

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Martina Bukovec

PODOBE SLOVENSКИH ŠPORTNIKOV V TISKU

Diplomsko delo

Ljubljana, 2006

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Martina Bukovec
Mentor: Doc. dr. Marko Milosavljevič**

PODOBE SLOVENSКИH ŠPORTNIKOV V TISKU

Diplomsko delo

Ljubljana, 2006

PODOBE SLOVENSКИH ŠPORTNIKOV V TISKU

Diplomska naloga se ukvarja s pisanjem o športnikih in njegovim pomenom v Sloveniji, o novinarskem športnem diskurzu in kako ta odraža pripadnost narodu, državi, kako slika družbene vrednote in označevalce slovenskosti ter slovensko identiteto. Poudarek je na slovenskem športniku kot prepoznavni osebnosti v slovenskem javnem prostoru in njegovem prikazovanju v tiskanih medijih na podlagi Olimpijskih iger iz Aten 2004. Podroben vpogled v medijski portret športnikov je pomemben ravno zato, da se ugotovijo razsežnosti novinarjevega (avtorjevega) pisanja o športniku in način podajanja predstav o njem. Šport je namreč eno izmed področij, preko katerega se prenašajo zgodbe, ideje, vrednote itn. Slovenija, ki je v športnem diskurzu velikokrat prikazana kot majhna dežela, ima svoje športne junake, ki sicer ne dosegajo slave zvezdnikov, vendar priimke, kot so Čeplak, Čop, Špik, Debevec, prepozna večina Slovencev. V glavnem je to zaradi uspehov v njihovem športu, ki postane zaradi tega bolj gledan, bolj priljubljen in tudi ljudje se bolj seznanijo z njim. K temu jih pripeljejo tudi mediji, ki predstavljajo vez med športnikom in zainteresirano javnostjo.

Ključne besede: Šport, olimpijske igre, mediji, diskurz, Slovenija

THE PORTRAITS OF A SLOVENIAN SPORTSMEN IN PRINTING MEDIA

This work is about sportsmen portraits and its meaning in Slovenia, about journalistic discourse and in what sense does it imply the citizenship, social values, the slovenian markers and slovenian identity. It presents slovenian sportsman as recognizable personality in public and his presentation in printing media, based on 2004 Olympic games in Athens. The exact insight in media portrait is important for analysing the text about sportsman and the way the ideas about him are presented. Through sport certain narratives, ideas, values etc. are being transmitted. Journalistic discourse presents Slovenia as a small country that has its sports heroes. They are not celebrities but are well known across Slovenia, if we mention names like Čeplak, Čop, Špik, Debevec. The reason lies in their sports success and that is why people get more involved in it, but the connection is enabled by media.

Keywords: Sport, olympic games, media, discourse, Slovenia

KAZALO

1. UVOD	6
2. IDENTITETA V SODOBNI DRUŽBI	8
2.1 IDENTITETA IN MEDIJSKE REPREZENTACIJE	9
2.2 VLOGA MEDIJEV PRI KONSTRUKCIJI IDENTITETE	9
2.3 IDENTITETA IN ŠPORT	10
3. SLOVENSTVO	11
3.1 KONSTRUKCIJA IDENTITETE NA PODLAGI MITOV	12
3.2 PODOBA SLOVENCA	13
3.3 ŠPORTNI VPLIVI NA SLOVENSKO IDENTITETO SKOZI ČAS.....	15
3.3.1 SLOVENSKI ŠPORT V ČASU JUGOSLAVIJE	15
3.3.2 PREOBRAZ V SLOVENSKEM ŠPORTU KONEC STOLETJA	16
4. MEDIJI IN ŠPORT.....	17
4.1 VLOGA MNOŽIČNIH MEDIJEV V ŠPORTU	18
4.2 NOVINARSTVO.....	19
4.2.1 ŠPORTNO NOVINARSTVO V SLOVENIJI	19
4.2.2 VRSTE ŠPORTNEGA NOVINARSTVA	21
5. DISKURZ.....	22
5.1 DISKURZ IN IDENTITETA	23
5.2 MEDIJSKA REPREZENTACIJA	24
5.2.1 REPREZENTACIJE IN DISKURZ KOT REALNOST	24
5.3 ŠPORTNI DISKURZ.....	25
6. ŠPORTNE OSEBNOSTI	26
6.1 ZGODBE O ŠPORTNIKIH	27

6.2 IDENTIFIKACIJA Z IDOLOM.....	28
7. JEZIK TISKANIH MEDIJEV.....	29
7.1 JEZIKOVNA SREDSTVA V TISKU	30
7.1.1 TEKST IN KONTEKST - (PO)IMENOVANJA, (NE)FORMALNOST	30
7.1.2 JEZIKOVNE PRVINE, KI NAKAZUJEJO ENOTNOST	31
7.1.3 PRIPISOVANJE VLOG	32
7.1.4 VZPOSTAVLJANJE KONSENZA.....	33
8. ANALIZA TEKSTA	33
8.1 DISKURZIVNA ANALIZA.....	33
8.2 PREDSTAVITEV PROUČEVANIH TISKANIH MEDIJEV: DELO, EKIPA, JANA.....	35
8.2.1 Reprezentacije in diskurz o slovenstvu, identiteti in s tem povezanimi pojmi.....	36
8.2.2 Reprezentacija slovenskih značilnosti.....	44
8.2.3 Ustvarjanje podobe osebnosti in športni diskurz.....	52
8.3 Primerjava izsledkov analize med tremi tiskanimi mediji	60
9. SKLEP	63
10. LITERATURA.....	65

Priloga: Seznam člankov

1. UVOD

Šport predstavlja pomembno vsebino v množičnih medijih. Skoraj vsak časopis, revija ter radijska in televizijska poročila namenjajo športu poseben prostor, kljub temu da velja za manj resno vejo poročanja in novinarskega ustvarjanja. Mediji in medijski ustvarjalci namreč posredujejo športna poročila, v katerih poleg osnovnih športnih informacij (nastopajočih, rezultatih itd.) podajajo tudi subjektivne sodbe, komentarje in z določenim avtorskim stilom ustvarjajo podobe športnikov. Z upovedovanjem za različne medije novinarji in ostali avtorji konstruirajo tudi različne podobe športnika, ki tako nima samo informativne funkcije, pač pa tudi osnovo za medijsko konstruirane junake.

Vsaka kultura ima junake svojega časa, ki se od kulture do kulture razlikujejo. Med drugim so to osebnosti, ki po svoji moči in prepoznavnosti izstopajo bolj kot kakšna politična ali kulturna osebnost v medijskem prostoru določene države, hkrati pa jo promovirajo tudi navzven. To pri pripadnikih določenega naroda vzbuja čutenje pripadnosti, ponosa in identifikacijskih vzgibov. Največkrat uspešni športniki odražajo prav tiste lastnosti in značilnosti, ki so v neki deželi čaščene ter predstavljajo njeno identiteto, ki je torej proizvod identifikacije in različnih diskurzov. Identiteta je tudi rezultat zgodovinskih obdobj in njihovih procesov, med katerimi ima lahko pomembno vlogo tudi šport.

Slovensko podobo športnika sprva kroji alpski šport, ki z belimi strminami stereotipno zaznamuje Slovence kot individualista, tj. smučarja-skakalca, ki poseblja neustrašnega in poštenega slovenskega človeka. Eden takšnih individualistov, sicer ne smučar, pač pa telovadec, je bil Leon Štukelj, ki je pomembno vplival na prepoznavnost Slovenije že v časih življenja pod tujo oblastjo oz. v nekdanji državi.

Kljub uspešnosti slovenskega športnika ostaja stereotipno prepričanje, da je ta nenadarjen in nezmožen uveljaviti se skozi kolektivno igro, ki toliko bolj odraža njegove južne sosede. Vendar tudi temu sledi preobrat ob koncu 20. stoletja, ko slovenski šport zaznamujejo uspehi v nogometu (in kasneje rokometu), slovenski športnik pa tako dokaže zmožnosti kolektivnega duha in igre ter zruši stereotip o nenadarjenosti za kolektivne športe. Odslej se majhna država lahko kosa z največjimi tudi v ekipnih športih. Kot pravi Pinter (2004: 5) v reviji Šport: »Ni pomembno, kolikšna je površina države, niti ne, koliko prebivalcev ima, pomembno je, kam v svetovnem merilu sodijo njeni športniki.«

Sredino avgusta leta 2004 so športno najbolj zaznamovale Olimpijske igre v Atenah. Nasplošje so Olimpijske igre eden največjih športnih dogodkov z vidika samopotrditve posameznega športnika in promocije države, iz katere prihaja, saj se tam zberejo najboljši iz vsega sveta. Avgusta 2004 je v Atene odpotovalo tudi 79 slovenskih športnic in športnikov. Nekateri od njih so dosegli uvrstitve za olimpijsko medaljo.

Ta je med drugim eno od izhodišč za portretiranje športnika; podroben vpogled v medijski portret športnikov je pomemben ravno zato, da se ugotovijo razsežnosti novinarjevega (avtorjevega) pisanja o športniku in način podajanja predstav o njem.

V svoji diplomski nalogi se bom tako ukvarjala s pisanjem o športnikih in njegovim pomenom v Sloveniji. Zanima me predvsem novinarski športni diskurz in kako ta odraža pripadnost narodu, državi, kako slika družbene vrednote in označevalce slovenskosti ter slovensko identiteto. Osredotočila se bom torej na slovenskega športnika kot prepoznavno osebnost v slovenskem javnem prostoru in njegovo prikazovanje v tiskanih medijih.

V drugem, empiričnem delu bom teorijo skušala prikazati s pomočjo ustreznih člankov in analize diskurza. Proučevala bom članke o športnicah in športnikih iz poletnih olimpijskih iger v Atenah 2004 iz treh tiskanih medijev; časnikov Dela in Ekipe ter tednika Jane.

Skozi diplomsko nalogo me bosta torej vodili naslednji hipotezi:

H1: Podoba slovenskega športnika se v slovenskem tisku ustvarja na podlagi novinarjevih podajanj predstav.

H2: Slovenski športnik je konstruiran kot junak z značilnostmi in vrednotami, ki nakazujejo slovensko identiteto, in s katerimi se poistovetijo Slovenci.

2. IDENTITETA V SODOBNI DRUŽBI

V naslednjem poglavju skušam opredeliti identiteto, kjer me predvsem zanima vidik, kaj identiteto določa, na kakšen način se vzpostavlja in nenazadnje, kako lahko posameznik občuti pripadnost neki skupini ali širši tvorbi, ki jo povežem s športom.

Identiteto lahko razumemo kot pripadnost, zavezanost skupnosti, tudi če ne občutimo fizične povezave z ostalimi člani te iste skupnosti. Identiteto, ki jo sestavljajo komponente, kot so starost, razredna pripadnost, etničnost, spol, seksualna orientiranost itd., si orisujemo¹ v komunikaciji z ljudmi (Burr, 1995: 51). Govorimo torej o družbeni konstrukciji jaza - identitete.

Potreba po občutenju identitete izhaja iz samih pogojev človeške eksistence (Praprotnik, 1999: 21); pripadanje neki skupini in konformnost nas silita v skoraj vsakršna dejanja, da si lahko pridobimo vsaj iluzoren občutek istovetnosti. Plesec in Doupona (2002: 44) te težnje vidita v družbah, kjer je prisvajanje glavno gonilo in potrošnja glavni način življenja, človek pa je dehumaniziran in depersonaliziran. Tako nudi industrija zabave v zameno za človekovo kreativnost, celovito osebnost, »psevdo kulturo« in psevdo personalizacijo z idoli, glorifikacijo pravice do nasilja v literaturi, filmu, na TV, v športnih spektaklih. V poplavi informacij, kakršni smo priča v sodobni družbi, se človek težko znajde in zato morda hvaležneje sprejema medije, ki zanj selekcionirajo, obdelajo in prikažejo te informacije v različnih oblikah in vsebinah. Tako pravzaprav išče sebe ali se vsaj skozi medijske vsebine udejanja. Zavest, da tako (s)pozna določeno področje in ga kolikor toliko obvlada, predstavlja pogosto živo nasprotje človekovi anonimnosti v vsakdanjem življenju, delnem trošenju intelektualnih in fizičnih sil pri delu, živo nasprotje zapletenosti življenjskih težav, nepoznavanju mnogih stvari in občutku, da zaradi tega ne more posredno sodelovati v spreminjanju sveta, v katerem živi, da se ne more zadostno uveljaviti (Doupona, Petrovič, 2000: 181).

Osebna identiteta ni nekaj danega, temveč mora biti stalno rutinsko oblikovana, posameznik jo tako razume kot lastno biografijo, kot zgodbo svojega življenja. S tem

¹ Komponente identitete so konstruirane skozi obstoječe diskurze v določeni kulturi (Burr v Luthar, 2001/02: 25). Pojem diskurza razčlenjujem v poglavju 6.

dobi smisel o sebi in svetu; človekova identiteta se torej oblikuje v obliki pripovedi o lastni življenjski zgodbi (Luthar, 1998: 177). Ker se vsaka identiteta vedno znova vzpostavlja in ni fiksna kategorija, je bolje kot o identiteti govoriti o identifikaciji (Pušnik, 1999: 797).

2.1. IDENTITETA IN MEDIJSKE REPREZENTACIJE

Kako si posameznik pripoveduje zgodbo o sebi oz. kdo ali kaj mu kot anonimnemu članu skupnosti v tem procesu pomaga? Gellner (v Pušnik, 1999: 799) meni, da so moderne nacije v svojem članstvu anonimne. Podobno velja za medije, ki naslavljajo anonimne posameznike in z nevidno vezjo preko TV-ekranov, časopisov itd. konstruirajo moderno nacionalno državo. Pušnikova celo enači nacijo z naracijo, torej z zgodbo, ki si jo ljudje razlagajo o samem sebi in tako dajejo pomen družbenemu svetu.

Da bi razumeli naše subjektivitete in identitete, je treba interpretirati tekste, ki jih proizvajamo, in v katerih se ogledujemo ter samotematiziramo. Z modno samostilizacijo ali z oboževanjem zvezde, na primer, sebi pripovedujemo o nas samih. Popularni mediji nam kot ponudniki identitet pripovedujejo, kdo so družbeni "insiderji" in kdo "outsiderji", s svojimi zgodbami nam ponujajo modele ženskosti, moškosti, zgub in uspešnežev ter s tem material za konstrukcijo individualnih in skupnostnih identitet (npr. nacionalne) (Luthar, 1998: 258).

2.2. VLOGA MEDIJEV PRI KONSTRUKCIJI IDENTITETE

Eden ciljev moje diplomske naloge je prikazati, da avtorji člankov o športnikih ustvarjajo podobo, ki kaže tipične slovenske značilnosti (npr. skromnost, marljivost, pravičnost) oz. skozi članke vzpostavljajo in ohranjajo slovensko identiteto, vrednote slovenske družbe. Mediji z reprezentacijami vzdržujejo in utrjujejo podobo Slovenca in izkustva, ki smo si jih pridobili že prej, v šoli, družini itd. (Pušnik, 1999: 800)

Mediji, tj. televizija, posebej tisk, imajo pomembno vlogo v (re)produkciji in večji prisotnosti diskurzov, povezanih s katerimkoli področjem (tudi športom) v modernem svetu (Boyle, Haynes, 2000: 8), vendar moramo medije nasploh, in žurnalizem posebej, razumeti kot reprezentacijo, ne kot prezentacijo realnosti, kot politiko

reprezentacij in kot vire za organizacijo individualne in kolektivne subjektivitete (Luthar, 1998: 141). Nekateri avtorji menijo, da so medijske reprezentacije sicer pomemben dejavnik, toda ne nujno najbolj vpliven pri vzpostavljanju individualne ali kolektivne identitete. Nanjo namreč vplivajo tudi dejavniki, kakor šolanje, socializacija v družini, religija in tradicionalni vzorci obnašanja in verovanja, ki se razlikujejo po svoji pomembnosti pri določenih identitetah. Mediji so torej pomembni zato, ker pomagajo vzgajati širše občutje kolektivne identifikacije med člani socialne skupine in lahko različne posameznike združijo.

Predstava o medijih kot središču procesa formacije identitete je lahko napačna. Mediji so lahko ključno prizorišče v vzpostavljanju ali ponovni določitvi različnih diskurzov (in večinoma tudi legitimizirajo in marginalizirajo ideje in sisteme vrednot), niso pa nujno prvotni določevalci ali diskurza ali vidika identitete (Boyle, Haynes, 2000).

2.3. IDENTITETA IN ŠPORT

Šport je ena redkih kulturnih oblik, ki kaže na določene nacionalne značilnosti in reprezentacije nacionalne identitete; to mu uspeva z opaznostjo in s poudarkom na simbolih, zmagi, tekmovanju in fanih (Boyle, Haynes, 2000: 143). Športniki namreč, ko nastopajo pod določeno zastavo, to počnejo za določen narod in domovino. Po Hobsbawnu (1993: 155) je šport pomemben element nacionalne identifikacije, ki je po letu 1918 našla nova sredstva v izražanju preko športa in množičnih medijev, in hkrati arena za sproščanje nacionalnih občutkov. Pri zadnji lahko sodelujejo tudi tisti, ki jih politika ne zanima in so se našli v športu ter športnikih, ki predstavljajo nacijo.

Ena izmed posledic, ki jih proizvede vrhunski šport, so vrhunski dosežki. Tudi ti so sestavina identitete posameznikov, ki identiteto naroda/nacije kot države s svojimi stvaritvami subsumirajo in jo hkrati v njenih okvirih presegajo (Doupona, Petrovič, 2000: 194). Športni dogodki so delno zanimivi tudi zaradi naracije televizijske in tiskane konstrukcije dogodka. Ljudi pritegnejo tudi razlogi ideološke narave, povezani z nacionalnim ponosom in identifikacijo s širšimi kolektivnimi izkušnjami (Boyle, Haynes, 2000: 68). Vodeb (2000: 32) opozarja, da so sami športniki izjemno gledani in gledljivi objekti identifikacije, identifikacijski procesi se intenzivirajo ravno z vzročnimi učinki na relaciji športnik – gledalec.

Mednarodni medijski šport postane arena, kjer se prevlada na določenem področju ene države ali etnične skupine časti pred drugimi:

»Šport lahko na mednarodni ravni deluje kot prizorišče, kjer napredne države lahko in morajo podati svoje prednostne mite skozi sebe – in druge – stereotipe in častiti tiste kvalitete, ki jih skozi njihove oči delajo bolj sodobne, bolj napredne ... Ta proces zajema uvrščanje drugih nacionalnih skupin nižje.« (O'Donnell, 1994: 353 v Boyle, Haynes, 2000: 147)

Šport je prav tako v položaju, da lahko pomembno prispeva k procesu oblikovanja identitete in nastajanja izročila. Nacionalna identiteta nekaterih držav je neločljivo povezana z usodo nacionalnega moštva posameznega športa (Krotee in dr. v Plesec, Doupona, 2002: 29). Tako je uspeh ali polom britanske olimpijske reprezentance, prikazan v britanskih medijih, barometer položaja britanske države v svetu; športna kriza nacionalnih škotskih ekip je pogosto povezana s širšimi političnimi in kulturnimi spremembami; poraz škotske ekipe na Svetovnem prvenstvu v nogometu 1978 je prinesel neuspeh referendumu naslednje leto. Če se recimo v določeni deželi veliko piše o nogometu, to ponuja vpogled v vidik nacionalnega karakterja in identitete z neločevanjem nogometa od njegove popularne kulture in politike (največkrat v smešnem in zabavnem načinu) (Boyle, Haynes, 2000: 144-182). Tako se o balkanskih narodih govori kot o »evropskih Brazilcih«, ki z nepoštenim načinom igre dosegajo zmage, o Angležih, ki stavijo na kolektivnost, ter romanskih narodih, ki ljubijo virtuoznost in spektakularnost. Tako se slog igre ujema z značilnostmi posameznega naroda (Geršak, 1998b: 40-41) in posamezne športne značilnosti lahko govorijo o širšem nacionalnem karakterju.

