

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

NATAŠA MRAK

ODNOS MEDIJEV DO RAZLIČNIH ŠPORTOV
NA PRIMERU ROKOMETA IN DESKANJA NA SNEGU

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2008

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

NATAŠA MRAK

Mentor: doc. dr. Marko Milosavljevič
Somentorica: izr. prof. dr. Karmen Erjavec

ODNOS MEDIJEV DO RAZLIČNIH ŠPORTOV
NA PRIMERU ROKOMETA IN DESKANJA NA SNEGU

DIPLOMSKO DELO

Ljubljana 2008

ODNOS MEDIJEV DO RAZLIČNIH ŠPORTOV NA PRIMERU ROKOMETA IN DESKANJA NA SNEGU

Šport je ena tistih človekovih dejavnosti, ki ima najširše občinstvo. Vendar so znotraj športa velike razlike med posameznimi panogami. Medtem ko je v nekem športu oz. pri športnih dogodkih občinstvo zelo široko, je za določene športe komaj kaj zanimanja. Na razvoj posameznega športa vplivajo tako sponzorji, družba in tudi mediji. Ko se v nekem športu pokažejo rezultati, se poveča zanimanje javnosti. Mediji začnejo obširneje poročati o uspehu in s tem 'pridobivajo' širše občinstvo za ta šport. Poveča se tudi interes gospodarstva za vlaganje v ta šport, kar prinese denar za boljše pogoje za treninge, boljšo opremo in posledično, boljše rezultate. Ker so si znanstveniki soglasni, da mediji vplivajo na priljubljenost določenega športa, me je v diplomskem delu zanimalo, kako je (ne)uspeh slovenskih rokometašev in deskarjev na snegu reprezentiran v časopisih *Delo* in *Ekipa*. Raziskovalnega vprašanja sem se lotila z metodo kritične diskurzivne analize. Ugotovila sem, da pri poročanju o uspehih avtorji prevladujoče uporabljajo besede, ki konotirajo izrazito pozitiven odnos do slovenskih športnikov. Posebno v besedilih o uspehih slovenskih rokometašev prevladuje navijaški diskurz. V novinarskih prispevkih o nastopih slovenskih rokometašev je bolj opazna razlika med poročanjem o uspehu in neuspehu kot pri deskarjih na snegu.

Ključne besede: šport, množični mediji, zgodovina, zvezdnštvo, nacionalizem.

MEDIA RELATIONSHIP TO SPECIFIC SPORTS ON HANDBALL AND SNOWBOARDING EXAMPLE

Sport is a human activity reaching the widest audiences, though sport games differ greatly. On the one hand, some games or events attract mass audiences, while on the other, some sports hardly gain any public interest. The development of the individual sport discipline is influenced by sponsors, society in general and also the media. When results start to show in one discipline, public's interest increase. The media coverage of results – especially victories – is more extended /detailed/ and that results in greater popularity of the discipline. The interest of economic institution for investment in sport also increase, more money for training conditions and better equipment is available. Consequently, all mentioned results in better achievements. Scientists agree that mass media influence the popularity of a certain sport, therefore this diploma thesis focuses on the media representation of the Slovene national handball team and the Slovene snowboarders in the *Delo* and *Ekipa* newspapers. The research question was approached to with the method of critical discourse analysis. The findings show that words expressing explicitly positive attitude to the Slovene athletes prevail in the articles. Especially in the texts about success of the Slovene handball players, fan discourse is predominating. The difference between the reports about success or failure is more obvious in the texts covering the Slovene national handball team matches than in those covering snowboard competitions.

Key words: sport, mass media, history, fame, nationalism.

KAZALO

1. UVOD.....	6
2. ZGODOVINA ŠPORTA.....	9
2.1 ZGODOVINA SLOVENSKEGA ŠPORTA.....	13
3. ŠPORT IN DRUŽBA.....	17
3.1 FUNKCIONALNA TEORIJA.....	17
3.2 TEORIJA KONFLIKTA.....	18
3.3 KRITIČNE TEORIJE	19
3.4 DRUGE TEORIJE.....	20
4. ŠPORT IN MEDIJI	22
4.1 VLOGA MEDIJEV V SODOBNI DRUŽBI.....	22
4.2 ZGODOVINSKA POVEZAVA ŠPORTA IN MEDIJEV.....	23
4.3 VLOGA MEDIJEV V ŠPORTU.....	24
4.4 ŠPORTNI MEDIJSKI SPEKTAKLI.....	25
4.5 TELEVIZIJA IN ŠPORTNI PRENOSI.....	26
4.6 ZNAČILNOSTI ŠPORTNIH MEDIJSKIH SPEKTAKLOV	27
4.7 ŠPORT IN KULTURA NARCIZMA.....	28
5. MEDIJSKO ŠPORTNO OBČINSTVO	29
5.1 NACIONALIZEM IN ŠPORT	31
6. ŠPORTNE ZVEZDE.....	33
7. FINANCIRANJE VRHUNSKIH ŠPORTNIKOV.....	36
7.1 SPONZORJI	36
8. POROČANJE MEDIJEV O (NE)USPEHIH SLOVENSКИH ŠPORTNIKOV	40
8.1 POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH ROKOMETNE REPREZENTANCE NA EP 2004	41
8.1.1 Poročanje o EP 2004 v <i>Delu</i>	41
8.1.2 Poročanje o EP 2004 v <i>Ekipi</i>	45
8.2 POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH ROKOMETNE REPREZENTANCE NA OI 2004	49
8.2.1 Poročanje o slovenskih rokometaših na OI 2004 v <i>Delu</i>	50
8.2.2 Poročanje o slovenskih rokometaših na OU 2004 v <i>Ekipi</i>	51
8.3 POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH SLOVENSКИH DESKARJEV NA SNEGU NA SP 2003	52

8.3.1	Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2003 v <i>Delu</i>	52
8.3.2	Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2003 v <i>Ekipi</i>	54
8.4	POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH SLOVENSКИH DESKARJEV NA SNEGU NA SP 2005	55
8.4.1	Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2005 v <i>Delu</i>	55
8.4.2	Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2005 v <i>Ekipi</i>	55
9.	DISKUSIJA.....	57
10.	SKLEP	59
11.	VIRI IN LITERATURA	60

UVOD

Šport predstavlja velik del človeških interesov in aktivnosti. Zanj se odrekamo času, namenjenemu za počitek, gledamo ga na televiziji, poslušamo športne prenose po radiu ipd.

Enotne opredelitve in definiranja športa ni. Obstajajo številne definicije, ki se med seboj zelo razlikujejo. Silvo Kristan (v Vodeb 2005) npr. predlaga definicijo, ki bi po njegovem mnenju ustrezala vsaj izhodiščnim načelom tvorjenja definicij:

»Šport je prostovoljna prostočasna gibalna tekmovalna in netekmovalna dejavnost, ki se je človek udeležuje iz igralnih nagibov in katere glavni namen je razvedriti in hkrati povečevati ali ohranjati človekove telesne zmogljivosti (bodisi zaradi uravnovešenega biopsihosocialnega razvoja in stanja, boljših gibalnih dosežkov ali dejavnega počitka in obnove moči). Izraz tekmovanje je treba razumeti v najširšem pomenu te besede: kot tekmovanje s samim seboj, tekmovanje z drugimi in tekmovanje z naravo. K tako opredeljeni gibalni dejavnosti je treba šteti vse procese, pojave in odnose, ki se vežejo na takšno gibalno dejavnost. Če takšen razširjen sklop pojavov, procesov in odnosov ustreza splošno veljavnim aksiološkim merilom, govorimo tudi o športni kulturi« (Kristan v Vodeb 2005: 26).

Med najbolj priznanimi je definicija CIEPS-ovega¹ Športnega manifesta iz leta 1968:

»Vsaka telesna dejavnost, ki ima značaj igre in obsega možnost boja samega s seboj, z drugimi ali s prvinami narave, je šport. Če ima ta dejavnost značaj tekmovanja z drugimi, jo je treba izvajati v viteškem duhu. Ni resničnega športa brez fair playa« (Šugman 1997: 23).

¹ Danes ICSSPE – Mednarodni svet za športno znanost in telesno vzgojo Unesca.

Šport je ena tistih človekovih dejavnosti, ki ima najširše občinstvo. Vendar so znotraj športa velike razlike med posameznimi panogami. Medtem ko je v nekem športu oz. pri športnih dogodkih občinstvo zelo široko (npr. nogomet, olimpijske igre), je za določene športe komaj kaj zanimanja. Pomembno vlogo pri tem igrajo tudi mediji, ki s svojim poročanjem lahko vplivajo na popularnost določenega športa in konstruirajo športne zvezde (Whannel 2002).

Katera športna panoga bo požela največ pozornosti, je odvisno tudi od posamezne države oz. kulture. Tako npr. Nemčija slovi kot zibelka rokometa, v alpskih deželah, predvsem v Avstriji (pa tudi v Sloveniji) pomembno vlogo igra alpsko smučanje itd. V ZDA npr. ameriški nogomet velja za enega od vodilnih športov (poleg baseballa in NBA), medtem ko nogomet ('soccer') ne igra takšne vloge kot v Evropi ali, še bolj, v Južni Ameriki.

Na razvoj posameznega športa vplivajo tako sponzorji, družba in tudi mediji. Ko se v nekem športu pokažejo rezultati, se poveča zanimanje javnosti. Mediji začnejo obširneje poročati o uspehu in s tem 'pridobivajo' širše občinstvo za ta šport. Poveča se tudi interes gospodarstva za vlaganje v ta šport, kar prinese denar za boljše pogoje za treninge, boljšo opremo in posledično, boljše rezultate. Krog je tako sklenjen. Vendar je pri tem treba upoštevati tudi tradicijo določenega športa v posamezni državi in odnos družbe do njega.

Ker so si znanstveniki soglasni, da mediji vplivajo na priljubljenost določenega športa, je cilj diplomskega dela prikazati način, kako mediji poročajo o rezultatih v športu, ki v Sloveniji uživa določeno podporo občinstva, in kako v športu, ki se počasi prebija na slovensko športno sceno. Idejo za temo svoje diplomske naloge sem dobila ob evforiji na Evropskem rokometnem prvenstvu leta 2004 v Sloveniji, kot protiutež pa sem postavila rezultate slovenskih deskarjev na snegu na svetovnih prvenstvih v Kreischbergu in Whistlerju.

Temeljno raziskovalno vprašanje mojega diplomskega dela je:

Kako je (ne)uspeh slovenskih rokometašev in deskarjev na snegu reprezentiran v časopisih *Delo* in *Ekipa*?

Predvidevam, da tako *Delo* kot *Ekipa* glorificirata uspeh slovenskih rokometašev na evropskem prvenstvu leta 2004 v Sloveniji in sta precej kritična do neuspeha na olimpijskih igrah v Atenah. Pri poročanju o rezultatih slovenskih deskarjev na svetovnih prvenstvih leta 2003 in 2005 ni bistvene razlike, tako *Delo* kot *Ekipa* ne glorificirata slovenskih predstavnikov (konkretno svetovnega prvaka 2003 Dejana Koširja).

Pri tem bom uporabila metodo kritične diskurzivne analize. Analizirala bom posamezne besede v novinarskih prispevkih v omenjenih časopisih, ki označujejo tekmovalce, njihove nasprotnike ter občinstvo.

1. ZGODOVINA ŠPORTA

Na začetku se vrnimo v preteklost. Športna dejavnost človeka spremlja že od nastanka prvih civilizacij, kjer je bil šport del vojaškega urjenja. Velik poudarek so športu dajali Grki. Predvsem v Atenah je šport dobil nove razsežnosti, saj so starogrški filozofi videli v telesni dejavnosti vir zdravja in o tem tudi pisali. Svoj največji pomen je šport v antiki dosegel z grškimi olimpijskimi igrami, med katerimi so vojskujoči se polisi odložili orožje in sklenili premirje. Vendar so si nekateri podatki nasprotujoči. Nekateri strokovnjaki namreč ugotavljajo, da boji v resnici niso nikoli ponehali (Doupona, Petrovič 1999: 202). Res pa je, da so udeležencem iger zagotovili, da so lahko varno odšli na igre in se tudi varno vrnili domov. Kljub temu pa se je vojna nadaljevala.

Prve igre naj bi bile leta 776 pr.n.št. Povezane so bile z verskimi obredi v čast najvišjega grškega boga Zeusa, vendar niso bile del tega rituala. Namen iger je bil pokazati fizične sposobnosti mladeničev, hkrati pa vzpostavljanje dobrih odnosov s sosednimi polisi. Pravico do nastopa na olimpijskih igrah so imeli vsi svobodni grški državljani ne glede na socialni status. Sužnji, otroci in ženske niso smeli sodelovati. Če upoštevamo najpomembnejši sestavini športa, to sta gibanje (motorika) in igra, je zgodovina športa stara toliko kot človeštvo. Obe sestavini se pojavita ob prehodu človeka na pokončno hojo. Kot pravi Šugman (1997: 12), je bil na začetku interes človeka usmerjen na aktivnosti za preživetje, z izpopolnjevanjem delovnega orodja pa se je zmanjševalo fizično delo. »Na ta način je človek dobil več »prostega časa«. Tako se je oblikovala potreba človeka po igri povezani z motoriko, ki postopno vodita v gimnastiko in (kasneje) v šport« (Šugman 1997: 12).

Šport (gimnastika) pri Rimljanih je bil najbolj »krvav«. Na eni strani je bila športna dejavnost v okviru vojaškega usposabljanja, poudarek je bil na moči mišic in krepitvi nekaterih vojaških spretnosti. Na drugi strani so bile gladiatorske igre, ki so bile namenjene tako bogatim kot revnim Rimljanom, v areni pa so se spopadali sužnji. Igre so bile na nek način manipulacija oz. zavajanje ljudstva, saj so z zabavo in hrano za vse, (znani rek »Kruha in iger!«) patriciji želeli pomiriti najrevnejši sloj prebivalstva. V kolosejih, prizoriščih gladiatorskih iger, so prirejali igre (boje) med ljudmi (sužnji) in

z zvermi. Organizacija takšnih iger je zahtevala veliko sredstev, ki so jih dobivali z ropanjem in vojnimi pohodi.

Leta 394 je rimski cesar Teodozij I. zaradi prodora krščanstva prepovedal prireditve, kar pomeni začetek konca antičnih iger.

V srednjem veku posebne organizirane dejavnosti na področju športa (gimnastike) ni bilo, kljub temu pa so določene oblike športne dejavnosti ostale. Tlačanska »gimnastika« je bila vezana na naravne elemente motorike kot so hoja, tek, skok, met, vendar brez organiziranega pristopa. Fevdalci so se posluževali gimnastike, ki je zajemala vojaške in razvedrilne elemente. Edina oblika 'športne manifestacije' srednjega veka so bili viteški turnirji. Šport je fevdalcem služil bolj kot sredstvo za varovanje sistema.

Z razvojem meščanstva so postopno začeli obnavljati antične oblike gimnastike oz. športa, ki sta jih dopuščali tako posvetna kot cerkvena oblast, ker naj ne bi bile nevarne za obstoječi družbeni sistem. Vendar se je meščanstvo z vedno večjim razvojem trgovine in obrti ter s tem vedno večjo ekonomsko močjo začelo zgledovati po načinu vzpostavljanja obrambe kot pri fevdalcih. Posledično se je začela razvijati organizirana športna dejavnost v obliki »društev«, ki so temeljila na profesionalnem principu povezovanja (cehi, glide).

Sčasoma je prišlo do vse ostrejših nasprotovanj med fevdalno (posvetno in cerkveno) oblastjo in buržoazijo, saj so meščanski misleci poudarjali vzgojo, ki sloni tako na umski kot telesni dejavnosti. Mladino namesto verske dogme začne usmerjati napredna meščanska miselnost, kar ponazarja Stepišnik (v Šugman 1997: 60): »Nova, boljša vzgoja, naj da novega meščanskim idejam prilagojenega človeka; ta vzgoja mora biti naravna, brez navlake in nenaravnosti, ki jo vsiljujeta fevdalizem in dvorski absolutizem«.

S humanizmom in renesanso začne meščanska miselnost vse bolj pridobivati na pomenu. Želja po samouveljavitvi in samopotrditvi pripelje do odmika od sholastičnih

idej in institucij, pozornost je ponovno usmerjena na človeka in posledično na njegovo telesno dejavnost. Francoski filozof Jean Jacques Rousseau je pomembnost »športa« pri vzgoji otrok izrazil v naslednji misli: »Telesna vzgoja naj postane sestavni del splošnega vzgojnega sistema ne samo zaradi telesnega zdravja, temveč tudi zato, ker brez nje ni humanističnega razvoja celotne človekove osebnosti, ni zdravega duha, ki se lahko razvije le v zdravem telesu« (v Šugman, 1997: 61). V tem času v Evropi začnejo nastajati številni gimnastični sistemi, ki so imeli zgodovinsko in politično ozadje. Najbolj znana taka sistema sta turnerstvo v Nemčiji in sokolstvo na Češkem.

