VII razreda)

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Skala broj 9

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	Smatrate li da u školama nedostaje šire obrazovanje iz sportskih nauka.	33 47,14%	12 17,14%	13 18,57%	10 14,28%	2 2,85%
2	Smatrate li da profesori i nastavnici fizičkog moraju imati nadgradnju.	38 54,28%	12 17,14%	11 15,71%	3 4,28%	6 8,57%
3	Fiskulturna sala u mojoj školi zadovoljava moje potrebe.	3 4,28%	7 10%	7 10%	17 24,28%	36 51,42%
4	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	14 20%	7 10%	21 30%	13 18,57%	15 21,42%
5	U školama je potrebno povremeno organizovati kviz iz sporta.	50 71,42%	12 17,14%	5 14,28%	1 1,42%	2 2,85%
6	Pri školama je važno imati rekreativno obrazovanje.	55 78,57%	8 11,42%	4 5,71%	3 4,28%	-
7	Smatrate li da učenici nedovoljno posećuju školske biblioteke.	38 54,28%	11 15,71%	8 11,42%	5 14,28%	8 11,42%
8	U školama predmet «fizičko» nema isti tretman kao ostali predmeti.	30 42,85%	16 22,85%	14 20%	5 14,28%	5 14,28%
9	Udžbenik iz fizičkog i zdravstvenog vaspitanja ne bi mi bio suvišan.	23 32,85%	12 17,14%	9 12,85%	15 21,42%	11 15,71%

Grupa D₄
DISTRIBUCIJA STAVOVA ZA UČENIKE SREDNJIH ŠKOLA U REPUBLICI SRBIJI
(učenci I i III razreda srednje škole, ukupan uzorak od 31 ispitanika)

Skala broj 10

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	Smatrate li da u školama nedostaje šire obrazovanje iz sportskih nauka.	11 35,48%	8 25,80%	9 29,03%	2 6,45%	1 3,22%
2	Smatrate li da profesori i nastavnici fizičkog moraju imati nadgradnju.	7 22,58%	6 19,35%	11 35,48%	6 19,35%	1 3,22%
3	Fiskulturna sala u mojoj školi zadovoljava moje potrebe.	1 3,22%	2 6,45%	7 22,58%	13 41,93%	8 25,80%
4	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	5 16,12%	3 9,67%	9 29,03%	9 29,03%	5 16,12%
5	U školama je potrebno povremeno organizovati kviz iz sporta.	16 51,61%	3 9,67%	6 19,35%	6 19,35%	-
6	Pri školama je važno imati rekreativno obrazovanje.	17 54,80%	9 29,00%	4 12,90%	1 3,22%	-
7	Smatrate li da učenici nedovoljno posećuju školske biblioteke.	12 38,70%	6 19,35%	9 29,03%	2 6,45%	2 6,45%
8	U školama predmet «fizičko» nema isti tretman kao ostali predmeti.	9 29,03%	10 42,88%	6 19,35%	4 12,90%	2 6,45%
9	Udžbenik iz fizičkog i zdravstvenog vaspitanja ne bi mi bio suvišan.	11 35,48%	4 12,90%	2 6,45%	9 29,03%	5 16,12%

Grupa E

DISTRIBUCIJA STAVOVA

(zaposleni iz Pokrajinskog zavoda za sport u Novom Sadu, SANS Novi Sad, Centar borilačkih veština «Budo» iz Novog Sada (ukupan uzorak 7 ispitanika).

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Skala broj 11

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.	6 85,71%	1 14,28%	-	-	-
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.	4 57,14%	1 14,28%	2 28,56%	-	-
-3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.	4 57,14%	1 14,28%	2 28,57%	-	-
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.	-	4 57,14%	3 42,85%	-	-
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.	1 14,28%	4 57,14%	2 28,57%	-	-
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.	-	4 57,14%	3 42,85%	-	-
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.	1 14,28%	3 42,85%	3 42,85%	-	-
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».	2 28,57%	3 42,85%	2 28,57%	-	-
9	Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.	2 28,57%	2 28,57%	1 14,28%	2 28,57%	-
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.	5 71,42%	1 14,28%	-	1 14,28%	-
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.	6 85,71%	-	-	-	1 14,28%
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.	3 42,85%	2 28,57%	2 28,57%	-	-
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.	-	-	2 28,57%	3 42,85%	2 28,57%
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.	6 85,71%	1 14,28%	-	-	-
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos obrazov.	7 100%	-	-	-	-
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».	3 42,85%	2 28,57%	2 28,57%	-	-
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.	3 42,85%	2 28,57%	2 28,57%	-	-
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.	4 57,14%	3 42,85%	-	-	-
19	Između naše ustanove i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».	3 42,85%	-	3 42,85%	1 14,28%	-

Nakon obrade podataka na nivou procentnog izražavanja i distribucije stavova i frekvencije svih ovih odgovora na pojedina pitanja, zajedno sa obradom ostalih podataka, koji su dobijeni drugim instrumentima istraživanja, izvršiće se analiza rezultata na osnovu čega će se zaključiti u vezi sa ukupnim rezultatima istraživanja.

ISTRAŽIVANJE DEMOGRAFSKOG MONITORINGA OSNOVNOŠKOLSKE POPULACIJE (ANKETIRANIH ŠKOLA U AP VOJVODINI) Grupa F (frekvencije)

Kao jedan od zadataka naučnoistraživačkog rada, uključeno je istraživanje demografske slike osnovnoškolske populacije u AP Vojvodini, kao važan činilac u funkcionisanju izdavačko-knjižarske delatnosti u našoj zemlji, jer stanje demografske slike populacije učenika u osnovnim školama je od ogromnog uticaja na izdavaštvo.

Smanjenje interesovanja osnovnoškolskih ustanova za knjigu, u Republici Srbiji je posledica brojčanog smanjenja učenika osnovnoškolske populacije.

Posledica opadanja osnovnoškolske populacije bitno utiče na obim dobitnika “Vukove nagrade”, kao i obim knjiga za lekturu i školske biblioteke.

Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između razreda i “praćenih perioda” (godine) ispitanika

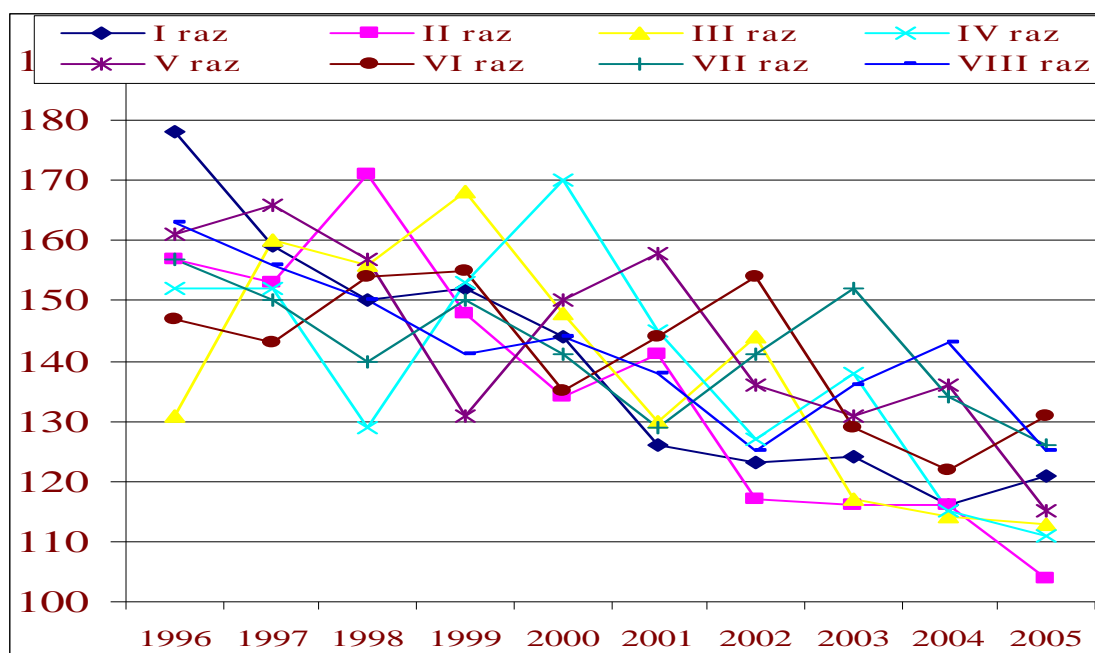
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između razreda i “praćenih perioda” (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćenih perioda” (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima”.

U tabeli 9 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period” (godine) i klasa “po razredima”. Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 9. Brojčana zastupljenosti “po razredima” (razr) po “praćenom periodu” (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	178	157	131	152	161	147	157	163	1246
1997	159	153	160	152	166	143	150	156	1239
1998	150	171	156	129	157	154	140	150	1207
1999	152	148	168	153	131	155	150	141	1198
2000	144	134	148	170	150	135	141	144	1166
2001	126	141	130	145	158	144	129	138	1111
2002	123	117	144	127	136	154	141	125	1067
2003	124	116	117	138	131	129	152	136	1043
2004	116	116	114	115	136	122	134	143	996
2005	121	104	113	111	115	131	126	125	946
zbir	1393	1357	1381	1392	1441	1414	1420	1421	11219

Grafikon 1.



Iz grafikona 1 se vidi da je karakteristična 2001. godina za I razred, 1998. godina za II razred, 1999. za III razred, 1997. godina za IV razred, 2004. godina za V razred, 2002. godina za VI razred, 2003. za VII razred i 1996. godina za VIII razred.

Tabela 10. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) po “praćenim periodima“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
59.22	.612	.039

Kako je $p = .612$ može se reći da su “praćeni period“ (godine) nezavisni u odnosu na razrede.

Tabela 11. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) po “praćenim periodima“ (godine) ispitanika

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.026	.025	.027
G	.024	.008	.040

Povezanost T je niska (.026) i kreće se u intervalu od .025 do .027.

Ne postoji poređak G (.024) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ jer je vrednost G mala ali pokazuje da ipak broj učenika sa godinama opada.

Tabela 12. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	VIII raz
1997	IV raz
1998	II raz
1999	III raz
2000	-
2001	I raz
2002	VI raz
2003	VII raz
2004	V raz
2005	-

Prikazane vrednosti χ^2 (59.218), p (.612), r.max (.039), L .012, naročito G (.024), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim klasama “po razredima“.

Vrednosti G (.024) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“, u istom smeru te se povezuje “**godina 1996**“ sa karakteristikama VIII raz; za “**godinu 1997**“ - IV raz; za “**godinu 1998**“ - II raz; za “**godinu 1999**“ - III raz; za “**godinu 2000**“ -; za “**godinu 2001**“ - I raz; za “**godinu 2002**“ - VI raz; za “**godinu 2003**“ - VII raz; za “**godinu 2004**“ - V raz; za “**godinu 2005**“.

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i “po razredima“

Tabela 13. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0016	29.401	29.401
2	.0014	27.318	56.720
3	.0010	19.868	76.588
4	.0008	14.239	90.827
5	.0003	4.867	95.694
6	.0002	2.919	98.612
7	.0001	1.388	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 76.588%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 29.401% a 2 doprinosi 27.318% a 3 doprinosi 19.868%.

Tabela 14. Izdvojena struktura “praćeni period” (godine).

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	674	111	133	54	463	210	-35	207	101	4	3	2
1997	583	110	39	-1	3	0	-26	393	57	19	185	37
1998	979	108	147	-36	186	93	-68	669	360	-29	122	90
1999	766	107	125	-63	667	284	14	30	14	20	68	43
2000	961	104	106	3	2	1	18	58	23	70	899	480
2001	121	99	82	6	8	2	-19	90	27	10	23	9
2002	894	95	120	-49	376	154	49	356	156	-32	161	97
2003	873	93	99	44	346	117	54	525	191	0	0	0
2004	746	89	88	49	461	138	6	8	3	-37	276	122
2005	719	84	60	5	7	1	34	315	70	-38	395	120
			1000			1000			1000			1000

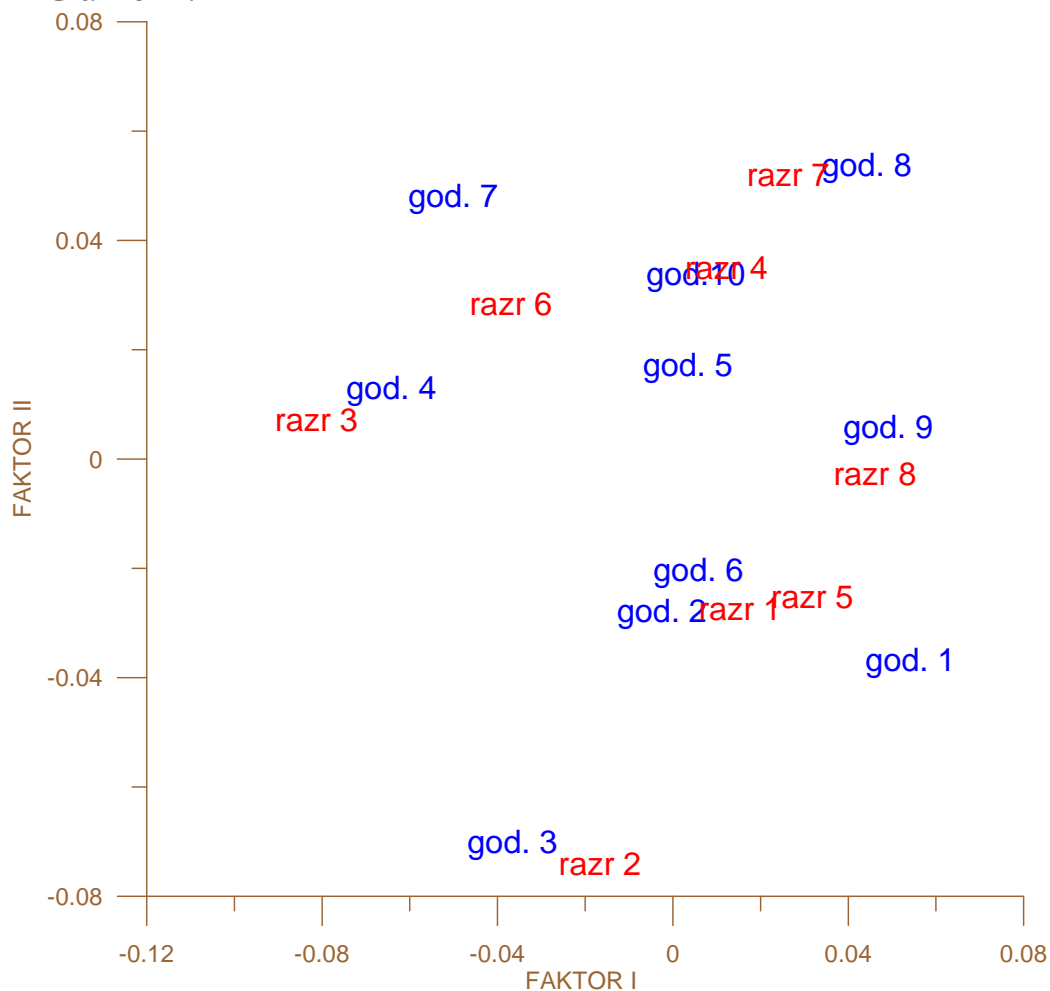
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1996 čiji je doprinos 463 zatim, 1999 (667), 2004 (461), a **II-celinu** čine 1998 čiji je doprinos 669 zatim, 2003 (525), a **III-celinu** čine 2000 čiji je doprinos 899.

Tabela 15. Izdvojena struktura “po razredima”

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	245	124	106	15	52	19	-26	159	62	12	33	18
II raz	919	121	142	-16	44	21	-73	873	454	0	0	0
III raz	917	123	173	-80	889	524	8	8	5	12	19	17
IV raz	955	124	162	12	21	12	36	183	109	72	749	612
V raz	379	128	106	32	231	84	-24	139	54	-4	6	3
VI raz	824	126	120	-36	270	110	29	167	73	-43	385	232
VII raz	847	127	114	26	145	56	53	581	242	-23	120	69
VIII raz	805	127	76	46	675	174	-1	1	0	-19	127	48
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima** **I-celinu** čine treći razred (III raz.) čiji je doprinos 889 zatim, VIII razred (VIII raz.) (675), a **II-celinu** čine II razred (II raz.) čiji je doprinos 873 zatim, VII razred (VII raz.) (581), a **III-celinu** čine (IV raz.) čiji je doprinos 749.

Grafikon 2.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

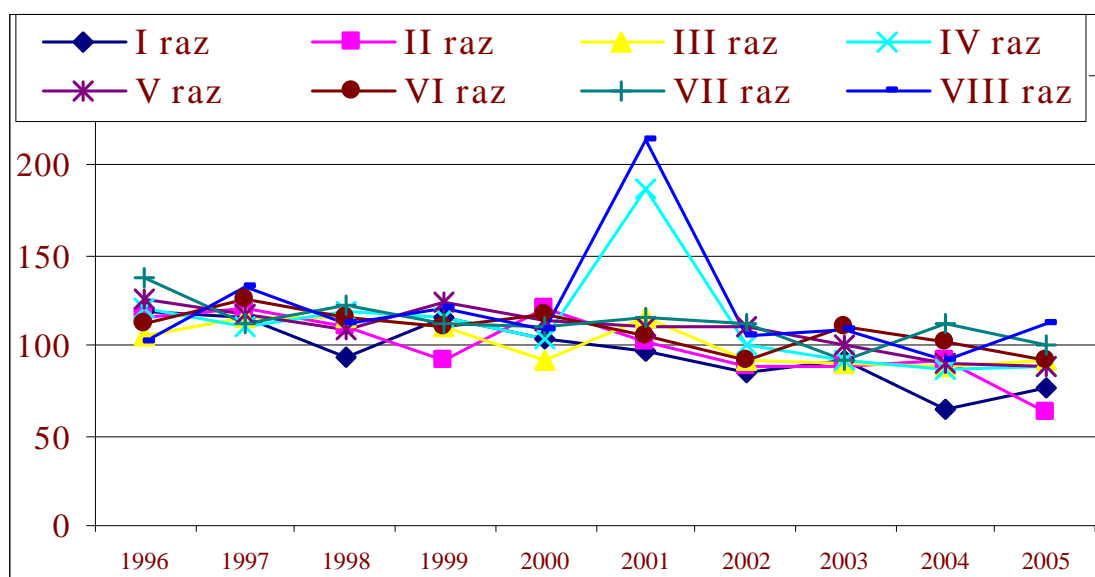
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“.

U grafikonu 2 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“. Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 16. Brojčana zastupljenost “po razredima“ (razr) po “praćenim periodima“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	119	115	106	120	126	112	138	102	938
1997	115	120	116	110	118	126	112	132	949
1998	94	110	115	119	109	115	122	112	896
1999	116	91	110	116	124	110	112	121	900
2000	104	121	92	104	114	117	110	108	870
2001	97	102	116	187	110	106	115	215	1048
2002	85	88	91	101	111	92	112	105	785
2003	91	88	90	91	100	111	92	109	772
2004	64	91	89	87	90	102	112	92	727
2005	76	63	91	89	88	92	100	113	712
zbir	961	989	1016	1124	1090	1083	1125	1209	8597

Grafikon 3.



Iz tabele se vidi da je karakteristična 2004. godina za I razred, 1996. godina za II razred, 1999. za III razred, 2005. godina za IV razred, 1997. godina za V razred, 2000. godina za VI razred, 2002. za VII razred i 2001. godina za VIII razred.

Tabela 17. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
129.39	.000	.101

Kako je $p = .000$ može se reći da postoji zavisnost (mala .101) između “praćeni period“ (godine) u odnosu na razrede.

Tabela 18. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.044	.043	.045
G	.031	.013	.048

Povezanost T je niska (.044) i kreće se u intervalu od .043 do .045.

Ne posoji poredak G (.031) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“.

Tabela 19. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	II raz
1997	V raz
1998	-
1999	III raz
2000	VI raz
2001	VIII raz
2002	VII raz
2003	-
2004	I raz
2005	IV raz

Prikazane vrednosti χ^2 (129.387), p (.000), r.max (.101), L .013, naročito G (.031), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim “po razredima“.

Vrednosti G (.031) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“, u istom smeru te se povezuje “godina 1996“ sa karakteristikama II raz; za “godina 1997“ - V raz; za “godina 1998“ - -; za “godina 1999“ - III raz; za “godina 2000“ - VI raz; za “godina 2001“ - VIII raz; za “godina 2002“ - VII raz; za “godina 2003“ - -; za “godina 2004“ - I raz; za “godina 2005“ - IV raz.

Izdvojene strukture modaliteta “praćenog perioda“ (godine) u odnosu na “razred“

Tabela 20. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0101	67.147	67.147
2	.0017	11.542	78.689
3	.0014	9.591	88.280
4	.0013	8.396	96.676
5	.0003	1.994	98.669
6	.0001	.732	99.401
7	.0001	.599	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 88.280%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 67.147% a 2 doprinosi 11.542% a 3 doprinosi 9.591%.

Tabela 21. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	670	109	93	89	619	86	-2	1	1	25	49	48
1997	733	110	40	34	209	12	-41	317	110	-32	205	85
1998	610	104	28	31	239	10	36	317	77	-14	53	15
1999	968	105	43	14	33	2	-49	416	154	56	517	229
2000	935	101	71	76	536	57	-28	78	49	-57	318	237
2001	993	122	531	-253	986	780	0	0	0	-19	6	33
2002	519	91	24	21	109	4	21	116	24	34	292	73
2003	399	90	31	25	123	6	-35	241	66	-12	33	11
2004	965	85	80	56	220	26	99	694	482	-26	50	42
2005	645	83	58	-44	194	17	29	77	39	63	373	226
			1000			1000			1000			1000

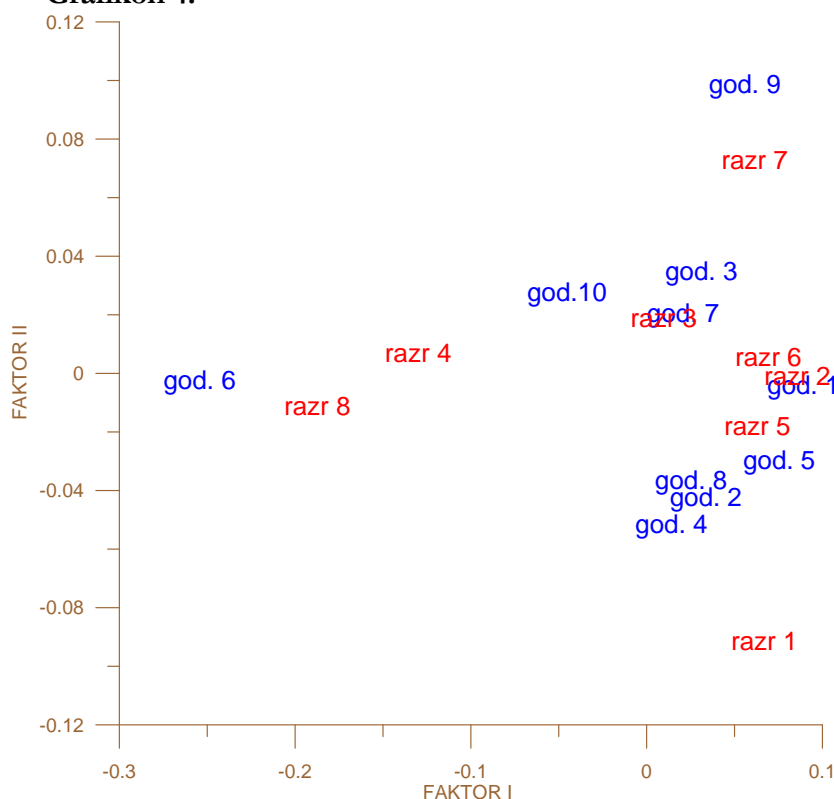
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1996. čiji je doprinos 619 zatim, 2000. (536), 2001. (986), a **II-celinu** čine 1999. čiji je doprinos 416 zatim, 2004. (694), a **III-celinu** čine 1999. čiji je doprinos 517.

Tabela 22 Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	970	112	104	67	321	50	-90	583	527	30	65	70
II raz	940	115	122	86	460	84	0	0	0	-87	478	610
III raz	293	118	28	10	27	1	20	108	26	24	157	46
IV raz	842	131	175	-129	837	218	8	3	4	-2	0	1
V raz	839	127	54	63	617	50	-16	45	21	34	175	100
VI raz	591	126	78	69	515	60	6	4	3	-25	70	57
VII raz	945	131	96	61	343	49	74	492	409	34	108	108
VIII raz	965	141	342	-186	959	488	-9	3	9	-8	2	8
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima I-celinu** čine II raz. čiji je doprinos 460 zatim, IV raz. (837), V raz. (617), VI raz. (515), VIII raz. (959), a **II-celinu** čine I raz. čiji je doprinos 583 zatim, VII raz. (492), a **III-celinu** čine II raz. čiji je doprinos 478.

Grafikon 4.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

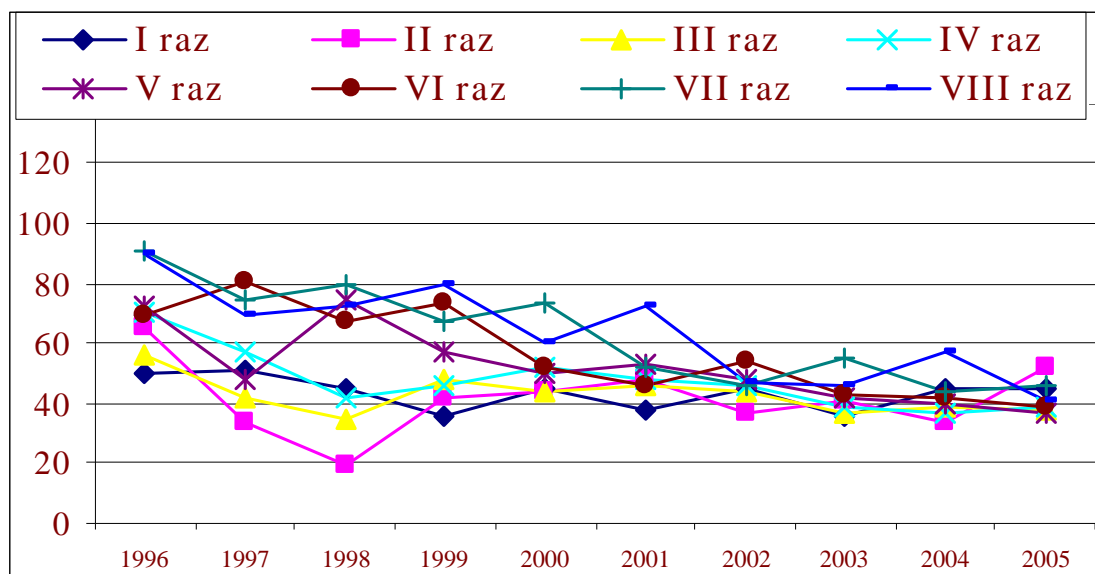
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“.

U tabeli 23 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ . Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 23. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	50	65	56	70	72	69	91	90	563
1997	51	34	42	57	48	81	74	69	456
1998	45	19	35	42	74	67	80	72	434
1999	36	42	48	46	57	73	67	80	449
2000	45	44	44	52	50	52	73	60	420
2001	38	48	46	48	53	46	52	72	403
2002	45	37	44	46	48	54	46	47	367
2003	36	41	37	39	42	43	55	46	339
2004	45	34	39	37	40	42	44	57	338
2005	45	52	38	39	37	39	46	41	337
zbir	436	416	429	476	521	566	628	634	4106

Grafikon 5.



Iz grafikona 5 se vidi da je karakteristična 2003. godina za I razred, 2005. godina za II razred, 2001. za III razred, 2004. godina za IV razred, 1997. godina za V razred, 1998. godina za VI razred, 1999. za VII razred i 2000. godina za VIII razred.

Tabela 24. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
92.02	.010	.112

Kako je $p = .010$ može se reći da postoji zavisnost (mala .112) između “praćenog perioda“ (godine) i “posmatranih razreda“.

Tabela 25. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.053	.052	.054
G	-.056	-.082	-.030

Povezanost T je niska (.053) i kreće se u intervalu od .052 do .054.

Ne postoji poredak G (-.056) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“.

Tabela 26. Povezivanje modaliteta “praćenog perioda” (godine) sa modalitetima “po razredima”

“praćeni period” (godine)	“po razredima”
1996	-
1997	V raz
1998	VI raz
1999	VII raz
2000	VIII raz
2001	III raz
2002	-
2003	I raz
2004	IV raz
2005	II raz

Prikazane vrednosti χ^2 (92.025), p (.010), r.max (.112), L .011, naročito G (-.056), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period” (godine) ispitanika sa pojedinim “po razredima”.

Vrednosti G (-.056) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period” (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima”, u obrnutom smeru te se povezuje “godina 1996” sa karakteristikama -; za “godina 1997” - V raz; za “godina 1998” - VI raz; za “godina 1999” - VII raz; za “godina 2000” - VIII raz; za “godina 2001” - III raz; za “godina 2002” - -; za “godina 2003” - I raz; za “godina 2004” - IV raz; za “godina 2005” - II raz.

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period” (godine) i “po razredima”

Tabela 27. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0126	56.119	56.119
2	.0037	16.682	72.802
3	.0024	10.847	83.648
4	.0022	9.672	93.320
5	.0008	3.508	96.829
6	.0005	2.372	99.201
7	.0002	.799	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 83.648%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 56.119% a 2 doprinosi 16.682% a 3 doprinosi 10.847%.

Tabela 28. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	718	137	49	29	106	9	-66	565	167	-18	45	21
1997	844	111	126	-94	357	80	97	372	280	54	113	131
1998	966	106	309	-239	881	486	-7	1	2	-73	83	237
1999	878	109	82	-68	287	42	-53	176	87	83	413	311
2000	492	102	29	23	83	4	6	5	1	-49	403	107
2001	862	98	75	70	282	38	-93	508	230	35	71	49
2002	566	89	63	44	123	14	81	419	158	19	23	13
2003	777	83	29	66	553	28	0	0	0	-41	222	59
2004	245	82	55	47	150	15	28	53	18	25	41	21
2005	957	82	183	209	872	284	52	54	59	-38	30	51
			1000			1000			1000			1000

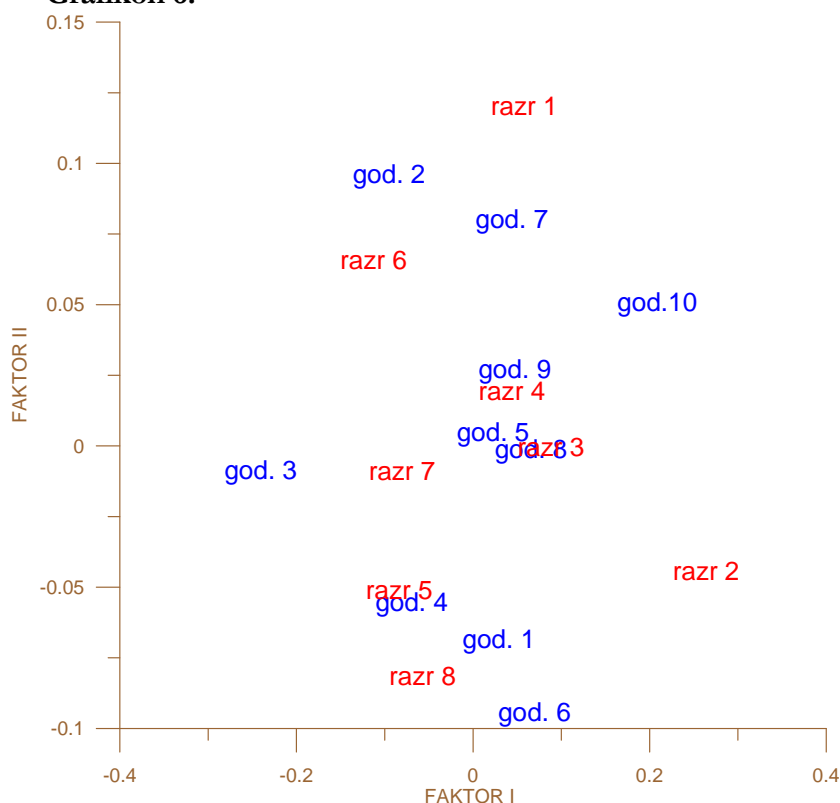
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1998. čiji je doprinos 881 zatim, 2003. (553), 2005. (872), a **II-celinu** čine 1996. čiji je doprinos 565 zatim, 2001. (508), 2002. (419), a **III-celinu** čine 1999. čiji je doprinos 413 zatim, 2000 (403)

Tabela 29. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	783	106	117	58	136	28	121	593	417	-35	52	57
II raz	971	101	334	264	944	561	-42	25	51	-2	0	0
III raz	772	104	55	88	662	65	0	0	0	36	109	55
IV raz	333	116	37	44	269	18	20	57	13	6	5	2
V raz	705	127	103	-83	383	71	-49	138	85	-57	182	173
VI raz	913	138	146	-111	532	139	67	187	164	68	193	261
VII raz	706	153	107	-79	411	78	-7	4	3	-66	289	285
VIII raz	850	154	101	-56	224	40	-80	445	268	51	179	166
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima** **I-celinu** čine II raz čiji je doprinos 944 zatim, III raz (662), VI raz (532), VII raz (411), a **II-celinu** čine I raz čiji je doprinos 593 zatim, VIII raz (445).

Grafikon 6.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

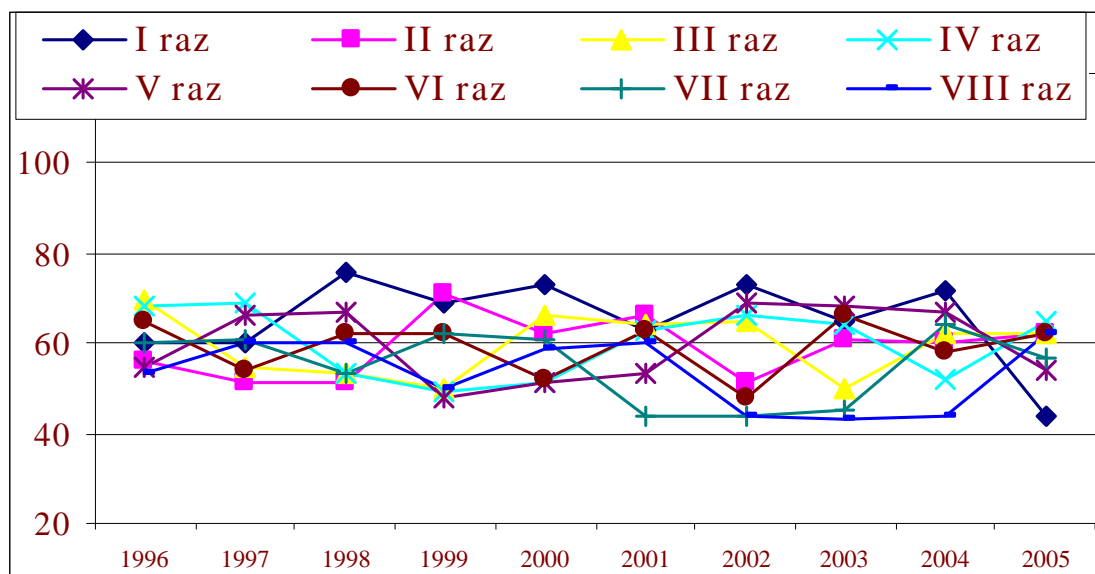
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“.

U tabeli 30 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“. Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 30. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	60	56	70	68	55	65	60	53	487
1997	60	51	55	69	66	54	61	60	476
1998	76	51	53	53	67	62	53	60	475
1999	69	71	50	49	48	62	62	50	461
2000	73	62	66	51	51	52	61	59	475
2001	63	66	64	63	53	63	44	60	476
2002	73	51	65	66	69	48	44	44	460
2003	65	61	50	64	68	66	45	43	462
2004	72	60	62	52	67	58	64	44	479
2005	44	62	62	65	54	62	57	62	468
zbir	655	591	597	600	598	592	551	535	4719

Grafikon 7.



Iz grafikona 7 se vidi da je karakteristična 2003. godina za I razreda, 1999. godina za II razred, 2004. za III razred, 1998. godina za IV razred, 2002. godina za V razred, 1996. godina za VI razred, 2001. za VII razred i 2005. godina za VIII razred.

Tabela 31 Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
71.13	.225	.070

Kako je $p = .225$ može se reći da su “praćeni period“ (godine) i “ nezavisna u odnosu na razrede.

Tabela 32. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.044	.042	.045
G	-.008	-.031	.016

Povezanost T je niska (.044) i kreće se u intervalu od .042 do .045.

Ne postoji poredak G (-.008) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“.

Tabela 33. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	VI raz
1997	-
1998	IV raz
1999	II raz
2000	-
2001	VII raz
2002	V raz
2003	I raz
2004	III raz
2005	VIII raz

Prikazane vrednosti χ^2 (71.129), p (.225), r.max (.070), L .013, naročito G (-.008), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim “po razredima“.

Vrednosti G (-.008) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“, u obrnutom smeru te se povezuje “godina 1996“ sa karakteristikama VI raz; za “godina 1997“ - -; za “godina 1998“ - IV raz; za “godina 1999“ - II raz; za “godina 2000“ - -; za “godina 2001“ - VII raz; za “godina 2002“ - V raz; za “godina 2003“ - I raz; za “godina 2004“ - III raz; za “godina 2005“ - VIII raz; za

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i klasa “po razredima“

Tabela 34. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0049	32.195	32.195
2	.0041	27.160	59.355
3	.0023	15.104	74.459
4	.0017	11.284	85.743
5	.0014	9.565	95.308
6	.0004	2.961	98.269
7	.0003	1.731	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 74.459%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 32.195% a 2 doprinosi 27.160% a 3 doprinosi 15.104%.

Tabela 35. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	484	103	60	-40	197	37	46	239	52	20	47	18
1997	503	101	81	5	2	1	61	304	90	48	194	104
1998	338	101	87	57	249	67	-31	78	25	11	10	6
1999	955	98	136	-59	172	73	-118	669	336	-48	112	101
2000	856	101	89	-37	106	29	-74	422	138	66	326	192
2001	434	101	75	-46	198	46	32	94	26	-39	140	69
2002	837	97	147	126	703	321	47	98	53	28	35	34
2003	978	98	108	69	284	95	28	46	18	-103	647	462
2004	616	102	79	49	207	51	-66	383	112	17	25	13
2005	945	99	139	-116	651	280	79	292	149	-2	0	0
			1000			1000			1000			1000

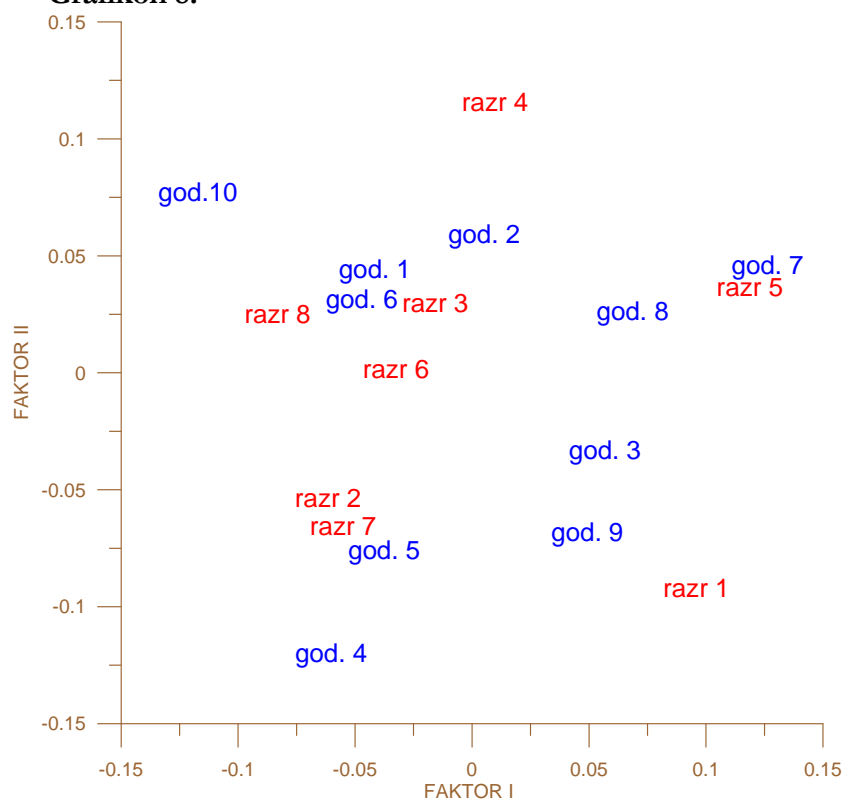
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 2002. čiji je doprinos 703 zatim, 2005. (651), a **II-celinu** čine 1999. čiji je doprinos 669 zatim, 2000. (422), a **III-celinu** čine 2003 čiji je doprinos 647.

Tabela 36. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	904	139	180	96	471	263	-90	425	282	11	6	7
II raz	828	125	110	-60	285	98	-52	210	85	-65	331	241
III raz	381	127	93	-15	22	6	31	85	29	55	272	167
IV raz	916	127	128	10	7	3	117	901	423	-10	7	6
V raz	861	127	152	119	780	368	37	78	44	-4	2	2
VI raz	764	125	75	-31	117	27	3	1	0	-75	645	321
VII raz	608	117	134	-54	176	73	-63	240	118	57	190	169
VIII raz	548	113	129	-82	404	161	26	40	19	42	102	87
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima I-celinu** čine I raz čiji je doprinos 471 zatim, V raz (780), VIII raz (404), a **II-celinu** čine I raz čiji je doprinos 425 zatim, IV raz (901), a **III-celinu** čine VI raz čiji je doprinos 645.

Grafikon 8.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

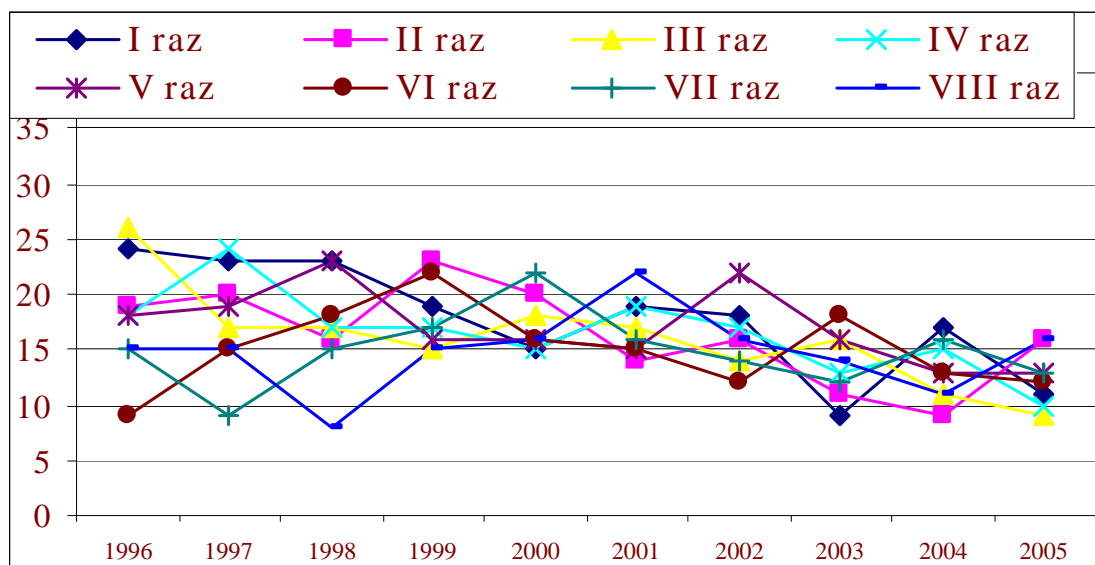
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“.

U tabeli 37 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“. Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 37. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	24	19	26	18	18	9	15	15	144
1997	23	20	17	24	19	15	9	15	142
1998	23	16	17	17	23	18	15	8	137
1999	19	23	15	17	16	22	17	15	144
2000	15	20	18	15	16	16	22	16	138
2001	19	14	17	19	15	15	16	22	137
2002	18	16	14	17	22	12	14	16	129
2003	9	11	16	13	16	18	12	14	109
2004	17	9	11	15	13	13	16	11	105
2005	11	16	9	10	13	12	13	16	100
zbir	178	164	160	165	171	150	149	148	1285

Grafikon 9.



Iz grafikona 9 se vidi da je karakteristična 1996. godina za I razred, 1999. godina za II razred, 1998. za III razred, 1997. godina za IV razred, 2002. godina za V razred, 2005. godina za VI razred, 2003 za VII razred i 2000. godina za VIII razred.

Tabela 38. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
50.59	.870	.117

Kako je $p = .870$ može se reći da su “praćeni period“ (godine) i nezavisna u odnosu na razrede.

Tabela 39. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.070	.068	.073
G	.076	.030	.122

Povezanost T je niska (.070) i kreće se u intervalu od .068 do .073.

Ne posoji poredak G (.076) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“.

Tabela 40. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	I raz
1997	IV raz
1998	III raz
1999	II raz
2000	VIII raz
2001	-
2002	V raz
2003	VII raz
2004	-
2005	VI raz

Prikazane vrednosti χ^2 (50.592), p (.870), r.max (.117), L .034, naroćito G (.076), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim klasama “po razredima“ .

Vrednosti G (.076) su niže to znaći da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) a ispitanika sa modalitetima “po razredima“ , u istom smeru te se povezuje “**godina 1996**“ sa karakteristikama I raz; za “**godina 1997**“ - IV raz; za “**godina 1998**“ - III raz; za “**godina 1999**“ - II raz; za “**godina 2000**“ - VIII raz; za “**godina 2001**“ -; za “**godina 2002**“ - V raz; za “**godina 2003**“ - VII raz; za “**godina 2004**“ -; za “**godina 2005**“ - VI raz.

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i klase “po razredima“

Tabela 41. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0136	34.571	34.571
2	.0080	20.263	54.833
3	.0056	14.248	69.081
4	.0048	12.203	81.284
5	.0040	10.271	91.555
6	.0028	7.195	98.749
7	.0005	1.251	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje ćine 69.081%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 34.571% a 2 doprinosi 20.263% a 3 doprinosi 14.248% a

Tabela 42. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

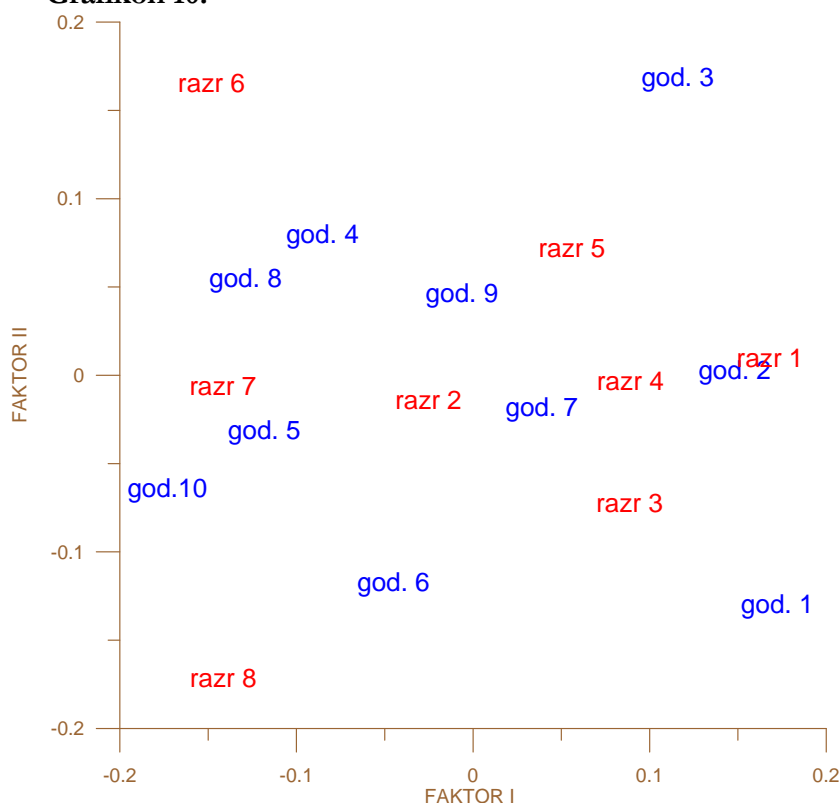
I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	926	112	168	172	502	244	-127	277	230	-91	144	171
1997	939	111	124	148	498	178	5	0	0	139	439	381
1998	967	107	126	116	288	105	170	622	387	-50	56	49
1999	527	112	81	-84	256	60	81	232	93	32	37	21
2000	832	107	83	-117	457	110	-29	29	12	-102	345	202
2001	598	107	77	-44	71	16	-115	472	179	39	53	29
2002	186	100	48	39	81	11	-16	15	3	41	89	30
2003	353	85	121	-128	295	103	56	56	34	4	0	0
2004	191	82	75	-5	1	0	48	64	23	-66	125	65
2005	766	78	97	-172	608	171	-62	79	38	61	76	52
			1000			1000			1000			1000

Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1996. čiji je doprinos 502 zatim, 1997. (498), 2000 (457), 2005. (608), a **II-celinu** čine 1998. čiji je doprinos 622 zatim, 2001. (472), a **III-celinu** čine 1997. čiji je doprinos 439 zatim

Tabela 43. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	764	139	131	168	759	288	11	3	2	-5	1	1
II raz	78	128	107	-24	19	6	-12	5	3	42	53	39
III raz	583	125	122	89	204	72	-70	131	79	-96	246	210
IV raz	647	128	67	89	386	75	-1	0	0	73	259	122
V raz	346	133	85	56	125	31	74	215	90	11	5	3
VI raz	897	117	169	-147	384	188	167	488	408	36	23	27
VII raz	855	116	145	-141	409	171	-3	0	0	-147	444	452
VIII raz	945	115	174	-140	337	169	-169	487	418	84	120	146
			1000			1000			1000			1000

Grafikon 10.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

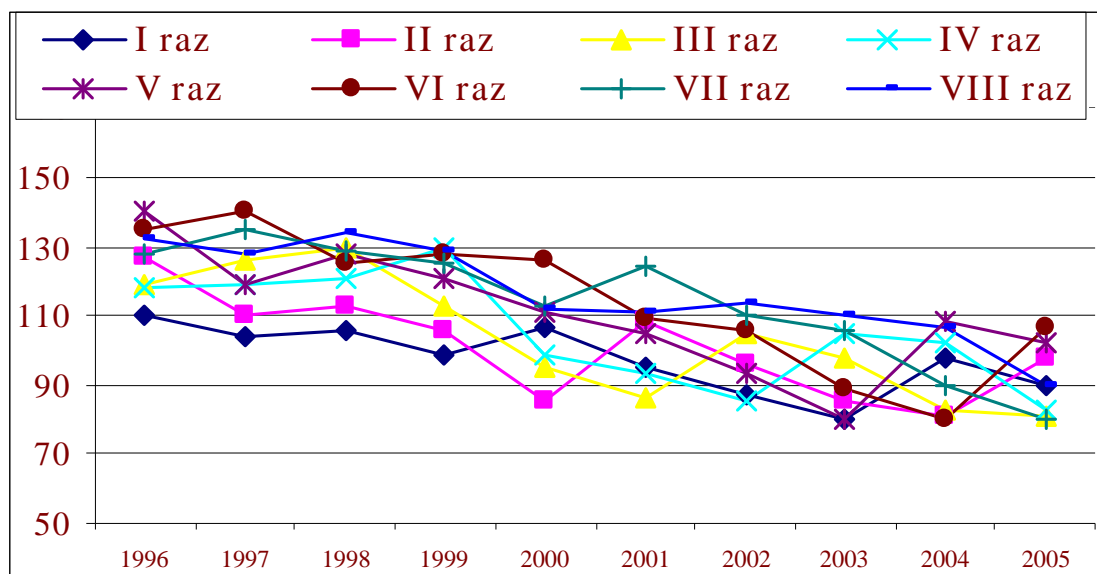
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika, odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“.

U tabeli 44 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ . Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 44. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	110	127	119	118	140	135	128	132	1009
1997	104	110	126	119	119	140	135	128	981
1998	106	113	130	121	128	125	129	134	986
1999	99	106	113	130	121	128	125	129	951
2000	107	85	95	99	111	126	113	112	848
2001	95	108	86	93	105	109	124	111	831
2002	87	96	105	85	93	106	110	114	796
2003	80	85	98	105	80	89	106	110	753
2004	98	81	83	102	108	80	90	107	749
2005	90	98	81	83	102	107	80	90	731
zbir	976	1009	1036	1055	1107	1145	1140	1167	8635

Grafikon 11.



Iz grafikona 11 se vidi da je karakteristična 1996. godina za I razred, 2001. godina za II razred, 2003. za III razred, 1999. godina za IV razred, 2005. godina za V razred, 2000. godina za VI razred, 2002. za VII razred i 1997. godina za VIII razred.

Tabela 45. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
52.51	.824	.048

Kako je $p = .824$ može se reći da su “praćeni period“ (godine) nezavisna u odnosu na razrede.

Tabela 46. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.028	.027	.029
G	-.007	-.025	.010

Povezanost T je niska (.028) i kreće se u intervalu od .027 do .029.

Ne postoji poredak G (-.007) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“.

Tabela 47. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	I raz
1997	VIII raz
1998	-
1999	IV raz
2000	VI raz
2001	II raz
2002	VII raz
2003	III raz
2004	-
2005	V raz

Prikazane vrednosti χ^2 (52.513), p (.824), r.max (.048), L .007, naročito G (-.007), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim klasama “po razredima“ .

Vrednosti G (-.007) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“ , u obrnutom smeru te se povezuje “**godina 1996“** sa karakteristikama I raz; za “**godina 1997“** - VIII raz; za “**godina 1998“** -; za “**godina 1999“** - IV raz; za “**godina 2000“** - VI raz; za “**godina 2001“** - II raz; za “**godina 2002“** - VII raz; za “**godina 2003“** - III raz; za “**godina 2004“** -; za “**godina 2005“** - V raz; za

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i klase “po razredima“.

Tabela 48. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0023	37.117	37.117
2	.0017	27.711	64.828
3	.0008	13.264	78.092
4	.0007	11.443	89.536
5	.0004	6.690	96.226
6	.0002	3.272	99.498
7	.0000	.502	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 78.092%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 37.117% a 2 doprinosi 27.711% a 3 doprinosi 13.264% a

Tabela 49. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	692	117	45	34	485	58	9	34	5	20	171	57
1997	933	114	52	-23	215	30	36	467	87	-25	249	97
1998	341	114	33	-23	329	30	-2	6	1	3	5	1
1999	420	110	49	-24	229	30	-14	85	15	-16	105	39
2000	782	98	109	33	166	49	3	1	0	-63	613	502
2001	494	96	109	21	66	19	31	141	56	45	286	236
2002	651	92	78	-28	163	34	47	436	123	16	50	30
2003	928	87	152	-96	877	360	-18	35	19	13	15	18
2004	971	87	204	19	26	14	-114	934	686	11	9	14
2005	843	85	169	100	825	375	12	12	7	7	4	6
			1000			1000			1000			1000

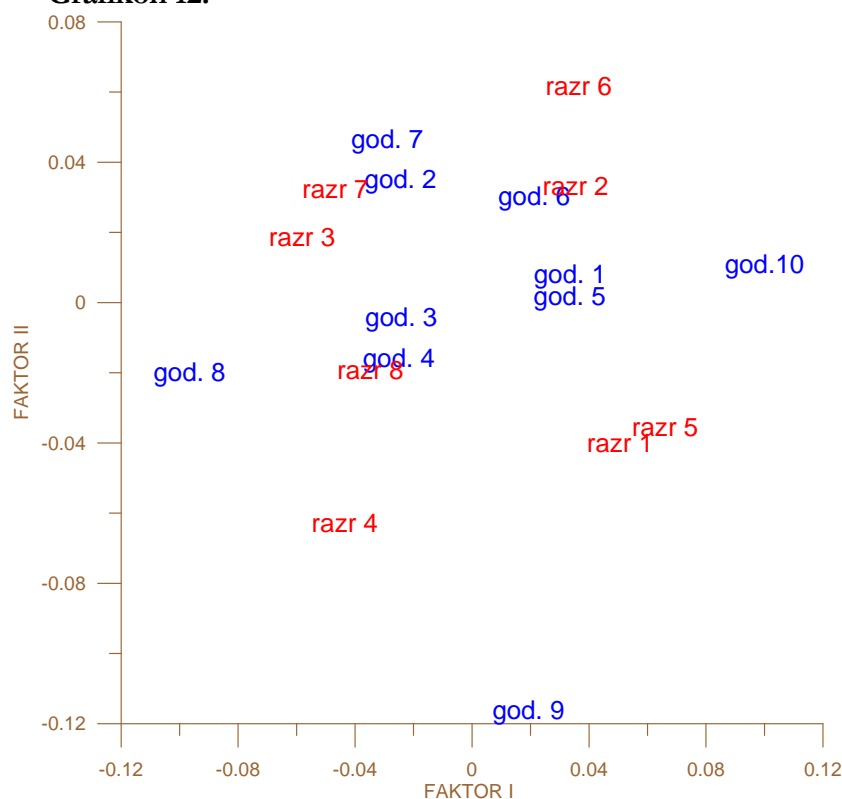
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1996. čiji je doprinos 485 zatim, 2003. (877), 2005. (825), a **II-celinu** čine 1997. čiji je doprinos 467 zatim, 2002 (436), 2004 (934), a **III-celinu** čine 2000. čiji je doprinos 613 zatim

Tabela 50. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	695	113	114	51	418	128	-38	251	103	-12	26	22
II raz	925	117	132	35	182	65	34	167	80	63	574	571
III raz	591	120	129	-57	519	180	20	59	27	-8	12	12
IV raz	793	122	149	-42	255	102	-61	518	278	-11	19	21
V raz	856	128	137	66	669	247	-34	186	92	1	0	0
VI raz	967	133	165	37	176	78	62	514	307	-45	276	344
VII raz	578	132	126	-46	376	127	33	189	86	8	12	11
VIII raz	765	135	48	-34	556	72	-17	157	27	10	50	18
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima I-celinu** čine I raz. čiji je doprinos 418 zatim, III raz. (519), V raz (669), VIII raz (556), a **II-celinu** čine IV raz čiji je doprinos 518 zatim, VI raz (514), a **III-celinu** čine II raz. čiji je doprinos 574 zatim

Grafikon 12.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

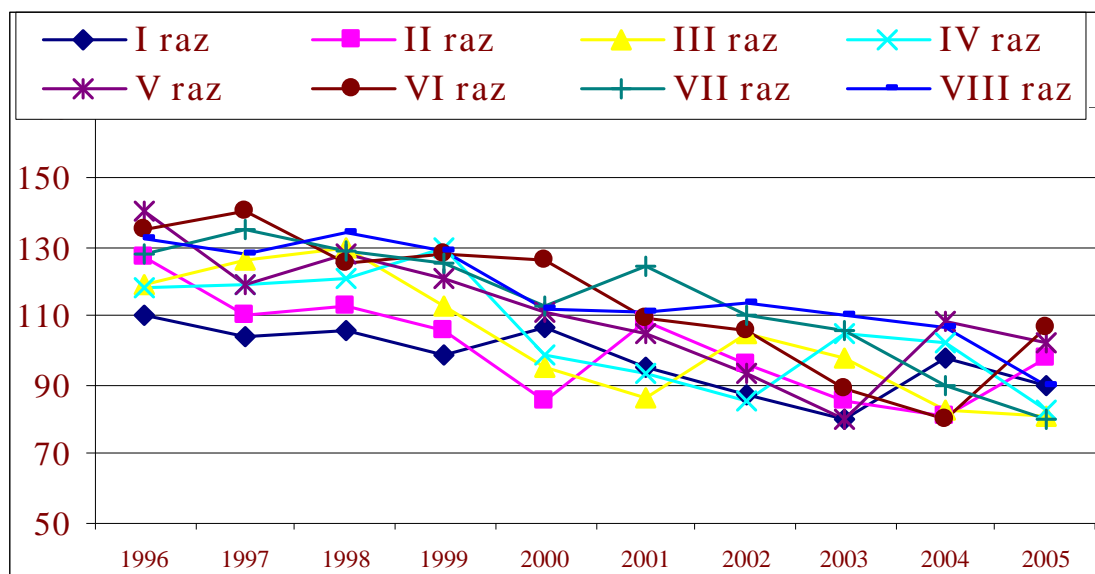
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine),ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“ .