Kako pa je opredeljen splošen slovenski nacionalni karakter?

3. SLOVENSTVO

V tem poglavju želim opredeliti pojem slovenstva, nanašajoč se na zgodovino, in prikazati temeljne slovenske značilnosti, ki so že od nekdanj ustaljene ter v glavnem veljajo kot temeljne za slovensko identiteto. To kasneje navezujem tudi na športni vidik oz. kako se je slovenska športna identiteta opredeljevala skozi obdobja.

Kakor smo ugotavljali prej, so identitete pripovedi (Pušnik, 1999: 800-801) in tako je tudi slovenska identiteta pripoved, naracija. Ta se je za Slovence začela ob osamosvojitvi leta 1991, pri kateri so veliko vlogo odigrali prav mediji s pripovedjo »kako so Slovenci postali Slovenci«. Ob tem so se aktivirale stare tradicije in simboli slovenstva: lipa, Prešeren, slovenske ljudske pesmi, Cankar, Karantanija itd., hkrati pa so se porajale nove: državni praznik, dan osamosvojitve, nova zastava s slovenskim grbom itd.

3.1. KONSTRUKCIJA IDENTITETE NA PODLAGI MITOV

Pripadanje neki skupini se ohranja tudi skozi oznanjanje mitov, ki utrjujejo predstave o dolgem in nepretrganem obstajanju določenega naroda, s čimer se vzpostavljajo tudi meje do drugih skupin (Južnič 1993: 306). V tej luči je konstrukcija slovenske kulturne in nacionalne identitete tesno povezana z najvišjo slovensko goro Triglavom: ta je v svoji historični perspektivi od nekdaj predstavljal stičišče, mejno točko med tremi nacijami in kulturami hkrati: Triglav kot razmejitvena črta slovenstva, italijanstva in germanstva. Družbena konstrukcija nacionalnosti je torej definirana prek bazičnih mitov, simbolov in narativov, ki svoj izvor iščejo ne le v kulturnem kontekstu, temveč tudi v naravnem okolju in geografskih stičiščih: vsekakor je gora kot taka eno izmed najbolj eksplicitnih (Šaver, 2003: 12).

»Miti so načini konceptualizacije subjekta, ki so v določeni kulturi in zgodovinskem obdobju obče sprejeti, čeprav imajo morda le malo zveze z dejanskostjo ... so različne in mnogostranske kvalitete realnosti, sploščene v rutinizirane načine razmišljanja in govora.« (Macdonald v Stare, 2003: 19) Miti so zgodbe, ki na svoj način vzpostavljajo, legitimizirajo in integrirajo družbeno realnost; v tem pogledu je ta tudi mit (Hrženjak, 1998: 113).

Mitološka podoba junaka je na primer arhetip, ki ne slika zgolj cenjenih vrednot neke družbe, temveč poseduje tudi instrumentalno moč. V kontekstu nacionalne kohezivnosti funkcionirajo politični miti in naracije o junakih, športnikih na podoben način kot kanonizacija svetnikov v Rimokatoliški cerkvi, ki kot vezivo in vitalna energija institucije dela lojalnost nespremenljivo in utrjuje družbeno vlogo (Šaver, 2003: 12). Mitološke vloge in karakter po Campbellu (1988: 12) pomenijo reprezentacijo načel določene vloge kot na primer pri sodniku: kadar se ta pojavi v sodni dvorani, vsi vstanejo zaradi vloge, ki jo ta ima. Te vloge je vreden zaradi

integritete, kot predstavnik načel te vloge, in ne njegovih predsodkov. Ko nekdo postane sodnik, je predstavnik »večne pisarne«: svoje osebne želje in morda celo življenje žrtvuje za vlogo, ki ga označuje. Tudi kraljeve osebnosti so lahko najbolj neumni, absurdni in banalni ljudje, ki jih zanimajo le konji – ampak k njim se ne obračamo kot k osebnostim, temveč k njihovim mitološkim vlogam.

Junak je za družbo pomemben, saj ta mora imeti konstelirajoče (zvezdne) podobe, ki povežejo njene pripadnike v določeno namero, tj. slediti določeni poti. Narod mora imeti namero delovati skupaj kot eno. Tipična dejanja junaka so: odhod, izpolnitev, vrnitev. Po Campbellu (1988: 123-136) je junak tudi inovator; inovator novega obdobja, nove religije, novega mesta, novega načina življenja. Da bi našel nekaj novega, mora pustiti staro zaradi ideje potencialnega novega, ki ga bo predstavil. V popularnih novelah je tako junak ali junakinja tisti, ki je našel ali naredil nekaj nenaravnega, nekaj, kar sodi v sklop nenavadnih dosežkov in doživljajev. Junak je nekdo, ki je svoje življenje posvetil nečemu večjemu, kot je sam.

Športni junak je lahko katerakoli oseba, občudovana zaradi kvalitete ali dosežkov, in vrednotena kot idol ali zgled. Športni junak je idol in ikona, ki pripada določenemu času: času herojev, ki, v nasprotju z drugimi obdobji, vpetimi v dnevno rutino ali načrtovanimi obredi, ponazarja v glavah navadnih ljudi čaščen sanjski čas, v katerem se normalno dnevno življenje naenkrat transcendirata. Svet herojev je svet kreativnih začaranosti, ker v nekaterih trenutkih športniki postanejo mitske ikone, predstavljajoč gospodovalnost nad umrljivostjo (povzeto po Eduardu v Andrews, Jackson, 2001: 153).

3.2. PODOBA SLOVENCA

Lik Slovenca je oblikovala zgodovina s svojo vsebino, oblikovalno močjo in sporočilom (tradicijo). Skoraj tisoč let (vsaj od 1335 naprej) se je pod različnimi oblastmi in njihovimi pravili oblikovala podoba slovenskega človeka kot vdanega in zvestega državljana v vsakokratni deželni upravi. Ena glavnih značilnosti, ki jo pri Slovencu izpostavlja Trstenjak (1995), je poštenost. Ta se kaže v njegovem besednem izražanju, vedenju, vse da na poštenost, tudi samega sebe. V nadaljevanju so med slovenskimi lastnostmi poleg poudarjene poštenosti naštet še: odkritosrčnost in odločnost, zvestost, veselost, pobožnost, bistrumnost, sovraštvo

do vsega tujega, ki ima svoje vzroke v življenju pod tujo oblastjo. Kot enkratno – zelo slovensko - vrlino pa šteje delavnost, ki se kaže v pridnosti, marljivosti kmečkih ljudi.

Boštjan Šaver (2003: 13) slovensko ljudstvo enači s Kekcem; majhen, neustrašen, droben pobalin, z zdravim, žilavim in s prešernim karakterjem, ki se lahko postavlja v bran še tako močnim in robotim karakterjem, kakršen je Bedančev. Ali povedano drugače, majhno, bistroumno in zdravo slovenstvo se lahko kosa z robato velikostjo germanstva, romanstva ali južnoslovanstva.

Po drugi strani Slovence določa tudi nevrotičnost, ki se kaže v potezah občutljivosti, zamerljivosti, prepirljivosti, zavistnosti: se pravi, da gre za pretirano vestnost in kritičnost, ki je izraz pretirane skrbi, da bi bilo pri nas vse v redu; prizadevanje za preživetje in boljšo prihodnost. Vsekakor so v ospredju disciplina, poštenost in zanesljivost. Prav tako se ne zavedamo, pravi Trstenjak, kako smo po celi črti posnemovalci; po nepotrebem se prilagajamo drugemu. Slovenija in Slovenci so zmeraj veljali za najbolj delovne in marljive v primerjavi z ostalimi jugoslovanskimi narodi, vendar je zaradi kulturnega vpliva juga ali vpliva sodobne potrošniške družbe tudi Slovenec podlegel prevari drugega in moralni plehkosti. Tako naj ne bi znal življenja in dela več prav vrednotiti.

Vidmar (1995: 44) govori o še enem, manj veselem pojavu slovenskega življenja, ki je sicer duševni in po Cankarju imenovan hlapčevstvo. Ta lastnost se najbolj izraža v inteligenci, kjer je znana kot klečeplaštvo, denuncijanstvo, nesposobnost za kakršnokoli samozavest in za kakršenkoli ponos, trajna zavest o lastni inferiornosti nasproti članom drugih narodov, hkrati pa histerična visokomernost nasproti bližnji okolici, zlasti kajpada nasproti tisti, ki je kakorkoli odvisna od nas. Kakor so vse te lastnosti vredne zaničevanja in sovraštva, tako so vendarle razumljive, če pomislimo, da smo bili tisoč let nemški tlačani in podložniki.

Slovenci smo po Museku (1994: 173-174) mejni narod, kar je vzrok majhnosti; občutje majhnosti, in s tem tudi mejnosti, lahko posredno vplivata na nacionalno zavest; ustvarjata namreč drugačno razmerje do tujine in tujcev. V nacionalni zavesti in identiteti je torej računati na asociacije majhnosti, provincialnosti, ogroženosti, ti občutki lahko vodijo do nezaupanja in nebogljenega odnosa do tujcev. Kompleks majhnosti pa je opravičilo za neuspeh in neambicioznost.

Kljub maloštevilnosti moramo ob velikih dosežkih slovenskih ustvarjalcev biti prepričani o vrednosti lastne identitete. Maloštevilen narod namreč ni isto kot majhen narod. Še več: narod je majhen natančno do te mere, do katere ne verjame v lastne ustvarjalne potenciale in v bogastvo lastnega kulturnega izročila (Debeljak v Vidmar, 1995: 28).

3.3. ŠPORTNI VPLIVI NA SLOVENSKO IDENTITETO SKOZI ČAS

Šport je pomemben element konstrukcije nacionalne identitete (Pušnik, 1999: 802), zato pogledajmo, kako je vplival na oblikovanje slovenske identitete skozi obdobja.

Do prve svetovne vojne bistvenih športnih vplivov na nacionalno identiteto ni bilo, saj so Slovenci nastopali pod avstro-ogrsko zastavo (Valant, Kovač, Doupona, 2004: 3). Športno gibanje je zaznamovalo predvsem sokolsko gibanje, katerega cilj je poleg telesne vadbe bil vzgajanje v etično-duhovnem smislu na temelju redne in sistematične telesne vadbe. Pomen sokolstva je bil predvsem v težnji po diferenciaciji od nosilcev represije, Avstrijcev in Nemcev, in želje po identifikaciji s slovanskimi narodi. Prvo športno društvo je tako prvi športni »otrok« slovenskega nacionalističnega diskurza (Lazar, 2003: 35-38).

3.3.1. SLOVENSKI ŠPORT V ČASU JUGOSLAVIJE

Športno področje je po drugi svetovni vojni zaznamoval razcvet in razvoj športa, na kar je vplivala tedanja država z ideologijo »vseljudska narava športa« (Valant, Kovač, Doupona, 2004: 3). Področje, na katerem so Slovenci zaostajali, je bil nogomet. V Jugoslaviji je slovel kot paradna športna dejavnost, policija, vojska in celo deli oblasti so bili vpleteni vanj. To za slovenski nogomet ni veljajo, zato je zlasti v 70. letih postal šport za nižje socialne sloje. Za slovenske klube so takrat igrali pretežno igralci iz ostalih jugoslovanskih dežel, zanje pa so na tekmah navijali prav tako »njihovi« (delavci imigranti). Nogomet so zaradi umazanih obračunov na igrišču in izven njega tedanji nosilci javnega mnenja (intelektualci iz kulturnega in literarnega življenja) razglasili za neumen šport (Lazar, 2003: 40-41). Slovenski nacionalizem se je v tistem času uveljavljal predvsem skozi simbolne geste in ravno nogomet je poudarjal vse tisto, s čimer redoljubni, marljivi, čisti, odgovorni, pošteni, urejeni in delovni Slovenci niso želeli imeti opravka, tj. z umazanimi nogometnimi triki, simulacijami,

podkupovanji, nasiljem, nečednimi strastmi ... Nogomet so torej prepustili sosednjim narodom Jugoslavije, za slovenske pojme pa je bil nogomet degradiran.

V sedemdesetih in osemdesetih se je torej slovenska nacionalna identiteta konstruirala predvsem preko distanciranja od vsega balkanskega, kamor je bil stereotipno uvrščen tudi nogomet (Plesec, Doupona, 2002: 97). V tem pogledu se je razvila nacionalistična retorika, katere značilnost so pozitivne samopodobe in negativne reprezentacije »drugih« (Pušnik, 1999: 800-803) ali kot nakazuje avtorica konstruiranje slovenstva nasproti drugosti (predvsem balkanskosti); ta se razmejuje predvsem na podlagi kulturnih razlik, ki vidno razločujejo Slovence od svojih južnih sosedov, npr. Prešernova Zdravljica, slovenska lipa, del zgodovine, ki je lasten samo Slovencem itd. Takšen način konstruira relacijo med »nami« in »njimi«.

Razvoj slovenskega športa se je tako preusmeril na druga področja, zlasti v zimske športe (Plesec, Doupona, 2002: 68). Simbolno vlogo je pri tem imela Gorenjska; vse, kar se je nanjo navezovalo, tj. skromnost, čistost, razvitost, lastnosti tamkajšnjih ljudi (delavnost, marljivost, poštenost, navezanost na dom), so postale tudi vrline in močan identifikacijski element ostalih Slovencev (Lazar, 2003: 42). Športi, ki so izhajali iz Gorenjske, torej planiški smučarski skoki, alpsko smučanje po strminah Vitranca itd., so bili nacionalni (Valant, Kovač, Doupona, 2004: 3). Smučanje je tudi skozi medijski diskurz prikazano kot slovenska tradicija in tipična slovenska značilnost, vrhunski smučarji so tako pomembni označevalci slovenstva (Pušnik, 1999: 802).

3.3.2. PREOBRAT V SLOVENSKEM ŠPORTU KONEC STOLETJA

Do sedaj so bili slovenski športniki uspešni predvsem v posamičnih športnih panogah (atletika, veslanje, alpsko smučanje ...), kar daje slovenstvu še eno značilnost – individualizem: Trstenjak (1995) pravi, da Slovenec ni čredni tip, ki premore hoje za svojim vodjo kot to uspe npr. Srbom. O moštvenih športih je nemalokrat prevladovalo mnenje, da Slovenci zanje niso talentirani in sposobni dosegati kvalitetnih rezultatov (Plesec, Doupona, 2002: 69).

Prelomnica v slovenskem športu se je zgodila leta 2000 z nastopom slovenske nogometne reprezentance na Evropskem prvenstvu v Belgiji in na Nizozemskem, s katerim naj bi se porušil stereotip o slovenskem športu, tj. netalentiranosti za kolektivne športe, ki so mejili že skoraj na čudež (Videmšek, 2000: 52).

"Katančevo moštvo je imelo kristalno čisto dušo in ogromno srce, zato je na igrišču delovalo brezkompromisno ter s fanatično borbenostjo premagovalo na papirju veliko uglednejše tekmece," pišeta Plesec in Doupona (2002: 104).

Majhna država, ki nikoli ni slovela po nogometu, s strani nekdanje države tako opevanem in čaščenem športu, je kar naenkrat dobila zagon v posebitvi Katanca in njegove ekipe. Pripisovali so mu skorajda božanske značilnosti, ker mu je uspelo nekaj, kar zanika tradicijo, torej neuspešnost v nogometu.

Če si namreč hotel postati dober nogometaš v nekdanji Jugoslaviji, si moral skoraj nujno biti rojen v okolju, kjer se govori srbohrvaško. Igralci niso poslušali, če je bil trener Slovenec, kakršnakoli beseda na račun nogometa je morala biti izgovorjena v srbohrvaščini (Vodeb, 1997: 34).

Katanec in ekipa sta tako v glavah ljudi, kakor tudi v medijskih poročilih, ustvarila vrednote, ki so prinesle športni uspeh. Slovenci naj bi pregovorno bili skromni, torej zadovoljni že s tem, da se na velikih tekmovanjih lahko enakovredno kosajo z nasprotnikom. Ob zadnjih olimpijskih igrah in uspehih slovenskih športnikov v Atenah, so po Pintarju prišle v ospredje pozitivne športne vrednote: vztrajnost, pogum, poštenost, iskrenost (Pintar, 2004: 5). Olimpijske igre, Svetovno prvenstvo v nogometu, Tour de France idr. pa so po Pušnikovi (1999: 802) iznajdeni športni obredi, ki pripomorejo posameznikom, da se zavejo svojega članstva v nacionalni državi. Posameznike do »športnih obredov«
pripeljejo – mediji.

4. MEDIJI IN ŠPORT

Doba, v kateri živimo, je zaznamovana z mediji, kar kaže na to, da še nikoli nismo imeli na izbiro toliko ponudnikov informacij kot jih imamo danes. Z mediji preživimo (nezavedno) tudi veliko časa, če se samo ozremo na to, koliko časa spremljamo televizijo, poslušamo radijske sprejemnike in beremo časopise. In še nikoli prej nismo imeli na voljo toliko informacij, kot jih imamo sedaj. Ker je teh zadnjih včasih oz. pogosto preveč, pustimo medijem, da nam ponudijo (še prej selekcionirajo in nato

obdelajo) informacije. Mediji so pomemben vir informiranja o dogajanju okoli nas, so hkrati tudi oblika naše izkušnje (Verša, 1996: 5). Tako nam ustvarjajo miselno strukturo in vzorce razmišljanja, ki nas pogosto vodijo v različna dejanja, povezana z našim delovanjem (Plesec, Doupona, 2002: 77).

Kar zadeva šport, ga je od leta 1999 več kot kdajkoli prej, z njim je tudi več denarja in medijske pokritosti. Razlogi za to so v razvoju medijske industrije, posebej v športnih prenosih. Šport je postal sredstvo trgovanja in poslovanja in kot tak je integralni del industrije zabave (Boyle, Haynes, 2000). Bednarik (v Plesec, Doupona, 2002: 79) ugotovitev o sredstvu trgovanja povezuje s športnim rezultatom, ki doseže svoj pravi smisel šele v gledanju oz. spremljanju in odzivanju javnosti, saj s tem dobi pomembne dodatne dimenzije. Tako je športni rezultat multiplikator, generator množičnega športa in športne industrije, njihov promotor in promotor države, ki mu športnik in trener pripadata, in tudi samega športnega dogodka, na katerem je bil rezultat dosežen.

Dobri rezultati tako promovirajo določen šport in mu zvišujejo gledanost, sploh ko gre za športe, kjer je majhna država konkurenčna večji.

4.1. VLOGA MNOŽIČNIH MEDIJEV V ŠPORTU

Omenjeni športni rezultat dobi končno veljavo z medijsko prisotnostjo: s komentatorji ob neposrednih prenosih, športnimi poročili, z analizami in intervjuji po športnih dogodkih itn. Doupona in Plesec (2002: 43) medijem pripisujeta tudi vlogo regulatorja množičnih izlivov čustev kakšne tekme in imajo zato neizmerljivo vlogo. Trdita celo, da se mediji igrajo z normami in tabuji družbe, nadzorujejo ter opravljajo odsev osnovnih vrednot in nasprotij, ki vladajo v današnjem svetu. Medtem Rowe (v Boyle, Haynes, 2000: 106) v medijih vidi glavne vodnike v posredovanju pomena športnega škandala, ki hkrati postavljajo tudi parametre sprejemljivega vedenja s formalnim in popularnim diskurzom ter zasebnim in javnim področjem v neizprosni zahtevi po resnici dneva. To so skrajni primeri, pri katerih šport polni novice časopisov ter radijskih in televizijskih poročil. Tako preide iz svojih športnih strani v širše javno področje, kjer nosi širšo socialno skrb in splošni interes.

