

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Mavrič

**Aktualizmi v športnem poročevalstvu na primeru poročanja o ekipnem
športu**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Petra Mavrič

Mentorica: izr. prof. dr. Monika Kalin Golob

**Aktualizmi v športnem poročevalstvu na primeru poročanja o ekipnem
športu**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

Hvala domačim, ki so mi stali ob strani in prenašali moje spremenljivo razpoloženje.

Hvalaizr. prof. dr. Moniki Kalin Golob za koristne nasvete in usmeritve med pisanjem diplomske naloge.

Aktualizmi v športnem poročevalstvu na primeru poročanja o ekipnem športu

V diplomski nalogi raziskujemo pogostost aktualizmov v športnem poročevalstvu tiskanega medija, radia in televizije. Športno poročevalstvo je del raznovrstne publicistike in zajema naslednje tri sestavine: športno dejavnost širokega kroga ljudi; športne igre in športna tekmovanja; vedo, teorijo, nanašajočo se na prvi dve sestavini. V teoretičnem delu definiramo dva nasprotujoča si pojavi, avtomatizacijo in aktualizacijo, ter se osredotočimo na slednjo. Razložimo še razmerja med avtorjem, naslovnikom in sporočilom športnega poročevalstva ter se ukvarjamo s povezavo med športom in obravnavanimi mediji. Nato podrobneje prikažemo tri vrste aktualizmov oz. novih, svežih, nenavadnih jezikovnih sredstev, ki predstavljajo izhodišče analize drugega dela. V praktičnem delu z raziskovanjem aktualiziranega besedja v športnih poročilih dnevnika Delo, Radia Slovenija in Televizije Slovenija ugotavljamo, v katerem mediju je največ športnoporocevalskih aktualizmov in v katerem mediju so aktualizmi najredkejši. Rezultati analize kažejo, da je z aktualizmi najbolj bogat dnevnik Delo, manj jih je na Televiziji Slovenija, najmanj pa jih vsebujejo športna poročila Radia Slovenija.

Ključne besede: stilistika poročevalstva, športno poročevalstvo, aktualizmi, informativni žanr poročilo

Actualisms in sports reporting based on the reporting on team sports

In the present graduate thesis frequency of actualisms in sports reporting is explored. The three media the research is made about are a daily newspaper, radio and television. Sports journalism is a part of heterogeneous publicist writing and includes three components: sports activity of a great number of people; sports games and competitions; science, theory based on the first two components. Two conflicting phenomena, automation and actualisation are defined, and the focus is on actualisation. In the theoretical part of diploma relations between the author, the receiver and the message of sports reporting is explained. The relation between sport and the analysed media is also dealt with. A detailed representation of three types of actualisms - new, fresh, unusual linguistic means that present the starting-point of the practical part of dissertation follows. The main goal of the practical part is to find out which of the three media, the daily newspaper Delo, Radio Slovenija and Television Slovenija, contains most actualisms in sport reports. The findings have shown that the actualisms are most frequently used in the reports of the daily newspaper Delo, and that the lowest percent of actualisms is in sport reports of the national radio Slovenija.

Key-words: stylistics of reporting, sports reporting, actualisms, informative genre report

KAZALO

1 UVOD	8
2 POROČEVALSTVO IN POROČEVALSKA BESEDILA.....	10
2.1 POROČEVALNA BESEDILA.....	12
2.2 PRESOJEVALNA BESEDILA	13
3 AVTOMATIZACIJA IN AKTUALIZACIJA	15
3.1 AVTOMATIZACIJA	15
3.2 AKTUALIZACIJA	16
4 ŠPORTNO POROČEVALSTVO	18
4.1 PREPLET TERMINOV IN ŽARGONIZMOV V ŠPORTNEM POROČEVALSTVU	19
4.2 RAZMERJA V SPOROČANJSKI TRIADI ŠPORTNEGA POROČEVALSTVA	21
4.2.1 TVOREC (a) – PREDMETNO PODROČJE ŠPORTA.....	21
4.2.2 TVOREC (a) – NASLOVNIK (c)	21
4.2.3 TVOREC (a) – SPOROČILO (b)	23
4.2.4 SPOROČILO (b) – NASLOVNIK (c).....	23
4.3 IZVENJEZIKOVNE OKOLIŠČINE ŠPORTNEGA POROČEVALSTVA	24
4.3.1 SPECIALIZACIJA.....	24
4.3.2 MNOŽIČNOST.....	25
4.3.3 POGOSTNOST PONOVIJEV.....	25
5 ŠPORTNOPOROČEVALSKI AKTUALIZMI	26
5.1 AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM	26
5.2 AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM	27
5.3 AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI	27
6 ŠPORT IN MNOŽIČNI MEDIJI.....	29
6.1 ŠPORT IN TISKANI MEDIJI	30
6.2 ŠPORT IN RADIO.....	32
6.3 ŠPORT IN TELEVIZIJA	34
7 ANALIZA JAKOSTI STILNE ZAZNAMOVANOSTI ŠPORTNOPOROČEVALSKIH AKTUALIZMOV V DNEVNIKU DELO, NA RADIU SLOVENIJA IN NA TELEVIZIJI SLOVENIJA	37
7.1 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 6. 11. 2008	39

7.2 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 10. 12. 2008	42
7.3 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 18. 1. 2009	47
7.4 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 15. 2. 2009	54
7.5 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 21. 3. 2009	59
7.6 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 1. 4. 2009	62
7.7 UGOTOVITVE ANALIZE JAKOSTI STILNE ZAZNAMOVANOSTI ŠPORTNOPOROČEVALSKIH AKTUALIZMOV V DNEVNIKU DELO, NA RADIU SLOVENIJA IN NA TELEVIZIJI SLOVENIJA	66
8 SKLEP	73
9 LITERATURA	76

KAZALO TABEL

<i>Tabela 7.1: Število in odstotek aktualizmov vseh vrst (a, b, c) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija</i>	66
--	----

<i>Tabela 7.2: Število in odstotek aktualizmov vrste a (aktualizmi od terminov k žargonizmom) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija</i>	67
---	----

<i>Tabela 7.3: Število in odstotek aktualizmov vrste b (aktualizmi od splošnih k posamičnim) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija</i>	69
--	----

<i>Tabela 7.4: Število in odstotek aktualizmov vrste c (aktualizmi od navdušenja k vznesenosti) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija</i>	70
---	----

KAZALO GRAFOV

Graf 7.1: Odstotek aktualizmov vseh vrst (a, b, c) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija..... 67

Graf 7.2: Odstotek aktualizmov vrste a (aktualizmi od terminov k žargonizmom) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija..... 68

Graf 7.3: Odstotek aktualizmov vrste b (aktualizmi od splošnih k posamičnim) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija..... 69

Graf 7.4: Odstotek aktualizmov vrste c (aktualizmi od navdušenja k vznesenosti) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija..... 71