U tabeli 51 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ . Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 51. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	103	94	95	95	114	86	89	115	791
1997	89	103	94	95	95	114	86	98	774
1998	103	89	103	94	55	95	114	86	739
1999	71	103	89	103	94	95	95	114	764
2000	89	71	103	89	103	94	95	95	739
2001	73	89	71	103	89	103	94	95	717
2002	75	73	89	71	103	89	103	94	697
2003	66	75	73	89	71	103	89	103	669
2004	60	66	75	73	89	71	103	89	626
2005	77	60	66	75	73	89	71	103	614
zbir	806	823	858	887	886	939	939	992	7130

Grafikon 13.



Iz grafikona 13 se vidi da je karakteristična 1998. godina za I razreda, 2001. godina za II razred, 2000. za III razred, 1997. godina za IV razred, 2002. godina za V razred, 2003. godina za VI razred, 1996. za VII razred i 2004. godina za VIII razred.

Tabela 52. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
102.64	.001	.069

Kako je $p = .001$ može se reći da postoji zavisnost (mala .069) između “praćeni period“ (godine) nezavisna u odnosu na razrede.

Tabela 53. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.043	.042	.044
G	.037	.018	.057

Povezanost T je niska (.043) i kreće se u intervalu od .042 do .044.

Ne postoji poredak G (.037) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ .

Tabela 54. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	VII raz
1997	IV raz
1998	I raz
1999	-
2000	III raz
2001	II raz
2002	V raz
2003	VI raz
2004	VIII raz
2005	-

Prikazane vrednosti χ^2 (102.637), p (.001), r.max (.069), L .013, naroćito G (.037), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim klasama “po razredima“ .

Vrednosti G (.037) su niže to znaći da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) i razreda, te se povezuje “godina 1996“ sa karakteristikama VII raz; za “godina 1997“ - IV raz; za “godina 1998“ - I raz; za “godina 1999“ - -; za “godina 2000“ - III raz; za “godina 2001“ - II raz; za “godina 2002“ - V raz; za “godina 2003“ - VI raz; za “godina 2004“ - VIII raz; za “godina 2005“

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i klasa “po razredima“.

Tabela 55. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0047	32.694	32.694
2	.0039	27.104	59.798
3	.0025	17.078	76.876
4	.0017	11.796	88.672
5	.0009	6.502	95.174
6	.0004	2.785	97.959
7	.0003	2.041	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje ćine 76.876%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 32.694% a 2 doprinosi 27.104%, a 3 doprinosi 17.078%.

Tabela 56. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	801	111	101	-57	259	80	19	28	10	-81	513	304
1997	491	109	68	27	82	17	-38	174	43	-45	233	92
1998	992	104	267	169	771	629	90	219	216	6	1	1
1999	494	107	70	-9	10	2	-62	425	110	23	57	23
2000	697	104	70	-35	132	28	68	471	122	-29	92	38
2001	695	101	69	13	18	4	-74	571	146	32	105	43
2002	857	98	85	-73	439	114	65	341	106	30	75	37
2003	759	94	75	37	121	28	-74	479	133	43	158	70
2004	965	88	106	-71	300	97	54	169	66	93	494	306
2005	313	86	89	-5	3	1	-45	143	47	-49	166	86
			1000			1000			1000			1000

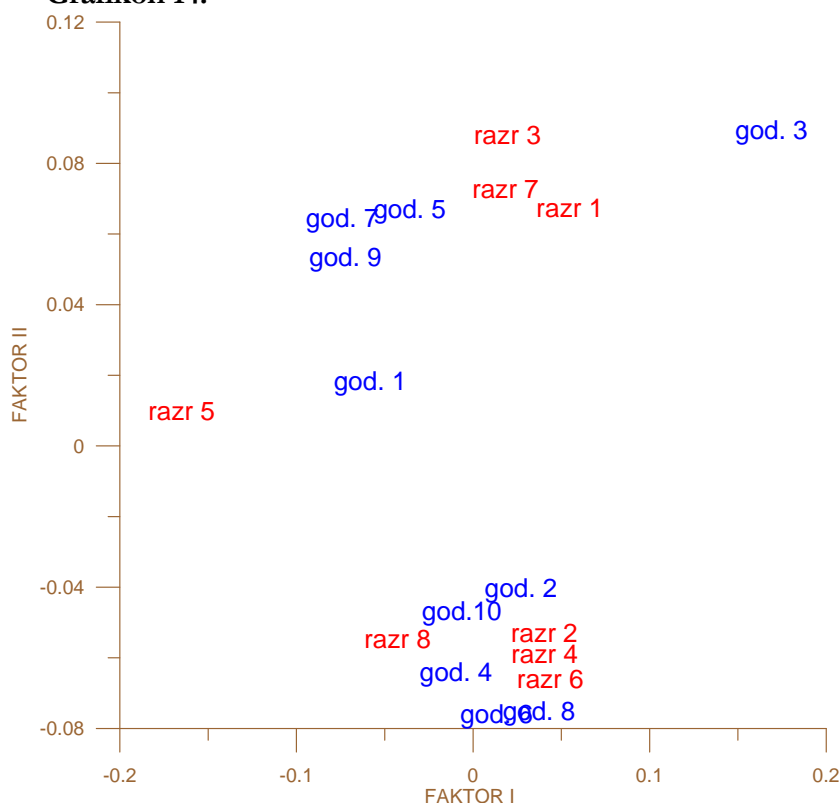
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1998 čiji je doprinos 771 zatim, 2002 (439), a **II-celinu** čine 1999 čiji je doprinos 425 zatim, 2000 (471), 2001 (571), 2003 (479), a **III-celinu** čine 1996 čiji je doprinos 513 zatim, 2004 (494)

Tabela 57. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	923	113	140	55	168	72	68	261	135	-93	492	404
II raz	341	115	104	40	126	40	-51	211	81	-4	2	1
III raz	807	120	89	19	36	10	89	742	243	-16	28	14
IV raz	685	124	65	41	219	43	-57	451	108	10	14	5
V raz	964	124	246	-164	952	718	11	4	4	-13	7	10
VI raz	539	132	106	44	166	54	-64	369	144	6	3	2
VII raz	976	132	152	18	20	9	73	324	182	102	630	562
VIII raz	470	139	98	-42	181	54	-53	287	103	-2	1	1
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima I-celinu** čine V raz čiji je doprinos 952 zatim, a **II-celinu** čine III raz čiji je doprinos 742 zatim, IV raz (451), a **III-celinu** čine I raz čiji je doprinos 492 zatim, VII raz (630).

Grafikon 14.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

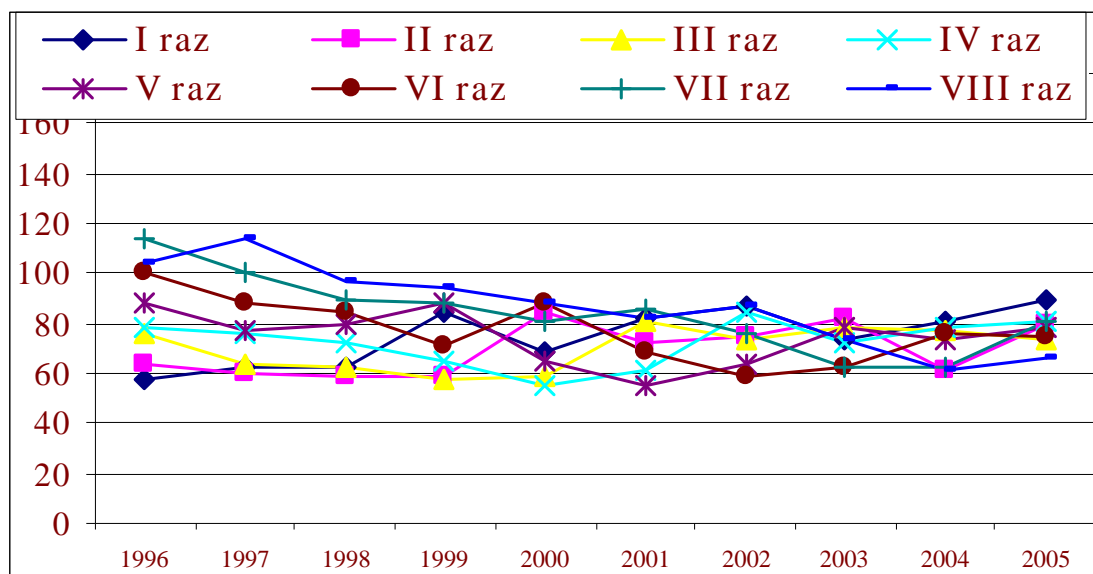
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“.

U tabeli 58 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ . Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 58. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	58	64	76	78	88	100	114	104	682
1997	62	60	64	76	77	88	100	114	641
1998	63	59	63	72	79	85	90	97	608
1999	84	59	57	65	88	71	88	94	606
2000	68	84	59	55	65	88	81	88	588
2001	82	72	81	61	55	69	86	82	588
2002	87	75	73	84	64	59	76	87	605
2003	74	82	78	72	78	63	62	74	583
2004	81	61	77	78	74	76	63	61	571
2005	90	80	73	81	78	75	81	66	624
zbir	749	696	701	722	746	774	841	867	6096

Grafikon 15.



Iz grafikona 15 se vidi da je karakteristična 2003. godina za I razreda, 2004. godina za II razred, 2005. za III razred, 2002. godina za IV razred, 1999. godina za V razred, 1998. godina za VI razred, 1996. za VII razred i 1997. godina za VIII razred.

Tabela 59. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
120.00	.000	.105

Kako je $p = .000$ može se reći da postoji zavisnost (mala .105) između “praćeni period“ (godine) i nezavisna u odnosu na razrede.

Tabela 60. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.050	.049	.051
G	-.083	-.104	-.063

Povezanost T je niska (.050) i kreće se u intervalu od .049 do .051.

Ne postoji poredak G (-.083) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“.

Tabela 61. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	VII raz
1997	VIII raz
1998	VI raz
1999	V raz
2000	-
2001	-
2002	IV raz
2003	I raz
2004	II raz
2005	III raz

Prikazane vrednosti χ^2 (120.003), p (.000), r.max (.105), L .013, naročito G (-.083), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim klasama “po razredima“ .

Vrednosti G (-.083) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“ , u obrnutom smeru te se povezuje “godina 1996“ sa karakteristikama VII raz; za “godina 1997“ - VIII raz; za “godina 1998“ - VI raz; za “godina 1999“ - V raz; za “godina 2000“ - -; za “godina 2001“ -; za “godina 2002“ - IV raz; za “godina 2003“ - I raz; za “godina 2004“ - II raz; za “godina 2005“ - III raz.

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i “po razredima“

Tabela 62. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0111	56.182	56.182
2	.0029	14.625	70.807
3	.0021	10.566	81.372
4	.0016	8.300	89.672
5	.0011	5.583	95.255
6	.0005	2.765	98.020
7	.0004	1.980	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 81.372%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 56.182% a 2 doprinosi 14.625% a 3 doprinosi 10.566%.

Tabela 63. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	909	112	147	-144	812	212	-20	17	17	45	79	109
1997	942	105	125	-145	906	202	-5	2	1	-27	33	39
1998	980	100	57	-100	907	93	-27	68	27	6	3	2
1999	520	99	80	-39	102	15	-48	151	83	-64	265	202
2000	819	96	100	-32	54	10	115	653	445	47	111	104
2001	617	96	85	54	167	25	81	382	221	-33	67	53
2002	849	99	93	97	511	84	6	2	1	-78	335	294
2003	702	96	108	122	665	129	3	0	0	28	35	36
2004	899	94	117	116	542	113	-76	238	191	54	118	132
2005	817	102	87	113	757	118	-19	23	14	24	35	29
			1000			1000			1000			1000

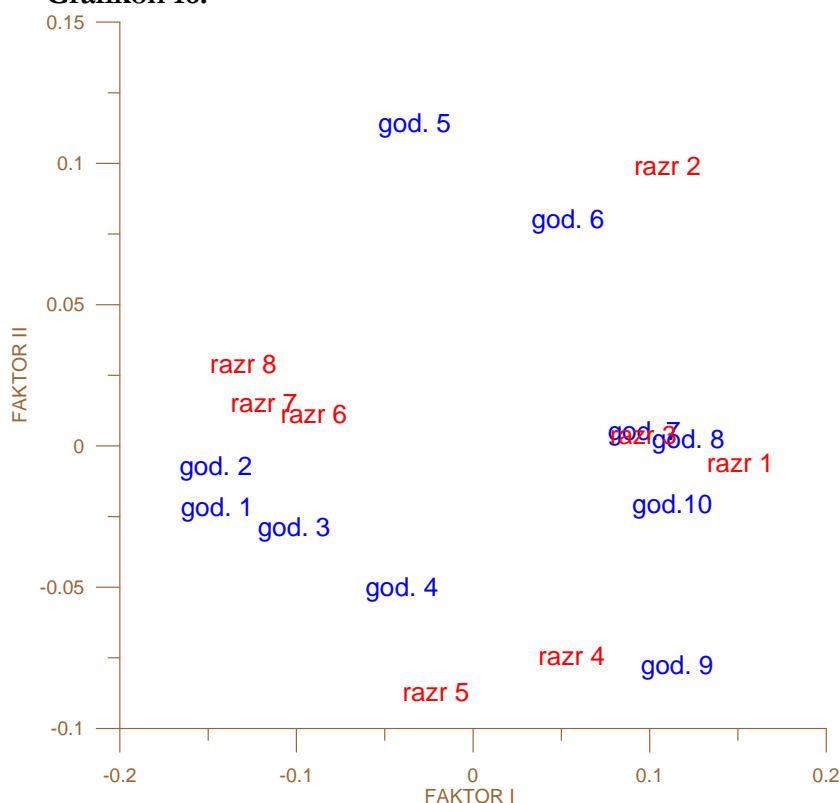
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1996. čiji je doprinos 812 zatim, 1997. (906), 1998. (907), 2002. (511), 2003. (665), 2004. (542), 2005. (757), a **II-celinu** čine 2000. čiji je doprinos 653.

Tabela 64. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	878	123	186	151	767	254	-4	1	1	-56	108	191
II raz	893	114	149	110	471	125	100	388	396	29	33	47
III raz	576	115	100	96	541	96	5	1	1	24	33	31
IV raz	660	118	78	56	239	33	-73	415	223	-6	4	3
V raz	634	122	84	-20	33	5	-85	553	317	25	47	37
VI raz	896	127	107	-89	491	93	12	9	7	81	395	400
VII raz	820	138	125	-117	783	175	16	14	12	-18	21	25
VIII raz	927	142	169	-129	722	217	30	38	44	-61	166	266
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima I-celinu** čine I raz čiji je doprinos 767 zatim, II raz (471), III raz (541), VI raz (491), VII raz (783), VIII raz (722), a **II-celinu** čine IV raz čiji je doprinos 415 zatim, V raz (553).

Grafikon 16.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

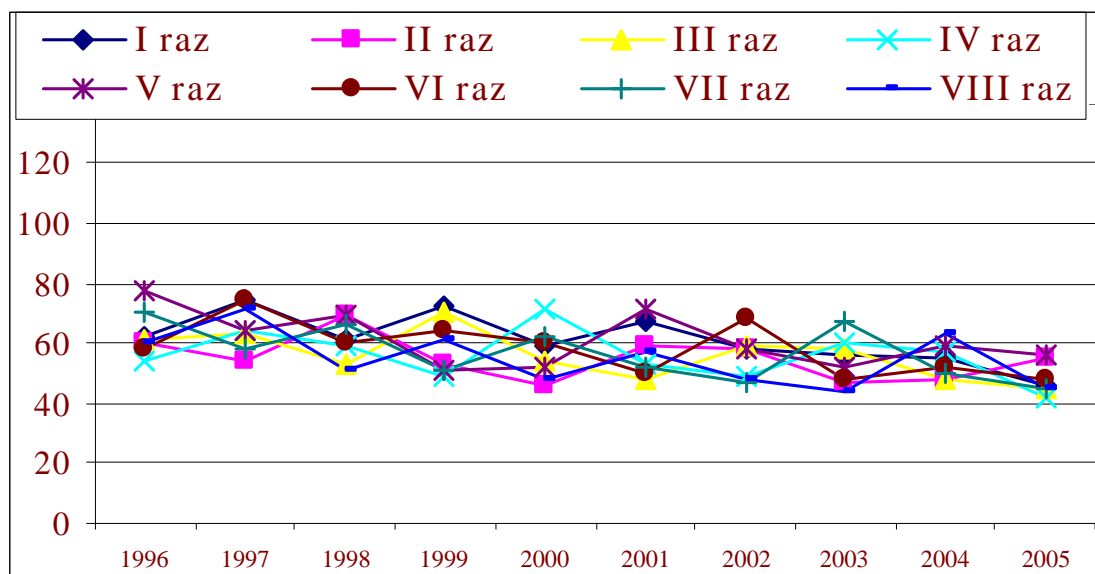
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta “po razredima“.

U tabeli 65 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ . Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 65. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	62	60	61	54	78	58	70	60	503
1997	74	54	63	64	64	75	58	71	523
1998	61	69	53	59	69	60	66	51	488
1999	72	53	70	49	51	64	51	61	471
2000	59	46	54	71	52	60	62	48	452
2001	67	59	48	53	71	50	52	57	457
2002	58	58	59	49	58	68	47	48	445
2003	56	47	58	60	52	48	67	44	432
2004	55	48	48	57	59	52	50	63	432
2005	46	55	45	42	56	48	45	45	382
zbir	610	549	559	558	610	583	568	548	4585

Grafikon 17.



Iz grafikona 17 se vidi da je karakteristična 2000. godina za I razred, 1996. godina za II razred, 1997. za III razred, 2001. godina za IV razred, 1998. godina za V razred, 1999. godina za VI razred, 2005. za VII razred i 2002. godina za VIII razred

Tabela 66 Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
58.22	.647	.066

Kako je $p = .647$ može se reći da su “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ nezavisni u odnosu na broj učenika.

Tabela 67. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.040	.039	.041
G	-.003	-.028	.021

Povezanost T je niska (.040) i kreće se u intervalu od .039 do .041.

Ne postoji poredak G (-.003) između klasa “praćeni period“ (godine) i “po razredima“.

Tabela 68. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	II raz
1997	III raz
1998	V raz
1999	VI raz
2000	I raz
2001	IV raz
2002	VIII raz
2003	-
2004	-
2005	VII raz

Prikazane vrednosti χ^2 (58.221), p (.647), r.max (.066), L .017, naročito G (-.003), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim klasama “po razredima“ .

Vrednosti G (-.003) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“ , u obrnutom smeru te se povezuje “**godina 1996“** sa karakteristikama II raz; za “**godina 1997“** - III raz; za “**godina 1998“** - V raz; za “**godina 1999“** - VI raz; za “**godina 2000“** - I raz; za “**godina 2001“** - IV raz; za “**godina 2002“** - VIII raz; za “**godina 2003“** - -; za “**godina 2004“** - -; za “**godina 2005“** - VII raz; za

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i klase “po razredima“

Tabela 69. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0044	34.667	34.667
2	.0041	32.533	67.200
3	.0021	16.399	83.599
4	.0012	9.557	93.155
5	.0005	4.068	97.224
6	.0003	1.989	99.213
7	.0001	.787	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 83.599%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 34.667% a 2 doprinosi 32.533% a 3 doprinosi 16.399% a

Tabela 70. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine)

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	559	110	78	-70	553	125	-5	4	1	-1	0	0
1997	911	114	84	80	688	166	-22	55	14	-38	167	85
1998	866	106	79	-82	724	165	9	9	2	35	133	64
1999	842	103	160	115	668	309	-49	127	63	30	45	44
2000	892	99	145	40	86	36	122	800	356	-7	4	3
2001	774	100	94	-63	337	92	-52	234	68	-48	202	116
2002	823	97	92	35	101	27	-56	268	76	74	453	255
2003	887	94	137	-6	3	1	125	844	355	27	39	33
2004	872	94	70	7	5	1	-9	11	2	-89	855	367
2005	885	83	60	-63	454	78	-55	340	62	29	89	33
			1000			1000			1000			1000

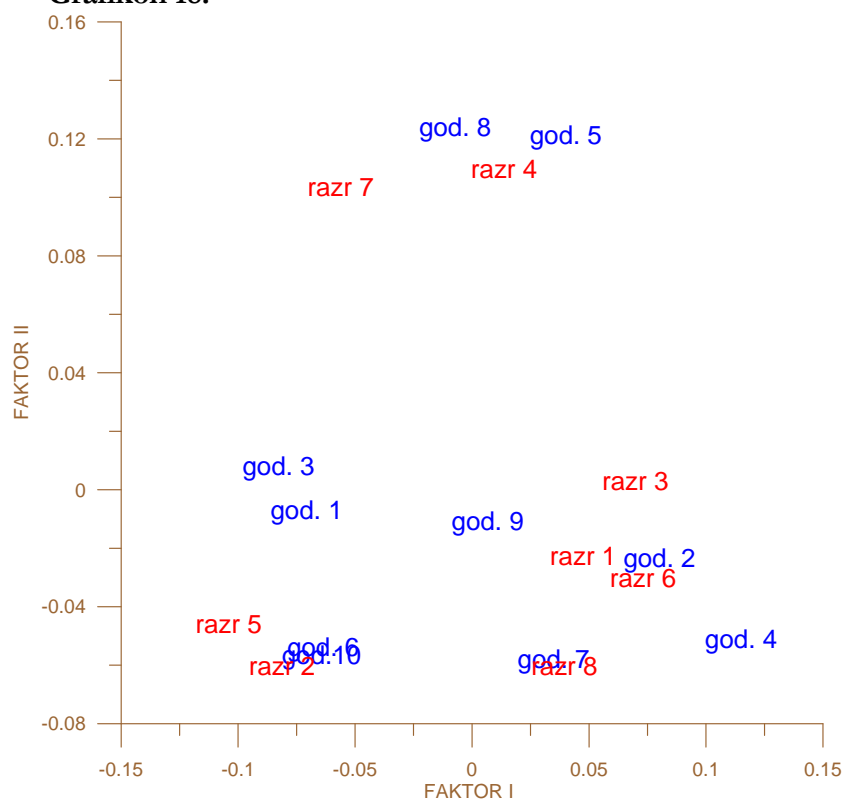
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1996. čiji je doprinos 553 zatim, 1997. (688), 1998. (724), 1999. (668), 2005. (454), a **II-celinu** čine 2000. čiji je doprinos 800 zatim, 2003. (844), a **III-celinu** čine 2002. čiji je doprinos 453 zatim, 2004. (855)

Tabela 71. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	502	133	61	47	388	68	-21	83	16	-12	29	11
II raz	895	120	135	-80	461	179	-58	246	102	52	186	153
III raz	754	122	103	70	455	135	4	1	0	56	296	186
IV raz	846	122	158	14	11	5	111	744	361	-37	89	86
V raz	951	133	148	-103	764	327	-44	144	66	-23	41	37
VI raz	679	127	113	73	474	154	-28	76	26	38	128	88
VII raz	900	124	156	-55	197	88	104	685	327	16	16	15
VIII raz	926	120	127	39	116	42	-58	261	102	-85	548	424
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima I-celinu** čine II raz čiji je doprinos 461 zatim, III raz (455), V raz (764), VI raz (474), a **II-celinu** čine IV raz čiji je doprinos 744 zatim, VII raz (685), a **III-celinu** čine VIII raz čiji je doprinos 548 zatim

Grafikon 18.



Povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka između i “praćeni period“ (godine) ispitanika.

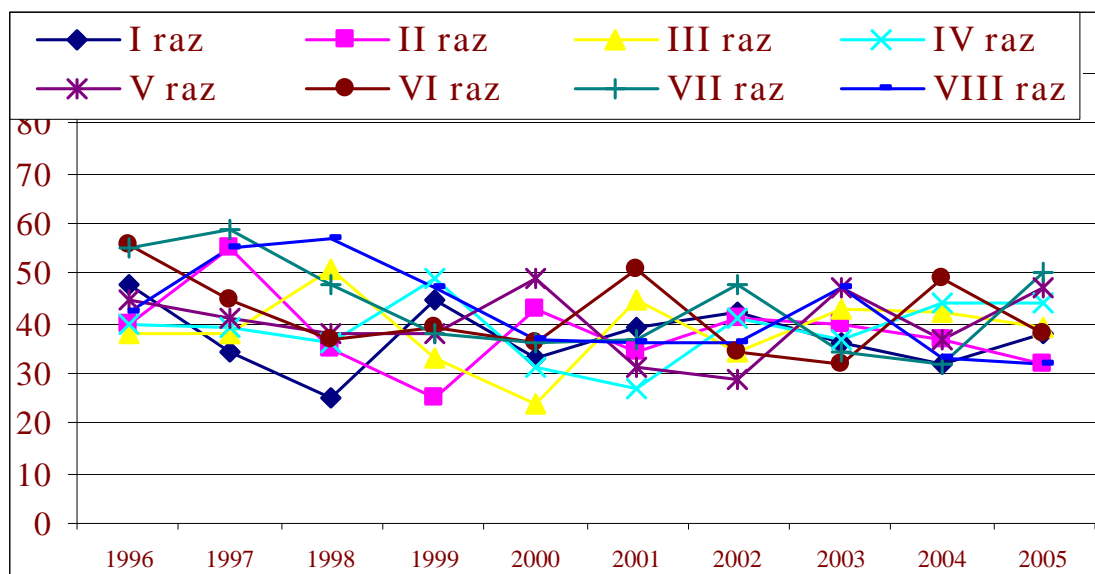
Analiza povezanost, mere optimalnog predviđanja i predviđanja poretka dvostruke klasifikacije (tabela kontingencije - modaliteta), između i “praćeni period“ (godine) ispitanika odnosno između 10 modaliteta “praćeni period“ (godine), ispitanika (god.) i 8 modaliteta klasa “po razredima“ .

U tabeli 72 prikazana je učestalost po nivoima (modalitetima) za “praćeni period“ (godine) i “po razredima“ . Šatirane ćelije ukazuju da je koncentracija uzorka u njima veća nego u drugim ćelijama.

Tabela 72. Brojčana zastupljenosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

	I raz	II raz	III raz	IV raz	V raz	VI raz	VII raz	VIII raz	
1996	48	40	38	40	45	56	55	42	364
1997	34	55	38	39	41	45	59	55	366
1998	25	35	51	36	38	37	48	57	327
1999	45	25	33	49	38	39	38	47	314
2000	33	43	24	31	49	36	36	37	289
2001	39	34	45	27	31	51	37	36	300
2002	42	41	34	41	29	34	48	36	305
2003	36	40	43	37	47	32	34	47	316
2004	32	37	42	44	37	49	32	33	306
2005	38	32	39	44	47	38	50	32	320
zbir	372	382	387	388	402	417	437	422	3207

Grafikon 19.



Iz tabele se vidi da je karakteristična 1999. godina za I razreda, 1997. godina za II razred, 2003. za III razred, 2004. godina za IV razred, 2005. godina za V razred, 1996. godina za VI razred, 2000. za VII razred i 1998. godina za VIII razred.

Tabela 73. Značajnost povezanosti “po razredima“ (razr) po “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

χ^2	p	r.max
90.23	.014	.087

Kako je $p = .014$ može se reći da postoji zavisnost (mala .087) između “praćeni period“ (godine) i nezavisna u odnosu na razrede.

Tabela 74. Mere povezanosti “po razredima“ (razr) u odnosu na “praćeni period“ (godine) ispitanika (god.)

mera	vrednost	interval poverenja	
T (Tschuprow)	.060	.058	.061
G	-.029	-.058	-.001

Povezanost T je niska (.060) i kreće se u intervalu od .058 do .061.

Ne posoji poredak G (-.029) između klasa “praćeni period“ (godine) i klasa “po razredima“.

Tabela 75. Povezivanje modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“

“praćeni period“ (godine)	“po razredima“
1996	VI raz
1997	II raz
1998	VIII raz
1999	I raz
2000	VII raz
2001	-
2002	-
2003	III raz
2004	IV raz
2005	V raz

Prikazane vrednosti χ^2 (90.225), p (.014), r.max (.087), L .024, naročito G (-.029), upućuju na postojanje ili nepostojanje povezanost klasa “praćeni period“ (godine) ispitanika sa pojedinim “po razredima“.

Vrednosti G (-.029) su niže to znači da je slaba povezanost modaliteta “praćeni period“ (godine) ispitanika sa modalitetima “po razredima“, u obrnutom smeru te se povezuje “godina 1996“ sa karakteristikama VI raz; za “godina 1997“ - II raz; za “godina 1998“ - VIII raz; za “godina 1999“ - I raz; za “godina 2000“ - VII raz; za “godina 2001“ -; za “godina 2002“ -; za “godina 2003“ - III raz; za “godina 2004“ - IV raz; za “godina 2005“ - V raz.

Izdvojene strukture modaliteta “praćeni period“ (godine) i klasa “po razredima“

Tabela 76. Zastupljenost izdvojenih struktura

n	kar.kor	%	sum%
1	.0076	26.963	26.963
2	.0063	22.224	49.186
3	.0051	18.255	67.441
4	.0041	14.747	82.188
5	.0020	7.133	89.321
6	.0018	6.268	95.589
7	.0012	4.411	100.000

Grupisanje modaliteta izvršeno je u 3 celine koje čine 67.441%, ukupnog uticaja, od kojih 1 doprinosi 26.963% a 2 doprinosi 22.224% a 3 doprinosi 18.255% a

Tabela 77. Izdvojena struktura “praćeni period“ (godine).

I1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
1996	721	114	57	77	417	88	-18	24	6	-62	278	87
1997	827	114	105	-114	513	199	-57	128	61	-68	184	106
1998	952	102	158	-166	639	374	108	268	190	44	44	38
1999	782	98	126	94	241	113	17	8	5	139	532	368
2000	717	90	121	-22	13	6	-161	695	377	-16	8	5
2001	873	94	118	50	72	31	126	448	237	-111	353	228
2002	146	95	77	35	52	15	-40	75	26	-19	18	7
2003	498	99	76	-67	212	60	-6	2	1	78	282	117
2004	383	95	90	69	179	60	72	194	78	-14	9	4
2005	360	100	73	64	200	54	-34	58	19	45	101	40
			1000			1000			1000			1000

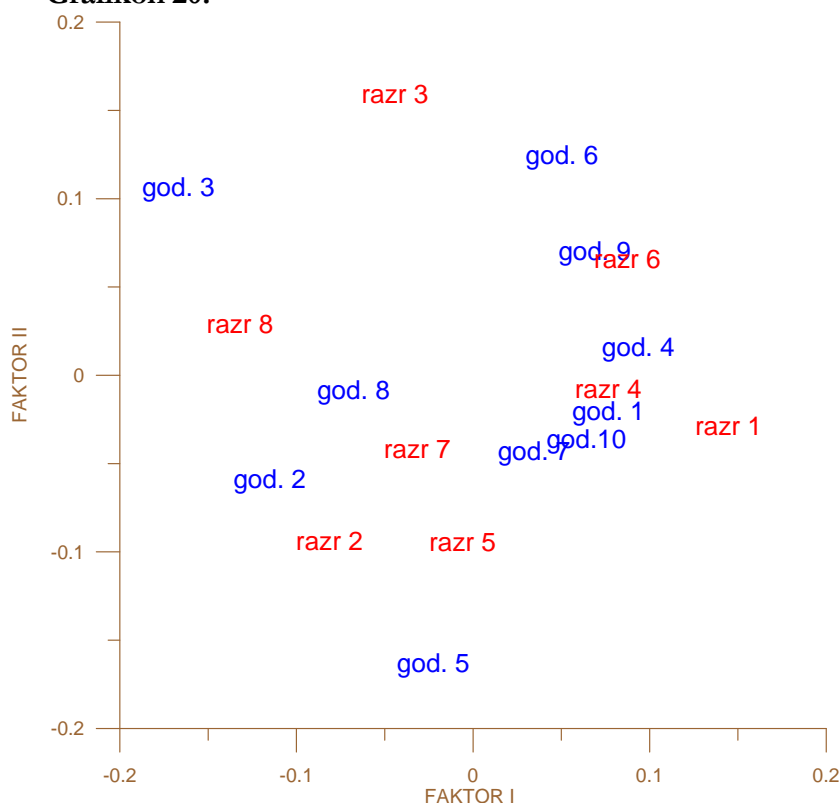
Za **praćeni period** (godine) **I-celinu** čine 1996. čiji je doprinos 417 zatim, 1997. (513), 1998. (639), a **II-celinu** čine 2000. čiji je doprinos 695 zatim, 2001. (448), a **III-celinu** čine 1999. čiji je doprinos 532 zatim

Tabela 78. Izdvojena struktura “po razredima“

J1	qlt	tez	inr	1#F	cor	ctr	2#F	cor	ctr	3#F	cor	ctr
I raz	736	116	122	145	706	320	-26	25	14	11	4	3
II raz	796	119	130	-80	216	104	-92	280	164	-95	299	213
III raz	850	121	141	-43	59	31	161	787	500	7	2	1
IV raz	707	121	109	77	231	94	-5	1	1	110	474	284
V raz	431	125	125	-5	1	1	-92	308	173	58	120	82
VI raz	822	130	128	87	276	131	67	162	93	-102	382	268
VII raz	206	136	109	-31	44	18	-39	73	36	-43	88	52
VIII raz	766	132	135	-131	601	302	30	32	19	62	131	97
			1000			1000			1000			1000

Analizom rezultata **po razredima I-celinu** čine I raz čiji je doprinos 706 zatim, VIII raz (601), a **II-celinu** čine III raz čiji je doprinos 787 zatim, a **III-celinu** čine IV raz čiji je doprinos 474 zatim

Grafikon 20.



Trend rasta ili opadanja broja učenika, vukovaca, knjiga za biblioteku, knjiga za lektiru i knjiga za nagrade najboljim učenicima, po školama:

Škola 1

Tabela 79. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -34.7974x + 70734.1100$	-.992	22.530	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (-34.797) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 80. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = .5276x - 1048.4790$.347	1.048	.325

Na osnovu p (.325) može se reći da se koeficijent (.528) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 81. Linearna regresija broja knjiga za biblioteku zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -79.1404x + 158567.5000$	-.573	1.975	.084

Na osnovu p (.084) može se reći da se koeficijent (-79.140) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 82. Linearna regresija broja knjiga za lekturu zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -23.4900x + 47077.5400$	-.620	2.234	.056

Na osnovu p (.056) može se reći da se koeficijent (-23.490) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 83. Linearna regresija broja knjiga za nagrade zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -.6502x + 1324.1510$	-.137	.390	.707

Na osnovu p (.707) može se reći da se koeficijent (-.650) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Škola 2

Tabela 84. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -26.8312x + 54535.5500$	-.746	3.173	.013

Na osnovu p (.013) može se reći da se koeficijent (-26.831) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 85. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = .0736x - 131.2761$.121	.346	.738

Na osnovu p (.738) može se reći da se koeficijent (.074) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 86. Linearna regresija broja knjiga za biblioteku zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -1.7918x + 3639.8670$	-.203	.585	.575

Na osnovu p (.575) može se reći da se koeficijent (-1.792) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 87. Linearna regresija broja knjiga za lekturu zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = 11.6258x - 23092.8500$.505	1.654	.137

Na osnovu p (.137) može se reći da se koeficijent (11.626) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 88. Linearna regresija broja knjiga za nagrade zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = .0736x - 131.2761$.121	.346	.738

Na osnovu p (.738) može se reći da se koeficijent (.074) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Škola 3

Tabela 89. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -22.0751x + 44571.8700$	-.938	7.632	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (-22.075) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 90. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -.5216x + 1054.4930$	-.306	.909	.390

Na osnovu p (.390) može se reći da se koeficijent (-.522) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 91. Linearna regresija broja knjiga za biblioteku zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = 34.8102x - 69533.1900$.811	3.926	.004

Na osnovu p (.004) može se reći da se koeficijent (34.810) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 92. Linearna regresija broja knjiga za lekturu zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = 12.4294x - 24829.1100$.731	3.030	.016

Na osnovu p (.016) može se reći da se koeficijent (12.429) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 93. Linearna regresija broja knjiga za nagrade zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = 1.4479x - 2849.4290$.355	1.074	.314

Na osnovu p (.314) može se reći da se koeficijent (1.448) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Škola 4

Tabela 94. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -1.3298x + 3132.1450$	-.452	1.434	.190

Na osnovu p (.190) može se reći da se koeficijent (-1.330) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 95. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -.8098x + 1629.1430$	-.623	2.254	.054

Na osnovu p (.054) može se reći da se koeficijent (-.810) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 96. Linearna regresija broja knjiga za biblioteku zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=4.6136x-9211.0880$.699	2.765	.024

Na osnovu p (.024) može se reći da se koeficijent (4.614) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 97. Linearna regresija broja knjiga za lektiru zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=3.8343x-7652.3420$.903	5.929	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (3.834) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 98. Linearna regresija broja knjiga za nagrade zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=1.0736x-2141.8290$.684	2.651	.029

Na osnovu p (.029) može se reći da se koeficijent (1.074) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Škola 5

Tabela 99. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=-5.1595x+10450.1000$	-.906	6.058	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (-5.160) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 100. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=.0245x-48.0920$.078	.222	.830

Na osnovu p (.830) može se reći da se koeficijent (.025) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 101. Linearna regresija broja knjiga za biblioteku zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=2.4049x-4766.0190$.464	1.480	.177

Na osnovu p (.177) može se reći da se koeficijent (2.405) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 102. Linearna regresija broja knjiga za lektiru zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=.0305x-40.2904$.010	.027	.979

Na osnovu p (.979) može se reći da se koeficijent (.030) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 103. Linearna regresija broja knjiga za nagrade učenicima zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=1.0062x-1998.6670$.868	4.936	.001

Na osnovu p (.001) može se reći da se koeficijent (1.006) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Škola 6

Tabela 104. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=-35.4049x+71691.0200$	-.980	13.937	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (-35.405) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 105. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=.4907x-968.0532$.296	.876	.407

Na osnovu p (.407) može se reći da se koeficijent (.491) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 106. Linearna regresija broja knjiga za biblioteku zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y=370.7546x-727837.1000$.952	8.780	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (370.755) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 107. Linearna regresija broja knjiga za nagrade zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y=2.6934x-5351.9250$.636	2.333	.048

Na osnovu p (.048) može se reći da se koeficijent (2.693) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Škola 7

Tabela 108. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y=-.0161x+17.4641$	-.424	1.323	.222

Na osnovu p (.222) može se reći da se koeficijent (-.016) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 109. Linearna regresija broja knjiga za školsku biblioteku zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y=-.0210x+23.4718$	-.106	.302	.770

Na osnovu p (.770) može se reći da se koeficijent (-.021) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 110. Linearna regresija broja knjiga za školsku lektiru zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = .0490x - 28.1270$.365	1.108	.300

Na osnovu p (.300) može se reći da se koeficijent (.049) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 111. Linearna regresija broja knjiga za nagrade učenicima zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = -.0216x + 21.0782$	-.477	1.536	.163

Na osnovu p (.163) može se reći da se koeficijent (-.022) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Škola 8

Tabela 112. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -6.9879x + 14588.8400$	-.644	2.379	.045

Na osnovu p (.045) može se reći da se koeficijent (-6.988) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 113. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -.2209x + 448.2751$	-.465	1.485	.176

Na osnovu p (.176) može se reći da se koeficijent (-.221) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost.

Tabela 114. Linearna regresija broja knjiga za školsku biblioteku zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = 6.0918x - 12141.0200$.824	4.114	.003

Na osnovu p (.003) može se reći da se koeficijent (6.092) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 115. Linearna regresija broja knjiga za lektiru zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = 13.1035x - 26147.8400$.955	9.127	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (13.104) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 116. Linearna regresija broja knjiga za nagrade učenicima zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = 6.9388x - 13847.8500$.712	2.869	.021

Na osnovu p (.021) može se reći da se koeficijent (6.939) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Škola 9

Tabela 117. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = -12.7546x + 25974.0800$	-.951	8.729	.000

Na osnovu p (.000) može se reći da se koeficijent (-12.755) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 118. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = .4663x - 931.3602$.593	2.083	.071

Na osnovu p (.071) može se reći da se koeficijent (.466) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 119. Linearna regresija broja knjiga za školsku biblioteku zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = 174.9539x - 349326.0000$.615	2.206	.058

Na osnovu p (.058) može se reći da se koeficijent (174.954) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (rastuća).

Tabela 120. Linearna regresija broja knjiga za lektiru zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = 23.1469x - 46193.4100$.391	1.200	.265

Na osnovu p (.265) može se reći da se koeficijent (23.147) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Škola 10

Tabela 121. Linearna regresija broja učenika zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = -5.4447x + 11212.8500$	-.638	2.345	.047

Na osnovu p (.047) može se reći da se koeficijent (-5.445) pravca razlikuje od 0. Odnosno da postoji zavisnost (opadajuća).

Tabela 122. Linearna regresija broja vukovaca zavisna od godine i korelacija r

funkcija	r	t	p
$Y = .0185x - 32.2127$.026	.073	.944

Na osnovu p (.944) može se reći da se koeficijent (.018) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 123. Linearna regresija broja knjiga za školsku biblioteku zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = -.8589x + 1976.2210$	-.023	.065	.950

Na osnovu p (.950) može se reći da se koeficijent (-.859) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

Tabela 124. Linearna regresija broja knjiga za školsku lektiru zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = .8589x - 1668.2210$.163	.469	.652

Na osnovu p (.652) može se reći da se koeficijent (.859) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

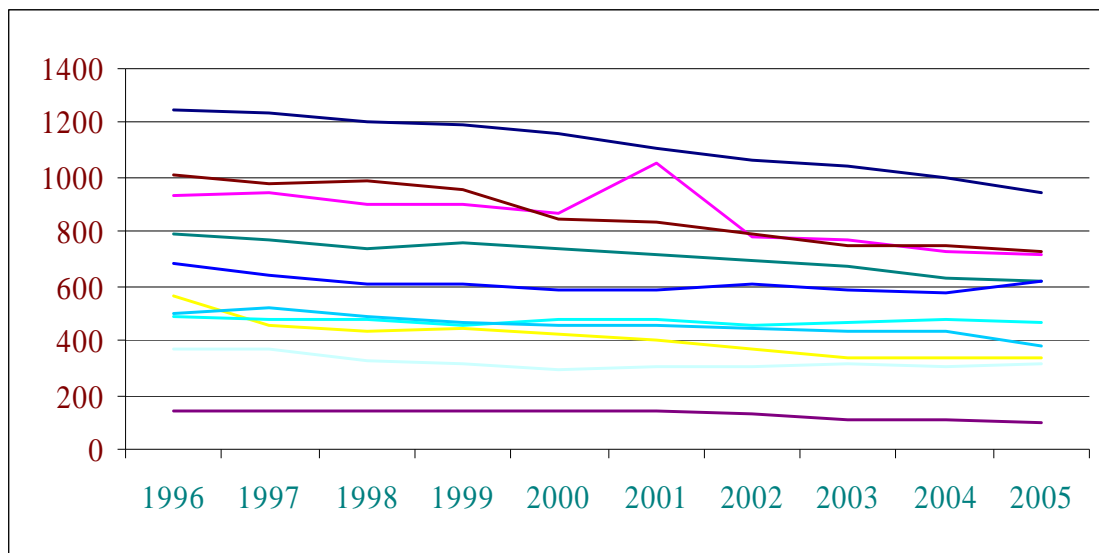
Tabela 125. Linearna regresija broja knjiga za nagrade učenicima zavisna od godine i korelacija r.

funkcija	r	t	p
$Y = -.1411x + 288.2260$	-.153	.439	.672

Na osnovu p (.672) može se reći da se koeficijent (-.141) pravca ne razlikuje od 0. Odnosno da ne postoji zavisnost

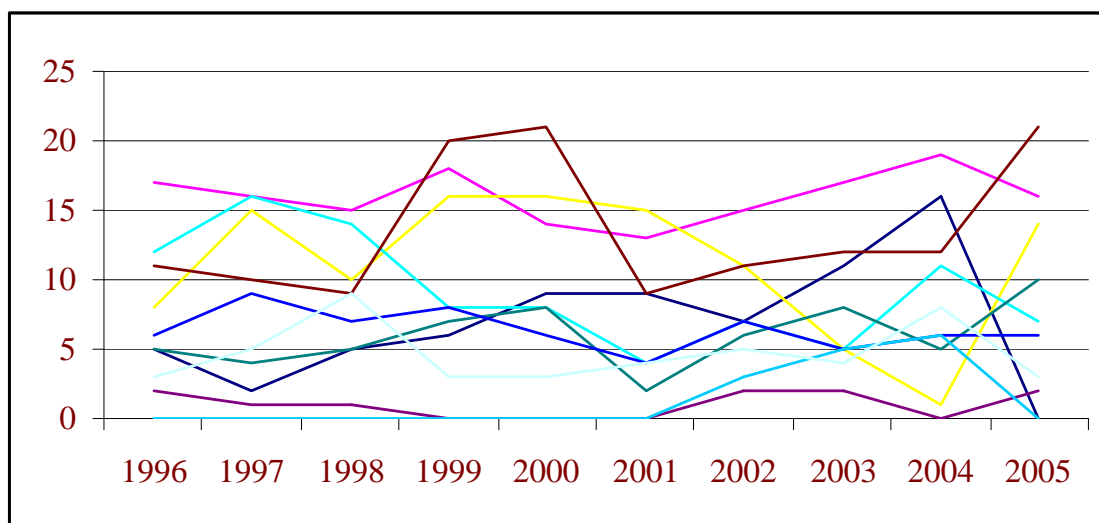
Broj učenika po godinama i školama.

Grafikon 21.



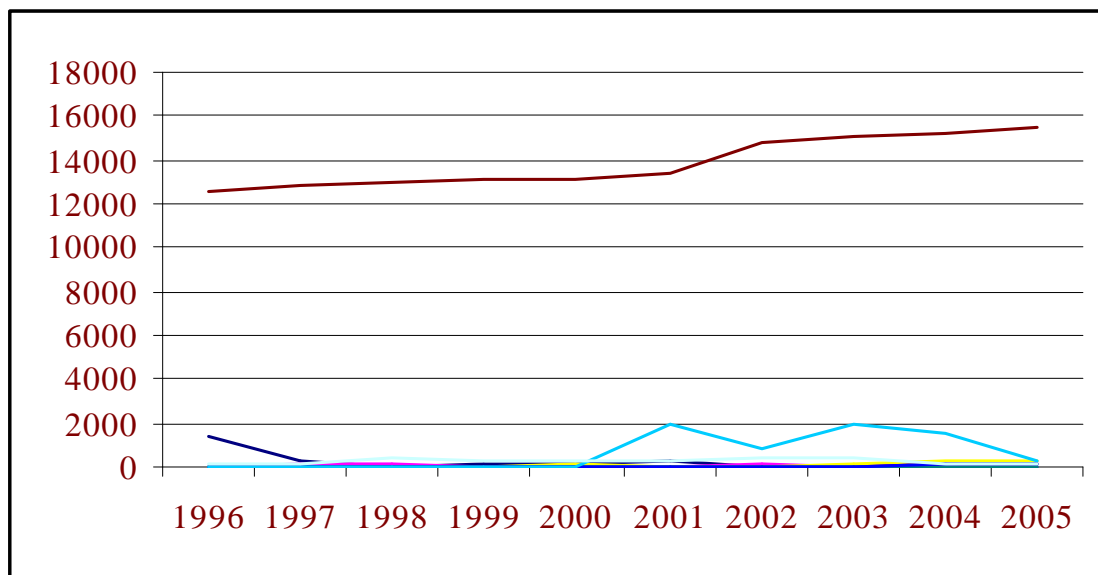
Učenici »Vukovci«, praćenje po školskim razredima u školama:

Grafikon 22.



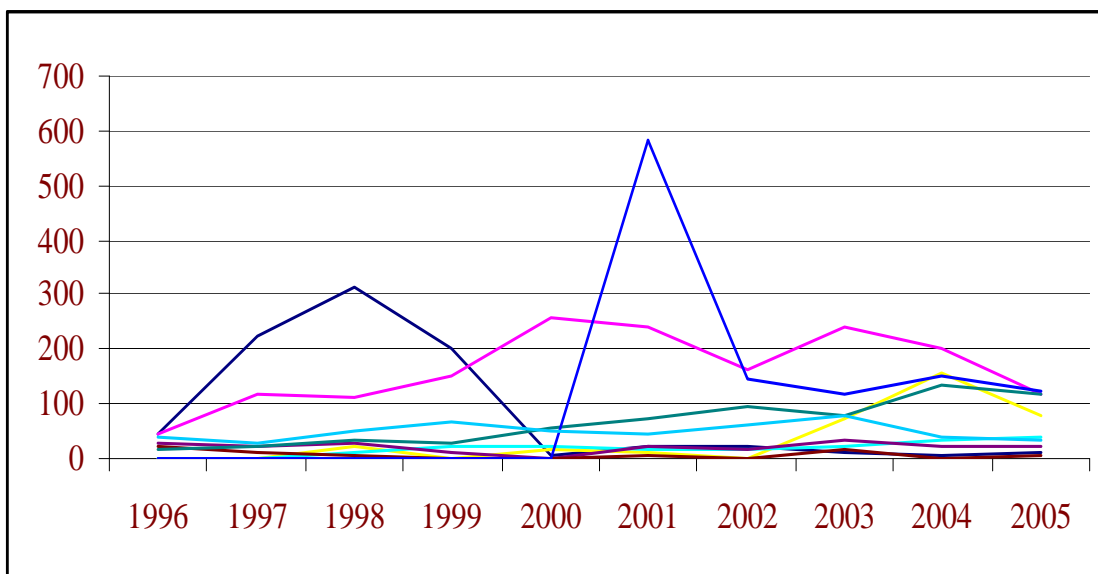
Knjige kupovane za biblioteku, po godinama i školama:

Grafikon 23.



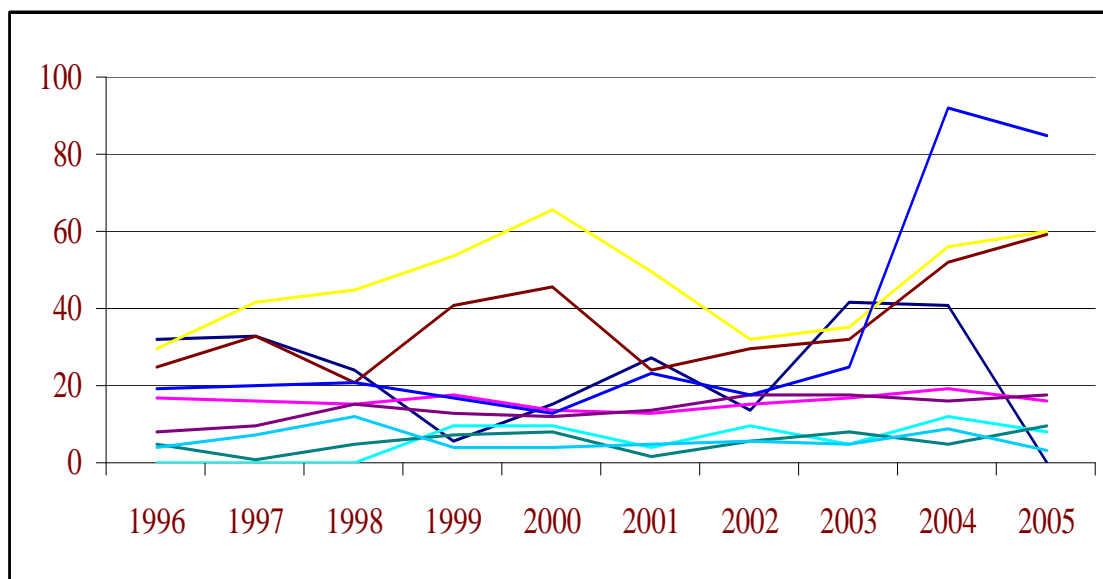
Knjige kupovane za lektiru, po godinama i školama:

Grafikon 24.



Knjige kupovane za nagrade učenicima, po godinama i školama:

Grafikon 25.



Na osnovu analiza povezanosti broja učenika po razredima i godinama posmatranja, uočeno je da postoji blago a katkad i značajno opadanje broja učenika u posmatranim ciljnim grupama (školama), a to je slučaj sa skoro svim školama u AP Vojvodini.

Dokazana je direktna povezanost u većini slučajeva: da postoji smanjivanje ukupnog broja učenika u osnovnim školama (depopulacija), a samim tim i vukovaca, a od izdavača smanjenje potražnje knjiga za nagrade učenicima, smanjenje kupovine knjiga za školske biblioteke, smanjenje kupovanja sportske literature, kao i knjiga za popunu školske lektire.

Grupa G

PLASMAN KNJIGE DESKRIPTIVNA (PRETHODNA) ISTRAŽIVANJA:

Godina 1980. (plasman i distribucija knjige i frekvencije sistemom akvizicije), vremenski period od 317 radnih dana godišnje.

Tabela broj 126.

AKVIZICIJA	broj akvizitera	dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina	32	229	1.374	5.496	65.952

Godina 1980. (frekvencije eksternog menadžera, plasman i distribucija knjige) ciljna grupa radne organizacije u 8 većih gradova AP Vojvodine, ukupno radnih dana 232.

Tabela broj 127.

PREDUZEĆA	broj firmi	dnevni broj kupaca knjiga	ukupno dana godišnje	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
Novi Sad	35	900	70	-	63.000
Sombor	12	650	24	-	15.600
Subotica	15	700	30	-	21.000
Vršac	10	550	20	-	11.000
Zrenjanin	14	700	28	-	19.600
Kikinda	11	550	22	-	12.100
Pančevo	14	600	28	-	16.800
Sr. Mitrovica	10	800	20	-	16.000
	121	-	232	-	175.100

Godina 1980. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa su sve likvidne radne organizacije u AP Vojvodini, ukupno radnih dana 290.

Tabela broj 128.

Eksterni menadžer knjige	prosečan broj firmi	prosečan dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina	290	682	4.495	17.980	197.780

Napomena: Trajanje poslova akvizitera obračunato je na 12 meseci godišnje, a eksternog menadžera na 11.

Godina 1981. (plasman i distribucija knjige i frekvencije akvizicije)
vremenski period od 317 radnih dana godišnje.

Tabela broj 129.

AKVIZICIJA	broj akvizitera	dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodine	32	255	1.590	6.360	76.320

Godina 1981. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa radne organizacije u 8 većih gradova AP Vojvodine, ukupno radnih dana 260.

Tabela broj 130.

PREDUZEĆA	broj firmi	dnevni broj kupaca knjiga	ukupno dana godišnje	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
Novi Sad	40	950	80	-	76.000
Sombor	12	650	24	-	15.600
Subotica	15	700	30	-	21.000
Vršac	10	550	20	-	11.000
Zrenjanin	15	700	30	-	21.000
Kikinda	11	550	22	-	12.100
Pančevo	13	600	26	-	15.600
Sr. Mitrovica	14	800	28	-	22.400
	130	-	260	-	194.700

Godina 1981. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa su sve likvidne radne organizacije u AP Vojvodini, ukupno radnih dana 290.

Tabela broj 131.

Eksterni menadžer knjige	prosečan broj firmi	prosečan dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina	310	700	4.614	18.458	203.000

Godina 1982. (plasman i distribucija knjige i frekvencije akvizicije)
vremenski period od 317 radnih dana godišnje.

Tabela broj 132.

AKVIZICIJA	broj akvizitera	dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodine	32	254	1.524	6.096	73.152

Godina 1982. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa radne organizacije u 8 većih gradova AP Vojvodine, ukupno radnih dana 232.

Tabela broj 133.

PREDUZEĆA	broj firmi	dnevni broj kupaca knjiga	ukupno dana godišnje	mesečni pro. prodaja knjiga	godišnji broj kupaca knj.
Novi Sad	39	950	78	-	74.100
Sombor	13	650	26	-	16.900
Subotica	14	700	28	-	19.600
Vršac	12	550	24	-	13.200
Zrenjanin	16	700	32	-	22.400
Kikinda	10	550	20	-	11.000
Pančevo	13	600	26	-	15.600
Sr. Mitrovica	15	800	30	-	24.000
	132	-	264	-	196.800

Godina 1982. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa su sve likvidne radne organizacije u AP Vojvodini, ukupno radnih dana 290.

Tabela broj 134.

Eksterni menadžer knjige	prosečan ukupan broj firmi	prosečan dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina	312	750	4.500	18.000	198.000

Godina 1983. (plasman i distribucija knjige i frekvencije akvizicije)
vremenski period od 317 radnih dana godišnje.

Tabela broj 135.

AKVIZICIJA	broj akvizitera	dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodine	32	283	1.698	6.792	74.880

Godina 1983. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa radne organizacije u 8 većih gradova AP Vojvodine, ukupno radnih dana 232.

Tabela broj 136.