4.2. NOVINARSTVO

Del medijev je novinarstvo, katerega glavna dejavnost je informirati, zabavati in izobraževati. Osnovna enota novinarske dejavnosti je informacija, podvržena različnim "procesom" zbiranja, predelovanja, ustvarjanja ... (Košir, 1988)

Podatki oz. novice niso toliko »najdene« in zbirane, kot so v resnici ustvarjene. Ustvarjanje pa je del novinarskega procesa, lahko mu rečemo tudi artefakt, proizvod (Fowler, 1991: 13). Kar zadeva samo novinarsko dejavnost, me v tem trenutku zanima njeno poslanstvo oz. njena vloga. S stališča kulturne teorije je žurnalizem sicer posredovanje informacij ali artikulacija komercialnega interesa medijske institucije, obenem pa tudi režim kulturnih reprezentacij, ki jih ljudje uporabljajo za podeljevanje pomena osebnemu izkustvu (Luthar, 1998: 44).

Drugi del zgornje definicije je posebej pomemben v moji diplomski nalogi, saj želim z analizo člankov o športnikih ugotoviti, na kakšen način se ustvarja določen pogled, kakšno podobo ustvarjajo novinarji in nagovarjajo občinstvo, torej režim kulturnih reprezentacij.

Ker gre za članke o športnikih, si še najprej pogledimo vidik športnega novinarstva, čeprav nekateri obravnavani članki ne spadajo v to področje oz. jih niso pisali prav športni novinarji - zato v kontekstu raje navajam novinarje kot pisce-avtorje.

4.2.1. ŠPORTNO NOVINARSTVO V SLOVENIJI

O športnem novinarstvu morda ni toliko napisanega, sploh v slovenski literaturi, čeprav se v praksi o njem veliko govori. Morda je razlog v tem, da sam predmetnik oz. študij novinarstva ne ponuja specializiranega študija ali usmerjanja športnega novinarstva. Fakulteta najprej izobražuje novinarja in šele kasnejše dodatno (individualno) usmerjanje novinarja opredeli kot športnega. Drugi razlog je tudi v dejstvu, da je šport uvrščen v razvedrilno skupino in kot tak (neresen) se ne more postavljati ob bok (resnim) temam političnega, gospodarskega in kulturnega življenja. Med samimi novinarji je razširjena klišejska definicija, da je šport, podobno kot kultura, znanost itd. eden od reprezentantov družbe in njene razvitosti. V tem primeru je za pojasnjevanje družbenih pojavov in drugih področij človekovega delovanja zadolženo tudi športno novinarstvo (Žibrat, 1997: 5).

Prisotnost športnih vsebin in športnega novinarstva je vidna v skoraj vseh slovenskih medijih. Predstavnik pri tiskanih medijih je športni dnevnik Ekipa in športne priloge ostalih dnevnikov, kot je Polet v Delu, ostali dnevni časopisi pa športu namenjajo od ene do več športnih strani. Tukaj je še nekaj športnih revij (ki razen naročnikov širši javnosti morda niso toliko znane): Šport, Adrenalin, Šport mladih in bolj specializiranih, kot so Trener (za rokomet, košarko, nogomet), Naš nogomet, Planinski vestnik, Atletika, Top spin ... V ostalih revijah, tednikih, mesečnikih se športna vsebina pojavi v zvezi s pomembnim športnim dogodkom, uspehom določenega športnika/ce, zaradi komercialnega interesa (prodaja športne znamke), modne stilizacije itd. Večina dnevnih časopisov in nekatere revije imajo tudi svoje spletne strani, preko katerih lahko uporabniki dostopajo do želenih (športnih) vsebin. Radijsko-televizijsko športno novinarstvo se kaže v športnih poročilih, športnih oddajah, kot sta televizijski Športna scena in Š ter radijsko nedeljsko športno popoldne na Valu 202, v neposrednih športnih prenosih tekem, prvenstev itd. Treba je poudariti tudi razliko med elektronskimi in tiskanimi mediji: prvi so namreč veliko bolj ažurni, kar pomeni, da lahko prejemniki dosti prej dobijo željeno informacijo, kot je to ob izdaji tiskanih medijev; dokaz za to so nekatere, zgolj spletne športne strani: <http://www.slosail.com/>, <http://www.bicikel.com/>, slovenski nogometni portal <http://www.slo-nogomet.net/> ... in številne spletne strani medijev s posebno rubriko šport: <http://www.rtv slo.si>, <http://www.delo.si>, <http://www.24ur.com> itd.

Po ugotovitvah Moharjeve (1999) v slovenskem tisku ugled športnega novinarstva ne raste, kot se to dogaja v zahodnih državah. Ob pomanjkanju strokovnosti in družbene naklonjenosti se ne more znebiti oznake zgolj razvedrilnega tipa novinarstva. Kot na primer navaja, so le redki sposobni avtorji športnih tekstov v slovenskih tiskanih medijih postavljeni ob bok kolegom iz drugih področij. V poglobljeni, analitični in razmišljujoči Sobotni prilogi časnika Delo najdemo članke s športno vsebino zgolj v izjemnih primerih (olimpijska kolajna ali podoben vrhunski rezultat slovenske športnika, polemika v športni zakonodaji, škandali ...) Za primerjavo je športno pisanje v Veliki Britaniji osredotočeno predvsem na zasebno plat, medtem ko ima ZDA tradicijo literarnega pisanja, ki šport uporablja kot sredstvo razumevanja in definiranja ameriškega mita in identitete (Boyle, Haynes, 2000: 20).

Športnemu novinarstvu (tako kot tudi drugim vejam novinarstva) kvarijo ugled tudi negativni pojavi, ki se manifestirajo skozi šport in zmanjšujejo ugled športno

novinarski dejavnosti. To so nacionalizem in rasizem, izraba športa v politične namene, manipulacija s športniki in z občinstvom, pomanjkanje demokratičnosti ... (Žibrat, 1997: 8).

4.2.2. VRSTE ŠPORTNEGA NOVINARSTVA

Rowe (v Boyle, Haynes, 2000) definira štiri vrste športnega novinarstva;

- 1) »hard news« - resne novice vsebujejo rezultate, analize in objektivni opis dogodka,
- 2) »soft news« - mehke novice so govorice o zvezdnikih s poudarkom na posameznikih: trenerji, igralci, menedžerji ... poudarek je na oboževanju junaka in je glavno gonilo konstrukcije in ponovno potrjevanje statusa zvezdnitva,
- 3) ortodoksna retorika; v ospredju je avtorjev subjektivni pogled; velikokrat nekdanji športniki nastopijo kot strokovnjaki pri določenem časopisu; ta oblika poročanja sprejema politiko športa; govori o škandalih v zakulisju športa,
- 4) refleksivna analiza se ukvarja s športno problematiko, kritično obravnava fenomenologijo športnih praks; avtor obravnava svoj odnos do športa v psihološkem, moralnem in ekonomskem smislu, da bi opredelil položaj športa v družbi. Takšno pisanje se redko pojavi na športnih straneh.

Našteti tipi športnega novinarstva veljajo predvsem za tiskane medije, čeprav jih lahko prenesemo tudi v elektronske. Glede na vrsto medija Jankovski (1981 v Plesec, Doupona, 2002: 80) navaja naslednje oblike sporočila, specifične za šport;

- prva oblika je značilna za televizijo, kjer se sporočilo prenaša med trajanjem športnega dogodka. TV-gledalec ima možnost, da vidi samo tisto, kar mu prikazujejo na zaslonu ... TV-gledalec ima možnost, da ob istočasnem spremljanju neposrednih in posrednih informacij v času trajanja športnega dogodka vsaj delno primerja, svoje mišljenje z mišljenjem komentatorja,
- druga oblika sporočila je radijska in v primerjavi s TV-prenosom (in ogleda v živo) tukaj ne moremo govoriti o neposredni informaciji. Danes gledalci večkrat spremljajo športne dogodke istočasno po TV in radiu,

predvsem zaradi vloge komentatorja. Tip sporočila preko radia je po nekaterih ugotovitvah »imaginarni športni teater«,

- tretja oblika sporočila so tiskani mediji. Informacije, ki jih dobimo preko njih, so najstarejša oblika obveščanja o športnih dogodkih. Kljub prepričanju nekaterih, da se bo s pojavom elektronskih in vizualnih medijev najstarejša oblika obveščanja marginalizirala, se to ni zgodilo.

Športno novinarstvo (in novinarstvo nasploh) je torej dejavnost, ki ustvarja proizvode – artefakte. Ključno vprašanje, ki sem si ga zastavila kot rdečo nit diplomske naloge, je, kako novinarji in pisci športnih člankov pripovedujejo o športniku, njegovem uspehu, vsakdanjem življenju, skratka zgodbo, ki je postavljena v določen okvir. Kar ljudje počnejo s svojim govorjenjem in pisanjem, kar skušajo doseči, je po Burr (1995) "performativna odlika diskurza".

5. DISKURZ

Diskurze lahko iščemo v medijskih tekstih², ki večinoma ne vplivajo s posredovanjem dejstev, torej informacijami, niti z vrednotami, ki jih sporočajo – torej niti opisno niti predpisovalno, temveč s svojo poetično funkcijo. Torej kar sporočajo posredno: ideje, sporočane skozi medijske izdelke in vsebine. Ideje o (Ne)Slovencih, toleranci, superiornosti, demokratičnosti ...

Medijske naracije tako vplivajo na same klasifikacijske kategorije, torej ne na to, kaj občinstvo misli o določenem izseku sveta, temveč na sam način njegove organizacije sveta. Vsako naracijo lahko teoretično razdelimo v dva dela: na »zgodbo«, torej, »kaj se je komu zgodilo«, in »diskurz«, to je, »kako je ta zgodba pripovedovana«. Torej je diskurz konceptualni okvir, znotraj katerega zgodbo pripovedujemo, pri tem pa uporabimo narativno tehniko. Gre za vrsto pomenov, podob, zgodb, trditev, reprezentacij, ki skupaj proizvajajo posebno verzijo pojavov, dogodkov in obenem oblikujejo objekte, o katerih govorijo.

² Burr uvršča pod tekst vse, kar se lahko razbere kot pomen in je manifestacija enega ali več diskurzov; tovarne govorijo o industrijski revoluciji, oblačila in uniforma o razrednem položaju, statusu, spolu ... Vse okrog nas, tudi življenje, lahko smatramo kot tekst (Burr, 1995).

Ker vsak medij drugače upoveduje določen dogodek, predvsem odvisno od naravnosti medija (na primer razvedrilni, informativni medij) in njegovega občinstva (na primer družinska, ženska, športna revija), lahko z uporabo različnih retoričnih in narativnih strategij v tekstu aktualiziramo različne diskurze. Pri tem nas zanima kulturna podlaga, ki o pripovedovalci izberejo, da bi občinstvo obdržali na izbranem terenu, in kaj predpostavljajo o svojih bralcih (Luthar 1998: 58-181).

5.1. DISKURZ IN IDENTITETA

Po Van Dijku (1993: 8) pri konstrukciji nacionalne identitete najvidnejšo vlogo odigrajo diskurzi, ki določajo t. i. mainstream mišljenje. To izvira iz petih elit, in sicer novinarjev, politikov, piscev šolskih knjig ter učiteljev, znanstvenikov in menedžerjev. Medijski diskurz tako ponuja in vzdržuje osebe, dogodke, mite, krepki ceremonije in rituale, v katerih posamezniki sodelujejo, in jim omogoča identifikacijo (Pušnik, 1999: 799).

Medijski diskurz v zavesti prejemnikov ustvarja podobo domovine, ko skuša v posameznikih zbuditi posebna čustva, ki naj bi jih posamezniki gojili do domačega ozemlja oz. določenih krajev. Po raziskavah Kučanove (1998: 126) slovensko ozemlje največkrat označujejo gorska krajina s Triglavom, vzorci njiv in travnikov s kozolci, cerkvice na vzpetinah, mesta Bohinj, Bled, Piran ter Logarska dolina. S temi podobami medijski diskurz krepki simboliko slovenskega ozemlja, ki je prav tako pomembna za konstrukcijo nacionalne identitete. Identiteto konstruirajo naši kulturi dostopni diskurzi, ki si jih v komunikaciji z ljudmi orisujemo. Vsaka od komponent identitete, kot so starost, razredna pripadnost, etničnost, spol, seksualna orientiranost itd. je konstruirana skozi obstoječe diskurze v določeni kulturi in tvori strukturo posameznikove identitete (Burr, 1995: 51). Naša subjektiviteta in naše identitete so konstruirane na podlagi diskurzov, ki so nam na voljo (diskurza materinstva, romantične ljubezni, šovinizma, avtoritete itd.). Če nastopa popularna kultura po eni strani v vlogi ponudnika identitet, predstavlja po drugi strani prostor legitimiziranja različnih oblik družbenega razlikovanja (Luthar, 1998: 8).

Dialektična narava nacionalne identitete se izraža glede na njene definicije, tako podobnosti kot razlik. Narod naj bi se opredeljeval kot različen od drugih narodov skozi uporabo stereotipov, simbolov in praks (tudi športa), ki ustvarjajo vtis kulturne

posebnosti. Proces definiranja naroda na podlagi razlikovanja se tesno nanaša na njegove vladajoče možnosti. Diskurzi, ki uporabljajo pojme »mi«, »nas« in »naš« z namenom določanja nacije, so postali naturalizirani in samoumevni. Posledično postane narod vseobsegajoč koncept, ki zavrača in marginalizira druge obstoječe kulturne identitete. Kritika zunanjih »drugih« se uporablja za vzpodbujanje nacionalne identitete in zakrivanje njenih hegemonskih odnosov (Andrews, Jackson, 2001: 168).

5.2. MEDIJSKA REPREZENTACIJA

Pojem reprezentacije se po Swanson (v Luthar, 2001/02: 9) nanaša na način, kako podobe in jezik ustvarjajo pomene, glede na niz konvencij, ki so znane tako proizvajalcu-mediju kot prejemniku-občinstvu. Te konvencije proizvajajo določene pomene; splošno znanje, zdravorazumsko mišljenje, verovanja in odnosi v popularni družbi so del konteksta pomena, s katerim se reprezentacije ustvarjajo in krožijo v družbi.

Reprezentacija v medijih je ustvarjena praksa. Dogodki in ideje v medijih niso posredovane nevtrarno, ker se morajo prenesti skozi določen medij. Ta ima svojo strukturo in značilnosti, ki so že prežete z družbenimi vrednotami, ki dajejo potencialen pogled na dogodke (Fowler, 1991: 25). Ali drugače, o tem, kakšni so ljudje in kako naj bi bili razumljeni, že obstajajo ideje v naši kulturi. Tako z dajanjem pomena zaznavamo sebe in svoje mesto v odnosu do drugih. Ti pomeni in odnosi so reproducirani v reprezentacijah, način njihove konstrukcije pa je enako pomemben kot ideje in pomen, ki jih reprezentacije odražajo. Če pogledamo medije kot reprezentacijo, lahko proučimo tekoče, aktualne verzije, elemente, ki se ponavljajo v njih, in odnose do zdravorazumskih definicij, ki si jih pridobimo kot participanti kulture. S proučevanjem zgodbe, vizualnih struktur, vloge ali česar koli drugega dobimo način, preko katerega so nam pomeni namenjeni, pri tem pa igramo tudi sami aktivno vlogo, saj te načine pri sebi zaznavamo.

5.2.1. REPREZENTACIJE IN DISKURZ KOT REALNOST

Določeni diskurzi in načini reprezentacije realnosti so splošno sprejeti v obliki zdravega razuma. Ko govorimo o popularni kulturi, lahko diskurz razumemo kot

področja zdravega razuma, ki temeljijo na vrsti artikuliranih predpostavk in vrsti možnih oz. verjetnih subjektivnih položajev (Luthar, 1998: 173). Pri tem je načelo vsakega diskurza resničnost, ki je lahko težavna; če o kateremkoli objektu govori več diskurzov, nimamo zagotovila o njihovi resničnosti ali napačnosti; vsi so očitno enakovredni, čemur pravimo težava relativizma. Ta prihaja do izraza takrat, kadar želimo reči, da so konkretne stvari (ekonomija, telo itd.) realne in imajo realne učinke, neodvisne od jezika (Burr, 1995: 60-61).

Teme medijske reprezentacije govorijo o moči in položaju v družbi. Posameznikova ali možnost skupnosti, da sta predstavljena natančno v medijskem diskurzu, je povezana z domnevo o prilastitvi moči medijev, ki lahko oblikuje in spreminja javno mnenje. V televizijskih komedijah in dramah je to podano z uporabo stereotipov v smešne in dramatične namene kot kulturno stenografijo oz. zapise kulture (Boyle in Haynes (2000: 112).

5.3. ŠPORTNI DISKURZ

Šport kot sinonim za razvedrilo in zabavo se ne more postavljati ob bok resnim informacijam. Vendar časopisi, revije in knjige s pomočjo vizualnih medijev definirajo njegov socialni in politični položaj v družbi.

Odnos medijev z modernim športom je pripomogel k spremembi našega pojmovanja tega področja popularne kulture. Medijski šport je lahko pomembna kulturna arena, kjer se ideje različnih vidikov družbenih odnosov naturalizirajo. Danes večino športne kulture do določene mere posredujejo televizija, radio ali tiskani mediji. V tem procesu transformacije diskurzi o identiteti niso posredovani oz. transformirani, ampak so v večini primerov lahko konstruirani, ali če je politična ali ekonomska situacija primerna, celo iznajdeni (Whannel in dr. v Boyle, Haynes, 2000: 147).

Telesne prakse športa lahko prevzamejo tudi simbolne pomene, ki nato postanejo del repertoarja nacionalnega državnega diskurza. Športniki so tem diskurzom podvrženi oz. jih oblast sprevrže v idealne pripadnike in vzornike nacije. Uspešnost posameznega športnika je lahko prenesena na vsakega pripadnika nacionalne zamišljene skupnosti. Športniki torej funkcionirajo kot možna mesta v diskurzu, na

katera se lahko identificirajo vsi ostali pripadniki zamišljene nacionalne skupnosti (Starc, 2003: 77).

Nadzorovani športni diskurzi imajo pomembno vlogo pri reprodukciji, naturalizaciji in celo konstrukciji vrednot, odnosov in včasih predsodkov, ki krožijo v širši družbi. Po Hargreavesu (v Boyle, Haynes, 2000: 87) oblike športnega diskurza konstituira nekatere osnovne pojme življenja: uspeh in polom, dobro in slabo vedenje, ambicija in dosežek, disciplina in napredek. Velikokrat bo medijski šport reproduciral, utrdil in celo normaliziral značaje in vrednote v sferah političnega in kulturnega življenja.

6. ŠPORTNE OSEBNOSTI

V poglavju o športnem novinarstvu so bili obravnavani medijski izdelki in vsebine iz športnega področja. To niso samo goli športni rezultati, pač pa tudi različne analize, poglobljene vsebine o športni problematiki, subjektivne poglede in tudi »soft« novice, kamor spadajo vsebine o posameznikih, ki imajo vlogo v športu, najsi gre za trenerje, menedžerje, športnike ... Danes veliko športnikov poznamo po imenu, se seznanimo z njihovimi značilnostmi in tudi dosti časa namenimo za razmišljanje in pogovor o njihovem življenju.