1 UVOD

Misel pokojnega športnega novinarja Trevorja Wignalla z začetka 20. stoletja (v Boyle in Haynes 2000, 22), da je šport »verjetno največja stvar na svetu, ki zaposluje misli in prazni žepe nepreglednim milijonskim množicam«, velja še danes. Še danes je šport opij za množice, ki za mnoge predstavlja pobeg iz naporne realnosti, pripadnost, poistovetenje s svojo ekipo in utopičen svet, v katerem je vse preprosto, dramatično in vznemirljivo. Da bi mediji zadostili potrebi navijačev po športni drami, so evforijo, ki jo ponuja šport, začeli vnašati v svoje poročanje. Športni poročevalci se namreč zavedajo, da gledanost, poslušanost in branost medija rastejo, če v ljudeh, ki si tekmovanja niso ogledali v živo, s svojim poročanjem vzbujajo občutek, da so na kraju dogajanja. Občutek bližine oz. ukinitve distance med naslovnikom in dogodkom dosežejo z ekspresivnimi, iznajdljivimi, slikovitimi in živimi opisi. V diplomski nalogi nas bo zanimalo, kako pogosto športni poročevalci treh različnih medijev, tiska, radia in televizije, uporabljajo nova, sveža, nenavadna jezikovna sredstva, da bi ukiniteli distanco med naslovnikom in dogajanjem oz. pritegnili naslovnikovo pozornost. Zato bomo z analizo besedja športnih poročil dnevnika Delo, Radia Slovenija in Televizije Slovenija ugotavljali, v katerem od omenjenih medijev je športnoročevalskih aktualizmov največ in v katerem najmanj.

V prvem, teoretičnem delu bomo najprej opredelili pojme poročevalstvo, publicistika, poročevalski stil in razjasnili razliko med poročevalstvom in publicistiko. Predstavili bomo dve vrsti poročevalskih besedil in njune žanre, več pozornosti pa bomo namenili poročevalnim besedilom, ki bodo ključna v praktičnem delu diplomske naloge.

V nadaljevanju bomo spoznali dva nasprotujoča si pojma, avtomatizacijo in aktualizacijo. Osredotočili se bomo na slednjo, saj so prav aktualizmi tista jezikovna sredstva, ki nam bodo v drugem delu pomagala odgovoriti na vprašanje, kateri medij je z aktualizmi najbolj izpolnjen.

Četrto poglavje bomo namenili športnemu poročevalstvu. Pojasnili bomo, kaj je šport, kaj športno poročevalstvo in kakšne so podobnosti med športnim in splošnim poročevalstvom.

Ustavili se bomo pri prepletu terminov in žargonizmov v športnem poročevalstvu in se posvetili žargonskim izrazom, saj so termini v športnih poročilih zelo redki. Pobljže si bomo ogledali razmerja v sporočanjški triadi športnega poročevalstva (razmerja med tvorcem, naslovnikom in sporočilom) in spoznali tri izvenjezikovne okoliščine, ki pogosto širijo skupno izkustveno polje tvorca in naslovnika.

V petem poglavju bomo podrobneje predstavili tri vrste športnoročevalskih aktualizmov po Korošču, in sicer aktualizme od terminov k žargonizmom, aktualizme od splošnih k posamičnim in aktualizme od navdušenja k vznesenosti, ki bodo izhodišče analize aktualiziranega besedja časopisnih, radijskih in televizijskih športnih poročil.

Nato se bomo ukvarjali še s povezavo med obravnavanimi množičnimi mediji in športom. Opisali bomo prednosti in pomanjkljivosti tiska, radia in televizije ter spoznali, kako so športni poročevalci svoje poročanje prilagodili lastnostim medija, za katerega delajo.

Drugi, empirični del diplomske naloge bo namenjen raziskovanju aktualiziranega besedja v športnih poročilih dnevnika Delo, Radia Slovenija in Televizije Slovenija. Naš namen je ugotoviti, v katerem mediju so športnoročevalski aktualizmi najpogostejši in v katerem najredkejši. Z analizo, ki bo temeljila na Koroščevi razdelitvi aktualizmov v tri skupine glede na krepitev stilotvornega sredstva od najšibkejše k najkrepkejši stopnji opaznosti, bomo potrdili ali ovrgli predvidevanja, da največ aktualizmov uporabljajo športni poročevalci tiskanih medijev, saj so njihovo glavno orožje za pritegnitev bralcev prav besede. Nadalje menimo, da je tudi radijsko športno poročevalstvo bogato z novimi, svežimi, nenavadnimi jezikovnimi sredstvi, vendar zaradi minljivosti programa nekoliko manj kot časopisno poročevalstvo. Najmanj aktualiziranega besedja pričakujemo v športnem poročanju na televiziji, ki gledalce ne pridobiva le z besedami, ampak tudi s sliko. Teza, ki jo bomo z analizo jakosti stilne zaznamovanosti aktualizmov potrdili ali ovrgli, je: športnoročevalski aktualizmi so najpogostejši v poročilih tiskanega medija Delo, redkejši na Radiu Slovenija, najredkejši pa na Televiziji Slovenija.

2 POROČEVALSTVO IN POROČEVALSKA BESEDILA

Dnevno smo obkroženi z informacijami o dogajanju doma in po svetu. Medijski prostor je tako nasičen z novicami, da vseh sploh ne moremo predelati, ampak izberemo le tiste, ki nas najbolj zanimajo oz. nas zadevajo. Dejavnost, ki nas vsak dan znova obvešča o dogajanju okoli nas, imenujemo poročevalstvo. Korošec (1994, 287) poročevalstvo opredeljuje kot »ožje publicistično dejavnost, praviloma dnevnikovega obveščanja javnosti o dogodkih in dogajanjih iz tistih sfer življenja, ki so našemu spoznanju dostopne in nas zanimajo (kar vključuje poleg naravnih in družbenih dogodkov tudi take, ki jih prirejamo, da bi nas potem zanimali, npr. športne igre)«. Ožje publicistična dejavnost zato, ker predstavlja le del raznovrstne publicistične funkcijske zvrsti. Ta pa poleg dnevnika, ki je predmet raziskave poročevalstva, zajema »javna besedila, namenjena javnosti (publice), torej besedila množičnih občil, to pa so dnevniki, tedniki, mesečniki, radio, televizija, plakat idr., kar pomeni zelo veliko različnih besedil, od vesti, člankov, komentarjev, do reportaž, feljtonov in recenzij, oglasov in kritik« (Kalin Golob 2003, 40).

Definicija publicističnih besedil kaže na njihovo raznolikost, saj imajo nekatera besedila značilnosti znanstvenih oz. poljudnoznanstvenih podzvrsti (nezaznamovanost jezikovnih sredstev), druga pa značilnosti umetnostne zvrsti (čustvena zaznamovanost). Posledično tudi njihov jezik ni enoten, saj se enkrat približuje strokovnosti, drugič umetnosti ali pa praktični sporazumevalnosti (Toporišič 1992, 238).