Moderni šport se je začel razvijati s kapitalizmom, predvsem v Angliji na začetku 19. stoletja. Ukvarjanje s športom je v tem času preraslo okvire »zdravega duha v zdravem telesu« in začelo dobivati značilnosti potrošnje in industrije. Šport je postal del zabave in sprostitve, delavski razred pa je v njem začel videti vir dodatnega zaslužka. Pomemben mejnik je veslaško tekmovanje med angleškimi univerzitetnimi središči Oxfordom in Cambridgeom leta 1829, ki je pomembno vplivalo tudi na druge športne panoge in šport na sploh. S tem je šport namesto zabave in razvedrila dobil tudi tekmovalen značaj. Tako so se počasi začeli oblikovati profesionalizem in športne organizacije.

Po mnenju Šugmana (prav tam 1997) je prelomnica v zgodovini športa oživitvev antičnih olimpijskih iger konec 19. stoletja. Leta 1894 je bil na pobudo Pierra de Coubertaina ustanovljen Mednarodni olimpijski komite (v nadaljevanju MOK), prve olimpijske igre moderne dobe pa so bile leta 1896 v Atenah. Bistvo modernega olimpizma je pedagoška misel. Šport naj bi tako imel pomembno vlogo pri človekovi vzgoji v biološkem, moralnem in estetskem smislu, to pa naj bi zagotavljalo harmoničnost celo človekovega duha in telesa.

Sčasoma so se iz športnih društev, v katerih je bila pretežno buržoazija, začeli izločevati delavske športne organizacije. V ozadju ustanavljanja delavskih društev je sta bili socialna in politična osamosvojitev. Z zmagami na tekmovanjih, kjer so se merili z meščanskimi športniki, so delavci krepili svojo razredno zavest. Poleg

razrednih sporov so olimpizem zmotila tudi politična nesoglasja. Vrhunec političnega vmešavanja v šport je bil v času vzpona nacizma v Nemčiji. Olimpijske igre v Berlinu leta 1936 je nacistični voditelj Adolf Hitler izrabil za propagando političnih idej in demonstracijo nemške moči, kar je imelo še posebno težo, saj je igre prvič prenašala tudi televizija.

Po drugi svetovni vojni se je zemljevid sveta spremenil. V Afriki in Aziji so nastale številne nove države, iz katerih so prihajali vrhunski atleti (npr. Abebe Bikila iz Etiopije, ki je leta 1960 v Rimu osvojil zlato v maratonu). Po drugi strani so se oblikovale socialistične države, katerih športniki in športnice v prvih povojnih letih niso sodelovali. Tudi sicer so bila nasprotja med športniki kapitalističnih in socialističnih držav velike. Olimpijskih iger v Moskvi 1980 se ni udeležila večina zahodnih držav, Sovjetska zveza in njeni zavezniki pa so bojkotirali olimpijado v Los Angelesu štiri leta kasneje. Zapletov in nacionalnih nasprotij je bilo v petdesetih letih po vojni veliko. Ena najbolj tragičnih zgodb so bile olimpijske igre 1972 v Münchnu, ko je skupina palestinskih komandosov vdrla v olimpijsko naselje in zajela več članov izraelske ekipe. Med poskusom, da bi talce osvobodili, je bilo ubitih 11 športnikov, 5 teroristov in zahodnonemški policist (Šugman 1997).

Leta 1989 so se začele revolucionarne spremembe v geopolitični podobi sveta. Razpad socialističnih držav in proces demokratizacije vzhodnoevropskega bloka sta prinesla nastanek novih držav in s tem večje število nacionalnih olimpijskih komitejev. Do velikih sprememb je prišlo tudi v nekaterih drugih državah sveta.

Po letu 1991 so se tako na športno tekmovalnem področju in na področju športne politike kot enakopravne članice začele pojavljati nove države. Njihovi športniki so začeli osvajati medalje na največjih tekmovanjih, v športni politiki pa so se pojavile nove osebnosti. Med njimi so tudi slovenski športnice in športniki ter športni funkcionarji. Razvoj slovenskega športa obravnavam v naslednjem poglavju.

1.1 ZGODOVINA SLOVENSKEGA ŠPORTA

V prejšnjem poglavju sem omenila, da športni zametki segajo že v čas nastanka človeštva, sedaj pa bom na kratko orisala razvoj športa na Slovenskem in njegov pomen za krepitev narodove samozavesti.

O začetkih športne dejavnosti pričajo ljudski običaji, kot je štehanje, kasneje se pojavijo tudi »igre z žogo«, lov in jahanje. Prve zapise o »športni dejavnosti« najdemo v knjigi Janeza Vajkarda Valvasorja »Slava Vojvodine Kranjske«. V njegovem delu najdemo zapise o »športnih« disciplinah in o drugih dejavnostih, ki so se ohranile med ljudstvom. Največ pozornosti pa vzbujajo Valvasorjevi zapisi o bloškem smučanju. Kot pravita Doupona in Petrovič (1999: 193) je Valvasor s tem, da je »pozabi iztrgal dokaz, da izumitev smuči za Bločane ni bila samo ustvarjalno delo preživetja pri obvladovanju naravnih sil na tej skopi, v ostrih zimskih razmerah pogosto surovi, več kot osemsto metrov visoki osamljeni planoti./.../ Bil je sredstvo za ustvarjalno gibalno izraznost, igrivost v 'kačjem kljukanju in vijuganju' kot je bilo zapisano pred več kot 300 leti« (Doupona, Petrovič 1999: 193).

V 18. in 19. stoletjem sta imela vpliv na razvoj šolske telovadbe pri nas predvsem Spiessov² šolski sistem v Nemčiji in delno Tyršev³ sokolski sistem na Češkem.

Leta 1863 so Slovenci v Ljubljani ustanovili svoje društvo, imenovano »Južni Sokol«, katerega prvi načelnik je bil dr. Etbin Costa. Deželna vlada je leta 1867 zaradi

² Adolf Spiess (1810–1858) je ustanovitelj šolskega gimnastičnega sistema v Nemčiji. Vse njegovo delo je bilo namenjeno uveljavitvi telesne vzgoje v osnovnih in srednjih šolah. Spiessov sistem je slonel na disciplini, pokorščini, na izumetničenih vajah. Vaje je razdelil na štiri skupine: proste, v vesi, opori in skupinske vaje (redovne, igralne, plesne)

³ dr. Miroslav Tyrš (1832–1884) je bil ustanovitelj in ideolog sokolskega sistema. Sokolstvo je poleg na telesni dejavnosti temeljilo tudi na krepitvi narodne zavesti. Na razvoj češkega telovadnega gibanja je bil povezan s političnimi, gospodarskimi in kulturnimi spremembami po letu 1861 (februarski patent). Tyrš je bil prepričan o trajnostnem poslanstvu Sokola pri razrešitvi češkega nacionalnega in socialnega vprašanja. Zavračal pa je razredni boj pri razreševanju političnih problemov.

izgredov v neki pivnici društvo razpustila, vendar je dr. Janez Bleiweis leto kasneje ustanovil novo društvo-Ljubljanski Sokol. Po letu 1879 naj bi društvo branilo slovenski kapital in nacionalne interese Slovencev pred nemškim vplivom. Zaradi nesoglasij med staroslovinci in mladoslovinci se je konec 19. stoletja pod vodstvom Frana Levstika oblikovalo levo demokratično krilo, ki se je s svojim programom skušalo približati kmetom, delavcem in malemu človeku. Vendar Sokol ni uspel slediti širitvi proletariata in delavskih gibanj in je postal privesek slovenske liberalne stranke, ki je podpirala boj buržoazije proti delavskemu razredu.

Preporod je sokolstvo doživelo v prvih letih 20. stoletja, največ zaslug za to pa je imel dr. Viktor Murnik. Prenovljeno gibanje je temeljilo na telovadbi (današnji športni gimnastiki), v društvo pa so vključili tudi otroke in ženske.

Leta 1905 je bila kot protiutež Sokolu ustanovljena telovadna organizacija krščanske mladine, ki si je leta 1909 nadela ime »Orel« (Šugman 1997).

Poleg telovadnih organizacij so v tem času delovala še nekatera društva. V organizacijskem smislu pa se je slovenski šport začel razvijati po 1. svetovni vojni. Pred vojno so slovenski športniki nastopali za Avstroogrsko, Rudolf Cvetko je leta 1912 v Stockholmu za avstroogrsko ekipo osvojil srebrno medaljo v sabljanju. Leta 1919 je bil ustanovljen Jugoslovanski olimpijski odbor, istega leta Nogometna zveza Jugoslavije, leto kasneje pa Jugoslovanska sokolska zveza. Šolske oblasti v novoustanovljeni kraljevini SHS so leta 1920 vpeljale v šolo telesno vzgojo po sokolskem sistemu.

Notranja politična nasprotja pa so botrovala nastanku dveh taborov na Slovenskem: Narodno napredna stranka je imela telovadno društvo Sokol, Slovenska ljudska stranka pa Orla. Svoje organizacije je imelo tudi delavsko telovadno in športno gibanje. Med delavstvom so nastajala društva pod dvema imenoma: Vesna (komunistično usmerjena) in Svoboda (socialdemokratsko usmerjena). Kasneje so bila z vladnim dekretom 1929 razpuščena orlovska in delavska telovadna društva. V

Sokolu se je 1935 oblikovala posebna skupina naraščajnikov-demokratsko levo krilo, ki je v ospredje postavilo nacionalno vprašanje kot politični problem. Nacionalna in socialna vprašanja, enotnost v borbi proti grozečemu novemu režimu-fašizmu, so bile glavne značilnosti tudi društev, kjer so delovali komunisti in skojevci (Zveza komunistične mladine Jugoslavije), društva kmečkih fantov in deklet, študentskih društev na ljubljanski Univerzi, planinskih, skavtskih in drugih društev.

V obdobju med obema vojnama je deloval tudi oče slovenskega športa, inženir Stanko Bloudek. Pojavljati so se začele nove športne panoge.

Med drugo svetovno vojno so se nekatere športne organizacije (npr. levo krilo Sokola, Zveza kmečkih fantov in deklet...) vključile v osvobodilno gibanje. Športna dejavnost je med narodnoosvobodilno borbo (NOB) nekoliko zamrla. Kasneje so na osvobojenih ozemljih po Jugoslaviji in tudi Sloveniji organizirali športna tekmovanja in manifestacije. V resoluciji II. oblastnega kongresa Združene zveze protifašistične mladine Jugoslavije (USAOJ) so med drugim zapisali: »Šport v naši državi bo postavljen na druge temelje. Ne bo več privilegij določenih slojev, ampak bo last vsega naroda, posebno mladine« (v Šugman 1997: 106).

Po vojni je športna dejavnost oživela. Tako z vzhoda kot kasneje tudi z zahoda so se širile nove rekreativne in tekmovalne panoge. Društva so preraščala v zveze oz. federacije. S kongresom telesne kulture Slovenije leta 1961 so presegli nasprotja in neenotnost nekaterih dejavnikov ter se povezali v Zvezo za telesno kulturo Slovenije. Telesna kulturna dejavnost je bila razdeljena na tri vidike: temeljno, razvedrilno in tekmovalno telesno vzgojo.

Osamosvojitve Slovenije je prinesla spremembe tako na političnem kot tudi na športnem področju. Spremembe so bile vidne predvsem v organizaciji. Konec leta 1990 je bila ustanovljena Športna zveza Slovenije, leta 1991 pa je njeno predsedstvo imenovalo Iniciativni odbor Olimpijskega komiteja Slovenije. Obe ključni organizaciji sta se leta 1994 združili v enotno zvezo, imenovano Olimpijski komite Slovenije-Združenje športnih zvez.

Po letu 1991 se je odprlo tudi novo poglavje vrhunskih dosežkov slovenskih športnic in športnikov na največjih tekmovanjih. Na olimpijadi leta 1992 v Barceloni so slovenski veslači osvojili prvi olimpijski kolajni v samostojni Sloveniji-Jani Klemenčič, Sašo Mirjanič, Sadik Mujkič in Milan Janša v četvercu brez krmarja ter Iztok Čop in Denis Žvegelj v dvojcu brez krmarja so bili bronasti. Na zimskih olimpijskih igrah 1994 v norveškem Lillehammerju so alpski smučarki in smučar, Alenka Dovžan, Katja Koren in Jure Košir prav tako osvojili bronaste medalje. Atletinja Brigita Bukovec in kanuist Andraž Vehovar sta se z olimpijade v Atlanti 1996 vrnila s srebrnima odličjema. Sydney si bomo Slovenci zapomnili po prvih zlatih olimpijskih medaljah, ki so jih leta 2000 osvojili Rajmond Debevec v streljanju ter Iztok Čop in Luka Špik v veslanju. Slednja dva sta na olimpijskih igrah 2004 v Atenah osvojila srebro, njun uspeh pa so dopolnili še judoistka Urška Žolnir, jadralec Vasilij Žbogar in atletinja Jolanda Čeplak z bronastimi medaljami.

Poleg olimpijskih medalj ne moremo mimo ostalih velikih športnih uspehov: slovenska nogometna reprezentanca se je uvrstila na svetovno prvenstvo v Severni Koreji in na Japonskem 2002, rokometaši so si z drugim mestom na evropskem prvenstvu 2004 priigrali vstopnico na olimpijado v Atenah, košarkarska izbrana vrsta pa se je s šestim mestom na evropskem prvenstvu 2005 v Srbiji in Črni Gori prvič uvrstila na svetovno prvenstvo na Japonskem.

Vsi uspehi športnic in športnikov prispevajo h krepitvi občutka pripadnosti neki določeni skupini, na mednarodnih tekmovanjih je to narod. Kakšna je vloga športa v družbi, bom govorila v naslednjem poglavju.

2. ŠPORT IN DRUŽBA

Prej smo lahko ugotovili, da je imel šport skozi zgodovino pomembno družbeno vlogo. Poglejmo sedaj, kakšen vpliv ima šport na družbo po klasifikaciji Doupone in Petroviča (2000): po funkcionalni teoriji, teoriji konflikta in kritičnih teorijah.

2.1 FUNKCIONALNA TEORIJA

Bistvena predpostavka funkcionalne teorije je, da je družba organiziran sistem medsebojno povezanih delov, ki jih združujejo skupne vrednote in procesi, ki med ljudmi ustvarjajo enotnost (Doupona, Petrovič 2000). Uravnoteženost, po kateri težijo posamezni segmenti družbe, je »naravna«, doseganje enotnosti, skupne vrednote in usklajena organizacija pa zagotavljajo funkcionalnost. Po funkcionalni teoriji so družbene spremembe disfunkcionalne, ker lahko zrušijo ravnotežje.

Z vidika funkcionalne teorije lahko športu pripišemo pozitiven učinek na družbo. Kot primer vzemimo antične grške olimpijske igre, med katerimi so vse sprte strani sklenile premirje in je bila s tem dosežena neka stabilnost in enotnost v družbi. Če gledamo na učinek športa v današnjem času, bi lahko dejali, da ima pri doseganju enotnosti prav tako vidno vlogo, še posebno, če je prisotna evforičnost športne javnosti. Spomnimo se na primer slovenske nogometne »pravljice«. Ko se je slovenska nogometna reprezentanca uvrstila na svetovno prvenstvo leta 2002 na Japonskem in v Južni Koreji, je bila vsaj za trenutek pozabljena nestrpnost do pripadnikov narodov nekdanje Jugoslavije, ki živijo v Sloveniji. Poglejmo še z druge strani. Vedno več je prireditev, akcij in organizacij, ki želijo mlade s športno aktivnostjo odvrniti od družbeno nesprejemljivih dejanj (npr. proti narkomaniji: Veter v laseh – s športom proti drogi).

Funkcionalisti torej gledajo na šport kot prispevek k osebni rasti in k ohranjanju družbenega reda na vseh ravneh družbene organiziranosti. V športu vidijo dejavnosti, ki izboljšujejo zdravje in telesne sposobnosti ter tako vzdržujejo pripravljenost dežele, da se brani tako gospodarsko kot vojaško (Doupona, Petrovič 2000).