PREDUZEĆA	broj firmi	dnevni broj kupaca knjiga	ukupno dana godišnje	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
Novi Sad	42	800	84	-	67.200
Sombor	13	650	26	-	16.900
Subotica	15	700	30	-	21.000
Vršac	15	550	30	-	16.500
Zrenjanin	17	700	34	-	23.800
Kikinda	9	500	18	-	9.000
Pančevo	16	650	32	-	20.800
Sr. Mitrovica	16	820	32	-	26.240
	132	-	286	-	201.440

Godina 1983. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa su sve likvidne radne organizacije u AP Vojvodini, ukupno radnih dana 290.

Tabela broj 137.

Eksterni menadžer knjige	prosečan ukupan broj firmi	prosečan dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina	322	780	4.680	18.720	205.920

Godina 1984. (plasman i distribucija knjige i frekvencije akvizicije)
vremenski period od 317 radnih dana godišnje.

Tabela broj 138.

AKVIZICIJA	broj akvizitera	dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodine	32	283	1.698	6.792	79.968

Godina 1984. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa radne organizacije u 8 većih gradova AP Vojvodine, ukupno radnih dana 232.

Tabela broj 139.

PREDUZEĆA	broj firmi	dnevni broj kupaca knjiga	ukupno dana godišnje	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
Novi Sad	42	900	84	-	75.600
Sombor	13	650	26	-	16.900
Subotica	15	700	30	-	21.000
Vršac	15	550	30	-	16.500
Zrenjanin	17	700	34	-	23.800
Kikinda	9	500	18	-	9.000
Pančevo	16	650	32	-	20.800
Sr. Mitrovica	16	820	32	-	26.240
	132	-	286	-	209.860

Godina 1984. (frekvencije eksternog menadžera plas. i distribucije knjige) ciljna grupa su sve likvidne radne organizacije u AP Vojvodini, ukupno radnih dana 290.

Tabela broj 140.

Eksterni menadžer knjige	prosečan broj firmi	prosečan dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina	325	802	4.816	19.265	211.920

Uporedni preglednici ostvarene realizacije u različitim načinima plasmana knjige. U svakom načinu prodaje anketiran je po jedan izvršilac eksternog plasmana knjige, koji radi godišnje 11 meseci (godišnji odmor), osim akvizitera koji vrše plasman tokom svih 12 meseci.

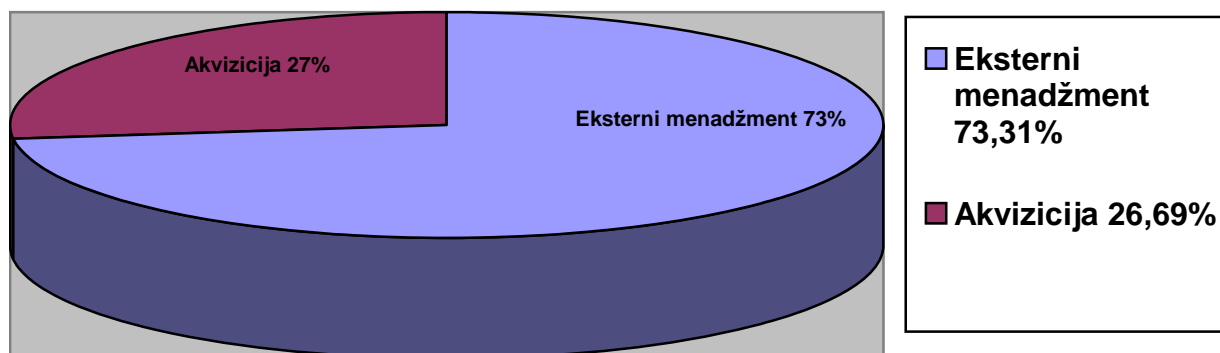
Akviziteri koji su obuhvaćeni ovim istraživanjima (ukupno **32**), radili su u: IRO „Vuk Karadžić“, Beograd, predstavništvo u Novom Sadu (ukupno izvršilaca **4**), IKRO „Mladost“, Zagreb (ukupno izvršilaca **5**), IP „Rad“, Beograd, poslovnica u Novom Sadu (**3** izvršioca), IRO „Prosveta“, Beograd, poslovnica Novi Sad (**4** izvršioca), IP „Nolit“, Beograd, poslovnica Novi Sad (**4** izvršioca), „BIGZ“, Beograd, poslovnica u Novom Sadu (**5** izvršilaca), IKRO „Globus“, Zagreb, poslovnica u Novom Sadu (**4** izvršioca), IP „Sloboda“ Beograd, posl. jedinica u Novom Sadu, (**3** izvršioca).

Tabela 141. Test proporcija plasmana različitih vrsta knjiga iz prethodnog perioda (1980-1984) između akvizicije i eksternog menadžmenta (teritorija AP Vojvodine)

Plasman knjige akvizicijom	Plasman knjige eksterni menadžment	Akvizicija	Eksterni menadžment	p
		%	%	
370.272	1.016.620	26.69	73.31	.000

Iz tabele 141 se vidi da je prodaja razne literature **eksternim menadžmentom** značajno veća od prodaje literature **akviziterskim** načinom. U eksternom menadžmentu knjige angažovan je samo 1 izvršilac, a u akviziciji 32 izvršioca.

Grafikon 26.



Kada se izvrši kraća analiza plasmana knjige eksternog sistema prodaje knjige za period od 5 godina (prethodni period 1980-1984.), može se videti da je eksterni način plasmana knjige značajno uspješniji od akviziterskog načina plasmana. U prilog ovoj činjenici ide i podatak da je eksterni način plasmana obavljao samo jedan izvršilac na terenu SFRJ, dok je akviziterskim načinom plasmana knjige njemu pariralo ukupno 32 akvizitera iz osam (8) različitih izdavačkih kuća u zemlji. Ova deskriptivna istraživanja dokazuju dominaciju eksternog menadžmenta u odnosu na sistem plasmana knjige akvizicijom.

Grupa H
DISTRIBUCIJA PLASMANA KNJIGE RAZLIČITIM SISTEMIMA
(prethodna deskriptivna istraživanja)

Godina 1980.
Tabela broj 142.

Redni broj:	NAČIN PRODAJE	UKUPNA KOLIČINA PRODATIH KNJIGA			
		Dnevna pro.	Nedeljna pro.	Mesečna pr.	Godišnja pr.
1	Knjižarski (knjižara)	8	48	192	2.304
2	Ulične tezge	10	60	240	2.640
3	Izložbe u firmama	14	84	336	3.696
4	Kataloško-kancelarijski	16	96	384	4.224
5	Sajamski	50	350	-	1.050
6	Eksterni menadžment	682	4.495	17.980	197.780

Godina 1981.
Tabela broj 143.

Redni broj:	NAČIN PRODAJE	UKUPNA KOLIČINA PRODATIH KNJIGA			
		Dnevna pro.	Nedeljna pro.	Mesečna pr.	Godišnja pr.
1	Knjižarski (knjižara)	10	60	240	2.880
2	Ulične tezge	15	90	360	3.960
3	Izložbe u firmama	17	102	408	4.488
4	Kataloško-kancelarijski	20	120	480	5.280
5	Sajamski	60	420	-	1.260
6	Eksterni menadžment	700	4.614	18.458	203.700

Godina 1982.
Tabela broj 144.

Redni broj:	NAČIN PRODAJE	UKUPNA KOLIČINA PRODATIH KNJIGA			
		Dnevna pro.	Nedeljna pro.	Mesečna pr.	Godišnja pr.
1	Knjižarski (knjižara)	8	48	192	2.304
2	Ulične tezge	11	66	268	2.948
3	Izložbe u firmama	15	90	360	3.960
4	Kataloško-kancelarijski	18	108	432	4.752
5	Sajamski	45	3150	-	945
6	Eksterni menadžment	750	4.500	18.000	198.000

Godina 1983.
Tabela broj 145.

Redni broj:	NAČIN PRODAJE	UKUPNA KOLIČINA PRODATIH KNJIGA			
		Dnevna pro.	Nedeljna pro.	Mesečna pr.	Godišnja pr.
1	Knjižarski (knjižara)	8	48	192	2.304
2	Ulične tezge	10	60	240	2.640
3	Izložbe u firmama	14	84	336	3.696
4	Kataloško-kancelarijski	25	130	520	5.720
5	Sajamski	70	490	-	1.470
6	Eksterni menadžment	780	4.680	18.720	205.920

Godina 1984.
Tabela broj 146.

Redni broj:	NAČIN PRODAJE	UKUPNA KOLIČINA PRODATIH KNJIGA			
		Dnevna pro.	Nedeljna pro.	Mesečna pr.	Godišnja pr.
1	Knjižarski (knjižara)	9	54	216	2.592
2	Ulične tezge	11	66	264	2.904
3	Izložbe u firmama	16	96	384	4.224
4	Kataloško-kancelarijski	18	108	432	4.752
5	Sajamski	60	420	-	1.260
6	Eksterni menadžment	802	4.816	19.2650	211.920

Napomena: U petoj koloni svih tabela u petom redu je stavljena (-), koja označava da nije bilo obračunavanja mesečnog prometa plasmana knjiga, iz razloga što se sajamska prodaja knjiga vrši 2 do 3 puta godišnje (uzet je prosek od 3 puta) po 7 dana. Sajmovi postoje: letnji, jesenji i međunarodni. Na osnovu realizacije plasmana knjige, podaci o prometu su uzeti iz protokola za unos frekvencija iz sledećih radnih mesta u vezi sa distribucijom knjige:

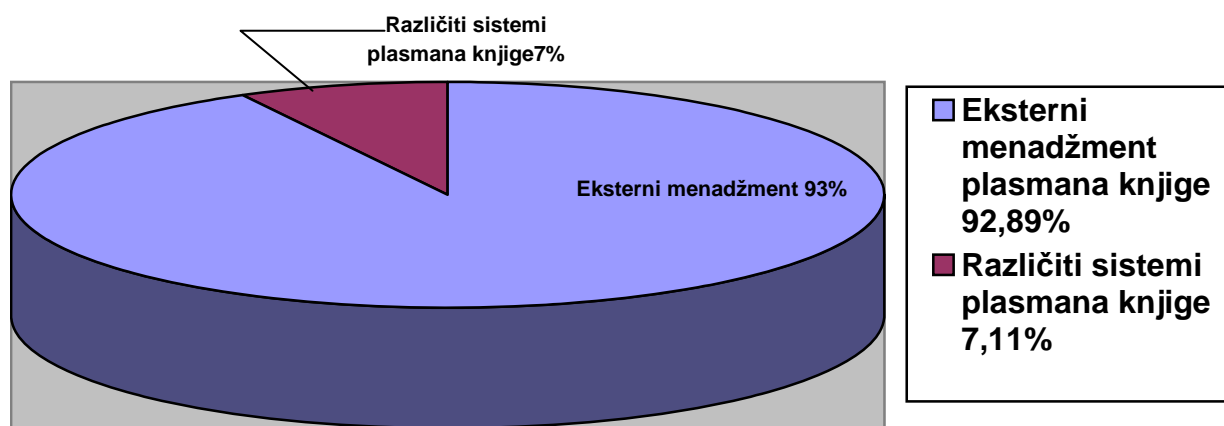
1. Prodavac u knjižari „Nolit“, Katolička porta br. 1, Novi Sad.
2. Ulična tezga prodavca zaposlenog u „Globus-u“ Zagreb.
3. Izložba u raznim firmama – trgovački putnik IP „Sloboda“ iz Beograda.
4. Kataloško-kancelarijska prodaja – trgovački putnik iz IP „Svetlost“, Sarajevo.
5. Sajamski štand (prodavac) IRO „Vuk Karadžić“, Beograd.
6. Eksterni menadžer iz Novog Sada, zaposlen u IKRO „Mladost“, Zagreb, predstavništvo Beograd, poslovna jedinica Novi Sad, Davida Rackovića 2.

Tabela 147. Test proporcija plasmana različitih vrsta knjiga iz prethodnog perioda (1980-1984) eksternim menadžmentom i sa nekoliko različitih sistema prodaje, koji su primenjivani (teritorija AP Vojvodine)

Ukupan plasman knjige različitim sistemima	Plasman knjige eksternim menadžmentom	Različiti sistemi	Eksterni menadžment	p
		%	%	
77.955	1.017.320	7.11	92.89	.000

Iz tabele 147 se vidi da je prodaja razne literature **eksternim menadžmentom** značajno veća od prodaje literature **različitim sistemima**. U eksternom menadžmentu knjige angažovan je samo 1 izvršilac, kao i u različitim sistemima po 1.

Grafikon 27.



Kada se posle distribucije izvrši kraća analiza plasmana knjige eksternog sistema prodaje knjige za period od 5 godina (prethodni period 1980-1984.), može se videti da je eksterni način plasmana knjige značajno uspješniji od svih ostalih primjenjivih sistema plasmana. U prilog ovoj činjenici ide i podatak da je eksterni način plasmana obavljao samo jedan izvršilac na terenu SFRJ, dok su ostale načine plasmana knjige prezentovali najuspješniji predstavnici svojih izdavačkih kuća, koje su nabrojane ispod tabele na strani 235 ovog naučnog rada. Po testu proporcije, odnos uspješnosti ostvarene realizacije eksternog menadžmenta je 92,89%, dok je realizacija svih ostalih sistema u ukupnom procentu od 7,11%, što takođe ide u prilog tvrdnji o dominaciji eksternog menadžmenta knjige u odnosu na ostale načine prodaje.

Grupa I
Godišnji plasman sportskih i ostalih knjiga u knjižarama, godina 2006/2007.
(deskriptivno istraživanje po protokolima za unos frekvencije plasmana knjige)
(29 knjižara Republike Srbije, AP Vojvodine)

Protokol broj 1.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	5	35	140	1.680
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Forum“, Novi Sad, Trg slobode 2.

Protokol broj 2

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	10	60	240	2.880
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Orfelin“, Novi Sad, Gimnazijska 2.

Protokol broj 3.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	7	42	168	2.016
2. Sportske knjige	1	4	16	192

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Pelikan“, Novi Sad, Jevrejska 12.

Protokol broj 4.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	10	60	240	2.880
2. Sportske knjige	-	1	4	48

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Nolit“, Novi Sad, Pozorišni trg 10.

Protokol broj 5.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	3	18	72	864
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Lotos“, Odžaci, M. Tita 27.

Protokol broj 6.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	5	30	120	1.440
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Pejton“, Odžaci, Školska 14.

Protokol broj 7.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	5	30	120	1.440
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Maricom“, Odžaci, M. Tita 27/6.

Protokol broj 8.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	3	18	72	864
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Pelikan“, Odžaci, Željeznička 34.

Protokol broj 9.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	5	30	120	1.440
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Stilos“, Vrbas, Maršala Tita 78 A.

Protokol broj 10.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	15	90	360	4.320
2. Sportske knjige	-	2	8	96

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Multiprint“, Vrbas, Maršala Tita 81.

Protokol broj 11.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	5	30	120	1.440
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Ekos“, Pančevo, Trg Kralja Petra 6.

Protokol broj 12.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	20	120	480	5.760
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Pan-ton“, Pančevo, D. Tucovića 6.

Protokol broj 13.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	30	180	720	8.640
2. Sportske knjige	2	12	48	576

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Reč i misao“, Pančevo, Trg Kralja Petra broj 10.

Protokol broj 14.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	-	5	20	240
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvenc. plasmana knjižare „Stil-papir“, B. Petrovac, 14 VUSB 20.

Protokol broj 15.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	10	60	240	2.880
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvenc. plasmana knjižare „Kultura“, B. Petrovac, 14. Vojvođanske udarne slovačke brigade 4-6.

Protokol broj 16.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	4	24	96	1.152
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Zaslon“, Šabac, Masarikova 14.

Protokol broj 17.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	15	90	360	4.320
2. Sportske knjige	-	3	12	144

Po protokolu i frekvenc. plasmana knjižare „Kulturni centar“, Šabac, G. Jevrema 12.

Protokol broj 18.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	2	12	48	576
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Aska“, Ruma, Glavna br. 139.

Protokol broj 19.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	5	30	120	1.440
2. Sportske knjige	1	6	24	288

Po protokolu i frekvenc. plasmana knjižare „DOO-Radovan“, Kovačica, M. Tita 49.

Protokol broj 20.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	6	36	144	1.728
2. Sportske knjige	-	-	1	12

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Forum“, B. Topola, R. Končara 12.

Protokol broj 21.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	2	12	48	576
2. Sportske knjige	-	-	1	12

Po protokolu i frekvenc. plasmana knjižare „Info-papir doo“, B. Topola, Glavna 2.

Protokol broj 22.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	3	18	72	864
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Duga“, Kula, M. Tita 248.

Protokol broj 23.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	8	48	192	2.304
2. Sportske knjige	-	1	4	48

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Agora“, Zrenjanin, K. Kolarova 12.

Protokol broj 24.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	8	48	192	2.304
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Papyrus“, Temerin, Novosadska 380

Protokol broj 25.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	3	18	72	864
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Nova prosveta“, Sremski Karlovci, B. Radičevića br. 5.

Protokol broj 26.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	10	60	240	2.880
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „BIGZ-knjižara 22“, Surčin, Vojvođanska br. 7.

Protokol broj 27.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	20	120	480	5.760
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Geograf“, Stara Pazova, Ćirila i Metodija, br. 20.

Protokol broj 28.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	-	2	8	96
2. Sportske knjige	-	-	-	-

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Duša“, Surčin, Vojvođanska 8.

Protokol broj 29.

Redni broj	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatura	1	6	24	288
2. Sportske knjige	-	-	-	3

Po protokolu i frekvencijama plasmana knjižare „Kolibri“, Bač, Trg M. Tita br. 9.

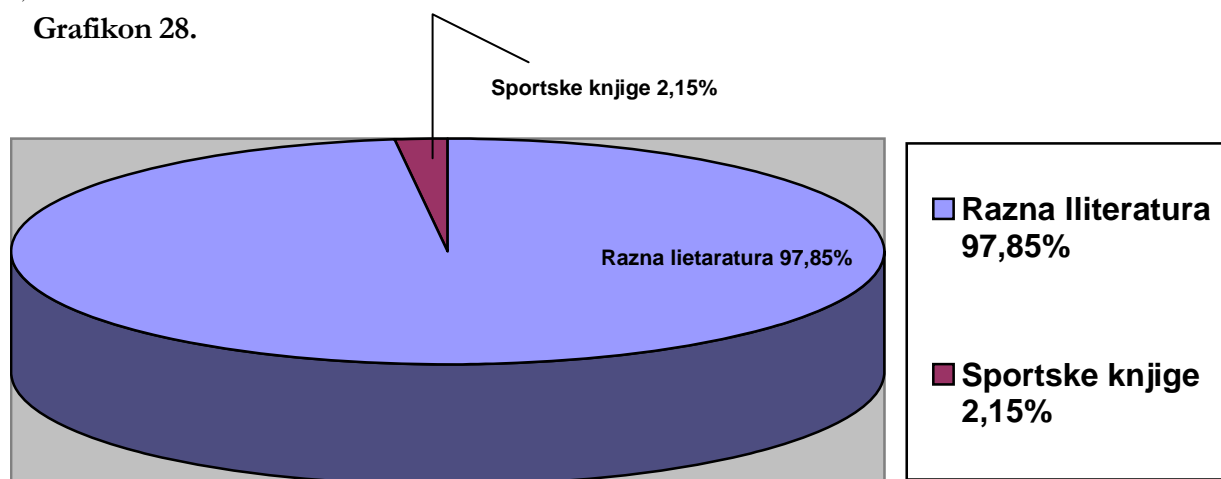
Ukupan uzorak knjižara Republike Srbije (AP Vojvodine), koje su obuhvaćene ovim istraživanjima bio je 29, i one su locirane u najvećim gradovima AP Vojvodine i teritorije Mačve.

Tabela 148. Test proporcija plasmana sportske literature i standardne knjige (u 2006. godini) u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine)

Sportske knjige prodato primeraka	Razna literatura prodato primeraka	Sportske knjige	Razna literatura %	p
1.409	63.936	2.15	97.85	.000

Iz tabele 148 se vidi da je ponuda i plasman **razne literature** značajno veća od prodaje **sportske literature** u knjižarama.

Grafikon 28.



Kada se izvrši analiza plasmana knjige u knjižarama u 2006. godini, može se zapaziti da je dnevna, nedeljna, mesečna i godišnja prodaja standardnih knjiga u knjižarama ostala na istom nivou kao i pre dve decenije (videti tabele na strani 244 i 245 ovoga rada), međutim može se uočiti da je plasman literature iz oblasti sporta rapidno opao. Kako se može videti na najnovijem testu proporcije iz 2006. godine. Knjižari su dali objašnjenja da nemaju skoro nikakve ponude izdavačkih kuća iz programa sportske knjige (kako se može videti na skalama pod brojevima 1-29 na stranicama ovog rada od br. 247-252), što sve utiče na nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji.

Odabrani uzorak je 29 knjižara, a anketirane knjižare (4) locirane su u najstrožijem centru glavnog grada Vojvodine Novom Sadu, dok su ostale knjižare (25) locirane u većim mestima u unutrašnjosti AP Vojvodine i Mačve. Kad je u pitanju knjiga, a naročito specifikum sportske literature, po rezultatima istraživanja, sportska knjiga je u deficitu. Sve knjižare u Republici Srbiji (AP Vojvodini) danas su u veoma teškoj situaciji, jer im je država, između ostalog, ukinula i dosadašnje bonuse za kulturu u visini od 30 procenata, koji su im bili olakšica za poslovanje.

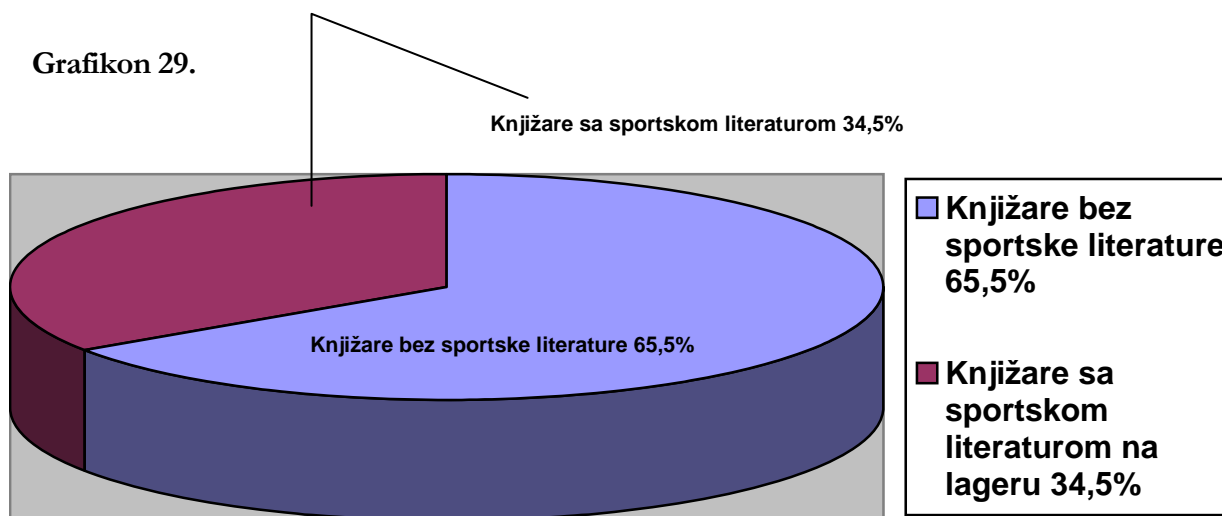
Rezultati najnovijih merenja frekvencija ostvarenog dnevnog, mesečnog, nedelnog i godišnjeg prometa sportske, kao i standardne knjige u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine), pokazuju znatnu razliku u korist ponude i prodaje standardne knjige (razne literature), koja se kreće u procentu od 97,85%, dok je taj procenat u korist sportske literature samo 2,15%.

Tabela 149. Test proporcija broja knjižara koje uspevaju da se snabdeavaju sportskom literaturom i knjižara koje to ne uspevaju (u 2006. godini) u Republici Srbiji (AP Vojvodini).

Broj Knjižara koje nemaju sportske knjige	Broj knjižara koje uspevaju da nabave sportske knjige	Nemaju nikakve sportske knjige	Imaju sportsku literaturu	p
			%	
19	10	65.5	34.5	.000

Iz tabele 149 se vidi da je broj knjižara koje ne uspevaju da se snabdeju sportskom literaturom znatno veći od broja knjižara koje to ne uspevaju, što sve utiče na nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji.

Grafikon 29.



Analiza stava prema sportskoj literaturi

Tabela 150. Prikaz stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu sa rasponom i zastupljenošću klasa

	pfak	snbd	sard	ostl
1.	19	16	28	26
2.	13	21	10	9
3.	12	7	6	9

U tabeli 150 su prikazana pitanja koja se analiziraju sa rasponom klasa i zastupljenost svake klase. Brojčane vrednosti u koloni ispod šifre pitanja predstavlja učestalost klase. Kriterijumsko obeležje profesori fakulteta (pfak) je prikazano u prvoj koloni a ostala pitanja (stav profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu) u sledećim kolonama.

Analiza stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu (po fakultetima)

U skladu sa ranije utvrđenim nacrtom istraživanja u ovom delu analize, stava profesora prema potrebama izdavanja knjiga o sportu, uzorak profesora (44) je podeljen u 3 celine prema fakultetima i to: FAM, SPORT I TURIZAM, FFK, U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina (grupa), kod svih ili pojedinih pitanja stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu. Postupak analize sprovede se na 3 pitanja profesora i to: stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd), stav o saradnji sa izdavačima (sard), ostali stavovi (ostl), Tako da stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd) ima 3 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, stav o saradnji sa izdavačima (sard) ima 3 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ostali stavovi (ostl) ima 3 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem.

Pregled stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U tabelama je prikazan stav profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu po nivoima u brojčanim (n) i procentualnim (%) vrednostima, kod 3 pitanja i to: stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd), stav o saradnji sa izdavačima (sard), ostali stavovi (ostl)..

Tabela 151 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem
n	16.	21.	7.
%	36.36	47.73	15.91

Uvidom u tabelu 151 uočava se da je kod pitanja o snabdevenosti sportskom literaturom najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem (47.73%) koji je po brojnosti znatno zastupljeniji od odgovora: delimično se slažem (15.91% p=.002). S obzirom na činjenicu da je p manje od 0.05, što znači da se većina profesora slaže da ne postoji dovoljna snabdevenost sportskom literaturom.

Grafikon broj 30.

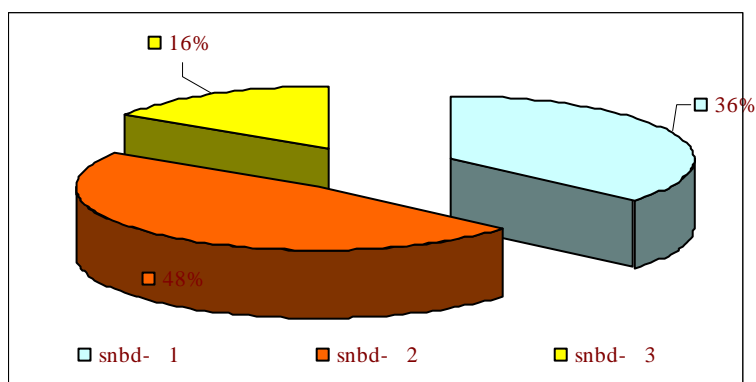
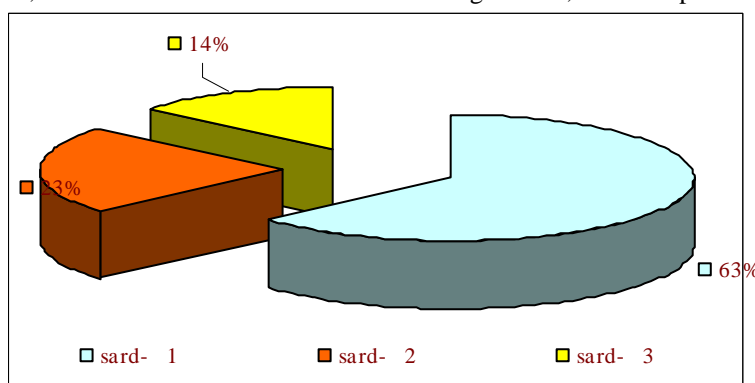


Tabela 152 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja o saradnji sa izdavačima (sard)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem
n	28.	10.	6.
%	63.64	22.73	13.64

Uvidom u tabelu 152 uočava se da je kod pitanja o saradnji sa izdavačem najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem sa 28 profesora (63.64%) koji je znatno zastupljeniji od odgovora: uglavnom se slažem sa 10 profesora (22.73% $p=.000$), delimično se slažem sa 6 profesora (13.64% $p=.000$). S obzirom na činjenicu da je p manje od 0.05, što znači da se većina profesora slaže da ne postoji saradnja između izdavača s jedne strane i osnovnoškolskih, visokoškolskih ustanova i fakulteta s druge strane, u vezi sa produkcijom sportske knjige.



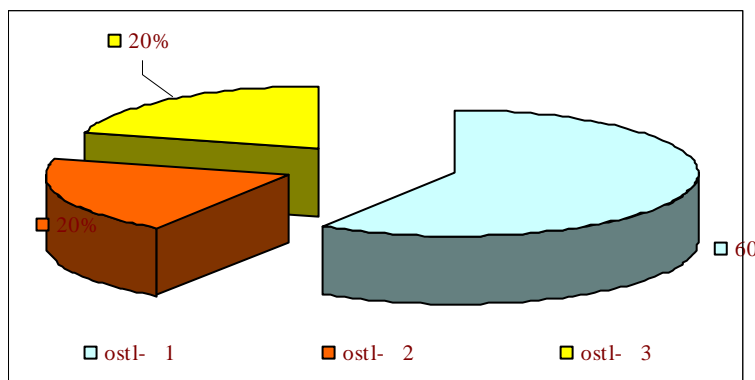
Grafikon broj 31.

Tabela 153 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja 'ostali stavovi' (ostl)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem
n	26.	9.	9.
%	59.09	20.45	20.45

Uvidom u tabelu 153 uočava se da je kod ostalih pitanja najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem sa 26 profesora (59.09%) koji je brojčano veći od odgovora uglavnom se slažem (20.45% $p=.000$), 4 delimično se slažem (20.45% $p=.000$). S obzirom na činjenicu da je p manje od 0.05, što znači da se većina profesora slaže da PDV i ostali stavovi ne doprinose razvoju izdavaštva.

Grafikon broj 32.



Dobijeni rezultati ukazuju na stavove profesora.

Pregled zastupljenosti fakulteta u odnosu na stav profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

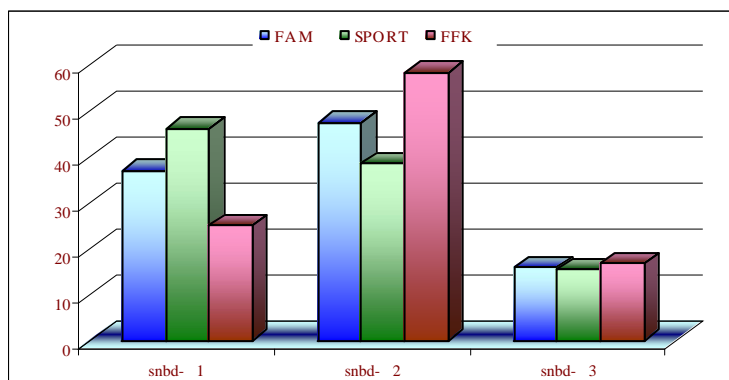
U tabelama je prikazana zastupljenost brojčanih (n) i procentualnih (%) vrednosti stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu za 3 nivoa: fakulteti (pfak) kod 3 pitanja: stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd), stav o saradnji sa izdavačima (sard), ostali stavovi (ostl).. Ukazaće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom je moguće samo nagovestiti neke karakteristike pojedinih stavova profesora, dok će se razlike među fakultetima kasnije analizirati.

Tabela 154 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem	
	n	%	n	%	n	%
FAM	7.	36.8	9.	47.4	3.	15.8
SPORT I TURIZAM	6.	46.2	5.	38.5	2.	15.4
FFK	3.	25.0	7.	58.3	2.	16.7

Može se zapaziti u tabeli 154 da je kod fakulteta FAM prilikom izjašnjavanja o snabdevenosti sportskom literaturom, najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem (47.4%), što je znatno veći procenat od učestalosti odgovora delimično se slažem (3 15.8% p=.043). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem je (6 46.2%). Kod profesora fakulteta FFK odgovor uglavnom se slažem (7 58.3%), je znatno više zastupljen od odgovora delimično se slažem (2 16.7% p=.046).

Uočava se razlika između fakulteta po pitanju snabdevenosti sportskom literaturom, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na fakultetu SPORT I TURIZAM (46.15% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FFK (58.33% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FFK (16.67% profesora).



Grafikon broj 33.

Tabela 155 Povezanost između profesora fakulteta i snabdevenost sportskom literaturom (pfak i snbd)

Hi--2	p
1.29	.862

Na osnovu činjenice da je p.862 može se reći da između profesora fakulteta i stava o snabdevenosti sportskom literaturom (pfak i snbd) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju. S obzirom na činjenicu da je $p > 0.05$,što znači da ne postoje povezanosti između profesora različitih fakulteta u odnosu na snabdevenost sportskom literaturom.

Tabela 156 Mere povezanosti između profesora fakulteta i snabdevenosti sportskom literaturom (pfak i snbd)

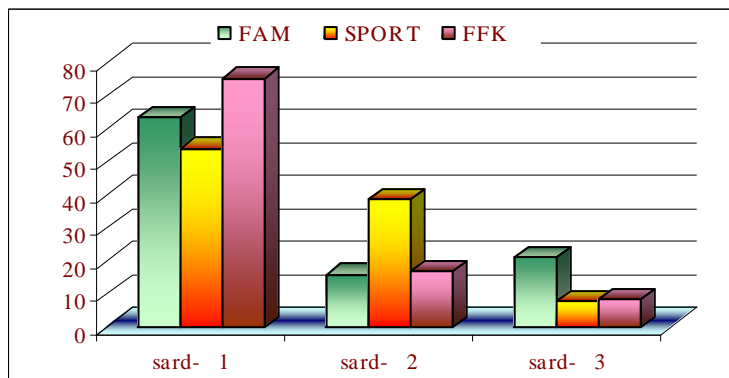
mera	povezanost	interval poverenja	
C	.169	-.104	.442
Ccorr	.207	-.127	.541
Tchup.	.121	.021	.222
V	.121	-.163	.406

Tabela 157 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje o saradnji sa izdavačima (sard)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem	
	n	%	n	%	n	%
FAM	12.	63.2	3.	15.8	4.	21.1
SPORT I TURIZAM	7.	53.8	5.	38.5	1.	7.7
FFK	9.	75.0	2.	16.7	1.	8.3

Može se zapaziti kod fakulteta FAM, na pitanje o saradnji sa izdavačima, najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem (63.2%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (4 21.1% $p=.012$), uglavnom se slažem (3 15.8% $p=.005$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (7 53.8%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (1 7.7% $p=.017$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (9 75.0%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (2 16.7% $p=.008$), delimično se slažem (1 8.3% $p=.003$).

Uočava se da između profesora fakulteta, pitanja o saradnji sa izdavačima, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FFK (75.00% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (38.46% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FAM (21.05% profesora).



Grafikon broj 34.

Tabela 158 Povezanost između profesora fakulteta i saradnje sa izdavačima (pfak i sard)

Hi--2	p
3.80	.433

Na osnovu činjenice da je p.433 može se reći da između profesora fakulteta i stava o saradnji sa izdavačem (pfak i sard) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju. S obzirom na činjenicu da je $p > 0.05$, što znači, da ne postoji povezanost između profesora različitih fakulteta u odnosu na stav o saradnji sa izdavačima.

Tabela 159 Mere povezanosti između profesora fakulteta i saradnje sa izdavačima (pfak i sard)

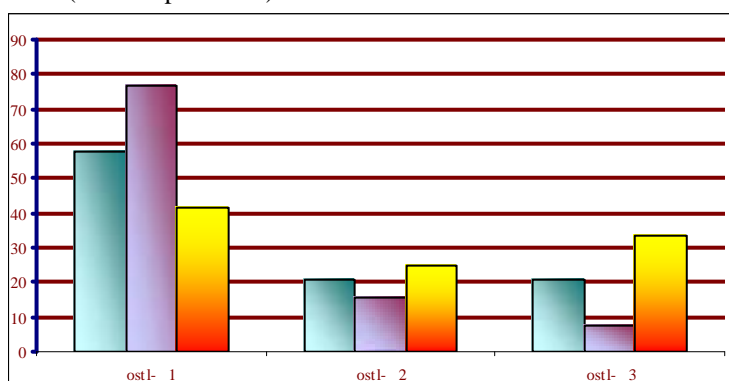
mera	povezanost	interval poverenja	
C	.282	.010	.554
Ccorr	.345	.012	.679
Tchup.	.208	.099	.317
V	.208	-.100	.516

Tabela 160 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora po fakultetima (pfak), u odnosu na pitanje 'ostali stavovi' (ostl)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem	
	n	%	n	%	n	%
FAM	11.	57.9	4.	21.1	4.	21.1
SPORT I TURIZAM	10.	76.9	2.	15.4	1.	7.7
FFK	5.	41.7	3.	25.0	4.	33.3

Može se zapaziti kod fakulteta FAM, kod pitanja "ostali stavovi" najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem (57.9%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (4 21.1% $p=.026$), delimično se slažem (4 21.1% $p=.026$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (10 76.9%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (2 15.4% $p=.004$), delimično se slažem (1 7.7% $p=.001$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (5 41.7%).

Uočava se da između fakulteta kod pitanja “ostali stavovi”, odgovor sasvim se slažem, najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (76.92% profesora), koji je znatno veći od učestalosti FFK (41.67% p=.084). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FFK (25.00% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FFK (33.33% profesora).



Grafikon broj 35.

Tabela 161 Povezanost između profesora fakulteta i pitanja "ostali stavovi" (pfak i ostl)

Hi--2	p
3.62	.460

Na osnovu činjenice da je p.460 može se reći da između fakulteta i pitanja ‘ostali stavovi’ (pfak i ostl) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju. S obzirom na činjenicu da je $p > 0.05$, što znači da ne postoji povezanost između profesora različitih fakulteta i ostalih stavova.

Tabela 162 Mere povezanosti između profesora fakulteta i "ostalnih stavova" (pfak i ostl)

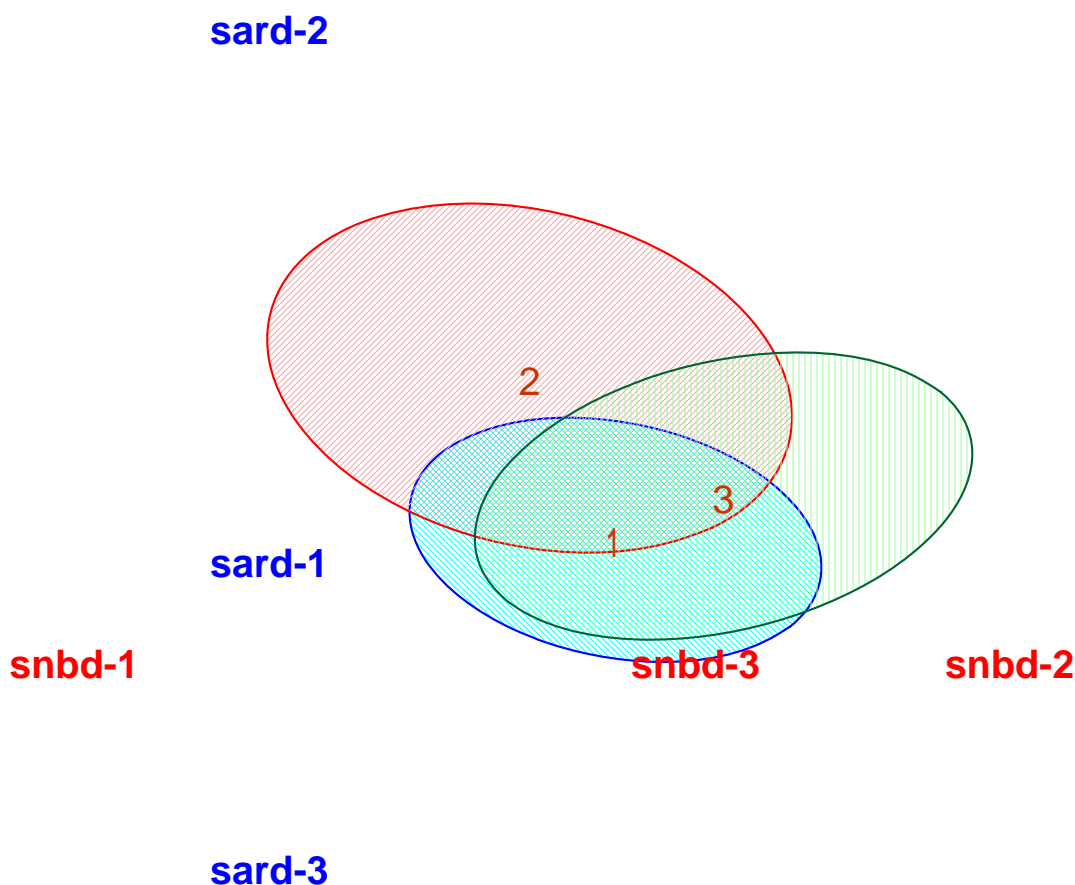
mera	povezanost	interval poverenja	
C	.276	.038	.513
Ccorr	.338	.047	.629
Tchup.	.203	.108	.297
V	.203	-.065	.470

Tabela 163 Značajnost razlike između fakulteta u odnosu na stav profesora prema potrebama izdavanja knjiga o sportu (Rojev test)

	Cj	R	F	p
snbd	.169	.171	.636	.534
sard	.282	.257	1.483	.239
ostl	.276	.287	1.881	.165

S obzirom na činjenicu da je $p > 0.05$, što znači da ne postoji razlika između stavova profesora o snabdevenosti sportskom literaturom, saradnji sa izdavačima i ostalim stavovima.

Grafikon broj 36. Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (sard) stava profesora o snabdevenosti sportskom literaturom i saradnji sa izdavačima *



Elipse predstavljaju grupe profesora 1-FAM, 2-SPORT I TURIZAM, 3- FFK, a ose snbd predstavljaju stav da nema snabdevenosti sportskom literaturom (snbd-1: sasvim. se slažem, snbd-2: uglavnom se slažem, snbd-3: delimično se slažem), a osa sard predstavlja da ne postoji saradnja sa izdavačima (sard-1: sasvim. se slažem, sard-2: uglavnom se slažem, sard-3: delimično se slažem).

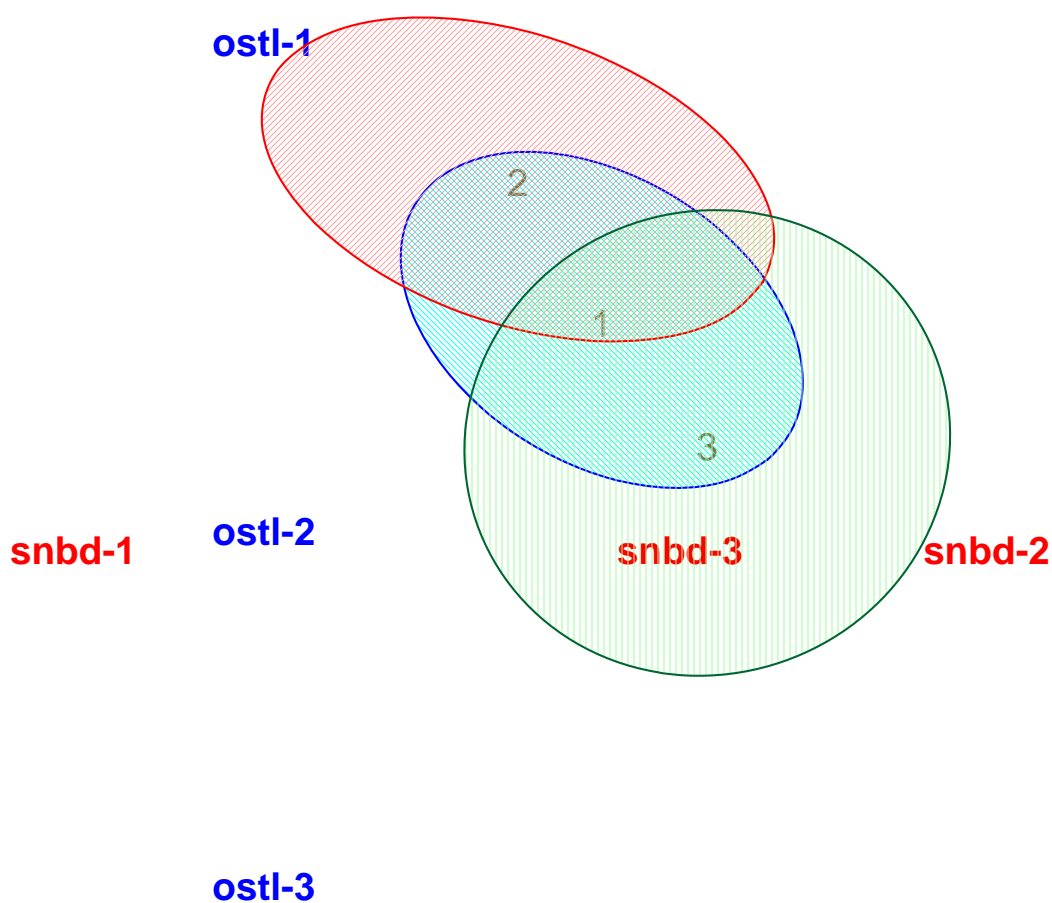
Iz grafikona 36 se vidi da se elipse poklapaju, a to znači da ne postoje razlike između stavova profesora različitih fakulteta.

Tabela 164 Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (sard) stava profesora o snabdevenosti sportskom literaturom i saradnji sa izdavačima

snbd-sard	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.523	.413	.614	-38
Grupa2	.705	.558	.613	-52
Grupa3	.642	.469	.683	37

* Rezultati su korišćeni iz knjige doktora mr Milivoja Došenovića, Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature, „Domla-publishing“, Novi Sad, 2006. godine, str. – 134-198.

Grafikon broj 37. Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (ostl) stava profesora o snabdevenosti sportskom literaturom i ostalim stavovima

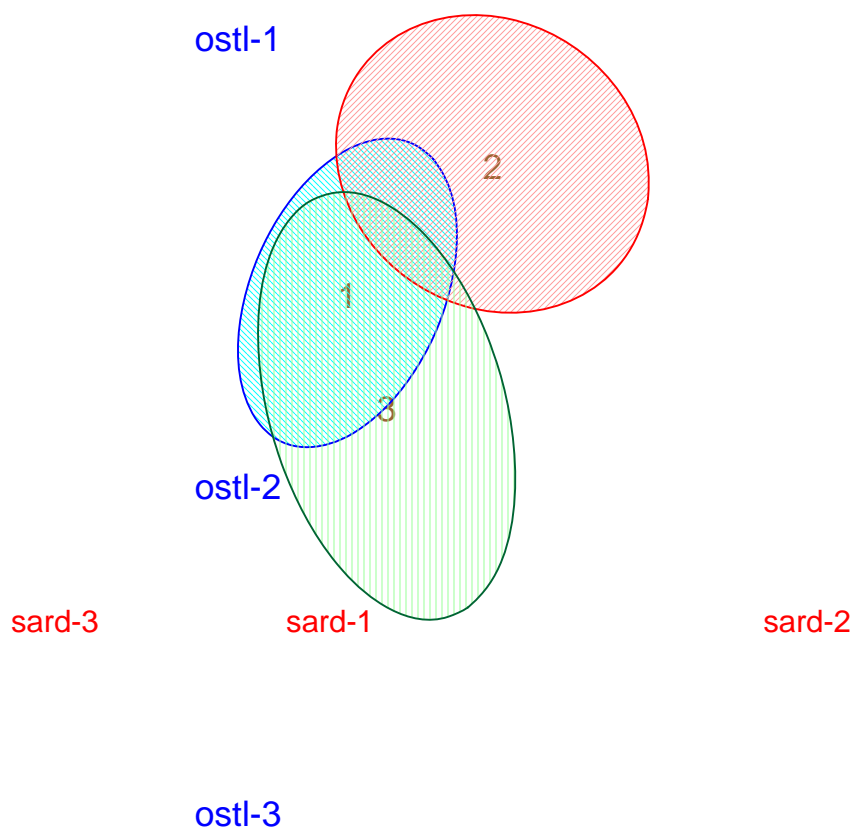


Elipse predstavljaju grupe profesora 1-FAM, 2-SPORT I TURIZAM, 3-FFK, a ose ostl predstavlja "ostale stavove" (ostl-1: sasvim. se slažem, ostl-2: uglavnom se slažem, ostl-3: delimično se slažem), a osa snbd predstavlja da ne postoji snabdevenost sportskom literaturom (snbd-1: sasvim. se slažem, snbd-2: uglavnom se slažem, snbd-3: delimično se slažem). Iz grafikona se vidi da se elipse poklapaju, a to znači da ne postoje razlike između stavova profesora različitih fakulteta.

Tabela 165. Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (ostl) stava profesora o saradnji sa izdavačima i ostalim stavovima

snbd-ostl	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.566	.384	.735	-45
Grupa2	.658	.405	.788	-26
Grupa3	.673	.582	.501	83

Grafikon broj 38. Elipse (interval poverenja) kod (sard) i (ostl) stava profesora o snabdevenosti sportskom literaturom i ostalim stavovima



Elipse predstavljaju grupe profesora 1-FAM, 2-SPORT I TURIZAM, 3- FFK, a ose ostl predstavljaju "ostale stavove" (ostl-1: sasvim. se slažem, ostl-2: uglavnom se slažem, ostl-3: delimično se slažem), a osa sard predstavlja da ne postoji saradnja sa izdavačima (sard-1: sasvim. se slažem, sard-2: uglavnom se slažem, sard-3: delimično se slažem). Iz grafikona se vidi da se elipse poklapaju, a to znači da ne postoje razlike između stavova profesora različitih fakulteta.

Tabela 166. Elipse (interval poverenja) kod odgovora profesora fakulteta o saradnji sa izdavačkim kućama i ostalim stavovima(sard) (ostl stav.)

sard-ostl	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.553	.373	.737	49
Grupa2	.660	.461	.716	-9
Grupa3	.719	.475	.751	-61

Tabela 167. Značajnost razlike među profesorima fakulteta, kod pitanja o potrebi izdavanja knjiga o sportu

	n	F	p
DISKRIMINATIVNA	2	1.517	.205

Na osnovu tabele 167 da je $p = .205$ za 2, to znači da ne postoji značajna razlika i jasno definisana granica između bilo koje grupe profesora na fakultetima o stavu o potrebi izdavanja knjiga o sportu

Tabela 168 Prikaz stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu sa rasponom i zastupljenošću klasa

	sfak	snbd	sard	ostl
1.	29	34	42	67
2.	19	36	17	11
3.	31	9	20	1

U tabeli 168 su prikazana pitanja koja se analiziraju sa rasponom klasa i zastupljenost svake klase. Brojčane vrednosti u koloni ispod šifre pitanja predstavlja učestalost klase. Kriterijumsko obeležje prema fakultetima (sfak) je prikazano u prvoj koloni a ostala pitanja (stav studenata prema potrebama izdavanja knjiga o sportu) u sledećim kolonama.

Analiza stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu, prema fakultetima

U skladu sa ranije utvrđenim nacrtom istraživanja u ovom delu analize, stava studenata prema potrebama izdavanja knjiga o sportu, uzorak studenata (79) je podeljen u 3 celine prema fakultetima i to: FAM, SPORT I TURIZAM, FFK, U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina (grupa), kod svih ili pojedinih pitanja stava studenata prema potrebama izdavanja knjiga o sportu. Postupak analize sprovede se na 3 pitanja studenata i to: stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd), stav o saradnji sa izdavačem (sard), ostali stavovi (ostl), Tako da stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd) ima 3 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, stav o saradnji sa izdavačem (sard) ima 3 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ostali stavovi (ostl) ima 3 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem,

Pregled stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U tabelama je prikazan stav studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu po nivoima u brojčanim (n) i procentualnim (%) vrednostima, kod 3 pitanja i to: stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd), stav o saradnji sa izdavačem (sard), ostali stavovi (ostl)..

Tabela 169 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem
n	34.	36.	9.
%	43.04	45.57	11.39

Uvidom u tabelu 169 uočava se da je kod pitanja o snabdevenosti sportskom literaturom najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem (45.57%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično se slažem (11.39% p=.000). S obzirom na činjenicu da je p manje od 0.05, što znači da se većina studenata slaže da ne postoji dovoljna snabdevenost sportskom literaturom.

Grafikon broj 39.

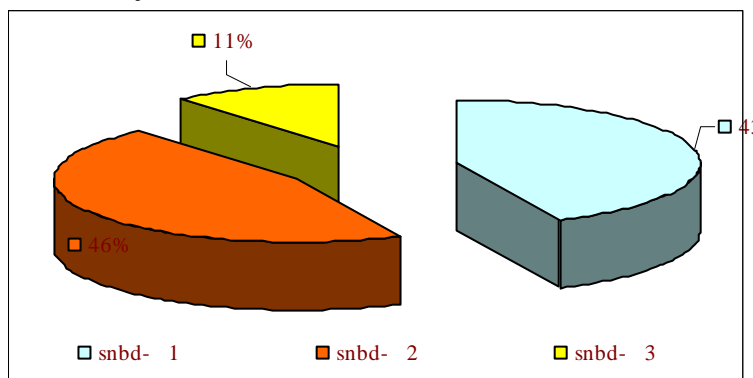
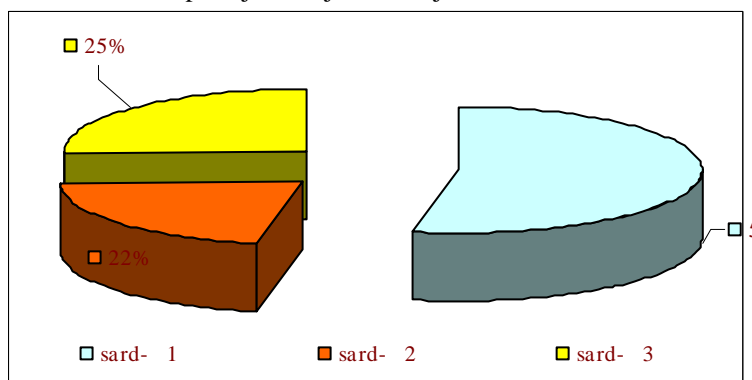


Tabela 170 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja o saradnji sa izdavačima (sard)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem
n	42.	17.	20.
%	53.16	21.52	25.32

Uvidom u tabelu 170 uočava se da je kod pitanja o saradnji sa izdavačem najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem (53.16%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično se slažem (25.32% p=.000), uglavnom se slažem sa 17 studenata (21.52% p=.000). S obzirom na činjenicu da je p manje od 0.05, što znači da se većina studenata slaže da ne postoji dovoljna saradnja sa izdavačima.



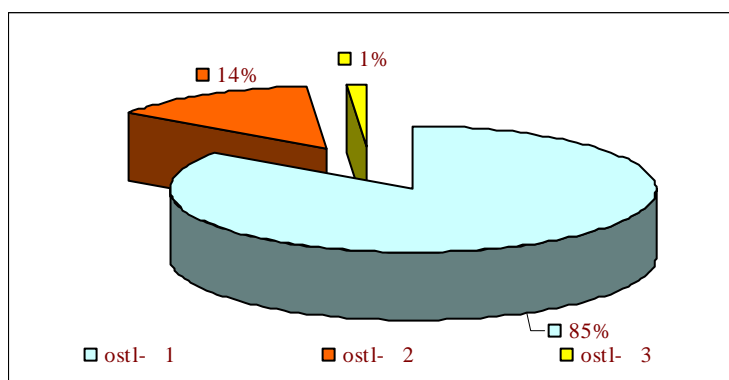
Grafikon broj 40.

Tabela 171 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja Ostali stavovi (ostl)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem
n	67.	11.	1.
%	84.81	13.92	1.27

Uvidom u tabelu 171 uočava se da je kod ostalih stavova najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem sa 67 studenata (84.81%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: uglavnom se slažem (13.92% p=.000), delimično se slažem (1.27% p=.000). S obzirom na činjenicu da je p manje od 0.05, što znači da se većina studenata slaže da uvođenje PDV-a ne doprinosi izdavaštvu.

Grafikon broj 41.



Reagovanja studenata raznih fakulteta u odnosu na stav o potrebi izdavanja knjiga o sportu (sportska literatura)

U tabelama je prikazana zastupljenost brojčanih (n) i procentualnih (%) vrednosti stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu za 3 nivoa prema fakultetima (sfak) kod 3 pitanja, stav o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd), stav o saradnji sa izdavačem (sard), ostali stavovi (ostl).. Ukazaće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom 00je moguće samo nagovestiti neke karakteristike pojedinih nivoa stava studenata, dok će se značajnost razlike među stavovima fakulteta kasnije analizirati.

Tabela 172 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje o snabdevenosti sportskom literaturom (snbd)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem	
	n	%	n	%	n	%
FAM	14.	48.3	11.	37.9	4.	13.8
SPORT I TURIZAM	8.	42.1	11.	57.9	0.	.0
FFK	12.	38.7	14.	45.2	5.	16.1

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM stav o snabdevenosti sportskom literaturom, najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem koji čini 14 studenata (48.3%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (4 13.8% $p=.006$). Kod fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (11 57.9%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (0.0% $p=.000$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (14 45.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (5 16.1% $p=.016$).

Uočava se da kod studenata fakulteta na pitanje o snabdevenosti sportskom literaturom, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FAM (48.28% studenata). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (57.89% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FFK (16.13% studenata), koji je znatno veći od učestalosti na SPORT I TURIZAM (.00% $p=.071$).

Grafikon broj 42.