Zaradi raznorodnosti publicističnih besedil in neenotnosti jezikovnih pojavov v njih je bil predmet raziskave preširok in raziskovalcem ni omogočal natančnih in uporabnih ugotovitev o posebnih jezikovnih in stilnih značilnostih publicističnih besedil. Korošec je zato znotraj publicistične zvrsti ločil področje, imenovano časopisni stil, ki ga je opredelil kot »ozko področje znotraj publicističnega stila kot realizacije publicistične funkcijske zvrsti« (Korošec 1976, 548). Z drugimi besedami, (pre)širok predmet raziskave publicistike je zožil na dnevnik in iz publicistične zvrsti izločil besedila, ki jim je skupno, da nastajajo vsak dan znova. S tem je opozoril, da je znotraj raznolike publicistike posebno področje (poročevalstvo), ki se uresničuje s poročevalsko dejavnostjo, katere rezultat so

poročevalska besedila. Ta so zaradi vpliva objektivnih stilotvornih dejavnikov (dnevniško izhajanje in s tem podobna ali ponavljajoča se okoliščina in časovna stiska, ki oblikuje posebnosti jezika in stila v poročevalstvu) razvila svoja jezikovna sredstva (Kalin Golob 2003, 44–45).

Po letu 1981 je Korošec poimenovanje časopisni stil, ki se mu je že prej zdelo preohlapno za množico pojavov, spremenil v poročevalski stil. Poleg tega je ugotovil, da je prvotno poimenovanje časopisni stil neprimerno tudi, ker »so nekatere ugotovljene jezikovne prvine t. i. časopisnega stila (torej pisno-vidnega prenosnika) identične s prvinami radijskega »časopisnega« stila (torej govorno-slušnega prenosnika)« (Korošec 1998, 11).

Kot je poročevalstvo le del publicistike, je poročevalski stil le eden izmed stilov publicistične funkcijske zvrsti. Poleg stilotvornih prvin publicistične funkcijske zvrsti (vplivanjska funkcija) poročevalski stil vključuje tudi stilotvorne prvine besedil, ki imajo le informacijsko funkcijo. Za razliko od nekaterih tujih avtorjev, kot sta Stich in Čerepachov, ki iz publicistike izločajo vse, kar zgolj prenaša informacije, Korošec (1998, 12) v publicistiko poleg vplivanjskih besedil uvršča tudi informativna besedila, ki ne gradijo na iskanju stika z naslovnikom. Iz tega sledi, da so poročevalska besedila dveh zvrsti. V prvi najdemo besedila, katerih glavni namen je prenesti sporočilo, torej informirati. V drugi zvrsti so besedila, ki z vplivanjskimi, apelnimi in vrednotilnimi sporočanjскими nalogami iščejo stik z naslovnikom.

Podobno o poročevalstvu in poročevalskih besedilih razmišlja Monika Kalin Golob (2003, 48–51), ki poročevalstvo razume kot dnevno obveščanje javnosti o dogodkih in dogajanjih. Pri tem pa poudarja, da so poročevalska besedila lahko brez novinarjevega mnenja (žanri z dominantno informativno funkcijo in ubeseditvenim načinom *poročanje*), lahko pa je novinar v njih prisoten z zaznamovanimi jezikovnimi sredstvi (žanri z dominantno interpretativno funkcijo in ubeseditvenim načinom *presojanje, komentiranje*).

Tudi Toporišič (2000, 721–722) publicistične besedilne vrste deli v več skupin, in sicer pravi, da so publicistična besedila lahko opisovalna, poročevalna, razpostavljalna, presojevalna, navodilna in leposlovno nadahnjena, in pri tem navaja žanre treh vrst:

- poročevalna: novica (navadna, drobna, krajevna, razširjena), poročilo (notranje- ali zunanjepolitično, športno, borzno, gospodarsko), plakat, oznanilo, izjava, javni nagovor, anketa, intervju, spominska kronika;
- presojevalna: uvodnik, komentar, glosa, vrivek, obletnični zapis, ocena (leposlovnega dela, televizijska, filmska, dramska, koncertna), turistični vodnik, polemika;
- leposlovno nadahnjena: karikatura, kozerija (kramljanje), feljton (podlistek), horoskop, reportaža, zapisek s poti, esej, dnevnik, strip.

Če iz Toporišičeve delitve publicističnih besedil izločimo besedila, pri katerih so meje med publicističnimi in umetnostnimi oz. publicističnimi in strokovnimi prvinami zabrisane in težko določljive (nekatera besedila prvih dveh skupin in tretjo skupino), dobimo poročevalska besedila dveh vrst, in sicer *poročevalna besedila* z dominantno informativno funkcijo in *presojevalna besedila* z dominantno interpretativno funkcijo (Kalin Golob 2003, 50).

2.1 POROČEVALNA BESEDILA

Poročevalna besedila informirajo ali naznanjajo. V njih je avtor distanciran od predmeta upovedovanja, njegova ključna naloga je informirati, zato s svojim mnenjem ni prisoten. Ta sporočila se kažejo kot objektivna, avtor pa želi udejanjiti informativno funkcijo (Košir 1988, 63).

Koširjeva (1988, 63–65) takšna besedila uvršča v informativno zvrst, ki jo sestavljajo vestičarska, poročevalska, reportažna in pogovorna vrsta. Poročevalna besedila tvorijo

naslednji žanri: *kratka vest, razširjena vest, vest v nadaljevanju, naznanilo, običajno poročilo, komentatorsko poročilo, reportersko poročilo, nekrolog, prikaz, intervju, okrogla miza, anketa, izjava, dialogizirano sporočilo.*

Med poročevalna besedila nismo uvrstili žanrov reporterske vrste (*klasična reportaža, reporterska zgodba in potopis*), ki so na meji med presojevalnimi poročevalskimi in beletrističnimi (leposlovnimi) žanri. Le vsakokratna stilna analiza teh žanrov nam pokaže, v katero skupino jih lahko uvrstimo, zato jih ne moremo vedno šteti med poročevalna besedila (Kalin Golob 2003, 50–51).

Preden nadaljujemo s predstavitvijo druge vrste poročevalskih besedil omenimo nekaj značilnosti poročevalske vrste informativne zvrsti, ki bo temelj analize stilne zaznamovanosti jezikovnih sredstev v časopisu, na radiu in na televiziji. Poročevalska vrsta obvešča o poteku dogajanja preteklih, praviloma predvidljivih dogodkov, ki so po obsegu širši ter sami po sebi razumljivi. Avtor, ki je najpogosteje nevtralen opazovalec dogajanja in je iz besedila pretežno odsoten, poveže dejstva v dogajalski tok in s tem pri naslovniku zbudi občutek bližine dogajanja in celovite informiranosti o tem, kaj se je zgodilo. V poročevalski vrsti poleg žanrov nekrolog in prikaz zasledimo tri različne tipe poročil, in sicer običajno, komentatorsko in reportersko poročilo. Običajno poročilo v kronološkem ali pomembnostnem vrstnem redu obvešča o sestankih, srečanjih in obiskih, njegova dominantna funkcija je informativna. Komentatorsko poročilo poleg dominantne informativne funkcije opravlja še komentatorsko, saj poleg obveščanja o poteku dogajanja prinaša tudi komentarje in pojasnila o vzrokih in posledicah dogodka. Reportersko poročilo pa z ekspresivnim izrazjem, žargonskimi besedami, plastičnimi opisi atmosfere skuša ukiniti distanco med naslovnikom in dogodkom z namenom postaviti naslovnika na kraj dogajanja (Košir 1988, 77).