Funkcionalna teorija pa ima tudi svoje slabosti. Funkcionalisti namreč preveč poudarjajo pozitivno vlogo športa v družbi in da ne bi obstajal, če bi bil disfunkcionalen. Pri tem pozabljajo, da ima lahko šport lahko tudi negativne posledice. V preteklosti (ponekod tudi danes) so bile zapostavljene dekleta in ženske zaradi domnevno manjše fizične moči, z vidika razredne logike, pa športno udejstvovanje predstavlja velik problem za revni sloj prebivalstva. Šport lahko ustvarja napetosti in frustracijo. Celo več. Na športnih prizoriščih lahko na dan privrejo latentna sovraštva med različnimi skupinami ljudi. Spomnimo se na primer Evropskega prvenstva v vaterpolu 2003 v Kranju, kjer je med navijači Hrvaške ter Srbije in Črne Gore prišlo do izgrediv. Ali pa številni izgredi na nogometnih tekmah. Najbolj banalen primer disfunkcionalnosti športa je vojna med Hondurasom in Salvadorjem, ki je izbruhnila zaradi nogometa.

Funkcionalisti torej ne upoštevajo, da šport lahko ustreza le interesom tistih z družbeno močjo in bogastvom ter s tem povzroča neenakosti v družbi, hkrati pa lahko poveča napetosti med posameznimi državami.

2.2 TEORIJA KONFLIKTA

Za razliko od funkcionalne teorije, teorija konflikta izpostavlja družbene probleme, spremembe in neenakosti v družbi. Sociologi, ki se ukvarjajo s teorijo konflikta, družb ne vidijo kot relativno stabilnega sistema medsebojno povezanih delov, ki jih združujejo skupne vrednote in soglasje; namesto tega vidijo v družbi nenehno spreminjajoči se niz odnosov, za katere je značilno izhodišče dane razlike ekonomskih interesov (Doupona, Petrovič 2000).

Teorija konflikta temelji na posodobljeni različici Karla Marxa, zato je v ospredju »razredni boj« oziroma »razredni odnosi«. Šport po tej teoriji predstavlja »opij« za množice. Ohranja moč elitnih skupin v družbi, služi kot sredstvo gospodarskega izkoriščanja, hkrati pa preusmerja pozornost zatiranih drugam. Teorija konflikta v nasprotju s funkcionalno teorijo poudarja negativne posledice. Po eni strani je športno udejstvovanje težko ali sploh nedostopno za tiste, ki ne posedujejo zadostnih sredstev. Revni si težko privoščijo športne rekvizite, kaj šele, da bi aktivno trenirali in

se udeleževali tekmovanj višjega ranga. Rešitev so sicer sponzorji, vendar je to spet odvisno od posameznikovega talenta, rezultatov in tudi zanimanja javnosti za določeno športni disciplino. V športni industriji se obrača precej denarja, ki pa gre spet v žepe tistih, ki imajo moč in vpliv. Po drugi strani pa lahko šport služi kot preusmeritev pozornosti od aktualnih družbenih problemov in izkoriščanja na športna prizorišča in rezultate. Ljudje se tako ukvarjajo s tem, ali bo njihova ekipa zmagala ali izgubila, ne razmišljajo pa o izkoriščanju in zatiranju. Že grški izrek »Kruha in iger!« govori o tem.

Slabost teorije konflikta je predvsem v tem, da na družbeno dogajanje gledajo le z ekonomskega stališča. Ne upošteva pomena spola, etnične pripadnosti, starosti, rase... Prav tako ne upošteva primerov, ko je udeležba v športu sestavljena iz izkušenj, ki dajejo posameznikom ali skupinam moč celo v kapitalsko usmerjenih družbah (Doupona, Petrovič 2000). V nekaterih primerih lahko šport celo spreminja način porazdelitve moči v skupnosti. Šport ni nujno sredstvo zavajanja množic in izkoriščanja fizičnega telesa športnikov v ekonomske namene, ampak je tudi način zdravega življenja, sprostitev in včasih tudi osebna ustvarjalna izkušnja.

2.3 KRITIČNE TEORIJE

Kompromisna rešitev funkcionalne teorije in teorije konflikta so kritične teorije. Sociologi, ki zagovarjajo kritične teorije, predpostavljajo, da sta vedenje in družbeno življenje omejena z zgodovinskimi, družbenimi in materialnimi pogoji, vendar ne domnevajo, da vse družbeno življenje vodi in oblikuje enoten niz dejavnikov, ki obstajajo izven medčloveških odnosov (Doupona, Petrovič 2000). Kritične teorije se torej ne držijo ene »univerzalne« razlage družbenega življenja, ampak iščejo razlago za vsako situacijo in primer posebej.

Po tej teoriji se šport spreminja z zgodovinskimi pogoji, zaznamujejo ga gospodarske in politične spremembe. Razlike v športu skozi zgodovino odražajo razlike v družbi; Šport se spreminja z novim dojemanjem vloge moških in žensk v družbi, z novimi idejami o rasi, etnični pripadnosti, starosti, spolni usmerjenosti (homoseksualne igre) ter fizičnih in mentalnih zmožnostih (paraolimpijske igre).

Kritični teoretiki se osredotočajo na to,

- kaj bi šport lahko bil v družbi,
- kako se priložnosti v športu spreminjajo od ene skupine do druge,
- kako bi se šport lahko spremenil, da bi odražal interese več ljudi v družbi in
- kdaj in kako bi lahko šport postal prostor za spodbujanje sprememb pri načinu človeške interakcije enega z drugim in pri načinu organiziranosti družbenega življenja (Doupona, Petrovič 2000).

2.4 DRUGE TEORIJE

Jennifer Hargreaves in Ian Mc Donald (2002) obravnavata kulturne študije in druge pristope, povezane z marksističnimi, socialističnimi in feminističnimi pristopi.

Kulturne študije je navdihnil Gramscijev koncept hegemonije. Na šport gledajo kot na enega od vidikov kulture, ki zajema borbenost in tekmovalnost. Zanima jih proces, skozi katerega nastajajo, se širijo in spreminjajo kulturne prakse ter ideologije in prepričanja znotraj teh praks skozi interakcije ljudi.

Do kulturnih študij, ki med drugim izpostavljajo patriarhalni značaj športa, so kritične feministične teorije. Opozarjajo, da je šport jasna spolno pogojena aktivnost. To ne pomeni le, da jo dečki oziroma moški bolje sprejeti kot dekleta ali ženske, ampak tudi, da so izpostavljene spretnosti in vrednote, ki veljajo za bolj »moške«.

Omenimo še interpretativne pristope, figurativno sociologijo, Francoski post-strukturalizem in kritične analize sodobne športne kulture.

Pri tem se pojavi vprašanje, zakaj se ljudje sploh ukvarjajo s športom. Sage (v Wenner 1989) je razloge za takšno človekovo dejavnost razdelil v sedem kategorij: nagon, razvojno-kognitivna, gospodovalna vloga, socialna integracija, socializacija, socialni nadzor in osebno izrazna vloga. Pri nagonu se Sage nanaša na Spencerjevo teorijo, ki šport pojmuje kot sproščanje »odvečne« energije, ki je ostala po opravljenem delu. Razvojno kognitivna kategorija poudarja šport v zgodnjih letih človekovega življenja. Šport oziroma igra je način, kako se otrok uči, prakticira in

razvija zavest o pravilih, ki lahko pripelje do kreativnega reševanja problemov v kasnejšem življenju. Freudovo pojmovanje športa je vezano na otrokovo spoznavanje, da je bolje biti »aktivni gospodar« kot »pasivna žrtev«, torej s spodbuja otroke k akciji, ki jih bo pripeljala do željenega cilja. Šport je pomemben tudi z vidika socialne integracije. Skozi športno udejstvovanje človek razvije občutek pripadnosti določeni skupini (v našem primeru ekipi), v kateri si člani delijo iste simbolne pomene, kar se odraža v igranju pod določenimi sprejetimi pravili.

Socializacijska vloga športa je predvsem v tem, da skozi šport otrok povzema določene vrednote (pogum, samodisciplina, vodstvo, sodelovanje, zvestoba, poštenost,...), ki gradijo njegovo osebnost.

Marksisti pa opozarjajo, da je šport odlično sredstvo za nadzor, t.i. opij za ljudstvo. Šport ima hkrati katarzično vlogo, saj se vsako nespoštovanje pravil, ki so sprejeta, kaznuje. In končno, šport ponuja zabavo, sprostitve, užitek (Rigauer 2002).

V naslednjem poglavju bomo spoznali, kako so povezani šport in mediji.

3. ŠPORT IN MEDIJI

Šport in mediji so z razvojem tehnologije (npr. televizijski prenosi) postali vse bolj soodvisni in povezani. V tem poglavju bom pojasnila to povezanost.

3.1 VLOGA MEDIJEV V SODOBNI DRUŽBI

Mediji so imeli skozi zgodovino pomembno vlogo, vendar se je v 20. stoletju z razvojem elektronskih medijev vpliv še povečal. Postali so eden ključnih socializatorjev tudi v primarni in sekundarni socializaciji, zato je izbira medijskih vsebin in prikazovanje nekaterih dogodkov še kako pomembno. Množični mediji tako posredno kot neposredno ponujajo (če že ne vsiljujejo) vrednote in merila. Ustvarjajo določeno miselno strukturo in vzorce razmišljanja, ki posegajo na vsa področja človekovega življenja.

Pomembna je reprezentacija določenih dogodkov v medijih, ki se razlikuje od ene do druge kulture. Pojem reprezentacije Stuart Hall v grobem definira kot »ključni del procesa, v katerem člani iste kulture proizvajajo pomen in si jih izmenjujejo. Vključujejo uporabo jezika, znakov in podob, ki štejejo za stvari ali jih predstavljajo« (Luthar in drugi 2004: 35). Širše se Hall opira na tri pristope, kako reprezentacija pomena deluje prek jezika: reflektivni, internacionalni in konstruktivistični pristop. Če na kratko pojasnim te pristope; pri reflektivnem naj bi bil pomen v samem predmetu, osebi, dogodku, jezik pa zgolj odseva ta pomen. Internacionalni pristop zagovarja ravno nasprotno, torej da s pomočjo jezika svetu nalagamo enkratni pomen.

Tretji pristop, konstruktivistični, pa se osredotoča na dejstvo, da sami ustvarjamo pomen, se pravi, da pomena ne izraža svet, pač pa jezikovni ali katerikoli drug sistem, ki ga uporabljamo za reprezentacijo svojih konceptov. Korelacije med materialno, konceptualno in označevalsko ravno urejajo naši kulturni in jezikovni kodi. Pri tem Hall izpostavi dva modela konstruktivističnega pristopa: Saussurejev semiotični in Foucaultov diskurzivni model. Saussure znak deli na dva nadaljnja elementa in vzpostavlja odnos med označevalcem in označencem, torej med oblikami izražanja, ki jih uporablja jezik, in duševnimi koncepti, ki so povezani z njimi. Jezik deli na langue (jezikovni sistem) in parole (dejanski govor).

Foucaulta je namesto zgolj pomena zanimala proizvodnja vednosti prek nečesa, kar je imenoval diskurz. Ta diskurz je vezan na določen prostor, čas, zgodovinski okvir idr. Definira in proizvode objekte našega vedenja. Obvladuje način, na katerega lahko o temi smiselno govorimo in razmišljamo (Luthar in drugi 2004: 65) Po Foucaultu posamezen predmet dobi pomen šele znotraj določenega konteksta.

Kaj to pomeni v praksi? Mediji nam ponujajo sliko dogajanja, ki naj bi bila čim bližje realnosti. Način reprezentacije določenega dogodka pa je kulturno pogojen. To je morda najbolj vidno v športu. Poglejmo primer nogometne tekme med dvema reprezentancama. Isti dogodek bo v vsaki državi predstavljen z druge perspektive, torej z vidika reprezentance, ki prihaja iz posamezne države. Diskurz, v katerem je predstavljena tekma, se v obeh državah razlikuje predvsem z nacionalnega vidika.

3.2 ZGODOVINSKA POVEZAVA ŠPORTA IN MEDIJEV

Razvoj sodobnega športa je močno povezan z razmahom različnih oblik medijev. Z vzponom industrializacije, tehnoloških inovacij ter tržnih praks in vrednot so se mediji razvili v inštitucijo, usmerjeno v dobiček, ki ima zelo velik kulturni pomen (Rowe v Maguire in drugi 2002: 49). O športu se je začelo obširneje govoriti v 19. stoletju z razvojem tiskanih medijev, vendar so le nekateri športi uživali določeno pozornost na eni strani aristokracije in na drugi strani delavskega razreda. V dvajsetih letih 20. stoletja se je pojavil radio kot resna konkurenca tiskanim medijem. Največji pečat pa je športu vtisnila televizija, o čemer bom govorila nekoliko kasneje.

Pred pojavom radia in televizije mediji niso imeli takšnega pomena na vsakdanje življenje. Osrednji viri socializacije so bili družina, šola in vrstniki, medijska konstrukcija in njena reprezentacija nista vplivali na javno mnenje. S pojavom televizije v drugi polovici 20. stoletja se je močno spremenil način preživljanja prostega časa. »Televizija na novo oblikovala odnose med domačo in javno sfero, preživljanju prostega časa je v lastnem stanovanju podarila novo vsebino in novo privlačnost. Ne ulica, športno igrišče, trg, gostilna, parlament, kinodvorana, gledališče, temveč televizija je tista, ki oblikuje javne dogodke v privatnosti dnevne sobe« (Luthar 1992: 100).

Razvoj elektronskih medijev se je v 60-ih letih prejšnjega stoletja naglo nadaljeval z razvojem satelitov in videa, kasneje pa s kabelskimi sistemi in svetovnim spletom. Z razvojem teh medijev pa so športni dogodki postali medijski spektakli (Maguire in drugi 2002: 50). Globalizacija pa je šport spremenila v velik posel. Nogometna svetovna prvenstva ali olimpijske igre npr. spremljajo gledalci v več kot 200 državah (Maguire in drugi 2002).

Gledanost določenega športa prinaša tudi določene finančne koristi organizatorjem, ki s prodajanjem televizijskih pravic zaslužijo več sto milijonov dolarjev (Maguire in drugi 2002). Kolikšen je ta znesek, je odvisno od gledanosti oziroma popularnosti posameznega športa.

V nadaljevanju bom podrobneje predstavila, kakšna je vloga medijev v športu v današnjem času.

3.3 VLOGA MEDIJEV V ŠPORTU

Glede na to, da so mediji vedno bolj pomemben del socializacije, imajo tudi vidno vlogo pri promociji športnih vrednot.

Šport je za medije hvaležna tema, saj na tak način pridobivajo številne gledalce, še posebej, če gre za šport, ki velja za priljubljenega v posamezni državi (t.i. »nacionalni« šport), kjer so rezultati vrhunski. Po drugi strani pa tudi športniki in športne organizacije potrebujejo medije. S tem, ko se določen šport večkrat pojavlja v medijih (seveda pri tem izvzemimo športe z dolgoletno tradicijo v posamezni državi – v Sloveniji npr. alpsko smučanje), raste tudi zanimanje javnosti zanj. Pa ne le javnosti. Tudi sponzorji bodo prej pokazali interes za vlaganje v športnice in športnike, ki so uspešni in medijsko prepoznavni, saj je to najboljša reklama za podpornike. Da pa se mediji začnejo zanimati in uvrščati te športe v svoj program, so potrebni vrhunski rezultati (Maguire in drugi 2002). Zaradi številnih informacij in dogodkov ter na drugi strani omejenega časa in prostora, morajo uredniki odločati o tem, kaj se bo uvrstilo v program in pri tem imajo prednost tisti (vrhunski) rezultati, za

katere ima javnost večji interes. To pa pomeni, da bodo poročali tudi o neuspehu npr. nogometne reprezentance na neki prijateljski tekmi, medtem ko o slabšem rezultatu (seveda če izvzamemo velike mednarodne športne prireditve) npr. v šahu ne bodo poročali ali pa temu vsaj ne bo posvečene tolikšne pozornosti.

Wenner (v Maguire in drugi 2002: 51) znotraj športnega medijskega kompleksa loči tri skupine, ki tvorijo osnovo za medijsko produkcijo in potrošnjo: to so medijske hiše marketing in športne organizacije. Bistveno je, da zanimanje za športno medijsko produkcijo vlada veliko zanimanje, hkrati pa naraščata zaznava in reakcija tistih, ki gledajo, poslušajo ali berejo o športu. To je odvisno tudi od razredne, spolne in starostne strukture gledalcev. Da bi pritegnili čim večje občinstvo, morajo športu dodati tudi zabavno noto. Naloga medijev (predvsem televizije) je torej, da gledalci »sedijo na koncu svojih sedežev v udobju svojih domov« (Maguire in drugi 2002: 53) Eden od načinov, kako pritegniti čim večje občinstvo je tudi povečanje povezanosti med igralci in občinstvom.

Šport privablja številne gledalce po vsem svetu, zato je njegova vloga pri krepitevi družbenih vrednot in povezovanju ljudi velika (Doupona in Petrovič 1999: 175). Mediji s pomočjo športa soustvarjajo družbene vrednote.