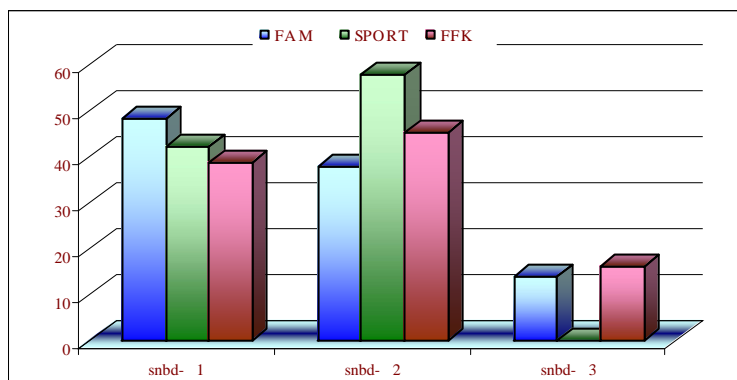


Tabela 173 Povezanost između stava studenata fakulteta i snabdevenosti sportskom literaturom (sfak i snbd)

	Hi--2	p
	4.25	.373

Na osnovu činjenice da je p.373 može se reći da između studenata fakulteta i stava o snabdevenosti sportskom literaturom (sfak i snbd) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju. S obzirom na činjenicu da je $p > 0.1$, što znači da ne postoji povezanost između studenata i stavova o snabdevenosti sportskom literaturom.

Tabela 174 Mere povezanosti između stava studenata fakulteta i snabdevenosti sportskom literaturom (sfak i snbd)

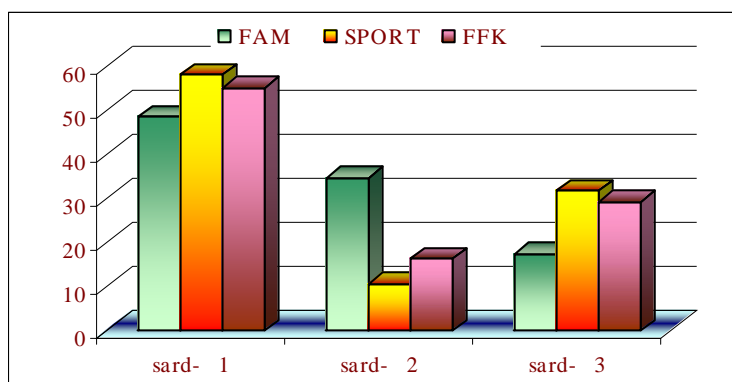
mera	povezanost	interval poverenja	
C	.226	.105	.347
Ccorr	.277	.129	.425
Tchup.	.164	.118	.210
V	.164	.033	.295

Tabela 175 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost stava studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje o saradnji sa izdavačima (sard)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem	
	n	%	n	%	n	%
FAM	14.	48.3	10.	34.5	5.	17.2
SPORT I TURIZAM	11.	57.9	2.	10.5	6.	31.6
FFK	17.	54.8	5.	16.1	9.	29.0

Može se zapaziti kod pitanja studenata fakulteta FAM o saradnji sa izdavačima, najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem (48.3%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (5 17.2% $p=.015$). Kod pitanja prema fakultetima SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (11 57.9%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (2 10.5% $p=.004$). Kod pitanja studenata fakulteta FFK zastupljen je odgovor sasvim se slažem (17 54.8%), značajno je veći od učestalosti odgovora delimično se slažem (9 29.0% $p=.044$) i uglavnom se slažem (5 16.1% $p=.002$).

Uočava se da kod stavova studenata fakulteta o saradnji sa izdavačem odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (57.89% studenata). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FAM (34.48% studenata), koji je znatno veći od učestalosti na fakultetu za SPORT I TURIZAM (10.53% $p=.067$). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na fak. za SPORT I TURIZAM (31.58% studenata).



Grafikon broj 43.

Tabela 176 Povezanost između studenata fakulteta i stava o saradnji sa izdavačima (sfak i sard)

Hi--2	p
5.19	.269

Na osnovu činjenice da je p.269 može se reći da kod studenata fakulteta i stava o saradnji sa izdavačem (sfak i sard) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju. S obzirom na činjenicu da je $p > 0.1$, što znači da ne postoji povezanost između studenata i stavova o saradnji sa izdavačima.

Tabela 177 Mere povezanosti između studenata fakulteta i saradnje sa izdavačima (sfak i sard)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.248	.053	.444
Ccorr	.304	.065	.543
Tchup.	.181	.105	.257
V	.181	-.034	.396

Tabela 178 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti stava studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje 'ostali stavovi' (ostl)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem	
	n	%	n	%	n	%
FAM	23.	79.3	6.	20.7	0.	.0
SPORT I TURIZAM	18.	94.7	1.	5.3	0.	.0
FFK	26.	83.9	4.	12.9	1.	3.2

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM da je na pitanje: ostali stavovi najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem (79.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (6 20.7% $p=.000$), delimično se slažem (0.0% $p=.000$). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (18 94.7%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (1 5.3% $p=.000$), delimično se slažem (0.0% $p=.000$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (26 83.9%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (4 12.9% $p=.000$), delimično se slažem (1 3.2% $p=.000$).

Uočava se da kod studenata fakulteta, da na pitanje ostali stavovi, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen fak. SPORT I TURIZAM (94.74% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FAM (20.69% studenata).Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FFK (3.23% studenata).

Grafikon broj 44.

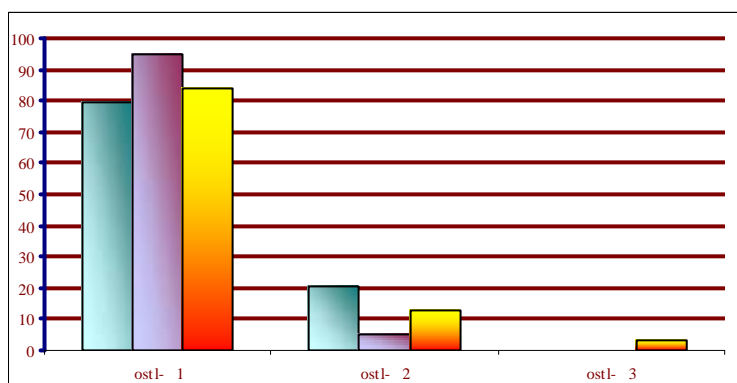


Tabela 179 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja “ostali stavovi” (sfak i ostl)

Hi--2	p
3.88	.423

Na osnovu činjenice da je p.423 može se reći da između studenata fakulteta i ostali stavovi (sfak i ostl) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju. S obzirom na činjenicu da je $p > 0.1$, što znači da ne postoji povezanost između studenata i stavova o snabdevenosti sportskom literaturom.

Tabela 180 Mere povezanosti između studenata fakulteta i ostalih stavova (sfak i ostl)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.216	.054	.378
Ccorr	.265	.067	.463
Tchup.	.157	.095	.218
V	.157	-.017	.331

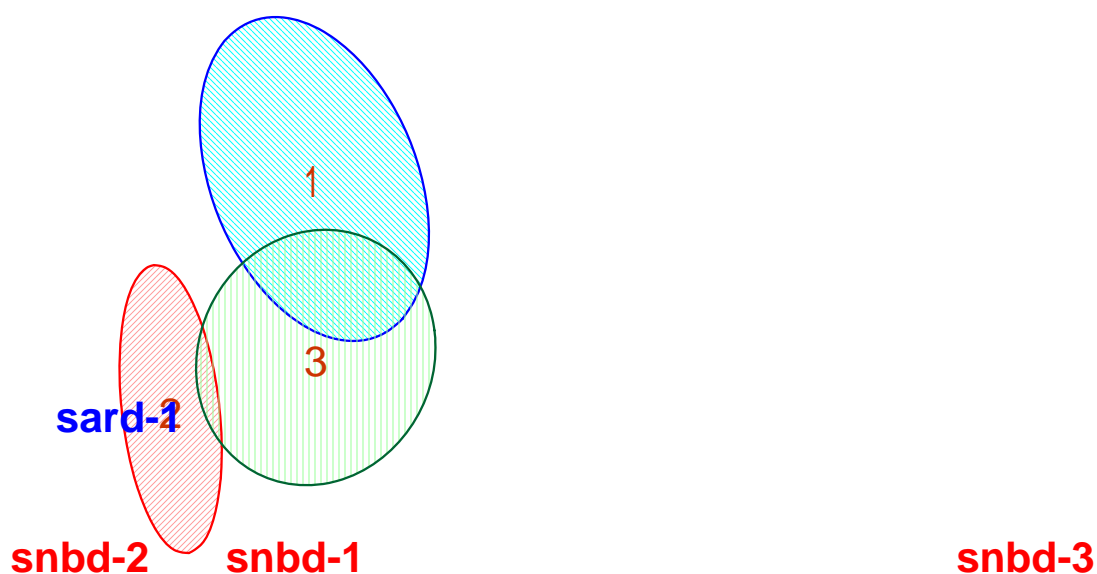
Tabela 181 Značajnost razlike između stava studenata fakulteta o saradnji sa izdavačima i ostalim stavovima (Rojev test)

	Cj	R	F	p
snbd	.226	.216	1.886	.159
sard	.248	.256	2.703	.073
ostl	.216	.173	1.183	.312

S obzirom na činjenicu da je $p > 0.05$, što znači da ne postoji razlika između stavova studenata o snabdevenosti sportskom literaturom, saradnji sa izdavačima i ostalim stavovima.

Grafikon broj 45. Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (sard) stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu

sard-2



sard-3

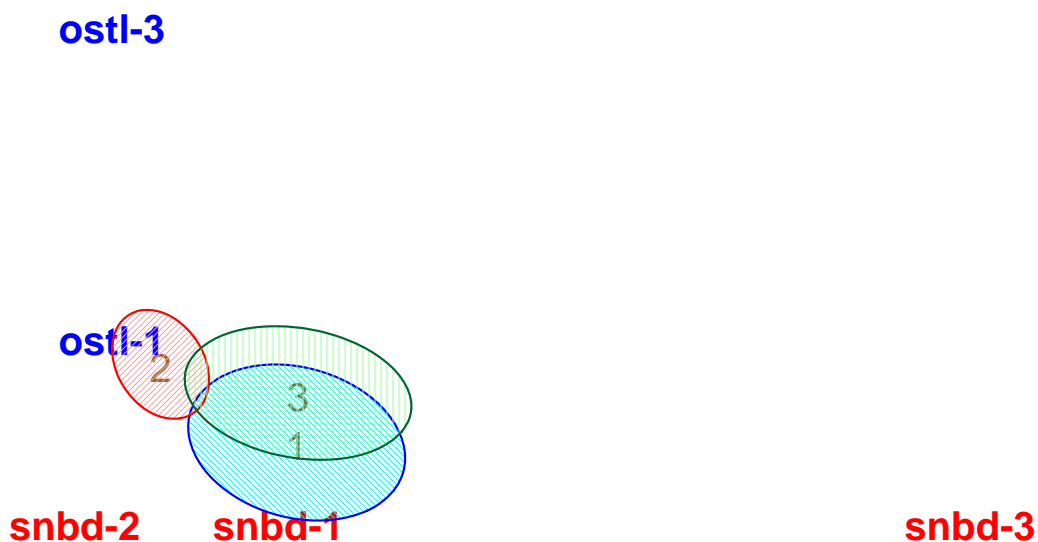
Elipse predstavljaju grupe studenata 1-FAM, 2-SPORT I TURIZAM, 3- FFK, a ose snbd predstavljaju stav da nema snabdevenosti sportskom literaturom (snbd-1: sasvim. se slažem, snbd-2: uglavnom se slažem, snbd-3: delimično se slažem), a osa sard predstavlja da ne postoji saradnja sa izdavačima (sard-1: sasvim. se slažem, sard-2: uglavnom se slažem, sard-3: delimično se slažem).

Iz grafikona se vidi da se elipse poklapaju, a to znači da ne postoje razlike između stavova studenata različitih fakulteta.

Tabela 182 Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (sard) stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu

snbd-sard	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.479	.335	.715	-49
Grupa2	.383	.170	.896	-80
Grupa3	.421	.332	.615	9

Grafikon broj 46. Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (ostl) stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu



ostl-2

Elipse predstavljaju grupe studenata 1-FAM, 2-SPORT I TURIZAM, 3- FFK, a ose ostl predstavlja "ostale stavove" (ostl-1: sasvim. se slažem, ostl-2: uglavnom se slažem, ostl-3: delimično se slažem), a osa snbd predstavlja da ne postoji snabdevenost sportskom literaturom (snbd-1: sasvim. se slažem, snbd-2: uglavnom se slažem, snbd-3: delimično se slažem).

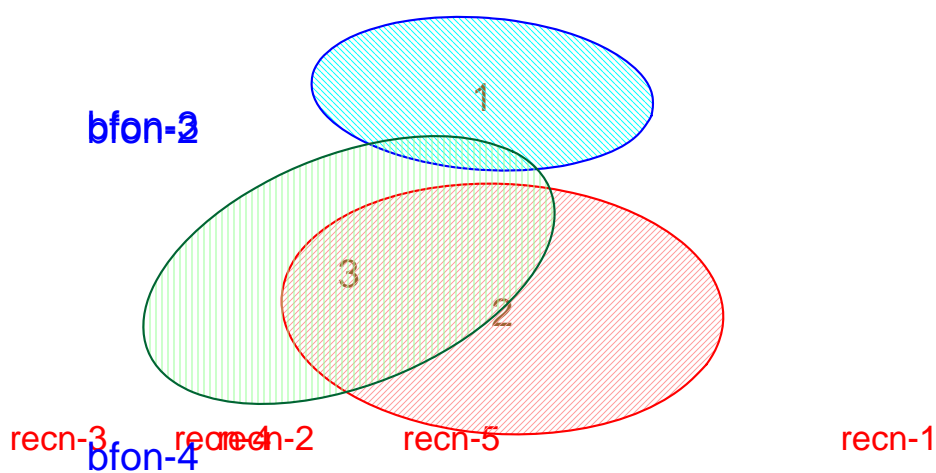
Iz grafikona se vidi da se elipse poklapaju, a to znači da ne postoje razlike između stavova studenta različitih fakulteta.

Tabela 183 Elipse (interval poverenja) kod (snbd) i (ostl) stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu

s0nbd-ostl	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.459	.371	.591	-55
Grupa2	.308	.169	.837	-76
Grupa3	.439	.347	.614	-29

Grafikonbroj 47. Elipse (interval poverenja) kod (sard) i (ostl) stava studenata o
Opotrebi izdavanja knjiga o sportu

bfon-1



bfon-5

Elipse predstavljaju grupe studenata 1-FAM, 2-SPORT I TURIZAM, 3- FFK, a ose ostl predstavljaju "ostale stavove" (ostl-1: sasvim. se slažem, ostl-2: uglavnom se slažem, ostl-3: delimično se slažem), a osa sard predstavlja da ne postoji saradnja sa izdavačima (sard-1: sasvim. se slažem, sard-2: uglavnom se slažem, sard-3: delimično se slažem).

Iz grafikona se vidi da se elipse poklapaju, a to znači da ne postoje razlike između stavova studenata različitih fakulteta.

Tabela 184 Elipse (interval poverenja) kod (sard) i (ostl) stava studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu

sard-ostl	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.442	.415	.345	53
Grupa2	.390	.287	.678	21
Grupa3	.382	.322	.541	62

Tabela 185 Značajnost razlike između studenata fakulteta o stavu o potrebi izdavanja knjiga o sportu

	n	F	p
DISKRIMINATIVNA	3	1.972	.073

Na osnovu tabele 185 da je $p > 0.05$ za 2 znači da ne postoji značajna razlika i jasno definisana granica između bilo koje grupe studenata na fakultetima o stavu o potrebi izdavanja knjiga o sportu

Tabela 186 Koeficijent diskriminacije između studenata fakulteta u odnosu na izdavaštvo

	koef.diskriminacije
sard	.091
snbd	.050
ostl	.030

Analizom koeficijenata diskriminacije uočava se je razlika minimalna između studenata različitih fakulteta po pitanju saradnje sa izdavačima (sard) (.091).

Analiza stava direktora prema sportu i sportskoj literaturi

U ovom delu istraživanja sprovede se Analiza stava direktora prema sportu i sportskoj literaturi

U skladu sa ranije utvrđenim nacrtom istraživanja u ovom delu analize, stava direktora o potrebi izdavanja knjiga o sportu, uzorak direktora (60) je podeljen u 2 celine prema direktorima osnovne - srednje škole i to: osnovna srednja. U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina (grupa), kod svih ili pojedinih pitanja stava direktora o potrebi izdavanja knjiga o sportu. Postupak analize sprovede se na 1 pitanja direktora i to: stav prema sportu (sprt), Tako da stav prema sportu (sprt) ima 3 stava i to: DA, delimično, NE i bez odgovora,

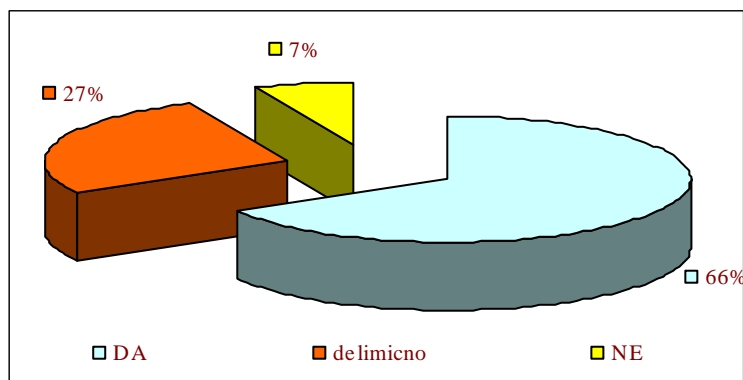
Pregled stava direktora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U tabelama je prikazan stav direktora o potrebi izdavanja knjiga o sportu po nivoima u broječanim (n) i procentualnim (%) vrednostima, kod 1 pitanja i to: stav prema sportu (sprt)..

Tabela 187 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost direktora kod pitanja prema sportskoj literaturi (sprt)

	DA	delimično	NE i bez odgovora
n	40.	16.	4.
%	66.67	26.67	6.67

Uvidom u tabelu 187 uočava se da je kod pitanja direktora prema sportskoj literaturi najviše zastupljen odgovor DA sa 40 direktora (66.67%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično sa 16 direktora (26.67% $p=.000$), NE i bez odgovora sa 4 direktora (6.67% $p=.000$).



Grafikon broj 48.

Pregled zastupljenosti odgovora direktora osnovnih i srednjih škola o potrebi izdavanja knjiga o sportu

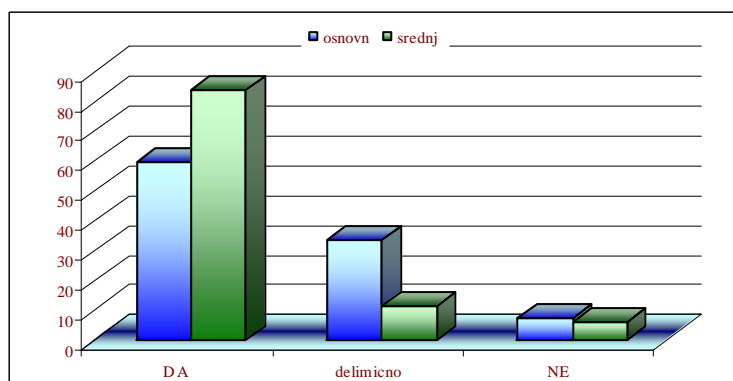
U tabelama je prikazana zastupljenost bročanih (n) i procentualnih (%) vrednosti odgovora direktora o potrebi izdavanja knjiga o sportu, odnosno direktora osnovnih i srednjih škola. Ukazaće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom je moguće samo nagovestiti neke karakteristike pojedinih nivoa stava direktora, dok će se značajnost razlike između direktora osnovne - srednje škole kasnije analizirati.

Tabela 188 Bročana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora direktora osnovnih i srednjih škola (sdir) u odnosu na stav prema sportu (sprt)

	DA		delimično		NE i bez odgovora	
	n	%	n	%	n	%
osnovna	25.	59.5	14.	33.3	3.	7.1
srednja	15.	83.3	2.	11.1	1.	5.6

Može se zapaziti kod direktora osnovnih i srednjih škola, stav prema potrebi izdavanja knjiga o sportu, najviše je zastupljen odgovor DA koji čini 25 direktora (59.5%) od ukupno 42, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično (14 33.3% $p=0.18$), NE i bez odgovora (3 7.1% $p=0.000$). Kod direktora osnovnih i srednjih škola "srednja;" zastupljenost odgovora DA (15 83.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično (2 11.1% $p=0.000$), NE i bez odgovora (1 5.6% $p=0.000$).

Uočava se da između direktora osnovnih i srednjih škola prema potrebi izdavanja knjiga o sportu, odgovor DA najviše je zastupljen kod srednjih škola (83.33% direktora), i značajno je veći od učestalosti odgovora osnovnih škola (59.52% $p=0.078$). Kod pitanja delimično, najviše je zastupljena osnovna škola (33.33% direktora), i znatno veći od učestalosti odgovora srednjih škola (11.11% $p=0.080$). Kod pitanja NE i bez odgovora najviše je zastupljena osnovna škola (7.14% direktora).



Grafikon broj 49.

Tabela 189 Povezanost između direktora osnovnih i srednjih škola i sporta (sdir i sprt)

	Hi--2	p
	3.45	.178

Na osnovu činjenice da je p.178 može se reći da između direktora osnovnih i srednjih škole i stav prema sportu (sdir i sprt) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 190 Mere povezanosti između direktora osnovnih i srednjih škola i sporta (sdir i sprt)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.233	.041	.426
Ccorr	.330	.058	.602
Tchup.	.202	.077	.326
V	.240	.030	.449

Tabela 191 Značajnost razlike između direktora osnovnih i srednjih škola u odnosu na stav direktora o potrebi izdavanja knjiga o sportu (Rojev test)

	Cj	R	F	p
sprt	.233	.240	3.541	.065

Analizom rezultata dobijenih skaliranjem pitanja u odnosu na kriterijumsko obeležje direktori osnovnih i srednjih škola (sdir) uočava se da je za stav prema sportskoj literaturi (p=.065) postignuta što je moguća bolja diskriminacija između 2 grupe direktora. To znači da se odbacuje sličnost odgovora direktora osnovnih i srednjih škola.

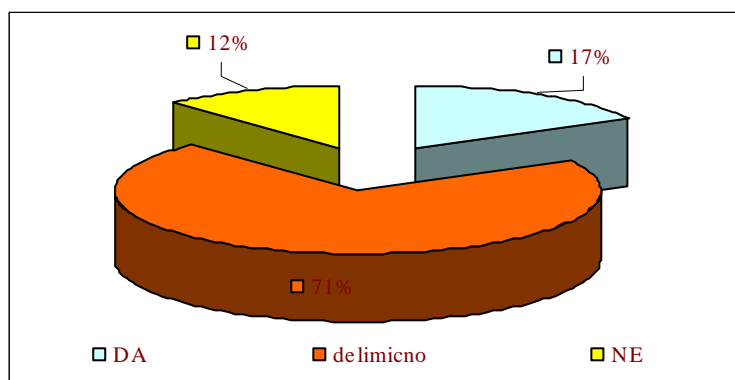
Analiza stava učenika osnovnih i srednjih škola prema fizičkom vaspitanju i sportskoj literaturi (učenici)

U skladu sa ranije utvrđenim nacrtom istraživanja u ovom delu analize, stava učenika prema sportskoj literaturi i fizičkom vaspitanju, uzorak učenika (101) je podeljen u 2 celine: "osnovna", "srednja" škola. U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina (grupa), kod svih ili pojedinih pitanja stava učenika prema sportskoj literaturi i fizičkom vaspitanju. Postupak analize sprovedeće se tako da stav prema sportu (sprt) ima 3 odgovora i to: DA, delimično, NE i bez odgovora,

Tabela 192 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost učenika kod pitanja prema sportskoj literaturi (sprt)

	DA	delimično	NE i bez odgovora
n	17.	72.	12.
%	16.83	71.29	11.88

Uvidom u tabelu 192 uočava se da je kod pitanja prema sportu najviše zastupljen odgovor delimično sa 72 učenika (71.29%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora : DA sa 17 učenika (16.83% p=.000), NE i bez odgovora sa 12 učenika (11.88% p=.000).



Grafikon broj 50.

Pregled zastupljenosti učenika osnovnih i srednjih škola, u odnosu na stav prema sportskoj literaturi i fizičkom vaspitanju

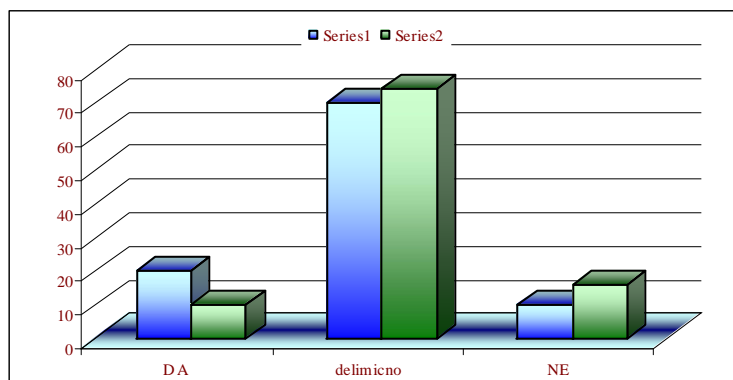
U tabelama je prikazana zastupljenost brojčanih (n) i procentualnih (%) vrednosti stava učenika prema sportskoj literaturi i fizičkom vaspitanju za 2 nivoa: osnovne i srednje škole u odnosu na stav prema sportu (sprt).. Ukazaće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom je moguće samo nagovestiti neke karakteristike pojedinih nivoa stava učenika, dok će se značajnost razlike između učenika osnovnih i srednjih škola kasnije analizirati.

Tabela 193 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora učenika prema sportskoj literaturi i fizičkom vaspitanju

	DA		delimično		NE i bez odgovora	
	n	%	n	%	n	%
osnovna	14.	20.0	49.	70.0	7.	10.0
srednja	3.	9.7	23.	74.2	5.	16.1

Može se zapaziti da je kod učenika osnovnih škola najviše zastupljen odgovor:delimično, koji čini 49 učenika (70.0%) od ukupno 70, to je značajno veće od učestalosti odgovora DA (14 20.0% p=.000), NE i bez odgovora (7 10.0% p=.000). Kod učenika srednje škole, zastupljenost odgovora: delimično (23 74.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora NE i bez odgovora (5 16.1% p=.000), DA (3 9.7% p=.000).

Uočava se da između učenika osnovnih i srednjih škola kod odgovora: DA najviše zastupljena osnovna (20.00% učenika). Odgovor delimično najviše je zastupljen kod srednjih škola (74.19% učenika). Odgovori NE i bez odgovora najviše su zastupljeni u srednjim školama (16.13% učenika).



Grafikon broj 51.

Tabela 194 Povezanost između stava učenika osnovnih i srednjih škola prema sportskoj literaturi (sucn i sprt)

Hi--2	p
2.09	.351

Na osnovu činjenice da je p.351 može se reći da između učenika osnovnih i srednjih škola ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske.

Tabela 195 Mere povezanosti između učenika osnovnih i srednjih škola prema sportskoj literaturi (sucn i sprt)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.142	-.031	.316
Ccorr	.201	-.044	.447
Tchup.	.121	.015	.227
V	.144	-.035	.323

Tabela 196 Značajnost razlike između učenika osnovnih i srednjih škola u odnosu na stav učenika prema sportskoj literaturi i fizičkom vaspitanju (Rojev test)

	Cj	R	F	p
sprt	.142	.144	2.094	.151

S obzirom da je p=.151, to znači da nisu uočene značajne razlike između 2 grupe učenika: osnovnih i srednjih škola

ZNAČAJ SPORTSKE LITERATURE

Analiza stava profesora prema pojedinačnim pitanjima o potrebi sportske literature

U skladu sa ranije utvrđenim nacrtom istraživanja u ovom delu analize, stava profesora o saradnji sa izdavačima, uzorak profesora (44) je podeljen u 3 celine prema fakultetima i to: FAM, SPORT I TURIZAM, FFK, U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina (grupa), kod svih ili pojedinih pitanja stava profesora o saradnji sa izdavačima. Postupak analize sprovedeće se na 8 pitanja profesora i to: 1) U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb),2) Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn), 3) Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon),4) Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec), 5) Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj), 6) Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u

obrazovanju (fudz), 7) Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho), 8) Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib), tako da kod pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb) ima 4 ponuđena odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se; kod pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn) ima 4 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, kod pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon) ima 5 stavova i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, kod pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec) ima 5 stavova i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, kod pitanja Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj) ima 5 stavova i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, kod pitanja Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju. (fudz) ima 5 stavova i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, kod pitanja Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho) ima 5 stavova i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, kod pitanja Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib) ima 5 stavova i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem.

Pregled stavova profesora o saradnji sa izdavačima

U tabelama je prikazan stav profesora o saradnji sa izdavačima po nivoima u brojčanim (n) i procentualnim (%) vrednostima, kod 8 pitanja i to: 1) U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb), 2) Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn), 3) Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon), 4) Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec), 5) Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj), 6) Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz), 7) Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho), 8) Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib)..

Tabela 197 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja

U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	28.	10.	5.	1.
%	63.64	22.73	11.36	2.27

Uvidom u tabelu 197 uočava se da je kod pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem, (63.64%) koji je znatno veći od učestalosti odgovora: uglavnom se slažem (22.73% p=.000), delimično se slažem (11.36% p=.000), ne slažem se (2.27% p=.000).

Tabela 198 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja

Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	17.	13.	11.	3.
%	38.64	29.55	25.00	6.82

Uvidom u tabelu 198 uočava se da je kod pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. najviše zastupljen odgovor: sasvim se slažem (38.64%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se (6.82% p=.001).

Tabela 199 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja
Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfn)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	2.	12.	19.	5.	6.
%	4.55	27.27	43.18	11.36	13.64

Uvidom u tabelu 199 uočava se da je kod pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. najviše zastupljen odgovor delimično se slažem (43.18%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: apsolutno se ne slažem (13.64% p=.003), ne slažem se (11.36% p=.001), sasvim se slažem (4.55% p=.000).

Tabela 200 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja
Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	13.	11.	17.	2.	1.
%	29.55	25.00	38.64	4.55	2.27

Uvidom u tabelu 200 uočava se da je kod pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. najviše zastupljen odgovor delimično se slažem (38.64%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se (4.55% p=.000), apsolutno se ne slažem (2.27% p=.000).

Tabela 201 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja
Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	11.	13.	11.	5.	4.
%	25.00	29.55	25.00	11.36	9.09

Uvidom u tabelu 201 uočava se da je kod pitanja Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem (29.55%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se (11.36% p=.037), apsolutno se ne slažem (9.09% p=.017).

Tabela 202 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja
Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u
obrazovanju. (fudz)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	26.	10.	5.	1.	2.
%	59.09	22.73	11.36	2.27	4.55

Uvidom u tabelu 202 uočava se da je kod pitanja Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju. najviše zastupljen odgovor: sasvim se slažem sa 26 profesora (59.09%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: uglavnom se slažem (22.73% p=.001), delimično se slažem (11.36% p=.000), apsolutno se ne slažem (4.55% p=.000), ne slažem se (2.27% p=.000).

Tabela 203 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja
Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	9.	17.	13.	3.	2.
%	20.45	38.64	29.55	6.82	4.55

Uvidom u tabelu 203 uočava se da je kod pitanja Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem sa 17 profesora (38.64%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: sasvim se slažem sa 9 profesora (20.45% p=.065), ne slažem se sa 3 profesora (6.82% p=.001), apsolutno se ne slažem sa 2 profesora (4.55% p=.000).

Tabela 204 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja
Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	16.	10.	13.	3.	2.
%	36.36	22.73	29.55	6.82	4.55

Uvidom u tabelu 204 uočava se da je kod pitanja Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem (36.36%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se (6.82% p=.001), apsolutno se ne slažem (4.55% p=.000).

Pregled zastupljenosti stava profesora fakulteta o saradnji sa izdavačima

U tabelama je prikazana zastupljenost brojčanih (n) i procentualnih (%) vredosti stava profesora o saradnji sa izdavačima za 3 nivoa fakulteta (pfak) kod 8 pitanja: U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb), Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn), Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon), Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec), Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj), Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju. (fudz), Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho), Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib).. Ukazaće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom je moguće samo nagovestiti neke karakteristike pojedinih nivoa stava profesora, dok će se značajnost razlike između fakulteta kasnije analizirati.

Tabela 205 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora
fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje U osnovnim i srednjim školama RS
nedostaje udžbenik iz fizičkog vaspitanja. (udzb)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	9.	47.4	7.	36.8	2.	10.5	1.	5.3
SPORT I TURI- ZAM	9.	69.2	2.	15.4	2.	15.4	0.	.0
FFK	10.	83.3	1.	8.3	1.	8.3	0.	.0

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM kod pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem koji čini 9 profesora (47.4%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 10.5% $p=.017$), ne slažem se (1 5.3% $p=.005$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (9 69.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (2 15.4% $p=.010$), delimično se slažem (2 15.4% $p=.010$), ne slažem se (0.0% $p=.001$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (10 83.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (1 8.3% $p=.001$), delimično se slažem (1 8.3% $p=.001$), ne slažem se (0.0% $p=.000$).

Uočava se da kod profesora fakulteta kod pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vaspitanja, odgovor sasvim se slažem najviše zastupljen na FFK (83.33% profesora), koji je znatno veći od učestalosti na FAM (47.37% $p=.054$). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FAM (36.84% profesora), koji je znatno veći od učestalosti odgovora na FFK (8.33% $p=.087$). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (15.38% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na FAM (5.26% profesora).

Tabela 206 Povezanost između profesora fakulteta i udžbenika (pfak i udzb)

Hi--2	p
6.26	.394

Na osnovu činjenice da je p.394 može se reći da između fakulteta i pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vaspitanja (pfak i udzb) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 207 Mere povezanosti između profesora fakulteta i udžbenika (pfak i udzb)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.353	.145	.561
Ccorr	.432	.178	.687
Tchup.	.241	.175	.307
V	.267	.013	.521

Tabela 208 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora (pfak) u odnosu na pitanje Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	8.	42.1	6.	31.6	4.	21.1	1.	5.3
SPORT I TURIZAM	6.	46.2	3.	23.1	3.	23.1	1.	7.7
FFK	3.	25.0	4.	33.3	4.	33.3	1.	8.3

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM na pitanje Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta, najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem (42.1%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 5.3% $p=.011$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (6 46.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 7.7% $p=.036$). Kod fakulteta FFK najveća je zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (4 33.3%).

Uočava se da između fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima, na pitanje Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta, odgovor sasvim se slažem najviše zastupljen na SPORT I TURIZAM (46.15% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FFK (33.33% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FFK (33.33% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na FFK (8.33% profesora).

Tabela 209 Povezanost između profesora fakulteta i rečnika (pfak i recn)

Hi--2	p
1.69	.946

Na osnovu činjenice da je p.946 može se reći da između fakulteta i pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (pfak i recn) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 210 Mere povezanosti između profesora fakulteta i rečnika (pfak i recn)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.192	-.070	.454
Ccorr	.235	-.085	.556
Tchup.	.125	.053	.197
V	.139	-.139	.416

Tabela 211 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	2.	10.5	6.	31.6	10.	52.6	1.	5.3	0.	.0
SPORT I TURIZAM	0.	.0	2.	15.4	5.	38.5	3.	23.1	3.	23.1
FFK	0.	.0	4.	33.3	4.	33.3	1.	8.3	3.	25.0

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM na pitanje Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom, najviše je zastupljen odgovor delimično se slažem koji čini 10 profesora (52.6%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (2 10.5% p=.008), ne slažem se (1 5.3% p=.003), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.001). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora delimično se slažem (5 38.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (0.0% p=.020). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (4 33.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (0.0% p=.038).

Uočava se da između fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima, na pitanje Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FAM (10.53% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FFK (33.33% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FAM (52.63% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (23.08% profesora). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen na FFK (25.00% profesora), koji je znatno veći od učestalosti FAM (.00% p=.029).

Tabela 212 Povezanost između profesora fakulteta i bibliotečkog fonda (pfak i bfon)

Hi--2	p
11.19	.191

Na osnovu činjenice da je p.191 može se reći da između fakulteta i pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (pfak i bfon) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 213 Mere povezanosti između profesora fakulteta i bibliotečkog fonda (pfak i bfon)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.450	.308	.593
Ccorr	.552	.377	.726
Tchup.	.300	.258	.342
V	.357	.156	.557

Tabela 214 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	5.	26.3	6.	31.6	7.	36.8	1.	5.3	0.	.0
SPORT I TURIZAM	5.	38.5	2.	15.4	4.	30.8	1.	7.7	1.	7.7
FFK	3.	25.0	3.	25.0	6.	50.0	0.	.0	0.	.0

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM na pitanje Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole, najviše je zastupljen odgovor delimično se slažem koji čini 7 profesora (36.8%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 5.3% $p=.022$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.006$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (5 38.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 7.7% $p=.074$), apsolutno se ne slažem (1 7.7% $p=.074$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora delimično se slažem (6 50.0%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% $p=.009$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.009$).

Uočava se da između fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima, na pitanje Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole, odgovor sasvim se slažem, najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (38.46% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FAM (31.58% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FFK (50.00% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (7.69% profesora). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (7.69% profesora).

Tabela 215 Povezanost između profesora fakulteta i rečničkih prikaza (pfak i nrec)

Hi--2	p
5.17	.739

Na osnovu činjenice da je $p.739$ može se reći da između fakulteta i pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (pfak i nrec) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 216 Mere povezanosti profesora između fakulteta i neophodnosti rečnika (pfak i nrec)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.324	.123	.526
Ccorr	.397	.150	.644
Tchup.	.204	.154	.254
V	.242	.004	.481

Tabela 217 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	5.	26.3	4.	21.1	7.	36.8	3.	15.8	0.	.0
SPO RT I TURI- ZAM	2.	15.4	6.	46.2	4.	30.8	1.	7.7	0.	.0
FFK	4.	33.3	3.	25.0	0.	.0	1.	8.3	4.	33.3

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM za stav o saradnji sa izdavačima, na pitanje Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. najviše je zastupljen odgovor delimično se slažem koji čini 7 profesora (36.8%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora apsolutno se ne slažem (0.0% p=.006). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (6 46.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 7.7% p=.036), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.010). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (4 33.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (0.0% p=.038).

Uočava se da između fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima, Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FFK (33.33% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (46.15% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FAM (36.84% profesora), koji je znatno veći od učestalosti na FFK (.00% p=.023). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (15.79% profesora). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen na FFK (33.33% profesora), koji je znatno veći od učestalosti na FAM (.00% p=.011), kao i SPORT I TURIZAM (.00% p=.032).

Tabela 218 Povezanost između profesora fakulteta i broja knjiga iz sportske literature (pfak i bk nj)

Hi--2	p
18.07	.021

Na osnovu činjenice da je p.021 može se reći da između fakulteta i stava Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (pfak i bk nj) postoji povezanost sa povećanim rizikom zaključivanja. Mere povezanosti su više,, na šta ukazuje činjenica da je leva strana intervala poverenja veća od nule.

Tabela 219 Mere povezanosti između profesora fakulteta i broj knjiga iz sportske literature (pfak i bkni)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.540	.421	.658
Ccorr	.661	.516	.806
Tchup.	.381	.339	.423
V	.453	.255	.651

Tabela 220 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	9.	47.4	6.	31.6	2.	10.5	1.	5.3	1.	5.3
SPO RT I TURI- ZAM	10.	76.9	1.	7.7	2.	15.4	0.	.0	0.	.0
FFK	7.	58.3	3.	25.0	1.	8.3	0.	.0	1.	8.3

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM kod pitanja Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju. najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem (47.4%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 10.5% p=.017), ne slažem se (1 5.3% p=.005), apsolutno se ne slažem (1 5.3% p=.005). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (10 76.9%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 15.4% p=.004), uglavnom se slažem (1 7.7% p=.001), ne slažem se (0.0% p=.000), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.000). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (7 58.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (1 8.3% p=.016), apsolutno se ne slažem (1 8.3% p=.016), ne slažem se (0.0% p=.004).

Uočava se da između profesora fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (76.92% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FAM (31.58% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (15.38% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na FAM (5.26% profesora). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen na FFK (8.33% profesora).

Tabela 221 Povezanost između profesora fakulteta i Udžbenik fizičkog obrazovanja (pfak i fudz)

Hi--2	p
5.72	.679

Na osnovu činjenice da je p.679 može se reći da između fakulteta i Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (pfak i fudz) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 222 Mere povezanosti između profesora fakulteta i Udžbenik fizičkog obrazovanja (pfak i fudz)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.339	.161	.518
Ccorr	.415	.197	.634
Tchup.	.214	.169	.259
V	.255	.041	.469

Tabela 223 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	4.	21.1	7.	36.8	6.	31.6	1.	5.3	1.	5.3
SPORT I TURI- ZAM	4.	30.8	4.	30.8	5.	38.5	0.	.0	0.	.0
FFK	1.	8.3	6.	50.0	2.	16.7	2.	16.7	1.	8.3

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM za o saradnji sa izdavačima, na pitanje Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem (36.8%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 5.3% $p=.022$), apsolutno se ne slažem (1 5.3% $p=.022$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora delimično se slažem (5 38.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% $p=.020$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.020$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (6 50.0%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 16.7% $p=.096$), ne slažem se (2 16.7% $p=.096$), sasvim se slažem (1 8.3% $p=.034$), apsolutno se ne slažem (1 8.3% $p=.034$).

Uočava se da između fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima, na pitanje Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (30.77% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FFK (50.00% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (38.46% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na FFK (16.67% profesora). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen na FFK (8.33% profesora).

Tabela 224 Povezanost između profesora fakulteta i Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod»(pfak i ipho)

Hi-2	p
6.87	.551

Na osnovu činjenice da je $p.551$ može se reći da između fakulteta i Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (pfak i ipho) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 225 Mere povezanosti između profesora fakulteta i Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod» (pfak i ipho)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.367	.172	.563
Ccorr	.450	.211	.689
Tchup.	.235	.184	.286
V	.279	.037	.522

Tabela 226 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta o saradnji sa izdavačima (pfak) u odnosu na stav Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	3.	15.8	5.	26.3	9.	47.4	2.	10.5	0.	.0
SPORT I TURI- ZAM	7.	53.8	4.	30.8	2.	15.4	0.	.0	0.	.0
FFK	6.	50.0	1.	8.3	2.	16.7	1.	8.3	2.	16.7

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM na pitanje Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. najviše je zastupljen odgovor delimično se slažem koji čini (47.4%) od ukupno 19, je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (3 15.8% $p=.043$), ne slažem se (2 10.5% $p=.017$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.001$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (7 53.8%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 15.4% $p=.049$), ne slažem se (0.0% $p=.005$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.005$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (6 50.0%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 16.7% $p=.096$), apsolutno se ne slažem (2 16.7% $p=.096$), uglavnom se slažem (1 8.3% $p=.034$), ne slažem se (1 8.3% $p=.034$).

Uočava se da između fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima, na pitanje Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. za stav sasvim se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (53.85% profesora), koji je znatno veći od učestalosti FAM (15.79% $p=.029$).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (30.77% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FAM (47.37% profesora), koji je znatno veći od učestalosti FFK (16.67% $p=.092$), kao i SPORT I TURIZAM (15.38% $p=.071$).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (10.53% profesora). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen FFK (16.67% profesora), koji je znatno veći od učestalosti FAM (.00% $p=.075$).

Tabela 227 Povezanost između profesora fakulteta i Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama (pfak i gbib)

Hi--2	p
15.73	.046

Na osnovu činjenice da je $p.046$ može se reći da između fakulteta i Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (pfak i gbib) postoji povezanost sa povećanim rizikom zaključivanja. Mere povezanosti su više, na šta ukazuje činjenica da leva strana intervala poverenja veća od nule.

Tabela 228 Mere povezanosti između profesora fakulteta i Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama (pfak i gbib)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.513	.369	.657
Ccorr	.629	.452	.805
Tchup.	.356	.308	.403
V	.423	.195	.651

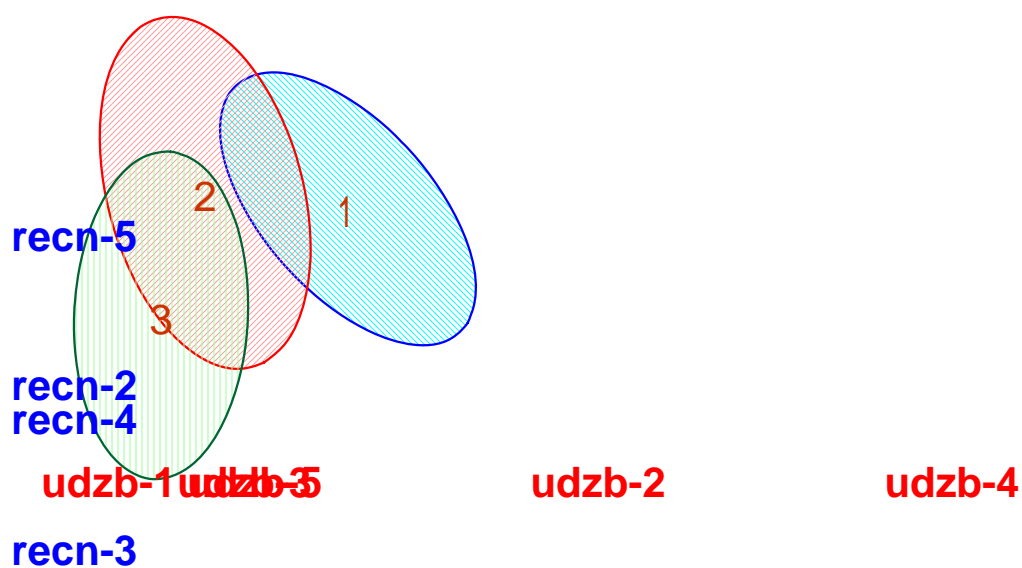
Tabela 229 Značajnost razlike između profesora fakulteta u odnosu na pitanja o saradnji sa izdavačima (Rojev test)

	Cj	R	F	p
udzb	.353	.366	3.084	.057
recn	.192	.179	.661	.522
bfon	.450	.462	5.414	.008
nrec	.324	.314	2.183	.126
bknj	.540	.594	10.876	.000
fudz	.339	.326	2.384	.105
ipho	.367	.391	3.612	.036
gbib	.513	.491	6.337	.004

Analizom rezultata dobijenih skaliranjem pitanja u odnosu na kriterijumsko obeležje profesori fakulteta (pfak) uočava se da je za pitanje Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. ($p=.000$) postignuta što je moguća bolja diskriminacija između 3 grupe profesora. To znači da postoji razlika između grupa. kao i kod pitanja: Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (.004), zatim i kod pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (.008), kao i kod pitanja Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (.036), zatim kod pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (.057). Za pitanje Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (.105), to znači da nisu uočene značajne razlike između 3 grupe profesora fakulteta, kao i kod pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (.126), a potom i kod pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (.522).

Grafikon 52. Elipse (interval poverenja) kod (udzb) i (recn) stava profesora o saradnji sa izdavačima

recn-1



S obzirom da su elipse 1 i 3 razdvojene (1-FAM, 3-FFK), postoji značajna razlika u stavovima profesora kod pitanja nedostajanja udžbenika i rečnika.

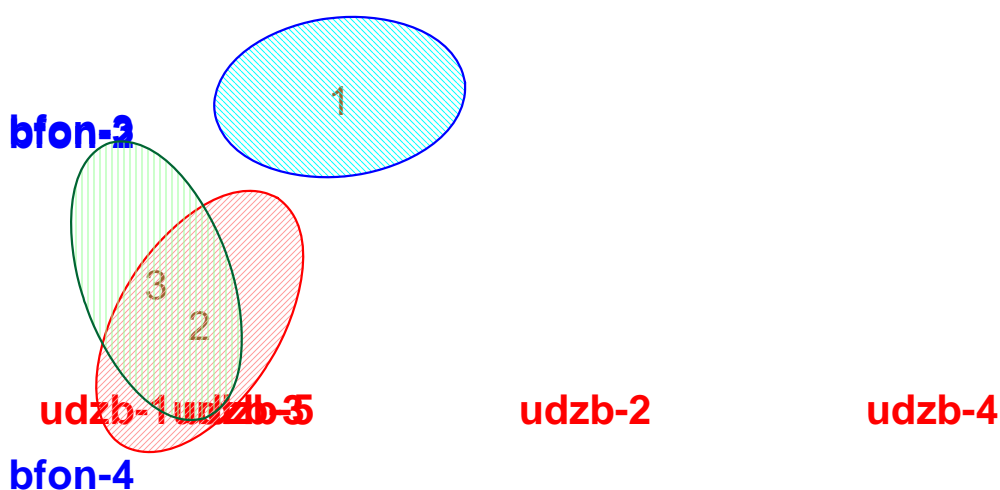
Napomena: Grafikonima su prikazane kategorije (odgovori) što se postupkom Lankastera skaliraju i određuje im se pozicija u celom sistemu na bazi učestalosti, one kategorije koje imaju sličnu frekvenciju dobijaju približnu skaliranu vrednost i prilikom prikazivanja skala nazivi im se preklapaju.

Tabela 230 Elipse (interval poverenja) kod (udzb) i (recn) stava profesora o saradnji sa izdavačima

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.663	.332	.866	-37
Grupa2	.652	.421	.764	-66
Grupa3	.579	.383	.751	85

Grafikon broj 53. Elipse (interval poverenja) kod (udzb) i (bfon) stava profesora o saradnji sa izdavačima

bfon-1



bfon-5

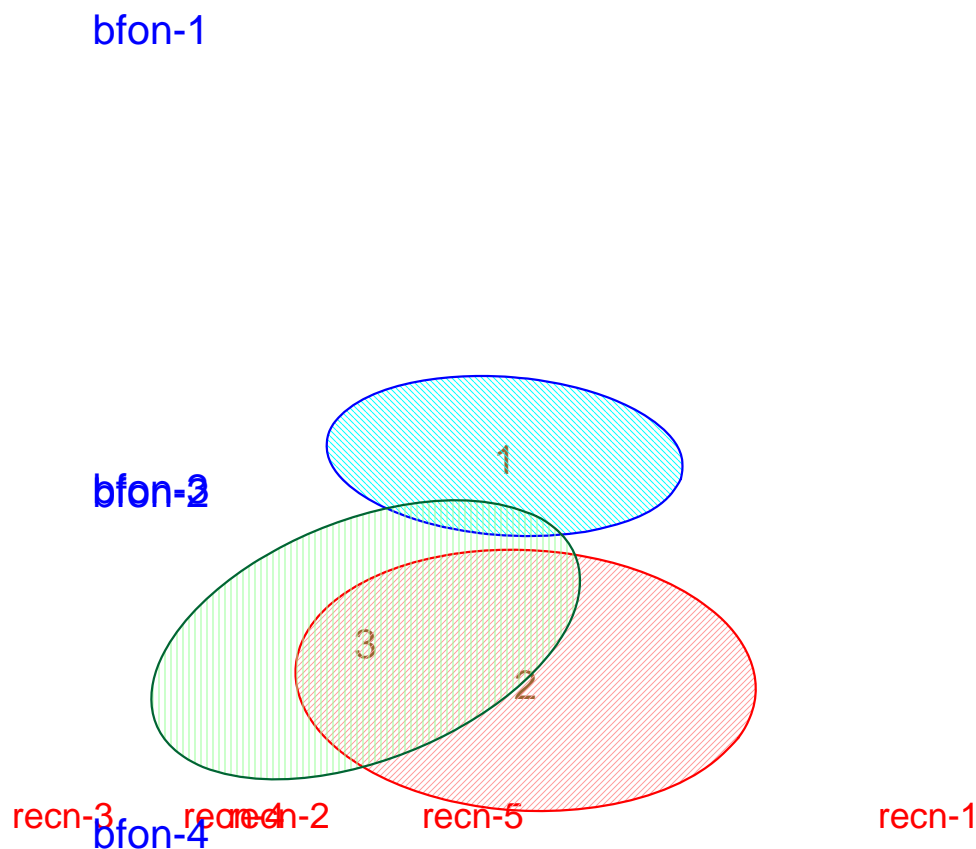
S obzirom da su elipse 1 i 2,3 razdvojene (1-FAM, 2- SPORT I TURIZAM, 3-FFK), postoji značajna razlika. u stavovima profesora kod pitanja bibliotečkog fonda.

Napomena: Grafikonima su prikazane kategorije (odgovori) što se postupkom Lankastera skaliraju i određuje im se pozicija u celom sistemu na bazi učestalosti, one kategorije koje imaju sličnu frekvenciju dobijaju približnu skaliranu vrednost i prilikom prikazivanja skala nazivi im se preklapaju.

Tabela 231 Elipse (interval poverenja) kod (udzb) i (bfon) stava profesora o saradnji sa izdavačima

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.567	.357	.777	6
Grupa2	.657	.362	.834	57
Grupa3	.655	.336	.858	-70

Grafikon broj 54. Elipse (interval poverenja) kod(recn) i (bfon) stava profesora o saradnji sa izdavačima



bfon-5

S obzirom da su elipse 1 i 2,3 razdvojene (1-FAM, 2- SPORT I TURIZAM, 3-FFK), postoji značajna razlika. u stavovima profesora kod pitanja bibliotečkog fonda i rečnika.

Napomena: Grafikonima su prikazane kategorije (odgovori) što se postupkom Lankastera skaliraju i određuje im se pozicija u celom sistemu na bazi učestalosti, one kategorije koje imaju sličnu frekvenciju dobijaju približnu skaliranu vrednost i prilikom prikazivanja skala nazivi im se preklapaju.

Tabela 232 Elipse (interval poverenja) kod (recn) i (bfon) stava profesora o saradnji sa izdavačim0000a

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.486	.353	.687	-12
Grupa2	.629	.579	.391	-24
Grupa3	.722	.456	.775	50

Tabela 233 Značajnost razlike između profesora fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima

	n	F	p
DISKRIMINATIVNA	8	3.694	.000

Na osnovu tabele 233, vidi se da je $p = .000$ za 8 sintetizovana pitanja stava o saradnji sa izdavačima između profesora fakulteta diskriminativne analize, znači da postoji značajna razlika i jasno definisana granica između barem nekih grupa profesora fakulteta .

Tabela 234 Koeficijent diskriminacije između profesora fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima

	koef.diskriminacije
bknj	.414
udzb	.316
gbib	.257
nrec	.220
fudz	.211
ipho	.162
recn	.145
bfon	.137

Analizom koeficijenta diskriminacije uočava se da je najveći doprinos diskriminaciji između različitih grupa profesora fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima ,odnosno da je razlika najveća kod pitanja: Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj) (.414), pa zatim slede pitanja: U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb) (.316), Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib) (.257), Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec) (.220), Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz) (.211), Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho) (.162), Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn) (.145), Vaš bibliotekski fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon) (.137).

Tabela 235 Prikaz stava profesora fakulteta o potrebi izdavanja knjiga o sportu sa rasponom i zastupljenošću klasa

	pfak	komu	zkom	komi	phod
1.	19	17	13	15	16
2.	13	18	16	16	17
3.	12	7	10	10	9
4.	0	2	5	3	2

U tabeli 235 su prikazana pitanja koja se analiziraju sa rasponom klasa i zastupljenost svake klase. Brojčane vrednosti u koloni ispod šifre pitanja predstavlja učestalost klase. Kriterijumsko obeležje fakulteta (pfak) je prikazano u prvoj koloni a ostala pitanja o potrebi izdavanja knjiga o sportu u sledećim kolonama.

Analiza stava profesora fakulteta o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina (grupa), kod svih ili pojedinih pitanja stava profesora fakulteta prema potrebi izdavanja knjiga o sportu. Postupak analize sprovede se na 4 pitanja, i to: Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom), Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi), Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod), Tako da Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu) ima 4 odgovora, i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred

Interneta. (zkom) ima 4 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi) ima 4 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod) ima 4 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se.

Pregled stava profesora fakulteta o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U tabelama je prikazan stav profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu po nivoima u brojčanim (n) i procentualnim (%) vrednostima, kod 4 pitanja i to: Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom), Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi), Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod)..

Tabela 236 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora kod pitanja
Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	17.	18.	7.	2.
%	38.64	40.91	15.91	4.55

Uvidom u tabelu 236 uočava se da je kod pitanja Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem sa 18 profesora (40.91%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično se slažem sa 7 profesora (15.91% p=.011), ne slažem se sa 2 profesora (4.55% p=.000).

Tabela 237 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora fakulteta kod
pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.
(zkom)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	13.	16.	10.	5.
%	29.55	36.36	22.73	11.36

Uvidom u tabelu 237 uočava se da je kod pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem sa 16 profesora (36.36%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se sa 5 profesora (11.36% p=.007).

Tabela 238 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora fakulteta kod
pitanja Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.
(komi)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	15.	16.	10.	3.
%	34.09	36.36	22.73	6.82

Uvidom u tabelu 238 uočava se da je kod pitanja Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem sa 16 profesora (36.36%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se sa 3 profesora (6.82% p=.001).

Tabela 239 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost profesora fakulteta kod pitanja Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	00000000000000 000000016.	17.	9.	2.
%	36.36	38.64	20.45	4.55

Uvidom u tabelu 239 uočava se da je kod pitanja Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» najviše zastupljen nivo pitanja uglavnom se slažem sa 17 profesora (38.64%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično se slažem (20.45% $p=.065$), ne slažem se (4.55% $p=.000$).

Pregled zastupljenosti profesora fakulteta u odnosu na pitanja potrebe izdavanja knjiga o sportu

U tabelama je prikazana zastupljenost brojčanih (n) i procentualnih (%) vrednosti stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu za 3 grupe fakulteta (pfak) za 4 odgovora, Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom), Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi), Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod).. Ukažeće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom je moguće samo nagovestiti neke karakteristike pojedinih odgovora profesora, dok će se značajnost razlike između fakulteta kasnije analizirati.

Tabela 240 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora (pfak) u odnosu na pitanje Smatrate li da vam je potrebno više promocija sa izdavačima. (komu)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	6.	31.6	8.	42.1	3.	15.8	2.	10.5
SPORT I TURIZAM	4.	30.8	5.	38.5	4.	30.8	0.	.0
FFK	7.	58.3	5.	41.7	0.	.0	0.	.0

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM, na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. najviše je zastupljen odgovor: uglavnom se slažem (42.1%), što je značajno veće od učestalosti odgovora delimično se slažem (3 15.8% $p=.082$), ne slažem se (2 10.5% $p=.033$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (5 38.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% $p=.020$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (7 58.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (0.0% $p=.004$), ne slažem se (0.0% $p=.004$).

Uočava se da između profesora fakulteta Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FFK (58.33% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FAM (42.11% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (30.77% profesora), koji je znatno veći od učestalosti na FFK (.00% $p=.046$). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na FAM (10.53% profesora).