2.2 PRESOJEVALNA BESEDILA

Presojevalna besedila oz. besedila interpretativne zvrsti, kot jih imenuje Koširjeva (1988, 63), razlagajo, razčlenjujejo, vrednotijo in prepričujejo. V besedilih je avtor angažiran,

prisoten je z lastnim mnenjem, dogajanje komentira in ga razlaga. Ta sporočila so subjektivna, avtorjev namen pa je udejanjenje interpretativne funkcije.

V interpretativno zvrst Koširjeva (1988, 63–65) uvršča komentatorsko, člankarsko in portretno vrsto. Te vrste sestavljajo presojevalna besedila naslednjih žanrov: *običajni komentar, uvodnik, glosa, kolumen, informativni članek, članek z naslovne strani, portret*.

Z delitvijo poročevalskih besedil na poročevalna in presojevalna besedila lahko naredimo vzporednico Koroščevi delitvi na besedila, ki samo prenašajo sporočilo, in besedila, ki vzpostavljajo stik z naslovníkom. Kljub temu, da Korošec skupin besedil ni posebej imenoval, je opazil različni vloži teh besedil in stilno nasprotje, ki izhaja iz razmerja med avtomatizacijo in aktualizacijo (Kalin Golob 2003, 51).

O dveh nasprotujočih si pojavih, ki sta značilna vsak za svojo skupino besedil (avtomatizacija za poročevalna besedila, aktualizacija za presojevalna besedila), bomo govorili v naslednjem poglavju.

3 AVTOMATIZACIJA IN AKTUALIZACIJA

Ob branju poročevalskih besedil zasledimo različna jezikovna sredstva, ki jih tvorec v besedilo postavi z določenim namenom. Z nekaterimi besedili želi naslovnike le informirati o aktualnem dogajanju, z drugimi želi to dogajanje ovrednotiti, komentirati in ga približati naslovniku. Z delovanjem in prilagajanjem jezikovnih sredstev posebni funkciji poročevalstva se ukvarja stilistika poročevalstva. Korošec (v Kalin Golob 2003, 47–48) stilistiko poročevalstva vidi kot del jezikovne stilistike, ki skuša ugotoviti, kako deluje knjižni jezik, »ko mu je naloženo opravljati vlogo v poročevalstvu«.

»Stilistika poročevalstva operira z dvema vrstama stilne zaznamovanosti v besedilih, avtomatizacijo in aktualizacijo« (Korošec 2005, 263). Ta nasprotujoča si pojava se razporejata na nasprotnih polih okrog osi vseh stilno nezaznamovanih jezikovnih sredstev. Nasprotje avtomatizacija : aktualizacija, ki je možno le v poročevalskih besedilih, določa žanrske in vrstne značilnosti. Za vsako vrsto stilne zaznamovanosti veljajo posebna jezikovna sredstva, značilna za eno vrsto poročevalskih besedil. Avtomatizirane besede večinoma zasledimo v poročevalnih besedilih, aktualizirane pa v presojevalnih besedilih.

3.1 AVTOMATIZACIJA

»Avtomatizacija je ustaljevanje posameznih jezikovnih sredstev, da postanejo za opravljanje določene naloge običajna in se utrdijo v konvenciji med tvorci in naslovniki.« (Korošec 1998, 15)

Kar nastane z avtomatizacijo, imenujemo avtomatizem, ki je ustaljeno jezikovno sredstvo, narejeno za rabo več kot enkrat, in je zaznamovano prav v tem smislu kot ustaljeno. Če ga prenesemo v besedilo drugega žanra ali v naslov, se lahko aktualizira in postane aktualizem (Korošec 2005, 263).

Med avtomatizme, ki so lahko stavčni in nestavčni, uvrščamo klišejske izraze za sklicevanje na druge vire (*Iz dobro obveščenih virov smo izvedeli, Kot poroča tiskovna*

agencija AP ...), pomagala, ki nas orientirajo po časopisu (*Več o tem na strani ...*, *Podrobneje na strani ...*), in nekatere obrazce vesti in naznanil (Korošec 1998, 16–17).

3.2 AKTUALIZACIJA

»Aktualizacija pomeni novo, svežo, posebno, nenavadno uporabo jezikovnih sredstev za dosego posebnega učinka.« (Korošec 1998, 15)

Z aktualizacijo se avtor odmakne od neposredne označbe predmeta govora, tako da z njo posega v spoznano in na novo poimenovano resničnost. Je kot avtorjevo sredstvo, orodje, s katerim išče pot k naslovniku, skuša navezati stik z njegovim izkustvenim svetom z namenom sprožiti njegovo razumsko in čustveno dejavnost. Lahko rečemo, da je razmerje avtomatizacija – aktualizacija enako kot polarizacijsko razmerje navzočnost – nenavzočnost avtorja v besedilu in vključenost – ne vključenost naslovnika. Pri avtomatizaciji avtor besedila v njem ni navzoč, medtem ko se z aktualizacijo v besedilo vključi. Poleg tega avtomatizacija naslovnika ne vključi v besedilo, aktualizacija pa ga skuša na vsak način vključiti, zato s pomočjo jezikovnih sredstev tudi išče stik z njim (Korošec 1998, 17).

Aktualizme, jezikovna sredstva, ki nastanejo z aktualizacijo, najdemo tako v naslovih poročevalskih besedil (predvsem v tiskanih medijih) kot tudi v besedilih. Korošec (1998, 18) omenja naslednje naslovniške aktualizme:

- oksimoron oz. bistrourni nesmisel (*tema svetlejša, topli hladilnik ...*);
- paranomazija oz. besedna igra (*last – balast ...*);
- aposiopeza oz. zamolk (*Bom, ne bom ...*).

Med aktualizme v poročevalskih naslovih uvrščamo še *obnovitve vzorcev in klišejev*, pa tudi ločila *vprašaj, klicaj, narekovaj, pomišljaj in tropičje* (Korošec 2005, 264).

V besedilih najdemo naslednje vrste aktualizmov:

- litote in evfemizme (*uspehi niso bili ravno veliki ...*);
- perifraze oz. odprave ponovitev (*kača: strupenjača, nevarna plazilka ...*);
- aktualizme s stilno-plastnim in časovnim kvalifikatorjem;
- arhaizme (*lek, jadrn, neutegoma ...*);
- besede z ekspresivno stilno vrednostjo (*nagoslati, peteliniti se ...*);
- nižje pogovorne besede (*zaštihati, handlati ...*);
- frazeme (*nogometashi so pogoreli ...*);
- vulgarizme (*on je navadna rit ...*);
- nove besede, ki so enkratne, narejene za rabo v čisto določenem sobesedilu (hapax legomena), in imajo ekspresivno vrednost, saj so slabšalne, ironične, vulgarne, šaljive ipd.;
- trope: metafore, metonimije, sinekdohe, katahreze (Korošec 1998, 18–27).