3.4 ŠPORTNI MEDIJSKI SPEKTAKLI

Z razvojem elektronskih medijev, predvsem televizije, so se športna tekmovanja močno spremenila. Pomen medijske prisotnosti na določenem (športnem) dogodku je v tem, da ta dogodek dobi svojo veljavo pri občinstvu, hkrati pa mediji s svojo prisotnostjo dogodek tudi ustvarjajo. Športni spektakli povečujejo pomen neke tekme in privabljajo številne gledalce, ki se vživijo v dogajanje na prizorišču. Bistveno je, da se tako občinstvo kot igralci prilagajajo drug drugemu. Hortonin Wohl ta odnos 'daj-dam' imenuje pseudodružbena interakcija. »Bolj, ko se zdi, da igralec prilagaja svojo igro domnevnim odzivom občinstva, bolj si občinstvo prizadeva ustvariti pričakovan odziv« (v Doupona in Petrovič 1999: 176).

Za občinstvo, ki se vživi v igro, pomeni dogajanje na športnem prizorišču začasen odmik od realnosti in identifikacijo z igralci. »Imaginarno projektiramo mišljenje v medijski imidž in prevzamemo alternativno osebno in socialno identiteto. Preko te identifikacije lahko čutimo idolova čustva, pogosto vzdržimo osebne tragedije in dosežemo celo lastne uspehe« (Doupona in Petrovič, 1999: 176).

Spektakel, kot opozarjajo nekateri sociologi, lahko predstavlja tudi družbeni problem, saj je »vrednost športnega prizora tudi v gledalčevem doživljanju in podoživljanju osnovnega problema ljudske eksistence: borbe med ljudmi in doživljanju zmage in poraza, toda obenem opozarjajo na primitivnost in omejenost takega doživljanja človeške eksistence, ki za mnoge ljudi zožuje vse bogastvo človeškega življenja na en sam edini aspekt: športno tekmo« (Doupona in Petrovič 1999: 181).

Še večjo težo pa spektaklu dajejo elektronski mediji.

3.5 TELEVIZIJA IN ŠPORTNI PRENOSI

Elektronski mediji, predvsem televizija, so spremenili pomen športa, ne le z ekonomskega in organizacijskega vidika, ampak so spremenili tudi odnos med športnimi akterji in občinstvom. Televizijski prenos neke tekme je dostopen veliko širši množici kot na samem mestu športnega dogajanja. Kot pravi Lutharjeva, je eden od načinov legetimizacije televizije »njen odnos do 'resničnosti'-prenašala naj bi dogodke v živo, 'kot so se zgodili'. Šport, javni državni prenosi, informativne oddaje, so 'dobra televizija', saj naj bi omogočali neposredovan dostop do realnega sveta« (Luthar 1992: 17).

Z razmahom televizije v šestdesetih letih prejšnjega stoletja je šport postal 'povsem nova igra'. Nekateri so celo menili, da je šele televizija 'naredila' šport. Včasih se lahko vprašamo, ali kdo je od koga odvisen: športni prenos od športnega dogodka ali obratno. Kot primer slednjega lahko navedem finale državnega prvenstva v hokeju na ledu med jeseniškim Acronijem in ljubljansko ZM Olimpijo. V dvorani Podmežaklo na Jesenicah so hokejske tekme navadno vedno ob 18. uri, finalne tekme, ki jih je v

živo prenašala nacionalna televizija, pa so se prilagajale programski shemi RTV Slovenija.

Vendar je med spremljanjem tekme po televiziji in na samem prizorišču pomembna razlika. Komentator športnega prenosa lahko z opisovanjem dogajanja na športnem prizorišču ustvari pri gledalcih določeno razpoloženje. Še posebej, ko gre za »odmevnejše« športne dogodke in športe, ki imajo »več« privržencev, lahko ustvari večjo dramatičnost tekme in evforičnost pri občinstvu. Gre za t.i. medijske spektakle.

3.6 ZNAČILNOSTI ŠPORTNIH MEDIJSKIH SPEKTAKLOV

Bistvena prednost televizije pred drugimi mediji je v tem, da prenaša zvok in sliko obenem ter najbolje prenese (športno) dogajanje izven mesta dogajanja. Po Richardu Gruneau-ju (Wenner 1989: 134) so značilnosti medijsko-športnih spektaklov naslednje:

- osrednja vloga televizije in na njej sloneča ekonomska struktura
- ustvarjanje kulta zvezdnikov in njihovi ogromni zaslužki, ki segajo čez vse meje
- nabitost z akcijo, dramatičnost in stopnjevanje napetosti, šport kot zabava
- prikaz zmerne agresivnosti
- delitev na atraktivne in neatraktivne športne panoge
- gospodarske, turistične, infrastrukturne koristi za organizatorje velikih tekmovanj.

Televizija torej ustvarja poseben šov. Bolj ko golo športno dogajanje popestri z zabavnimi vložki, bolj je to zanimivo za gledalce. In kar je zanimivo za veliko gledalcev, je zanimivo za veliko oglaševalcev.

Eden od elementov, ki pritegne veliko število gledalcev je dramatičnost. Tu gre predvsem za čustva in evforijo, ki jih izzove nek dogodek. Svetovna prvenstva, olimpijske igre, finalni obračuni in podobna tekmovanja so zanimiva in dramatična že zaradi svoje narave. Vendar je še veliko drugih dogodkov, ki sami po sebi nimajo posebne teže za gledalce. V tem primeru je pomembno ustvariti pomen in

spektakularnost dogodka, kar najlažje dosežejo mediji s svojim poročanjem in seveda komentatorji.

Vse je odvisno od vloge, ki jo določena športna panoga uživa v nekem prostoru. Če primerjamo, kakšno pozornost npr. posvečajo mediji nogometu in baseballu v Sloveniji in kakšno v Združenih državah Amerike, vidimo, da je ravno obratno. Nogomet ima v Sloveniji velik pomen, mediji spremljajo tudi nepomembne tekme in ozadje celotnega nogometnega življenja, baseball pa si komajda zasluži omembe. V ZDA, kjer je bolj uveljavljen ameriški nogomet, je pozornost evropskemu »soccer-ju« majhna. Baseballske tekme pa so pravi medijski spektakli.

Pomemben je tudi značaj športa: ali gre za skupinski ali individualen šport, koliko ljudi lahko neposredno spremlja ta šport, pomemben pa je tudi slojevski odnos do športa. »Nek šport bodo s toliko večjo verjetnostjo prevzeli pripadniki nekega določenega družbenega razreda, kolikor manj nasprotuje njihovem odnosu do lastnega telesa, njihovim najglobljim področjem nezavednega, t.j. telesni shemi kot depozitorju najglobljih razsežnosti posameznika ter njegovega svetovnega nazora, ki vključuje tudi njegovo telo« (Bourdieu v Luthar 1992: 82).

Kakšen odnos bodo imeli mediji do določenega športa je torej odvisno od strukture in množičnosti občinstva, ki mu več pozornosti namenjam v naslednjih poglavjih.

3.7 ŠPORT IN KULTURA NARCIZMA

Dandanes je vsakdanje življenje postalo veliko bolj tvegano. Tekmovalni duh ga preveva veliko bolj kot nekoč. Christopher Lasch (1991: 353) meni, da je »skrb za samega sebe, ki se zdi za današnji čas tako značilna, postaja skrb za lastno psihično preživetje«. Preživetje je postalo eno ključnih vprašanj atomske dobe. Kljub temu pa težnja, da bi ljudi ovedli o njegovih socialnih implikacijah, navadno le še okrepi inertnost, ki jo sicer skuša premagati (Lasch 1991). Osebnost je postala luksuz, jaz pa se je pod težo pritiskov skrčil na obrambno jedro.

Problem preživetja pogosto zasenči pomembnejše zadeve. V popularni kulturi in politični razpravi se je takšna miselnost ukoreninila tako globoko, da ni diskusije, v kateri ne bi šlo za vprašanje življenja in smrti. Tako je tudi v športu. Košarkarski trener npr. poveljuje enega od svojih igralcev, ki da se je sposoben učiti se iz lastnih napak, s tem pa jih 'preživi'. Športni novinar, ki je zabeležil ta košarkarski poklon, razglablja tudi o 'preživetju' visokošolske košarke kot športa, ki privlači največ gledalcev (Lasch 1991: 359). Tudi sama 'borba' posameznih športnih panog za medijski prostor in pozornost javnosti je 'boj za preživetje'. Večkrat, ko se neka ekipa ali posameznik pojavi v medijih, čim večje zanimanje vzbuja med občinstvom, toliko bolj zanimiv postane za sponzorje, ki zagotavljajo 'preživetje'.

Da bi si zagotovili preživetje, so športniki, trenerji, vodstva klubov pripravljeni storiti marsikaj, da bi pritegnili pozornost medijev. Poslužujejo se tudi sredstev, ki včasih niso sprejemljiva. Ena takih stvari je tudi doping, katerega bom obravnavala v naslednjih poglavjih.

4. MEDIJSKO ŠPORTNO OBČINSTVO

Šport je privlačna tema za občinstvo. Toda zakaj je šport postal fenomen medijskega uspeha? Gantz (v Giles 2003: 225) je med najpomembnejšimi motivi za spremljanje športa izpostavil fanovstvo, kjer je v ospredju želja po vznemirjenju ob zmagi, pa tudi od porazu. Cialdini (v Giles 2003: 225) opaza, da podporniki nekega športnega kolektiva pokažejo večjo medsebojno povezanost ob zmagah kot ob porazih. To je poimenoval 'basking' efekt, pri čemer ekipa postane 'mi'; torej gre za identifikacijo z zmagovalno ekipo v smislu promocije pozitivne samopodobe. Ta efekt vodi celo do tega, da ni več važno, ali 'naša' ekipa zmaga ali izgubi, dokler se pojavlja na naslovnica.

Cooper-Chen (v Giles 2003: 227) med razlogi, zakaj je šport tako atraktiven, navaja neposrednost, neodvisnost in čistost. Dogaja se v realnem času, gledalci imajo občutek, da je nek športni dogodek samostojen in da so mediji le stranski opazovalci. Čistost samemu dogodku daje dejstvo, da za to ni nekega scenarija (razen športnih

pravil) in je vsak rezultat posledica sposobnosti ali sreče posameznega akterja (ekipe ali posameznika).

Vendar, kot smo že ugotovili v prejšnjem poglavju, je šport tesno povezan z mediji in na nek način odvisen od njih. Vsak šport ima v medijih odmerjen prostor glede na zanimanje občinstva. Bolj je nek šport zanimiv za športno občinstvo, več medijske pozornosti si zasluži. Zato ni čudno, da se v nekaterih ne tako odmevnih športih odločajo za razne spremljajoče dejavnosti, ki privabljajo ljudi in na tak način zbudijo tudi pozornost športnih uredništev.

Kot primer takšnega ravnanja naj omenim potezo odbojkarskega kluba Avtocommerce Bled, ki je s pomočjo novega sponzorja nekdanj slabo obiskane tekme na domačem parketu spremenil v spektakel. Z dodatnim programom (nastopi glasbenikov, plesnih skupin in animacijo) so v športno dvorano privabili veliko več gledalcev in si zagotovili več medijskega prostora vsaj na lokalni ravni. Po drugi strani so z več sponzorskega denarja in okrepitvami igralcev začeli zmagovati, njihove zmage pa niso izvenele v prazno, ampak so, vsaj pred domačim občinstvom, povzročile pravo evforijo (Mihelčič, Turnes 2006).

Tu se pojavi vprašanje, kdo je prvi člen v verigi sprožanja evforije: mediji ali občinstvo? Prav gotovo mediji z deležem, ki ga posvečajo določenemu (športnemu) dogodku, vplivajo na pozornost občinstva. Prav tako lahko z nekim dosežkom športnice ali športnika zbudijo zanimanje javnosti zanj(o) in nekaj časa tudi za šport, s katerim se nekdo ukvarja. Govorim seveda o primeru, ko ne gre za t.i. »nacionalne« športe (npr. nogomet, alpsko smučanje,...), kjer niso pomembni samo uspehi športnikov, ampak šport v celoti.

Poglejmo primer, v katerem se je zaradi vrhunškega rezultata povečala pozornost občinstva. Slovenska judoistka Urška Žolnir pred olimpijskimi igrami v Atenah 2004 širšemu občinstvu ni bila znana. Na olimpijado se je uvrstila kot »rezerva«, ko je svoj nastop odpovedala ena od tekmovalk. Tudi judo v Sloveniji ne uživa v slovenskem medijskem prostoru velike pozornosti. V Atenah pa je Žolnirjeva zablestela in osvojila

bronasto medaljo. Čez noč je postala zvezda, o njen je bilo moč slišati ali brati povsod. Težko pa bi rekli, da je judo danes kaj bolj »medijsko priljubljen« šport, kot pred Urškinim uspehom.

Drugače je s športi, ki imajo »tradicionalno« podporo občinstva. Tu rezultat ne igra tolikšne vloge kot pri športih, ki se »borijo« za svoj prostor v družbi. Vzemimo primer nogometa, »najbolj pomembne postranske stvari na svetu«. Nogomet ne predstavlja le športne discipline, za nekatere je to način življenja, še posebej za organizirane skupine navijačev. Kot je v svoji knjigi Psihologija množic zapisal Vid Pečjak, je »za športne množice značilna izredno močna identifikacija gledalcev s svojim moštvom in med navijači istih klubov med seboj« (Pečjak 1994: 96).

Ravno ta identifikacija s svojim moštvom pa zahteva obveščenost o vsem, kar se dogaja okoli kluba, kateremu je nekdo vdan. Tu nastopijo mediji, ki množicam, zainteresiranim za določeno ekipo in šport, posredujejo informacije. Te niso omejene le na izide tekem, ampak zajemajo priprave ekipe oz. športnic in športnikov, njihovo življenje, dogajanje v vodstvenih krogih...

Kolikšno pozornost medijev bo imel nek šport je torej odvisno tudi od tega, kakšen pomen ima za občinstvo.

4.1 NACIONALIZEM IN ŠPORT

Nacionalna dimenzija je pomemben del športa. Ta dimenzija se začne z ogromnim dodanim pomenom, ki ga gledanju ekipe ali (včasih) samemu nastopu daje občutek o skupni nacionalni identiteti (Allison 2002: 345). Mednarodne športne arene pa (žal) lahko postanejo tudi prizorišče nacionalističnih izpadov navijačev, še posebno, ko gre za neposredno rivalstvo med narodi, ki so v takšnem ali drugačnem sporu tudi izven igrišč. V preteklosti so bili incidenti, npr. že omenjeni izgredi na EP v vaterpolu 2003 v Kranju med navijači Hrvaške ter Srbije in Črne Gore, vojna med Hondurasom in Salvadorjem, ki je izbruhnila zaradi nogometa, ipd.

Prav na primeru nogometa v državah nekdanje Jugoslavije lahko vidimo vplive nacionalizma. Peter Stanković (2004) ločuje tri obdobja slovenskega nogometa, pri čemer izpostavlja odmik od tega športa v 60-ih in 70-ih letih 20. stoletja. V tem času se je nezadovoljstvo Slovenije s tem, da je del Jugoslavije, začelo stopnjevati iz dveh razlogov. Prvič zaradi edinstvene ekonomske razvitosti Slovenije v primerjavi z ostalimi narodi takratne Jugoslavije, drugič pa zaradi vedno večjega priliva imigrantov iz ostalih jugoslovanskih republik v Slovenijo, pri čemer so Slovenci to interpretirali kot grožnjo njihovi kulturi (Stanković 2004: 241). S tem se je začel vzpenjati slovenski nacionalizem. S športnega vidika so na pomenu začeli pridobivati alpski zimski športi, nogomet, kjer je bilo prisotnih več pripadnikov drugih jugoslovanskih narodov, pa je bil vedno bolj potisnjen v kot. Njegov znižan status se je odražal znotraj slovenskega nacionalističnega diskurza in je postal »uspešen simbol legitimizacije in naturalizacije obstoječih neenakosti med 'domačini' in priseljenci« (Stanković 2004: 245)

Situacija se je spremenila, ko se je slovenska nogometna reprezentanca uvrstila na svetovno prvenstvo 2002. Kljub ponovni popularnosti nogometa v Sloveniji, se je slovenski nacionalizem še vedno kazal, le v drugih oblikah, kot so spreminjanje hrvaških, bošnjaških, srbskih in črnogorskih pripon (-ić) v slovenske (-ič), poudarjanje, da kljub pomanjkanju tehničnih spretnosti Slovenci na igrišču 'dajo 110 odstotkov' od sebe, ipd (Stanković 2004).