Tabela 241 Povezanost između profesora fakulteta i komuniciranja (pfak i komu)

Hi-2	p
8.03	.236

Na osnovu činjenice da je p.236 može se reći da između profesora fakulteta i pitanja Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (pfak i komu) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 242 Mere povezanosti između profesora fakulteta i komunikacije (pfak i komu)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.393	.227	.559
Ccorr	.481	.278	.685
Tchup.	.273	.217	.329
V	.302	.089	.516

Tabela 243 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	7.	36.8	4.	21.1	4.	21.1	4.	21.1
SPORT I TURIZAM	3.	23.1	6.	46.2	4.	30.8	0.	.0
FFK	3.	25.0	6.	50.0	2.	16.7	1.	8.3

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM, na pitanje: Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta, najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem (36.8%). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (6 46.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% p=.010). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (6 50.0%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 16.7% p=.096), ne slažem se (1 8.3% p=.034).

Uočava se da kod profesora fakulteta, na pitanje Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FAM (36.84% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FFK (50.00% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (30.77% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (21.05% profesora), koji je znatno veći od učestalosti SPORT I TURIZAM (.00% p=.086).

Tabela 244 Povezanost između profesora fakulteta i zkom (pfak i zkom)

Hi--2	p
6.52	.367

Na osnovu činjenice da je p.367 može se reći da između profesora fakulteta i pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (pfak i zkom) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 245 Mere povezanosti između profesora fakulteta i zkom (pfak i zkom)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.359	.166	.552
Ccorr	.440	.203	.677
Tchup.	.246	.184	.308
V	.272	.035	.510

Tabela 246 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više komunikacije sa izdavačima. (komi)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	6.	31.6	7.	36.8	4.	21.1	2.	10.5
SPORT I TURIZAM	3.	23.1	5.	38.5	5.	38.5	0.	.0
FFK	6.	50.0	4.	33.3	1.	8.3	1.	8.3

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM, na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima, najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem (36.8%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (2 10.5% p=.064). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (5 38.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% p=.020). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (6 50.0%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (1 8.3% p=.034), ne slažem se (1 8.3% p=.034).

Uočava se da kod profesora fakulteta na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima, odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FFK (50.00% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (38.46% profesora). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (38.46% profesora), koji je znatno veći od učestalosti na FFK (8.33% p=.090). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (10.53% profesora).

Tabela 247 Povezanost između profesora fakulteta i komunikacije (pfak i komu)

Hi-2	p
5.28	.509

Na osnovu činjenice da je p.509 može se reći da između profesora fakulteta i pitanja Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (pfak i komi) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 248 Mere povezanosti između profesora fakulteta i komunikacije (pfak i komu)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.327	.118	.537
Ccorr	.401	.144	.658
Tchup.	.221	.156	.286
V	.245	-.004	.494

Tabela 249 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora profesora fakulteta (pfak) u odnosu na pitanje Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	5.	26.3	10.	52.6	3.	15.8	1.	5.3
SPORT I TURIZAM	5.	38.5	6.	46.2	2.	15.4	0.	.0
FFK	6.	50.0	1.	8.3	4.	33.3	1.	8.3

Može se zapaziti kod profesora fakulteta FAM, na pitanje Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem (52.6%), što je značajno veće od učestalosti odgovora delimično se slažem (3 15.8% $p=.022$), ne slažem se (1 5.3% $p=.003$). Kod profesora fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (6 46.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% $p=.010$). Kod profesora fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (6 50.0%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (1 8.3% $p=.034$), ne slažem se (1 8.3% $p=.034$).

Uočava se da između profesora fakulteta, na pitanje Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen na FFK (50.00% profesora). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FAM (52.63% profesora), koji je znatno veći od učestalosti FFK (8.33% $p=.017$). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen na FFK (33.33% profesora). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FFK (8.33% profesora).

Tabela 250 Povezanost između profesora fakulteta i praznog hoda (pfak i phod)

Hi-2	p
7.49	.278

Na osnovu činjenice da je p.278 može se reći da između fakulteta i Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (pfak i phod) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 251 Mere povezanosti između profesora fakulteta i praznog hoda (pfak i phod)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.381	.218	.545
Ccorr	.467	.267	.667
Tchup.	.264	.210	.318
V	.292	.085	.499

Tabela 252. Značajnost razlike između profesora fakulteta u odnosu na stav profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu (Rojev test)

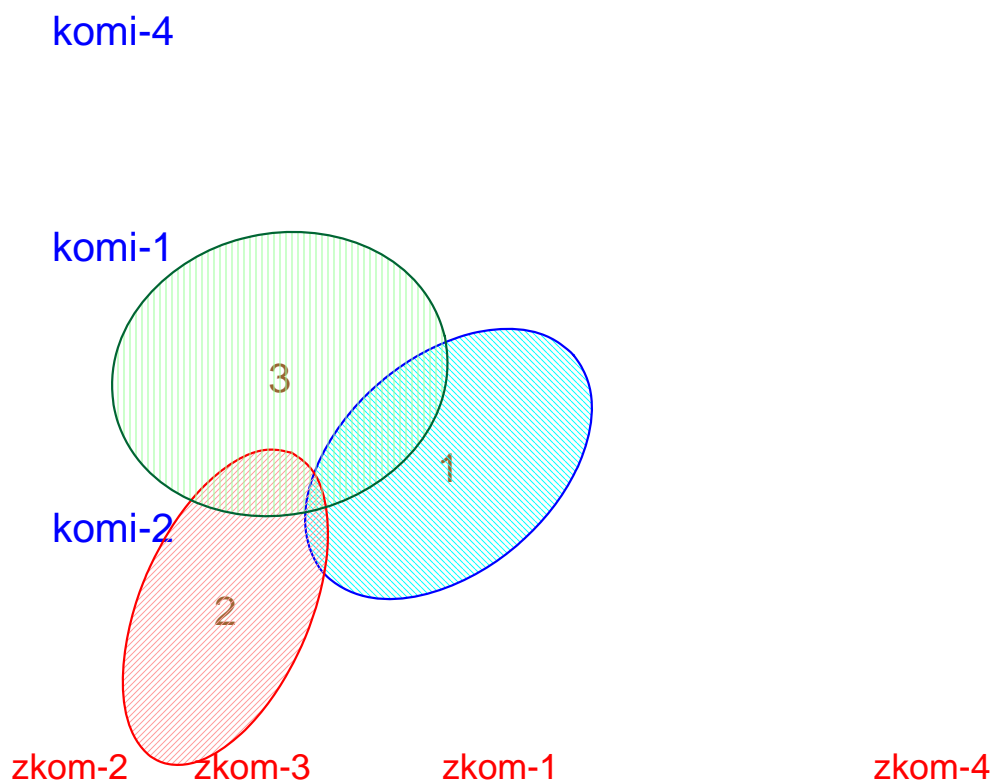
	Gj	R	F	p
komu	.393	.343	2.733	.077
zkom	.359	.362	3.097	.056
komi	.327	.324	2.405	.103
phod	.381	.390	3.669	.034

Analizom rezultata dobijenih skaliranjem pitanja u odnosu na kriterijumsko obeležje profesora fakulteta (pfak) uočava se da je za pitanje Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» ($p=.034$) postignuta što je moguća bolja diskriminacija između 3 grupe profesora. To znači da se odbacuju sličnosti kod pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (.056), zatim kod pitanja Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (.077). Za pitanje Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (.103) prihvata se tvrdnja, da nisu uočene značajne razlike između 3 grupe (fakulteti). Na osnovu prethodnih tabela, pomenuta razlika je samo u nijansama odgovora, odnosno jedna grupa profesora se sasvim slaže, a druga grupa se uglavnom slaže.



Slika broj 79.

Grafikon broj 55. Elipse (interval poverenja) kod (komu) i (zkom) odgovora profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu



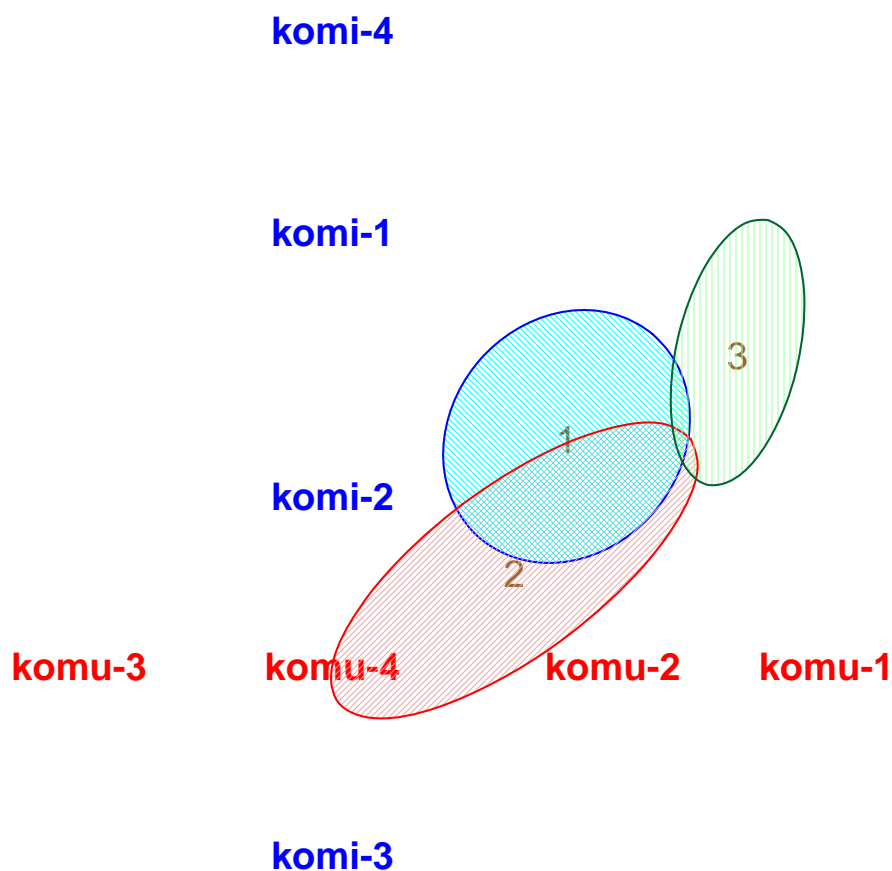
komi-3

I grafikon 55 potvrđuje već dokazano, da se izdvajaju odgovori profesora FAM-a od ostalih fakulteta, i to kod stava: sasvim se slažem, u odnosu na profesore ostalih fakulteta koji se uglavnom slažu.

Tabela 253 Elipse (interval poverenja) kod (komu) i (zkom) stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

aaaa-zkom	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.524	.476	.420	-74
Grupa2	.740	.314	.906	17
Grupa3	.615	.247	.916	81

Grafikon broj 56. Elipse (interval poverenja) kod (komu) i (komi) stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu



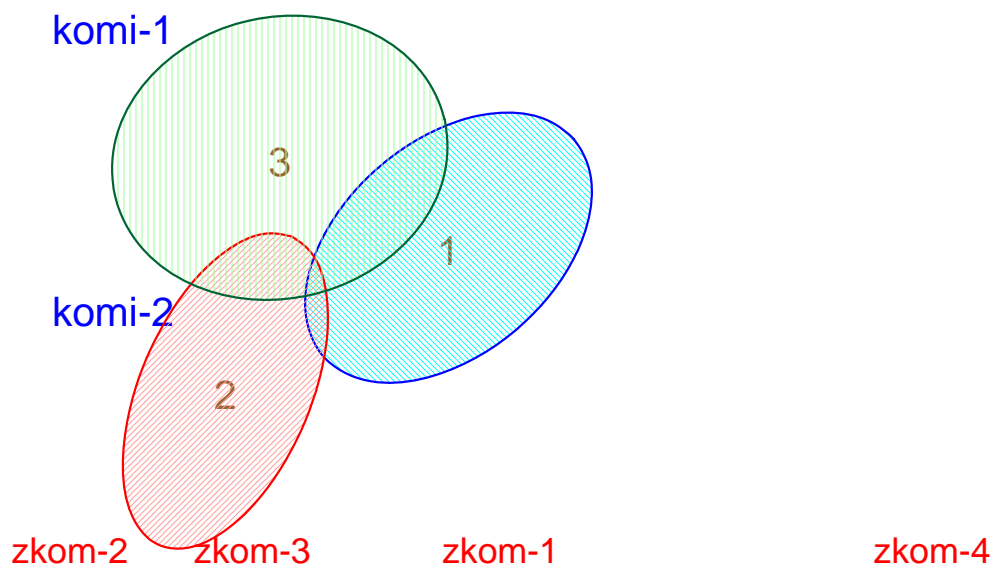
I grafikon 56 potvrđuje već dokazano, da se izdvajaju odgovori profesora FFK od ostalih fakulteta, i to kod stava: sasvim se slažem, u odnosu na profesore ostalih fakulteta koji se uglavnom slažu.

Tabela 254 Elipse (interval poverenja) kod (komu) i (komi) stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.519	.449	.501	49
Grupa2	.854	.327	.924	36
Grupa3	.527	.238	.892	77

Grafikon broj 57. Elipse (interval poverenja) kod (zkom) i (komi) stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

komi-4



komi-3

Grafikon 57 pokazuje da se delimično sve 3 grupe razlikuju kod komunikacije, komunikacije sa izdavačima i žive komunikacije.

Tabela 255 Elipse (interval poverenja) kod (zkom) i (komi) stava profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.603	.387	.767	40
Grupa2	.610	.310	.861	66
Grupa3	.615	.511	.556	12

Tabela 256 Značajnost razlike između profesora fakulteta kod odgovora o potrebi izdavanja knjiga o sportu

	n	F	p
DISKRIMINATIVNA	4	2.516	.018

Na osnovu tabele 256, vidi se da je $p = .018$ za 4 sintetizovana odgovora o potrebi izdavanja knjiga o sportu, tj. diskriminativne analize, prihvata se da postoji značajna razlika između pojedinih grupa profesora.

Tabela 257 Koeficijent diskriminacije između profesora fakulteta

	koef.diskriminacije
phod	.201
zkom	.174
komu	.071
komi	.059

Analizom koeficijenata diskriminacije uočava se da je najveći doprinos diskriminaciji između različitih fakulteta kod pitanja profesora o potrebi izdavanja knjiga o sportu (odnosno da je razlika najveća) kod: Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod) (.201), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom) (.174), Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu) (.071), Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi) (.059).

Analiza stava profesora prema pojedinačnim pitanjima o potrebi sportske literature

Tabela 258 Prikaz stava studenata o saradnji sa izdavačima sa rasponom i zastupljenošću klasa

	sfak	udzb	recn	bfon	nrec	bknj	fudz	ipho	gbib
1.	29	41	21	16	29	9	43	25	34
2.	19	23	31	16	25	20	28	28	23
3.	31	9	18	28	19	31	5	22	17
4.	0	6	9	9	5	15	2	4	4
5.	0	0	0	10	1	4	1	0	1

U tabeli 258 su prikazana pitanja koja se analiziraju sa rasponom klasa i zastupljenost svake klase. Brojčane vrednosti u koloni ispod šifre pitanja predstavlja učestalost klase. Kriterijumsko obeležje prema studentima fakulteta (sfak) je prikazano u prvoj koloni a ostala pitanja stava studenata o saradnji sa izdavačima u sledećim kolonama.

Analiza stava studenata o saradnji sa izdavačima po stavu prema fakultetima

U skladu sa ranije utvrđenim nacrtom istraživanja u ovom delu analize stava studenata o saradnji sa izdavačima, uzorak studenata (79) je podeljen u 3 celine prema fakultetima i to: FAM, SPORT I TURIZAM, FFK, U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina (grupa), kod svih ili pojedinih pitanja stava studenata o saradnji sa izdavačima. Postupak analize sprovede se na 8 pitanja studenata i to: 1) U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb), 2) Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn), 3) Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon), 4) Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec), 5) Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj), 6) Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz), 7) Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho), 8) Gradske biblioteke su

nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib), Tako da na pitanje U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb) ima 4 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, a na pitanje Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn) ima 4 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, na pitanje Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon) ima 5 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, na pitanje Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec) ima 5 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj) ima 5 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, na pitanje Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz) ima 5 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, na pitanje Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho) ima 4 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, na pitanje Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib) ima 5 odgovora i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem.

Pregled stava studenata o saradnji sa izdavačima

U tabelama je prikazan stav studenata o saradnji sa izdavačima po odgovorima u brojevanim (n) i procentualnim (%) vrednostima, kod 8 pitanja i to: U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb), Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta (recn), Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon), Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec), Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj), Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz), Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho), Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib)..

Tabela 259 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	41.	23.	9.	6.
%	51.90	29.11	11.39	7.59

Uvidom u tabelu 259 uočava se da je kod pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem sa 41 studenata (51.90%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: uglavnom se slažem (29.11% p=.004), delimično se slažem (11.39% p=.000), ne slažem se (7.59% p=.000).

Tabela 260 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	21.	31.	18.	9.
%	26.58	39.24	22.78	11.39

Uvidom u tabelu 260 uočava se da je kod pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta, najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem (39.24%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora sasvim se slažem (26.58% p=.092), delimično se slažem (22.78% p=.027), ne slažem se (11.39% p=.000).

Tabela 261 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	16.	16.	28.	9.	10.
%	20.25	20.25	35.44	11.39	12.66

Uvidom u tabelu 261 uočava se da je kod pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. najviše zastupljen odgovor delimično se slažem (35.44%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: sasvim se slažem (20.25% p=.035), uglavnom se slažem (20.25% p=.035), apsolutno se ne slažem (12.66% p=.001), ne slažem se (11.39% p=.000).

Tabela 262 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	29.	25.	19.	5.	1.
%	36.71	31.65	24.05	6.33	1.27

Uvidom u tabelu 262 uočava se da je kod pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole, najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem (36.71%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično se slažem (24.05% p=.086), ne slažem se (6.33% p=.000), apsolutno se ne slažem (1.27% p=.000).

Tabela 263 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata fakulteta kod pitanja Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	9.	20.	31.	15.	4.
%	11.39	25.32	39.24	18.99	5.06

Uvidom u tabelu 263 uočava se da je kod pitanja Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. najviše zastupljen odgovor delimično se slažem (39.24%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: uglavnom se slažem (25.32% p=.063), ne slažem se (18.99% p=.006), sasvim se slažem (11.39% p=.000), apsolutno se ne slažem (5.06% p=.000).

Tabela 264 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata fakulteta kod pitanja Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju. (fudz)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	43.	28.	5.	2.	1.
%	54.43	35.44	6.33	2.53	1.27

Uvidom u tabelu 264 uočava se da je kod pitanja Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju. najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem (54.43%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: uglavnom se slažem (35.44% p=.018), delimično se slažem (6.33% p=.000), ne slažem se (2.53% p=.000), apsolutno se ne slažem (1.27% p=.000).

Tabela 265 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata fakulteta kod pitanja Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	25.	28.	22.	4.
%	31.65	35.44	27.85	5.06

Uvidom u tabelu 265 uočava se da je kod pitanja Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem (35.44%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se (5.06% p=.000).

Tabela 266 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata fakulteta kod pitanja Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	34.	23.	17.	4.	1.
%	43.04	29.11	21.52	5.06	1.27

Uvidom u tabelu 266 uočava se da je kod pitanja Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. najviše zastupljen odgovor sasvim se slažem (43.04%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: uglavnom se slažem (29.11% p=.070), delimično se slažem (21.52% p=.004), ne slažem se (5.06% p=.000), apsolutno se ne slažem (1.27% p=.000).

Pregled zastupljenosti odgovor studenata fakulteta o saradnji sa izdavačima

U tabelama je prikazana zastupljenost brojčanih (n) i procentualnih (%) vrednosti odgovora studenata o saradnji sa izdavačima za 3 nivoa prema fakultetima (sfak) kod 8 pitanja, U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vaspitanja. (udzb), Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta (recn), Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon), Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec), Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj), Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju. (fudz), Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho), Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib).. Ukazaće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom je moguće samo nagovestiti neke karakteristike pojedinih odgovora studenata, dok će se značajnost razlike između fakulteta kasnije analizirati.

Tabela 267 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	11.	37.9	13.	44.8	2.	6.9	3.	10.3
SPORT I TURI- ZAM	13.	68.4	3.	15.8	3.	15.8	0.	.0
FFK	17.	54.8	7.	22.6	4.	12.9	3.	9.7

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem koji čini 13 studenata (44.8%) od

ukupno 29, što je znatno više od učestalosti odgovora ne slažem se (3 10.3% $p=.005$), delimično se slažem (2 6.9% $p=.002$). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (13 68.4%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (3 15.8% $p=.002$), delimično se slažem (3 15.8% $p=.002$), ne slažem se (0.0% $p=.000$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (17 54.8%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (7 22.6% $p=.011$), delimično se slažem (4 12.9% $p=.001$), ne slažem se (3 9.7% $p=.000$).

Uočava se da kod studenata fakulteta, na pitanje U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (68.42% studenata), koji je znatno veći od učestalosti na FAM (37.93% $p=.044$). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na FAM (44.83% studenata), koji je znatno veći od učestalosti na FFK (22.58% $p=.073$), kao i SPORT I TURIZAM (15.79% $p=.042$). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FAK. ZA SPORT I TURIZAM (15.79% studenata). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen na FAM (10.34% studenata).

Tabela 268 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (sfak i udzb)

Hi--2	p
9.02	.172

Na osnovu činjenice da je p.172 može se reći da između studenata fakulteta i pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (sfak i udzb) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 269 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.320	.159	.481
Ccorr	.392	.195	.589
Tchup.	.216	.167	.265
V	.239	.050	.428

Tabela 270 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata (sfak) u odnosu na pitanje Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta (recn)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	5.	17.2	12.	41.4	9.	31.0	3.	10.3
SPORT I TURI- ZAM	6.	31.6	10.	52.6	2.	10.5	1.	5.3
FFK	10.	32.3	9.	29.0	7.	22.6	5.	16.1

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem (41.4%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (5 17.2% $p=.048$), ne slažem se (3 10.3% $p=.009$). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (10 52.6%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 10.5% $p=.008$), ne slažem se (1 5.3% $p=.003$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (10 32.3%).

Uočava se da kod studenata fakulteta na pitanje Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen FFK (32.26% studenata). Odgovor uglavnom se slažem

najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (52.63% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FAM (31.03% studenata). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FFK (16.13% studenata).

Tabela 271 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta (sfak i recn)

Hi--2	p
6.62	.358

Na osnovu činjenice da je p.358 može se reći da između studenata fakulteta i stava Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta (sfak i recn) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 272 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta (sfak i recn)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.278	.103	.453
Ccorr	.340	.126	.555
Tchup.	.185	.133	.236
V	.205	.007	.402

Tabela 273 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom (bfon)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	8.	27.6	8.	27.6	8.	27.6	2.	6.9	3.	10.3
SPORT I TURI- ZAM	5.	26.3	0.	.0	9.	47.4	1.	5.3	4.	21.1
FFK	3.	9.7	8.	25.8	11.	35.5	6.	19.4	3.	9.7

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem koji čini 8 studenata (27.6%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora apsolutno se ne slažem (3 10.3% p=.099), ne slažem se (2 6.9% p=.041). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora delimično se slažem (9 47.4%), je znatno veća od učestalosti odgovora apsolutno se ne slažem (4 21.1% p=.095), ne slažem se (1 5.3% p=.005), uglavnom se slažem (0.0% p=.001). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora delimično se slažem (11 35.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (3 9.7% p=.018), apsolutno se ne slažem (3 9.7% p=.018).

Uočava se da kod studenata fakulteta, na pitanje Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom odgovor sasvim se slažem najveća zastupljenost FAM (27.59% studenata), koji je znatno veći od učestalosti FFK (9.68% p=.078). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FAM (27.59% studenata), koji je znatno veći od učestalosti SPORT I TURIZAM (.00% p=.016). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (47.37% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FFK (19.35% studenata). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (21.05% studenata).

Tabela 274 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom (sfak i bfon)

Hi--2	p
13.45	.097

Na osnovu činjenice da je p.097 može se reći da između studenata fakulteta i stava Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (sfak i bfon) postoji povezanost sa povećanim rizikom zaključivanja. Mere povezanosti niže, no ipak veće od nule jer intervalu poverenja ne sadrži nulu.

Tabela 275 Mere povezanosti između stava studenata fakulteta i pitanja Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom (sfak i bfon)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.381	.254	.508
Ccorr	.467	.312	.623
Tchup.	.245	.212	.279
V	.292	.131	.453

Tabela 276 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	10.	34.5	9.	31.0	5.	17.2	4.	13.8	1.	3.4
SPORT I TURIZAM	8.	42.1	8.	42.1	3.	15.8	0.	.0	0.	.0
FFK	11.	35.5	8.	25.8	11.	35.5	1.	3.2	0.	.0

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole, najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem koji čini 10 studenata (34.5%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (4 13.8% p=.071), apsolutno se ne slažem (1 3.4% p=.004). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (8 42.1%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (3 15.8% p=.082), ne slažem se (0.0% p=.003), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.003). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (11 35.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 3.2% p=.002), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.001).

Uočava se da kod studenata fakulteta, na pitanje Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (42.11% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (42.11% studenata).Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FFK (35.48% studenata).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (13.79% studenata), koji je znatno veći od učestalosti SPORT I TURIZAM (.00% p=.097).Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen FAM (3.45% studenata).

Tabela 277 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole (sfak i nrec)

Hi--2	p
9.93	.270

Na osnovu činjenice da je p.270 može se reći da između studenata fakulteta i Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole, (sfak i nrec) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 278 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole (sfak i nrec)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.334	.170	.498
Ccorr	.409	.209	.610
Tchup.	.211	.170	.252
V	.251	.055	.446

Tabela 279 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	2.	6.9	11.	37.9	10.	34.5	5.	17.2	1.	3.4
SPORT I TURIZAM	3.	15.8	0.	.0	8.	42.1	7.	36.8	1.	5.3
FFK	4.	12.9	9.	29.0	13.	41.9	3.	9.7	2.	6.5

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem koji čini 11 studenata (37.9%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (5 17.2% p=.083), sasvim se slažem (2 6.9% p=.006), apsolutno se ne slažem (1 3.4% p=.002). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora delimično se slažem (8 42.1%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (3 15.8% p=.082), apsolutno se ne slažem (1 5.3% p=.011), uglavnom se slažem (0.0% p=.003). Kod prema fakultetima FFK zastupljenost odgovora delimično se slažem (13 41.9%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (4 12.9% p=.013), ne slažem se (3 9.7% p=.005), apsolutno se ne slažem (2 6.5% p=.002).

Uočava se da kod studenata fakulteta, na pitanje Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (15.79% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FAM (37.93% studenata), koji je znatno veći od učestalosti SPORT I TURIZAM (.00% p=.004). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (42.11% studenata).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (36.84% studenata), koji je znatno veći od učestalosti FFK (9.68% p=.024). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen FFK (6.45% studenata).

Tabela 280 Povezanost između studenata fakulteta i Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature (sfak i bknj)

Hi--2	p
12.89	.116

Na osnovu činjenice da je p.116 može se reći da između studenata fakulteta i stava Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (sfak i bknj) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 281 Mere povezanosti između studenata fakulteta i Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature (sfak i bkj)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.374	.252	.497
Ccorr	.459	.309	.609
Tchup.	.240	.208	.272
V	.286	.132	.439

Tabela 282 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na stav Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	13.	44.8	11.	37.9	4.	13.8	0.	.0	1.	3.4
SPORT I TURIZAM	14.	73.7	4.	21.1	1.	5.3	0.	.0	0.	.0
FFK	16.	51.6	13.	41.9	0.	.0	2.	6.5	0.	.0

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem koji čini 13 studenata (44.8%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (4 13.8% $p=.012$), apsolutno se ne slažem (1 3.4% $p=.001$), ne slažem se (0.0% $p=.000$). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (14 73.7%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (4 21.1% $p=.002$), delimično se slažem (1 5.3% $p=.000$), ne slažem se (0.0% $p=.000$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.000$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (16 51.6%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (2 6.5% $p=.000$), delimično se slažem (0.0% $p=.000$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.000$).

Uočava se da kod studenata fakulteta, na pitanje Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (73.68% studenata), koji je znatno veći od učestalosti FAM (44.83% $p=.055$).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FFK (41.94% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FAM (13.79% studenata), koji je znatno veći od učestalosti FFK (.00% $p=.036$).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FFK (6.45% studenata). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen FAM (3.45% studenata).

Tabela 283 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (sfak i fudz)

Hi--2	p
12.73	.121

Na osnovu činjenice da je p.121 može se reći da između studenata fakulteta i stava Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (sfak i fudz) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 284 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (sfak i fudz)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.373	.240	.505
Ccorr	.456	.295	.618
Tchup.	.239	.204	.273
V	.284	.119	.449

Tabela 285 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	9.	31.0	12.	41.4	5.	17.2	3.	10.3
SPORT I TURI- ZAM	7.	36.8	6.	31.6	6.	31.6	0.	.0
FFK	9.	29.0	10.	32.3	11.	35.5	1.	3.2

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem koji čini 12 studenata (41.4%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (5 17.2% $p=.048$), ne slažem se (3 10.3% $p=.009$). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora sasvim se slažem (7 36.8%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% $p=.006$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora delimično se slažem (11 35.5%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 3.2% $p=.002$).

Uočava se da je kod studenata fakulteta, na pitanje Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (36.84% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FAM (41.38% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FFK (35.48% studenata).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (10.34% studenata).

Tabela 286 Povezanost između studenata fakulteta i Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod» (sfak i ipho)

Hi--2	p
5.37	.497

Na osnovu činjenice da je p.497 može se reći da između studenata fakulteta i stava Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (sfak i ipho) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 287 Mere povezanosti između studenata fakulteta i Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod» (sfak i ipho)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.252	.078	.427
Ccorr	.309	.095	.523
Tchup.	.167	.116	.217
V	.184	-.008	.377

Tabela 288 Brojčana (n) i procentualna (%) zastupljenost odgovora studenata (sfak) u odnosu na stav Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	13.	44.8	6.	20.7	7.	24.1	3.	10.3	0.	.0
SPORT I TURIZAM	6.	31.6	10.	52.6	2.	10.5	0.	.0	1.	5.3
FFK	15.	48.4	7.	22.6	8.	25.8	1.	3.2	0.	.0

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. najviše je zastupljen odgovor sasvim se slažem koji čini 13 studenata (44.8%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (6 20.7% p=.055), ne slažem se (3 10.3% p=.005), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.000). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (10 52.6%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (2 10.5% p=.008), apsolutno se ne slažem (1 5.3% p=.003), ne slažem se (0.0% p=.001). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (15 48.4%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (8 25.8% p=.071), uglavnom se slažem (7 22.6% p=.038), ne slažem se (1 3.2% p=.000), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.000).

Uočava se da kod studenata fakulteta, na pitanje Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen FFK (48.39% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (52.63% studenata), koji je znatno veći od učestalosti FFK (22.58% p=.034), kao i FAM (20.69% p=.026). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FFK (25.81% studenata).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (10.34% studenata). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen na SPORT I TURIZAM (5.26% studenata).

Tabela 289 Povezanost između prema fakultetima i Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama (sfak i gbib)

Hi--2	p
12.93	.114

Na osnovu činjenice da je p.114 može se reći da između studenata fakulteta i stava Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (sfak i gbib) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 290 Mere povezanosti između studenata fakulteta i Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama (sfak i gbib)

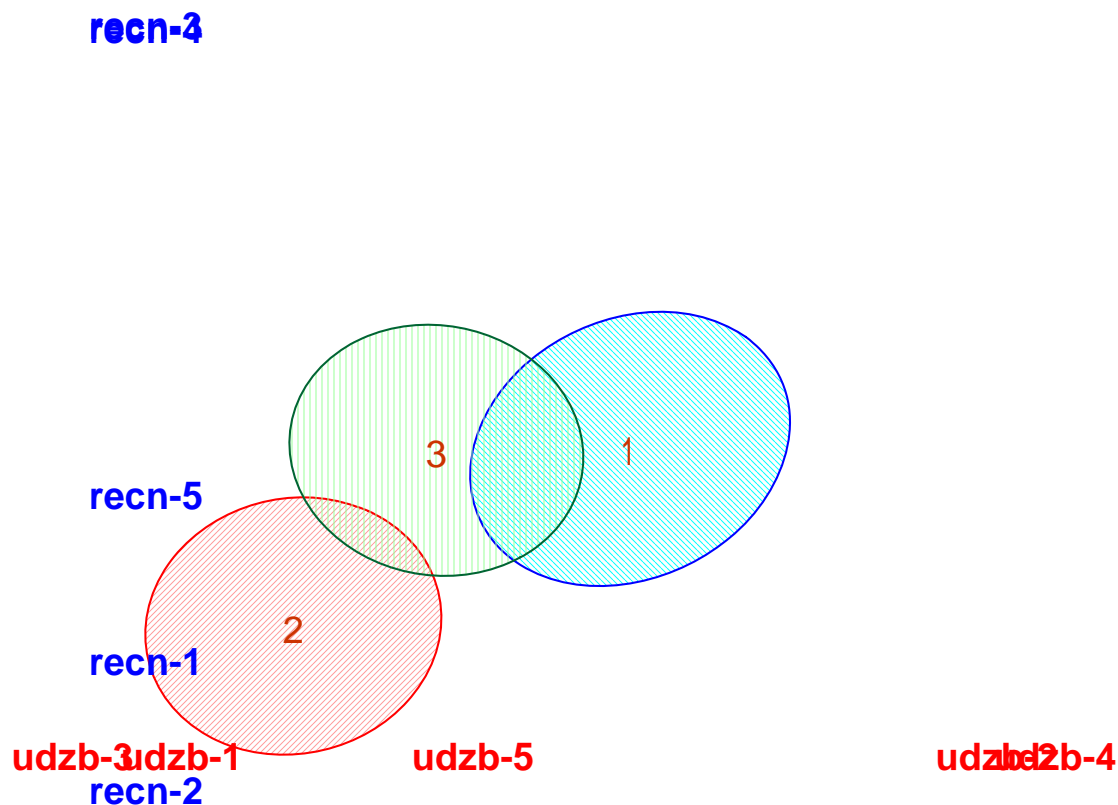
mera	povezanost	interval poverenja	
C	.375	.213	.537
Ccorr	.459	.261	.657
Tchup.	.241	.198	.283
V	.286	.083	.489

Tabela 291 Značajnost razlike između stavova studenata fakulteta o saradnji sa izdavačima po pitanjima (Rojev test)

	Cj	R	F	p
udzb	.320	.321	4.321	.017
recn	.278	.221	1.923	.153
bfon	.381	.343	4.989	.009
nrec	.334	.292	3.489	.036
bknj	.374	.375	6.133	.003
fudz	.373	.329	4.563	.013
ipho	.252	.249	2.476	.091
gbib	.375	.382	6.403	.003

Analizom rezultata dobijenih skaliranjem pitanja u odnosu na kriterijumsko obeležje prema fakultetima (sfak) uočava se da je za stav Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. ($p=.003$) postignuta što je moguća bolja diskriminacija između 3 grupe studenata. To znači da se odbacuju sličnosti odgovora :kod Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (.003), kod Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (.009), kod pit. Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (.013), kod U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (.017), kod Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (.036), kod Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (.091). Za Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (.153), to znači da nisu uočene značajne razlike između 3 grupe prema fakultetima

Grafikon broj 58. Elipse (interval poverenja) studenata kod pitanja koja govore o udžbeniku i rečnicima



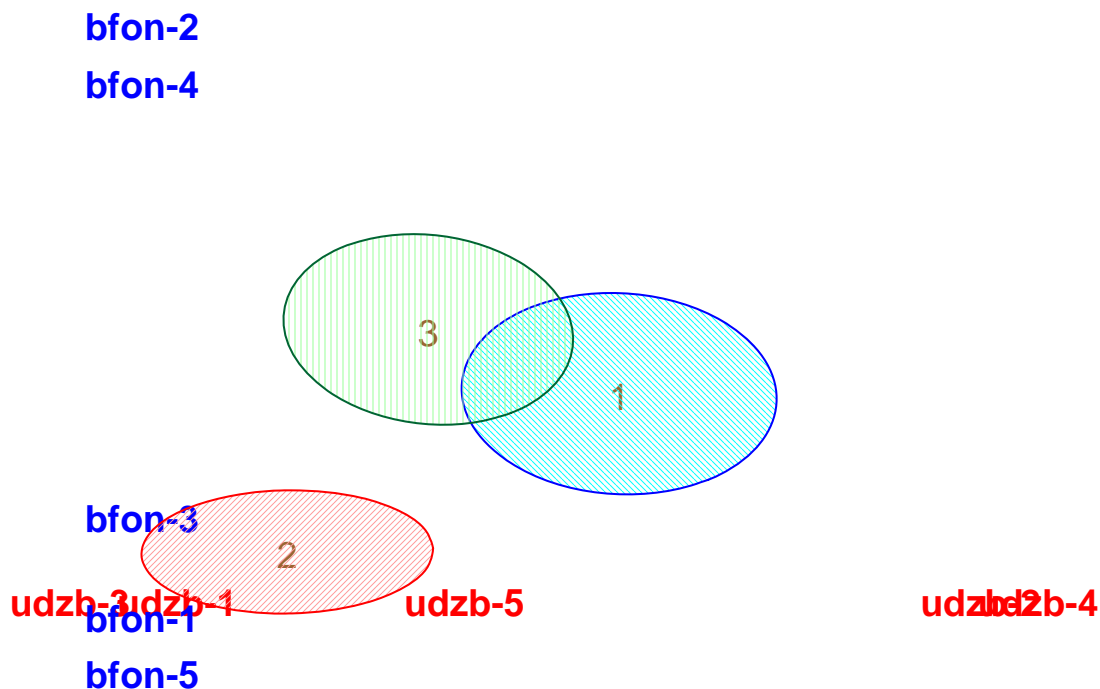
Iz grafikona se vidi da postoje izvesne razlike u odgovorima studenata fakulteta po pitanjima o udžbenicima i rečnicima, jer se elipse delimično preklapaju.

Napomena: S obzirom na činjenicu da su grafikonima prikazane kategorije (odgovori) što se postupkom Lankastera skaliraju i određuje im se pozicija u celom sistemu na bazi učestalosti, one kategorije koje imaju sličnu frekvenciju dobijaju približnu skaliranu vrednost i prilikom prikazivanja skala nazivi im se preklapaju.

Tabela 292 Elipse (interval poverenja) studenata kod pitanja koja govore o udžbeniku i rečnicima

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.433	.355	.570	49
Grupa2	.383	.355	.381	61
Grupa3	.375	.352	.344	-56

Grafikon broj 59. Elipse (interval poverenja) studenata kod pitanja koja govore o udžbeniku i bibliotečkom fondu



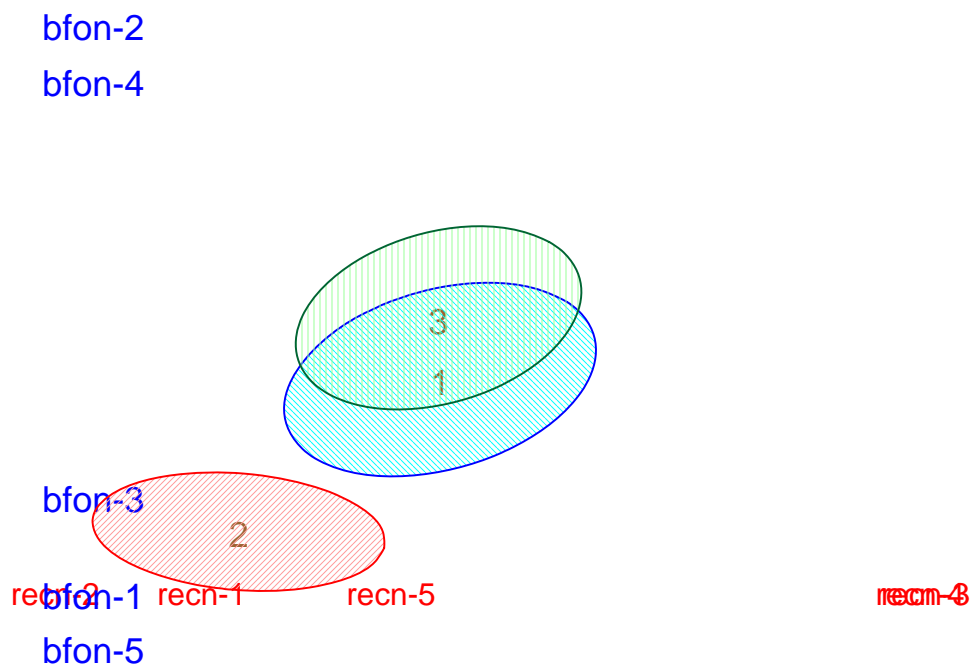
Studenti fakulteta SPORTA I TURIZMA se razlikuju u stavovima prema udžbenicima i bibliotečkom fondu od ostalih studenata.

Napomena: S obzirom na činjenicu da su grafikonima prikazane kategorije (odgovori) što se postupkom Lankastera skaliraju i određuje im se pozicija u celom sistemu na bazi učestalosti, one kategorije koje imaju sličnu frekvenciju dobijaju približnu skaliranu vrednost i prilikom prikazivanja skala nazivi im se preklapaju.

Tabela 293 Elipse (interval poverenja) studenata kod pitanja koja govore o udžbeniku i bibliotečkom fondu

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.406	.383	.328	-57
Grupa2	.362	.244	.738	2
Grupa3	.389	.347	.455	-58

Grafikon broj 60. Elipse (interval poverenja) studenata kod pitanja koja govore o bibliotečkom fondu i rečnicima



Studenti fakulteta SPORTA I TURIZMA se razlikuju u stavovima prema rečnicima i bibliotečkom fondu od ostalih studenata.

Napomena: S obzirom na činjenicu da su grafikonima prikazane kategorije (odgovori) što se postupkom Lankastera skaliraju i određuje im se pozicija u celom sistemu na bazi učestalosti, one kategorije koje imaju sličnu frekvenciju dobijaju približnu skaliranu vrednost i prilikom prikazivanja skala nazivi im se preklapaju.

Tabela 294 Elipse (interval poverenja) studenata kod pitanja koja govore o bibliotečkom fondu i rečnicima

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.458	.334	.684	44
Grupa2	.381	.239	.779	-10
Grupa3	.423	.315	.667	47

Tabela 295 Značajnost razlike između studenata fakulteta kod pitanja o saradnji sa izdavačima

	n	F	p
DISKRIMINATIVNA	8	3.804	.000

Na osnovu činjenice da je $p = .000$ za 8 sintetizovana pitanja stava studenata o saradnji sa izdavačima diskriminativne analize. To znači da postoji značajna razlika i jasno definisana granica između barem kod nekih pitanja o saradnji sa izdavačima studenata.

Tabela 296 Koeficijent diskriminacije između studenata fakulteta po pitanjima 1-8

	koef.diskriminacije
gbib	.326
udzb	.177
bfon	.143
bknj	.142
ipho	.123
fudz	.051
nrec	.012
recn	.001

Analizom koeficijenata diskriminacije uočava se da je najveći doprinos diskriminaciji između različitih studenata fakulteta kod odgovora studenata o saradnji sa izdavačima (odnosno da je razlika najveća) kod: stava Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama. (gbib) (.326), U osnovnim i srednjim školama RS nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp. (udzb) (.177), Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom. (bfon) (.143), Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature. (bknj) (.142), Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod». (ipho) (.123), Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju (fudz) (.051), Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole. (nrec) (.012), Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta. (recn) (.001).

Tabela 297 Prikaz odgovora studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu sa rasponom i zastupljenošću klasa

	sfak	komu	zkom	komi	phod
1.	29	21	24	18	20
2.	19	31	23	36	36
3.	31	22	25	22	21
4.	0	3	7	1	2
5.	0	2	0	2	0

U tabeli 297 su prikazana pitanja koja se analiziraju sa rasponom klasa i zastupljenost svake klase. Brojčane vrednosti u koloni ispod šifre pitanja predstavlja učestalost klase. Kriterijumsko obeležje prema fakultetima (sfak) je prikazano u prvoj koloni a ostala pitanja (odgovora studenata prema potrebam izdavanja knjiga o sportu) usledećim kolonama.

Analiza odgovora studenata fakulteta o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U skladu sa ranije utvrđenim nacrtom istraživanja u ovom delu analize, odgovora studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu, uzorak studenata (79) je podeljen u 3 celine prema fakultetima i to: FAM, SPORT I TURIZAM, FFK, U ovom poglavlju utvrdiće se da li postoji ili ne postoji sličnost, odnosno, razlika između celina

(grupa), kod svih ili pojedinih pitanja odgovora studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu. Postupak analize sprovede se na 4 pitanja studenata i to: Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom), Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi), Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod), Tako da Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu) ima 5 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom) ima 4 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi) ima 5 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se, apsolutno se ne slažem, Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod) ima 4 stava i to: sasvim se slažem, uglavnom se slažem, delimično se slažem, ne slažem se.

Pregled odgovora studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U tabelama je prikazan stav studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu po nivoima u broječanim (n) i procentualnim (%) vrednostima, kod 4 pitanja i to: Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom), Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi), Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod).

Tabela 298 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja
Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	21.	31.	22.	3.	2.
%	26.58	39.24	27.85	3.80	2.53

Uvidom u tabelu 298 uočava se da je kod pitanja Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem sa 31 studenata (39.24%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: sasvim se slažem sa 21 studenata (26.58% $p=0.092$), ne slažem se sa 3 studenata (3.80% $p=0.000$), apsolutno se ne slažem sa 2 studenata (2.53% $p=0.000$).

Tabela 299 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja
Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	24.	23.	25.	7.
%	30.38	29.11	31.65	8.86

Uvidom u tabelu 299 uočava se da je kod pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. najviše zastupljen odgovor delimično se slažem sa 25 studenata (31.65%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: ne slažem se sa 7 studenata (8.86% $p=0.000$).

Tabela 300 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja
Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se	apsolutno se ne slažem
n	18.	36.	22.	1.	2.
%	22.78	45.57	27.85	1.27	2.53

Uvidom u tabelu 300 uočava se da je kod pitanja Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem sa 36 studenata (45.57%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično se slažem sa 22 studenata (27.85% $p=0.022$), sasvim se slažem sa 18 studenata (22.78% $p=0.003$), apsolutno se ne slažem sa 2 studenata (2.53% $p=0.000$), ne slažem se sa 1 studentom (1.27% $p=0.000$).

Tabela 301 Brojčana (n) i procentualna (%), zastupljenost studenata kod pitanja
Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod)

	sasvim se slažem	uglavnom se slažem	delimično se slažem	ne slažem se
n	20.	36.	21.	2.
%	25.32	45.57	26.58	2.53

Uvidom u tabelu 301 uočava se da je kod pitanja Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» najviše zastupljen odgovor uglavnom se slažem sa 36 studenata (45.57%) koji je znatno veći od brojnosti odgovora: delimično se slažem sa 21 studenata (26.58% $p=.014$), sasvim se slažem sa 20 studenata (25.32% $p=.009$), ne slažem se sa 2 studenata (2.53% $p=.000$).

Pregled zastupljenosti stava studenata fakulteta o potrebi izdavanja knjiga o sportu

U tabelama je prikazana zastupljenost brojčanih (n) i procentualnih (%) vredosti odgovora studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu za 3 nivoa prema fakultetima (sfak) kod 4 pitanja, Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom), Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi), Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod).. Ukazaće se na značajne razlike između i unutar nivoa. Deskriptivnim postupkom je moguće samo navesti neke karakteristike pojedinih nivoa stava studenata, dok će se značajnost razlike između studenata fakultetkasnije analizirati.

Tabela 302 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata
(sfak) u odnosu na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa
izdavačima. (komu)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	8.	27.6	15.	51.7	5.	17.2	0.	.0	1.	3.4
SPORT I TURIZAM	6.	31.6	6.	31.6	7.	36.8	0.	.0	0.	.0
FFK	7.	22.6	10.	32.3	10.	32.3	3.	9.7	1.	3.2

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem (51.7%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (8 27.6% $p=.065$), delimično se slažem (5 17.2% $p=.008$), apsolutno se ne slažem (1 3.4% $p=.000$), ne slažem se (0.0% $p=.000$). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora delimično se slažem (7 36.8%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (0.0% $p=.006$), apsolutno se ne slažem (0.0% $p=.006$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (10 32.3%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (3 9.7% $p=.033$), apsolutno se ne slažem (1 3.2% $p=.004$).

Uočava se da kod studenata fakulteta na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (31.58% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FAM (51.72% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (36.84% studenata).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FFK (9.68% studenata), koji je znatno veći od učestalosti FAM (.00% $p=.091$). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen FAM (3.45% studenata).

Tabela 303 Povezanost između studenata fakulteta i komunikacije (sfak i komu)

Hi--2	p
9.42	.308

Na osnovu činjenice da je p.308 može se reći da između studenata fakulteta i stava Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (sfak i komu) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 304 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta (sfak i komu)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.326	.184	.469
Ccorr	.400	.225	.574
Tchup.	.205	.170	.241
V	.244	.076	.413

Tabela 305 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata (sfak) u odnosu na pitanje Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	6.	20.7	9.	31.0	10.	34.5	4.	13.8
SPORT I TURIZAM	6.	31.6	8.	42.1	4.	21.1	1.	5.3
FFK	12.	38.7	6.	19.4	11.	35.5	2.	6.5

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. najviše je zastupljen odgovor delimično se slažem koji čini 10 studenata (34.5%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (4 13.8% p=.071). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (8 42.1%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 5.3% p=.011). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora sasvim se slažem (12 38.7%), je znatno veća od učestalosti odgovora uglavnom se slažem (6 19.4% p=.098), ne slažem se (2 6.5% p=.003).

Uočava se da kod studenata fakulteta na pitanje Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen FFK (38.71% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (42.11% studenata), koji je znatno veći od učestalosti FFK (19.35% p=.088). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen FFK (35.48% studenata).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FAM (13.79% studenata).

Tabela 306 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta (sfak i zkom)

Hi--2	p
5.93	.431

Na osnovu činjenice da je p.431 može se reći da između studenata fakulteta i stava Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (sfak i zkom) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 307 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta (sfak i zkcm)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.264	.074	.455
Ccorr	.324	.090	.557
Tchup.	.175	.120	.231
V	.194	-.019	.406

Tabela 308 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se		apsolutno se ne slažem	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	8.	27.6	15.	51.7	5.	17.2	0.	.0	1.	3.4
SPORT I TURIZAM	3.	15.8	7.	36.8	8.	42.1	0.	.0	1.	5.3
FFK	7.	22.6	14.	45.2	9.	29.0	1.	3.2	0.	.0

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem koji čini 15 studenata (51.7%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (8 27.6% p=.065), delimično se slažem (5 17.2% p=.008), apsolutno se ne slažem (1 3.4% p=.000), ne slažem se (0.0% p=.000). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora delimično se slažem (8 42.1%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (3 15.8% p=.082), apsolutno se ne slažem (1 5.3% p=.011), ne slažem se (0.0% p=.003). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (14 45.2%), je znatno veća od učestalosti odgovora sasvim se slažem (7 22.6% p=.065), ne slažem se (1 3.2% p=.000), apsolutno se ne slažem (0.0% p=.000).

Uočava se da kod studenata fakulteta na pitanje Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen FAM (27.59% studenata).Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FAM (51.72% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (42.11% studenata), koji je značajno vići od učestalosti FAM (17.24% p=.064).Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen FFK (3.23% studenata). Odgovor apsolutno se ne slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (5.26% studenata).

Tabela 309 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima (sfak i komi)

Hi--2	p
6.83	.556

Na osnovu činjenice da je p.556 može se reći da između studenata fakulteta i pitanja Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (sfak i komi) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

Tabela 310 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima (sfak i komi)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.282	.121	.443
Ccorr	.345	.149	.542
Tchup.	.175	.137	.213
V	.208	.026	.390

Tabela 311 Brojčane (n) i procentualne (%) zastupljenosti odgovora studenata fakulteta (sfak) u odnosu na pitanje Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod)

	sasvim se slažem		uglavnom se slažem		delimično se slažem		ne slažem se	
	n	%	n	%	n	%	n	%
FAM	8.	27.6	14.	48.3	6.	20.7	1.	3.4
SPORT I TURIZAM	5.	26.3	6.	31.6	7.	36.8	1.	5.3
FFK	7.	22.6	16.	51.6	8.	25.8	0.	.0

Može se zapaziti kod studenata fakulteta FAM na pitanje Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» najviše je zastupljen odgovor uglavnom se slažem koji čini 14 studenata (48.3%) od ukupno 29, je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (6 20.7% $p=.031$), ne slažem se (1 3.4% $p=.000$). Kod studenata fakulteta SPORT I TURIZAM zastupljenost odgovora delimično se slažem (7 36.8%), je znatno veća od učestalosti odgovora ne slažem se (1 5.3% $p=.022$). Kod studenata fakulteta FFK zastupljenost odgovora uglavnom se slažem (16 51.6%), je znatno veća od učestalosti odgovora delimično se slažem (8 25.8% $p=.041$), sasvim se slažem (7 22.6% $p=.021$), ne slažem se (0.0% $p=.000$).

Uočava se da kod studenata fakulteta na pitanje Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» odgovor sasvim se slažem najviše je zastupljen FAM (27.59% studenata). Odgovor uglavnom se slažem najviše je zastupljen FFK (51.61% studenata). Odgovor delimično se slažem najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (36.84% studenata). Odgovor ne slažem se najviše je zastupljen SPORT I TURIZAM (5.26% studenata).

Tabela 312 Povezanost između studenata fakulteta i pitanja Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (sfak i phod)

Hi-2	p
3.85	.697

Na osnovu činjenice da je $p.697$ može se reći da između studenata fakulteta i stava Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (sfak i phod) ovom metodom nije ustanovljena povezanost. Mere povezanosti su niske, a i nula se sadrži u intervalu poverenja što potvrđuje prethodnu konstataciju.

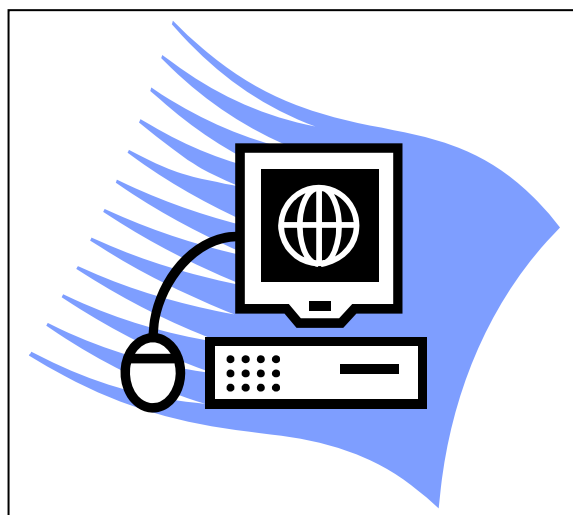
Tabela 313 Mere povezanosti između studenata fakulteta i pitanja Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (sfak i phod)

mera	povezanost	interval poverenja	
C	.216	.043	.388
Ccorr	.264	.052	.476
Tchup.	.141	.093	.189
V	.156	-.030	.342

Tabela 314 Značajnost razlike između studenata fakulteta u odnosu na pitanje o potrebi izdavanja knjiga o sportu (Rojev test)

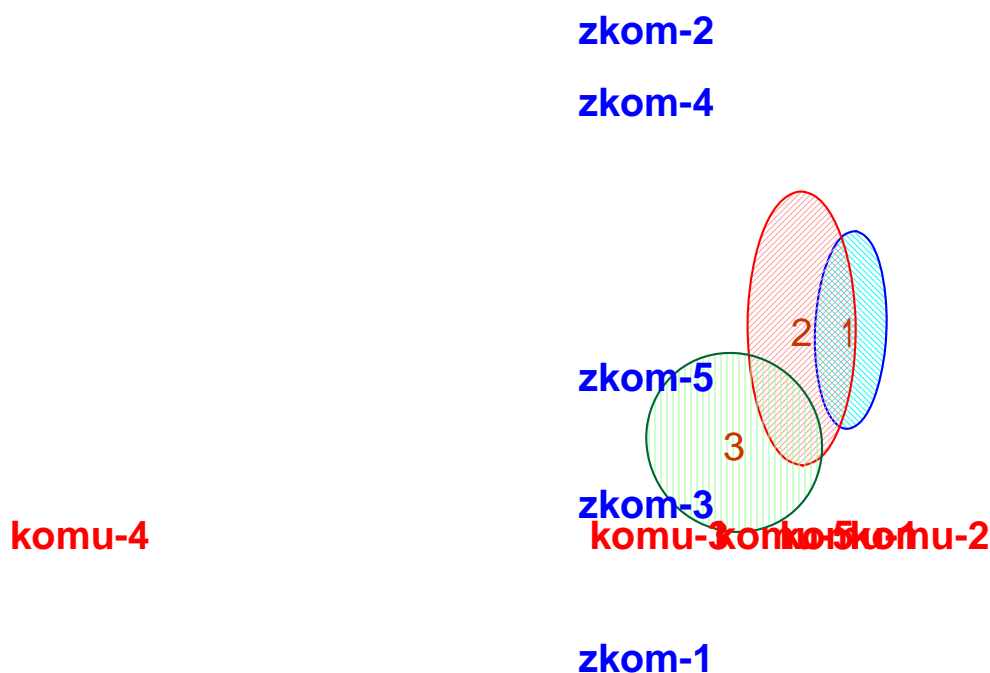
	Cj	R	F	p
komu	.326	.288	3.380	.039
zkom	.264	.208	1.690	.192
komi	.282	.224	1.985	.145
phod	.216	.194	1.471	.236

Analizom rezultata dobijenih skaliranjem pitanja u odnosu na kriterijumsko obeležje prema fakultetima (sfak) uočava se da je za pitanje Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. ($p=.039$) postignuta što je moguća bolja diskriminacija između 3 grupe studenata. To znači da se odbacuju sličnosti grupa i kod pitanja za: Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (.145), to znači da nisu uočene značajne razlike između 3 grupe prema fakultetima, kod pitanja Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (.192), kod pitanja Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (.236).



Slika broj 80.

Grafikon broj 61. Elipse (interval poverenja) studenata na pitanje Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.