Še podrobneje bomo o aktualizaciji govorili v naslednjih poglavjih o športnem poročevalstvu in športnoporočevalskih aktualizmih ter v drugem, praktičnem delu diplomske naloge, ko bomo ugotavljali, v katerem mediju (v časopisu, na radiu ali na televiziji) tvorci poročil uporabljajo največ aktualizmov in katere stopnje zaznamovanosti so njihovi aktualizmi.

4 ŠPORTNO POROČEVALSTVO

Športno poročevalstvo je tematsko in sporočanje specializirana dejavnost, ki ima s splošnim poročevalstvom veliko skupnega. Glede na vlogo jezika ga tako kot splošno poročevalstvo uvrščamo v publicistično funkcijsko zvrst. To pomeni, da se pred javnostjo načeloma kaže v besedilih slovenskega knjižnega jezika. Tako kot splošno tudi športno poročevalstvo potrebuje in ima dva prenosnika, saj so besedila pisana in govorjena. Podobnost športnega s splošnim poročevalstvom je vidna tudi v prepletu dveh semioloških vrst, in sicer jezika in slike. Stilistika se v poročevalstvu srečuje z razmerjem jezik – slika, zato mora upoštevati tudi sporočilni vidik slike, čeprav ta semiološka vrsta ni v domeni jezikoslovne stilistike (Korošec 2005, 258–259).

Športno poročevalstvo je torej del publicistike in zajema tri medsebojno prepletajoče se sestavine, splošno pojmovane kot šport:

- športna dejavnost širokega kroga ljudi,
- športne igre in športna tekmovanja,
- veda, teorija, nanašajoča se na prvi dve sestavini (Korošec 2005, 259).

Podobno šport definira Silvo Kristan (2000, 33), in sicer »šport je področje družbene stvarnosti, kamor štejemo vse pojave, procese, odnose in namene na izsekih športne vzgoje, športnega razvedrila, elitnega tekmovalnega športa, invalidskega športa in zdravilnega oziroma rehabilitacijskega športa.«

Definicija se ujema s prvima dvema sestavinama, ki ju Korošec pojmuje kot sestavni del športa. Vedo, ki se nanaša na prvi dve sestavini, pa Kristan imenuje športoslovje. Opredeli ga kot »samostojno matično vedo, ki edina celostno obravnava pojave, procese, odnose in funkcije na področju družbene stvarnosti, ki mu pravimo šport« (Kristan 2000, 53).

4.1 PREPLET TERMINOV IN ŽARGONIZMOV V ŠPORTNEM POROČEVALSTVU

Šport ne vključuje le tekmovanj profesionalnih športnikov, ampak tudi dejavnost množice, ki se s športom ukvarja rekreativno, in vedo, ki šport obravnava.

Ko govorimo o strokovni vedi in njenem jeziku, moramo vedno upoštevati posebno besedje oz. strokovno izrazje (termini) stroke. Termini nastopajo v specializirani znanstveno-strokovni publicistiki, ob kateri se z vsakdanjo delovno prakso razvija posebno neknjižno besedje oz. žargonizmi. Slednji so kot neknjižne besede v besedilih knjižnega jezika stilemi, v strokovnih besedilih pa delujejo kot motnja (Korošec 2005, 259–260).

Termini za našo diplomsko nalogo niso ključnega pomena, saj nas zanima predvsem stilno zaznamovano besedje v besedilih športnega poročevalstva, zato o njih ne bomo podrobneje pisali. Oglejmo pa si, kaj je žargon in kaj so žargonizmi. Toporišič (2000, 26) navaja, da je žargon »interesna govorica strokovne zvrsti, ki se kaže v rabi neuradnega, zato pa bolj živega in za delovne pogoje bolj praktičnega, sicer pa enoumnega izrazja«, žargonizmi pa so tvorne sestavine te interesne skupine. Tudi Silva Trdina (1975, 9) žargon definira kot poseben način govora posameznih družbenih plasti in opozarja, da služi le vsakdanjim pogovornim potrebam neizšolanih ljudi ali nekega sloja, medtem ko za uradno poslovanje in za znanstvene spise ni primeren. Pri tem omenja dijaški, uradniški, rudarski in športni žargon. Toporišič (2000, 129) prav tako govori o športnem žargonu, in sicer navaja naslednje športne žargonizme: »dolgoprogaš« (tekač na dolge proge), »kopjaš« (metalec kopja), »džon« (visoko dvignjena noga pri nogometu), »kopačke« (nogometni čevlji), »driblar« (igrallec nogometa, ki rad preigrava).

Ker se bomo v praktičnem delu diplomske naloge ukvarjali le s poročevalskimi besedili, predvidevamo, da bodo žargonizmi, ki jih bomo našli v njih, stilemi. Stilemi so »vsa jezikovna sredstva, ki iz nevtralnega sobesedila izstopajo s svojo opaznostjo, v svojem »naravnem« okolju pa ne bi bila opazna« (Korošec 2005, 264). To pomeni, da je neka narečna beseda v narečnem govoru popolnoma neopazna, medtem ko s prenosom v knjižno

sobesedilo postane stilem. Podobno je z besedami, značilnimi za govor športnikov (npr. Toporišičeva žargonizma *kopačke* in *džon*), ki so v športni govorici povsem normalne in ne izstopajo, s prenosom v knjižno sobesedilo pa postanejo, če jih ne prepoznamo kot napake in če tvorec z njimi doseže namen – aktualizira sporočilo, stilemi. Enako velja za za *pogovorne besede, slengizme, žargonizme, tujke, neologizme, arhaizme, historizme, hapakse*, pa tudi za trope in stavčne figure, skratka, aktualizme vseh vrst.

Prepletanje žargonizmov in sredstev knjižnega jezika v športnem poročevalstvu je tako na stvarni, predmetni kot tudi na sporočanjski ravni. Najbolj je izrazito pri množičnih športih, kot so igre z žogo. Veliko ljudi različnih starostnih skupin in spola se namreč spozna na košarko, nogomet, rokomet, saj se z njimi rekreativno ukvarjajo. Poleg rekreacijskega udeleževanja in vsakodnevnega razpravljanja o športnih disciplinah spremljajo tudi, kaj pravi stroka o posameznih športnih panogah, naporih, razvijanju telesnih zmožnosti, novih tehnikah. S spremljanjem športnih iger, ki se uresničujejo kot tekmovanja, športni navdušenci postanejo javnost, ki je glede védenja o predmetnosti veliko bolj specializirana kot glede védenj o zahtevnejših dejavnostih, kot so diplomacija, mednarodni odnosi, finance. Na sporočanjski ravni so vsi ti gledalci, poslušalci in bralci poročil o športnih igrah in s tem nepoklicni poznavalci pravil posameznih tekmovanj ter uporabniki knjižnega in neknjižnega izrazja (Korošec 2005, 260).