Prav ta poseben odnos do športnih zvezd, ki jih pravzaprav nikoli nismo srečali, kaže na pomemben kulturni vzorec v moderni družbi, ki povezuje ljudi in šport preko medijev na sebi lasten način (Doupona in Petrovič, 2000: 176).

Ker so torej športne osebnosti na nek način nam nedostopne na osebni ravni (seveda jih lahko vidimo v živo na kakšni tekmi, na ulici itd.), nam predvsem mediji omogočijo stik z njimi in informacije o njih. O športnih akterjih ter njihovih funkcijah za tisk in radiotelevizijo je Whannel povedal naslednje: »Kot zvezdniki so nosilci nastopanja v zabavni industriji; kot osebnosti zagotavljajo individualizacijo in personalizacijo, skozi katero mediji ohranijo občinstvo; in kot karakterji so nosilci športne zgodbe-naracije.« (Whannel v Boyle, Haynes, 2000: 91)

6.1. ZGODBE O ŠPORTNIKIH

Ko imamo pred sabo olimpijskega zmagovalca ali svetovno prvakinja (sploh v športu, ki je v naši družbi cenjen), nam naenkrat podatki o njegovi/njeni športni poti niso dovolj. Naš/a junak/inja nas začne zanimati predvsem kot oseba, kot povprečen človek s svojimi radostmi, konjički, težavami, predvsem pa s svojim zasebnim življenjem. Sistem športnega zvezdnitva (Boyle, Haynes, 2000: 92) vzpostavlja vrsto junakov in podležev z namenom ustvarjanja zgodb. Z ustvarjanjem ali odsotnostjo se zasebno življenje športnika zbližuje z njegovo javno osebnostjo in ga tako prikazuje kot državljana in družinskega člana ali padlega junaka in pomanjkljivega posameznika. »Pokrivanje« slavnega športnika vpliva na konstantno pripovedovanje o njegovi avtobiografiji, v čemer se kaže znana medijska naracija – vzpon in padec športne zvezde. Športni mediji torej delujejo v cikličnem procesu slavljenja, kaznovanja in odrešenja športnika. Primer tega je David Beckham in način, kako se njegova zgodba dograjuje - od svetnika do grešnika in spet nazaj – tako se ta proces nadaljuje v hitrem pokrivanju sodobnih športnih zvezd.

Po Lutharjevi (1998: 176) so t. i. feature zgodbe o osebnostih tiste, ki imajo predvsem promotivno funkcijo, ki prevladuje nad dokumentarno ali reprezentacijsko. Konstrukcija osebnosti in politike stilov na različnih področjih vsakdanjika je značilnost novih medijev in sama po sebi zahteva narativizacijo, saj v svojem zunanem svetu nima referenta, na katerega bi se lahko objektivistično oprla; brez zgodbe torej ni medijske teme, potemtakem ni novega sloga oz. nove osebnosti in s tem komercialne promocije.

O ustvarjanju športnih idolov Anton Trstenjak (1987) pravi, da šport s svojo obrednostjo in simboliko, ki je v njej, zlasti pa s postopnim kultom športnih junakov ustvarja poseben religiozno-kulturni, se pravi numinozno ubran svet. To je resnična ustvarjalnost, ki sredi sekularizirane moderne družbe nehote ustvarja nov religiozni svet na drugi, vsekakor doslej neimenovani, nepoznavni ravni. To je pač kult »svetega«, ki ga šport trga z neba in vnaša v sekulariziran svet. Pravzaprav je to kult človeka samega, ki ga hoče dvigati v božanski svet, ne kult Boga; je samo kult božanstva, ki pa je v človeku. Šport hoče z numinoznim kultom svojih herojev potrditi

in uresničevati, ustvarjati človeka samega. Uresničevanje ali ustvarjanje samega sebe je že kar geslo modernega človeka.

6.2. IDENTIFIKACIJA Z IDOLOM

Športne zvezde lahko zapolnijo vrzel v posameznikovem dejanskem socialnem svetu. Mediji pogosto služijo kot direkten nadomestek socialnim dejavnostim. Če je socialni položaj nezadovoljiv, oseba to kompenzira z umetno družbo. Ker le ta napade človekovo fantazijo, medijske osebe vplivajo tudi na ekonomsko in politično obnašanje ter na strukture vseh vrst sprejemanja odločitev. Ta povezanost z medijskimi liki ima zapletene pozitivne in negativne posledice, saj vpliva na norme, cilje, odnose in skozi to na vpliv socialnega vedenja (Doupona, Petrovič, 2000: 178). Športniki so izjemno gledani in gledljivi objekti identifikacije, identifikacijski procesi se intenzivirajo ravno z vzročnimi učinki na relaciji športnik – gledalec. Gledalec ob gledanju športnika namreč interpelira v objekt (sekundarne imaginarne) identifikacije in se v tem procesu vživlja v športno igro, pri čemer doživlja ugodje ravno zaradi identifikacije (Vodeb, 2000: 32-74). Da bi nas določena medijska stvaritev pritegnila, mora medijska reprezentacija vsebovati aspekt, ki ga prepoznamo ali ga želimo najti zase, nekaj, kar nam bo nudilo užitek.

Identifikacija z zgodbo in njeno utrjeno kozmologijo pomeni najpomembnejše zadovoljstvo ob recepciji popularnih besedil (Luthar, 1998: 178). To se pravi, da šport sprejemamo z užitkom ali prek popularnih besedil, s spremljanjem v živo ali celo z aktivnim ukvarjanjem s športom. Vzrok za to so največkrat športni junaki, ki nam predvsem s svojim uspehom približajo šport. Proces identifikacije konstituira način, kako razumemo in definiramo sebe preko drugih: prijateljev, staršev, popularnih figur itd. Pri reprezentaciji se ta naša podoba konstruira skozi vlogo določenega karakterja v zgodbi, pri čemer se identificiramo z njegovimi mislimi, občutki, reakcijami itd. in tako prepoznamo značilnosti, pripisane določeni osebi, v svojem socialnem kontekstu (Swanson v Luthar, 2001/02: 9)

Analiza novinarskih žanrov kaže potrebo občinstva po ustvarjanju junakov in ugotavlja, kakšni so interesi gledalcev do medijskih junakov in zvezd; zelo analogni so namreč tistim v resničnih socialnih zvezah. Sprejemniki označujejo medijske osebe, ki jih še niso srečali, kot bi bili z njimi intimno povezani in v nekem smislu tudi

so: oni vidijo dosti medijskih junakov kot očetovsko figuro, model-idol ali prijatelja (Doupona, Petrovič, 2000: 177).

7. JEZIK TISKANIH MEDIJEV

Pri konstrukciji določene osebnosti in vzpostavljanju diskurza ima pomembno vlogo jezik, ki po Bergerju in Luckmanu (v Praprotnik, 1999: 52) zagotavlja možnost za stalno objektivizacijo našega razvitega izkustva, ker pa je zelo ekspanziven, dopušča objektivizacije različnih izkustev našega življenja. Jezik ta izkustva tudi tipizira tako, da jih s pomočjo splošnih kategorij povzemamo v izrazih, ki imajo pomen tudi za druge. S pomočjo jezika se lahko v vsakem trenutku aktualizira celoten svet, saj jezik ni sposoben samo konstruiranja simbolov, ampak te simbole vključi kot objektivno realne elemente v vsakdanje življenje. Simbolizem in simbolni jezik na ta način postaneta ključna konstituenta realnosti vsakdanjega življenja in zdravorazumskega razumevanja te realnosti.

Besede in z njimi povezan govor so torej zelo primeren instrument reprodukcije predstav, verjetij in odnosov, saj jih zaradi njihove lastne materialnosti samoumevno sprejemamo kot zanesljiv »kanal« za prenašanje resnic (Forrester, 1996: 117). Jezik nam zagotavlja osnovo za razumevanje sebstva in osebne identitete, zato je pomembna njegova struktura, sestavljena iz številnih diskurzov (Burr, 1995). Pomembno je tudi, da tekst deluje v skladu s kulturnim kontekstom, kar pomeni, da je ustvarjen z določeno kulturo in deluje po načelih njenih vrednot (Reah, 1998: 55).

Uporabo jezika v tekstu vedno konstituirajo družbene identitete, družbeni odnosi ter sistemi znanja in verovanja. To se pravi, da vsak tekst doprinese k oblikovanju teh vidikov družbe in kulture (Fairclough, 1995: 55).

Teksti iz časopisov so pomembni, ker velikokrat iz posebne točke pogleda zagotavljajo serijo utrinkov našega življenja in kulture. Takšni teksti predstavljajo in v določeni meri ustvarjajo ali vsaj vplivajo na vidike naše kulture in družbe.

Jezik v tiskanih medijih je uporabljen za oblikovanje idej in verjetij, zato sama vsebina časopisnih člankov ni dejstvo, ampak predvsem ideja, oz. širše povedano, predstavlja verjetja, vrednote, teorije, predpostavke, ideologije. Jezik potemtakem ni

nevtralen, ampak visoko konstruktiven mediator, ki je v časopisju uporabljen kot ideološka praksa reprezentacije, hkrati pa jezik vzpostavlja in organizira mentalno reprezentacijo za naše izkušnje). Vsaka oblika jezikovnega izražanja v tekstu – besedje, sintaksa itd. – ima svoj razlog. Vedno obstajajo različni načini, kako govorimo o isti stvari in to niso naključne alternative. Razlike v izražanju nosijo ideološko razlikovanje (in razlike v reprezentaciji) (Fowler, 1991: 2-4).

Medijski izdelki in vsebine prihajajo iz kulture, ki jih ustvarja, pri tem je pomembna obravnava jezika, ki ga posamezen medij uporablja. Vse, kar je na primer napisano v časopisu, gre skozi proces prenosa jezikovnega medija. Prenos skozi jezik skoraj nujno prinaša vrednote v sporočilo; jezik kopiči svoje lastno emotivno in kulturno gradivo. Če ima na primer določena kultura malo spoštovanja do določenih skupin ali konceptov verovanja, potem bo tudi jezik odražal takšen odnos do teh skupin in konceptov. Ko se bo o tem pisalo, bodo bralci izoblikovali odnos glede na način jezika, ki obravnava te teme (Reah, 1998: 53-55).

7.1. JEZIKOVNA SREDSTVA V TISKU

V naslednjih podpoglavjih razdelujem pomen jezikovnih sredstev, ki mi bo v pomoč in razlago pri analizi.

7.1.1. TEKST IN KONTEKST - (PO)IMENOVANJA, (NE)FORMALNOST

Uporaba vzdevkov lahko ponazarja prijateljstvo in naklonjenost. Drugo sredstvo jezikovnega registra je imenovanje (elitnih) oseb z lastnimi imeni, ljubkovalno s pomanjševalnicami, kar konotira neformalnost – »poskočni Zlatko« (Luthar 1998: 160-162). Imena, pomanjševalnice (Di za Diano) in vzdevki ponazarjajo neformalnost in intimnost »face-to-face« diskurza (Fowler, 1991: 63)

Sistem poimenovanja lahko z manipuliranjem ustvarja posebne efekte. Imenovanje je koristno pri predstavljanju določenega odziva občinstva. Drug način, s katerim imenovanje ustvarja določeno ideologijo, je v predstavitvi odnosov do določene družbene skupine.

En vidik izbire besed je tudi opis, ki je lahko del strategije poimenovanja. Opis se lahko dodaja tudi s spreminjanjem samostalniške fraze in z uporabo pridevnikov; z dodajanjem podrobnosti želi pisec ustvarjati podobo (Reah, 1998: 57-62).

Konvencije imenovanja in naslavljanja "TI-VI" vključujejo osebne zaimke, za katerimi stoji ideološki konstrukt moči in solidarnosti. Oblika »ti« se uporablja v nagovarjanju nadrejenih podrejenim, v tesnih razmerjih, »vi« pa je oblika naslavljanja med ljudmi, ki se srečajo prvič, ali v formalnih okoliščinah ali kadar med ljudmi velja določena distanca. Sistem naslavljanja je torej reprezentacija družbenih odnosov, ki kot del mehanizma reproducirajo zakone moči (Fowler, 1991: 35). Takšna imenovanja nakazujejo formalnost ali familiarnost (Van Dijk, 1988: 25). Neformalnost se vzpostavlja z uporabo govornega jezika v pisanem mediju; besede pišejo, kot se izgovarjajo in tako vzbujajo vtis neformalne pogovornosti, različni tipografski poudarki in jezikovna sredstva, kot so pomišljaji med izjavami ali pikice na koncu stavka, lahko konotirajo dvom in dajejo bralcu možnost, da sam pove konec zgodbe ali zadnjo besedo. Stavki so kratki in nepopolni, saj so manj odvisni od klasične sintakse (Luthar, 1998: 160-162).

7.1.2. JEZIKOVNE PRVINE, KI NAKAZUJEJO ENOTNOST

Obnovitve v novinarskih besedilih, predvsem v komentatorski vrsti, so vrsta aktualizacije, ki se glede na izbiro sestavin delijo na obnovitve klišejev in obnovitve vzorcev (v vsaki skupini sta še podskupini ponovitve klišejev in ponovitve vzorcev. V obnovitve klišejev štejemo splošno znana rekla, rečenice, pregovore, frazeologeme, k obnovljenim vzorcem pa znane izreke, znane naslove literarnih, filmskih in drugih del. Najvažnejša karakteristika frazeologemov, v katerih se velikokrat najdejo ljudski, je, da so kot sestavina slovenskega besednega zaklada splošno znani.

Ko je v poročevalskem besedilu izraz, ki je zemljepisni, narodnostni, družbenopolitični, kulturno-zgodovinski ipd. kazalnik, s katerim se naslovniki sporočila lahko poistovetijo v smislu tukajšnjosti in zdajšnjosti, so navezniki na besede tega kazalnika v 1. osebi osebnih in osebnosvojilnih zaimkov in lahko kažejo na skupni sporočanje slog (SSK). Poistovetenje je tukaj izkustveni postopek, temelječ na vključevanju. Tvorec besedila upošteva, da naslovnik kazalnike točk na

zemljepisnem področju vključuje v pojem "dežela/država/ozemlje, ki mu pripadam kot naslovnik tega sporočila, tega SSK: *moja* dežela (država, ozemlje)"; pretvorba *moja* v *naša* izhaja iz vedenja, da se sporočilo ne nanaša na enega naslovnika, ampak na množico naslovnikov (Korošec, 1999: 124-172).

Za osredotočanje na enotnost, enakost oz. različnost in originalnost so pomembni pomeni jezikovnih prvin:

- osebna referenca; na primer antroponomni rodovni pojmi (etnične oznake) in osebni zaimki ("mi" in "oni"),
- prostorska referenca; toponimi/geonimi (imena krajev) in prostorska referenca, konstruirana skozi osebe ("z nami"),
- začasna referenca; na primer začasni predlog in časovni prislovi ("pred davnimi časi").

(Wodak, 1999: 35 v Barker, Galasinski, 2001: 126-127)

7.1.3. PRIPISOVANJE VLOG

S spodnjimi načini in besedami se opisujejo vloge, prikazuje določeno osebo in njene lastnosti ter prednosti:

- neposredno poimenovanje,
- uporaba modalnih glagolov in samostalniških fraz,
- pridevniški opisi,
- izbor glagolov za opis akcije in procese, pripisane tej osebi.

Informacije, ki jih dobimo z opisnimi pridevniki in modalnostjo samostalniških fraz, uvršča ženske v določene vloge; vlogo mame, v odnosih do moških (ljubica, njegova), v odnosih do svoje zunanosti (seksi, lepa) in kot žrtve (žalostna žena). Včasih pa v odnosih do kariere.

Z uporabo metafor in igro besed se pokaže, kako so določene skupine, ljudje obravnavani v člankih; ali določen izbor besed vpliva na ideologijo kot protiutež določeni skupnosti (Reah, 1998: 63-70).

7.1.4. VZPOSTAVLJANJE KONSENZA

Celotna populacija pristaja na določen izbor verjetij. Konsenz predpostavlja, in v kriznih obdobjih potrjuje, da v skupini ni razlike v interesih in vrednotah populacije ali institucije (Fowler, 1991: 49).

Časopisni govor imitira govorno dialoško komunikacijo in s tem vzpostavlja iluzijo konsenza tudi z umeščanjem besedila v čas in prostor; značilne so indikacije oseb »naši novinarji so se za vas odpravili«, »v naši redakciji je zazvonil telefon« .

Psevdointimni jezik ali popačeni dialog je sredstvo, s katerim popularni diskurz (bodisi populistični politični jezik, rumeni dnevni tisk ali popularna ženska revija) ustvarja in ohranja iluzijo konsenza »enotnega naroda«, iluzijo obstoja »navadnega poštenega Slovence« ali »običajne slovenske ženske«. Za vzpostavljanje tega konsenza je torej treba imitirati dialog med govorcem in bralcem, za to pa so odločilni oralni modeli v besedilu. Ti so jezikovno sredstvo, s katerim je mogoče vzpostavljati iluzijo konsenza glede osnovnih predpostavk družbenega življenja, ki se tičejo teme besedila (Luthar 1998: 157-158).

8. ANALIZA TEKSTA

S prejšnjimi poglavji sem zaobjela teoretični del diplomske naloge, ki ga bom sedaj skušala dokazati s praktično analizo besedil. Kako torej avtorji besedil vodijo bralce skozi diskurz o slovenskem športniku in z njegovimi karakteristikami ustvarjajo podobo, s katero se bralci (Slovenci) enačijo oz. dobijo vpogled v slovenski nacionalni karakter.

Za pristop k takšnemu načinu raziskovanja, sem izbrala diskurzivno analizo.

8.1. DISKURZIVNA ANALIZA

Glavna načela diskurzivne analize po Wodaku (v Titscher, 2000: 146):

- ukvarja se z družbenimi problemi in ne z rabo jezika samo po sebi,
- ukvarja se z močjo v diskurzu in nad njim,
- družba in kultura oblikujeta diskurz in obratno,
- raba jezika je lahko ideološka,

- diskurz je mogoče razumeti le v kontekstu,
- tekst in družba sta povezana posredno,
- analiza diskurza je razlagalna,
- diskurz je oblika družbenega vedenja.

Analiza medijskega teksta nam pomaga odkriti, kako deluje določen diskurz znotraj teksta oz. skozi lingvistične in retorične pripomočke (Burr, 1995: 184). Tekst tako najprej razstavimo, da odkrijemo protislovja in metafore, ki nosijo določen pomen ali podobe, nato ugotovimo, kateri načini razmišljanja so v ospredju in kateri izpuščeni, potem pa raziščemo še posledice diskurza. Van Dijk (v Pušnik, 1999: 801) pa za analizo poudarja naslednje elemente: naslovi, teme ali topike, struktura besedila, citati in viri, pomen in ideologija, stil in retorika.

Če na primer analiziramo stavek v tiskanem besedilu, se lahko osredotočimo na tri vidike in njihovo artikulacijo:

- določene reprezentacije ali rekontekstualizacije družbene prakse – ki morda narekuje določeno ideologijo,
- določene konstrukcije avtorjeve ali bralčeve identitete (v smislu, kaj je poudarjeno – naj bo to položaj in vloga vidika identitete ali individualen in osebni vidik identitete),
- določene konstrukcije odnosa med avtorjem in bralcem (na primer formalno – neformalno)

Intertekstualna analiza teksta je v primerjavi z jezikovno analizo bolj interpretativna; jezikovni pojavi v tekstu zagotavljajo dokaze, ki jih intertekstualna analiza uporabi za svojo interpretacijo – ki je kulturna interpretacija v smislu postavljanja določenega teksta v izbrušeno kulturo, ki jo konstituira mreže diskurzov. Tako je analitik bolj odvisen od družbenega in kulturnega razumevanja (Fairclough, 1995: 58-61).