5. ŠPORTNE ZVEZDE

Želja vsakega športnika oziroma športnice je zmaga na katerem od velikih tekmovanj v športu, s katerim se ukvarjajo. Vrhunski šport je vezan na uspehe na najvišjih nivojih posameznih tekmovanj. Vendar vsak vrhunski športnik ali športnica če ni zvezda. Glavno vlogo pri tem imajo mediji, ki te zvezde ustvarjajo.

Če se vrnemo v preteklost, so bili zmagovalci antičnih olimpijskih iger čaščeni kot bogovi.

V današnjem svetu, kjer se vse vrti okoli slave in denarja in ko so olimpijske igre postale medijski in tržni spektakel, je zmagovalka oz. zmagovalec ponovno visoko cenjen. Če že ne s strani športne javnosti, pa vsaj s strani sponzorjev in denarnih nagrad. Pa ne samo olimpijske igre, tudi ostala velika tekmovanja v športih, ki veljajo za bolj priljubljene v posamezni državi, rojevajo športne zvezde. Največ jih prihaja iz sveta nogometa, za katerega je tako ali tako ustaljena fraza »najpomembnejša postranska stvar na svetu«. Slavni športniki in športnice polnijo ne le športnih strani, o njih in njihovem življenju, delu, družini najdemo prispevke tudi v tabloidnih časopisih.

Poseben odnos, ki ga ima športna javnost do športnikov, čeprav jih pogosto osebno ne pozna, je dokaz, da v moderni družbi obstaja kulturni vzorec, ki povezuje ljudi preko medijev na prav poseben način. Leo Lowenthal (v Marshall 1997) meni, da gre v 20. stoletju za transformacijo fenomenov herojev oziroma zvezd. Ne častimo več herojev, ki so naredili nekaj dobrega za človeštvo, ampak ljudi, ki nas v prostem času zabavajo in nam ponujajo odmik od realnosti. »Heroji popularne kulture ponujajo upanje za uspeh vsakega izmed nas, hkrati pa nekako obljublajo odprtost in dostopnost celotnega družbenega sistema v trenutkih sreče in uspeha« (Lowenthal v Marshall 1997: 10).

Če to prenesemo na športna prizorišča, lahko rečemo, da je šport neke vrste »opij« za ljudstvo, kar so poudarjali predvsem predstavniki kritične teorije. Ko ljudje spremljajo uspehe, pa tudi neuspehe svojih (športnih) junakov, pozabijo na

vsakodnevne skrbi. Kot ugotavljata Kellner in Douglas (2003: 69) »navijači na nekem športnem dogodku postanejo del nečesa večjega kot so sami, udeležba pa zagotavlja pomembnost in večjo skupnostno zavest, povezano s številnimi ostalimi enako mislečimi, ter občutek veselja ob zmagi in trpljenja ob porazu«.

Pretirano povečevanje športnikov in njihovih rezultatov lahko vodi v divinizacijo. »Sprevržena divinizacija športnih veličin (pogosto tudi umetno ustvarjenih) je oblika psevdokulture, ki mnogim anonimnim občudovalcem športnikov s procesom zunanega posnemanja (oblačenje, način govora itn.) in istovetenja z vrhunskimi športniki, z občutkom, da jih z malikovanjem tudi sami soustvarjajo, jemlje mladim še zadnje možnosti, da se sami izrazijo kot avtentične osebnosti« (Doupona, Petrovič 1999: 185).

Če pogledamo čisto banalen primer: »Beckhamova pričeska«, nekoliko daljši lasje, speti v polrep, je postala modni trend. Podobno je tudi v drugih primerih, kar s pridom izkoriščajo oglaševalci, o čemer več pišem v poglavju o financiranju športnikov.

Skratka, svetovno znan športnik oz. športnica prevzema vlogo mitološkega heroja (Šaver 2006). Premagovanje nekih ovir na poti k zastavljenemu cilju, ki jih (športni) junak premaga, »posreduje lastnemu kolektivu ali naciji, ki mu zaradi tega pripiše poseben status ali družbeno vlogo« (Campbell v Šaver 2006: 3). Športni junaki postanejo nekakšni posredniki med povprečnimi ljudmi in nadnaravnim kozmosom, med ljudstvom in ideologijo dominantne skupine. Hkrati navadno pomenijo utelešenje vrednot, ki jih neka družba priznava.

Za to, da je nek športnik ali športnica povzdignjen na raven heroja oz. heroinje, v veliki meri poskrbijo mediji. »Pomen medijev v mitologiji junaštva lahko najdemo v dejstvu, da kulti, ki obkrožajo junake, sami po sebi niso dovolj, temveč terjajo mediatorje ali posrednike, ki so sposobni razvijati in interpretirati sodobne mite« (Šaver 2006a: 10). Mediji tako še potencirajo športnikove sposobnosti in njegove (njene) dosežke. To športnikom daje pridih sodobnega božanstva, kakršnega so imeli antični heroji.

Vendar moderni senzacionalizem temelji na tem, da so »namesto epske glorifikacije mediji začeli vse pogostejše poveličevati športne junake na relaciji med javnim in zasebnim likom« (Šaver 2006b: 10). Temu je svoj pečat vtisnila fotografija.

Zanimivo je, da so med športnimi zvezdami oz. junaki tudi pripadniki skupin, ki so sicer v neki družbi diskriminirane (npr. temnopolti športniki v ZDA, pripadniki nekdanjih jugoslovanskih držav v Sloveniji...), vendar z določeno mero asimilacije in sprejemanja vrednot te družbe postanejo njeni nadvse cenjeni člani. Vloga medijev je pri tem zelo pomembna, »saj podobe športnih zvezdnikov in junakov v svoji globalni postmoderni mašineriji na površinski ravni povezujejo v verige političnih in emocionalno nabitih označevalcev, ki so tesno povezani s kompleksno matrico družbenih neenakosti« (McDonald, Andrews v Šaver 2006: 11).

Potreba po junaštvu prinaša tudi slabe strani za športnike. Coubertainovo načelo: »Važno je sodelovati in ne zmagati« danes odzvanja prazno. Želja po vrhu, po slavi in denarju je močnejša od tistega, kar je pri športu pravzaprav bistveno: druženje, gibanje, solidarnost. Res je, da različne organizacije želijo ponovno dvigniti to zavest⁴, vendar je v ozadju spet tržna poteza. Posledično ta tekmovalnost, ne le za zmago, ampak tudi za rezultate in rekorde, vodi v nezakonite posege, najbolj pogosto je to doping.

Vse se vrti okoli denarja, zato vedno večjo vlogo v sodobnem športu igrajo sponzorji in oglaševalci.

⁴ Na olimpijskih igrah 2004 v Atenah so bili to promocijski spoti z znanimi obrazi, kot so nekdanji južnoafriški predsednik Nelson Mandela, ameriški igralec Richard Reeve,...

6. FINANCIRANJE VRHUNSKIH ŠPORTNIKOV

Za uspešen trening in posledično doseganje vrhunskih rezultatov so potrebna precejšnja finančna sredstva. Mnogi športniki niso sposobni sami vlagati v svoj razvoj, tudi oprema, treningi, priprave in tekmovanja so precejšen finančni zalogaj. Zato športnik(-ca) in ekipe potrebujejo pomoč različnih sponzorjev, ki večinoma izhajajo iz gospodarstva. Država s štipendijami pomaga obetavnim mladim športnicam in športnikom, poleg tega je v Zakonu o športu (Uradni list RS 22/98) opredeljen tudi status poklicnega športnika in možnost dodeljevanja sredstev iz državnega proračuna. Država ponuja tudi okoli 200 delovnih mest na Ministrstvu za notranje zadeve in Ministrstvu za obrambo. V nadaljevanju bom izpostavila predvsem sponzorstvo.

6.1 SPONZORJI

Sponzoriranje v športu predstavlja dve tretjini celotnega sponzorstva. Definicij sponzorstva je več. Ena najbolj natančnih je Bruhnova, ki pravi, da »sponzorstvo pomeni planiranje, organiziranje, izvajanje in kontroliranje vseh aktivnosti, ki so povezane z doseganjem marketinških in komunikacijskih ciljev nekega podjetja, ki te cilje doseže tako, da finančno ali materialno podpre osebe in/ali organizacije na športnem, kulturnem in/ali družbenem področju« (v Possing 1991: 22). V našem primeru si sponzorji izberejo vrhunskega športnika, športnico ali ekipo. V Sloveniji je to najboljša promocija podjetja, po drugi strani pa športniki z njihovo pomočjo lažje dosegajo cilje.

Sponzorstvo sta v zadnjih dvajsetih letih zaznamovala dva trenda (Mihelčič, Turnes 2006). Prvi mejnik sodobnega sponzorstva je konec 80-ih let prejšnjega stoletja postavil sponzorski projekt z ameriškim košarkarjem Michaelom Jordanom. Ta projekt je spremenil odnos in pojmovanje sodobnega sponzorstva kot učinkovitega in donosnega orodja komunikacij blagovne znamke tudi tako, da je Jordan sam postal blagovna znamka. Drugi trend, ki se je pojavil v devetdesetih letih, je posledica družbenih sprememb in odnosa potrošnikov do oglaševanja. Ti so postali vedno bolj pozorni in manj naivni, veliko težje jih je prepričati naj verjamejo blagovni znamki, se identificirajo z njo in ostanejo zvesti. Sponzorstvo je tako »inovativen odgovor, saj

daje občutek, da imamo lahko možnost izbire med sponzorjem (njegovo blagovno znamko) in sponzorirancem (naklonjenostjo do njegovega uspeha, njegove osebnosti« (Mihelčič, Turnes 2006: 71). Prednost sponzorstva pred oglaševanjem je tudi v tem, da porabniku daje možnost čustvene izkušnje – povezave blagovne znamke in sponzorja.

Odbojarski klub Autocommerce Bled je na primer s pridobitvijo vplivnega sponzorja, podjetja Autocommerce d.o.o iz Ljubljane, doživel preporod (Mihelčič, Turnes 2006). Nov dotok finančnih sredstev je vodstvu omogočil močne okrepitve na trenerskem in igralskem področju, pridobitev občinstva na tekmah in na koncu osvojitve naslova pokalnih zmagovalcev in državnih prvakov. S svojimi spektakli (s pomočjo sponzorskega denarja) so privabili medije in dvignili popularnost odbojke ne le v domačem okolju, ampak tudi na državnem nivoju. Hkrati pa je to promocija tudi za sponzorja. Kaj je lepši oglas kot to, da klub, ki je ob koncu veliki zmagovalec in pritegne nase vso pozornost medijev in občinstva, nosi tvoje ime? Pri odločitvi za ta projekt so upoštevali različne ciljne javnosti: poslovno javnost, zaposlene in moštvo ter medije in splošno javnost. »Mediji so bili odločilni pri vseh komunikacijskih aktivnostih projekta, s tem so namreč širili vedenje o projektu z ozkega lokalnega okolja na celoten nacionalni prostor in posredno na družbo kot tako oziroma se usmerjali na splošno javnost kot drugo strateško javnost« (Mihelčič, Turnes 2006: 72).

Podjetja bodo tako raje vlagala v športnice in športnike, ki pri občinstvu uživajo največji ugled in vzbujajo največ zanimanja medijev, saj bodo na ta način imeli tudi največ od vloženih sredstev. Kot pravi Janko Strel (v Gosenca 2004: 20) je »šport postal najuspešnejše blago tržnega gospodarstva razvitega sveta, potrošništvo, podprto z reklamnimi sporočili, pa predstavlja vse pomembnejši delež finančnih tokov posameznih držav«.

Sponzorstvo ni enosmerno podpiranje poti športnega subjekta (posameznika ali ekipe). Podjetje, ki podpre nekega športnika, športnico ali ekipo, zahteva tudi promocijo na vsakem koraku. Zato komajda opazimo športnika, ki ne bi bil

»polepljen« s številnimi napisi sponzorjev. Za podjetja, ki vlagajo v šport, je to enako pomembno kot načrtovanje ostalih tržnih potez, je »zidak v integriranem komuniciranju podjetja, ki ga ne obravnavamo izolirano, temveč skladno z drugimi trženjskimi in komunikacijskimi instrumenti glede na celostno podobo podjetja« (Cimperman 2003: 30). Zato je ključnega pomena tudi identifikacija posameznega podjetja s športnikom oz. športnim dogodkom ali s potencialnim občinstvom, ki prihaja na določeno športno prireditev.

Proces sponzoriranja poteka v več korakih (Cimperman 2003): prvi korak je samo komuniciranje organizacije, dogodka ali posameznika⁵, ki v okolje posreduje sporočilo, zanimivo za celotno javnost ali le njen del. Zaradi večje pristnosti tovrstne komunikacije so ljudje bolj dojemljivi za takšen način sporočanja. V drugem koraku organizacija, dogodek ali posameznik prenese svoj imidž na sponzorja. Ta se zaveda pomena, ki ga imajo akterji v očeh javnosti, zato skuša posredovano sporočilo in imidž prevzeti in se z njim poistovetiti. Sam dogodek za razliko od ostalih dveh oblik, daje dramatičen vtis, ki sponzorjevemu sporočilu dodaja čustven naboj, to pa je močan element sporočila. Zadnji korak je (uspešen) prenos imidža na gledalca in s tem je sponzorski krog zaključen.

Šport je torej postal del tržnega sveta. Pri komercializaciji športa gre za procese, »ko je športni rezultat v prvi vrsti v službi industrijskega kompleksa in šele v drugi vrsti športnika« (Petrovič v Gosenca 2004: 20). Športniki so v današnjem svetu veliko bolj odvisni od sponzorskih sredstev kot v preteklosti. Morda k temu prispeva tudi dejstvo, da vodilo športa ni več »zdrav duh v zdravem telesu«, temveč gre za preseganje meja in sposobnosti človeka.

Douglas Kellner (2003: 65–66) govori o treh obdobjih v športu glede na njegove značilnosti. V industrijski dobi je bilo ukvarjanje s športom pomembno za boljšo fizično vzdržljivost in moč, s katero so delavci lažje opravljali delo v proizvodnji. Šport je v industrijskem obdobju krepil kolektivni duh, po drugi strani pa diferenciral

⁵ V našem primeru gre za športne organizacije in dogodke oz. športnice in športnike.

delavce. Vrednote tekmovalnosti in uspeha so bile pomembne pri razširjanju kapitalistične etike. Moderni šport je po Kellnerjevem mnenju organiziran po načelih delitve dela in profesionalizma. Postal je »pomembno družbeno področje, kjer je potrebno strogo upoštevati določena pravila« (Kellner 2003: 66). Tretja stopnja v razvoju športa je postmoderna doba, kjer je šport podrl meje med profesionalizmom in komercializacijo. »V medijsko potrošniški družbi, kjer je opazna nagla širitev storitvenega sektorja, je šport postal nekakšno potrošno blago na vseh področjih življenja ljudi in hkrati ključni del visoko diferencirane zabavne industrije« (Kellner 2003: 66).

Vsi naštetí akterji (športnik, občinstvo, sponzorji-oglaševalci, mediji) so torej med seboj povezani.

7. POROČANJE MEDIJEV O (NE)USPEHIH SLOVENSKIH ŠPORTNIKOV

V empiričnem delu svojega diplomskega dela bom analizirala novinarske prispevke v dnevnikih *Delo* in *Ekipa*. Analizirala bom časopisne prispevke, ki tematizirajo uspeh slovenske moške rokometne reprezentance na evropskem rokometnem prvenstvu in njen neuspeh na olimpijskih igrah v Atenah (oboje leta 2004) ter na (ne)uspehe slovenskih deskarjev na snegu na svetovnih prvenstvih 2003 v avstrijskem Kreischbergu in 2005 v kanadskem Whistlerju.

Analizirala bom 10 prispevkov iz *Dela* in 8 iz *Ekipe* o rokometnem evropskem prvenstvu, 5 prispevkov iz *Dela* in 8 iz *Ekipe* o nastopu slovenske rokometne reprezentance v Atenah, 4 prispevke iz *Dela* in 3 iz *Ekipe* s svetovnega prvenstva 2003 v deskanju na snegu ter 3 prispevke iz *Dela* in 2 iz *Ekipe* s prvenstva leta 2005. Osredotočila sem se predvsem na poročila z odigrane tekme.

V raziskavi bom iskala odgovor na vprašanje: Kako je (ne)uspeh slovenskih rokometašev in deskarjev na snegu reprezentiran v časopisih *Delo* in *Ekipa* ali podrobneje, iskala bom odgovore na vprašanja Kako so reprezentirani slovenski rokometaši in kako deskarji v teh besedilih, kako so reprezentirani nasprotniki in kako je reprezentirano občinstvo?