Večina ljudi ve o športu veliko več kot o politiki, gospodarstvu ali kulturi, torej ima do športa poseben odnos. Kakšen je odnos oz. razmerje med naslovniki športnega poročevalstva, športnimi vsebinami in športnimi poročevalci, si bomo ogledali v naslednjem podpoglavju.

4.2 RAZMERJA V SPOROČANJSKI TRIADI ŠPORTNEGA POROČEVALSTVA

Pri razlagi razmerij med tvorjenjem (tvorcem sporočila), medijskim izdelkom (sporočilom) in potrošnjo medijskega izdelka (naslovniki), kot dele komunikacijske verige poimenuje Whannel (2000, 295), se bomo oprli na Korošca (2005, 261–263), ki ne govori le o razmerjih v splošnem poročevalstvu, pač pa razlaga tudi razmerja v sporočanjski triadi športnega poročevalstva.

Odjemalci športnoporocevalske dejavnosti so nepoklicni poznavalci pravil različnih športov in športnega jezika, ki zajema tako jezik športa kot jezik športnikov. Iz tega sledi, da je razmerje v osnovni sporočanjski triadi tvorec (a) – sporočilo (b) – naslovnik (c) učinkovito zasnovano na poznavanju športa pri tvorcu in naslovniku, v sporočilu pa se kaže v skupnem poznavanju jezikovnih sredstev (Korošec 2005, 261).

4.2.1 TVOREC (a) – PREDMETNO PODROČJE ŠPORTA

Športni poročevalec ima poleg poročevalskoveščinskih znanj tudi sposobnost razumevanja in interpretiranja športnih disciplin, njihove zgodovine in performanc, kar pomeni, da je specializiran za določene športne panoge. To mu poleg poglobljenega obvladovanja določenega izseka iz predmetnega področja športa omogoča navzočnost pri izbranih športnih dogodkih, ko potekajo sočasno z drugimi (Korošec 2005, 261).

4.2.2 TVOREC (a) – NASLOVNIK (c)

Temeljno načelo praktične stilistike je upoštevanje spoznavnih zmožnosti svojega naslovnika. To pomeni, da mora avtor zahtevnost vsebine in izrazja sporočila prilagoditi naslovnikom. Upoštevati mora, da ga berejo, gledajo ali pa poslušajo ljudje različne starosti in izobrazbe (Korošec 2005, 262).

Susan Pape in Sue Featherstone (2005, 106) sta zapisali zanimivo misel: »Bralec ve o športu več kot športni novinar, a bralec ne ve ničesar.« Misel lepo ponazarja Koroščevo trditev o raznolikosti medijskega občinstva in opozarja, da mora športni poročevalec v svojem pisanju vedno iskati ravnovesje med tem, da do naslovnikov ni preveč pokroviteljski, in tem, da jih ne pusti v nevednosti. Torej naj piše tako, da ga bodo razumeli tisti, ki ne vedo veliko o športu, a pri tem naj ne bo preveč enostaven za tiste, ki se dobro spoznajo nanj.

Podobno meni Abraham Aamidor (2003, 3), ki pravi, da časopisna publika zajema različne generacije. Niso vsi 10-letniki in ne 80-letniki, športnih novic ne berejo le moški, ampak tudi ženske, športa ne spremljajo le najbolj izobraženi, pač pa tudi ljudje z nižjo izobrazbo. Šport torej združuje raznoliko populacijo, kar mora novinar vzeti v zakup in svoje pisanje prilagoditi raznolikemu občinstvu.

Čeprav praktična stilistika od poročevalca zahteva takšno pisanje, ki ga bo razumel vsak naslovnik, tudi tisti, ki področja ne pozna dobro, Korošec (2005, 262) pravi, da v športnem poročevalstvu med tvorcem in naslovnikom obstaja posebno razmerje. Kot smo že omenili, so odjemalci športnih vsebin specializirana javnost, ki o športu ve veliko in se na svojega poročevalca zanese. Naslovniki športnih vsebin tako športnega poročevalca razumejo in so pogosto pripravljene sprejeti njegove odmike od poročevalskih standardov, ko ga zanese od komentiranja k navdušenju ali od občudovanja uspehov k navijaštvu (npr. ko v svoje pisanje vnaša željo biti bran). Ta poseben odnos med tvorcem sporočila in naslovnikom lajša sporočanje stik tudi, ko je vsebina zapletena in zahteva predznanje.

Korošec s ponazoritvijo posebnega razmerja med (a) in (c) želi povedati, da si športni poročevalci lahko privoščijo več poigravanja s stilno zaznamovanimi besedami kot poročevalci, ki poročajo o politiki, gospodarstvu, finančah in drugih resnejših, bolj zapletenih tematikah, ki krojijo naše življenje. Športni poročevalci namreč upravičeno računajo na to, da njihovi naslovniki poznajo osnovne pojme športnih disciplin, da so uporabniki knjižnega in neknjižnega športnega izrazja in da so seznanjeni s preteklim dogajanjem v določenem športu. Tisti, ki jih šport podrobneje ne zanima in o njem ne vedo

veliko, pa večinoma ne berejo in ne poslušajo poglobljenih analiz o poteku tekme ter ne razpravljajo o pomembnosti rezultata za prihodnost kluba ali športnika, pač pa se seznanijo le z rezultatom tekme, če jih seveda zanima.

4.2.3 TVOREC (a) – SPOROČILO (b)

Pogosto športni poročevalci iz sporočila izpustijo podatke, za katere vedo, da so specializiranim naslovnikom že znani. Tako ne razlagajo pravil športne igre, tudi izrazov, kot so osebna napaka, prepovedani položaj, enajstmetrovka, ne pojasnjujejo (Korošec 2005, 262).

Tukaj je prisotna Jakobsonova emotivna oz. izrazna funkcija jezika, ki je osredotočena na tvorca, na neposreden izraz njegovega odnosa do upovedanega. Tvorec s to funkcijo skuša narediti vtis o nekem čustvu, ki je lahko pristno ali narejeno, in barva svoje izjave. Izrazna funkcija je najbolj očitna v vzklikih (Jakobson 1989, 154).

Emotivna funkcija nas bo zanimala v praktičnem delu, ko bomo ugotavljali, kateri športni poročevalci (časopisni, radijski ali televizijski) najbolj barvajo svoje besedilo in na ta način iščejo stik z naslovnikom.