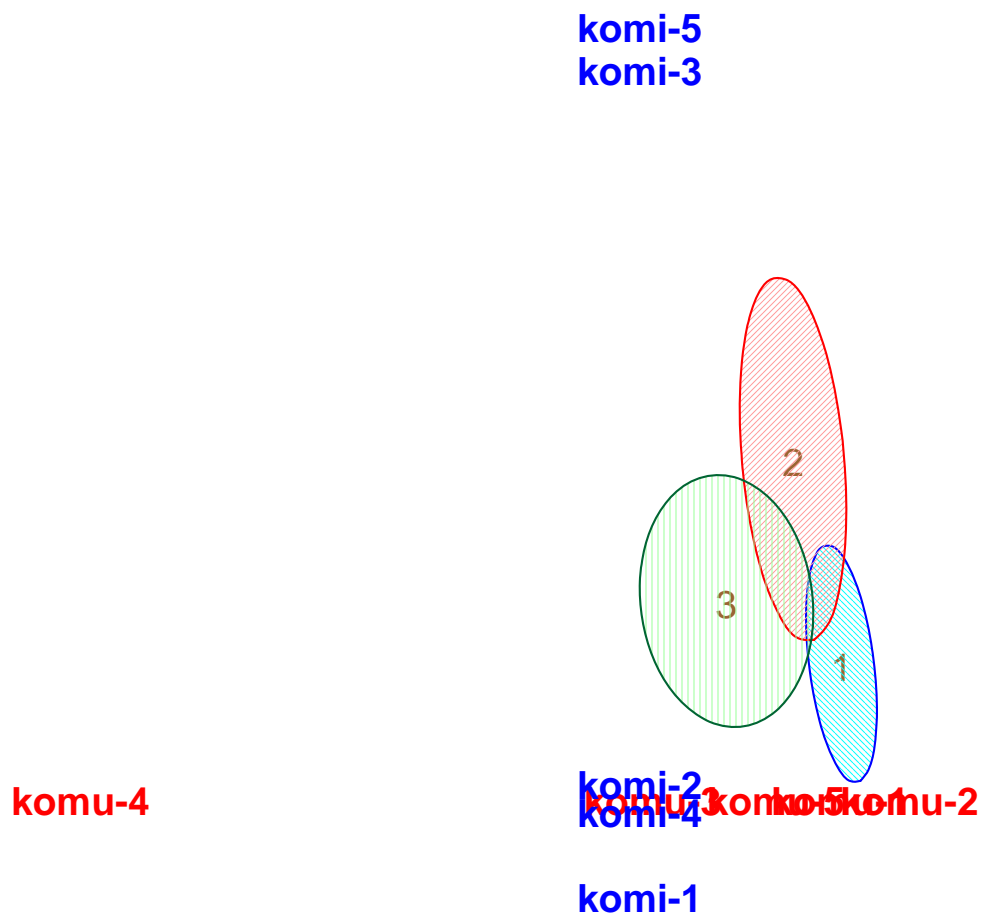
Napomena: Grafikonima su prikazane kategorije (odgovori), koji se postupkom Lankastera skaliraju i određuje im se pozicija u celom sistemu na bazi učestalosti, one kategorije koje imaju sličnu frekvenciju dobijaju približnu skaliranu vrednost, i prilikom prikazivanja skala nazivi im se preklapaju.

S obzirom na činjenicu da se elipse preklapaju, može se reći da postoji razlika samo između studenata FAM-a i studenata FFK po ovim pitanjima.

Tabela 315 Elipse (interval poverenja) studenata na pitanje Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.373	.201	.842	85
Grupa2	.515	.305	.806	-89
Grupa3	.497	.336	.736	-3

Grafikon broj 62. Elipse (interval poverenja) studenata na pitanja o komunikaciji i komunikaciji sa izdavačima

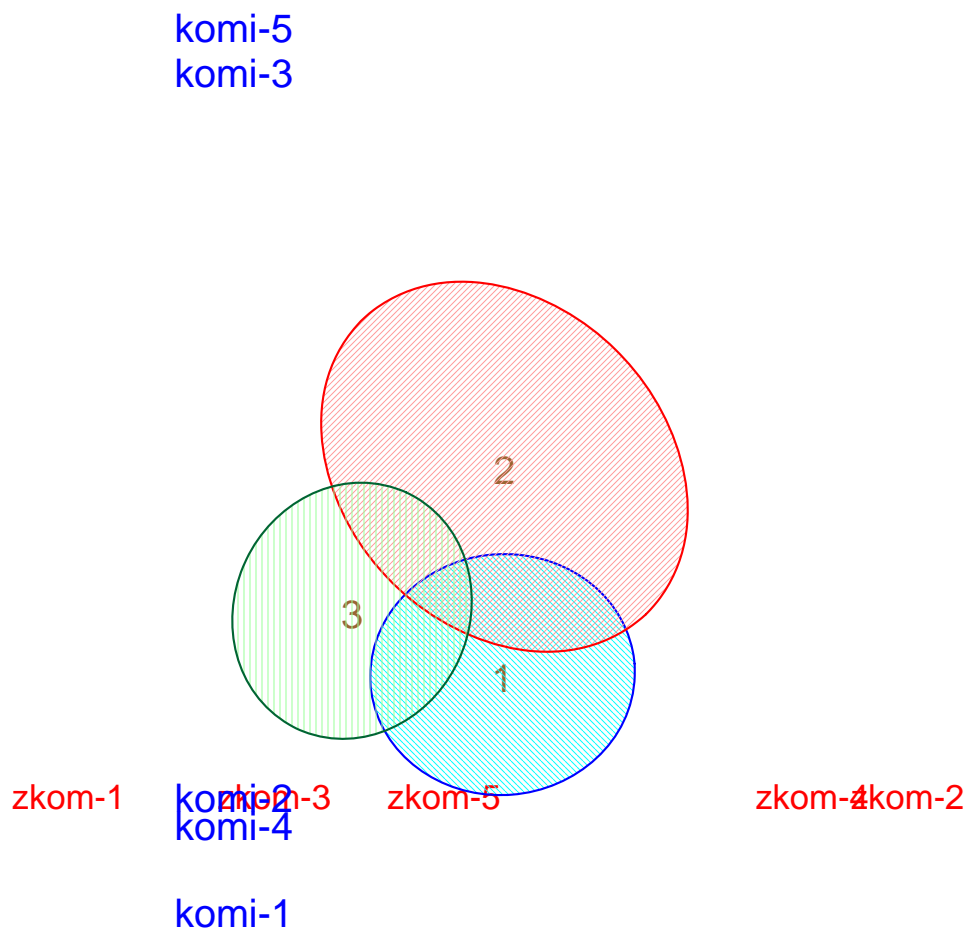


Na osnovu činjenice da se elipse delimično preklapaju, razlike u stavovima su minimalne.

Tabela 316 Elipse (interval poverenja) studenata na pitanje o komunikaciji i komunikaciji sa izdavačima

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.352	.180	.859	-72
Grupa2	.530	.288	.840	-76
Grupa3	.498	.357	.698	-8

Grafikon broj 63. Elipse (interval poverenja) studenata o pitanju o komunikaciji i komunikaciji o izdavaštvu



S obzirom da se elipse delimično preklapaju, razlike u odgovorima su minimalne.

Tabela 317 Elipse (interval poverenja) studenata o pitanjima o živoj komunikaciji i komunikaciji u izdavaštvu

	gl.poluosa	poluosa	ekscentricitet	ug.gl.pl.ix
Grupa1	.372	.339	.416	4
Grupa2	.575	.453	.615	-46
Grupa3	.366	.330	.431	65

Tabela 318 Značajnost razlike između studenata fakulteta

	n	F	p
DISKRIMINATIVNA	4	1.844	.074

Na osnovu tabele 318 vidi se da je $p = .074$ za 4 sintetizovana pitanja stava o potrebi izdavanja knjiga o sportu (studenti) diskriminativne analize. To znači da postoji značajna razlika i jasno definisana granica između barem nekih prema fakultetima

Tabela 319 Koeficijent diskriminacije između studenata fakulteta

	koef.diskriminacije
komu	.089
komi	.043
zkom	.037
phod	.019

Analizom koeficijenata diskriminacije uočava se da je najveći doprinos diskriminaciji između različitih stavova prema fakultetima kod odgovora studenata o potrebi izdavanja knjiga o sportu ,odnosno da je razlika najveća kod pitanja Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima. (komu) (.089), zatim slede Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima. (komi) (.043), Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta. (zkom) (.037), i Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod» (phod) (.019).*

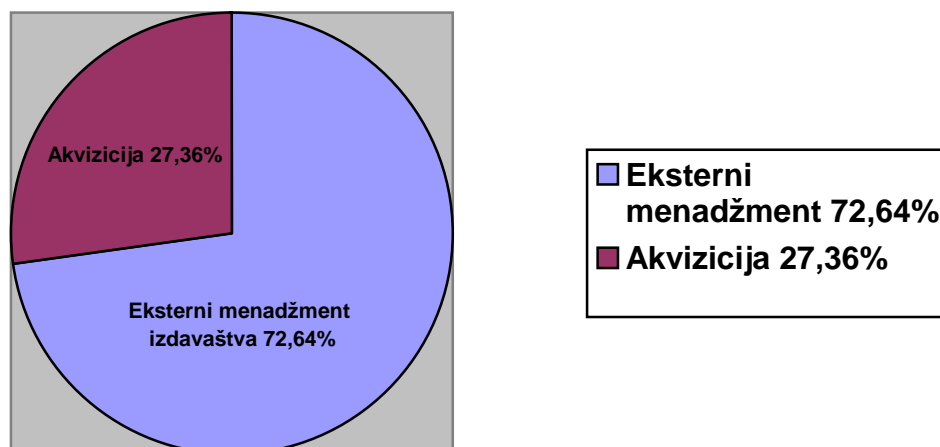
Prodaja knjiga različitim sistemima, Grupa G:

Tabela 320. Test proporcija (1980)

Akvizicija	Eksterni menadž.	Akvizicija	Eksterni menadž.	P
			%	
65952/241052	175100/241052	27.36	72.64	.000

Iz tabele 320 se vidi da je način **eksternog menadžmenta** plasmana knjiga značajno veći od plasmana **akviziterskim** načinom.

Grafikon 64.



* U ovom naučnoistraživačkom radu od stranica 255-327 korišćeni su delovi istraživačkog rada i rezultata, koje je doktòrand objavio u svojoj magistarskoj tezi 2005. godine.

Tabela 321. Test proporcija (1981)

Akvizicija	Eksterni menadž.	Akvizicija	Eksterni menadž.	p
		%		
76320/271020	194700/271020	28.16	71.84	.000

Iz tabele 321 se vidi da je način **eksternog menadžmenta** plasmana knjiga značajno veći od plasmana **akviziterskim** načinom.

Grafikon 65.

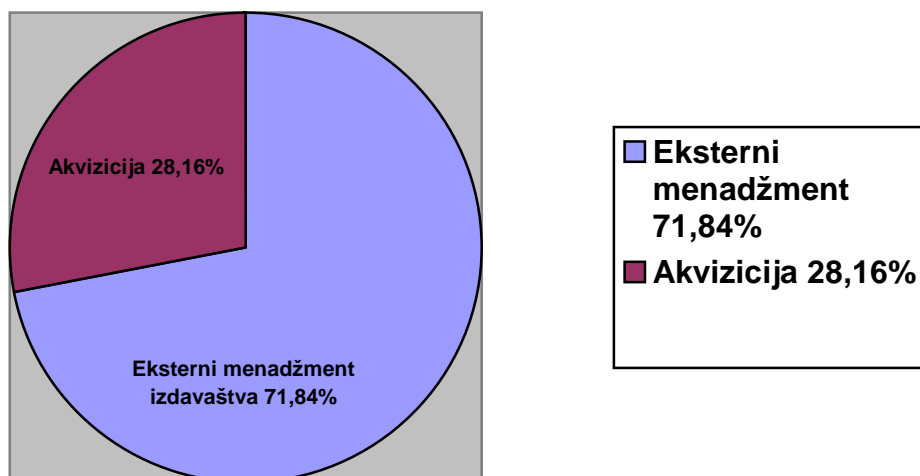


Tabela 322. Test proporcija (1982)

Akvizicija	Eksterni menadž.	Akvizicija	Eksterni menadž.	p
		%		
73152/269952	196800/269952	27.09	72.91	.000

Iz tabele 322 se vidi da je način **eksternog menadžmenta** plasmana knjiga značajno veći od plasmana **akviziterskim** načinom.

Grafikon 66.

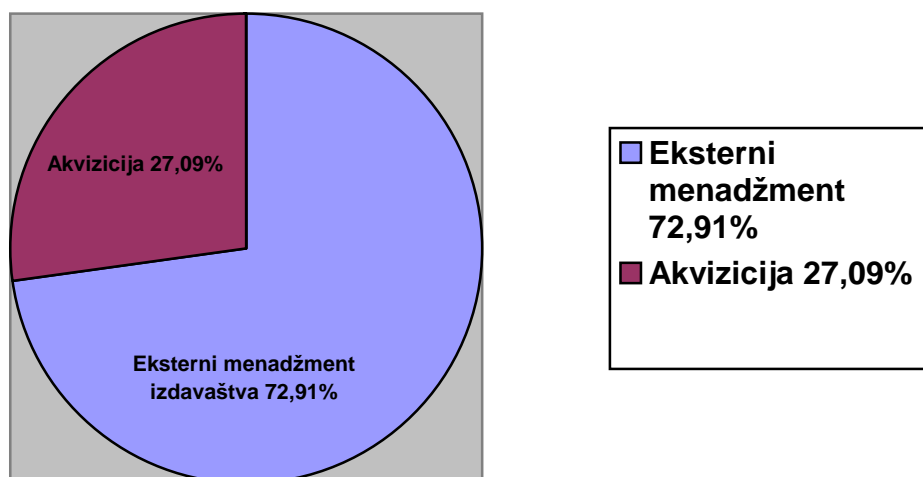


Tabela 323. Test proporcija (1983)

Akvizicija	Eksterni menadž.	Akvizicija	Eksterni menadž.	p
		%		
74880/276320	201440/276320	27.09	72.91	.000

Iz tabele 323 se vidi da je način **eksternog menadžmenta** plasmana knjiga značajno veći od plasmana **akviziterskim** načinom.

Grafikon 67.

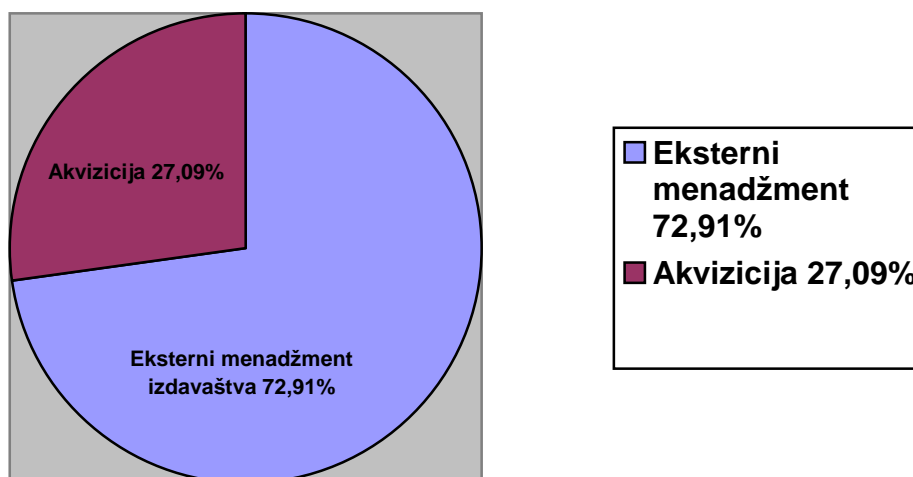
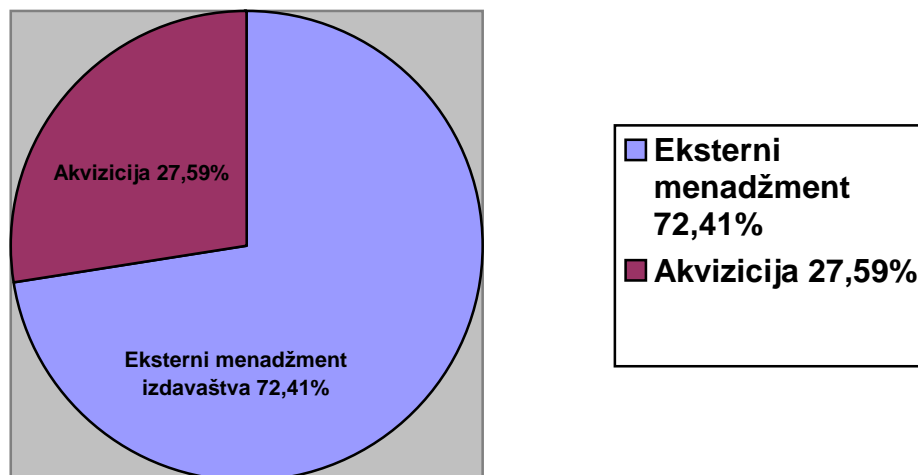


Tabela 324. Test proporcija (1984)

Akvizicija	Eksterni menadž.	Akvizicija	Eksterni menadž.	p
		%		
79968/289828	209860/289828	27.59	72.41	.000

Iz tabele 324 se vidi da je način **eksternog menadžmenta** plasmana knjiga značajno veći od plasmana **akviziterskim** načinom.

Grafikon 68.



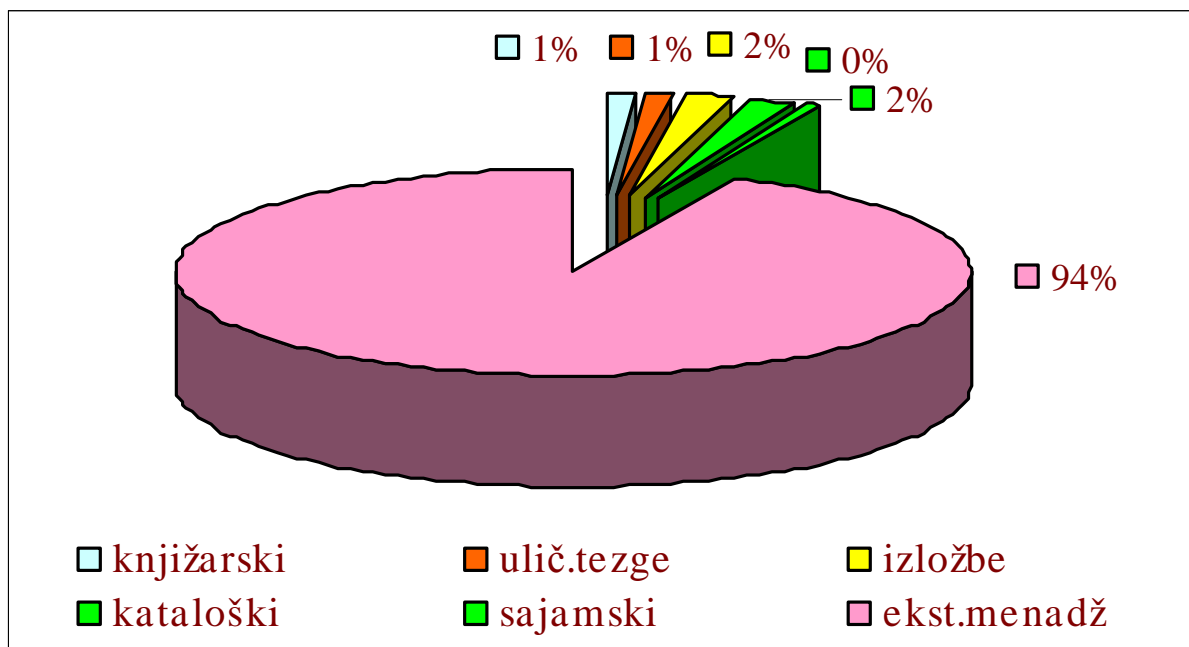
Distribucije eksternog i ostalih načina (sistema) plasmana knjige, Grupa H:

U ovom delu istraživanja prikazaće se odnos između eksternog menadžmenta i ostalih načina prodaje knjige bez primene matematičko-statističkog dokaza jer nema potrebe dokazivati značajnost eksternog menadžmenta u odnosu na druge sisteme prodaje, jer je očigledna velika razlika. Kod načina prodaje eksternim menadžmentom zastupljenost je veća od 90% u odnosu na ostale čija je zastupljenost prodaje ok 1-2% knjiga. Rezultati istraživanja će se prikazati tabelarno i grafički

Grafikon 69. Načini-sistemi prodaje knjiga 1980.

Način prodaje	količina
knjižarski	2304
ulič.tezge	2640
izložbe	3696
kataloški	4224
sajamski	1050
ekst.menadž	197780

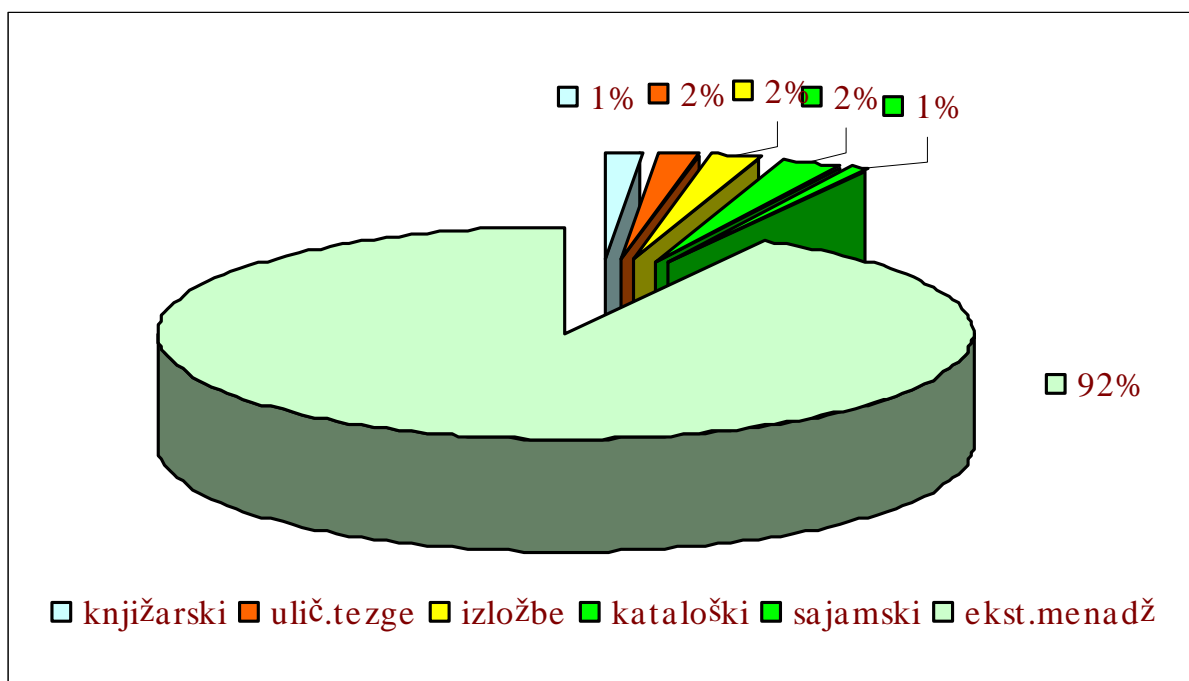
Grafikon 70. Načini-sistemi prodaje knjiga 1980.



Grafikon 71. Načini-sistemi prodaje knjiga 1981.

Način prodaje	količina
knjižarski	2880
ulič.tezge	3960
izložbe	4488
kataloški	5280
sajamski	1260
ekst.menadž	203700

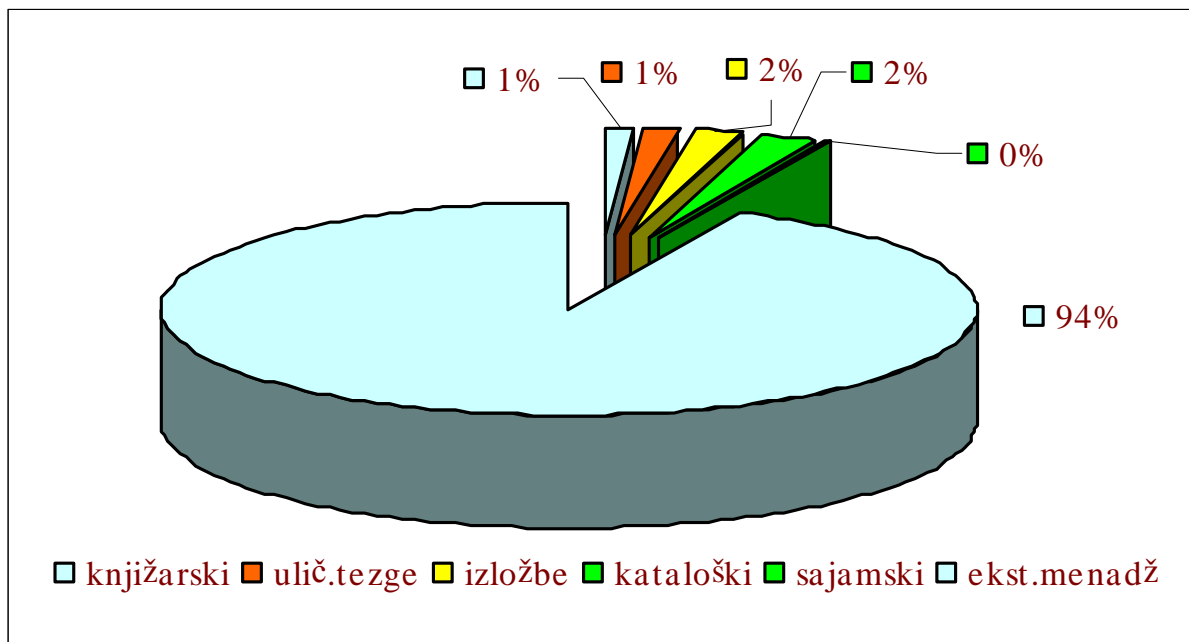
Grafikon 72. Načini-sistemi prodaje knjiga 1981.



Grafikon 73. Načini-sistemi prodaje knjiga 1982.

Način prodaje	količina
knjižarski	2304
ulič.tezge	2948
izložbe	3960
kataloški	4752
sajamski	945
ekst.menadž	198000

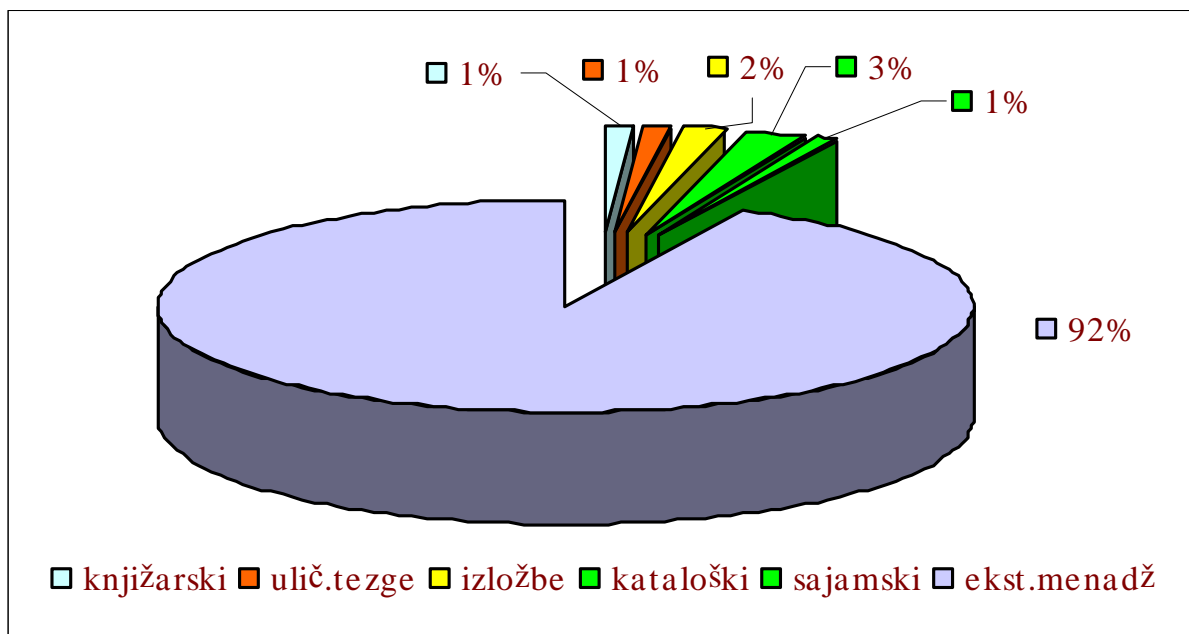
Grafikon 74. Načini-sistemi prodaje knjiga 1982.



Grafikon 75. Načini-sistemi prodaje knjiga 1983.

Način prodaje	količina
knjižarski	2304
ulič.tezge	2640
izložbe	3696
kataloški	5720
sajamski	1470
ekst.menadž	205920

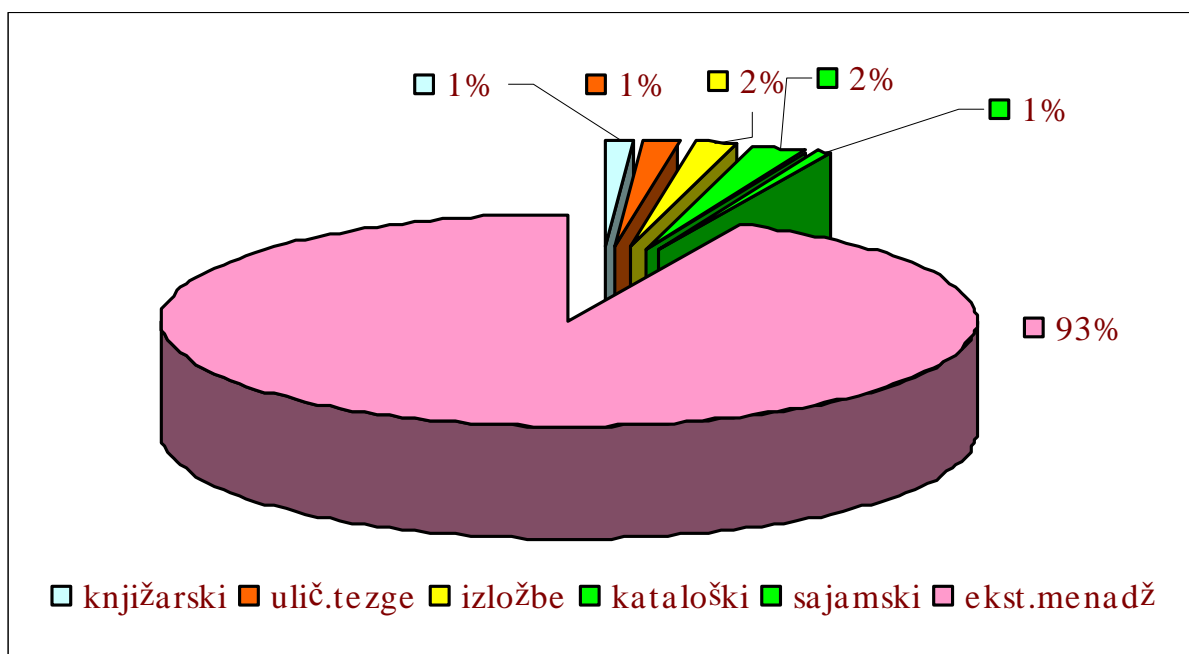
Grafikon 76. Načini-sistemi prodaje knjiga 1983.



Grafikon 77. Načini-sistemi prodaje knjiga 1984.

Način prodaje	količina
knjižarski	2592
ulič.tezge	2904
izložbe	4224
kataloški	4752
sajamski	1260
ekst.menadž	211920

Grafikon 78. Načini-sistemi prodaje knjiga 1984.



Upitnik za bibliometrijska merenja objavljene literature iz sporta u Republici Srbiji
za period 2004-2006. (ukupan broj izdavača 220).

Tabela broj 325

Redni broj	Objavljene i odštampane knjige iz sporta, šira tematika, period 2004-2006. god.	Broj naslova	Redni broj	Objavljeni udžbenici iz fizičke kulture i sporta, period 2004-2006. god.	Broj naslova
1	Monografije, borilački sportovi, ekipni sportovi.	63	5	Udžbenici za fakultete fizičke kulture	30
2	Knjige i priručnici iz lova, ribolova i streljaštva.	3	6	Udžbenici iz fizičke kulture za osnovne i srednje škole u Republici Srbiji.	-
3	Knjige o konjičkom sportu i o sportu sa životinjama.	4			
4	Knjige o sportovima na vodi i o sportovima u vazduhu.	5			

Tabela 326. Test proporcija izdatih naslova iz oblasti sporta u odnosu na broj izdavača u jednogodišnjem i dvogodišnjem periodu, u Republici Srbiji:

Broj izdavača	Izdato naslova iz sporta 2004-2006 god.	Godišnji broj naslova po izdavaču	Dvogodišnji broj naslova po izdavaču	P
		%		
220	105	0.48	0.24	.000

Po bibliometrijskim podacima Centralnog elektronskog kataloga Matice srpske iz Novog Sada i Narodne biblioteke iz Beograda (UDC 796, 797, 798, 799) za period 2004-2006, po testu proporcije se može videti da je broj objavljenih knjiga iz sporta (105) u odnosu na broj izdavača u Republici Srbiji (220) za period od jedne godine, dakle po jednoj izdavačkoj kući ne dođe ni polovina sportske knjige, odnosno 0,48%, dok je to za istraživani period od dve godine samo 0,24%, odnosno manje od jedne četvrtine sportske knjige po izdavačkoj kući, što sve ide u prilog tvrdnji o velikom deficitu sportske literature u Republici Srbiji.

7.2. Diskusija o rezultatima istraživanja

Rezultati ovog naučnoistraživačkog rada su doprineli sagledavanju jasnije slike istraživanog područja. Smatralo se da bi uzimanjem većeg broja ispitanika iz ciljnih grupa koje imaju dodira sa sportom i sportskim naukama – bila dobijena još veća potvrda rezultata. Međutim, uvidelo se da je korisnije i bolje da ispitanici budu iz mnogih drugih oblasti, koji i nemaju prsnog dodira sa sportom i problematikom fizičke kulture (studenti i profesori sa Fakulteta za menadžment, nastavnici razredne nastave u osnovnim školama, profesori humanističkih predmeta i tehnike, pravnici itd.), da bi se istraživanja napravila u obliku «tigrove kože» i doprinela izoštravanju jasnije slike o problematici koja se istražuje. Diskusija o rezultatima istraživanja naučnog rada proširila se takođe i na temu, da li se moglo ubaciti više pitanja za respondente ili broj pitanja smanjiti. Usaglašeni su stavovi da je dobro što su se neka pitanja u prototipu rada eliminisala odnosno reducirala.

Odgovori ispitanika otvorili su mnoštvo novih mogućnosti i podstakli nova razmišljanja, a time ujedno poboljšali buduće načine pozicioniranja izdavačkih kuća, a odgovori su doprineli da se ispita i «prazan hod» u izdavačko-knjižarskoj delatnosti gde god se on pojavljuje, i da se pokušaju pronaći načini da se ukloni ili pak smanji na najmanju moguću meru. Proučavani problem je smešten u širi kontekst da bi se bolje sagledalo šta je sve i u kakvoj vezi sa dobijenim rezultatima istraživanja, vodeći računa da se radi o osetljivom polju istraživačkog rada, koji zadire u sferu obrazovnog sistema naše zemlje i izdavačko-knjižarske i grafičke delatnosti, kao i oblasti sporta.

Što se tiče diskusije o stavovima o (ne)snabdevenosti sportskom literaturom – svi se slažu. A u vezi sa saradnjom sa izdavačima (upućuje da se o nečemu slažu). Takođe, primenjeni postupci su ukazali da ne postoji razlika između grupa, a katkad je ta razlika i značajna, s obzirom na činjenicu da je razlika samo u nijansi. Odgovori "uglavnom se slažem" i "slažem se", ukazali su da u suštini sve ispitane grupe imaju pozitivan stav (njihovu potrebu za sportskom literaturom i udženicu iz oblasti fizičkog obrazovanja za osnovne i srednje škole u Republici Srbiji.).

Takođe, u diskusiji o rezultatima istraživanja, može se reći da se uspelo doći do odgovora na pitanje „Kako je moguće da po bibliometrijskim istraživanjima Centralnog elektronskog kataloga Srbije, u periodu 2004-2006. godine bude objavljeno, iako minimalno, 105 naslova iz oblasti sportske literature, a da ih u knjižarama skoro i nema?“ Odgovor bi se mogao dati: Katalogizacija sportskih knjiga (CIP), znači da je izdavačka kuća izvršila katalogizaciju, ali neke knjige nikada nisu štampane, ili su izdate, ali nikad nisu objavljene (publicirane), ili su publicirane ka strogo usmerenim ciljnim grupama (sportski klubovi, sportski zavodi, sekcije), tako da nisu usmerene u knjižare, ili pak u samo retke knjižare. To je sve doprinelo tvrdnjama da je izražen znatan deficit sportske knjige u Republici Srbiji, što se sve odražava na nivo korišćenja sportske literature. Ukupan broj od 105 objavljenih naslova sportske knjige, za period od dve godine, za celu teritoriju Republike Srbije – ilustruje veliku krizu izdavaštva, u čemu je polje sportske literature osetilo najveće posledice, a time i njeni konzumenti.

8. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Na osnovu dobijenih rezultata i njihove interpretacije mogu se izvesti sledeći konačni zaključci naučnoistraživačkog rada (doktorske disertacije):

1. Teoretskim razmatranjem, upitnicima i primenjenim statističkim postupcima je dokazano da postoji znatan šum u komunikacijama između izdavačkih kuća i ciljnih grupa (fakulteti, osnovne i srednje škole, institucije sporta, sportske asocijacije i sportski klubovi), koji negativno deluje na ceo tok integralnog pristupa upravljanja u realizaciji izdavačkih projekata, kao i na stanje izdavaštva u Republici Srbiji, što izaziva primetan nesklad u komunikacijama.
2. Takođe je dokazano da postoji potreba za boljom snabdevenošću sportskom literaturom kod fakulteta, srednjih i osnovnih škola u Republici Srbiji.
3. Dokazano je da ne postoji dovoljna komunikacija između izdavaštva sa jedne strane, i osnovnoškolskih, i visokoškolskih ustanova sa druge strane, u vezi sa produkcijom sportske knjige.
4. Dokazano je da PDV-om (porezom na dodatnu vrednost), kojim je obuhvaćena i izdavačka delatnost, država ugrožava tu delatnost, zatim ne pridaje dovoljan značaj teorijskom pristupu fizičkog vaspitanja, dok Internet nije u dovoljnoj meri zadovoljio prezentovanje knjige.
5. Dokazano je da ne postoji povezanost između ispitivanih grupa (profesora i studenata različiti fakulteta, kao i direktora i učenika različitih škola, i pojedinih odgovora na postavljena pitanja), odnosno na celine koje obuhvataju određena pitanja.
6. U većini slučajeva je dokazano da ne postoje značajne razlike između profesora različitih fakulteta (studenata, direktora i učenika) po iznetim stavovima u vezi sa produkcijom izdavačkog programa iz oblasti sporta, međutim u slučajevima kada nije sve potpuno dokazano, razlike u odgovorima pojedinih grupa su samo iznijansirane, tako da je najčešće ustanovljena razlika kod odgovora "sasvim se slažem" za jednu grupu, a za drugu grupu je dominantan odgovor "uglavnom se slažem". Činjenica da postoji razlika samo u nijansama, nije protivurečna sa dokazanim činjenicama iz tačke 1.
7. U pojedinim slučajevima je dokazano da ne postoje značajne razlike između profesora različitih fakulteta, (studenata, direktora i učenika) po stavovima u vezi sa produkcijom sportske literature.
8. U pojedinim slučajevima je dokazano da ne postoji značajna razlika između profesora, studenata, direktora i učenika različitih fakulteta i škola u odnosu na saradnju sa izdavačima.
9. U pojedinim slučajevima su dokazane tvrdnje iz tačke 6, da ne postoji značajna razlika između direktora škola, profesora, studenata i učenika u odnosu na «ostale stavove».
10. U vezi sa demografskim monitoringom školstva, dokazano je da postoji značajna razlika u vezi sa demografskim kretanjima osnovnoškolske populacije u Republici Srbiji (AP Vojvodini) za poslednjih 10 godina.

11. Dokazano je da postoji značajna razlika između knjižarske mreže i eksternog menadžmenta knjige, o većoj efikasnosti, dominaciji i snazi eksternog menadžmenta u odnosu na plasman knjiga u knjižarama, u visini dnevnih, nedeljnih, mesečnih i godišnjih realizacija plasmana knjige na teritoriji Republike Srbije (AP Vojvodine).
12. Dokazano je da postoji značajna razlika između ostvarenih realizacija plasmana knjige, koji se obavljaju različitim sistemima (knjižare, ulične tezge, izložbe, kataloško-kancelarijski sistem, sajamski, eksterni menadžment), na dnevnom, nedeljnom, mesečnom i godišnjem nivou – u korist eksternog menadžmenta.
13. Dokazano je da postoji značajna razlika u upravljanju vremenom i prostorom između sistema eksternog menadžmenta izdavaštva i ostalih sistema plasmana knjige.
14. Dokazano je da postoji značajna razlika između eksternog menadžmenta knjige u kome postoji dobro upravljanje sugestijom kao delom nauke psihologije, i knjižarskog menadžmenta koji je ne koristi.
15. Dokazano je da postoji značajna razlika između ponude standardne knjige i sportske literature u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine), sa znatnim deficitom sportske literature.

Na osnovu primenjenih postupaka u odnosu na istraživanja koja su obavljena na tri fakulteta u AP Vojvodini, kao i u 60 škola Republike Srbije, može se zaključiti da:

1. Kod studenata FaM-a preovlađuje odgovor uglavnom se slažem, a kod ostalih sasvim se slažem i delimično se slažem.
2. Između direktora škola postoji razlika kod ovog stava između odgovora delimično i odgovora DA.
3. Kod učenika nema razlike u stavovima.

Na osnovu svega toga zaključuje se da se: **Školstvo Republike Srbije suočava sa problemima demografske učeničke populacije, kao i deficita izdavačkih projekata iz oblasti sportske knjige, što je uzročno povezano sa perspektivom izdavačke delatnosti i sporta u našoj zemlji. Problematika naše zemlje u tranzicionim periodima doprinela je stanju krize izdavačko-knjižarske delatnosti na našim prostorima, a time se pojavio “prazan hod” u komunikaciji izdavači-sport-školstvo, pri čemu je u velikoj meri doprineo negativan priraštaj osnovno-školske populacije u Republici Srbiji. Izdavačko-knjižarska delatnost, kao okosnica multimedijalne strukture, radeći na sebi – radiće i za dobrobit ukupnog društva. Njena perspektiva je u novoj i modernoj organizaciji menadžmenta, gde bi primarno mesto zauzeo eksterni menadžment izdavačko-knjižarske strukture, koji je noseća snaga višeslojnog (multilayer) menadžmenta, a time i najprikladniji za komunikacije sa ciljnim grupama: školstvo-sport-obrazovanje i disperziono tržište knjige. Eksterni menadžment u izdavačkoj delatnosti, otvara put nauci za nova saznanja iz te kreativne oblasti.**

9. NOVA NAUČNA INFORMACIJA

Ovaj naučnoistraživački rad (doktorska disertacija) nudi nove informacije, koje idu u prilog istraživanja kompletnog tržišta knjige, zatim nudi nova rešenja bolje komunikacije izdavača sa svojim ciljnim grupama, na novim osnovama. Ovaj istraživački rad skreće pažnju na jedan nedostatak koji duboko zadire u tkivo obrazovanja mladih.

Naučni rad skreće pažnju budućim istraživačima da postoji izvestan «prazan hod» u svim segmentima i putanje knjige od autora, izdavača, štamparije, ciljnih grupa i disperzionog tržišta knjige. U naučnom radu su ponuđene najnovije informacije boljeg upravljanja vremenom, upravljanja znanjem, upravljanja izdavačkim projektima, takođe se nude nove naučne informacije za bolju, racionalniju i praktičniju naplatu knjige.

Ovim naučnoistraživačkim radom se zakoračilo u jedno polje, koje do sada nije dublje obrađivano: šta to sve nedostaje u miljeu osnovnoškolskog, srednjoškolskog i visokoškolskog obrazovanja, kao i komunikativne relacije tog miljea sa izdavačima.

Formatni obim doktorske disertacije sa obimom oko 380 stranica, omogućio je dobijanje mnoštva novih naučnih informacija koje bi mogle pomoći izdavaštvu, školstvu i sportskim naukama, i podstaći neka buduća slična istraživanja u izdavačko-knjižarskom sektoru. Ovaj novi naučnoistraživački model, prezentovan u formi doktorske disertacije, transverzalnog je karaktera, koji nudi pregled više novih informacionih maršruta i naučnih polja:

1. Eksplicitno je usmeren na poboljšanje poslovanja izdavačko-knjižarskih kuća, kao i bolju komunikaciju na relaciji izdavač-ciljna grupa (tržište knjige).
2. Integriše sve funkcije i komponente izdavačko-knjižarskog i grafičkog sektora da naprave bolju korelaciju i strategiju poslovanja, usmeravajući ih u pravcu tržišta, odnosno zadovoljenje potreba i ciljnih grupa.
3. Sve nove naučne informacije profitabilno usmerava na sistematsko buduće istraživanje, osvajanje i proširivanje tržišta knjige koje je zasad u disperziji.
4. Uključuje u informacionom smislu neke bitne podatke, koji do sada nisu istraživani, a u vezi sa psihologijom i sugestijom u plasmanu knjige u eksterijeru.
5. Teži ka eliminaciji svih stereotipa, koji negativno deluju u izdavaštvu.
6. Uključuje u organizovanje izdavačkog menadžmenta *eksterni izdavačko-knjižarski menadžment*, koji bi po predviđanjima autora ovog naučnog rada – postao jedan od najvažnijih tipova menadžmenta izdavaštva i knjižarstva 21. veka.
7. Želi da skrene pažnju naučnoj javnosti da u osnovnoškolskom i srednjoškolskom fizičkom obrazovanju nedostaje neophodan teorijski udžbenik, za šta su rezultati istraživanja skrenuli na taj problem.
8. U eksterni menadžment produkcije knjige uključuje i demografski monitoring, školstva, kao važan i nezaobilazan faktor u ispitivanju kompletnog tržišta knjige.
9. Nudi novu naučnu informaciju u komunikacijama sa velikim brojem kupaca sportske knjige, nudi nove puteve do praktičnije artikulacije sponzorstva.
10. Po prvi put pokreće naučna istraživanja u eksternom menadžmentu izdavaštva, nudeći rešenja najbolje korelacije nauke i prakse u oblasti medijske i obrazovne delatnosti.

11. Nudi potpuno nova rešenja u trouglu: proizvodnja-produkcija-naplata knjige.
12. Nudi nove informacije u vezi sa eliminacijom stresogenih faktora u izdavačko-knjižarskoj delatnosti, nudi nove informacije za eliminaciju »praznog hoda«, koji se javlja na celom toku integralnog pristupa izdavačkog projekta.
13. Nudi prikaz nove organizacije marketinga u izdavačkim kućama.
14. Pokazuje novu organizaciju eksternog menadžmenta kroz najnoviji višeslojni (multilayer) dijagram, sa praktičnom primenom.
15. Istraživanjima i tvrdnjama skreće pažnju na važnost uključenja demografskog monitoringa školstva u menadžerske strukture izdavačkog sektora.
16. Nudi javnosti jasniju sliku o stanju izdavaštva sa rezultatima o stanju nivoa korišćenja sportske literature u Republici Srbiji (AP Vojvodini).

Kada je u pitanju sama tematika rada, najveće težište je stavljeno na izdavačko-knjižarsku delatnost, ne bez razloga. Čovek se od svog rođenja susreće sa knjigom (prve slikovnice sa likovima dragih crtanih junaka), zatim prvo đačko doba i prvi bukvar, dalje školovanje je put ka srednjoškolskom dobu u kome se još više intenzivira druženje sa knjigom, pa sve do fakulteta, a zatim još dalje u okrilje nauke.

Većini ljudi prođe životni biološki vek, a da i ne saznaju suštinski šta je to izdavačka delatnost, zapravo šta je njena suština, svrha, cilj? Ta delatnost se često poistovećivala sa bibliotekarstvom, knjižarstvom i štamparstvom, a mnogi neupućeni bi se prijatno iznenadili kada bi doznali da je izdavačka delatnost u stvari (uslovno rečeno) mati svih troje prethodno nabrojanih delatnosti, jer ako nema izdavaštva koje knjige priprema, izdaje i objavljuje – ne bi bilo ni knjižarstva koje prodaje knjige u knjižarama, ne bi tada bilo ni bibliotekarstva, jer se bibliotečka delatnost bavi arhiviranjem, čuvanjem i rentiranjem knjiga koje su izdavači objavili, i na kraju krajeva ako ne bi bilo izdavača – štamparije ne bi imale na osnovu čega da naprave knjige, zbog toga do današnjeg dana štamparije nisu uspele da prisvoje same sebi naziv „proizvođači knjige“, bez obzira što učestvuju u njenom finalnom proizvodu. Ipak, logično je da su glavni proizvođači knjige izdavačke kuće, a dokazi za to leže u tome, da izdavači mogu cele pripreme svojih knjiga (koje oni rade), da u svojim izdavačkim kompjuterskim odeljenjima – izdaju u formi elektronske knjige (CD, DVD), za šta im štamparije i knjižare uopšte nisu potrebne. Ali, izdavačke kuće drže viševjekovnu staru tradiciju, još od slavni i prvih prepisivača (kaluđera) i Aleksandrijske biblioteke, da se prvi zapisi rade u papirnoj formi, pa preko prve štamparije sa pokretnim slovima (Gutenberg, XV vek), i tako sve do današnjeg doba postmoderne epohe.

Ovaj naučnoistraživački rad se upravo, između ostalog, bavi istraživanjem nabrojanih oblasti, a prvenstveno ima za cilj da se prezentuje suština izdavaštva, kao dela multimedijalne strukture, koja ima ogroman značaj za pojedinca i društvo u celini.

Takođe, rad se bavi u neistraženim poljem eksternog izdavačkog menadžmenta, o čemu se nude potpuno nove naučne informacije, koje mogu da nađu svoje mesto u primeni, u praksi, obavljanju delatnostima, kao i u svakodnevnom životu. Ovaj naučni rad je ujedno i aktivistički projekat sa izraženim spojem nauke i prakse. Naučni rad nije koncipiran kao mala nejaka inicijativa, već je on novi i ozbiljan doprinos nauci. Novi prilozi u naučnoistraživačkom radu su iskustveno-teorijska

stvarnost, to je doprinos boljoj budućnosti knjige, pisane reči, sportske kulture i edukacije mladih naraštaja koji dolaze.

Uključenje rezultata demografskog monitoringa školstva u izdavačko-knjižarskom sektoru su novi put i nova naučna informacija, iz koje mogu da se razviju neke nove mladice istraživačkih ideja budućih i značajnih naučnih radova.

Ova doktorska disertacija, usmerena je ka opštedruštvenom značaju, ne samo za otklanjanje uočenih nedostataka u istraživanom polju, već i da otvori neka druga pitanja u budućnosti, koja će pokrenuti neke mlade istraživače da se zainteresuju za polja koja se dotiču izdavačko-knjižarske delatnosti i sportske knjige.

Nova naučna informacija ovog istraživačkog rada je između ostalog u dobijanju novih egzaktnih podataka o stanju u izdavačko-knjižarskom menadžmentu u Republici Srbiji i AP Vojvodini za poslednjih 3 godine, prevashodno u segmentu sportske i primenjene školske literature. Dobijeni bibliometrijski podaci, kao i oni vezani za stavove, znanja, motive i mišljenja korisnika sportske literature, mogli bi biti od značaja za kreiranje budućeg izdavaštva i nekih aspekata specifičnog knjižarskog marketinga.

Ovaj naučni rad, u formi doktorske disertacije, stremi ka sagledavanju novog puta u boljem poslovanju posustalog izdavačko-knjižarskog tržišta u našoj zemlji, koje je koraknulo teškim putem tranzicije, zajedno sa svojim građanima i svojom državom.

Kada se upoređi vremenski horizont nekadašnjeg perioda u kome je izdavačka delatnost egzistirala u boljim ekonomskim, socijalnim i geopolitičkim uslovima, ljubiteljima knjige i pisane reči nadolaze nostalgično-romantična sećanja. Ovo današnje vreme i pretežak ambijent za pisanu reč, na ovim prostorima svalilo je veliki teret na pleća izdavačko-knjižarske delatnosti, ali ona i danas pokušava da održi svoju humanu misiju – da trasira put knjizi, održi komunikacije sa njenim tržištem i da pomogne društvu u celini kroz edukativni, kulturni i multimedijalni doprinos.



Slika broj 81.

10. SKRAĆENICE I VAŽNI POJMOVI DOKTORSKE DISERTACIJE

ANALITIČAR, raščlanjuje delatnosti u raznim sektorima nekog preduzeća ili kompanije, čineći ih na jednostavne, ali mnogobrojne operacije, koje se smesta prorađuju u računaru unapred utvrđenim logičnim redosledom. Funkcije mu se stalno razvijaju i menjaju, jer se mašine i metode neprestano poboljšavaju.

ANALIZA, *grč.* – raščlanjivanje, razlaganje celine materijalne ili duhovne prirode na njene delove. Suprotno: sinteza. Osnovni metodološki problem je određivanje principa po kojem se vrši raščlanjivanje i određivanje osnovnih jedinica. Prema principu raščlanjivanja, jedinicama i predmetu analize određuje se vrsta analize – kvantitativna, kvalitativna, kauzalna, klaster, egzistencijalna, regresiona, faktorska itd.

ANIMACIJA (*lat. animatio*), oživljavanje, davanje duše; živost, životna svežina. Animacija ili oživljavanje je nužna komponenta i u procesu stvaranja i u procesu recepcije. U savremenoj semiotičkoj teoriji animacija se shvata kao prenošenje psihološke energije autora na umetničko delo, a sa njega na gledaoca. Ruski simbolista Andrej Beli tvrdi da je odnos uložene energije autora u umetničko delo uvek srazmeran energiji kojom ono deluje na gledaoca.

APSNS, apsolutno se ne slažem.

ASTRALONI, plastične folije na koje se u montažnim odeljenjima postavlja paus-papir sa otkucanim tekstom, radi daljeg presnimavanja na roto-ploče. Astraloni su u rolni ili sečeni u komade.

BESTSELER, knjiga koja se štampa u velikom broju izdanja i brzo se prodaje. To su profitabilne knjige za svakog izdavača, i za te knjige su zainteresovane

skoro sve ciljne grupe, i to bez obzira na pol, godišta i stepen stručne spreme.

BIBLIOGRAFIJA, spisak korišćene literature koju autor stavlja u svojoj knjizi.

BIBLIOMETRIJSKO ISTRAŽIVANJE, je objektivno istraživanje, gde se uzimaju relevantni podaci iz određenih ustanova. U ovom istraživačkom radu su korišćena bibliometrijska istraživanja tako što su uzeti svi zvanični podaci iz Centralnog elektronskog kataloga Srbije Biblioteke Matice srpske iz Novog Sada.

BIBLIOTEKAR, važan činilac u kulturnom životu svake zemlje. On radi u različitim vrstama biblioteka: stručne, tehničke, trgovačke, industrijske, zatim javne i narodne. Bibliotekarsko zvanje zahteva širinu u poznavanju literature.

BIGOVANJE, pravljenje specijalnog žljeba u blizini brida (rikna) knjige, radi lakšeg otvaranja korica knjige. Postoji bigovanje sa dva ili četiri vrste biga.

BILTENI, spadaju u publikacije koje periodično donose informacije o pojedinim oblastima, bez posebne novinarske i tipografske obrade. Jednostavnije su grafičke obrade.

BEZO, bez odgovora.

BFON, bibliotečki fond.

BKNJ, broj knjiga.

BROŠIRANI POVEZ KNJIGE, povezu u kome se nova knjiga izrađuje u ekonomičnom izdanju. Korice nisu tvrde već se rade na kartonu kundruk ili bindakot 250-300 gr. U ovoj štamparskoj tehnici nema šivenja knjiga. Njome se rade knjige popularnih izdanja u većim tiražima, čija je cena na tržištu prilagodljiva platežnoj moći kupaca.

CILINDRI ROTO MAŠINE, valjci koji vrše mnoge važne funkcije prilikom

štampe. Ima ih nekoliko, obično do 3. Na jednom valjku se nalazi guma koja prima otisak sa forme ofset-ploče.

CILJ, jedan od elemenata ponašanja i saznanje delatnosti čoveka kada se unapred zna krajnji rezultat delatnosti, kao i način i sredstva delatnosti koja se i naknadno može, a i ne mora shvatiti. Cilj može biti različitog obima i sadržaja.

ČASOPISI, periodične publikacije koje obrađuju studiozno, dokumentovano i informativno pojedine oblasti: zakonodavstvo, statistiku, tehničke nauke, finansije, medicinu, grafičku struku, filozofiju. Neki časopisi su slični novinama, a neki su oblikovani kao knjige.

ČINJENICA, ono što realno postoji ili se realno desilo, a deo je čovekovog direktnog ili indirektnog iskustva. Ima, dakle, konkretan i empirijski status.

ČLANAK, tipičan novinarski tekst koji obrađuje neku interesantnu temu. Sastoji se od vesti o nekom događaju, izjavi sagovornika o tom događaju i drugog činjeničnog materijala. Dužina članka je onolika koliko to zaslužuje događaj o kome se piše.

DEKODIRANJE (*lat. codex*), prevođenje manje poznatih znakova na poznatiji znakovni sistem (jezik) na osnovu utvrđenih pravila. U teoriji informacija dekodovanje znači pretvaranje znakova u poruke. Dekodiranje (dekodovanje) je rezultat neke uspešne komunikacije između tačke A i tačke B.

DELATNOST, proces između živog organizma i njegove sredine. Čovek kao svesno biće deluje sa određenim planom i ciljem. Kroz delatnost razvijaju se sve dispozicije. Umetnički rad takođe je jedna delatnost. Rezultat tog rada je umetničko delo. Delo je, u stvari, sredstvo preko koga umetnik »deluje« na publi-

ku, sredstvo preko koga umetnik deluje na emocije, motive, vrednosni sistem, shvatanja, ponašanja.

DELFI (DELPHI) METODA, kao metod prognoze ostvarivosti strateških ciljeva. To je metoda eksperatskih ocena za prognozu ostvarivosti primarnih ciljeva. Nastala u komandi američke armije (vazduhoplovstva), i koristila se za procenu eventualnih ratnih stanja, a kasnije je proširena na ekonomske fenomene. Sastoji se u prikupljanju predviđanja grupe eksperata do 15 lica, na osnovu scenarija. Delfi metoda ne dopušta direktnu konfrontaciju između eksperata i strogo je anonimna. Dakle, to je kvantitativna i kvalitativna metoda za predviđanje ostvarivosti strateškog cilja. Danas je njena primena intenzivna.

DELOVI ILI GLAVE KNJIGE, su logično podeljene celine knjige. Oni se mogu numerisati u knjizi rimskim ili arapskim brojevima.