Pri tem bom uporabila metodo kritične diskurzivne analize (KDA), ki skuša z empirično jezikovno analizo prispevati k razreševanju družboslovnih vprašanj. Po Faircloughu (v Erjavec, Poler Kovačič 2007: 41) gre za odnos med določenim komunikacijskim dogodkom, kot je časopisni prispevek, in celotno strukturo reda diskurza. Faircloughova metoda temelji na deskripciji, interpretaciji in pojasnitvi. Vsak diskurziven dogodek lahko analiziramo na treh ravneh kot zapisan ali govorjen tekst, diskurzivno prakso, ki vključuje produkcijo in intrerpretacijo ali recepcijo teksta ter družbeno prakso.

Analiza posameznih besed, uporabljenih v novinarskem prispevku, je navadno nujni del vsake tekstualne in diskurzivne analize. Besede sporočajo družbene vrednote in vtise, ki jih lahko zaznamo kot denotativne in konotativne pomene (Erjavec, Poler Kovačič 2007: 55). Besede imajo poleg denotativnega tudi konotativen pomen. Če izhajamo iz tega, je pomemben tudi način, kako so ljudje, pojmi, predmeti, države... poimenovani v novinarskih prispevkih, saj to vpliva na končno zaznavo in upoštevanje v družbi.

V mojem diplomskem delu me posebej zanima izbira in pomen besed, ki označujejo slovenske reprezentante, njihove nasprotnike in tudi odziv občinstva ob uspehih in neuspehih.

7.1 POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH ROKOMETNE REPREZENTANCE NA EP 2004

7.1.1 Poročanje o EP 2004 v *Delu*

V dnevniku Delo so evropskemu prvenstvu v Sloveniji dnevno posvetili dve strani. Slovenski reprezentanci je bil dnevno namenjen vsaj en prispevek (tudi, kadar niso nastopali).

Spodaj so predstavljeni najbolj tipični naslovi:

V drugem polčasu Islandci padli v mlin (Škerl 2004a: 16).

Živčna ura preobratov znova s srečnim koncem (Škerl 2004b: 16).

Uroš Zorman kronal vztrajnost Tisljeve čete (Škerl 2004c: 11).

Lapajne in Kavtičnik dobila živčno vojno (Hočevar 2004a: 23).

Na partizanske koračnice juriširali le Nemci (Hočevar 2004b: 14).

Tivoli doživel polfinalni trans (Hočevar 2004c: 15).

Slovenec zlata vredno srebro (Hočevar 2004d: 13).

Dan rokometnih sanj (Hočevar 2004e: 14).

Slovenski rokometiši so označeni kot »vztrajni«, »borbeni« (*Tisljeva četa*) in »psihično trdni« (*živčna ura – srečen konec, dobiti živčno vojno*). V naslovih prevladujejo posamezniki (Zorman, Lapajne). Manjkrat se v naslovu pojavljajo

nasprotniki, če pa se, so označeni kot veliki poraženci, ki niso imeli možnosti za zmago, kar se kaže v besedni zvezi *padli v mlin*. Ravno nasproten (visok poraz) konotativen pomen ima naslov o zmagi nemške reprezentance nad slovensko z uporabo besede *juriširali*.

V naslovih prispevkov ob koncu prvenstva je opazno potenciranje vrednosti drugega mesta za Slovenijo na EP, kar se kaže v naslednjih besednih zvezah: *zlata vredno srebro, dan rokometnih sanj*. V naslovu *Tivoli doživel polfinalni trans* avtor prispevka izpostavi navijaško vzdušje v dvorani Tivoli, pri čemer beseda *trans* označuje veliko veselje v dvorani od uvrstitvi Slovenije v polfinale EP.

Spodaj je navedenih nekaj primerov, v katerih je razvidnih nekaj tipičnih izrazov, ki označujejo slovenske reprezentante in njihove nasprotnike.

»Z delnim rezultatom 7:0 so izbranci Toneta Tislja vendarle strli odpor žilavih Skandinavcev« (Škerl 2004a: 16).

»Selektor Tone Tiselj je naprej zamenjal vratarja, nato pa z Backovičem in Jovičičem okrepil desno stran, po vstopu Kavtičnika pa je slovenska lokomotiva odločno potegnila in lahko povsem mirno pričakuje nocojšnji obračun s Čehi« (Škerl 2004a: 16).

»Povrhu vsega je bila češka obramba 4-2 ali 3-3 nerešljiva uganka za naše virtuoze Vugrinca, Jovičiča, Pajoviča« (Škerl 2004b: 16).

»Očitno dvignjeni Tisljev glas ob odmoru v slačilnici je slovenske rokometase na začetku 2. polčasa dobesečno izstrelil« (Škerl 2004b: 16).

»Na dlani je bilo, da bo za poraz Čehov enostavno moral eden od naših 'eksplozirati'« (Škerl 2004b: 16).

»Slovenska rokometna pravljica na evropskem prvenstvu je v peti tekmi doživela hud udarec« (Hočevár 2004b: 14).

»...V njih je spet najvišje letel 19-letni Vid Kavtičnik, ki je kot za šalo pošiljal žoge za hrbet prekaljenega vratarja Thierryja Omeyerja« (Hočevár 2004c: 15).

Izrazi, ki jih avtor uporablja za označevanje slovenske reprezentance, so *slovenska lokomotiva*, *slovenska rokometna pravljica*, glagola, kot sta *izstreliti* in *eksplozirati*

izražata avtorjevo videnje preobrata v igri Slovencev. Posamezne igralce avtor označuje bodisi z besedami, ki konotirajo odličnost, kot je npr. *virtuoz*i, bodisi z besednimi zvezami, kot je v primeru Vida Kavtičnika, ki *'kot za šalo'* nasprotnikom zabija gole. Poleg tega avtor med drugim označuje igralce tudi z naslednjimi besedami oz. besednimi zvezami: *benjamin v slovenski ekipi* (Vid Kavtičnik), *francoski legionar* (Beno Lapajne)...., ki primerjalno konotirajo mladost, izkušnje.

Tudi uporaba izrazov za slovenske rokometaše in njihove nasprotnike v kontekstu Slovence reprezentira kot junake. *'Žilave'* Skandinavce so slovenski predstavniki *'strli'*, Čehi so *'nerešljiva uganka'*, vendar v tem kontekstu avtor ublaži premoč nasprotnikov z izrazom *'naši virtuoz*i'. Tudi pri porazu z Nemčijo, ki je bil *'hud udarec'* za slovensko ekipo, avtor ublaži ta poraz z uporabo izraza *'slovenska rokometna pravljica'*.

Naslednji tipični odlomki novinarskih prispevkov ob koncu EP odražajo pozitiven odnos avtorja do drugega mesta slovenskih rokometašev:

»Šesto evropsko prvenstvo za rokometaše, največja športna prireditev v samostojni Sloveniji, se je končalo tudi z največjim uspehom slovenskega kolektivnega športa doslej – srebrno kolajno Tisljeve čete. Ta je po izjemni polfinalni zmagi nad Hrvaško, ki ji je prinesla uvrstitev na OI v Atenah, v finalu sicer klonila pred Nemčijo, a si za nastope na EP, ki so v zadnjih dneh na noge dvignili vso Slovenijo, zaslužijo čestitke« (Hočevár 2004d: 13).

»Slovenske uvrstitve v finale nikakor niso rutinske, zato pa so se pri naših rokometaših take zdele zmage na velikih tekmah« (Hočevár 2004d: 13).

V prvem stavku imamo kar dvakrat uporabljen presežnik *'največji'* (največja športna prireditev, največji uspeh), pri čemer se kaže avtorjevo pozitivno dojemaje same prireditve in uspeha. Poleg tega tudi pridevnik *'izjemni'* kaže na povičevanje uspeha slovenske reprezentance. Slovensko reprezentanco označuje kot *'Tisljevo četo'*, kar spet poudarja avtorjevo konotacijo igre Slovencev kot bitke. Avtorjeva naklonjenost se kaže tudi v besedi *'čestitke'*.

Pozitiven avtorjev odnos do igre slovenske reprezentance se kaže tudi v besedi *'rutinski'*.

O zmagi Nemcev v finalu je avtor med drugim zapisal:

»Bogu, kar je božjega, bi lahko dejali po izgubljenem finalu« (Hočevár 2004d: 13).

Z rabo rekla *'bogu, kar je božjega'* avtor označuje premoč nemške reprezentance nad slovensko in s tem nekako opravičuje poraz domače reprezentance, češ, *'proti bogovom se ne moremo boriti'*.

Naslednji odlomki so tipični primeri poročanja o tekmi s hrvaško reprezentanco v polfinalu:

»Le redko kdo v življenju doživi tako veličasten dan, kot so ga naši rokometaši na zgodovinsko soboto, 31. januarja 2004. To je bil dan, ko jim je vse teklo po maslu, ko nič ni moglo iti narobe. Dan, ko so z uvrstitvijo v finale EP uresničili svoje sanje, svojim navijačem pa privoščili zanje vedno najslajšo zmago, zmago nad južnimi sosedi Hrvati« (Hočevár 2004d: 14).

»V športu je pač tako, da ko eden sladko sanja, drugi doživlja nočne more. V hrvaški reprezentanci so jih gotovo. Bili so poraženi in še pretepeni« (Hočevár 2004d: 14).

Tekma s Hrvaško in zmaga slovenskih reprezentantov je označena z besedami in besednimi zvezami, kot so *'veličasten dan'*, *'zgodovinska sobota'*, *'dan, ko je vse teklo po maslu'*, *'dan, ko so uresničili svoje sanje'*, *'najslajša zmaga'*. Prav slednja besedna zveza v kontekstu *'najslajša zmaga – zmaga nad južnimi sosedi Hrvati'* kaže tudi nacionalističen odnos avtorja do nasprotnikov.

Pomen, ki ga avtor pripisuje slovenski zmagi, se kaže tudi v tem, da slovenska reprezentanca *'sladko sanja'*, hrvaška ima *'nočne more'*. Poleg tega pa avtor označuje poraz Hrvatov z besedama *'poraženi'* in *'pretepeni'*.

7.1.2 Poročanje o EP 2004 v Ekipi

V športnem dnevniku Ekipa so prav tako kot v Delu namenili precej pozornosti evropskemu prvenstvu na slovenskih tleh, saj so dnevno temu dogodku posvetili dve do tri strani, od tega je bila vsaj ena stran namenjena slovenski reprezentanci.

Že sami naslovi so pomembni, ker se že v njih pojavljajo ključne reprezentacije slovenske reprezentance, njenih nasprotnikov in vzdušja ob igrišču.

Spodaj so predstavljeni najbolj tipični naslovi:

»Vitezi vikingom odsekali rogove« (Obrez 2004a: 2–3).

»Tudi Čehi pokleknili« (Obrez 2004a: 2–3).

»V Ljubljano po kolajno« (Obrez 2004b: 2–3).

»V peklu Tivolija do Aten« (Cvijič 2004a: 2–3).

»Na juriš do finala«, »Juga na kolenih« (Cvijič 2004b: 2–3).

»Gremo do konca« (Obrez 2004d: 2–3).

»Zlati srebrni vitezi«, »Slovenija gori« (Košir 2004: 2–3).

Za opis slovenskih rokometašev so novinarji uporabili besede z izjemno pozitivno konotacijo kot »junaki«, največkrat kot »vitezi«. Vitez označuje srednjeveškega pripadnika nižjega plemstva, znotraj tega diskurza pa ima vitez konotativen pomen in sicer junaštvo, poštenost, nepremagljivost. Avtor besedila na ta način v ospredje postavlja slovenske reprezentante kot junake, njihovi nasprotniki pa so označeni kot nasprotni pol junaštva – antijunaki.

Zmage Slovencev so reprezentirane prek poraza tekmecev, kar se kaže v besednih zvezah *Vikingom odrezali rogove*, *Juga na kolenih*, *Čehi pokleknili*. S tem avtor dosega še večjo dramatičnost in zmagi pripiše še večji pomen.

Dramatičnost tekem avtor reprezentira tudi z izrazi, kot je npr. *pekel*, katerega konotativen pomen je trpljenje, bolečine, v tem primeru pa tudi borbeno vzdušje tako na tribunah kot na parketu.

Avtor uporablja tudi nekatere besede oz. besedne zveze, ki reprezentirajo njegov navijaški odnos do slovenske ekipe, saj kažejo na njegovo čustveno vpletenost. To so npr. *na juriš*, *gremo do konca*, *v Ljubljano po kolajno*.

Najbolj tipični naslovi pod fotografijami so bili:

»OGNJEN BACKOVIČ – bruhal je ogenj« (Obrez 2004d: 2–3).

»BENO LAPAJNE – nočna mora francoskih rokometašev (Obrez 2004d: 2–3).

»VID KAVTIČNIK je dobesedno letel po igrišču« (Obrez 2004d: 2–3).

»Mladi lev slovenskega rokometar Ognjen Backovič« (Obrez 2004d: 2–3).

»Solze sreče Renata Vugrinca« (Košir 2004: 2–3).

»Po zmagi nad Hrvati je na tribuni zagorelo« (Košir 2004: 2–3).

Avtor reprezentira nekatere slovenske igralce kot neke nadnaravne heroje, kar se kaže v naslednjih izrazih: *bruhati ogenj*, *nočna mora*, *leteti po igrišču*, *mladi lev slovenskega rokometar*. S tem izpostavlja viteški koncept slovenskih reprezentantov, torej pokazati njihovo nepremagljivost, junaštvo in sposobnost.

Poleg same borbenosti in igralskih sposobnosti imajo rokometaši tudi povsem človeško čustveno plat, kar konotira besedna zveza *solze sreče*.

Seveda po tekmi s Hrvati na tribunah ni dobesedno zagorelo. Dejanski konotativni pomen je proslavljanje zmage slovenskih navijačev na tribuni, ki so med drugim uporabljali svetlobna in pirotehnična sredstva.

Novinar slovenske rokometar označuje tudi kot 'ene izmed nas' in s tem vzpostavlja homogenost med člani občinstva in rokometaši in jih približa bralcu z vzdevki, kot so *Vugi* (Renato Vugrinec), *Purgi* (Roman Pungartnik), *Backo* (Ognjen Backovič); s tem avtor besedila tudi zmanjšuje distanco med ekipo in občinstvom. Občinstvo se tako lažje poistoveti s svojimi 'junaki', hkrati pa ta bližina povezuje tudi posameznike znotraj občinstva, kar se odraža v besedi »naši«. Selektor Tone Tiselj je označen kot *Napoleon*, konotiran kot osvajalec in zmagovalec.

Avtor besedila zelo natančno reprezentira tudi dogajanje ob igrišču in vzdušje na tribunah iz dvorane prenaša tudi na tiste, ki na sami tekmi niso bili prisotni. Poglejmo nekaj primerov:

»Celjska lepotica je že pred uvodno tekmo Slovencev na EP pokala po šivih, navijači so bili odlično razpoloženi in vzdušje je bilo razgreto kot v reaktorju krške nuklearke« (Obrez 2004a: 2–3).

»Po pričakovanjih so Štajerci znova pripravili peklensko vzdušje.../.../...V odmoru pa je v celjski lepotici znova odmeval borbeni refren 'na juriš, na juriš', ki je govoril o tem, kaj se obeta v nadaljevanju tekme« (Obrez 2004a: 2–3).

»Fantastični navijači naših vitezov so seveda tudi sinoči dvorano pod Golovcem napolnili do zadnjega kotička, vzdušje je bilo... no, saj veste – peklensko! In kapo dol uradnemu napovedovalcu, ki je vzdušje dvignil do vrelišča že pred uradnim žvižgom španskih sodnikov« (Obrez 2004b: 2–3).

»Zoran Predin je s svojo rockovsko različico Zdravljice Tivoli že četrte ure pred tekmo dvignil na noge. Vsi v dvorani so se zavedali: to je zgodovinska tekma« (Obrez 2004d: 2–3).

Dogajanje v dvorani je reprezentirano z veliko mero avtorjevega navijaštva. Za reprezentacijo uporablja naslednje besede in besedne zveze: *pokati po šivih, razgreto kot v reaktorju krške nuklearke, peklensko vzdušje, borbeni refren, na juriš, napolniti do zadnjega kotička, dvigniti do vrelišča, dvigniti na noge*.

Skupni imenovalec vseh teh opisov je evforično pozitivno vzdušje.

Poglejmo nekatere primere, kako novinar reprezentira sodniške odločitve v korist nasprotnikov.

Tekma proti Srbiji in Črni Gori:

»Res zanimivo sojenje domačinom EURA! In za nameček so se nad sojenjem pritoževali 'jugosi'!.../.../...Ko Slovaka celo srbskega prijema za slovenska moda nista kaznovala z izključitvijo, je bilo dokončno jasno, za koga jima bije srce.../.../...Neverjetno, a resnično, naši so šli v nadaljevanje s tremi zadetki prednosti, čeprav so natančno tretjino prvega dela igrali z igralcem manj. Že samo

glede na to dejstvo je bil rezultat pravzaprav sanjski.../.../...Sledil je razveljavljen gol Jovičiču, Zormanu pa so gostje skorajda odtrgali glavo, da sta sodnika Matića vendarle poslala na hlajenje, kar pa je selektor SČG pospremil z novim izbruhom vika in krika na oba Slovaka» (Cvijič 2004b: 2–3).