4.2.4 SPOROČILO (b) – NASLOVNIK (c)

V tem razmerju iz komunikacijske triade navidezno izpustimo tvorca, ko hočemo vedeti, »kdaj, v katerih okoliščinah in kateri naslovnik izbere izmed sporočil določeno sporočilo ter katere so sporočanjejske značilnosti, zaradi katerih jih naslovnik izbere« (Korošec 2005, 263). Tukaj govorimo o Jakobsonovi konativni funkciji jezika, ki je usmerjena na naslovnika in je najbolj očitna v zvalniku in velelniku (Jakobson 1989, 155). Korošec (2005, 263) opozarja, da je pri sporočilu športnega poročevalstva vedno pomembno pri razumevanju tvorca. Kako sta se uresničila tvorčev ubesedovalni namen in njegovo sporočanjejsko hotenje, lahko naslovnik izve le iz besedila sporočila.

4.3 IZVENJEZIKOVNE OKOLIŠČINE ŠPORTNEGA POROČEVALSTVA

Iz razmerij med deli komunikacijske verige izhaja dejstvo, da je jezik športnega poročevalstva stilno zelo bogat, saj so športni navdušenci uporabniki tako knjižnega kot neknjižnega (žargonskega) izrazja, kar športnim poročevalcem omogoča uporabo raznovrstnih besed. Da bi sprožili naslovnikovo razumsko in čustveno dejavnost, poročevalci pogosto uporabljajo nove, sveže, nenavadne izraze, ki smo jih poimenovali aktualizmi. A da naslovnik brez težav sprejme in razkodira tvorčeve besede, mora razpolagati z znanjem istega koda (kot poročevalec), saj v nasprotnem primeru vsebine ne razume (Korošec 2005, 265).

O pomembnosti razpolaganja z znanjem istega koda piše tudi Wilbur Schramm (1999, 52–54). Kot ključno stvar pri delovanju množičnega sporočanja izpostavlja uglašenost sporočevalca in prejemnika, ki morata imeti skupno izkustveno polje. Širše kot je njuno izkustveno polje, lažje je sporočanje. Če sporočevalec in prejemnik nimata skupnih izkušenj, potem sporočanje ni mogoče. Prejemnik namreč zaradi pomanjkanja izkušenj, ki jih ima vir (sporočevalec), ne zna dekodirati sporočevalčevega sporočila oz. se s sporočilom ne zna uglasiti. V poročevalstvu do tega pride, ko poročevalec ne upošteva temeljnega načela praktične stilistike in uporablja izrazje, ki ni splošno znano vsem naslovnikom, kar posledično pripelje do nerazumevanja sporočila.

V športnem poročevalstvu je skupno izkustveno polje poročevalca in naslovnika zelo široko. K temu pripomorejo tudi naslednje izvenjezikovne okoliščine: *specializacija, množičnost in pogostnost ponovitev* (Korošec 2005, 265).

4.3.1 SPECIALIZACIJA

Tako tvorec kot naslovnik poznata specialno besedje določene stroke, v našem primeru športa. Tvorec je specializiran za pisanje besedil o športu (je poklicni poznavalec športa), naslovnik teh besedil pa je, kot smo že omenjali, glede vedenja o športu dobro specializiran. Specializacija v športu se v poročevalstvu kaže tudi v športu namenjenih

časopisih, v oddeljenih in s paginalnimi naslovi označenih straneh dnevnikov, znotraj teh pa z rubričnimi naslovi. Podobno velja za oddeljene dele radijskih in televizijskih poročevalskih blokov (Korošec 2005, 265–266).

4.3.2 MNOŽIČNOST

Število bralcev športnih rubrik v dnevnikih in bralcev športnih revij je veliko večje od števila bralcev revij za dom in vrt ali pa drugih specializiranih revij. Množičnost ne pomeni le zanimanja za spremljanje športa, ampak tudi ukvarjanje z njim. To pomeni aktivno rabo športnega izrazja, tudi neknjižnega, tj. žargonizmov, ki so v knjižnem poročevalstvu aktualizmi (Korošec 2005, 266).

4.3.3 POGOSTNOST PONOVI

Zaradi pogostosti nekega športnega dogodka (hokejisti imajo v glavni sezoni tudi do tri tekme na teden) določene besede pridejo hitro v zavest športnega navdušenca. Kot pravi Korošec (2005, 266), se športni izraz, ki se v časovno relativno krajšem, glede na dinamiko pa strnjjenem obdobju športnega dogodka velikokrat ponovi, močno in hitro uzavesti v nekom, ki spremlja šport. Večkrat ko v krajšem obdobju slišimo neko besedo, hitreje si jo zapomnimo.

Ugotovili smo, da je prepletanje terminov in žargonizmov v športnem poročevalstvu prisotno na stvarni, predmetni in sporočanjski ravni. V naslednjem poglavju se bomo osredotočili na sporočanjško raven, in sicer na tisti del poročevalskega besedila, ki ga je poročevalec stilno zaznamoval.

5 ŠPORTNOPOROČEVSKI AKTUALIZMI

Posledica spleta specializacije, množičnosti in pogostnosti ponovitev je veliko število aktualiziranih izrazov v besedilih športnih poročevalcev. Aktualizmi so lahko zaznamovani z različno jakostjo, zato jih uvrščamo v tri skupine glede na *intenzifikacijo (jačanje) stilotvornega sredstva* od šibkejših k krepkejši stopnji opaznosti:

- aktualizmi od terminov k žargonizmom, z njimi tvorec označuje na nov, po možnosti krajši način in besedilo aktualizira v smislu žargonskosti;
- aktualizmi od splošnih k posamičnim, z njimi se tvorec izogiba ponovitvam imen športnikov ali nazivov klubov, reprezentanc;
- aktualizmi od navdušenja k vznesenosti, z njimi tvorec izraža lastno stališče in vrednoti (Korošec 2005, 266–267).

5.1 AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM

Večina poročevalcev se poleg tega, da so poklicni poznavalci športa, s športom tudi ukvarja, zato informacije dobivajo iz neposrednih stikov s športniki. To pomeni, da dobro poznajo njihove načine izražanja, ki jih prenašajo v svoja poročila, v katerih posledično zasledimo tako termine in nevtralno besedje kot slikovite opise. V športnem poročevalstvu je sicer terminov bolj malo, saj ne opisujejo značilnosti igre nasploh. V izrazih za organizacijske okoliščine, v katerih igra poteka, pa se opisi prek pomenskih prenosov šibko aktualizirajo (*uvrstiti se v finale, boriti se za obstanek, voditi s tremi točkami ...*). Od tu je le še korak do pravih aktualizmov nizke intenzifikacije, in sicer aktualizmov od terminov k žargonizmom (*boriti se za zlato, boj za kolajne, neubranljivo poslati žogo v mrežo, ligaški obračun, opraviti s tekmecem, streti odpor ...*). Z njimi športni poročevalec označuje na nov, krajši način in besedilo aktualizira v smislu žargonskosti. Nekateri žargonizmi, predvsem tisti, ki poimenujejo na najkrajši način (npr. *imel je 8 skokov/12obramb, bil je*

uspešen pod košem), delujejo povsem nevtrarno, zato jih bo jezikovna dinamika sčasoma prevrednotila iz žargonizmov v nevtralne izraze (Korošec 2005, 267–268).