DEMOGRAFIJA (*grčki*), naučna disciplina koja istražuje kretanje i razvoj stanovništva u vezi sa životnim uslovima, društveno-ekonomskim uređenjem kao i drugim društvenim pojavama. Počinje da se razvija u XVII veku proučavanjem podataka o prirodnom priraštaju (natalitetu i mortalitetu) stanovništva; dalje ide putem postepenog izgrađivanja informacija o stanovništvu na osnovu statistike. Tokom XIX veka vode se dugotrajni sporovi oko neosnovane teorije engleskog ekonomiste Roberta Maltusa da se stanovništvo povećava u geometrijskoj progresiji dok se sredstva za život povećavaju u aritmetičkoj. Značajna je za modernu demografiju Marksova korekcija da, umesto, fiksnog zakona populacije, svaki istorijski način proizvodnje, prema tome svako doba i svako

društvo ima sopstvene, specifične zakone populacije.

DESKRIPTIVNO ISTRAŽIVANJE, veoma pogodno za ispitivanje mišljenja i stavova ispitanika, uz tehniku formalnog strukturiranog komuniciranja putem vođenih upitnika, gde se rezultati istraživanja i način obrade podataka veoma precizno i temeljito obrađuju na nivou procentnog izražavanja i frekvencija odgovora po pitanjima.

DIDAKTIČKI, grč. (didasko – poučavanje), didaktičar; dobar poučavač, didaktika je deo pedagogike, veština poučavanja drugih. "Didaktički trougao" (veza: nastavnik-program-učenik).

DM, demografski monitoring.

DS, delimično se slažem.

EFEKAT (*lat. efficere, effectus*), dejstvo, učinak, posledica nekog delovanja. Postoji više vrsta efekata: trenutni, nominalni (po predračunu), totalni (ukupni) i dr. *Zakon efekta* jedan je od najvažnijih zakona instrumentalne psihologije koja učenje oslovljavanjem objašnjava efektom – nagradom ili zadovoljenjem potrebe koja je gonila na pokušaje i aktivnosti. Međutim, postoje veliki nesporazumi među ljudima u vezi sa doživljajem efekta, jer isti efekat različiti ljudi različito vrednuju, čak i pohvale, nagrade, ekonomski efekti i slično mogu delovati na rad i stvaranje podsticajno kod jednog, a destruktivno kod drugog čoveka.

ELIPSE, interval poverenja.

FALCOVANJE, odsećanje viška dužine i širine knjige, da bi se knjiga formirala u konačni finalni format i bila spremna za distribuciju ka izdavaču.

FAM, Fakultet za menadžment u Novom Sadu, mlad i perspektivan fakultet sa četiri organizaciona smera: operativ-

ni, smer za medije, strategijski, smer za novinarstvo, i informatički smer. Omogućene su postdiplomske studije kao i odbrane doktorske disertacije. Sedište fakulteta je u ulici Vase Stajića 6 u Novom Sadu. Dekan je bio prof. dr Dušan Ristić, sada rektor Univerziteta Privredna Akademija u Novom Sadu, koji je i osnivač FaM-a. Fakultet egzistira u okviru Univerziteta Privredna Akademija.

FFK, Fakultet fizičke kulture, sa sedištem u Novom Sadu, osnovan 1. jula 1974. godine, nalazi se u ulici Lovćenskoj broj 16, u blizini SPENS-a.

FST (TIMS), Fakultet za sport i turizam, osnovan je 2002/2003. godine sa sedištem u Novom Sadu. Fakultet je u trogodišnjem trajanju (bolonjska p.) sa smerovima u sportu i turizmu, nalazi se u ulici Radničkoj 30 a u Novom Sadu, a dekan je prof. dr Zlatko Ahmetović prorektor Univerziteta Privredna Akademija, sa rektoratom u Novom Sadu, u ulici Matice srpske 1 (u delu kompleksa naučne ustanove Matice srpske).

FUDZ, fizičko – udžbenik.

GBIB, gradske biblioteke.

GENIJE (*lat. genius*), čovek izvanredne urođene snage duha u pogledu njegove sposobnosti zapažanja, shvatanja, kombinovanja, izražavanja, predviđanja, originalnosti itd.

GLAVNI I ODGOV. UREDNIK, jedno od najznačajnijih radnih mesta u svakoj izdavačko-knjižarskoj ili novinskoj kući. On mora biti veoma iskusan u radu sa knjigama ili novinama, jer je on odgovoran za knjigu ili novinu koja se nudi na uvid čitaocima. Odgovoran je kako pred svojim kolektivom, tako isto i pred očima javnosti. Glavnom i odgovornom uredniku pomažu urednici i sekretar redakcije. Glavni i odgovorni

urednik je najodgovorniji za fizionomiju knjige ili štampanog novinskog lista.

GLEDALAC, posmatrač umetničkog dela, treći član velike trijade: umetnik, umetničko delo i publika. Publika jeste glavni cilj svakog stvaralaštva: publika, gleda, publika sluša, publika kupuje. A svako delo bez svoje publike nema karakter estetske realnosti, niti ima verifikaciju svoje vrednosti.

HIPOTEZA (*grčki*), osnovna teza, polazni stav, pretpostavka koju tek treba dokazati, ali teza koja se na osnovu nedovoljnih činjenica prihvata i koja se dalje razmatra. Hipoteza se uvek zasniva na nekoj vrsti znanja i iskustva.

IDEJA (*grčki*), prauzrok, biće, vid, slika, misao, pomisao, zamisao, misao vodi-lja, gledište, praslika, slika koju duh stvara o nekoj stvari, teorijski i praktični cilj koji kod čoveka lebdi pred očima, prauzrok stvari lišen telesnosti (po Platonu), hipoteza, sanjarija, forma misaonog javljanja objektivne realnosti. Za Demokrita ideja je nedeljiva, umom postignuta forma. Marksizam smatra da sve ideje dolaze iz iskustva i da su uvek u razvoju.

IMPRESUM KNJIGE, svi podaci o knjizi: autoru, nazivu dela, izdavačkoj kući, glavnom uredniku, recenzentima, štampariji, mesto i godina izdanja, tiražu, CIP, sa ISBN oznakom knjige.

INTERVJU, celovit tekst koji se obavlja pitanjem-odgovorom. Novinar postavlja pitanja nekoj za javnost važnoj ličnosti radi važnih odgovora te ličnosti. Intervju takođe može biti i sa ciljem skupljanja informacija i građe za druge novinske tekstove.

INTERVJU U NAUČNIM ISTRAŽIVANJIMA, koristi se za prikupljanje podataka za naučna istraživanja. Za-

datak intervjuiste je da od respondenta dobije informacije. Njegov efikasni metod je da tretira ovog poslednjeg kao ličnost, koju on sa naklonošću sluša. Posledica ovoga je da stavovi i mišljenja intervjuista nisu ni od kakvog uticaja i ne sme se dopustiti da se na bilo koji način uključe u situaciju. Intervjuista tu ne sme da bude »vešt« ili »prepirkom« da dolazi do određenih podataka od respondenta (ispitanika).

IPHO, izdavač-prazan hod.

ISBN OZNAKA, internacionalni, standardni broj knjige, koji svaka izdavačka kuća dobija od Nacionalne ISBN agencije u Beogradu, koja se nalazi u ulici Skerlićevoj br. 1.

ISTRAŽIVAČKI RAD, primena odgovarajućih metoda i postupaka da bi se postavio, a potom i rešio neki teorijski ili praktičan problem. Ima nekoliko faza od kojih su najvažnije: postavljanje problema, prikupljanje i sređivanje podataka, izvođenje zaključaka, interpretacija, povezivanje sa širim principima i uklapanje u odgovarajući sistem.

IZDAVAČ, objavljuje razne vrste štampanih dela: knjige, časopise, novine, muzička dela, mape, vizuelne i audio nosače slike i zvuka. Izdavačke kuće su sastavljene od organizacije (menadžmenta), gde su podeljeni svi poslovi, a glavnu reč vodi strategijski menadžer (osnivač, predsednik, vlasnik).

IZDAVANJE KNJIGA, delatnost izdavačke kuće koja je usmerena prema nekom pišćevom delu da bi se ono izdalo (odštamalo).

IZLAZNE STRANICE KNJIGE, su iste ili duže nego početne stranice knjige.

KLASTER ANALIZA (*engl.*), grozd, skupina, roj, jato – postupak grupisanja podataka ili, recimo, umetničkih rado-

va u posebne skupine prema kriterijumu optimalnog rasporeda. Formirane klase se mogu kvantifikovati i koristiti, uz računске postupke, za složenije analize npr. u naučnoistraživačkom radu.

KNJIGA, skup međusobno povezanih listova sa odštampanim tekstom ili reprodukcija fotografija, crteža ili nekog umetničkog dela. Knjiga je duhovni rad autora i najistaknutiji proizvod izdavačko knjižarskih kuća i grafičke industrije. Pravi se u standardnoj i elektronskoj f.

KNJIŽNE STRANICE, sastavni deo knjižnog bloka koje su oblikovane po istom principu.

KNJIGOVEZAC, stručni radnik koji u štampariji savijene i sređene tabake stavlja u korice buduće knjige, u poslovima se koristi ručno ili pomoćnim mašinama za savijanje i lepljenje.

KNJIŽAR, vlasnik knjižare ili prodavac knjiga koje je objavio izdavač. Svoje poslove obavlja u specijalizovanim prostorima koji se zovu knjižare. Kada hoće da se oslobodi zaliha, on vrši rasprodaje, na kojima su povolje cene knjiga.

KOLPORTER *franc.* (colporter – torbariti, raznositi, razglašavati) 1. raznošenje i prodavanje novina po ulicama 2. kućarenje; prodavanje robe po kućama. Kolporter ne čekaju kupce već idu za njima; korene vuku još iz XVI veka, kada su takvi prodavci novina pomagali u širenju informacija.

KOMI, komunikacije-izdavači.

KOMPJUTERIST, odgovoran stručnjak za funkcionisanje i učinak jedne elektronske celine, sedi za pultom, pokreće računar i nadgleda njegov rad.

KOMU, komunikacije.

KOREKTOR, ispravljač sлагаčkih grešaka u tekstu autora knjige. Dužnost mu je da čita i ispravlja otkucani tekst

tj. da ga sravni i ujednači sa rukopisom. On upotrebljava utvrđene korekturne znake i ispravlja interpunkciju.

KVANTITATIVNA ANALIZA (*lat.* quantum – koliko, quantitas), pomoću koje se utvrđuje relevantnost određenih pokazatelja, zatim njihova obrada i, na kraju, njihova interpretacija. To se rešava tako što se rezultati, dobijeni različitim metodama, upoređuju, najčešće rezultati dobijeni kvalitativnim i rezultati dobijeni kvantitativnim analizama. Poklapanjem rezultata koji su dobijeni većim brojem metodoloških postupaka povećava se verovatnoća zaključaka.

LAJMOVANJE, lepljenje knjiga knjigoveznicima štamparije, ručno ili mašinski.

LEPENKA, debeo karton koji može biti i preko 500 grama. Postoji bela i siva lepenka, koja se koristi za korićenje u tvrdom povezu. Postoji još i talasasta lepenka, ali ona služi za ambalažni materijal, gde je talasasti papir slepljen sa ravnim papirom, i time dobar zaštitnik osetljivih i lomljivih materijala.

MAGAZINI, štampana vrsta novine koje se pojavljuju periodično i u sebi imaju raznovrstan sadržaj i ilustracije.

MAKLATURE, odštampani tabaci sa forme, koji imaju grešku. Mogu biti u predovoljnoj jačini boje, ili u prejakoj jačini otiska. Kod štampanja knjiga prvi tabaci se provlače kroz valjke roto mašina, da bi se iste naštelovale. Maklature su neizbežne u štamparstvu, a direktno zavise od tiraža knjige.

MARKETING (*eng.*), kovanica koja u novijoj ekonomskoj terminologiji, kao i menadžmentu označava disciplinu i delatnost istraživanja i upoznavanja ponude i tražnje pojedine robe na tržištu radi poslovne orijentacije preduzeća ili neke kompanije, npr. u izdavaštvu.

MEDIJUM (*lat. medium*), sredina, srednji put, neki posrednik, ono kroz što se prenosi neko dejstvo, sila, ideja, poruka. U poznatim savremenijim teorijama (Marshall Mc Luhan) govori se o »medijumu kao poruci«. Znači, medijum se ne definiše samo kao posrednik, već više kroz ono što postiže. Drugim rečima, medijum nije samo prenosilac, već je i sastavni deo prenesene poruke. Bez ove prenesene poruke medijuma uopšte nema.

MOTO (GESLO), mudra misao ili neka izreka koja se stavlja pre sadržaja.

MULTILAYER DIAGRAM, višeslojni dijagram eksternog menadžmenta u izdavačko-knjižarskoj delatnosti, kao novi prikaz organizacije menadžmenta.

MUZIČKI IZDAVAČ, to je specijalni izdavač koji objavljuje muzička dela i pušta ih u prodaju u raznim oblicima, sličnost je sa izdavačem knjiga, jer i jedan i drugi su proizvođači i prodavci na veliko. Muzički izdavački su egzistirali u različitim projektima: singl ploče, LP, CD, DVD nosači zvuka itd.

NADGRADNJA, dalje usavršavanje i napredovanje u školovanju i sticanju nekog novog i određenog znanja.

NASLOVI U KNJIZI ILI RADU, služe da se u nekoliko reči naznače sadržaji njihovih pojedinih odeljaka knjige ili naučnog rada.

NASLOVNI LIST, dolazi posle zaštitnog i prednaslovnog lista knjige.

NATALITET (*lat.*), broj rađanja dece tokom kalendarske godine na 1000 stanovnika jednog mesta, kraja ili države, odn. na 1000 brakova ili 1000 odraslih stanovnika.

NAUČNI ISTRAŽIVAČ, otkrivač, koji ide za svojim naučnim ciljem, on je snabdeven naučnim instrumentima, a

koji mu omogućuju da prikupi sve željene podatke. Nekada su smeli istraživači još od antičkog doba putovali da bi upoznali površinu Zemlje. Naučno-istraživački radovi su veoma korisni čovečanstvu u celini.

NOVINE ILI LISTOVI, dnevne ili periodične publikacije koje donose pisane informacije o aktuelnim događajima iz svih sfera ljudskog života. Novine mogu biti raznovrsne pa ih možemo razlikovati prema *sadržaju*: politička, privredna, kulturna, sportska, dečja itd. *Zatim vremenu izlaženja*. dnevna, večernja, jutarnja, sedmična itd, zatim po *teritoriji izlaženja* (savezna, republička, pokrajinska, regionalna ili lokalna). Zatim po *izdavaču* (štampa radnih organizacija, novinsko-izdavačkih kuća, stručnih udruženja, vojnih jedinica, društveno političkih organizacija, verskih zajednica, škola, kao i određenih i finansijskih političkih stranaka, koje štampu koriste u prezentovanju svojih stranaka).

NOVINARSKI NAČINI IZRAZA, tekstvovi su istiniti i tačni, odgovaraju činjeničnom stanju, sažetost tekstova, aktuelnost i jasnoća, da tekstovi budu laki za čitanje, ritmički napisani i duhoviti, i da tekstovi imaju ličnu karakteristiku novinara koji ih i piše.

NREC, neophodnost rečničkih nauka.

NS, ne slažem se.

OBJAŠNJENJA SKRAĆNICA, nalaze se u knjizi u poslednjem njenom delu. To su lako shvatljive i logične reči, izrazi, fraze itd.

OBJAVLJIVANJE KNJIGE, delovanje izdavačke kuće prikazom izdavačkog projekta (knjige) nedefinisanoj publici: potencijalnim kupcima, čitaocima tj. konzumentima knjige. Objavljivanje knjige doprinose promocije i mediji.

OBREZIVAČ U ŠTAMPARIJI, obrezuje tabake sklopljene u knjige, pazi pri tom da ivice knjiga budu ravne, a uglovi pravi. Za te poslove on koristi obrezivački nož, a ta mašina može da ima jedno ili više sečiva, u zavisnosti od zadataka i obima poslova.

ODA, odgovor da.

ODEL, odgovor delimično.

ODIR, osnovne škole – direktori.

OFSETNA PLOČA, roto-ploča, koja se montira na valjak u roto-mašini. Sve roto-ploče uglavnom imaju i rupice sa strane, u koje naležu zupci roto valjaka. Ofsetne ploče mogu biti izrađene u različitim formatima. Osetljive su na grebanje i vlagu. Zaštita je gumerabika koja se premazuje preko roto-ploče.

OGLASI U ŠTAMPI ILI KNJIZI, veoma važan finansijski izvor svake novinske ili izdavačke kuće, tim poslovima se bave marketinzi izdavačko-knjižarskih i novinskih kuća, u kojima se reklamiraju same knjige ili neki artikli.

OKRETANJE ŠIHTA U KOMPJUTERU, otkucani, složen i prelomljen tekst buduće knjige ili novina se okreće u »šihitu« ili miroru (ogledalo), time se tekst okreće naopačke na paus-papiru. Na roto-ploče se presnimava ona strana pauza na koju je direktno delovao tonerski prah iz laserskog štampača.

ONE, odgovor ne.

OSNOVI TEORIJE I METODIKE SPORTSKOG TRENINGA, veoma važan predmet koji se proučava na fakultetima fizičke kulture, kao i fakulteta za sport. Predmet se u teorijskom delu bavi osnovnim pojmovima iz sporta, ali i sportskim rezultatima i sportskom formom, kao i faktorima koji utiču na sportsku formu, zatim trenažnim procesom i njegovim etapama sa usmereno-

šću trenažnim procesima. Takođe, obrađuju se i zakonitosti trenažnog procesa. U tehnološkom delu predmeta posvećena je pažnja planiranju i programiranju vremenskih serija, sportskog treninga (saznajne usmerenosti, metode učenja, principi učenja). Sledi oblast iz fiziologije trenažnog procesa, klasifikacija trenažnog procesa, organizacione forme na treninzima sa specifikumom trenažnog procesa mladih, kao i specifičnosti trenažnog procesa žena. Takođe, u predmetu se obrađuju oblasti koje se odnose na takmičenja, probleme pretreniranosti sportista, takmičenje van mesta boravka. Predmet detaljno obrađuje problematiku oporavka mladih sportista, kao i probleme selekcije i dijagnostike, dijagnostičke procedure. Na kraju je i poglavlje u vezi sa dopingom i pravilo 29. olimpijske povelje.

OSTL, ostali.

PDV, porez na dodatnu vrednost, uveden u Srbiji od 1. 01. 2005. Veoma negativno se odrazio na izdavačko-knjižarsku delatnost i na sve školske ustanove. Knjiga je kod nas oporezovanja stopom od 18% što je jedna od najvećih stopa u Evropi, i po SWOT-analizama smatra se »klinovima opasnosti«.

PFAK, prikaz stava – fakuleti.

PLASTIFICIRANJE KORICA, stavljanje plastične folije i lepljenje na korice knjiga. Služi za dobru i dugotrajnu zaštitu knjiga od oštećenja i vlage. One knjige koje nemaju plastičnu zaštitu korica, vremenom se znatno i brže oštete.

POČETNE STRANICE, sve počinju uvlakom, a uvlake (pasusi) mogu biti razne veličine.

POPIS LITERATURE, trebalo bi da bude napisan istim slovima kao i sama knjiga, ali manjim fontom (grad ili dva).

PORTFOLIO MODEL, ili portfolio analiza (BCG matrica), a razvila ju je Boston Consulting Group. Strategijska pozicija posla se određuje prema relevantnom tržišnom udelu i stopi rasta tržišta. Može se veoma dobro koristiti u izdavačko-knjižarskoj i grafičkoj delatnosti, kao i u ostalim medijima.

POSVETA, na prvoj stranici posle naslovnog lista je mesto za posvetu. U književnim ili naučnim delima autori često pišu svoje posvete, zahvalnost nekoj osobi (ili više njih) koja je pisca podsticala u radu, društvu ili nekoj instituciji.

PRAZAN HOD, terminološka odrednica, nesklad u komunikaciji između menadžmenta i marketinga izdavačkih kuća sa ciljnim grupama (tržištem), kao i nesklad u komunikaciji između izdavača i autora, izdavača i štamparija, izdavača i knjižarskih mreža, izdavača i snabdevača repromaterijalom itd. To označava i izgubljen vremenski period na određenom toku realizacije izdavačkog projekta. *Prazan hod* je veoma ozbiljan stresogeni faktor u poslovanju, i mora se stremiti njegovoj eliminaciji.

PRAZNA STRANICA KNJIGE, je obično parna u knjizi, jer na sledećoj neparnoj dolazi novo poglavlje knjige ili naučnog dela.

PREDGOVOR ZA KNJIGU, to je opšta informacija o delu, od koje često zavisi da li će delo biti čitano ili ne. Nje ga uglavnom piše sam autor knjige, ali to može da uradi i neka druga osoba od ugleda u oblasti o kojoj autor piše.

PREDNASLOVNI LIST KNJIGE, nalazi se između zaštitnog i naslovnog lista knjige.

PRELOM TEKSTA, formiranje stranice knjige od složenog teksta, gde se vodi računa o «izlaznom redu». U vezi

sa postavljanjem belina na stranici knjige, treba da bude «red na red», a naročito se vodi računa u prelomu gde ima veći broj fotografija i višestubačni prelom knjige ili novinskog lista, što daje estetsku dimenzije formatnom listu.

PRIGODNI UZORAK, to je uzorak koji sačinjavaju jedinice populacije, koje su na raspolaganju nosiocu istraživačkog rada, dakle "pri ruci". Sam uzorak je deo populacije, podskup osnovnog skupa, sa ciljem ispitivanja svojstva populacije tipa kojoj pripada.

PRIMERI I NAVODI, služe autoru za potkrepljivanje i isticanje svojih postavki u knjizi ili naučnom delu.

PRIPADNE STRANICE, su dve susedne stranice otvorene knjige, one stoje jedna nasuprot druge (leva i desna). Pri oblikovanju se vodi računa o njihovoj skladnosti, naročito da se ne preseca smisao i harmonija, pogotovo ako su sa fotografijama, šemama. Uvek je leva strana parne paginacije, a desna strana je neparne, i to se striktno mora poštovati u izdavačkoj delatnosti.

PROCES (*lat. processus*), tok nekog činenja, menjanja (realnog ili idealnog), tok nastajanja ili nestajanja, razvoja, stvaranja, rada ili pak opadanja, regresije, razaranja. Procesi su veoma različiti u pogledu složenosti, širine, trajanja, forme javljanja, organa koji ih vrši itd.

PRODAVAC-DEMONSTRATOR, upoznaje kupce sa nekim novim proizvodom, za to postoje posebni, stručno osposobljeni prodavci, koji u prodavnici (ili na pločniku ispred nje) objašnjavaju osobine tog proizvoda i pokazuju ga kupcima. To nije običan ulični prodavac, nego pravi veštak za unapređenje proizvodnje. Velika preduzeća zapošljavaju demonstratore. U izdavač-

kim kućama oni mogu da rade poslove u sklopu eksternog izdavačko-knjižarskog menadžmenta.

PROGRAMER, drži se uputstva analitičara, određuje na računaru niz radnji koje ovaj treba da obavi. Programer mu izdaje naredbe šifrovanim jezikom koji mašina «razume».

PROGRAMIRANO IZDANJE, odnosi se na izdanja knjiga koje su usmerene prema programiranoj publici, koja će da kupi takve knjige u pretplati.

PUBLICITET, širina plasmana, znači da se izdavačko-knjižarske i novinske delatnosti ne obraćaju samo jednoj grupi ljudi, već širim ciljnim grupama.

RECEN, rečnik (leksikon sporta).

REČ (*lat. vox* – glas, *vocabulum* – reč), formirani, zvučni, glasovni oblik koji ulazi u fond jednog jezika kao i svojevrsan verbalni znak ima određeno značenje i služi u komunikaciji ljudi. Reči imaju ogroman značaj i uticaj na ljude. Rečima ljudi stvaraju grandiozna umetnička dela, ali ona služe i da govore o umetničkim delima. Tako se svako umetničko delo prevodi i na reči, te se i na taj način približava i preporučuje publici. Reči spadaju u jedan od najvažnijih vidova verbalne komunikativne relacije u svim sferama života, a posebno u menadžment disciplinama, gde je sa dobrim komunikacijama lakše upravljati ljudskim resursima i tržištem.

REGENERACIJA (*lat. regenus*), obnova izgubljenih delova, obnoviti, pomladiti, preporoditi, popraviti.

REGIJA (*lat. regio*), predeo, kraj, oblast, područje, okolina, zemlja, okrug, pokrajina, mesto itd.

REKLAMA (*lat. reclamare*), ili delatnost kojoj je svrha da široke mase upozna sa nečim, da privuče potrošače na nešto,

rasprostranjivanje podataka i nekom o nečemu, da se tome pribavi popularnost, preporučivanje, hvaljenje, oglas...

REKORD (*engl. record*), najviši uspeh u nekom takmičenju, najveći rezultat, najveći domet, prvenstvo, vrhunstvo, najviša granica uspešnosti na nekom području rada, najveće dostignuće itd.

RELACIJA (*lat. relatio*), odnos, veza, izveštaj, razmak, srazmera. Relacije mogu biti *tranzitivne* (prenošljive), kada se iz odnosa A prema B i B prema C utvrđuje i odnos između A i C. Takođe postoje i *intransitivne relacije* (neprenošljive).

REMITENDA (*lat. remissio*), vratiti, povratiti nekome nešto, neprodana roba tj. novine koje trebaju biti vraćene izdavaču, to mogu biti i knjige, nosači zvuka i slike itd.

REPORTAŽA, u novinarstvu se poredi sa kraćom pričom u literaturi. Reportaža mora da odgovori na 5+1 pitanje, naročito na pitanja kako i zašto: To je tekst za »duh i dušu«, a ima jasan cilj da podstakne, pruži umetnički doživljaj. Reportaža uvek ima element umetničke literature.

REPRINT (*engl.*), fotomehanička reprodukcija starih već štampanih izdanja knjiga, publikacija (anastatička štampa).

REPROMATERIJAL, skraćenica od reči reprodukcioni materijal, sirovina, poluproizvod, polupreradevina, poluproizvod koji treba doraditi i plasirati na tržištu roba i usluga.

RESPONDENTI (*lat.*), ispitanici, veći broj ispitanika koji služe kao uzorak u istraživačkom radu, sa kojima se stupa u komunikaciju: elektronski, dopisno ili direktno.

RESURSI (*franc. ressource*), sredstva, zalihe, izvori, duševne snage, ljudski resursi (ljudske snage), upravljanje ljudskim

resursima (sastavni deo menadžmenta).
REVIJE, veoma su slične magazinima, s tim što se sadržaji zanimljivije prezentuju i ilustruju.

RIKNO KNJIGE, knjižni brid ili bok knjige na kome se štampa ime dela i autora. Ako se knjige ne rade sa riknom, tada je veoma teško pronaći naslov pojedane knjige u policama. Rikno knjige daje i estetsku dimenziju odštampanoj knjizi. Na rikno ide i logo izdavača.

SS, sasvim se slažem.

ROTO MAŠINA (*lat. rotare*), vrteti, ili mašina sa pokretnim valjcima za štampanje knjiga ili novina u velikim tiražima; za razliku od ravnih ofsetno-štampanih mašina, roto mašine imaju cilindričnu štamparsku formu. Danas postoje roto mašine za potpun kolor.

ROTO PAPIR (*lat. rotare*), vrteti, papir u velikim kolutima, obično za štampanje novinskih listova. Poznata fabrika u Srbiji je »Matroz« Sremska Mitrovica.

RUBRIKA (*lat. ruber, crven*), u istoriji je štamparski naziv za crvena početna slova, natpise, poglavlja itd.; razdel, podrazdel, stupac u novinama.

SADRŽAJ KNJIGE, popis svih naslova u knjizi, on može biti posle motoglasla na petoj strani ili pozadi knjige.

SARD, saradnja.

SDIR, srednje škole – direktori.

SEKRETAR IZDAVAČKE REDAKCIJE, sakuplja od pisca, novinara ili urednika pripremljeni materijal za izvršenje preloma, to radi po uputstvima glavnog urednika ili tehničkog urednika.

SEKTOR (*lat. seći, režiati*), pododel, odsek, grana, ogranak, područje delovanja u nekoj ustanovi ili firmi.

SEKUNDARAN (*lat. secundarius – po redu drugi*), drugi, drugorazredni, sporedan, uzgredan, podređen, zavisian, spo-

redni, pomoćni, neoriginalan, izveden. Suprotan od reči primaran.

SENZIBILAN (*lat. sensus*), osećanje, veoma osetljiv na fizičke i moralne utiske, nežan, osećajan, čuvstven.

SENZITIVAN (*lat. sensus*), osećanje, osetljiv, lako uzbudljiv, isto što i senzibilan (sličnost kao senzibilan).

SENZUALAN (*lat. sensus*), čulan, koji ima sklonost ka čulnom užitku. Senzualni deo mozga prima čulne osećaje.

SHEMA (*grč. – lik, oblik, držanje*), slika ili opis u opštim, osnovnim crtama, skica, nacrt, plan, obris, uzorak, šablon, obrazac koji ima oblik, karakter sheme.

SHEMOGRAF (*grč.*), univerzalna pisaljka (piše po svim materijalima: keramici, staklu, celofanu, plastici, metalu i drvetu; koristi se i za obeležavanje i pisanje npr. na CD-u ili DVD diskovima, da bismo znali da se snađemo u ličnoj diskoteci).

SIGNATURA (*lat. signare*), obeležiti ili označiti; papirna nalepnica na gornjoj prednjoj korici knjige ili na hrptu, koja označava smeštaj knjige u biblioteci.

SIGNATURA TABAKA KNJIGE, su brojke na stranicama knjige koje označavaju redni broj tabaka, mogu da im se dodaju zvezdice sa malim tekstom koji se naziva »norma tabaka«. One u upotrebi knjige nemaju neku veliku i važnu ulogu.

SISTEM (*grčki*), celina sastavljena od delova, sjedinjenje, celokupnost elementa, delova grupa, međusobno povezanih nekim bitnim zajedničkim svojstvom, funkcijom i sl. Sistem spada u jedan od ključnih pojmova savremenih teorija i prakse. Podsystem predstavlja manji sistem u okviru većeg. Npr. makrokosmos je ogroman sistem, a čovek je takođe sistem za sebe (mikrokosmos).

SITO-ŠTAMPA, propusna štampa u kojoj se štamparska forma izrađuje na finom situ koje je zategnuto na odgovarajućem okviru, a kao štamparska forma služi šablon koji ostavlja slobodnim one delove sita koji propuštaju boju a zatvara ostale delove koji na otisku nemaju boju. Sito-štampa se primenjuje u štamparstvu kao alternativni metod za poslove u vezi sa otiscima aplikativnih oznaka, amblema (majice, olovke itd.).

SKALA (*lat.*), lestve, lestvice, merdevine; lestvica merenja, konvencijom određena veličina koja služi za merenje, podeljena na srazmerne delove na kojima se mogu očitavati merne vrednosti onoga što se meri. Upotreba skale, kao i bilo kog drugog oblika merenja, podrazumeva mogućnost daleko lakše interpretacije dobijenih rezultata i lakšeg upoređivanja različitih vrednosti.

SKALA LIKERTOVOG TIP, konstruisao je poznati američki psiholog Rensis Likert, 1933. godine. To je skala slaganja konzistentnog kontinuiteta sa 15 ili više pitanja, obično petostepena. Veoma pogodna kao vođeni upitnik u empirijskom istraživanju prigodnih uzoraka iz odabranih ciljnih grupa.

SKOLASTIKA (*grčki*), učena dokolica; onaj koji svoju dokolicu upotrebljava tako što uči, ali učenje koje je formalizovano, manje ili više udaljeno od života. Skolastika se u najvećoj meri, svodi na uopštenu interpretaciju.

SNBD, snabdevenost.

SPORT (*engl.*), negovanje telesnih sposobnosti, njihovo proveravanje i dalje unapređenje kroz nadmetanja, borbe i igre. Poznat je pre više hiljada godina i to kod strarih Egipćana i Persijanaca, a dalje je razvijan u staroj Grčkoj u Rimu (klasično grčko-rimsko rvanje, gimnas-

tika u Sparti). Drevne olimpijske igre su bile sportska nadmetanja većih razmera, kada se u staroj Grčkoj slavila lepota skladno građenog čovekovog tela; tada počinje i profesionalizam u sportu: pored lovorovih venaca, pobednici olimpijskih igara dobijali su i razne materijalne nagrade. Pojedine gladijatorske borbe u starom Rimu imale su sportski karakter, s tim što je pobedniku poklanjan sopstveni život. Savremeni sport javlja se između XVII i XIX veka i to najpre u Evropi. Mnoge sportske grane dobile su konačni oblik u Engleskoj: boks, tenis, stoni tenis, fudbal, ragbi; u Norveškoj i srednjoj Evropi razvijaju se zimski sportovi, a sportovi na vodi pretežno u mediteranskim zemljama, zatim rvanje na Bliskom istoku, košarka, odbojka, hokej na ledu u Sev. Americi, gimnastika u srednjoj Evropi i Švedskoj. Sport je stekao širu afirmaciju u celom svetu pokretanjem modernih olimpijskih igara krajem XIX veka. A na našem tlu se savremeni sport razvija od sredine XIX veka. Sportski rezultati dostigli su između dva rata gotovo vrhunac čovekovih normalnih fizičkih sposobnosti; posle II svetskog rata, dalje poboljšanje rezultata sve više se omogućuje naučnim metodama koji dobijaju širu primenu u sportu i sportskim naukama uopšte.

SPORTSKO DRUŠTVO (skr. SD), osnovna sportska organizacija koja objedinjava rad nekoliko klubova, sekcija ili arhiva. Klub je skup takmičara jedne sportske grane koji ispunjava uslove za samostalan rad. Sekcija je skup takmičara jedne sportske grane koji koriste objekte i rekvizite SD i primaju materijalnu pomoć od njega. Aktiv je skup takmičara jedne ili više sportskih grana

koji ne učestvuju u zvaničnim prvenstvima, nego se takmiče s članovima drugih aktiva.

SPRT, sport, sportska literatura.

STEREOTIP (*grčki*), krug, čvrst, tvrd, kliše, nešto što je uobičajeno i nepromenljivo, u istom obliku što se opire promenama. Stereotipi i nadolazeće promene su uvek u antagonizmu.

STRANIČNE BROJKE U KNJIZI, označavaju redosled stranica u knjizi (paginacija), koje se slažu levo, desno ili u sredini donjeg dela (futura), a mogu i u gornjem delu (hedera). Oni se obeležavaju raznim vrstama brojeva.

STRATEGIJA, grč. (strateg), ratna veština, nastala u starogrčkim vremenima kao važan deo osvajačkih ratova, a kasnije postaje nauka koja istražuje i izrađuje strateške pravce u oblasti političke i ekonomske problematike.

STUDIJA (*lat. studium*), stremljenje ka nečemu, revnosno istraživanje u određenom pravcu, svestrano proučavanje, bavljenje nekom naukom ili umetnošću, sistematsko izučavanje neke oblasti nauka ili umetnosti na visokom ili najvišem nivou. Metodičnost je bitna karakteristika studijskog rada.

SUCN, stav učenika.

ŠKOLA, ustanova za zajedničko vaspitavanje i obrazovanje mladih generacija ili odraslih; prve škole osnovali su istočni narodi Kinezi, Indijci, Egipćani i to 2500 god. p.n.e.; osnivanje je povezano s razvitkom kulture, pojavom pismenosti i nauke. Škole mogu biti državne, privatne, društvenih organizacija ili svetovnih (konfesionalnih); stepen kulturnog razvitka jednog naroda određuje se i prema broju građana koji su obuhvaćeni školom. Postoje škole: osnovne, srednje, specijalne i više.

ŠTAMPA, najrasprostranjeniji je medij društvenog informisanja. Njena pojava datira početkom 17. veka. Reč štampa potiče od latinskog jezika i u prvo vreme označavala je sve ono što je umnoženo na štamparskoj tehnici (novine, časopisi, plakati, leci, oglasi, brošure, knjige i sl.). Međutim, postoji blaga granica između štampe (novina) i knjiga u sistemu tehnološkog procesa i plasmana.

ŠTAMPAR, čovek koji radi u preduzeću u kome se štampaju knjige, časopisi, plakati, prospekti i dr. Štampar ima veoma važnu ulogu u komunikaciji sa autorom; nudi mu kakav dizajn da odabere, tip slova, format, vrstu hartije itd.

ŠTAMPARSKI MAŠINIST, grafički radnik koji rukuje mašinom za štampanje: pušta je u pogon, kontroliše tiraž, održava mašinu i popravlja manje kvarove. Naziva se i ofset-mašinista.

TEMPORALNA LANČANA REAKCIJA, po metodologiji istraživanja, neki metodolozi izdvajaju *temporalne zakone*. U takvim zakonima vreme na neki način ulazi u formulaciju zakona. Vreme može biti nezavisna varijabla; sa protekom vremena dešavaju se izvesne promene u zavisnoj varijabli. Na primer, Ebinghausova krivulja zaboravljanja pokazuje nam da je zaboravljanje tokom vremena sve sporije.

TEORIJA (*grčki*), posmatrati, razmatrati, istraživati, u širem smislu, kompleks pogleda, predstava, ideja usmerenih ka nekom objašnjenju bilo koje pojave; u užem smislu, više, razvijene forme organizovanja naučnih znanja koje daju celovitu predstavu o zakonomernostima suštinskih veza u određenoj oblasti stvarnosti. Ova znanja često su apstraktna, nekada više, a nekada manje povezana sa praksom. Svaka teorija sa-

drži osnovna empirijska znanja ili svoj odnos prema njima, zatim svoj jezički ili neki drugi simbolički aparat, apstraktne postulate, logiku izvođenja, istraživanja i dokazivanja u jednu svoju celinu. **TEZA** (*grčki*), postavka, polazno tvrđenje, sporni stav ili sud o nečemu koji bi trebalo dokazati u raspravi ili naučnom radu, naučnim postupkom. Po filozofu Hegelu, teza je početno tvrđenje koje preko suprotnog tvrđenja (antiteze) dovodi do istine (sinteze).

TIPOGRAFIJA, u štampanim stvarima označava izgled ili oblikovanje nekog lista ili knjige, a u novinskim kućama označava naslove koji se »utrkuju« po veličini, iz razloga jako izražene konkurencije na tržištu.

TRANZITIVNOST (*lat. relatio*), relacije: odnos između stanovitih predmeta, veza, doticaj, kontakt, odnos. U eksternom menadžmentu, komunikacija između tačke x i tačke q, između tačke A i tačke B, psihološko-sugestivna relacija delovanja menadžera na ciljanu grupu, koja je u neposrednoj njegovoj blizini. Primenjiva u plasmanu knjige u direktnoj komunikaciji sa kupcima.

TRGOVAČKI PUTNIK, veza između proizvođača i trgovine, s jedne strane i pojedinačnih kupaca, s druge strane. Oni su talentovani govorničkim darom, strpljivošću i upornošću u svome poslu, koji obavljaju na terenu. U izdavaštvu i knjižarstvu su njihovi doprinosi neprocenjivi, a naročito su bili izraženi u periodu 1954-1990. godine, u kom periodu su bili važan faktor plasmana.

TRIJÉRA, grč. (trières) lađa troveslaraka, sa tri reda veslačkih klupa (troklupnjača).

TRŽIŠTE, mesto ponude i potražnje robe za prodaju i kupovinu. Sa poras-

tom proizvodnje i asortimana robe, kao i sa porastom potrošnje i tržište postaje sve značajnije. Danas se formiraju i posebne profesije za tržišno posredovanje. Potražnja robe na tržištu veoma zavisi i od načina ponude i potreba šire publike.

SWOT ANALIZA, potiče od početnih slova engleskih reči Strengths (snage), Weaknesses (slabosti), Opportunities (šanse), Threats (opasnosti). SWOT koncept omogućuje analizu prepreka i šansi na tržištu i usaglašava sa jakim i slabim stranama firme.

TIRAŽ (*franc. tirage*), količina primeraka nekog odštampanog izdanja knjige, novine, publikacije itd. Tiraž se odnosi na odštampani mnogo tražen, čitan i uvažen izdavački projekat, kao i projekte u vezi sa nosačima slike i zvuka. Tiraž zavisi od više faktora integralnog projekta.

TUTKALO, specijalni štamparski lepak koji može biti topli ili hladni, bez kojih je proizvodnja knjige nezamisliva.

US, uglavnom se slažem.

UDZB, udžbenici.

UREDNIK, novinar koji piše članke i objavljuje ih pod svojim imenom, različito od saradnika koji svoje tekstove ne potpisuju. Mora biti veoma odgovorna ličnost. U izdavačkim kućama, urednik pomaže glavnom i odgovornom uredniku u obavljanju zadataka, a to isto čini i u novinskih kućama.

USPEH, postignuti rezultat u nekoj delatnosti. Ima objektivnu, merljivu dimenziju i subjektivnu ocenu. Ova subjektivna ocena o sopstvenom uspehu zavisi od nivoa aspiracije (očekivanja).

UVODNI DEO PISANOG DELA, poseban odeljak glavnog dela knjige ili naučnog rada u kome se izlažu glavne postavke i odlike napisanog dela.

UVODNI DEO KNJIGE, »nulti« ili »naslovni tabak«.

UVODNICI I KOMENTARI, slični su kao članak, ali postoje i neke razlike. To je subjektivno gledište nekog novinara i prepušteno je njegovom stilu.

VARIJABLA, franc. (*variable*) je matematički promenljiva veličina, promenljiva vrednost. U ovom radu su zastupljene nezavisne i zavisne varijable. Nezavisne se odnose na broj ispitanika koji su popunjavali upitnike i njihove karakteristike: pol, starost, stručna sprema, socijalno poreklo, radno mesto itd. Zavisne varijable su: odgovori ispitanika na tvrdnje upitnika, uverenja, potrebe, stavovi, stepen informisanosti i odnosa prema soc. situacijama. Nezavisne v. su uzroci, a zavisne v. su posledice. Varijable postoje i intervenišuće, kao spoj između nezavisnih i zavisnih. Npr. ton je nezavisna, igra je zavisna v., a pojačanje tona je intervenišuća v. Ili, rad je nezavisna v., produktivnost zavisna, a povećanje plate intervenišuća varijabla.

VERIFIKACIJA, (*lat. verificatio*), proveravanje, potvrđivanje, utvrđivanje je pravog stanja, istine, tačnosti nek pretpostavke, hipoteze, ideje, logičkim postupkom ili putem iskustva. U psihologiji se verifikacija naziva četvrta faza stvaralačkog mišljenja (preparacija, inkubacija, inspiracija, odnosno iluminacija ili verifikacija).

VEROVATNOĆA, jedan od najvažnijih i najsloženijih pojmova u savremenom mišljenju oslobođenom od krutog dogmatizma i determinizma. Značajan je za razumevanje i predviđanje događaja u prirodi, predviđanje ljudskih odluka u društvenim i psihološkim zbivanjima. Najveći broj čovekovih stvaralačkih poduhvata zasnovan je na od-

ređenom stepenu uverenja, verovatnoći, a ne na nekom apsolutnom znanju i sigurnosti. Verovatnoća je pojam koji najbolje objedinjava slučajnost i nužnost, dve komponente koje se neprestano prožimaju.

VEST, osnovni oblik i jedan od najvažnijih oblika novinarskog rada. To je kratak tekst koji treba da odgovara na pitanja: ko, šta, gde, kada i kako? Njene važne karakteristike su: aktuelnost, važnost i zanimljivost. Vest se rađa tamo gde se i događaj zbiva. Glava vesti je glavna rečenica u kojoj je rečeno sve ono što je najglavnije. Za svaku novinsku kuću, vest ima ogroman značaj i radi pozicioniranja novinske kuće.

VEŠTINE, razvijena sposobnost da se sa lakoćom, elegantno i precizno, i bez ičeg suvišnog izvede neka radnja visokog dostignuća koja ima neku svrhu. U širem smislu, veština se može odnositi na sve aktivnosti koje čovek uspešno izvodi – u ophođenju sa ljudima, opažanju, telesnim radnjama, rešavanju misaonih i drugih problema. Veština se može definisati i kao umeće da se maksimalno iskoriste sve psihofizičke sposobnosti, znanje, materijali i razne tehnike, pomagala i sredstva kako bi se na brz i efikasan način došlo do željenog cilja. Naročito su veštine bitne u komunikaciji sa ljudima, a zatim u upravljanju ljudskim resursima kao i u vrhunskom plasmanu nekih proizvoda.

VIRTUALITET (*lat. virtualitas*), sposobnost za rad, moć delovanja, ali sa mirujućom ili dremajućom snagom, imati snagu, ali se ne koristiti aktivno njome.

VIZIJA (*lat. visio*), opsena, sanjarija ili predviđanje nečega što će se tek desiti. Umetnost koja obrađuje vizije Jung naziva *vizionarskom*. Veoma je važna za

uspešnost u stvaranju, pokretanju i realizaciji novih dostignuća za dobrobit celog čovečanstva. Ljudi vizionari veoma su doprineli preporodu čovečanstva.

VOKACIJA (*lat. vocatio*), dar, sklonost za neko zanimanje, zanat ili struku.

VREDNOST, osobina, svojstvo, koje se od strane ocenjivača pripisuje nečemu. Svaki čovek ima u svom mentalnom aparatu jednu vrstu skale po kojoj vrši vrednovanje. Ova skala vrednovanja određena je čovekovim potrebama, njegovim iskustvom, tržišnim vrednostima, duhom vremena, vladajućim stereotipima u konkretnoj društvenoj sredini itd.

VRSTE PAPIRA, *azbestni* (za izolacije i filtracije), *akcidenični* (bezdrvni za štampu obrazaca, memoranduma, reporta i akcidenične štampe, *akvarel* (crtači), za crtanje vodenim bojama, umetničke slike, površina mu je i hrapava, *bankpost* (za memorandume, razne koverte, novčana dokumenta, pisma), *baritirani papir* (sirovi fotografski papir i za visokokvalitetne reprodukcije), *baršunasti* (za presvlačenje proizvoda od kartona ili knjižnih korica), *bezdrvni* (pisači, štamparski, omotni i specijalni), *biblijski* (za štampu biblija, rečnika i obimnih knjiga), *bromosrebrni* (za fotografsko uvećavanje, jer je svetlosno osetlj.), *bitumenizirani* (upotrebljava se za vreće hidroskopskih materijala), *bojeni* (za pisanje, umnožavanje ili dekoraciju), *bond* (za bankovna i dokumenta trajne vrednosti), zatim još postoje vrste papira: *celulozni*, *cigaretni*, *crtači*, *ciklostil*, *časopisni*, *dekorativni*, *dokumentni papir*, *dupleks*, *dvoslojni*, *diazo*, *elektroizolacioni*, *elko*, *elektrostatički*, *emulzionoslojeni*, *etiketni*, *esparto*, *eukaliptus*, *filterski*, *fini*, *fluorescentni*, *fluting*, *fotografski*, *fotokopirni*, *gumirani*, *havana*, *heliografski*, *hemij-*

ski, *hlorosrebrni*, *hlorobromosrebrni*, *higijenski*, *hrapavi*, *impregnirani*, *indigo*, *indikatorski*, *izolacioni*, *japanski*, *japanski svileni*, *jednostrano glatki*, *kablovski*, *kalandrirani*, *karbonski*, *kaširani pergament*, *karirani*, *karotografski*, *keljeni*, *kinski*, *klupak*, *konceptni*, *kondenzatorski*, *kontaktni*, *kraft*, *krep*, *kuler*, *kudeljni*, *kunsdruk*, *lakmus*, *lako premazani*, *laminirani*, *laneni*, *lepljivi*, *linirani*, *manilski*, *mramorni*, *melirani*, *metalizirani*, *modri heliografski*, *nauljeni*, *nazrnčeni*, *nebeljeni*, *nekeljeni*, *pregovani*, *protokolski*, *rebrašti*, *reljefni*, *reciklirani*, *ručni*, *samokopirajući*, *satinirani*, *sigurnosni*, *sirovi*, *slamni*, *smirkov*, *srednjefini*, *stari*, *svileni*, *šargin*, *šareni*, *tehnički*, *nepropustljiv za masnoću*, *nesatinirani*, *neprovidni*, *novinski*, *od krpa*, *ofset*, *pakpapir*, *parafinirani*, *paus*, *pelir*, *pergament*, *perolaki*, *pigmentni*, *plakatni*, *crtači*, *testlajner*, *tifdruk*, *transfer*, *transparentni*, *ubrusni*, *upijajući*, *valoviti*, *voluminizirani*, *voštani*, *papir za novčanice*.

ZAŠTITNI LIST KNJIGE, ima ulogu da štiti naslovni ili prednaslovni tabak knjige. U formi knjige tvrdog poveza koristi se kunsdruk ili forzec 130 gramski papir. U broširanom povezu se zaštitni list knjige ne ubacuje.

ZAVRŠNI DEO KNJIGE, po vremenu nastajanja uvek su mlađi od glavnog dela knjige. On sadrži popis literature, pogovor, rečnik, popis grešaka itd.

ZKOM, živa komunikacija.

ŽANR (*franc. genre*), rod, vrsta, način pisanja, stil kojim se služi pisac svog dela.

ŽURNAL (*franc. journal*), tal. giornale, dnevni list, časopis, dnevni beležnik.

ŽURNALIST (*franc. journaliste*), novinar, onaj koji živi od novinarstva.

ŽURNALIZAM (*franc. journalisme*), novinarstvo, novinarski stalež, deo multimedijske strukture, koja je važan faktor u svakoj zdravoj državi.

11. LITERATURA

1. Abramović, B. (2004): *Marketing*. Novi Sad, FaM
2. Ahmetović, Z. (1996): *Osnovi teorije i metodike sportskog treninga*. Novi Sad, FFK
3. Albulj, Ž. (1994): *1001 razlog zbog kojeg ljudi kupuju knjigu*. Beograd, Luta-studio mono
4. Andevski, M. (2004): *Sistemi menadžmenta znanja u praksi (Zbornik radova)*. Novi Sad, FaM
5. Andrić, I. (1976): *Znakovi pored puta*. Beograd, Prosveta
6. Andrić, P. (1971) *Roman o knjizi*. Batajnica, Centar za prosvetu, kulturu i obrazovanje
7. Baverstok, A. (2001): *Marketing u izdavaštvu*. Beograd, Klio
8. Begen, F. (2004): *Psihologija u marketingu*. Beograd, Klio
9. Biblija (1989): Novi Sad, Dobra vest
10. Bjelica, S. (1996): *Sociologija sporta*. Novi Sad, Fakultet fizičke kulture
11. Bjelica, S. (1997): *Sociologija*. Novi Sad, Dnevnik
12. Bojd, E. (2002): *Novinarstvo u elektronskim medijima*. Beograd, Klio
13. Bošković, M. (1995): *Stranputice*. Novi Sad, Matica srpska
14. Brnjas, Z. (2001): *Strategijski menadžment*. Beograd, Grmeč-Poslovni pregled
15. Camblak, G. (1989): *Književni rad u Srbiji*. Beograd, Srpska književna zaduga
16. Černiček, I. (2003): *TVM-upravljanje vrednostima*. Novi Sad, Domla-publishing
17. Čokorilo, R. (1998): *Pedagogija sporta*. Beograd, Viša škola za sportske trenere
18. Čokorilo, R. (2003): *Vrijednosne orijentacije omladine u vrijeme društvene krize*. Srpsko Sarajevo, Univerzitet u Srpskom Sarajevu, Filozofski fakultet
19. Dačić, D. (2003): *Veliki ilustrovani rečnik borilačkih veština*. Novi Sad, Domla-publishing
20. Došenović, M. (2001): *Kako prodati knjigu*. Novi Sad, Domla-publishing
21. Došenović, M. (2006): *Henri Ford – njegov život i njegovo delo*. Novi Sad, Domla-publishing
22. Došenović, M. (2006): *Nikola Tesla – njegov život i njegovo delo*. Novi Sad, Domla-publishing
23. Došenović, M. (2006): *Mihajlo Pupin – njegov život i njegovo delo*. Novi Sad, Domla-publishing
24. Došenović, M. (2002): *Kako se stvara i prodaje knjiga (seminarski rad)*. Novi Sad, FaM
25. Došenović, M. (2002): *Knjiga i elektronski mediji (seminarski rad)*. Novi sad, FaM
26. Došenović, M. (2002): *Marketing – kao jedan od stubova izdavaštva*. Novi Sad, FaM
27. Došenović, M. (2003): *Integralni pristup u realizaciji izdavačkog projekta – tehnološkom nišom do knjige bestseler (diplomski rad)*. Novi Sad, FaM
28. Došenović, M. (2003): *Istraživanje deficitarnosti određenih izdavačkih naslova u školama Republike Srbije (naučnoistraživački rad)*. Novi Sad, FaM
29. Došenović, M. (2004): *Strategija razvoja izdavačke delatnosti na Fakultetu za menadžment u Novom Sadu (naučnoistraživački rad)*. Novi Sad, FaM

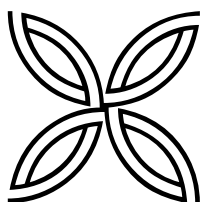
30. Došenović, M. (2004): *Mediji i obrazovanje za fizičku kulturu – problemi i perspektive publikovanja sportske literature (naučnoistraživački rad)*. Novi Sad, FaM
31. Došenović, M. (2005): *Eliminacija «praznog hoda» u izdavačko-knjižarskoj delatnosti (naučnoistraživački rad)*. Novi Sad, FaM
32. Došenović, M. (2006): *Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature (istraživanje praznog hoda u izdavaštvu i knjižarstvu)*. Novi Sad, Domla-publishing
33. Dryden, G., Vos, J. (2001): *The Learning Revolution: To change the way the world learns*. The Learning Web, Torrance CA, USA, and Auckland, New Zealand.
34. Drucker, F.M. (1991): *Inovacije i preduzetništvo*. Beograd, Privredni pregled
35. Dunderović, R. (1997): *Psihologija sporta*. Novi Sad, Fakultet fizičke kulture
36. Dunderović, R. (2004): *Osnovi psihologije menadžmenta*. Novi Sad, FaM
37. Đorđević, D., Kovačević, M., Tatić, T., Filipesko, B., Konstantinović, V. (1990): *Tehnološko-tehnička priprema grafičke proizvodnje*. Beograd, ZUNS
38. Đošić, D. (1996): *Demografija sa statistikom*. Novi Sad, Stilos
39. Đurić, S. (1973): *Položaj knjige i bibliotekarstva u Republici Srbiji*. Beograd, Narodna biblioteka grada Beograda
40. Eko, U. (2000): *Kako se piše diplomski rad*. Beograd, Narodna knjiga-Alfa
41. Enciklopedija fizičke kulture 1-2 (1975): Zagreb, JLZ
42. Eskarpić, R. (1972): *Revolucija knjige*. Zagreb, Prosvjeta
43. Gone, Ž. (1998): *Obrazovanje i mediji*. Beograd, Klio
44. Hranisavljević, S. (2001): *Mladi i kultura sporta*. Beograd, Sla-Ma-Pet
45. Jakonić, D. (1996): *Sportska medicina*. Novi Sad, FFK
46. Janković, Lj., Đukanović, V. (1983): *Ilustrovana istorija sveta 1-4*. Beograd, IRO Narodna knjiga, IRO Vuk Karadžić, IRO Rad
47. Juričević, B. (1984): *Knjiga i razvoj*. Zagreb, Znanje
48. Jonović, P. (2001): *Šta knjižar treba da zna*. Novi Sad, LDIJ
49. Klaić, B. (1984): *Rječnik stranih riječi*. Zagreb, Nakladni zavod Matice hrvatske
50. Kljajić, L. (1996): *Više od štampe*. Novi Sad, Matica srpska
51. Koković, D. (2000): *Sociologija sporta*. Beograd, Sportska akademija
52. Koković, D. (2004): *Sport i mediji*. Novi Sad, Fakultet za uslužni biznis
53. Kon, Ž. (2001): *Estetika komunikacije*. Beograd, Klio
54. Kovačević, M. (2000): *Leksikon sportova*. Novi Sad, Fakultet fizičke kulture
55. Kreč, D., Krečfeld, P.S. (1980): *Elementi psihologije*. Beograd, Naučna knjiga
56. Krkić, S. (1985): *Knjiga roba, da ili ne*. Banjaluka, Glas
57. Krkić, S. (1981): *Specifičnost tržišta stručne knjige*. Sarajevo, Ekonomski fakultet
58. Krstić, D. (1988): *Psihološki rečnik*. Beograd, Vuk Karadžić
59. Leksikon marketinga (1977): Beograd, Savremena administracija
60. Liberts, H. (1973): *Unapređenje knjiga putem biblioteka*. Beograd, Narodna biblioteka grada Beograda
61. Licert, R. (1961): *NEW PATTERN OF MANAGEMENT*, Mc Grow-Hill Book Comp., New York
62. Licert, R. (1967): *THE HUMAN ORGANIZATION*, Mc Grow-Hill Book Comp, New York

63. Lovreković, Z. (2002): *Čemu služi informatika*. Novi Sad, FaM
64. Lovreković, Z. (2004): *Čemu služi upravljanje znanjem (Zbornik radova)*. Novi Sad, Fakultet za menadžment
65. Lovreković, Z., Nikolić, D. (2004): *Izgradnja sistema za upravljanje znanjem (Zbornik radova)*. Novi Sad, Fakultet za menadžment
66. Macura, M. (1997): *Izabrani radovi 1-3*. Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
67. Maslov, H. A. (1982): *Motivacija i ličnost*. Beograd, Nolit
68. Mihailović, D. (2004): *Metodologija naučnih istraživanja*. Beograd, Fakultet organizacionih nauka
69. Milisavljević, M. (1979): *Marketing*. Ekonomski fakultet-Tanjug
70. Milošević, M., Zulić, M., Božić, S. (1989): *SFO*. Beograd, VŠ unutrašnjih poslova
71. Oljača, M. (1996): *Pedagogija sporta*. Novi Sad, Fakultet fizičke kulture
72. Opšta enciklopedija Larousse 1-3 (1977): Beograd, Vuk Karadžić
73. Panić, V. (1998): *Rečnik psihologije umetničkog stvaralašta*. Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
74. Peašinić, R. (1976): *Pedagoška funkcija nastavnika u moralnom razvoju učenika*. Beograd, Prosveta
75. Pečjak, V. (1984): *Stvaranje psihologije*. Sarajevo, Svjetlost
76. Perić, D. (2000): *Projektovanje i elaboriranje istraživanja u fizičkoj kulturi*. Beograd
77. Perić, D. (2006): *Metodologija naučnih istraživanja*. Beograd, D.T.A Trade
78. Petrović, M. (1951): *Ogled iz istorije štampe*. Beograd, Novinarsko i izdavačko preduzeće udruženje novinara Narodne Republike Srbije.
79. Popularna enciklopedija (1976): Beograd, BIGZ
80. Pravopis srpskohrvatskog književnog jezika (1960): Beograd-Zagreb, Matica srpska-Matica hrvatska
81. Radonjić, S. (1999): *Uvod u psihologiju – struktura psihologije nauke*. Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
82. Rečnik psihologije i umetničkog stvaralaštva (1998): Beograd, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
83. Rečnik srpskohrvatskog književnog jezika 1-6 (1977): Beograd-Zagreb, Matica srpska-Matica hrvatska
84. Ristić, D. (2002): *Osnovi menadžmenta*. Novi Sad, Fakultet za menadžment
85. Ristić, D. (2002): *Upravljanje promenama (elektronsko izdanje)*. Novi Sad, FaM
86. Ristić, D., Černiček, I. (2002): *Odluka života*. Novi Sad, FaM
87. Rot, N. (2004): *Opšta psihologija*. Beograd, Zavod za udžbenike i nast. sredstva
88. Savić, M. (1992): *Borilački sportovi*, Novi Sad, FFK
89. Segan, K. (1983): *Kosmos*. Opatija, Otokar Keršovani-Rijeka
90. Skot, V. D., Hauard, D. T. (1995): *Veština pridobiti čoveka kao oruđe životnog uspeha*. Novi Sad, Stilos
91. Spok, B., Rotenberg, M. (1992): *Podizanje dece*. Beograd, Rad
92. Sport, fizička aktivnost i zdravlje mladih (2002): Novi Sad, Univerzitet u Novom Sadu i Novosadski maraton

93. Šešić, B. (1977): *Čovek, smisao, besmisao*. Beograd, Rad
94. Špranger, E. (1942): *Psihologija mladalačkog doba*. Beograd, Geca Kon
95. Šušnjić, Đ. (2002): *Metodologija*. Beograd, Čigoja-štampa
96. Taylor, F. (1967): *Naučno upravljanje*. Beograd, Rad
97. Tomanović, B. (1982): *O idejnim i vrednosnim opredeljenjima omladine (mlada generacija danas)*. Beograd, Mladost
98. Tomić, M. (2001): *Menadžment u sportu*. Beograd, Astimbo
99. Tomić, M. (2001): *Marketing u sportu*. Beograd, Astimbo
100. Vasiljev, S. (2001): *Marketing principi*. Subotica, Birografika A. D.
101. Velika enciklopedija aforizama (1977): Zagreb, Prosvjeta
102. Winer, N. (1964): *Kibernetika i društvo*. Beograd, Nolit
103. Vučković, Ž. (2003): *Javne biblioteke i javno znanje*. Beograd, Biblioteka Matice srpske-Futura publikacije
104. Vujaklija, M. (1977): *Rečnik stranih reči i izraza*. Beograd, Prosveta
105. Vuković, R. (1997): *Teorija fizičke kulture*. Novi Sad, Fakultet fizičke kulture

REZIME

naučnoistraživačkog rada



Doktorska disertacija **Stanje izdavaštva i nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji**, koncipirana je tako da pruži nove naučne informacije iz nekoliko oblasti, koje obuhvataju: izdavačko-knjižarsku delatnost, sport, demografski monitoring školstva, i obrazovno-edukativnu oblast visokoškolskog, srednjoškolskog i osnovno-školskog sistema u Republici Srbiji.