Pri analizi se navezujem na prejšnja poglavja, v katerih sem obravnavala identiteto in slovenske značilnosti, predvsem v navezavi s športom in njihove reprezentacije v medijih. Zato sem bila pozorna na naslove člankov in tiste elemente besedila (stavki, besede), ki določajo lastnosti športnikov, jim dodeljujejo vloge ter jih stereotipno zaznamujejo s tipičnimi slovensko-športnimi značilnostmi. V analizo sem vključila dobitnike medalj na OI v Atenah 2004 Urško Žolnir, Vasilija Žbogarja, Iztoka Čopa in Luko Špika, Jolando Čeplak ter tiste športnike, ki sicer niso osvojili kolajn, vendar so

dosegli vidne in pomembne rezultate. V obdobje proučevanja športnih člankov iz treh tiskanih medijev sem poleg samih OI (od 13. do 26. avgusta 2004) vključila tudi obdobje pred samo športno prireditvijo in po njej, torej skupno 6 tednov. Obdobje pred OI v novinarskih člankih odraža predvsem stanje pričakovanja slovenske javnosti, strokovnih mnenj in napovedi. V času OI se ta pričakovanja nato uresničijo ali ne. Nekateri slovenski športniki so tako dosegli uspehe, ki so se nato odražali tudi v novinarskem pisanju. Po zaključku prireditve je osrednja tema predvsem vračanje »junakov« in njihovi stiki z javnostjo in mediji.

Pri analizi si prav tako pomagam z identificiranjem okvirov predstavitve dogodkov, (Klein, 1998: 82). Z njim namreč novinarji v besedilih izpostavijo subjektivno izbrani vidik zaznave realnosti in s tem poudarijo določeno definicijo problema, vzroke, vrednotenje in priporočila razumevanja. Ti okviri se pojavijo na dveh ravneh; kot mentalna načela pri proizvodnji novic in kot značilnosti novinarskih besedil. Odražajo se v ključnih besedah prispevkov, metaforah, simbolih, zasnovah in drugih besedilnih in vizualnih enotah.

8.2. PREDSTAVITEV PROUČEVANIH TISKANIH MEDIJEV: DELO, EKIPA, JANA

Športni članki, pri čemer me najbolj zanimajo interpretativne zvrsti, kot so portreti, komentarji, poročila, skratka avtorjev subjektivno podan prikaz športne osebnosti, so iz treh tiskanih medijev, pri čemer gre za dnevni časopis, športni dnevnik in družinsko revijo. Članki vključujejo obdobje 6 tednov, tj. pred, med in po koncu OI (okvirno je to od 6. 8. 2004 do vključno 21. 9. 2004).

Časnik Delo, osrednji časnik s pregledom informativnega dogajanja doma, po svetu in z rubrikami razvedrila, med katere sodi tudi športna rubrika. Je resen časopis, ki ga bere večina (izobraženih) Slovencev. Drugi je športni dnevnik Ekipa, ki se ukvarja le s športnim pregledom doma in v tujini, poudarek je na nogometu in športnih rezultatih, intervjujih, analizah, komentarjih, ki kažejo domačo in tujo športno podobo. Ekipa je specializiran časopis za šport, ki ga berejo predvsem športno usmerjeni bralci oz. tisti, ki jih šport zanima ali jih kakorkoli zadeva. Tretji medij je tedenska družinska revija Jana, ki obravnava (tudi) aktualne teme z nekoliko poudarjenim socialnim čutom, t. i. human interest stories, vsebino polnijo tudi intervjuji z znanimi osebnostmi, gospodinjski nasveti, razvedrilo itn. Jana za razliko od Dela in Ekipe

nima posebne športne strani, prevladuje večinsko žensko bralstvo, saj je nekoč bila tudi ženska revija. Prav zaradi tega me zanima, kako članki o športnikih in športnicah naslavljajo bralke in bralce.

Tako sem izsledke svojega proučevanja razvrstila v skupine glede na:

- reprezentacije in diskurz o slovenstvu, identiteti in s tem povezanimi pojmi,
- reprezentacije slovenskih značilnosti,
- ustvarjanje podobe športnikov in športni diskurz.

8.2.1. Reprezentacije in diskurz o slovenstvu, identiteti in s tem povezanimi pojmi

- **Slovenija, slovenski**

Kakor omenjata Boyle in Haynes, je šport ena redkih kulturnih oblik, ki kaže na določene nacionalne značilnosti in reprezentacije nacionalne identitete; to mu uspeva z opaznostjo in poudarkom na simbolih, zmagi, tekmovanju in fanih. Športniki namreč, ko nastopajo pod določeno zastavo, to počnejo za določen narod in domovino. V naslednjih primerih se kaže nastopanje in zastopanje športnikov za Slovenijo;

Slovenski atleti in atletinje so uspešno nastopili na OI. (Vito Divac, Delo: Od arhitekta do grobarja, 30. 08. 2004, str. 13)

Jolandina kolajna je imenitno zaokročila bero slovenskih lovorik na atenskih igrah /.../. (Brigita Bukovec, Delo: Zdaj je čas za veselje, 25. 08. 2004, str. 21)

/.../ nekaj popolnoma drži – pri Merlene Ottey se niso nikoli zmotili, iz katere države prihaja oziroma grb katere države je njenem dresu. Kaj pomeni Merlene za slovensko atletiko in Slovenijo smo že nakazali /.../. (Jurij Završnik, Ekipa: Merlene Ottey, 25. 8. 2004, str. 3)

Uspeh je toliko večji, ker ji je to uspelo že ob debiju na Ol, ne le svojem, ampak celotnega ženskega juda v Slovenije. Svoj šport je vpisala med šesterico tistih, v katerih so Slovenci v posamičnih kategorijah na poletnih olimpijskih igrah uspeli osvajati odličja. (Robert Pogačar, Ekipa: Urška Žolnir, 18. 8. 2004, str. 3)

/.../ po zmagoslavnem torku, v katerem je mlada judoistka Urška Žolnir navdušila s svojim nastopom ter sebi in Sloveniji prislужila prvo medaljo. (Jak Vrečar, Jana: Od rezerve do medalje, 24. 8. 2004, str. 29-31)

- **poosebitve**

Uspešnost posameznega športnika je lahko prenesena na vsakega pripadnika nacionalne zamišljene skupnosti. Športniki torej funkcionirajo kot možna mesta v diskurzu, na katera se lahko identificirajo vsi ostali pripadniki zamišljene nacionalne skupnosti. Primer enačenja in identificiranja državljanov s športniki in njihovimi dosežki, značilnostmi se kaže tudi v poosebitvah;

Slovenija bo prihodnja dva tedna dihala predvsem s prvo damo naše atletike Jolando Čeplak, strelcem Rajmondom Debevcem ter veslačema Iztokom Čopom in Luko Špikom, ki branijo naslove olimpijskih prvakov iz Sydneyja, pa z rokometno reprezentanco, ki je pozimi postala hit leta s srebrno medaljo na EP na domačih tleh. (Vito Divac, Delo: Dovolj cirkusa, čas je za igre, 14. 08. 2004, str. 1)

Tisto živčno nedeljsko popoldne si je praktično vsa Obala grizla nohte, ko je pred Pirejem "pihala bonaca", kakor se je znala nekoč izraziti jadralska strokovnjakinja na nacionalni televiziji, in dvakrat zapored pokvarila Žbogarjev naskok na (najbrž celo srebrno) medaljo. (Boris Planinc, Ekipa: Ob takšni podpori lahko splezam na Everest, 25. 08. 2004, str. 8)

Vsa Slovenija nori, se z Joli brona veseli (Goran Obrez, Ekipa: Kolajna in aspirin pred spanjem, 25. 08. 2004, str. 4)

Slovenija je bila medtem že na nogah. (Jak Vrečar, Jana: Od rezerve do medalje, 24. 8. 2004, str. 29-31)

- **enačenje na podlagi ekipnih športov**

Enačenje športa in dežele prihaja posebej v ospredje v ekipnih športih:

/.../ Slovenija je v 59. minuti prišla le na gol zaostanka /.../. (Goran Cvijič, Ekipa: Vitezi brez sijaja, 17. 8. 2004, str. 4)

In se je Sloveniji na lep način maščevala za poraz v polfinalu letošnjega Eura. (Goran Cvijič, Ekipa: Kdaj bomo zmagali? 17. 8. 2004, str. 2)

- **osebnosvojilni zaimki in izrazi v 1. osebi osebnih zaimkov ...**

... velikokrat nadomeščajo pridevnik slovenski. Po Korošču predstavljajo kazalnike, s katerim se naslovniki sporočila lahko poistovetijo v smislu tukajšnjosti in zdajšnjosti, in lahko kažejo na skupni sporočanjski slog (SSK). Poistovetenje je tukaj izkustveni postopek, temelječ na vključevanju. Tvorec besedila upošteva, da naslovnik kazalnike točk na zemljepisnem področju vključuje v pojem "dežela/država/ozemlje, ki mu pripadam kot naslovnik tega sporočila, tega SSK: *moja* dežela (država, ozemlje)"; pretvorba *moja* v *naša* izhaja iz vedenja, da se sporočilo ne nanaša na enega naslovnika, ampak na množico naslovnikov.

primeri osebnosvojilnih zaimkov:

Naša bronasta olimpijca sta seveda požela najglasnejši aplavz /.../. (Mi. Š., Delo: Jolandi Čeplak bron po sanjskem finišu, prvi kolajni že v Sloveniji, 24. 08. 2004, str. 1)

Naš Renato Vugrinec /.../. (Goran Cvijič, Ekipa: Rokometni Napoleon doživel svoj Waterloo, 19. 8. 2004, str. 4)

.../ kateri naš športnik bi lahko prvi osvojil medaljo .../. (Jak Vrečar, Jana: Od rezerve do medalje, 24. 8. 2004, str. 29-31)

primeri 1. osebe osebnih zaimkov:

Najmanj predstavnikov imamo v strelstvu .../. (Luka Maselj, Delo: Vodovnik za tri Nareksove, 11. 08. 2004, str. 3)

Imamo najboljšo reprezentanco .../ in še nikoli nismo bili tako dobro pripravljeni. (Goran Cvijič, Ekipa: Rokometni Napoleon doživel svoj Waterloo, 19. 8. 2004, str. 4)

Včasih pričakujemo preveč in zahtevamo od tekmovalcev nemogoče, drugič se sreča v izenačenem boju ne nasmehne našim, ampak drugim. (Jak Vrečar, Jana: Od rezerve do medalje, 24. 8. 2004, str. 29-31)

Diskurzi, ki torej uporabljajo pojme »mi«, »nas« in »naš« z namenom določanja nacije, so postali naturalizirani in samoumevni. Posledica tega je, da postane narod vseobsegajoč koncept, ki zavrača in postavlja druge obstoječe kulturne identitete na obrobje.

- **navezava na Balkan**

V sedemdesetih in osemdesetih se je, kot rečeno v poglavju o konstruiranju slovenske športne identitete, slovenska nacionalna identiteta konstruirala predvsem preko distanciranja od vsega balkanskega. Nacionalistična retorika je tako razvila sistem pozitivnih samopodob in negativnih reprezentacij »drugih« ali drugače rečeno konstruiranje slovenstva nasproti drugosti (predvsem balkanskosti). Pomeni do balkanskosti, izraženi v naslednjih primerih, so bolj implicitni kot eksplicitni, vendar pa bralcu skušajo sugerirati drugost, različnost, kdo, na primer, zaradi svojih značilnosti ni del slovenske kulture. Prvi primer, denimo, razlaga sicer športno situacijo med dvema narodoma, a ravno s posebitvami poudarja odnos med Slovenci in Hrvati; kot večni tekmeči, venomer v sporu itd.

Današnji dvoboj (10.30) rokometnih reprezentanc Slovenije in Hrvaške bi moralo biti tretje dejanje »vojne«, ki se je začela pred štirimi leti, ko je rokometni david (Slovenija) v Zagrebu premagal goljata (Hrvaško) in mu odvzel možnost, da bi na Ol v Sydneyju branil zlato iz Atlante 1996. (Vito Divac, Delo: Slovensko-hrvaške vojne ne bo, 16. 8. 2004, str. 11)

Balkan je posebna zgodba. Vem, da ne želimo biti del njega, a zgodovinskih korenin ne moremo presekati. Predolgo časa smo bili skupaj. Zgodba o športu na Balkanu je zgodba o revežih in bogataših. (Goran Cvijič, Ekipa: Reveži in bogataši, 28. 8. 2004, str. 3)

Bolj zanimive so primerjave. S tistimi, ki so nam bili nekoč bratje in so nam še danes blizu. In s prvimi sosedi. (Goran Cvijič, Ekipa: Reveži in bogataši, 28. 8. 2004, str. 3)

- **odnos do drugih narodov, primerjave**

Bistvo identitete je ravno v nasprotju med enakostjo in različnostjo; torej naj bi se narod tako opredeljeval kot različen od drugih narodov skozi uporabo stereotipov, simbolov in praks (tudi športa), ki ustvarjajo vtis kulturne posebnosti (Andrews, Jackson, 2001: 168). O kulturni posebnosti, ki velja za Slovence, govori Vidmar; pojav po Cankarju imenuje hlapčevstvo. Spodnji primeri kažejo športni diskurz odnosa do drugih narodov, s katerimi se sicer radi primerjamo, vendar v smislu inferiornosti, manjvrednosti; bralcu se na tak način daje vedeti, ali gre za relacijo med Slovenci in »drugimi« ali je govor le o »drugih«.

/.../ zakaj se Slovenija ni predstavila gostiteljem s svojo hišo, prek katere bi lahko iskala tudi nove poslovne priložnosti, tako kot so to počele večje in bogatejše, pa tudi manjše in revnejše države, kot je Slovenija. (Borut Šauta, Delo: Manj bleščeče, a rekordno, 30. 08. 2004, str. 1)

Toda pred nami je dovolj dolgo obdobje do naslednjih OI, ki bi ga z načrtnim delom kazalo izkoristiti za doseg realno postavljenega cilja. Kot dober zgled za to so uspehi naših sosedov, ki so se – ne glede na to, da smo jim preprečili odhod v Sydney in jih znova premagali na EP – držali začrtane poti, postali svetovni prvaki in kot kaže vse svoje sile »tempirajo« tudi na osvojitve olimpijskega odličja, nas pa puščajo daleč za seboj. (Leopold Jeras, Delo: Čustveno izčrpani selektor, 25. 08. 2004, str. 22)

V primerjavi z Nemci /.../ smo otroški vrtec. (Goran Cvijič, Ekipa: Razprodaja ugleda, 20. 8. 2004, str. 4)

- **označevalci slovenskega naroda**

Z govorom o domovini postanejo označevalci pomembni, v slovenskem primeru so to slovenska zastava, Prešernova himna, slovenska tradicija, zgodovina itd.

Kakor smo ugotavljali prej, so identitete pripovedi in tako je tudi slovenska identiteta pripoved, naracija, pri kateri imajo posebno vlogo tradicije in simboli slovenstva: lipa, Prešeren, slovenske ljudske pesmi, Cankar, Karantanija, med novejšimi pa državni praznik, dan osamosvojitve, nova zastava s slovenskim grbom itd.

Pogled mu je odtaval še nekam dlje, tja proti Olimpu ... Pred OI je bil na Triglavu. Ga čaka še vzpon na goro šampionov? (Vito Divac, Delo: Naporavnani olimpijski računi, 17. 08. 2004, str. 8)

Zdravljice v nasprotju s Sydneyjem ... v Atenah resda nismo slišali /.../. (Goran Obrez, Ekipa: Konec, 30. 8. 2004, str. 2)

V primerjavi s prejšnjimi tremi OI, kolikor jih imamo za seboj kot samostojna država, smo število odličij podvojili. (Goran Obrez, Ekipa: Konec, 30. 8. 2004, str. 2)

/.../ in to pod zastavo Slovenije, države, ki jo s ponosom zastopa in jo ima za svoj dom. (Žana Kapetanović, Jana: Črni biser, 31. 8. 2004, str. 42-43)

- **športna zgodovina**

Prispeva k označevanju nekega naroda. Slovenci so v svojem športnem udejstvovanju bili znani in uspešni predvsem v zimskih športih, tj. smučanju in smučarskih skokih, ki so proizvedli številna znana imena (Bojan Križaj, Mateja Svet, Primož Ulaga ...). Vendar tudi če ne govorimo le o belem športu, opazimo pomemben vidik športa v slovenski tradiciji – individualizem, saj naj bi po Plescu in Douponi Slovenci pregovorni bili nenadarjeni za kolektivne športe.

Pred štirimi leti sta Iztok Čop in Luka Špik stopila v veliki finale dvojnih dvojcev v Sydneyju kot absolutna favorita, in to vlogo tudi povsem upravičila. (Boru Šautat, Delo: V iskanju stare čarovnije, 21. 08. 2004, str. 25)

Imeli smo Leona Štuklja in Mira Cerarja ter nekaj občasnih prebliskov ostalih posameznikov. (Goran Cvijič, Ekipa: Reveži in bogataši, 28. 8. 2004, str. 3)

Prav tako je s petim mestom izboljšal dvajset let staro sedmo mesto Bojana Ropreta iz OI v Los Angelesu. (Miha Štamcar, Ekipa: Andrej Hauptman, 16. 8. 2004, str. 3)

Pogled nazaj, kakih osemnajst let, bi nam dal misliti, da bo Matic prav gotovo smučar. Dokler ni prestopil vrat gimnazije, je zagrizeno vijugal po belih strminah. (Katja Božič, Jana: Ne vabite me na Šmarno goro! 14. 9. 2004, str. 38-39)

- **slovensko ozemlje**

Medijski diskurz v zavesti prejemnikov ustvarja podobo domovine, ko skuša v posameznikih zbuditi posebna čustva, ki naj bi jih posamezniki gojili do domačega ozemlja oz. določenih krajev. Po raziskavah Kučanove slovensko ozemlje največkrat

označujejo gorska krajina s Triglavom, vzorci njiv in travnikov s kozolci, cerkvice na vzpetinah, mesta Bohinj, Bled, Piran ter Logarska dolina. S temi podobami medijski diskurz krepi simboliko slovenskega ozemlja, ki je prav tako pomembna za konstrukcijo nacionalne identitete. Skupno mnenje o določenem prostoru nam tako ponuja identifikacijo;

/.../ se je pošalil 25-letni veslač iz Lipnice pri Kropi /.../. (Miha Šimnovec, Delo: Nihče ne ve, kaj mu je, 10. 08. 2004, str. 17)

Ko je Vasilij Žbogar pred sedmimi leti iz Izole, domačega kluba Burje in zavetja doma v Livadah odjadral v širni svet, je le malokdo verjel, da bo »očetov sinko« premagal lokalno miselnost piranskega, izolskega in koprškega zaliva. (Vito Divac, Delo: Sredozemski lev, 24. 08. 2004, str. 8)

Slovenska obala nima ravno veliko priložnosti, da bi skupaj s svojimi junaki slavila velike športne uspehe. (Boris Planinc, Ekipa: Ob takšni podpori lahko splezam na Everest, 25. 08. 2004, str. 8)

/.../ pravi Gorenjec, ki se je zaradi napornih treningov in študija preselil v Ljubljano. (Ekipa: Najhitrejši zobozdravnik na svetu, 28. 8. 2004, str. 24)

- **rekla, rečenice, pregovori, frazeologemi**

Če se nekdo čuti pripadnega določenemu narodu, pozna njegove frazeologeme (tudi ljudske); njihova najvažnejša karakteristika je, da so kot sestavina slovenskega besednega zaklada splošno znani. V obnovitve klišejev štejemo splošno znana rekla, rečenice, pregovore, frazeologeme, k obnovljenim vzorcem pa znane izreke, znane naslove literarnih, filmskih in drugih del (Korošec, 1999: 124-125).