Četrtrfinalna tekma proti Nemčiji:

»Drugi polčas so naši začeli s fantastično obrambo, a v napadu še naprej ni in ni šlo. Da bosta Španca plesala valček celo ob vodstvu gostov za deset, pa je bil popolni višek. Žal je bilo kmalu jasno, da vitezi nimajo niti trohice možnosti za preobrat, povrh pa smo bili prisiljeni spremljati ekshibicije gostov, ki so nam prodajali 'zepeline', si podajali za hrbtom ipd.« (Obrez 2004c: 2–3).

Tekma proti Franciji, ki je slovenski reprezentanci prinesla polfinale:

»Vitezi so s sinočno fanatično in fantastično predstavo prekosili same sebe in se uvrstili v polfinale letošnjega Eura.../.../...Nato je končno eksplodirala Vugijeva levica in Slovenci so v 5. minuti 'razdevičili' Omeyerjevo mrežo.../.../...A tragedija je bila, da smo se od prve minute ukvarjali s sojenjem. Šveda sta nas kradla, neverjetno in nenormalno sta nas kradla. Naši pa so se borili, Beno je zaklenil vrata...« (Obrez 2004d: 2–3).

Avtorjevo nestrinjanje s sodniškimi odločitvami reprezentirajo naslednji izrazi: *zanimivo sojenje* (ki v tem kontekstu deluje ironično), *srce biti za...*, *vendarle poslati na hlajenje*, *(Španca) plesala valček*, *(Šveda) kradla*.

Slovenci so označeni kot 'žrtve' na igrišču, na kar kažejo besede in besedne zveze *srbski prijem za slovenska moda*, *odtrgati glavo*, *prisiljeni spremljati ekshibicije gostov*. Vendar sledi konceptu viteštva slovenskih rokometašev in z naslednjimi izrazi reprezentira njihovo kljubovanje in premagovanje ovir do končnega uspeha: *sanjski rezultat* (kljub vsemu), *fantastična obramba*, *fanatična in fantastična predstava*, *prekosili sami sebe*, *eksplodirala Vugijeva levica*, *naši so se borili*, *Beno je zaklenil vrata*.

Nasprotnike iz Srbije in Črne Gore avtor označuje kot *jugose*, ki se po njegovem mnenju neupravičeno jezijo na sodnika z *izbruhom vika in krika*.

Na drugi strani poročevalec ustvarja dodatno poistovetenje bralca z igralci z uporabo 1. osebe množine, torej *nas, smo* in s svojilnim zaimkom *naši*.

Poglejmo še zaključek poročila s finalne tekme proti nemški reprezentanci:

»Toda finalni poraz z njihovih bleščečih predstav ni vzel prav nič bleska, že zdaj pa je jasno, da bo atenski olimpijski rokometni turnir nov vrhunec za slovenski šport.../.../...Hvala, vitezi, za deset čudovitih dni« (Košir 2004: 2–3).

Avtor nastope slovenske rokometne reprezentance na EP 2004 postavi na skupni imenovalc s pridevnikom *bleščeče*.

V vseh obravnavanih poročilih avtor izraža svojo naklonjenost slovenski rokometni reprezentanci, kar se kaže v metaforah in metonimijah, ki konotirajo junaštvo, celo na 'nadnaravne' sposobnosti rokometašev, ki jih avtor s pretiravanjem označuje kot viteze. S tem še dodatno ustvarja mit o junaštvu slovenske reprezentance. Na drugi strani označuje nasprotnike v podrejenem položaju, nekatere sodniške odločitve v škodo Slovenije pa kot krivične. Te besede delujejo včasih celo nekoliko žaljivo, njihov učinek pa je doseči dramatičnost igre in potenciranje vrednosti končne zmage slovenskih rokometašev.

7.2 POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH ROKOMETNE REPREZENTANCE NA OI 2004

Zgodba slovenske rokometne reprezentance na olimpijskih igrah v Atenah je bila povsem drugačna kot na evropskem prvenstvu v Sloveniji. Pričakovanja so bila veliko večja, s tem pa se je povečal tudi pritisk na same igralce. Slovenski rokometaši so v grški prestolnici igrali precej slabše kot doma in na koncu osvojili 11. mesto. Razočaranje slovenske športne javnosti je bilo zaznati tudi v medijih.

7.2.1 Poročanje o slovenskih rokometaših na OI 2004 v *Delu*

Časnik *Delo* je o rezultatih tekem slovenske rokometne reprezentance poročal znotraj sklopa novinarskih prispevkov o dogajanju na olimpijskih igrah. Obseg poročanja je nekoliko manjši kot pri evropskem rokometnem prvenstvu v Sloveniji, kar je razumljivo, saj je prvenstvo specifičen dogodek, olimpijske igre pa skupek različnih športov.

Poglejmo nekaj tipičnih naslovov:

Hrvatom dvoboj napak (Divac 2004a: 7).

Namesto vzpona padec v prepad (Hočevár 2004f: 7).

Tiselj: jaz sem največji krivec (Divac 2004b: 25).

Podpečanov rekord za dvig morale (Hočevár 2004g: 13).

V teh naslovih prevladujejo besede, katerih skupni konotativni pomen je poraz. To so *napake*, *padec*, *prepad*, *krivec*. Tudi izraz *dvig morale* se v tem kontekstu kaže bolj kot neka svetla točka znotraj slabih nastopov in ne kot izraz evforije.

Poglejmo pa primer iz besedila ob zaključku slovenskih nastopov na olimpijskih igrah, kjer je opaziti avtorjev negativen čustven odnos do neuspeha slovenskih rokometašev.

Štirje nastopi – štirje porazi. Takšnega poloma na olimpijskem turnirju rokometne reprezentance tudi največji nevoščljivci in kritiki selektorja Toneta Tislja niso pričakovali (Divac 2004b: 25).

Avtorjevo razočaranje označuje beseda *polom*. Glede na ostale izraze ob slovenskih porazih je ta beseda najostrejša, saj sicer avtor na nek način tudi nevtralizira napake in neuspehe igralcev, z izrazi kot so *ni(so) blestel(i)*, *Slovenija nima več usode v svojih rokah*, *zagrizenost ni dovolj*...

Sicer pa znotraj samih besedil ni veliko čustveno zaznamovanega izrazoslovja. Večinoma so uporabljeni nevtralni izrazi.

7.2.2 Poročanje o slovenskih rokometaših na OU 2004 v *Ekipi*

Reprezentacija slovenskih rokometašev se v novinarskih prispevkih z olimpijskih iger v Atenah bistveno razlikuje. Najprej skozi tipične naslove pogledimo transformacijo rokometašev od junakov do velikih poražencev.

Poglejmo nekaj tipičnih naslovov:

»*Vitezi brez sijaja*« (Cvijič 2004e: 4).

»*Kje ste, junaki?*« (Cvijič 2004f: 4).

»Rokometni Napoleon doživel svoj Waterloo« (Cvijič 2004g: 4).

»*V slepi ulici*« (Cvijič 2004h: 4).

»*Brodolom v Faliru*« (Cvijič 2004i: 4).

Na začetku tekmovanja avtor še označuje slovenske rokometaše kot *viteze*, *junake*, a spreminja kontekst, v katerem uporablja omenjena izraza. Tako vitezom doda besedno zvezo brez sijaja in s tem daje nasproten konotativni pomen besedi vitez. V drugem primeru negira prvotni pomen besede *junak* z vprašalnico *kje (ste)*, kar že kaže na avtorjev dvom v uspeh slovenske reprezentance.

Zanimivi so tudi izrazi, ki jih uporablja za reprezentacijo porazov Slovencev: *Waterloo*, *brodolom*, *slepa ulica*.

Poglejmo še, kakšne izraze uporablja v naslednjih izsekih besedil:

»Niso padli brez boja, a postali so vitezi iz pločevine« (Cvijič 2004e: 4).

»Odmevi iz domovine so dovolj zgovorni. Razočaranje se spreminja v jezo. Od srebrnih vitezov so vsi pričakovali veliko« (Cvijič 2004f: 4).

»Sramoten poraz? Gotovo. Nekdo se bo moral krepko zamisliti. Ne skrbite, hitro bo vsega konec. Čeprav upanje vedno umira zadnje. Tudi po Waterlooju, ki smo ga doživeli pod poveljstvom rokometnega Napoleona Toneta Tislja« (Cvijič 2004g: 4).

»Evropski podprvak v Atenah razprodaja svoj ugled. In pri tekmečih zbuja ironične nasmeh. Češ, saj smo vedeli, doma ste močni, v tujini ste zajci« (Cvijič 2004h: 4).

»Ne dvomite, selektor Tone Tiselj se je skupaj s svojimi varovanci znašel v slepi ulici. V tunelu, ki mu ni videti konca. Kdo bo prižgal luč?« (Cvijič 2004h: 4).

»Potop je bil tokrat dokončen in voza, ki je drvel v prepad, nihče ni mogel več zaustaviti« (Cvijič 2004i: 4).

»'Genialen poraz', je ob tem nekdo zlobno dodal. Da, genialen. Bil si v Rimu, a papeža nisi videl« (Cvijič 2004k: 4).

Avtor slovenskih rokometašev ne reprezentira več kot junakov, pač pa kot velike poražence, kar se kaže v izrazih kot so *vitezi iz pločevine*, *evropski podprvak* (ki razprodaja svoj ugled), *zajci*. Ob besedah, ki označujejo junake, zmagovalce, torej uporablja izraze, s katerimi daje tem besedam nasproten konotativen pomen.

Za reprezentacijo porazov uporablja podobne besede in besedne zveze kot v naslovih: *Waterloo*, *slepa ulica*, *tunel*, *voz, ki drvi v prepad*, *potop*. Vsi ti izrazi konotirajo dokončen poraz.

Avtorjev odnos do rokometne reprezentance se spreminja od razočaranja prek jeze do malodušja oz. celo cinizma. Avtor besedila ima v nasprotju z evforijo z evropskega prvenstva ob porazih slovenskih rokometašev v Atenah zelo kritičen pristop, ki je na čase celo ponižujoč.

7.3 POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH SLOVENSKIH DESKARJEV NA SNEGU NA SP 2003

7.3.1 Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2003 v *Delu*

Svetovnemu prvenstvu v deskanju na snegu januarja 2003 kljub uspehom slovenskih deskarjev v časopisu *Delo* ni bilo namenjene toliko pozornosti kot evropskemu prvenstvu v rokometu 2004. Res je, da je bilo evropsko rokometno prvenstvo v Sloveniji, vendar je nivo tekmovanja v Kreischbergu višji. Poleg tega je slovenski deskar Dejan Košir na tem prvenstvu osvojil naslov svetovnega prvaka v paralelnem veleslalomu.

Poglejmo nekaj tipičnih primerov:

»Dejan Košir, 29-letni deskar na snegu iz Kranjske Gore, je na svetovnem prvenstvu v Avstriji končno dobil zlato kolajno« (Divac 2003a: 1).

»Zlata kolajna je zato prava nagrada za njegov dolgoletni trud in izjemno študiozen pristop k temu zimskemu športu« (Divac 2003a: 1).

»'Pokazal je zrelost velikega šampiona!'« (Divac 2003b: 15).

»Dejan Košir je na svojem četrtem deskarskem svetovnem prvenstvu uresničil dolgoletne sanje in osvojil zlato kolajno v paralelnem veleslalomu, s čimer je zaokrožil sicer sijajno kariero« (Divac 2003b: 15).

»Že v tem nastopu je bilo jasno, da ima naš deskar jeklene živce in da je pripravljen za šampionski naslov« (Divac 2003b: 15).

»Košir je rutinirano in previdno predeskal drugo progo in dvoboj zlahka dobil« (Divac 2003b: 15).

»Nagrada za nesporno nadarjenost, dolgoletni trud in študiozen pristop – sta bila zlata kolajna in Zdravljica« (Divac 2003c: 15).

»Da je sposoben ugnati prav vso konkurenco, je dokazoval pretekla leta, ko je na tekmah svetovnega pokala zabeležil že štiri zmage« (Divac 2003b: 15).

Koširjeva osvojitve naslova svetovnega prvaka je reprezentirana kot plod dolgoletnih izkušenj. Na to kažejo besede in besedne zveze: *končno, nagrada za dolgoleten trud, študiozen nastop, zrelost, uresničiti dolgoletne sanje, jekleni živci, rutinirano*.

Vse to reprezentira uresničitve pričakovanj glede na športnikove dotakratne uspehe in ne kot neko evforijo. Uspeh je rezultat *dolgoletnega dela* in izkušenj. Za razliko od rokometašev Košir ni reprezentiran kot nek 'mitološki' junak, ampak kot eden izmed nas, za njegovim uspehom pa se skriva čisto človeško prizadevanje.

V novinarskih prispevkih avtorjev o zmagi Dejana Koširja na svetovnem deskarskem prvenstvu nisem ugotovila evforičnega diskurza. Večinoma avtorji besedil uporabljajo čustveno manj označene besede, kot sinonim za Koširja pa se največkrat pojavlja izraz (*slovenski*) *šampion*. Kot sem že omenila, avtorji besedil o uspehu slovenskega deskarja na snegu (za razliko od rokometne reprezentance, ki jo predvsem novinarji Ekipe na čase že pretirano divinizirajo) izpostavljajo bolj izkušnost in dolgoletno

delo, torej nekaj, kar je dosegljivo tudi 'navadnim smrtnikom'. Hkrati lahko to prenesemo na družbeno raven, torej, če bom trdo garal/a in vztrajal/a, bom lahko dosegel/a željeni cilj. O okoliškem dogajanju ni govora, prav tako pa ni poudarjanja nacionalnih elementov.

7.3.2 Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2003 v *Ekipi*

Tudi v Ekipi je bilo deskarskemu svetovnemu prvenstvu in uspehu slovenskega predstavnika namenjeno relativno malo prostora. Večina novinarskih prispevkov je povzetih po Slovenski tiskovni agenciji. Svetovni prvak Dejan Košir je reprezentiran z nevtralnimi izrazi kot so *Kranjskogorčan, lanski zmagovalec svetovnega pokala v paralelnem veleslalomu, najboljši deskar...*

Poglejmo, kako so predstavljeni njegovi nasprotniki.

»Nasprotniki padali kot hruške« (STA 2003a: 13).

»Šved Richard Richardsson ga je lani izločil v četrtfinalu OI, po uspeli revanši pa so »padli« še Avstrijec Siegfried Grabner, Francoz in branilec naslova Nicolas Huet ter nazadnje še Švicar Simon Schoch, najhitrejši v kvalifikacijah« (Pogačar 2003: 12).

Novinar najpogosteje za poraz tekmovalcev proti Koširju uporablja glagol *padati* (v prenesenem pomenu). Po drugi strani pa avtor kljub temu pot slovenskega deskarja do naslova svetovnega prvaka označuje kot 'težko', kar se kaže v naslednjem navedku:

»Pot do laskavega naslova zakranjskogorskega deskarja ni bila ravno z rožicami posuta« (Pogačar 2003: 12).

Avtorji novinarskih prispevkov o svetovnem prvenstvu v deskanju na snegu za reprezentacijo Koširja uporabljajo večinoma nevtralno izrazoslovje. Besed ali besednih zvez, ki bi izražale kakršnokoli evforičnost, ni. Uspeh slovenskega deskanja je predstavljen kot plod več letnega dela in izkušenj.

7.4 POROČANJE MEDIJEV O NASTOPIH SLOVENSКИH DESKARJEV NA SNEGU NA SP 2005

7.4.1 Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2005 v *Delu*

Svetovno prvenstvo v deskanju na snegu 2005 v kanadskem Whistlerju je minilo brez vidnejših mest slovenskih predstavnikov (v alpskih disciplinah).

Pri reprezentaciji svetovnega prvaka izpred dveh let, Dejana Koširja, je opazna transformacija iz *glavnega aduta v uspavanega asa*. Pogostokrat je njegov neuspeh posplošen. Poglejmo primere:

»Slovenski deskarji na snegu so na SP v Kanadi povsem pogoreli v paradni disciplini, paralelnem veleslalomu« (Porenta 2005a: 22).

»Slovenski deskarji v paralelnih disciplinah se s SP v Kanadi vračajo sklonjenih glav« (Porenta 2005b: 25).