Uzajamna korelacija tih oblasti zahtevala je istraživanja na kvantitativnom i kvalitativnom nivou, kao i veoma oprezan pristup i obimna empirijska istraživanja, te bi ovaj naučnoistraživački rad trebalo da predstavlja novi impuls za kreiranje optimalnog modela komunikacije između izdavačkih kuća sa jedne strane, i oblasti koje su sa njima u vezi, prvenstveno sa oblastima sporta i školstva, jer je njihova međusobna povezanost prirodna i logična. Važnost segmenta sportske i primenjene školske literature, obavezuje srbijansko izdavaštvo i nauku da daju zajednički doprinos u tom domenu, pa je i ovaj naučni rad posvećen toj tematici.

Teorijski okvir rada je urađen veoma iscrpno. U teorijskom delu su obrađeni i proučavani terminološki putokazi u vezi sa pojmom pisane reči (knjige i prvog pisma), izdavaštva, štamparstva, knjižarstva i bibliotekarstva, zatim sa tržištem knjige, menadžerskim disciplinama i raznim vrstama menadžmenta. U formirani optimalan teorijski model ovog naučnog rada svedeni su najvažniji izvodi iz istraživačkih radova naših i stranih autora. Sve dobijene teorijske informacije su povezane u logičnu celinu, radi dobijanja jasnije slike šta su o problematici izdavaštva, proizvodnje, plasmana i istraživanja tržišta knjige napisali razni autori, koji su ostavili pisane tragove sa svog stanovišta i u određenim okolnostima, a obrađena su i polja knjižarstva i bibliotečke delatnosti. Takođe, u teorijski okvir su ugrađeni i novi prilozima za upravljanje izdavačkim projektima, a posebno je posvećena pažnja eksternom izdavačko-knjižarskom menadžmentu, koji bi trebalo da bude dobar model racionalnih i boljih načina izdavanja, objavljivanja, publiciranja, plasmana i distribucije knjige na terenu (širokom eksterijeru), i koji bi poveo našu posustalu izdavačko-knjižarsku delatnost ka napretku.

Takođe, u teorijski okvir je ugrađeno polje fizičke kulture i sporta, kao i sportske literature koja bi trebalo da bude integralni deo sveobuhvatnog didaktičkog trougla.

Istraživanje demografskog kretanja najmlađe (osnovnoškolske) populacije na ovim prostorima, zahtevalo je da se ne zaobiđu prethodna istraživanja o stanju odrasle populacije, što je naravno u uzročnoj vezi sa stanjem izdavaštva u našoj zemlji. Stresogeni faktori u menadžmentu, a koji su naročito izraženi u izdavačko-knjižarskoj delatnosti, dobili su zapaženo mesto u teorijskom okviru ovog naučnog rada.

Predmet istraživačkog rada, kao centralni deo ovog naučnog rada i posmatrani sistem je izdavačko-knjižarska delatnost, sport, kao i tržište sportske literature i populativna osnovnoškolska struktura. Svemu tome se moralo ozbiljno prići da bi se krenulo novom strategijom i promenjenom praktičnom primenom upravljanja izdavačkim projektima, pristupilo i eliminaciji “praznog hoda” koji se pojavljuje kao stesogeno-negativni faktor u ukupnom poslovanju izdavačko-knjižarske i grafičke delatnosti, gde je od velikog značaja njihova komunikacija sa ciljnim grupama (osnovne i srednje škole u Republici Srbiji, kao i visokoškolske ustanove). Predmet se odnosi na moguću jasnu i temeljnu transformaciju kompletnog fokusa, koji bi korenitim pro-

menama u eksplicitnom smislu doneo opšti boljitak društva, a prvenstveno u edukaciji, kulturi i fizičkom vaspitanju dece i omladine.

Problem i celokupna problemska orijentacija, vezuje se za analizu stanja odnosa izdavači-škole-sport-demografija osnovnoškolske populacije, analiza pozitivnih i negativnih poteza države prema izdavaštvu i knjižarstvu, a naročito uvođenje PDV-a (porez na dodatnu vrednost). U ovom naučnom radu se kroz uporedni preglednik prikazuju postojeće stope PDV-a u Evropi, gde Republika Srbija zauzima neslavno treće mesto po oporezivanju knjiga. Problem je i nesklad u komunikaciji između izdavača i ciljnih grupa, zatim izgubljeno vreme na određenom toku realizacije izdavačkih projekata. U ovom naučnoistraživačkom radu precizno se navode sve lokacije gde se pojavljuje “prazan hod” i nude rešenja njegove eliminacije. Takođe, u istraživačkom radu posvećuje se pažnja problemu zvani stresogeni faktori u izdavačko-knjižarskom menadžmentu (eustresorima i distresorima) i njihovoj ravnoteži. Preko definisanog problema istraživanja uspostavljena je veza predmeta istraživanja sa totalitetom svih pojava, koje se tretiraju kao problemi u ovom naučnom radu.

Cilj i zadaci istraživačkog rada su takođe određeni. U generalni cilj je svrstano proveravanje zakonitosti u upravljačkim procesima izdavačkog sektora, zatim temeljna provera odnosa unutar svih ciljnih grupa i obuhvaćenih tržišnih regija, kao i da se proveri stav prema novom izdavačkom projektu (udžbeniku iz fizičke kulture), i ostalim sportskim knjigama koje nedostaju na tržištu, kao i proveravanje praznog hoda u ustanovama školstva. Takođe, u generalni cilj rada je uvršteno i sveobuhvatno proveravanje demografske slike u školstvu (demografski monitoring), od koje u velikoj meri zavisi opstanak i unapređenje oblasti izdavaštva, sporta i školstva. Generalni cilj je i da se ustanovi intenzitet promena na bolje ili na gore, otpori promenama, stereotipi, da se ustanovi stepen pritužbi, zahteva što ih ciljne grupe stavljaju pred društvo i izdavačko-knjižarsku delatnost u celini.

Da bi istraživanja ispunila zahteve naučnoistraživačkog rada (doktorske disertacije), izvršeni su sledeći **zadaci**: **1.** Utvrđeni su stavovi svih ispitanika u vezi sa školskim obrazovanjem iz domena fizičke kulture i sporta – kroz objavljivanje sportske literature i udžbenika za osnovnoškolsko i srednjoškolsko obrazovanje. **2.** Utvrđen je stav kod svih ispitanika u vezi sa širom informisanošću iz domena sporta. **3.** Utvrđeno je stanje u odnosu prema stereotipima između svih faktora koji su postojali u anketiranim ciljnim grupama. **4.** Utvrđeni su stavovi svih ciljnih grupa prema boljem upravljanju vremenom i prostorom, kao i eliminaciji “praznog hoda” između njih i izdavača. **5.** Utvrđene su razlike između ciljnih grupa (ispitanika) na tri različita fakulteta (dva privatna i jednog državnog), kao i ciljne grupe osnovne i srednje škole u Republici Srbiji. **6.** Utvrđene su karakteristike (homogenost stavova) u svim ciljnim grupama u odnosu na objavljivanje udžbenika iz fizičke kulture (koji nedostaje) za učenike osnovnih i srednjih škola Republike Srbije. **7.** Utvrđena je učestalost stava o snabdevenosti sportskom literaturom i o komunikaciji sa izdavačkim kućama u zemlji posebno za svaku ciljnu grupu, koju su sačinjavali profesori univerziteta i njihovi studenti. **8.** Utvrđene su razlike po učestalosti između univerzitetskih profesora različitih fakulteta i njihovih studenata po stavovima o snabdevenosti sportskom literaturom i njihovom komunika-

cijom sa izdavačuma. **9.** Utvrđena je učestalost stava o snabdevenosti sportskom literaturom i o saradnji sa izdavačima, a ta učestalost je utvrđena za svaku ciljnu grupu (profesore i studente). **10.** Utvrđene su razlike po učestalosti između univerzitetskih profesora raznih fakulteta i studenata po stavovima u vezi sa snabdevenošću sportskim knjigama, kao i o njihovim komunikacijama i saradnji sa izdavačkim kućama. **11.** Utvrđene su razlike u realizacijama produkcije knjiga između sistema “klasična prodaja knjiga” (knjižare), i načina plasmana knjige intenzivnom komunikacijom sa tržištem u eksterijeru (eksterni izdavački menadžment). **12.** Utvrđeni su depopulativni tokovi učenika osnovnih škola AP Vojvodine na osnovu demografskog monitoringa uzorka od 5.500 učenika. **13.** Utvrđene su razlike u realizacijama ostvarenog prometa knjige između različitih načina plasmana knjige u komunikaciji sa tržištem knjige (kupcima). **14.** Utvrđena je razlika u frekvencijama plasmana sportske literature i standardne (raznovrsne knjige) u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine).

Identifikovanje varijabli je bilo veoma nužno u ovom istraživačkom radu. *Nezavisne varijable* su bile činioци (ispitanici), zatim razni aspekti njihove fizičke i socijalne okoline (stepen školovanja je bio učenik, student, asistent, profesor, doktor nauka), (radno mesto asistent, docent, vanredni profesor, redovni profesor, dekan fakulteta, psiholog, pedagog, defektolog, dipl. pravnik, direktor osnovne i srednje škole, sportski trener), (polna pripadnost – oba pola). Takođe, u nezavisne varijable su uvršteni činioци različitih sistema plasmana knjige (trgovački putnik, akviziter, kolporter, knjižar, eksterni menadžer knjige, kataloški prodavac knjiga, virmanista, pol: zastupljena oba pola. Nezavisne varijable u vezi sa demografskim istraživanjem školstva su bile škole u Republici Srbiji (AP Vojvodini), takođe nezavisne varijable su bile knjižare Republike Srbije (AP Vojvodine) 29 knjižara. Centralni elektronski katalog bibliografskih podataka Matice srpske iz Novog Sada i Narodne biblioteke iz Beograda kao nezavisne varijable. U *zavisne varijable* su smeštene distribucije stavova i frekvencije: odnos prema socijalnim situacijama, želja za napredovanjem, odnos prema sportu, nadgradnji, mišljenja, stavovi, potrebe, pritužbe i primedbe, odnos prema fizičkoj i zdravstvenoj kulturi i sportu, finansijske sposobnosti, zatim prisutnost eventualnih stereotipa u svesti ispitanika, kvalitet i otvorenost ka komunikaciji i sticanju novog znanja, odnosno stavovi po distributivnom redosledu. U zavisne varijable su uvrštene i distribucije (frekvencije) priraštaja ili depopulacije osnovnoškolske omladine za poslednjih 10 godina, kao i distribucije o broju objavljenih knjiga (standardne i sportske literature) za 2006. godinu, a u zavisne varijable su takođe uključene i distribucije podataka realizovanih plasmana knjige za prethodne periode od 5 godina.

Ovaj naučnoistraživački rad je sledio savremena evropska i svetska empirijska istraživanja, gde se nije težilo orijentaciji na posebno postavljanje hipoteza, jer samo definisanje problema, varijabli i zadataka istraživanja – iscrpljuje takvu potrebu, pa se nema smisla ograničavati putem hipoteza, jer je ceo ovaj naučni rad jedan hipotetski konstrukt, gde se već pokušava osvetliti (proučiti) priroda relacija između identifikovanih nezavisnih i zavisnih varijabli.

Metodološki pristup (izbor uzorka i instrumenti istraživanja), doprineli su da se pronađe pravi put do naučnog saznanja. Ova istraživanja su bila trasverzalnog ka-

raktera realizovana primenom bibliografskog, empirijskog i statističkog metoda. Ispitivanje mišljenja učesnika ankete je sprovedeno na terenu Republike Srbije i to na dve regije: Vojvodina i Mačva, a određen je reprezentativni uzorak od **284** respondenta (fakulteti, škole, institucije sporta, klubovi, i uzorak od 5.500 učenika osnovnih škola).

1. **Grupa A** – Fakultet za menadžment u Novom Sadu, sa dve podgrupe i to:

A₁ (profesori i zaposleni na Fakultetu za menadžment), ukupan uzorak **19** ispitanih.

A₂ (studenti PDS, studenti I, II, III, IV godine svih smerova), uzorak **29** ispitanika.

2. **Grupa B** – Fakultet za sport i turizam iz Novog Sada, sa dve podgrupe:

B₁ (profesori, zaposleni na Fakultetu za sport i turizam, N. Sad), uzorak **6** ispitanih.

B₂ (studenti PDS, studenti I, II, III godine studija), uzorak od **19** ispitanika.

3. **Grupa C** – Fakultet fizičke kulture iz Novog Sada, sa dve podgrupe i to:

C₁ (profesori zaposleni na Fakultetu fizičke kulture), ukupan uzorak **12** ispitanika.

C₂ (studenti PDS, studenti I, II, III, IV godine FFK), ukupan uzorak **31** ispitanik.

4. **Grupa D** – uzorci iz osnovnih i srednjih škola Republike Srbije:

D₁ (direktori osnovnih škola Republike Srbije), uzorak ispitanika **42**.

D₂ (direktori srednjih škola Republike Srbije), uzorak ispitanika **18**.

D₃ (učenici osnovnih škola VII razreda), uzorak ispitanih **70**.

D₄ (učenici srednjih škola I i III razreda), uzorak ipitanih **31**.

5. **Grupa E** – (Pokrajinski zavod za sport u Novom Sadu, SANS Novi Sad, Centar borilačkih veština «Budo» iz Novog Sada), ukupan uzorak od **7** ispitanika.

6. **Grupa F** – Uzorak od **5.500** učenika iz 11 škola Republike Srbije, za potrebe istraživanja demografskog monitoringa u školstvu, za poslednjih 10 godina.

7 **Grupa G** – Uzorak (**32** akvizitera) za merenje akviziterske prodaje knjige iz 8 različitih izdavačkih firmi, radi uporednog preglednika plasmana knjige u odnosu na (1) eksternog menadžera, koji je imao svoj delokrug u 8 gradova AP Vojvodine.

8. **Grupa H** – Uzorak od **6** predstavnika različitih načina plasmana knjige iz 6 izdavačkih kuća u SFRJ, radi merenja plasmana knjige u odnosu na (1) ekst. menadž.

9. **Grupa I** – Uzorak od **29** knjižara većih gradova Srbije (AP Vojvodine), radi istraživanja nivoa kupovanja i korišćenja sportske literature, kao i obim ponude i potražnje sportske knjige, sa uporednim preglednikom o plasmanu standardne knjige u knjižarama za 2006/2007. godinu.

Sredstva i instrumenti istraživanja. Za ispitivanje mišljenja i stavova ispitanika u ovom radu primenjeno je deskriptivno istraživanje (distribucijom stavova). Istraživanje na terenu ovde je sprovedeno tehnikom *formalnog strukturiranog komuniciranja*. Strukturirana komunikacija između ispitivača (anketara) i ispitanika se realizovala putem kreiranih upitnika. *Upitnik kao instrument* istraživanja je bio najpogodniji jer je omogućio i olakšao precizne analize.

U ovom novom naučnom radu (doktorskoj disertaciji), u okviru urađenih empirijskih istraživanja primenjena je tehnika anketiranja sa kreiranim pitanjima po skali Likertovog tipa, petostepeni, jer se smatralo da su oni veoma pogodni za prikupljanje informacija i podataka, u skladu sa utvrđenim problemom, ciljem, i postavljenim zadacima. Upitnici su kreirani petostepeni, četvorostepeni i vođeni, kao veoma prikladniji i sigurniji od dihotomnih upitnika sa zatvorenim pitanjima, pogotovu što se

petostepenim upitnikom omogućila veća lepeza odgovora, a time su se sami rezultati ovih istraživanja učinili kompletnijim i svestranijim.

U ovom naučnoistraživačkom radu je ukupno korišćeno 8 vrsta upitnika:

1. **Upitnik po skali Likertovog tipa (petostepeni) sa 19 pitanja.**
2. **Upitnik po skali Likertovog tipa (petostepeni) sa 9 pitanja.**
3. **Upitnik (četvorostepeni) sa 7 pitanja.**
4. **Upitnik demografskog monitoringa školstva za period 1996-2005.**
5. **Upitnik za empirijsko istraživanje plasmana knjige akvizicija – eksterni menadžment, na teritoriji AP Vojvodine.**
6. **Upitnik za empirijsko istraživanje frekvencija 6 načina plasmana knjige.**
7. **Upitnik za bibliometrijsko istraživanje po podacima Centralnog elektronskog kataloga naučno-kulturne ustanove Matice srpske iz N. Sada za period od zadnjih 3 godine (2004-2006.)**
8. **Upitnik u vezi sa protokolom za unos frekvencija plasmana knjiga u knjižarama (standardne i sportske literature).**

Svih osam upitnika su kreirani tako da su obezbedili pribavu primarnih informacija. Anketiranje je sprovedeno *na prigodnim uzorcima*. Da bi se upitnik lakše obradio, pitanja su bila grupisana na osnovu oblasti koje su obrađivane, u više celina, i to:

- 1) **Oblast snabdevenost sportskom literaturom** posmatrano kao jedna celina, koju su činila pitanja 1, 2, 9, 12, 13, 15, 16 i 18.
- 2) **Saradnja izdavaštva sa jedne strane, i osnovnoškolskih, srednjoškolskih i visokoškolskih ustanova sa druge strane** u vezi sa produkcijom sportske knjige činila su pitanja 4, 5, 7, 8.
- 3) Celinu «**Ostali stavovi**» činila su pitanja 3, 6, 10, 14 i 19.
- 4) Pitanja na upitnicima za statističku analizu **demografskog monitoringa**.
- 5) Pitanja u vezi sa protokolima **plasmana knjiga u knjižarama** R. Srbije.

Pitanja 1 i 14 odnosila su se na edukativno polje.

Pitanja 2 i 12 odnosila su se na edukativno-marketinško polje.

Pitanja 3 i 15 odnosila su se na edukativno-psihološko polje.

Pitanja 4, 7, 8, 16, 18 i 19 odnosila su se na marketinško-menadžersko polje.

Pitanja 5 i 11 odnosila su se na marketinško-sociološko polje.

Pitanja 6 i 13 odnosila su se na marketinško polje.

Pitanja 9 i 17 odnosila su se na edukativno-sociološko polje.

Pitanje 10 odnosilo se na sociološko polje.

Upitnik sa 19 pitanja bio je namenjen ispitanicima sa tri fakuleta u Novom Sadu, zatim institucijama sporta (SANS i Pokrajinskom zavodu za sport, kao i sportskom klubu).

Petostepeni Upitnik skale Likertovog tipa, za uzorak učenicima osnovnih i srednjih škola Republike Srbije (područje Mačve i Vojvodine), sadržao je 9 pitanja:

Pitanja 1, 2, 4, 5 i 6, odnosila su se na edukativno polje.

Pitanje 3 odnosilo se na psihološko-edukativno polje.

Pitanja 7 i 9 odnosila su se na edukativno-marketinško polje.

Pitanje 8 odnosilo se na edukativno-psihološko-sociološko polje.

Četvorostepeni upitnik (sadržao 7 pitanja postavljena školama - direktorima škola)

Pitanje 1 odnosilo se na edukativno polje.

Pitanje 2 odnosilo se na menadžersko polje.

Pitanje 3 odnosilo se na polje menadžmenta i komunikacija.

Pitanje 4 odnosilo se na marketinško-menadžersko polje.

Pitanje 5 odnosilo se na edukativno-marketinško polje.

Pitanje 6 odnosilo se na sociološko polje.

Pitanje 7 odnosilo se na edukativno-psihološko polje.

Za realizovanje generalnog cilja naučnoistraživačkog rada planirano je i sprovedeno obimno terensko ispitivanje koje je iziskivalo velike materijalne troškove, ali je ispitivanje bilo primereno potrebama terenskog prikupljanja podataka, mišljenja i stavova.

Obrade podataka. Podaci su obrađeni odgovarajućim matematičko-statističkim postupcima. Primenjeni postupci i njihov redosled primene imali su svoje mesto u naučnoistraživačkom radu. Potrebno je bilo voditi računa da se što je moguće manje izgube informacije do kojih se došlo u toku istraživanja. Redosled primene postupaka je bio od izuzetne važnosti kako za zaključivanje tako i za blagovremenu eliminaciju i uključivanje pojedinih karakteristika, pitanja, koja su omogućila uspešnost istraživanja.

Da bi se izbeglo gubljenje informacija, pronalaženjem najfinijih veza i saznanja, na neparametrijskim veličinama, izvršeno je skaliranje podataka postupkom Lankastera na tabelama kontingencije. Ovim postupkom se, na osnovu učestalosti, svakoj klasi pridružio realan broj. Skalirano obeležje imalo je normalnu raspodelu $N(0,1)$, odnosno obeležje je normalizovano.

Postupak skaliranja na tabelama kontingencije po Lankasteru preslikavao je, na osnovu učestalosti po klasama, neparametrijskih veličina u parametrijske sa normalnom raspodelom $N(0,1)$.

Preslikavanje podataka iz niže skale u višu skalu, omogućilo je da je skalirano obeležje imalo normalnu raspodelu $N(0,1)$, a omogućilo je i primenu postupaka koji su vezani za skalu razmere. Činjenica da je na skaliranim vrednostima moguća primena postupaka vezanih za skalu razmere, ukazala je da se na ovaj način došlo do novih saznanja u istraživačkom radu, do kojih se ne bi došlo primenom postupaka i metoda vezanih za neparametrijske skale. Skaliranje podataka nije isključilo primenu neparametrijskih testova. Naprotiv, na osnovu njih u pojedinim situacijama dobijena su saznanja do kojih je bilo nemoguće doći bez primene parametrijskih testova.

Na osnovu izloženog vidi se da je na skaliranim podacima bila moguća primena diskriminativne analize, Rojev test i χ^2 –test Pirsonov i Čuprov koeficijent povezanosti.

Zaključci. Na osnovu dobijenih rezultata i njihove interpretacije mogu se izvesti sledeći zaključci: da postoji znatan šum u komunikacijama između izdavačkih kuća i ciljnih grupa (fakulteti, osnovne i srednje škole, institucije sporta, sportske asocijacije i sportski klubovi), koji negativno deluje na ceo tok integralnog pristupa upravljanja u realizaciji izdavačkih projekata, kao i na stanje izdavaštva u Republici Srbiji, što izaziva primetan nesklad u komunikacijama. Takođe je dokazano da postoji potreba za

boljom snabdevenošću sportskom literaturom kod fakulteta, srednjih i osnovnih škola u Republici Srbiji. Dokazano je da ne postoji dovoljna komunikacija između izdavaštva sa jedne strane, i osnovnoškolskih, i visokoškolskih ustanova sa druge strane, u vezi sa produkcijom sportske knjige.

Dokazano je da PDV-om (porezom na dodatnu vrednost), kojim je obuhvaćena i izdavačka delatnost, država ugrožava tu delatnost, zatim ne pridaje dovoljan značaj teorijskom pristupu fizičkog vaspitanja, dok Internet nije u dovoljnoj meri zadovoljio prezentovanje knjige. Dokazano je da ne postoji povezanost između ispitivanih grupa (profesora i studenata različitih fakulteta, kao i direktora i učenika različitih škola, i pojedinih odgovora na postavljena pitanja), odnosno na celine koje obuhvataju određena pitanja. U većini slučajeva je dokazano da ne postoje značajne razlike između profesora različitih fakulteta (studenata, direktora i učenika) po iznetim stavovima u vezi sa produkcijom izdavačkog programa iz oblasti sporta, međutim u slučajevima kada nije sve potpuno dokazano, razlike u odgovorima pojedinih grupa su samo iznijansirane, tako da je najčešće ustanovljena razlika kod odgovora "sasvim se slažem" za jednu grupu, a za drugu grupu je dominantan odgovor "uglavnom se slažem". Činjenica da postoji razlika samo u nijansama, nije protivurečna sa dokazima iz tačke 1.

U pojedinim slučajevima je dokazano da ne postoje značajne razlike između profesora različitih fakulteta, (studenata, direktora i učenika) po stavovima u vezi sa produkcijom sportske literature. U pojedinim slučajevima je dokazano da ne postoji značajna razlika između profesora, studenata, direktora i učenika različitih fakulteta i škola u odnosu na saradnju sa izdavačima. U pojedinim slučajevima su dokazane tvrdnje iz tačke 6, da ne postoji značajna razlika između direktora škola, profesora, studenata i učenika u odnosu na «ostale stavove».

U vezi sa demografskim monitoringom školstva, dokazano je da postoji značajna razlika u vezi sa demografskim kretanjima osnovnoškolske populacije u Republici Srbiji (AP Vojvodini) za poslednjih 10 godina.

Dokazano je da postoji značajna razlika između knjižarske mreže i eksternog menadžmenta knjige, o većoj efikasnosti, dominaciji i snazi eksternog menadžmenta u odnosu na plasman knjiga u knjižarama, u visini dnevnih, nedeljnih, mesečnih i godišnjih realizacija plasmana knjige na teritoriji Republike Srbije (AP Vojvodine).

Dokazano je da postoji značajna razlika između ostvarenih realizacija plasmana knjige, koji se obavljaju različitim sistemima (knjižare, ulične tezge, izložbe, kataloško-kancelarijski sistem, sajamski, eksterni menadžment), na dnevnom, nedeljnom, mesečnom i godišnjem nivou.

Dokazano je da postoji značajna razlika u upravljanju vremenom i prostorom između sistema eksternog menadžmenta izdavaštva i ostalih sistema plasmana knjige.

Dokazano je da postoji značajna razlika između eksternog menadžmenta knjige u kome postoji dobro upravljanje sugestijom kao delom nauke psihologije, i knjižarskog menadžmenta koji je ne koristi. Dokazano je da postoji značajna razlika između ponude standardne knjige i sportske literature u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine), sa znatnim deficitom sportske literature.

Na osnovu primenjenih postupaka u odnosu na istraživanja koja su obavljena na tri fakulteta u AP Vojvodini, kao i u 60 škola Republike Srbije, može se zaključiti da:

Kod studenata FaM-a preovlađuje odgovor uglavnom se slažem, a kod ostalih sasvim se slažem i delimično se slažem. Između direktora škola postoji razlika kod ovog stava između odgovora delimično i odgovora DA.

Kod anketiranih učenika osnovnih i srednjih škola nema razlike u stavovima.

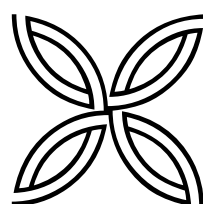
Na osnovu svega toga zaključuje se da se: **Školstvo Republike Srbije suočava sa problemima demografske učeničke populacije, kao i deficita izdavačkih projekata iz oblasti sportske knjige, što je uzročno povezano sa perspektivom izdavačke delatnosti i sporta u našoj zemlji. Problematika naše zemlje u tranzicionim periodima doprinela je stanju krize izdavačko-knjižarske delatnosti na našim prostorima, a time se pojavio “prazan hod” u komunikaciji izdavači-sport-školstvo, pri čemu je u velikoj meri doprineo negativan priraštaj osnovno-školske populacije u Republici Srbiji. Izdavačko-knjižarska delatnost, kao okosnica multimedijalne strukture, radeći na sebi – radiće i za dobrobit ukupnog društva. Njena perspektiva je u novoj i modernoj organizaciji menadžmenta, gde bi primarno mesto zauzeo eksterni menadžment izdavačko-knjižarske strukture, koji je noseća snaga višeslojnog (multilayer) menadžmenta, a time i najprikladniji za komunikacije sa ciljnim grupama: školstvo-sport-obrazovanje i disperziono tržište knjige.**

Nova naučna informacija ovog istraživačkog rada je između ostalog u dobijanju novih egzaktnih podataka o stanju u izdavačko-knjižarskom menadžmentu u Republici Srbiji i AP Vojvodini za poslednjih 5 godina, prewashodno u segmentu sportske i primenjene školske literature. Dobijeni bibliometrijski podaci, kao i oni vezani za stavove, znanja, motive i mišljenja korisnika sportske literature, mogli bi biti od značaja za kreiranje budućeg izdavaštva i nekih aspekata specifičnog knjižarskog marketinga.

Literatura koja je korišćena za ovaj naučnoistraživački rad, nalazi se u autorovoj ličnoj biblioteci, a fusnote i citirani delovi korišćene literature su precizno navedeni.

SUMMARY

of scientific research



The doctor dissertation with the title **Current Condition in the Domain of Book-publishing and Use of Sports Literature in Republic of Serbia** has a concept of offering new pieces of information in several fields: in the branch of book-publishing in sports, in demografic monitoring in schools, and in the field of education in university-, high-school- and elementary school-system in Republic of Serbia.

The mutual correlation of these fields demanded a research in both quantity and quality level, as well as most careful approach and detailed empiric research; therefore, this scientific research is an attempt to make a new impulse in creating an optimal communication model between book-publishers on one side and domains closely related to book-publishing mainly in the connotation of sport and school-systems, because of the nature and logic of their mutual influence and connection. The very importance of sports and applied school literature claims to oblige both serbian book-publishing and science to giving mutual contribution in that particular domain; this scientific research is therefore dedicated to that subject matter.

The teoretical frame of this research is prepared to the smallest detail possible. In the theoretic part of the study, there have been processed lines of direction linked to the book-market, manufacturing books, as well as researches of domestic and foreign authors on this subject. All the gathered theoretic pieces of information are associated in logical totality, to get clearer view on the issues of producing, commercialisation and book-market that various authors (and they were few) wrote about, and those authors left written traces from their points of view and from their perspectives and circumstances, and the book-publishing and librarian activities are as well taken into consideration. There are as well new contributions to new publishing projects management, incorporated into theoretical frame, especially taken into consideration external publishing management, which should be a role model of rational and improved methods of publishing and distributing books in larger exterrier, and thus it would lead our publishing into prosperous future.

Besides, there are as well both physical culture and sports literature, and the latter should be the integral part of all-inclusice didactic triangle.

The research of demographic movement considering the very joungest (elementary school) population in this country, required the full respect towards previous research on grown up population in this country, which is of course causally linked to the conditions in book-publishing in our country. Special attention in the theoretical frame of this research is dedicated to stressogen factors in management, which are especially expressed in publishing area.

The subject of research, as central part of this scientific research and observed system is namely book-publishing activity, sport, as well as the market of sports literature and population structure in elementary schools. This system required sserious approach and needed a completely new strategy and different practical application of management of publishing projects in the domain of sports literature, as well as it needs elimination of “void space” that occurs as stressogen and negativ factor in the total management of every book-publishing and graphic activity, where

communication with target groups (elementary and high-schools in Republic of Serbia, as well as university institutions) is of great importance. The subject refers to fundamental transformation of complete focus and could with radical changes bring explicit general improvement to all, and especially to physical training and education of children and young people.

The problem and the whole problem orientation is linked to the analysis of the current situation between sports-schools-editors, analysis of positive and negative state interventions toward those branches, and especially the introduction of TAV (tax on additional value). The author of this study presents the existing TAV rates in Europe, demonstrating that our country takes the infamous third place in taxes on books. There exists a discord in communication between editors and target groups, as well as time loss in process of realisation of publishing projects. The author of this scientific research precisely names all the places where “void space” appears, and offers solutions to eliminate it. Besides, in research there is a great consideration towards the problem called stressogen factors in book-publishing management (eustressors and distressors) and keeping balance between them. Through defining the problems of research, there is a connection established between research subject and totality of phenomena treated as target in this research.

The goal and tasks of research are specified as well. As general goal is classified: checking the lawfulness in managing processes in field of book-publishing, checking the relations between all target groups and market regions included, checking the attitude towards a new publishing project (textbook in physical culture, which is lacking), as well as checking the “void space” in school institutions. As well, general goal is to establish the intensity of changes for better or for worse, resistance to changes, stereotypes, to establish the extent of complaints and demands of target groups towards community and book-publishing and graphic sector.

In accordance to fulfill the requirements of scientific research (doctor dissertation), the following **tasks** are realised: **1.** Establishing the attitude of all the respondents in the domain of physical culture and sports – thorough publishing sports literature and school-books for elementary schools and high-schools. **2.** The attitude of all respondents about wider range of pieces of information in the sports domain is established. **3.** Condition about attitude towards stereotypes is established in all relevant factors in target groups. **4.** The attitudes of all target groups are established, in particular toward better managing in time and space as factor of eliminating “void space” between them and publishers. **5.** Differences in target groups (respondents) are established in three different universities, as well as target groups elementary and high-schools in Serbia. **6.** Characteristics (homogeneity of opinions) are established in all target groups towards publishing text-books in physical culture (which is lacking at the present moment) for elementary and high-schools in Serbia. **7.** Frequency of the attitude about providing sports literature and communication with publishing houses in the country, separate for all target groups, consisting of university professors and their students is established. **8.** Differences in frequency between university professors and their students in opinions on supply of sports literature and their

communication with publishers is established. **9.** Frequency of attitude on supply of sports literature and cooperation with publishers is established for every target group (professor and students). **10.** Differences in frequencies between professors in different universities and students on supply of sports literature, as well as on their communication and cooperation with publishers, is established. **11.** Differences in realisations of book production and selling between systems of classic book-selling (bookstores) and system of selling books through intensive communication with market existing in exterior (exterior publishing management) are established. **12.** Depopulative tendencies in elementary schools in AP Vojvodina On the basis of demographic monitoring of 5500 pupils are established. **13.** Differences in making realisation of effective turnover in selling books in different methods of book-selling in communication with book-market (byers) are established. **14.** Difference in frequency of selling sports literature and standard (various) books in bookstores in Republic of Serbia (AP Vojvodina) are established.

Identification of variables. Factors of independent variables were the individual respondents, various aspects of their physical and social environment, educational degree, sex, factor of book-selling, bookstores, Central Electronic Catalogue of Library of Matica srpska and Peoples Library of Serbia, schools regarding demographic monitoring. There were 9 independent variables, as well as 9 dependent variables (9), which included the distribution of opinions, book-selling, population distribution (id est depopulation) of elementary school pupils in the last 10 years, as well as distributing the realised turnover through several systems of book-selling.

This scientific research has followed the most advanced European and world empirical tendencies in research, in which the accent was not put on specific hypothesis definition, because the mere problem definition, identification of variables and tasks of research already include all the spectrum needed, therefore is restriction by using hypotheses unnecessary. The whole integral scientific work represents one hypothetic construction in which already an attempt is made to illuminate and study closely the nature of relations between identification of independent and dependent variables.

Methodological approach (choice of examples and research instruments), contributed to finding the best way to scientific knowledge. This research had transversal character realised by using bibliographic, empiric and statistic method. Examination of opinions of respondents is realised in the region of Republic of Serbia, more specifically in the regions od Vojvodina and Mačva, and representative exemplar is specified from 284 respondents (universities, schools, sports institutions, clubs, and 5500 pupils in elementary schools).

Resources and instruments of research. For examinational purposes in this research, descriptive method is used (distribution of opinions). Terrain research is realised by using the technics of formal structural communication. Structural communication between examiner (questionnaire acteur) and examinees is realised by using created questionnaires. Questionnaire as instrument of research has enabled and made easier precise analyses. In this scientific research are used altogether 8 kinds

of questionnaires: **1.** Questionnaire using the Lickert-type scale (five grade scale) with 19 questions. **2.** Questionnaire using the Lickert-type scale (five grade scale) with 9 questions. **3.** Questionnaire (four grade scale) with seven questions. **4.** Questionnaire of demographic monitoring in schools in the period 1996-2005. **5.** Questionnaire for empiric research of selling books bookstores – exterior management in the region of AP Vojvodina. **6.** Questionnaire for empiric research of frequencies of 6 methods of selling books. **7.** Questionnaire for bibliometric research according to facts from Central Electronic Catalogue of scientific-cultural institution Matica srpska in the period of seven years (2004-2006). **8.** Questionnaire related to the protocol of the frequency of selling books in bookstores (standard and sports literature).

All 8 questionnaires are created in order to enable gathering primary pieces of information. The poll is conducted on appropriate samples. In order to process the questionnaire as easy as possible, the questions were classified in more units: **1.** The domain of Supply of sports literature seen as one unit with questions 1, 2, 9, 12, 13, 15, 16 and 18. **2.** Cooperation of publishers on one side and elementary - and high school institutions on the other side considering production in domain of sports literature, in questions 4, 5, 7 and 8. **3.** The unit “other opinions” – questions 3, 6, 10, 14 and 19.

Processing data. Data are processed by using specific mathematic and statistic methods. Discriminating analysis was used, as seen in the scaled data: Roy-test and χ^2 Pearson and Chupr connecting coefficient.

Conclusions. On the basis of gathered results and their interpretation, the following conclusions are made: there is a certain dissonance in communication between publishers and target groups (universities, elementary and high schools, sport institutions, sport associations and sport clubs) and this dissonance has negative effects on both whole integral approach in publishing projects management, as well as on conditions in publishing in Republic of Serbia, which causes an obvious discord in communication. As well, it is proven that there is a great need for a better supply in sports literature in universities, high and elementary schools in Republic Serbia. It is proven that there is a gap in communication between publishers on one side and elementary school and university institutions on the other side, in producing sport literature.

It is proven that by TAV (tax on added value), which affects book-publishing, the government endangers book-publishing and there is not enough attention given to theoretical approach to physical education, and at the same time the Internet did not satisfy criteria in presenting books, compared to traditional ways. It is proven that there is no connection between questioned groups (professors and students of different universities, as well as school principals and pupils in different schools), and specific answers to questions. In most cases is proven that there are no significant differences between professor, students, directors and students in different universities and schools, in opinions about book-publishing in sports domain. However, in cases that it is not completely proven, the differences and answers of specific groups are shown only in nuances: in one group, the answer “I agree

completely” is predominant, and in the other group, the answer “I agree mostly” is predominant. The nuances do not collide with proofs in item 1.

In some cases is proven that there are no significant differences between various universities (students, directors and pupils) in opinions about publishing sport literature. In some cases it is proven that there is no significant difference between professors, student, directors and different universities and school student about cooperation with book-publishers. In some cases are proven statements from item 6, that there is no difference between school directors, professors, students and pupils about “other opinions”.

About demographic monitoring in education, it is proven that there is significant difference in demographic tendencies in Republic Serbia (AP Vojvodina) in the last 10 years.

It is proven that there is a significant difference between book-publishers’ network and the dominance and intensity of external management compared to selling books in bookstores in daily, weekly, monthly and annual selling in the territory of Republic of Serbia (AP Vojvodina).

It is proven that there is a significant difference between book-selling in different systems (book-stores, street kiosks, exhibitions, catalogs and offices, fairs, external management) in daily, weekly, monthly and annual results in selling books.

It is proven that there is a significant difference in managing time and space between external management and other ways of selling books.

It is proven that there is a significant difference between external management in which suggestion as part of psychology is actively used, opposed to bookstores management where suggestion is not in use.

It is proven that there is a significant difference between standard book offer and sports literature in bookstores of Republic Serbia, showing considerable deficit in sport literature.

On the basis of methods used in research performed in three universities in AP Vojvodina, as well as 60 schools in Republic Serbia, there is a certain conclusion:

When the students of FaM are considered, the predominant answer is “I mostly agree”, others have answered “I agree completely” and “I agree partially”. School principals have shown a difference in this matter, giving the answers “partially” and “yes”.

In this questionnaire, elementary and high school pupils have shown no difference in opinion.

The following conclusion is made: **The educational system in Republic of Serbia is confronted with the problems of demographic in pupils population, as well as the deficit of publishing project in the domain of sports literature, which is causally in connection with the perspectives of publishing activities in our county. The complex problems of our country in transition contributed to the crisis in book-publishing activities in this region, and this led to “void space” in communication publishers-sports-education, and great contribution to that is caused by negativ increase in population in Republic of**

Serbia. Book-publishing activities as framework for multimedial structure, by self-improvement will work for the benefit of the society in general. Perspectives in book-publishing are demonstrated in new management organisation, where the first place by all means belongs to exterior management of book-publishing structure, which is the key strenght of multilayer management, and thus is the most appropriate way of communication with target groups: school system, sports, education and dispersive book market.

New scientific information gathered in this scientific research is among others: getting new exact data on conditions in book-publishing in the region of Republic of Serbia and AP Vojvodina in the last 5 years, mainly in sports- and applied school literature. Bibliometric data that were gathered, as well those data connected to the opinions, knowledge, motivation and attitudes of users of sports literature, could be of great importance in creasting future book-publishing and some aspects of sprecific publishing marketing

Literature used in this research study belongs to the author's personal library, and footnotes and quotations are precisely listed from literature that was used in this research.

PRILOZI

Prilog broj 1.

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	U osnovnim i srednjim školama R. Srb. nedostaje udžbenik iz fizičkog vasp.					
2	Smatrate li da je školama potreban i rečnik, leksikon sporta.					
3	U školama je predmet «fizičko» nedovoljno respektovan.					
4	Smatrate li da vam nedostaje više promocija sa izdavačima.					
5	Živa komunikacija sa predstavnicima izdavača je ispred Interneta.					
6	Smatrate li da Internet nije zadovoljio prezentovanje knjige.					
7	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.					
8	Između škola i izdavačkih kuća postoji izvestan «prazan hod».					
9	Vaš bibliotečki fond je dovoljno snabdeven sportskom literaturom.					
10	Država porezima na knjigu ugrožava i škole i izdavače.					
11	Knjiga nije skupa nego su primanja mala.					
12	Rečnički prikazi sportskih nauka su veoma neophodni za škole.					
13	Izdavači objavljuju dovoljan broj knjiga iz sportske literature.					
14	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.					
15	Udžbenik fizičkog obrazovanja mora imati ravnopravan odnos u obrazovanju					
16	Između izdavaštva i sporta oseća se izvestan «prazan hod».					
17	Internet-informacije donele su mladima i pozitivnost i negativnost.					
18	Gradske biblioteke su nedovoljno snabdevene sportskim knjigama.					
19	Između naše ustanove (fakulteta) i izdavačkih kuća oseća se «prazan hod».					

Ciljna jedinica i mesto: _____

Za ciljnu jedinicu ime i prezime, zanimanje:

Matrica upitnika je korišćena pri ispitivanju ciljnih grupa: 3 fakulteta (jedan državni i dva privatna), Pokrajinski zavod za sport, SANS u Novom Sadu, Centar borilačkih veština «Budo», Novi Sad, iz uzetih prigodnih uzoraka.

Ptrilog broj 2.

Upitnik za distribuciju stavova na matrici Skale Likertovog tipa, sa pitanjima:

Broj pitanja	Pitanje glasi:	Sasvim se slažem	Uglavnom se slažem	Delimično se slažem	Ne slažem se	Apsolutno se ne slažem
1	Smatrate li da u školama nedostaje šire obrazovanje iz sportskih nauka.					
2	Smatrate li da profesori i nastavnici fizičkog moraju imati nadgradnju.					
3	Fiskulturna sala u mojoj školi zadovoljava moje potrebe.					
4	U školama su potrebna i teorijska i praktična znanja iz fizičke kulture.					
5	U školama je potrebno povremeno organizovati kviz iz sporta.					
6	Pri školama je važno imati rekreativno obrazovanje.					
7	Smatrate li da učenici nedovoljno posećuju školske biblioteke.					
8	U školama predmet «fizičko» nema isti tretman kao ostali predmeti.					
9	Udžbenik iz fizičkog i zdravstvenog vaspitanja ne bi mi bio suvišan.					

Naziv škole (osnovna-srednja) i mesto: _____

Ime i prezime učenika i razred: _____

Matrica upitnika je korišćena pri ispitivanju učenika osnovnih i srednjih škola Republike Srbije (AP Vojvodine).

Prilog broj 3.

Četvorostepeni Upitnik za distribuciju stavova, sa pitanjima:

Redni broj	Formulacija pitanja	DA	NE	Delimično	Bez odgovora
1	Smatrate li da vam nedostaje udžbenik za fizičko i zdravstveno vaspitanje.				
2	Smatrate li da vam nedostaje više komunikacija sa izdavačima.				
3	Smatrate li da vam je interesantnija ponuda knjiga direktno preko predstavnika nego Internetom.				
4	Primećujete li «prazan hod» u komunikaciji sa izdavačima.				
5	Da li je vaš bibliotečki fond dovoljno snabdeven monografijama.				
6	Da li država Srbija uvođenjem PDV-a ugrožava knjigu.				
7	Da li vaši profesori i učitelji sebe nadgrađuju bibliotečkim fondom.				

Naziv škole i mesto: _____

Direktor škole: _____

Matrica upitnika je korišćena pri ispitivanju predstavnika škola u Republici Srbiji. Za škole (osnovne i srednje), kao pravne subjekte upitnike su popunjavali direktori.

Prilog broj 4.

UPITNIK ZA EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE

(demografski monitoring rasta ili pada osnovnoškolske populacije, vukovaca, kupovine knjiga za biblioteke, lektire i nagrade učenicima).

Naziv škole:	
Mesto:	
Regija:	

Godina:	I raz.	II raz.	III raz.	IV raz.	V raz.	VI raz.	VII raz.	VIII raz.	Vukovci	Knj. za bibl.	Knj. za lekt.	Knj. za nagr.
1996.												
1997.												
1998.												
1999.												
2000.												
2001.												
2002.												
2003.												
2004.												
2005.												

Mesto i datum: _____ Direktor škole: _____

Po Upitniku se istraživalo i stanje rasta ili pada snabdevanja sportske knjige za školske biblioteke, rast ili opadanje broja vukovaca, distribucija kupovanja knjiga za lekturu. Period istraživanja zadnjih 10 godina (1995-2006) na teritoriji Republike Srbije (AP Vojvodine).

Prilog broj 5.

Matrica upitnika za empirijsko istraživanje distribucije knjiga – akvizicija u periodu od 5 godina.

Akviziteri iz firmi:	broj akvizitera	dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
V. Karadžić, Bgd.	4				
Mladost, Zagreb	5				
Rad, Beograd	3				
Prosveta, Beograd	4				
Nolit, Beograd	4				
Globus, Zagreb	4				
BIGZ, Beograd	5				
Sloboda, Beograd	3				
	32				

Prilog broj 6.

Matrica upitnika za empirijsko istraživanje plasmana knjige – eksterni menadžment u periodu od 5 godina.

PREDUZEĆA	broj firmi	dnevni broj kupaca knjiga	ukupno dana godišnje	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
Novi Sad					
Sombor					
Subotica					
Vršac					
Zrenjanin					
Kikinda					
Pančevo					
Sr. Mitrovica					

Prilog broj 7.

Matrica upitnika za empirijsko istraživanje ukupnog godišnjeg plasmana knjige eksternog menadžera za celu teritoriju AP Vojvodine (period 5 godina)

Eksterni menadžer knjige	prosečan broj firmi	prosečan dnevni broj kupaca knjiga	nedeljni broj kupaca knjiga	mesečni broj kupaca knjiga	godišnji broj kupaca knj.
AP Vojvodina					

Napomena: Trajanje poslova eksternog menadžera obračuto je na period od 11 meseci, zbog jednog meseca korišćenog (odbijenog perioda) godišnjeg odmora.

Prilog broj 8.

Upitnik za uporedni pregled ostvarene realizacije u raznim načinima plasmana knjige: (u svakom načinu prodaje anketiran je po jedan izvršilac koji radi godišnje 11 meseci, osim knjižare koja vrši plasman knjige tokom svih 12 meseci)

Upitnik obrađuje period plasmana knjige od 5 godina.

Redni broj:	NAČIN PRODAJE	UKUPNA KOLIČINA PRODATIH KNJIGA			
		Dnevna pro.	Nedeljna pro.	Mesečna pr.	Godišnja pr.
1	Knjižarski (knjižara)				
2	Ulične tezge				
3	Izložbe u firmama				
4	Kataloško-kancelarijski				
5	Sajamski				
6	Eksterni menadžment				

Prilog broj 9.

Upitnik za bibliometrijska merenja objavljene literature iz sporta u Republici Srbiji za period 2004-2006.

Redni broj	Objavljene i odštampane knjige iz sporta, šira tematika, period 2004-2006. god.	Broj naslova	Redni broj	Objavljeni udžbenici iz fizičke kulture i sporta, period 2004-2006. god.	Broj naslova
1	Monografije, borilački sportovi, ekipni sportovi.		5	Udžbenici za fakultete fizičke kulture	
2	Knjige i priručnici iz lova, ribolova i streljaštva.		6	Udžbenici iz fizičke kulture za osnovne i srednje škole u Republici Srbiji.	
3	Knjige o konjičkom sportu i o sportu sa životinjama.				
4	Knjige o sportovima na vodi i o sportovima u vazduhu.				

Iz Centralnog elektronskog kataloga Narodne biblioteke iz Beograda i Biblioteke Matice srpske iz Novog Sada. Bibliometrijski podaci se odnose na period od 2004-2006. godine.

Prilog broj 10.

Skala protokola za unos frekvencija plasmana knjiga 2006/2007. godine u knjižarama Republike Srbije (AP Vojvodine) za distribuciju prometa knjige.

Redni broj i vrsta knjiga	Dnevni broj prodatih knjiga	Nedeljni broj prodatih knjiga	Mesečni broj prodatih knjiga	Godišnji broj prodatih knjiga
1. Razna literatuta				
2. Sportske knjige				

Knjižara: _____ Poslovođa: _____

Datum: _____ Mesto anketirane knjižare: _____

Po ovom istraživačkom instrumentu dobijeni su podaci frekvencija prodaje razne literature i prodaje sportske knjige u knjižarama, kao ciljnim grupama Republike Srbije (AP Vojvodine), za aktivni period poslovanja knjižara od 12 meseci, 2006/2007. godine.

IZVOD IZ BIOGRAFIJE DOKTORANDA

Mr Milivoje Došenović, rođen je 20. 05. 1950. godine u mestu Nova Gajdobra (AP Vojvodina, Republika Srbija). Osnovnu školu završio je u rodnom zavičaju, a u Novom Sadu Srednju saobraćajnu školu V stepena (na smeru instruktor drumskog saobraćaja-specijalista), sa odličnim uspehom.

Diplomirao je na Višoj školi za sportske trenere u Beogradu VI-1 stepen, na studijskom smeru za borilačke sportove (karate), sa prosečnom ocenom 9,40 i ocenom diplomskog ispita 10. Diplomirani je viši sportski trener karatea, majstor je karatea crnog pojasa 3. DANA, sa internacionalnim majstorskim diplomama.

Diplomirao je i na Fakultetu za menadžment u Novom Sadu (na smeru za medije), sa prosečnom ocenom 9,54 i ocenom diplomskog rada 10, sa temom „*Integralni pristup u realizaciji izdavačkog projekta – tehnološkom nišom do knjige bestseler*“. Dobio je i zvanično priznanje kao **najbolji student prve generacije** Fakulteta za menadžment u Novom Sadu, diplomirani je menadžer – producent za medije VII-1 stepena.

Magistrirao je na Univerzitetu Privredna Akademija (rektor prof. dr Slavko Carić), na Fakultetu za menadžment u Novom Sadu, pred komisijom: Prof. dr Milica Andevski (Katedra za pedagogiju Filozofskog fakulteta u Novom Sadu), prof. dr Zoran Lovreković (Katedre za informatiku FaM), i prof. dr Ratko Dunderović, (Katedra za psihologiju FaM). Odbranio je magistarsku tezu pod naslovom: «*Upravljanje izdavačkim projektom u domenu sportske literature – istraživanja 'praznog hoda' u izdavaštvu i knjižarstvu*», stekavši akademsko zvanje *magistra nauka iz oblasti menadžmenta* VII-2 stepena.

Književnik je sa preko 20 objavljenih knjiga (i 12 naučnih radova), redovni je član Društva književnika Vojvodine, i redovni član naučno-kulturne ustanove Matica srpska u Novom Sadu. Tri decenije radi u izdavačko-knjižarskom sektoru. Prvih petnaest godina je radio u velikim društvenim izdavačkim kućama u bivšoj državi SFRJ: u Beogradu, Zagrebu i Ljubljani. Specijalnost mu je bila eksterni menadžment izdavaštva, u čemu je bio 12 puta najbolji menadžer u državi. Godine 1989. osnovao je prvu privatnu izdavačku kuću u Vojvodini pod nazivom «Domla-publishing», sa sedištem u Novom Sadu, gde radi na mestu glavnog i odgovornog urednika i strategijskog menadžera. Njegova izdavačka kuća je objavila više značajnih dela autora iz nauke, tehnike, književnosti i sporta, kao i dva poznata jugoslovenska bestslera. Dao je veći broj intervjuova ozbiljnijim listovima i nedeljnicima, kao i na radiju i TV u Srbiji, a organizovao je više promocija u AP Vojvodini. Dobitnik je većeg broja nagrada, priznanja, plaketa, povelja i diploma iz izdavačko-knjižarske delatnosti i sporta. Živi u Novom Sadu.



Novi Sad, 2007.

Doktorand, mr Milivoje Došenović

FAKULTET ZA SPORT I TURIZAM U NOVOM SADU
KLJUČNE DOKUMENTACIJSKE INFORMACIJE

Redni broj:

RBR

Identifikacioni broj:

IBR

Tip dokumentacije: Monografska dokumentacija

TD

Tip zapisa: Tekstualni štampani materijal

TZ

Vrsta rada: Doktorska disertacija

VR

Autor: **Mr Milivoje Došenović**

AU

Mentor: **Prof. dr Dušan Perić**

MN

Naslov doktorske disertacije: **Stanje izdavaštva i nivo korišćenja sportske literature u Republici Srbiji**

NR

Jezik publikacije: Srpski (latinica)

JP

Jezik izvoda: S/E

JI

Zemlja publikovanja: Republika Srbija

ZP

Uže geografsko područje: Vojvodina

UGP

Godina 2007.

GO

Izdavač: Autorski reprint

IZ

Mesto i adresa: Fakultet za sport i turizam, Radnička 30 a, Novi Sad

MA

Fizički opis rada: **Broj poglavlja 11, strana 386, literaturnih citata 52, slika 82, karikatura 1, tabela 326, grafikona 78, skala 11, protokola 29, šema 17, priloga 10.**

FO

Naučna oblast: **Menadžment (izdavačka delatnost i sport)**

NO

Naučna disciplina: **Upravljanje projektima, upravljanje znanjem, strategijski menadžment, marketing, menadžment u sportu, menadžment u medijima (izdavaštvo).**

ND

Ključne reči: **izdavaštvo-knjižarstvo-sportska literatura-udžbenici-sport**

KR

Čuva se: U biblioteci Fakulteta za sport i turizam, Novi Sad

Beleške: nema

UNIVERSITY OF SPORTS AND TOURISM, NOVI SAD
KEYWORD DOCUMENTATION

Accession number:

ANO

Identification number:

INO

Documentation type: Monograph type

DT

Type of record: Printed text

TR

Contents code: Post graduation assignment

CC

Author: **Mr Milivoje Došenović**

AU

Mentor: **Prof. dr Dušan Perić**

MN

Title: **Current Condition in the Domain of Book-publishing and Use of Sports Literature in Republic of Serbia**

Language of text: Serbian (latin alphabet)

LT

Language of abstract: S/E

LA

Country of publication: Republic Serbia

CP

Locality of publication: Vojvodina

LP

Publication year: 2007.

PY

Publisher: Author's reprint

PU

Publication Place: Novi Sad, University of Sports and Tourism, Radnička 30 a

PP

Physical description: **chapters 11, pages 386, cites 52, pictures 82, caricature 1, charts 326, diagrams 78, scales 11, protocols 29, (records) graphics 17, annexes 10.**

PD

Scientific field: **Management (of publishing, sport)**

SF

Scientific discipline: **Project Controlling, Knowledge Controlling, Strategic Management, Marketing, Sport Management, Management in Media (publishing).**

SD

Keywords: **book-publishing-textbook-sports**

UC

Holding data: In the library of University of Sports and Tourism, Novi Sad

HD

Note: None