Če se po jutru dan pozna ... Slovenski pregovor najbrž ni toliko star, kot je antična Olimpia, kjer so prvič tekmovali že leta 776 pred našim štetjem. V kraju, kjer so doma heroji in bogovi, je

odlično nastopil prvi slovenski atlet na igrah 28. olimpijade Miran Vodovnik. (Vito Divac, Delo: Med velikani s kroglo tudi naš Jeti, 19. 08. 2004, str. 8)

Naj začetna poraza ne spodkopljeta moštvenega duha in morale, kar je v tem trenutku najbolj pomembno. In ne pozabimo na star pregovor: slab začetek, dober konec! (Leopold Jeras, Delo: Od Sydneyja do Aten, 17. 08. 2004, str. 7)

Vid Kavtičnik, gre naprej /.../. (Jana: Vid Kavtičnik, 17. 8. 2004, str. 5)

/.../ vsaka medalja na olimpijskih igrah se sveti kot čisto zlato, tudi če je srebrna ali bronasta. (Jak Vrečar, Jana: Štiri medalje so uspeh, 31. 8. 2004, str. 26-27)

8.2.2. Reprezentacija slovenskih značilnosti

V tem sklopu analize sem se osredotočila na značilnosti slovenske nacionalne identitete kot neposredne v člankih piscev. Pri tem se navezujem predvsem na poglavje o slovenstvu, kjer je med glavnimi slovenskimi značilnostmi po Trstenjaku poštenost, med drugimi slovenskimi lastnostmi so še odkritosrčnost in odločnost, delavnost, zvestoba, veselost, pobožnost, bistrournost, sovraštvo do vsega tujega, ki ima svoje vzroke v življenju pod tujo oblastjo. Bralci se na podlagi teh značilnosti lahko identificirajo s športnikom kot na primer »pošteni Slovenci«, »delavni in marljivi Slovenci« oz. katere značilnosti so del slovenske kulture.

- **poštenost**

Vesna Dekleva, ki je naredila spet eno veliko napako. V štartnem manevru je imela občutek, da je prekrižala pot olimpijskim prvakinjam iz Grčije. Slednji sta zagnali vik in krik, da bosta vložili protest, zato se je Izolanka odločila, da raje naredi kazenska obrata za 720 stopinj, kot pa da tvega

diskvalifikacijo. (Vito Divac, Delo: Tri posadke za dve kolajni, 20. 08. 2004, str. 5)

- **požrtvovalnost, delavnost**

Zjutraj teče eno uro, nato okrog poldneva dve uri dviguje uteži, zvečer pa še dve uri pili tehniko metov in borb. (Vito Divac, Delo: Atenski »prišla, videla, zmagala«, 19. 08. 2004, str. 8)

/.../ Jolanda ujela vse tekmice in se vrgla v cilj. (Ekipa: Kraljica je bronasta, 24. 8. 2004, str. 3)

Vztrajnost mu je prinesla rezultate in pozabo na vsa krizna obdobja, ki jih je imel v karieri. (Miha Štamcar, Ekipa: Blaž Medvešek, 20. 8. 2004, str. 3)

Za Urško Žolnir /.../ je bron nagrada za leta odpovedovanja in trdega, napornega treninga, ko bi si včasih gotovo raje privoščila počitek, kot pa trenirala na blazinah. (Jak Vrečar, Jana: Od rezerve do medalje, 24. 8. 2004, str. 29-31)

- **solidarnost**

S sovraštvom do vsega tujega, ki ima svoje zgodovinske vzroke v dolgoletnem življenju pod tujo oblastjo, bi lahko sklepali na čutenje enotnosti, solidarnosti. Ko mediji poročajo o slovenskem športnem uspehu, mobilizirajo ljudi v zamišljeno skupnost, ki čuti enako, solidarno, in s tem krepijo identiteto;

Žolnirjevo in njenega trenerja Marjana Fabjana so ob presrečnih starših hitro obkolili sovaščani iz Pernovega pri Žalcu, ki so se na Brnik pripeljali kar s petimi avtobusi. Za nameček ju je prisrčno pozdravilo še 150 judoistov iz vse Slovenije, ki so se jima poklonili tako, da so si prav za to priložnost naredili kimone. (Mi. Š., Delo: Jolandi Čeplak bron po sanjskem finišu, prvi kolajni že v Sloveniji, 24. 08. 2004, str. 1)

Glavno, da je kolajna, smo se strinjali. (Goran Obrez, Ekipa: Kolajna in aspirin pred spanjem, 25. 08. 2004, str. 4)

Do dvoboja z Avstrijko Claudio Heill so medtem tudi že površnejši poznavalci spoznali osnovna pravila športa in tekmovanja in ko je slabe četrte ure po nesrečnem porazu Urša morala v boj za bron /.../, je zanjo že stiskala pesti množica rojakov. (Jak Vrečar, Jana: Od rezerve do medalje, 24. 8. 2004, str. 29-31)

- **družinskost**

Pisci k opisovanju športnika velikokrat vključijo njegovo družino kot pomemben element podpore, družino, ki se ji ta športnik lahko zahvali, da je tako uspešen ...

Če hoče znova razveseliti družino, bi moral zlati Rajmond osvojiti dve kolajni – Za vsakega sina eno (Vito Divac, Delo: Podcenjevali so me, zdaj me precenjujejo, 13. 08. 2004, str. 16)

Vse kaže, da bo šel po stopinjah matere in pozneje delal kot zobozdravnik. (Ekipa: Najhitrejši zobozdravnik na svetu, 28. 8. 2004, str. 24)

In doma? Doma je prijazen športnik, ki se na naslovnice prebije le v resnično izjemnih primerih. (Goran Cvijič, Ekipa: 0,2 kroga do legende, 24. 8. 2004, str. 7)

Ko je zbolel, pa se je mama po prvem telefonskem klicu usedla v avto in ga šla iskat ter ga bodisi samo potolažila bodisi pripeljala domov. (Andreja Comino, Jana: Fant za milijon evrov, 21. 9. 2004, str. 28-30)

Boštjan Šaver slovensko ljudstvo poseblja v Kekcu, ki velja za majhnega, neustrašnega, drobnega pobalina, z zdravim, žilavim in s prešernim karakterjem, ki se lahko postavlja v bran še tako močnim in robotim karakterjem, kakršen je

Bedančev. Ali povedano drugače, majhno, bistroumno in zdravo slovenstvo se lahko kosa z robato velikostjo germanstva, romanstva ali južnoslovanstva. To ponazarjajo naslednji primeri slovenskih športnikov, kjer so opisani kot neustrašni in polni zaupanja vase;

- **neustrašnost, zaupanje vase**

Jolanda pa je verjela vase in verjela v to, kar dela, in verjela, da lahko tudi na olimpijskih igrah doseže to, kar si je zadala – kolajno. (Jurij Završnik, Ekipa: Jolanda Čeplak, 24. 8. 2004, str. 3)

Ko v zadnji sekundi izgubiš dobljen dvoboj, že čez deset minut pa te čaka nova borba, v kateri nenadoma lahko izgubiš celo kolajno kateregakoli leska, se je praktično nemogoče stoo odstotno skoncentrirati na tisto, kar te čaka. Toda Urška je morala odmisлити vse, kar se je dotlej zgodilo, si obrisati solze in se ekspresno pripraviti na obračun za bron. (Goran Obrez, Ekipa: Last minute Urška, 18. 8. 2004, str. 3)

Vasilij Žbogar je na morju preživel v enajstih regatah skoraj 50 ur, na koncu pa je o bronasti kolajni odločilo borih pet sekund. V zadnji preizkušnji je imel na voljo natančno toliko časa, da se odloči, kaj narediti, ko ga je v boju za 3. mesto prehitel britanski tekmeec Paul Goodison. Izolan je v dobri sekundi spremenil taktiko in se iz branilca prelevil v napadalca. (Vito Divac, Delo: V petih sekundah do levje odločitve, 23. 08. 2004, str. 11)

- **prešernost, veselost, razigranost**

so največkrat uporabljene v poročilih o slavu po osvojitvi kolajne, večerni slovesnosti itd.;

Le nekaj minut za tem je dobil tisto, kar je iskal – odgovor, naj poslušá Zdravljico, kako veselo zveni. Kot da bi pri nas tekla

vino in pivo. Prešerno razpoloženje, dobra volja, veliko iskrivih domislic, odličen reprezentančni duh in pozitivna energija, ki je kar vrela iz naših olimpijcev in njihovih spremljevalcev, obkroža z zastavami in napisi ozaljšani slovenski blok v olimpijski vasi. (Vito Divac, Borut Šauta, Delo: Tam, kjer sta vino in pivo doma, pozitivne energije ne manjka, 12. 08. 2004, str. 18)

Seveda pa je bila zaradi tega "fešta" še lepša, kajti vtisi so bili povsem sveži, tako pri Vasku kot tudi pri njegovih najbolj zvestih navijačih. (Boris Planinc, Ekipa: Ob takšni podpori lahko splezam na Everest, 25. 08. 2004, str. 8)

V našem taboru so medtem odpirali šampanjec in pripravljali vse potrebno za večerno proslavo v prostorih slovenske ambasade, kjer je bilo veselo še dolgo v noč. (Goran Obrez, Ekipa: Last minute Urška, 18. 8. 2004, str. 3)

V Sovodnjah, vasi pri Gabrjah, in v šest kilometrov oddaljeni Gorici, so pripravili slavje, kakršnega ne pomnijo že leta. (Andreja Comino, Jana: Fant za milijon evrov, 21. 9. 2004, str. 28-30)

Zgoraj je že na kratko bil omenjen koncept majhnosti, ki bi ga lahko označili kot stereotipno prepričanje; stereotipi so kreativne kategorije, ki jih projiciramo na svet z namenom okušanja sveta. Tako konstruiramo svet, naš odnos s časopisi pa prispeva k temu procesu konstrukcije (Fowler, 1991: 17). Slovenci smo po Museku (1994: 173-174) mejni narod, kar je vzrok majhnosti; občutje majhnosti, lahko posredno vpliva na nacionalno zavest; ustvarja namreč drugačno razmerje do tujine in tujcev. V nacionalni zavesti in identiteti je torej računati na asociacije majhnosti, provincialnosti, ogroženosti, ti občutki pa lahko vodijo do nezaupanja, nebogljenega odnosa do tujcev. S kompleksom majhnosti tako opravičujemo neuspeh in neambicioznost.

To, da je pač naša dežela majhna, po Debeljaku ni nič slabega: "Zgodovina nas uči, da je mogoče zaradi velikih dosežkov slovenskih ustvarjalcev vendarle biti prepričan o vrednosti lastne identitete, četudi smo maloštevilen narod. Maloštevilen narod namreč ni isto kot majhen narod. Še več: narod je majhen natančno do te mere, do katere ne verjame v lastne ustvarjalne potencialne in v bogastvo lastnega kulturnega izročila." (Debeljak v Vidmar, 1995: 28)

- **majhnost (+)**

Dvanajsto mesto je bilo za v svetu metalcev krogle vendarle nepomembnega Slovenca enako zmagi. (Vito Divac, Delo: Med velikani s kroglo tudi naš Jeti, 19. 08. 2004, str. 8)

Mladenič, ki ga je oče Slavko od malih nog učil, da se brez garanja še nobenem talent ni povzpel na športni olimp, je v svetu, v katerem vladajo kruti zakoni močnejšega, premagal vse zablode majhnega okolja. Iz izolske menole, ki je brkljala po domačem mandraču, je postal sredozemski lev, ki kraljuje po morjih širom po svetu. (Vito Divac, Delo: Sredozemski lev, 24. 08. 2004, str. 8)

Na srečo imamo koga častiti tudi v mali deželi na sončni strani Alp. Majhnost nam pač ni mogla preprečiti, da bi stali na zmagovalnem odru. (Goran Obrez, Ekipa: Konec, 30. 8. 2004, str. 2)

- **majhnost (-)**

In mi? Očitno želimo biti veliki. In očitno smo širokega srca. (Goran Cvijič, Ekipa: Reveži in bogataši, 28. 8. 2004, str. 3)

Smo res premajhni, da bi bili veliki vsaj v glavah in dušah? 0,2 kroga je resnično malenkost, ki je Debevca ločila od kolajne. (Goran Cvijič, Ekipa: 0,2 kroga do legende, 24. 8. 2004, str. 7)

Zadnja dva primera odražata predvsem negativni vidik majhnosti ali po Museku kompleks zaradi majhnosti, iz katerega potem izhajata ezaupljivost in krivičnost, ki »majhnega« prikrajša za nekaj, kar imajo »veliki«. Slovence po Trstenjaku določa tudi nevrotičnost, se pravi pretirana vestnost in kritičnost, ki je izraz pretirane skrbi, da bi bilo pri nas vse v redu.

- **samokritičnost**

Kaže se predvsem v primerih, ko je športnik prikazan kot zavedajoč se svoje napake in je ne skuša opravičiti;

/.../ je 29-letna Dekleva, ki slovi kot odločna oseba, prevzela krivdo nase. (Vito Divac, Delo: Sladek olimpijski sadež je bil na dlani, 23. 08. 2004, str.13)

Sama meni, da je v veliki želji, da bi ohranila velikansko prednost naredila napako. (Vito Divac, Delo: Do kolajne v zadnji minuti in z zadnjim letalom, 18. 08. 2004, str. 19)

Tako kot vnaprej ne išče opravičila. Vročina je ne bo motila, morebitna večerna ohladitev ravno tako ne. (Goran Cvijič, Ekipa: Vedno najhitrejša, 19. 08. 2004, str. 24)

- **nezaupljivost**

Kaže se predvsem v odnosu pisca članka do določene situacije v športu in športnika. Pisec tako govori v imenu vseh bralcev, zato je večkrat uporabljena oblika osebnosvojilnih in 1. osebe osebnih zaimkov.

/.../ če se spomnimo, kako je Emil Tahirovič ob svojem uvodnem nastopu priznal, da se je šele na 50 metrih zavedel, da plava na olimpijskih igrah. Ali pa, kako se je Petru Mankoču na 200 m prosto po zelo hitrem začetku nenadoma še pred polovico proge – kot je temu sam rekel – podrla tehnika. Ni razloga, da ne bi verjeli v obilen in dobro pripravljen trening naših plavalcev, vključno z sklepnimi pripravami v Kopru. Toda

po teh znamenjih bi lahko sodili, da se jim psihološka priprava ni najbolj posrečila. (Borut Šauta, Delo: Alenka: obupno slabo, 17. 08. 2004, str. 8)

Upanje je pač edino, kar nam zdaj ostane. (Goran Cvijič, Ekipa: Kdaj bomo zmagali? 17. 8. 2004, str. 2)

Se slovenski rokometaši po tolikih ledenih prhah lahko sploh še vrnejo na delovno temperaturo? (Miha Hočevar, Delo: Ne sprti, temveč poklapani, 20. 08. 2004, str. 5)

- **krivičnost**

Pisci športnih člankov večkrat dajejo vtis, da se je »našim« zgodila krivica, ki je posledica kompleksa majhnosti, nevplivnosti, neprepoznavnosti ...

So jo sodniki prikrajšali za zlato? (Goran Obrez, Ekipa: Last minute Urška, 18. 8. 2004, str. 3)

/.../ saj se ji je finale krivično iz rok izmuznil dobesedno v zadnji sekundi dvoboja /.../. (Goran Obrez, Ekipa: Last minute Urška, 18. 8. 2004, str. 3)

/.../ na poti ustvarjanja ugleda in veljave odločitve sodnikov v korist že uveljavljenih favoritov zelo pogosto krojile našo usodo. (Leopold Jeras, Od Sydneyja do Aten, 17. 08. 2004, str.7)

Vsi, ki so videli njen polfinalni dvoboj z Avstrijko Claudio Heill, so prepričani, da so sodniki naredili napako, ko so jo v zadnji sekundi diskvalificirali zaradi prestopa oziroma neaktivnosti. (Vito Divac, Delo: Do kolajne v zadnji minuti in z zadnjim letalom, 18. 08. 2004, str. 19)

- **slovenska mentaliteta**

V člankih je bilo zaslediti tudi neposreden prikaz oz. opis slovenske mentalitete kot take;

Pri tem so imeli popolno podporo kolesarjev, ki so vsakič delovali uigrano, predvsem pa so bili nesebični, kar sicer ni značilno za slovensko mentaliteto. (Vito Divac, Delo: Ekipno bi bili peti! 16. 08. 2004, str. 11)

Slovenija je majhna, zato tudi zvezdnikov ni na pretek. Še tiste, ki jih imamo, če se le da, ob prvi priložnosti sesujemo v prah. (Goran Obrez, Ekipa: Dol z zvezdniki, 21. 8. 2004, str. 2)

Sploh imam občutek, da smo narod, ki se naslaja, ko se sesuje karizma največjih zvezdnikov. Sprva jih častimo kot bogove, nato pozabimo na vse njihove zasluge in jih nemalokrat odkrito sovražimo. (Goran Obrez, Ekipa: Dol z zvezdniki, 21. 8. 2004, str. 2)

Slovenci ne bi bili Slovenci, če ne bi najprej besno raztrgali poražencev in takoj začeli razglablјati o tem, ali so si ti športniki res zaslužili nastop v Atenah. Nekaj črnih pik je res bilo in jasno je, da se vsi niso odrezali, kot bi se morali. Morda si je danes recimo kdo doma celo zlobno zarisal črto in poskuša preskočiti dobrih pet metrov, kolikor jih je v enem od svojih treh poskusov zmogel skakalec Gregor Cankar. (Jak Vrečar, Jana: Štiri medalje so uspeh, 31. 8. 2004, str. 26-27)

8.2.3. Ustvarjanje podobe osebnosti in športni diskurz

V naslednjih primerih želim poudariti predvsem teorije in ugotovitve iz poglavja o športnih osebnostih; način kreiranja podobe slovenskega športnika, čigar zasebno življenje se zbližuje z njegovo javno osebnostjo in ga tako lahko prikazuje kot

državljana in družinskega člana ali padlega junaka in pomanjkljivega posameznika. Podoba pa je ključna za identifikacijo; z reprezentacijo se lahko naša podoba konstruira skozi vlogo določenega karakterja v zgodbi, pri čemer se identificiramo z njegovimi mislimi, občutki, reakcijami itd. in tako prepoznamo značilnosti, pripisane določeni osebi, v svojem socialnem kontekstu (Swanson v 2001/02: 9).