»Izkupiček slovenske deskarske odprave v paralelnih disciplinah na SP onkraj 'luže' je zares klavrn. Vrhunska dosežka Dejana Koširja in uvrstitvi v finale Roka Flandra pred dvema letoma v Kreischbergu so naša tekmovalca očitno uspavali, saj so tokrat povsem pogoreli. Obetavna forma šampiona iz Kranjske Gore tik pred prvenstvom je ob vrhuncu sezone izpuhtela, čast pa je tokrat reševal Flander, ki se počasi bliža najboljšim« (Porenta 2005b: 24).

Neuspehi slovenskih deskarjev, med njimi, kot je razbrati v kontekstu, Dejana Koširja, so reprezentirani z glagoli *pogoreti*, *uspavati*, *izpuhteti*, z besedami in besednimi zvezami, kot so *sklonjene glave*, *klavrn*. Le Rok Flander je reprezentiran kot izjema, kar se kaže v izrazu *reševati čast*.

7.4.2 Poročanje o nastopih deskarjev na snegu na SP 2005 v *Ekipi*

V primerjavi s poročanjem s svetovnega prvenstva leta 2003 je bilo dve leti kasneje poročanje malenkost bolj obsežno. Neuspeh nekdanjega svetovnega prvaka Koširja je označen kot razočaranje. Poglejmo podrobnosti:

»Prva polovica alpskega dela prvenstva v Whistlerju, ki je spričo odlične forme Dejana Koširja na zadnjih tekmah slovenskemu taboru vlivala največ upanja, tako ni

prinesla pričakovanega uspeha. Košir se je od naslova svetovnega prvaka v paralelnem veleslalomu, ki ga je prideskal pred dvema letoma v Kreischbergu, poslovil v drugi kvalifikacijski vožnji, v kateri ni videl ciljne črte» (STA 2005a: 13).

»Koširju le osmina finala« (STA 2005b: 15).

»Vzpenjajoča forma Dejana Koširja pred svetovnim prvenstvom v Kanadi ni obrodila sadov. Trideseto in šestnajsto mesto za 32-letnega Koširja pomeni najskromnejši izkupiček po njegovem uvodnem prvenstvu leta 1997 v italijanskem San Candidu« (STA 2005b: 15).

Besedi zvezi odlična forma in vzpenjajoča forma reprezentirata pričakovanja do Koširja, razočaranje ob neuspehu pa ponazarjajo izrazi kot so ni obrodila sadov, najskromnejši izkupiček, le (osmina finala) ni prinesla pričakovanega uspeha, ni videl ciljne črte...

V primerjavi z letom 2003 avtor v novinarskih prispevkih uporablja več zaznamovanih izrazov, ki ponazarjajo avtorjevo razočaranje nad dosežki leta 2005, ki so bili, kot je razvidno iz konteksta, manjši kot je bilo pričakovati.

8. DISKUSIJA

Pri obravnavi posameznih novinarskih besedil oziroma uporabljenega izrazoslovja znotraj teh besedil lahko naredimo naslednje zaključke:

pri poročanju o uspehih avtorji prevladujoče uporabljajo besede, ki konotirajo izrazito pozitiven odnos do slovenskih športnikov;

nasprotniki so pogosto označeni z besedami, ki imajo negativen konotativen pomen;

v besedilih o uspehih slovenskih rokometašev prevladuje navijaški diskurz;

v novinarskih prispevkih o nastopih slovenskih rokometašev je bolj opazna razlika med poročanjem o uspehu in neuspehu kot pri deskarjih na snegu, še posebej v *Ekipi*;

V novinarskih prispevkih so prisotni navijaški, družbeni, nacionalistični in zvezdniški diskurz.

Navijaški diskurz kaže na avtorjev odnos do nastopa slovenske reprezentance na EP. S tem se sicer avtor oddaljuje od novinarske objektivnosti, hkrati pa aktivira občinstvo in ustvarja evforično vzdušje med občinstvom.

To evforično vzdušje znotraj družbenega diskurza daje večji pomen rokometu v Sloveniji, medtem ko tega v novinarskih prispevkih o uspehih slovenskih deskarjev na snegu ni. S tega vidika en šport (v našem primeru roket) pridobiva na popularnosti, drugi (deskanje na snegu) pa ostaja na približno enaki ravni zanimanja.

Nacionalistični diskurz je prisoten predvsem v poročilih o tekmah slovenskih rokometašev z reprezentancami držav nekdanje Jugoslavije na EP, še posebno v *Ekipi*. Ta diskurz avtor uporablja predvsem takrat, ko slovenskim reprezentantom ne gre najbolje oz. se sodniki (po avtorjevem mnenju sporno) odločijo v korist nasprotnikov. V novinarskih prispevkih o nastopih slovenskih deskarjev na snegu nacionalni diskurz ni prisoten.

Zvezdniški diskurz

Kljub temu, da je deskanje na snegu individualen šport, lahko rečemo, da so manj izpostavljeni kot posamezniki (zvezdniki) v rokometni ekipi. To se kaže tudi v sami reprezentaciji posameznikov, pri čemer so posamezni rokometaši označeni z besedami, ki imajo močan pozitiven konotativen pomen, medtem ko je pri deskarjih na snegu tega veliko manj.

Iz vsega tega lahko torej sklepamo, da so avtorji (novinarji) v besedilih o rokometni reprezentanci ('popularnem' športu) veliko bolj čustveno vpleteni kot pri poročanju o deskarjih na snegu (manj 'popularen' šport).

9. SKLEP

Znanstveniki soglašajo, da mediji vplivajo na družbeno priljubljenost določenega športa. V svojem diplomskem delu sem raziskovala kako mediji poročajo o rezultatih v športu, ki v Sloveniji uživa določeno podporo občinstva, in kako v športu, ki se počasi prebija na slovensko športno sceno.

Temeljno raziskovalno vprašanje mojega diplomskega dela je bilo:

Kako je (ne)uspeh slovenskih rokometašev in deskarjev na snegu reprezentiran v časopisih *Delo* in *Ekipa*?

Tako *Delo* kot *Ekipa* glorificirata uspeh slovenskih rokometašev na evropskem prvenstvu leta 2004 v Sloveniji in sta precej kritična do neuspeha na olimpijskih igrah v Atenah istega leta. Pri poročanju o rezultatih slovenskih deskarjev na svetovnih prvenstvih leta 2003 in 2005 ni bistvene razlike, tako *Delo* kot *Ekipa* ne glorificirata slovenskih predstavnikov (konkretno svetovnega prvaka 2003 Dejana Koširja). Na ta način *Delo* in *Ekipa* vplivata na popularnost posameznega športa.

Uporabila sem metodo kritične diskurzivne analize. Analizirala sem posamezne besede v novinarskih prispevkih v omenjenih časopisih, ki označujejo tekmovalce, njihove nasprotnike ter občinstvo.

Ugotovila sem, da pri poročanju o uspehih avtorji prevladujoče uporabljajo besede, ki konotirajo izrazito pozitiven odnos do slovenskih športnikov. Posebno v besedilih o uspehih slovenskih rokometašev prevladuje navijaški diskurz. Posledično vplivajo na popularnost posameznega športa. Kadar avtorji nasprotujejo sodniškim odločitvam v korist nasprotnikov ali branijo igro slovenskih rokometašev, za označevanje nasprotnikov uporabljajo nacionalistični diskurz. V novinarskih prispevkih o nastopih slovenskih rokometašev je bolj opazna razlika med poročanjem o uspehu in neuspehu kot pri deskarjih na snegu. Kljub temu, da je deskanje na snegu individualen šport, lahko rečemo, da niso glorificirani kot nekateri posamezniki (zvezdniki) v rokometni ekipi.

10. VIRI IN LITERATURA

- Allison, Lincoln (2002): Sport and nationalism. V Jay J. Coakley (ur.) in Eric Dunning (ur.): *Handbook of sports studies*, 344–356. London, Thousand Oaks (Calif.), New Dheli: Sage Publication.
- Bulc, Rok (2003): *Slovensko časopisje v času in prostoru, slovenski nacionalni športi in mediji – slovenski rokomet in njegova odmevnost v slovenskem časopisju*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Campbell, Vincent (2004): *Information age journalism: journalism in an international context*. London: Arnold.
- Cimperman, Lea (2003): *Marketing olimpizma: Kritično ovrednotenje ITK spleta OKS-a*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Doupona, Mojca in Krešimir Petrovič (1999): *Šport in družba. Sociološki vidiki*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič (2007): *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Giles, David (2003): *Media psychology*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gosenca, Sabina (2004): *Šport in mediji – športni spektakli in zvezdnštvo v športu: Dolenjski šport*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Hall, Stuart (2004): Delo reprezentacije. V Breda Luthar (ur.), Vida Zei in Hanno Hard: *Medijska kultura. Kako brati medijske tekste*, 33–96. Ljubljana: Študentska založba.
- Hargreaves, Jennifer in Ian McDonald (2002): Cultural studies and the sociology of sport. V Jay J. Coakley (ur.) in Eric Dunning (ur.): *Handbook of sports studies*, 48–60. London, Thousand Oaks (Calif.), New Dheli: Sage Publication.
- Kavčič, Mitja (2003): *Nevidno občinstvo*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kellner, Douglas (2003): *Media spectacle*. London & New York: Routledge.
- Lasch, Christopher (1990): Minimalni jaz 1. del. *Antrophos* 22(3–4), 353–363.

- Luthar, Breda (1992): *Čas televizije*. Prva izdaja. Ljubljana. Znanstveno in publicistično središče.
- McQuail, Denis (1997): *Audience analysis*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- Maguire, Joseph, Grant Larvie, Luise Mansfield in Joe Bradley (2002): *Sport worlds. A Sociological Perspective*. USA: Human Kinetics.
- Marshall, P. David (1997): *Celebrity and pover: fame in contemporary culture*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- Mihelčič, Ivanka in Jadranka Jezeršek Turnes (2006): Sponzorstvo – učinkovito orodje za repozicioniranje – primer OK Autocommerce. V Maja Makovec Brenčič in Primož Hvala (ur.): *11. Slovenska marketinška konferenca. Živeti spremembe v marketingu. Inovativnost kot točka lokalnega in globalnega preboja. Zbornik prispevkov*, 70–76. Ljubljana: Časnik Finance.
- Pečjak, Vid (1994): *Psihologija množice*. Ljubljana: samozaložba.
- Possing, Gordana (1991): *Športni marketing*. Diplomsko delo. Ljubljana: FSPN.
- Rigauer, Beno (2002): Marxist theories. V Jay J. Coakley (ur.) in Eric Dunning (ur.): *Handbook of sports studies*, 28–47. London, Thousand Oaks (Calif.), New Dheli: Sage Publication.
- Stanković, Peter (2004): Sport, nationalism and the shifting meanings of soccer in Slovenia. *European Journal of Cultural Studies* 7(2), 237–253.
- Šaver, Boštjan (brez letnice): *Med mitologijami v športu in genealogijami olimpijskega junaštva – kritična branja športa v kulturnih študijah* (neobjavljen članek).
- Šugman, Rajko (1997): *Zgodovina svetovnega in slovenskega športa*. Tretja, razširjena izdaja. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Šugman, Rajko (1998): *Organiziranost športa doma in po svetu*. Druga, razširjena in dopolnjena izdaja. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Vodeb, Roman (2005): *Interpretacija športa*. Trbovlje: Fit.
- Wenner, Lawrence A. (1989): *Media, Sports and Society*. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.

- Whannel, Gary (2002): Sport and the media. V Jay J. Coakley (ur.) in Eric Dunning (ur.): *Handbook of sports studies*, 291–303. London, Thousand Oaks (Calif.), New Delhi: Sage Publication.

Novinarski prispevki v časopisih

- Božič, Franci (2004): »Nemčija prvak, Slovenija srebrna«. *Delo*, 2.2., 1.
- Cvijič, Goran (2004a): »V peklu Tivolija do Aten«. *Ekipa*, 27.1., 2–3.
- Cvijič, Goran (2004b): »Juga na kolenih«. *Ekipa*, 28.1., 2–3.
- Cvijič, Goran (2004c): »Novo poglavje«. *Ekipa*, 31.1., 2–3.
- Cvijič, Goran (2004d): »Veseli Rusi«. *Ekipa*, 16.8.2004, str. 5.
- Cvijič, Goran (2004e): »Vitezi brez sijaja«. *Ekipa*, 17.8., 4.
- Cvijič, Goran (2004f): »Kje ste, junaki?«. *Ekipa*, 18.8., 4.
- Cvijič, Goran (2004g): »Rokometni Napoleon doživel svoj Waterloo«. *Ekipa*, 19.8., 4.
- Cvijič, Goran (2004h): »V slepi ulici«. *Ekipa*, 20.8., 4.
- Cvijič, Goran (2004i): »Brodolom v Faliru«. *Ekipa*, 21.8., 4.
- Cvijič, Goran (2004j): »Zmagovita matineja«. *Ekipa*, 23.8., 4.
- Cvijič, Goran (2004k): »Spet ista pesem«. *Ekipa*, 26.8., 4.
- Divac, Vito (2003a): »Dejan Košir svetovni prvak v deskanju«. *Delo*, 13.1., 1.
- Divac, Vito (2003b): »'Pokazal je zrelost velikega šampiona!«. *Delo*, 13.1., 15.
- Divac, Vito (2003c): »Velika revanša našega deskarja«. *Delo*, 13.1., 15.
- Divac, Vito (2003d): »Sigiju slalomski naslov po zmagi proti Koširju«. *Delo*, 15.1., 19.
- Divac, Vito (2004a): »Hrvatom dvoboj napak«. *Delo*, 17.8., 7.
- Divac, Vito (2004b): »Tiselj: jaz sem največji krivec«. *Delo*, 21.8., 25.
- Hočevar, Miha (2004a): »Lapajne in Kavtičnik dobila živčno vojno«. *Delo*, 28.1., 23.
- Hočevar, Miha (2004b): »Na partizanske koračnice juriširali le Nemci«. *Delo*, 29.1., 14.
- Hočevar, Miha (2004c): »Tivoli doživel polfinalni trans«. *Delo*, 30.1., 15.
- Hočevar, Miha (2004d): »Slovencem zlata vredno srebro«. *Delo*, 2.2., 13.

- Hočevar, Miha (2004e): »Dan rokometnih sanj«. *Delo*, 2.2., 14.
- Hočevar, Miha (2004f): »Namesto vzpona padec v prepad«. *Delo*, 19.8., 7.
- Hočevar, Miha (2004g): »Podpečanov rekord za dvig morale«. *Delo*, 22.8., 13.
- Hočevar, Miha (2004h): »O novem selektorju novi predsednik?«. *Delo*, 25.8., 8.
- Košir, Rok (2004): »Slovenija gori«. *Ekipa*, 2.2., 2–3.
- Obrez, Goran (2004a): »Vitezi vikingom odsekali rogove«. *Ekipa*, 23.1., 2–3.
- Obrez, Goran (2004b): »S tremi točkami v Ljubljano«. *Ekipa*, 26.1., 2–3.
- Obrez, Goran (2004c): »Nemci niso bili premočni«. *Ekipa*, 29.1., 2–3.
- Obrez, Goran (2004d): »Gremo do konca«. *Ekipa*, 30.1., 2–3.
- Pogačar, Robert (2003): »Za nasprotnike sploh nisem vedel«. *Ekipa*, 14.1., 12.
- Porenta, Janez (2003): »Slavje šele po slalomu«. *Delo*, 14.1., 17.
- Porenta, Janez (2005a): »Košir daleč od ubranitve naslova«. *Delo*, 20.1., 22.
- Porenta, Janez (2005b): »Brez uspeha tudi v slalomu«. *Delo*, 21.1., 25.
- Porenta, Janez (2005c): »Nemoč uspavanega asa«. *Delo*, 21.1., 24.
- Slovenska tiskovna agencija, STA (2003a): »Nasprotniki so padali kot hruške«. *Ekipa*, 13.1., 13.
- Slovenska tiskovna agencija, STA (2003b): »Usodna že prva vratca«. *Ekipa*, 15.1., 9.
- Slovenska tiskovna agencija, STA (2005a): »Flander v finalu, Košir v snegu«. *Ekipa*, 20.1., 13.
- Slovenska tiskovna agencija, STA (2005b): »Koširju le osmina finala«. *Ekipa*, 21.1., 15.
- Škerl, Primož (2004a): »V drugem polčasu Islandci padli v mlin«. *Delo*, 23.1., 16.
- Škerl, Primož (2004b): »Živčna ura preobratov znova s srečnim koncem«. *Delo*, 24.1., 16.
- Škerl, Primož (2004c): »Uroš Zorman kronal vztrajnost Tisljeve čete«. *Delo*, 26.1., 11.
- Škerl, Primož (2004d): »Zmaga proti SČG že odpira vrata polfinala«. *Delo*, 27.1., 10.