- **(po)imenovanje**

(elitnih) oseb z lastnimi imeni ali ljubkovalno s pomanjševalnicami konotira neformalnost in z manipuliranjem ustvarja posebne efekte. Pri tem se lahko sklicujemo tudi na že prej omenjenega Korošca, ki trdi, da pripadnike neke enote družijo skupno vedenje ali, kot ga imenuje, skupni sporočanje krog; se pravi, da so takšna poimenovanja bralcem širše že znana;

Jola je odgovorila, /.../. (Vito Divac, Delo: Popotnica osebni rekord, 19. 08. 2004, str. 8)

Vasko, kot mu pravijo člani njegove navijaške nogometne skupine »Ribari« /.../. (Vito Divac, Delo: Sredozemski lev, 24. 08. 2004, str. 8)

- **uporaba pridevnikov**

En vidik izbire besed je opis, ki je lahko del strategije poimenovanja. Opis se lahko dodaja tudi s spreminjanjem samostalniške fraze in z uporabo pridevnikov; z dodajanjem podrobnosti želi pisec ustvarjati podobo (Reah, 1998: 62);

/.../ je postavni Izolan opisal trenutke odločitve. (Vito Divac, Delo: V petih sekundah do levje odločitve, 23. 08. 2004, str. 11)

/.../ kralju najtežje strelske discipline z malokalibrsko puško, svetovnega in olimpijskega rekorderja kvalifikacijskega in finalnega nastopa, olimpijskega prvaka iz Sydneyja /.../. (Borut Šauta, Delo: Strelskega kralja pokopala osmica, 23. 08. 2004, str. 12)

Najbrž je zaradi tega izbral tudi laser, ki velja za enostaven razred, takšni pa so tudi fantje, ki v njem jadrajo. Vasko, kot mu pravijo člani njegove navijaške nogometne skupine »Ribari«, je strašno prijazen in uvideven fant, a le, ko je zunaj športne arene. (Vito Divac, Delo: Sredozemski lev, 24. 08. 2004, str. 8)
/.../ še ne 29-letni Izolčan Vasilij Žbogar. (Robert Pogačar, Ekipa: Vasilij Žbogar, 23. 8. 2004, str. 3)

Žalčanko, ki bo 9. oktobra dopolnila 23 let, je za ta šport navdušila sedem let starejša sestra /.../. (Robert Pogačar, Ekipa: Urška Žolnir, 18. 8. 2004, str. 3)

- **opisovanje vlog**

posameznika, način prikaza določene osebe in njenih lastnosti ter prednosti dosežemo (Reah, 1998: 63):

- z neposrednim poimenovanjem,
- z uporabo modalnih glagolov in samostalniških fraz,
- s pridevniškimi opisi,
- z izborom glagolov za opis akcije in procese, pripisane tej osebi.

Gre za 24-letnega škofjeločana Matica Osovnikarja, študenta šestega letnika stomatologije /.../. (Ekipa: Najhitrejši zobozdravnik na svetu, 28. 8. 2004, str. 24)

Triindvajsetletno policistko iz Žalca, nosilko odličij z zadnjih treh evropskih prvenstev /.../. (Ekipa: Prva policistka, 14. 8. 2004, str. 7)

Ne pravijo mu neupravičeno najhitrejši zobozdravnik – je namreč absolut stomatologije. (Katja Božič, Jana: Ne vabite me na Šmarno goro! 14. 9. 2004, str. 38-39)

Informacije, ki smo jih torej dobili z opisnimi pridevniki in modalnostjo samostalniških fraz, uvrščajo, na primer, ljudi v določene vloge, v odnose do svoje zunanosti in kot žrtve. Včasih pa v odnosih do kariere.

- **junaštvo**

Junaki so za družbo pomembni, saj jih povežejo v določeno namero, tj. slediti določeni poti in delovati skupaj kot eno. Junaka definirajo odhod, izpolnitev, vrnitev. Za Campbella je junak tudi inovator; inovator novega obdobja, nove religije, novega mesta, novega načina življenja. Če Campbella prenesemo v šport, lahko opazimo podobnosti: slovenski športnik odide na OI v Atene, kjer nastopa v svojem športu in pri tem doseže uspeh ter izpolni pričakovanje po njem. Nato se še vrne v svojo domovino kot nosilec olimpijske medalje (morda tudi rekorda), za kar mu lahko pripišemo zasluge inovatorja, saj je dosežek ustvaril sam.

Športni junak je lahko katerakoli oseba, občudovana zaradi kvalitete ali dosežkov, in vrednotena kot idol ali zgled. Športni junak je idol in ikona, ki pripada določenemu času: času herojev, ki ponazarja v glavah navadnih ljudi čaščen sanjski čas, v katerem se normalno dnevno življenje naenkrat transcendirata. V določenih trenutkih športniki postanejo mitske ikone, predstavljajoč gospodovalnost nad umrljivostjo (Eduardo, 2001: 153).

Bravo Jolanda. To je bil finiš za bogove, kakršnega v teku na 800 m na olimpijskih igrah še ni bilo. (Vito Divac, Delo: Finiš za zlato, za tisočinko ob srebro, 24. 08. 2004, str. 7)

/.../ je še dobre tri ure po regati govoril o potezi dneva slovenski jadrlni junak, ki se mu je vsakič zarosilo čelo, ko se je spomnil, kaj bi se zgodilo, če atenskega akvatorija ne bi proučil. (Vito Divac, Delo: V petih sekundah do levje odločitve, 23. 08. 2004, str. 11)

Z bronasto kolajno okoli vratu in oljčnim vencem na glavi. Šampionka, ni kaj. (Goran Cvijič, Ekpa: Sprejem za Urško Žolnir na slovenskem veleposlaništvu v Atenah, 19. 8. 2004, str. 2)

- **presežniki**

Kakor omenjeno zgoraj, se športni junaki častijo po nečem izjemnem, torej po svojih kvalitetah in dosežkih. Torej morajo biti posebno dobri, posebno hitri, posebno močni, posebno vzdržljivi ..., kar lahko sklepamo na podlagi uporabljenih presežnikov;

Kakorkoli že, »loški sin vetra«, kot pravijo ta čas najboljšemu belemu šprinterju na svetu, je v Atenah upravičil sloves tekmovalca, ki na največjih tekmovanjih dosega najboljše rezultate. Za 200 m je napovedal državni rekord in polfinale ... (Vito Divac, Delo: Najhitrejši belec na OI, 23. 08. 2004, str. 12)

Danes je eden najboljših "hrbtašev" na svetu. (Miha Štamcar, Ekipa: Blaž Medvešek, 20. 8. 2004, str. 3)

/.../ Matic Osovnikar je najhitrejši beli šprinter na svetu. (Jurij Završnik, Ekipa: Matic Osovnikar, 26. 8. 2004, str. 3)

A fant je preprosto predober za našo odbojko. (Andreja Comino, Jana: Fant za milijon evrov, 21. 9. 2004, str. 28-30)

- **športni junak - znana osebnost (zvezdnik)**

Po drugi strani je treba ločiti med športnimi junaki in znano osebnostjo-zvezdnikom, kjer je razlika po Boorstinu (v Andrews, Jackson, 2001: 2) v tem, da je prvi znan po dosežkih, ki jih je (in samega sebe) ustvaril sam. Zvezdnik pa je prepoznaven po svoji podobi ali blagovni znamki; ustvarjen je bil preko medijev. Junak je velik človek, znana osebnost je veliko ime. Vendar slovenski športno-medijski prostor nima pravih zvezdnikov. Kljub temu pisci v določenih člankih nakazujejo na zvezdniške poteze slovenskih športnikov;

Matej ni posebnejš samo zaradi svoje izjemne športne nadarjenosti, temveč bi bil s sanjsko višino 192 centimetrov, lepim obrazom in srednje dolgimi lasmi zlahka vrhunski maneken /.../, celo filmski igralec. (Andreja Comino, Jana: Fant za milijon evrov, 21. 9. 2004, str. 28-30)

/Jolanda Čeplak/ je morala mimo televizijskih kamer in ni je bilo večje evropske hiše, ki je ne bi pocukala za rokav, češ kako je podoživela veliki boj, ki je dvignil na noge 70.000-glavo množico. (Borut Šauta, Delo: Na srečo to ni bil tek na 700 m, 24. 08. 2004, str. 7)

Jolanda Čeplak je evropska prvakinja na prostem in v dvorani in ena redkih izmed slovenskih olimpijcev, ki ni nastanjena v olimpijski vasi. V času svojih nastopov na OI bo nastanjena zelo blizu olimpijskega štadiona. (Goran Cvijič, Ekipa: Na vso moč, od začetka do konca, 20. 08. 2004, str. 2)

/.../ na vodstvo naše reprezentance naslovljeno več kot 400 prošenj za intervju z našo Marlenko. (Jurij Završnik, Ekipa: Merlene Ottey, 25. 8. 2004, str. 3)

Po Whannelu so športniki kot karakterji nosilci športne zgodbe-naracije.« (Whannel v Boyle, Haynes, 2000: 91). Ob pomembnih športnih dogodkih, kot so OI, mediji to zgodbo pripovedujejo strokovni in laični javnosti, ki se zaveda svojega članstva v nacionalni državi. Že pred samim začetkom OI je medijska zgodba ustvarila pričakovanje iz Aten, kaj in koliko bodo slovenski športniki dosegli;

- **pričakovanje:**

V sprevedu 10.500 športnikov iz 202 držav bo rokometni kapetan in vratar Beno Lapajne vodil doslej najštevilčnejšo slovensko olimpijsko odpravo, v kateri je 79 tekmovalcev. Bo najštevilčnejša reprezentanca tudi najuspešnejša? (Vito Divac, Delo: Dovolj cirkusa, čas je za igre, 14. 08. 2004, str. 1)

Slovenska javnost največ pričakuje od branilcev dveh zlatih odličij iz Sydneyja - strelca Rajmonda Debevca ter veslačev Iztoka Čopa in Luke Špika, na visoka mesta cilja tudi naša

najboljša atletinja Jolanda Čeplak. (Ekipa: Središče sveta, 14. 08. 2004, str. 24)

Verjetno je tudi kar nekaj tistih, ki so pričakovali več predvsem od rokometašev. (Jak Vrečar, Jana: Štiri medalje so uspeh, 31. 8. 2004, str. 26-27)

Po Hargreavesu (v Boyle, Haynes, 2000: 87) oblike športnega diskurza konstituirajo nekatere osnovne pojme življenja: uspeh in polom, dobro in slabo vedenje, ambicijo in dosežek, disciplina in napredek. Velikokrat bo medijski šport reproduciral, utrdil in celo normaliziral značaje in vrednote v sferah političnega in kulturnega življenja. Pri tem se spomnimo delovanja športnih medijev v cikličnem procesu slavljenja, kaznovanja in odrešenja športnika: pričakovanju torej lahko sledi uspeh ali razočaranje. Drugega je ponavadi več kot prvega oz. v medijskih poročilih pride do večjega izraza;

- **razočaranje:**

Slovenski plavalci se iz Aten vračajo le s po enim finalom in polfinalom, pa brez osebnih in državnih rekordov. Načrtovali so tri do štiri finalne nastope in najvišji vrh sezone, kar pomeni, da so ostali za pričakovanji. (Stane Trbovc, Delo: Žal samo »Blažev žegen«, 23. 08. 2004, str. 13)

Primorci imajo zanimivo igro – pandulo. Podobna je baseballu, vendar s to razliko, da za lesen količek nikoli ne veš, kam bo odletel. Tudi igra je bolj ali manj statična. Slovenski rokometaši so v drugem polčasu tekme proti Španiji odigrali svojo pandulo, v kateri ni bilo nobenega sistema niti strategije. To je bil vrhunec olimpijskega poloma, za katerega so krivci vsi – od trenerja Tislja, do igralcev in predsednika zveze Zorana Jankovića, ki je prvi zapustil potopljeno olimpijsko barko in se večer pred odločilno tekmo vrnil v Ljubljano. (Vito Divac, Delo: Rokometna pandula, 21. 08. 2004, str. 25)

Odmevi iz domovine so dovolj zgovorni. Razočaranje se spreminja v jezo. (Goran Cvijič, Ekipa: Kje ste junaki? 18. 8. 2004, str. 4)

Urška Žolnir /.../ dobila je bronasto olimpijsko medaljo in tako rešila čast številnim našim športnim upom, ki so nas kar malo razočarali. (Jana: Urška Žolnir, 24. 8. 2004, str. 5)

- **pravljica, čudež, presenečenje in evforija**

Če se nastop športnika ne sprevrže ravno v razočaranje ali polom, se sploh uspeh v športnih poročilih največkrat pojmuje kot pravljica, čudež, presenečenje in evforija;

V areni med gledalci je bilo videti veliko začudenih pogledov, kaj se dogaja z Žbogarjem, ko je zavil v povsem drugo smer kot Anglež. Vsi so se spraševali, ali se mu je zmešalo. Izkazalo pa se je, da je bil to manevar, ki je rešil bron. (Vito Divac: V petih sekundah do levje odločitve, 23. 08. 2004, str. 11)

Toda slovenska športna kraljica je vključila turbo pogon. Kot metek je švigala mimo tekmic. Za sanjsko kolajno tudi mimo večne tekmičice Marie Mutole. (Goran Obrez, Ekipa: Kolajna in aspirin pred spanjem, 25. 08. 2004, str. 4)

Jolanda Čeplak, prek meje – to, kar je naša Jola naredila na olimpijskem teku na 800 metrov, je zagotovo največje presenečenje teh olimpijskih iger in Čeplakova bo šla zagotovo v zgodovinske anale. Z zadnjega mesta je v poslednjih sto metrih prišla do bronaste medalje. Čudež ali kaj več? (Jana: Jolanda Čeplak, 31. 8. 2004, str. 7)

- **konsenz**

Časopisni govor imitira govorno dialoško komunikacijo in s tem vzpostavlja iluzijo konsenza tudi z umeščanjem besedila v čas in prostor; značilne so indikacije oseb »naši novinarji so se za vas odpravili«, »v naši redakciji je zazvonil telefon«. S

psevdointimnim jezikom ali popačenim dialogom popularni diskurz ustvarja in ohranja iluzijo konsenza »enotnega naroda«, iluzijo obstoja »navadnega poštenega Slovenca« ali »običajne slovenske ženske«. Za vzpostavljanje tega konsenza je torej treba imitirati dialog med govorcem in bralcem, za to pa so odločilni oralni modeli v besedilu. Ti so jezikovno sredstvo, s katerim je mogoče vzpostavljati iluzijo konsenza glede osnovnih predpostavk družbenega življenja, ki zadevajo temo besedila.

Eden izmed novinarjev me je vprašal, kako dolgo smo jo prepričevali, da tako lepo govori o Sloveniji. Odgovoril sem mu, naj jo vpraša. Pa si ni upal. (Vito Divac, Delo: Merlene v epicentru, 18. 08. 2004, str. 20)

Ste izgubljali živce? Vam je bilo lažje, enostavno ste ugasnili televizijo. (Goran Cvijič, Ekipa: Kdaj bomo zmagali? 17. 8. 2004, str. 2)

Ne dvomite, Jolanda se tega izjemno dobro zaveda. In stiskajte pesti, že danes zvečer in potem naprej. Do finala in tistih dveh minut oziroma nekaj sekund manj, ki peljeta v večnost. (Goran Cvijič, Ekipa: Na vso moč, od začetka do konca, 20. 08. 2004, str. 2)

Pa še jeze nad športniki, ki so imeli smolo ali morda niso bili v vrhunski formi, nam ni treba stresati. Ne pozabimo: tudi oni so garali, da bi bili čim boljši. Slavimo torej Urško in naše druge uspešne olimpijce, drugim pa pač športno zaželimo več sreče prihodnjič! (Jak Vrečar, Jana: Od rezerve do medalje, 24. 8. 2004, str. 29-31)

8.3. Primerjava izsledkov analize med tremi tiskanimi mediji

Glede na pogostost izhajanja sem pri dnevnikih imela na razpolago več člankov, zato sem upoštevala enako število člankov, medtem ko je člankov iz tednika manj.

Avtorji člankov o športnikih iz Ol v Jani dajejo največji poudarek značilnostim posameznega športnika, kar je za revijo, ki nima svojih športni strani, razumljivo. Zato pri opisovanju slovenskih športnikov avtorji uporabljajo veliko pridevnikov, s katerimi jim dajejo določene (zunanje) značilnosti, med omenjanimi vrednotnimi in karakternimi pa so požrtvovalnost, delavnost ter solidarnost. Pogosta je raba 1. osebe osebnih zaimkov in osebnosvojilnih zaimkov, s čimer avtor športnika bolj približa bralcem, hkrati pa tudi vzpostavlja določen stik z njimi ter jih nagovarja k slavljenju športnika, sočustvovanju, veselju ipd. Pri Jani tudi bolj gradijo športno osebnost kot zvezdo oz. ga tako prikazujejo; članek o Merlene Ottey so uvrstili celo v posebno prilogo Zvezdogled. V člankih ne najdemo poročil o rezultatih, prav tako ni podrobnejšega vpogleda v slovensko športno zgodovino, avtorji pa ne uporabljajo veliko primerjav z drugimi narodi, tako tudi ne z Balkanom in s tem povezanimi pojmi. V Jani tako prebiramo bolj o navdušenju, presenečenju in čudežu, ki ga je športnik ali športnica ustvaril/a s svojim (ne)uspehom. Ker je tednik Jana družinska revija, je v člankih najti dosti več družinskih potez, ki jih je v Ekipi in Delu občutno manj. Pri Jani je sicer manj opaziti rabo slovenskih fraz, rekel, podobno je tudi s pojmi, ki nakazujejo označevalce slovenskosti. Tudi pojem majhnosti avtorji ne zajemajo v svojih tekstih, vendar neposredneje spregovorijo o slovenski mentaliteti, ki se kaže v odnosu do (ne)uspeha športnika.

Ekipa je v svojem poročanju o športnikih dosti bolj natančna, kar zadeva rezultate, saj je športni dnevnik. Tako lahko v člankih najdemo veliko podatkov iz slovenske športne zgodovine, velikokrat se omenjajo primerjave z vsemi drugimi narodi, ne samo z južnimi sosedi. Poleg športne tradicije so značilni tudi pojmi, ki nakazujejo označevalce slovenskosti, npr. slovenska trobojnica, himna, samostojnost itd. Koncept majhnosti se, sicer v manjši meri, pojavi tako v pozitivnem kot negativnem smislu: v prvem primeru se to zgodi, ko slovenski športnik stopi na zmagovalni oder in tako premaga »velike« narode; v drugem, negativnem vidiku majhnosti pa se izpostavlja nekakšen kompleks majhnosti, iz katerega izhajata prikrajšanost in krivičnost (npr. zaradi sodniških odločitev). Med značilnostmi, ki jih Ekipa v pisanju o športniku pogosteje izpostavlja, so človekova požrtvovalnost in delavnost, medtem je manj pisanja o slovenskem športniku kot družinskem človeku, enako malo je delov besedila, ki nakazuje na enotnost in solidarnost slovenskega naroda preko dejanj športnikov. Ekipa ustvarja zgodbo o pričakovanju od slovenske olimpijske odprave v

Atenah in kar je posledica pričakovanja, tudi razočaranje - oboje je sicer sestavni del športa. Vendar je, posebej pri nastopih slovenske rokometne reprezentance, razočaranje toliko večje, saj je ta, sodeč po pisanju, s svojimi nastopi na OI izgubila zaupanje slovenskega ljudstva. V nasprotnem primeru v Ekipi pišejo o presenečenju, čudežu, ko športniku uspe zmagoviti podvig, nato pa še o evforiji in veseljaštvu, ki tako zajame slovenske navijače doma in na mestu samem. V zadnjem primeru tako slovenski športnik v očeh Ekipe postane junak. Avtorji člankov velikokrat uporabljajo tudi obliko prve osebe osebnih (raba osebnosvojilnih zaimkov je sicer manj pogosta), s čimer bralca postavljajo v bolj neposreden odnos do športnika. Pogosto tudi slovenski šport in športnika poosebljajo s Slovenijo, ter neposredno nagovarjajo bralca in ga tako vključujejo v svoje pisanje.

Delo namenja športu najmanj dve športni strani dnevno, ob OI je svoje mesto na športnih straneh dobila rubrika Olimpijski kotiček. Tako kot Ekipa tudi Delo seznanja bralce s tekočimi dogajanji in rezultati iz Aten, pri čemer pisci velikokrat dodajajo pridevniške opise za natančnejše karakteriziranje športnika, s katerimi bralce seznanijo s športno preteklostjo določenega športnika, z njegovimi zunanjimi in osebnimi značilnostmi. V dosti večji meri kot Ekipa in Jana mu Delo pripisuje njegovo sposobnost, lahko bi rekli celo Kekčevo neustrašnost v trenutkih, ko športniku ne gre najbolje, vendar je sposoben narediti preobrat. Tako ga opiše kot požrtvovalnega in na drugi strani skromnega, ki zaupa vase in je hkrati samokritičen. Športnika na podlagi njegovih nekdanjih uspehov, sploh svežih – olimpijskih zmag, poimenuje kot junaka, ki ga v določenem primeru enači celo z bogom. Omenjena slovenska poštenost je v Delu, tako kot v Ekipi in Jani, malokrat omenjena. Delo pri poročanju z OI pogosto uporablja tudi obliko osebnosvojilnih zaimkov in prvoosebni zaimkov, pogosto uporabljen je pridevnik slovenski, s čimer avtorji poudarjajo nastope domačih športnikov za slovensko državo. Z označevalci slovenskosti se Delo posebej navezuje tudi na nekdanjo skupno državo, s katero se sedaj Slovenija lahko primerja, posebej z najbližjimi sosedi, tj. Hrvaško. Značilna je raba znanih rekel in rečenic, ki so splošno znana vsem Slovencem in ki v ostalih dveh medijih niso v pogosti rabi. Podobno kakor v Ekipi tudi za Delo velja opisovanje koncepta majhnosti. Iz dogodka, kot so OI, ustvarjajo pričakovanje, ki ga prenesejo na celotno slovensko javnost.

9. SKLEP

V sodobnem času pri konstrukciji nacionalne identitete najvidnejšo vlogo odigrajo diskurzi petih elit, ki določajo t. i. mainstream ali osrednje mišljenje. To so novinarji, politiki, pisci šolskih knjig ter učitelji, znanstveniki in menedžerji. Medijski diskurz tako ponuja in vzdržuje osebe, dogodke, mite, krepí ceremonije in rituale, v katerih posamezniki sodelujejo, in jim omogoča identifikacijo. Diskurze lahko najdemo v medijskih tekstih, ki ne vplivajo samo s posredovanjem dejstev, torej z informacijami, niti vrednotami, ki jih sporočajo – torej niti opisno niti predpisovalno, temveč s svojo poetično funkcijo. Kar torej sporočajo posredno: ideje. Zato je medijski vpliv ravno dolgoročen in aktiven proces. Medijske naracije v tekstih pri tem igrajo pomembno vlogo; vsako naracijo namreč sestavljata zgodba kot odgovor na 5 K in diskurz kot način pripovedovanja zgodbe.

Šport je tako eno izmed področij, preko katerega se prenašajo zgodbe, ideje, vrednote itn., v času množičnih medijev pa kulturna arena, kjer se ideje različnih vidikov družbenih odnosov naturalizirajo.

Tudi Slovenija, ki je v športnem diskurzu velikokrat prikazana kot majhna dežela, ima svoje športne junake, ki sicer ne dosegajo slave zvezdnikov, vendar priimke, kot so Čeplak, Čop, Špik, Debevec itn. prepozna večina Slovencev. V glavnem je to zaradi uspehov v njihovem športu, ki postane zaradi tega bolj gledan, bolj priljubljen in tudi ljudje se bolj seznanijo z njim. K temu jih pripeljejo tudi mediji, ki predstavljajo vez med športnikom in zainteresirano javnostjo.

V času trajanja Ol, še bolj pa pred začetkom, ustvarjajo mediji vtis pričakovanja; tisti športniki, ki so že prej dokazali svoje sposobnosti in so v svojih športih med zelo dobrimi ali celo najboljšimi, naj bi skoraj nujno upravičili pričakovanja laične in strokovne javnosti – če se to ne zgodi, kakor v primeru slovenske rokometne reprezentance, sledi nujno razočaranje javnosti in izguba zaupanja. Ko pa gre za uspeh, ki širše ni bil pričakovan (primer Urške Žolnir in Vasilija Žbogarja), mediji s svojimi poročili sprožijo presenečenje, čudež, evforijo, s čimer se slavi novi slovenski športni junak. Temu pisci člankov pripisujejo predvsem vztrajnost, požrtvovalnost, zaupanje vase, s pomočjo česar mu je, kljub zapletom in v težkih okoliščinah, uspelo doseči priznanje v svojem športu. Uspeh je po pisanju omenjenih medijev toliko večji, če gre za šport, s katerim se država, kot je Slovenija, lahko kosa z »veliki«. V nasprotnem primeru je majhnost razlog za prikrajšanost in krivičnost.

Olimpijske igre so le eden od načinov, ki pripomorejo posameznikom, da se zavejo svojega članstva v nacionalni državi in hkrati dobijo odgovor na vprašanje, kam v svetovnem merilu sodijo njeni športniki. Zato opisovanje športnikov kot »naših«, »slovenskih« sugerira ideje o pripadnosti v enotno državo, ki ima svojo (športno) zgodovino, (športno) kulturo in (športni) jezik-diskurz. Športniki tako postanejo idealni pripadniki in vzorniki nacije in zato objekt identificiranja. K temu pripomorejo tudi novinarji, ki s svojim načinom podajanja novic in mišljenjem proizvajajo družbene proizvode – artefakte. Delo športnih časnika je ob dogodkih kot so OI, nedvomno zahtevno in odgovorno, saj morajo ob poznavanju novinarske stroke prav tako strokovno obravnavati športnika, njegove uspehe in neuspehe. Po svoji presoji morajo samostojno in pravilno umeščati takšne športne dogodke in dosežke v širše dogajanje doma in v svetu. Tako športni novinarji med drugim neposredno sooblikujejo svetovno (domačo) športno podobo.

10. LITERATURA

Barker, Chris, Dariusz Galasinski (2003): Cultural studies and discourse analysis: a dialogue on language and identity. Sage, London, Thousand Oaks, New Delhi.

Boyle, R., R. Haynes (2000): Power play, Sport, the Media and Popular Culture. Pearson Education Limited, Harlow.

Burr, Vivien (1995): An introduction to Social Construction. Routledge, London and New York.

Campbell, Joseph with Bill Moyers. (1988) The power of myth. Doubleday, New York.

Doupona, Mojca, Krešimir Petrovič (2000): Šport in družba. Fakulteta za šport, Inštitut za šport, Ljubljana.

Eduardo P. (2001): The spectacle of a heroic life: the case of Diego Maradona. v

Andrews, David L., Steven J. Jackson (ur.) Sport stars: The cultural politics of sporting celebrity. Routledge, London and New York.

Forrester, M. A. (1996): Psychology of Language; a critical introduction. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.

Fowler, Roger (1991): Language in the news: Discourse and ideology in the press. Routledge, London, New York.

Geršak, D. (1998): »Nesreča drugih je pogoj za naš uspeh«. Večer – Sobotna priloga, 54, str. 40-41.

Hobsbawn, Eric (1993): Nacije i nacionalizam: program, mit, stvarnost. Novi Liber, Zagreb.

Hrženjak, Majda (1998): »Kaj nam miti lahko povedo o ženskah, identitetah in subjektu«. Delta, 3-4, str. 113-131.

Južnič, Stane (1993): Identiteta. Knjižna zbirka Teorija in Praksa, Ljubljana.

Klein, Ulrike (1998): »Tabloidised political coverage in Bild-Zeitung«. Javnost, 5, 3, str. 79-93.

Košir, Manca (1988): Nastavki za teorijo novinarskih vrst. DZS, Ljubljana.

Kučan, Ana (1998): Krajina kot nacionalni simbol. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.

Lazar, Luka (2003): Šport in slovenska nacionalna identiteta. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Luthar, Breda (1998): Poetika in politika tabloidne kulture. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.

Mohar, Š. A. (1999): Športni tisk – primer slovenske gimnastične revije. FDV, Ljubljana.

Musek, Janek (1994): Psihološki portret Slovencev. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.

Pavšin, Nada (2003): Samopredstavitve slovenskih vrhunskih športnic v tisku. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.

Pinter, Stanislav (2004): »Atene, prihajamo – Slovenija, vračamo se«. Šport, 52, 3, str. 5-6.

Plesec, Matjaž, Mojca Doupona (2002): Nogomet in družba. Fakulteta za šport, Inštitut za šport, Ljubljana.

Praprotnik, Tadej (1999): Ideološki mehanizmi produkcije identitet. ISH Fakulteta za podiplomski humanistični študij: ŠOU, Študentska Založba, Ljubljana.

Pušnik, Maruša (1999): »Konstruiranje slovenske nacije skozi medijsko naracijo«. Teorija in Praksa, 36, 5, str. 796-808.

Reah, D. (1998): The language of newspapers. Routledge, London.

Starc, Gregor (2003): Discipliniranje teles v športu. Fakulteta za šport, Inštitut za kineziologijo, Ljubljana.

Swanson, Gillian (2001/2002): Representation. V Breda Luthar (ur. skripta): Teorije komuniciranja. FDV, Ljubljana, str. 8-15.

Šaver, Boštjan (2003): »Kulturni pomen Triglava: nacionalna identiteta, šport in planinske podobe slovenstva«. Ampak, 4, 12, str. 12-13.

Titscher, Stefan, Michael Meyer, Ruth Wodak, Eva Wetter (2000): Methods of text and discourse analysis. Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.

Trstenjak, Anton (1995): Slovenska poštenost. Inštitut Antona Trstenjaka za psihologijo, logoterapijo in antropohigieno, Ljubljana.

Trstenjak, Anton (1997): Oris sodobne psihologije. Obzorja, Maribor.

Valant, Anja, Marjeta Kovač in Mojca Doupona Topič (2004): »Šport in slovenska nacionalna identiteta: primerjava novinarjev in splošne javnosti«. Šport, 52, 3, priloga, str. 3-9.

Van Dijk, Teun Adrianus (1988): News as discourse. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, Hillsdale, New Jersey.

Van Dijk, Teun Adrianus (1963): Racism and the Press. Routledge, London.

Verša, Dorotea (1996): Medijska podoba spolov. Vlada RS, Urad za politiko, Ljubljana.

Videmšek, Boštjan (2000): »Sponzoriranje športa – posel poslov ali pljunek v morje?« Nedelo, 6, str. 52.

Vidmar, Josip (1995): Kulturni problem slovenstva. Cankarjeva založba, Ljubljana.

Vodeb, Roman (1997): »Janez(k)i, žoganje in paketna identiteta.« Šport, 45, 4, str. 33-36.

Vodeb, Roman (2000): Ideološke paradigme v športu (ko poseže vmes država). FIT, Trbovlje.

Žibrat, Miha (1997): Športno novinarstvo – košarka. FDV, Ljubljana.

Viri na spletu:

Spletna stran slovenskega jadrnanja, dostopno na <http://www.slosail.com/>, 20. 3. 2005

Spletna stran kolesarstva v Sloveniji, dostopno na <http://www.bicikel.com>, 20. 3. 2005

Slovenski nogometni portal, dostopno na <http://www.slo-nogomet.net/>, 20. 8. 2006

Spletna stran Radiotelevizije Slovenija, dostopno na <http://www.rtv slo.si>, 20. 3. 2005

Spletna stran časnika Delo, dostopno na <http://www.delo.si>, 20. 3. 2005

Spletna stran televizije POP, dostopno na <http://www.24ur.com>, 20. 3. 2005

Priloga 1

SEZNAM PROUČEVANIH ČLANKOV

EKIPA OI 2004

1. **Vasilij Žbogar najvišje v karieri**, 07. 08.: 12-13
2. Spomin na legendo, 10. 08.: 12-13
3. **Beno Lapajne**, 11. 8.: 18
4. **Zaplapolala tudi slovenska zastava**, 12. 08.: 11
5. **Prva policistka**, 14. 08.: 7
6. **Središče sveta**, 14. 08.: 24
7. Završnik, Jurij **Višje, hitreje, močnejše**, 14. 09.: 3
8. Štamcar, Miha **Andrej Hauptman**, 16. 08.: 3
9. Cvijič, Goran **Spet ista pesem**, 16. 08.: 4
10. Pogačar, Robert, sta **Debevec je imel tremo?! 17.08.:** 8
11. Cvijič, Goran **Kdaj bomo zmagali?** 17. 08.: 2
12. Cvijič, Goran **Vitezi brez sijaja**, 17. 08.: 4
13. Obrez, Goran **Poljubček od Rosolina**, 17. 08.: 2
14. Obrez, Goran **Last minute Urška**, 18. 08.: 3
15. Cvijič, Goran **Junakinja**, 18. 08.: 3
16. Pogačar, Robert **Urška Žolnir**, 18. 08.: 3
17. Cvijič, Goran **Kje ste junaki?** 18. 08.: 4
18. Obrez, Goran **Samomor iz zasede**, 19. 08.: 2
19. Obraz, Goran **Odličje krivičnega leska**, 19. 08.: 3
20. Cvijič, Goran **Vedno najhitrejša**, 19. 08.: 24
21. Cvijič, Goran **Rokometni Napoleon doživel svoj Waterloo**, 19. 08.: 4
22. Štamcar, Miha **Blaž Medvešek**, 20. 08.: 3
23. Cvijič, Goran **V slepi ulici**, 20. 08.: 4
24. Cvijič, Goran **Razprodaja ugleda**, 20. 08.: 4
25. Cvijič, Goran **Na vso moč, od začetka do konca**, 20. 08.: 2
26. Pogačar, Robert **Vasilij Žbogar**, 23. 08.: 3
27. Obrez, Goran **Merlene ekspres, Matic GTI, turbo Joli**, 23. 08.: 6
28. Cvijič, Goran **Čop in Špik za srebrni podvig**, 23. 08.: 12-13
29. **Kraljica je bronasta**, 24. 08.: 3
30. Završnik, Jurij **Jolanda Čeplak**, 24. 08.: 3
31. Cvijič, Goran **0,2 kroga do legende**, 24. 08.: 7
32. Završnik, Jurij **Merlene Ottey**, 25. 08.: 3
33. Obrez, Goran **Jolisimo**, 25. 08.: 2
34. Planinc, Boris **Ob takšni podpori lahko splezam na Everest**, 25. 08.: 8
35. Obrez, Goran **Kolajna in aspirin pred spanjem**, 25. 08.: 4
36. Završnik, Jurij **Matic Osovnikar**, 26. 08.: 3
37. Cvijič, Goran **Reveži in bogataši**, 28. 08.: 3
38. **Najhitrejši zobozdravnik na svetu**, 28. 08.: 24
39. Obrez, Goran **Konec**, 30. 08.: 2
40. Pogačar, Robert **Čop: Po Pekingju bom pred Cerarjem**, 31. 08.: 14
41. Cvijič, Goran **Evforija? Pozabite**, 03. 09.: 21

JANA OI 2004

1. **Zlate črke**, 17. 08.: 34
2. **Vid Kavtičnik**, 17. 08.: 5
3. Vasle, Vinko **Politične intrige?** 24. 08.: 3
4. **Ne bo predsednik**, 24. 08.: 5
5. **Urška Žolnir**, 24. 08.: 5
6. Vrečar, Jak **Od rezerve do medalje**, 24. 08.: 29-31
7. **Jolanda Čeplak**, 31. 08.: 7
8. Kapetanović, Žana **Črni biser**, 31. 08.: 42-43
9. Vrečar, Jak **Štiri medalje so uspeh**, 31. 08.: 26-27
10. Božič, Katja **Ne vabite me na Šmarno goro!** 14. 09.: 38-39
11. Comino, Andreja **Fant za milijon evrov**, 21. 09.: 28-30

DELO OI 2004

1. Šauta, Borut **Tudi Peking ni daleč**, 06. 08.: 16
2. Šimnovec, Miha **Nihče ne ve, kaj mu je**, 10. 08.: 17
3. Maselj, Luka **Vodovnik za tri Nareksove**, 11. 08.: 3
4. Divac, Vito, Borut **ŠAUTA Tam, kjer sta vino in pivo doma, pozitivne energije ne manjka**, 12. 08.: 18
5. Divac, Vito **Podcenjevali so me, zdaj me precenjujejo**, 13. 08.: 16
6. Hočevar, Miha **Naši zdaj znajo zmagovati**, 14. 08.: 23
7. Divac, Vito **Dovolj cirkusa, čas je za igre**, 14. 08.: 1
8. Divac, Vito **Ekipno bi bili peti!** 16. 08.: 11
9. Divac, Vito **Slovensko-hrvaške vojne ne bo**, 16. 8.: 11
10. Jeras, Leopold **Od Sydneyja do Aten**, 17. 08.: 7
11. Divac, Vito **Neporavnani olimpijski računi**, 17. 08.: 8
12. Šauta, Borut **Alenka: obupno slabo**, 17. 08.: 8
13. Divac, Vito **Merlene v epicentru**, 18. 08.: 20
14. Divac, Vito **Nesrečen poraz in srečen konec**, 18. 08.
15. Divac, Vito **Do kolajne v zadnji minuti in z zadnjim letalom**, 18. 08.: 19
16. Š. R. **Pa jo imamo! Bronasto mlade judoistke Urške Žolnir**, 18. 08.: 1
17. Divac, Vito **Atenski »prišla, videla, zmagala«**, 19. 08.: 8
18. Divac, Vito **Med velikani s kroglo tudi naš Jeti**, 19. 08.: 8
19. Divac, Vito **Popotnica osebni rekord**, 19. 08.: 8
20. Hočevar, Miha **Ne sprti, temveč poklapani**, 20. 08.: 5
21. Divac, Vito **Tri posadke za dve kolajni**, 20. 08.: 5
22. Divac, Vito **Rokometna pandula**, 21. 08.: 25
23. Šauta, Borut **V iskanju stare čarovnije**, 21. 08.: 25
24. Divac, Vito **Najhitrejši belec na OI**, 23. 08.: 12
25. Divac, Vito **Ena lastovka še ne prinaša pomladi**, 23. 08.: 12
26. Šauta, Borut **Streleškega kralja pokopala osmica**, 23. 08.: 12
27. Trbovc, Stane **Žal samo »Blažev žegen«**, 23. 08.: 13
28. Divac, Vito, **Sladek olimpijski sadež je bil na dlani**, 23. 08.: 13
29. Divac, Vito, **V petih sekundah do levje odločitve**, 23. 08.: 11
30. Š. R., **Vasilij po poti Urške, Iztoka in Luke** 23. 08.: 1
31. Mi. Š., **Jolandi Čeplak bron po sanjskem finišu, prvi kolajni že v Sloveniji**, 24. 08.: 1

32. Divac, Vito **Sredozemski lev**, 24. 08.: 8
33. Šauta, Borut **Na srečo to ni bil tek na 700 m**, 24. 08.: 7
34. Divac, Vito **Finiš za zlato, za tisočinko ob srebro**, 24. 08.: 7
35. Šauta, Borut **Pred Mutolovo, ta bron je zlato**, 25. 08.: 21
36. Bukovec, Brigita **Zdaj je čas za veselje**, 25. 08.: 21
37. Divac, Vito **Zadnji adut iz rokava: neverjeten Jolin finiš**, 25. 08.: 21
38. Jeras, Leopold **Čustveno izčrpani selektor**, 25. 08.: 22
39. Divac, Vito **Od arhitekta do grobarja**, 30. 08.: 13
40. Šauta, Borut **Manj bleščeče, a rekordno**, 30. 08.: 1
41. Divac, Vito **Ευχαριστο, αντιο Αθηνα**, 30. 08.: 13