5.2 AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM

Druga skupina aktualizmov, od splošnih k posamičnim, nakazuje na to, da je poročevalec s športniki domač, da je iz njihove družbe in da jim je skoraj vedno naklonjen. S temi aktualizmi tvorec preimenuje uradne nazive športnih klubov, društev, reprezentanc ali celo športnikov (*zmaji* – košarkarji kluba Union Olimpija, tudi hokejisti kluba Tilia Olimpija; *krimovke* – rokometašice kluba Krim Mercator; *rossoneri* – nogometaši italijanskega kluba AC Milan; *orli* – smučarski skakalci; *izbranci trenerja Matjaža Keka* – nogometaši slovenske reprezentance; *Jeti* – metalec krogle Miran Vodovnik ...). Tovrstni aktualizmi poročevalcu služijo tudi za to, da se izogne ponovitvam (Korošec 2005, 268–269).

5.3 AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI

V tretjo skupino sodijo aktualizmi z visoko stopnjo krepitve stilotvornih sredstev. Gre za reprezentančne kazalnike športnoročevalskega stila, ki so avtorsko najbolj učinkoviti, stilno izraziti, sproščeni, lahkotni in najbolj presenetljivi. So kot okraski, ki kažejo avtorjevo navdušenje nad športnim uspehom in neprikrito občudovanje športnika ali ekipe, vzbujajo radovednost in vabijo k branju, gledanju in poslušanju. Korošec (2005, 269–270) navaja nekaj naslovniških aktualizmov v tiskanih medijih, ki so nevtralizirani v podnaslovih ali besedilu: (*Afrika »ušla v petih minutah«* – o tem, kako je slovenska rokometna reprezentanca zaradi slabe igre v petih minutah izgubila možnost za uvrstitev na svetovno prvenstvo v Egiptu; *Špansko ali slovensko pustovanje?* – o tekmi v Španiji, ki bo na pustno soboto, povratna pa čez teden dni v Celju). Pri tej vrsti aktualizmov mora poročevalec zelo paziti, da aktualizma ne preobloži zaradi naslonitve na preširoko asociacijsko polje, saj to pogosto povzroči težave pri dekodiranju, aktualizem pa postane neuspešen (Korošec 2005, 269–270).

O jezikovnih sredstvih, s katerimi poročevalec išče stik z naslovnikom, govorita tudi Leah R. Vande Berg in Nick Trujillo (1989, 219–220). Kot najpogostejša jezikovna sredstva za vzbujanje naslovnikove pozornosti omenjata metafore oz. osnove za ustvarjanje, ohranjanje in oblikovanje športne realnosti. Te so večinoma povezane z vojno (*napad, obramba*), boleznijo (*koma, pulz*), delom in stroji (*najboljši nogometni stroj*), gledališčem oz. igro (*igra, scenarij, deliti vloge*) in religijo (*zadnja priložnost za odrešitev, žrtveno jagnje ...*). Pri tem poudarjata pomembnost inovativnih, svežih metafor, ki bralca osvobajajo, ga pritegnejo k branju in širijo njegovo razumevanje o športu. Neprestano ponavljanje istih metafor ima ravno nasprotni učinek, saj športno poročevalstvo postane dolgočasno in prisiljeno, bralčeve interpretacije o realnosti športa pa omejene. Iz njune povezave metafor z osvobajanjem oz. omejevanjem naslovnikov lahko sklepamo, da aktualizmi od navdušenja k vznesenosti zaradi svoje presenetljivosti najbolj osvobajajo in širijo naslovnikove interpretacije o športni realnosti, aktualizmi od terminov k žargonizmom, med katerimi so nekateri tako splošno znani, da bodo sčasoma postali nevtralni, pa pogosto omejujejo naslovnikovo razumevanje športa, saj mu ne ponudijo nič novega.

V tem poglavju smo spoznali tri skupine aktualizmov različnih stopenj opaznosti, ki imajo vsaka svojo funkcijo. Z aktualizmi najšibkejše stopnje poročevalec poimenuje na nov način in besedilo zaznamuje v smislu žargonskosti, z aktualizmi od splošnih k posamičnim poskrbi za odpravo ponovitev imen športnikov oz. nazivov klubov, aktualizmi najkrepkejše stopnje opaznosti pa kažejo njegovo veselje oz. neprikrito občudovanje športnika. Koliko aktualizmov dovoljuje določen medij in kako so (športni) poročevalci prilagodili poročanje značilnostim tiska, radia in televizije, si bomo ogledali v naslednjem poglavju.

6 ŠPORT IN MNOŽIČNI MEDIJI

»Pozabi novice, pozabi zgodbe slavnih, pozabi na preiskovalno novinarstvo. Če želiš prodati več izvodov časopisa, moraš vanj vključiti več črke N, nogometa.« (citat iz Press Gazette v Boyle in Haynes 2000, 171)

Šport in množični mediji živijo v simbiozi. Njihov odnos je zmagovalen za obe strani, saj imajo tako množični mediji kot šport od njega velike koristi. Svojo priljubljenost šport povečuje z dnevnim pojavljanjem v medijih, ti pa s poročanjem o športu, športnih tekmovanjih in športnikih svoje zasluzke dvigujejo visoko v nebo (Doupona Topič in Petrović 2000, 179).

Športni novinarji se nenehno soočajo in borijo s stereotipi o športnih novinarjih kot slabih novinarjih. V javnosti in med poklicnimi kolegi so najmanj cenjeni, kar številni povezujejo s področjem, ki ga pokrivajo. Šport je za mnoge namreč le še ena od banalnih in trivialnih stvari, ki ljudi zabavajo. Kljub temu, da je športno novinarstvo v celotnem novinarstvu najnižje na profesionalni lestvici, pravijo mu tudi »toy department« oz. oddelek igrač, prav šport in novinarji, ki pišejo o njem, poskrbijo za najvišjo naklado ali gledanost medija (Boyle in Haynes 2000, 166–170). Na eni strani torej korist medijev od športa, ki jim prinaša dobiček, na drugi pa korist športa od medijev, predvsem tiska in televizije, ki imajo ključno vlogo pri proizvajanju in širjenju diskurza, povezanega s športom sodobnega sveta (Boyle in Haynes 2000, 8).

V nadaljevanju bomo spoznali, kako je šport zastopan v različnih medijih, katere so prednosti in slabosti določenega medija in na kaj morajo biti pri poročanju pozorni časopisni, radijski in televizijski športni poročevalci.

6.1 ŠPORT IN TISKANI MEDIJI

»Tiskani množični mediji so kot dom novinarstva, radio in televizija pa sta bolj obliki oddajanja in ne toliko obliki novinarstva.« (Boyle 2006, 57)

Tisk ima tako kot drugi mediji svoje prednosti in pomanjkljivosti. Med prve uvrščamo praktičnost, možnost poglobljenega pisanja in neminljivost besedila. Pomanjkljivosti pa sta neažurnost (tisk nam prinese informacije šele naslednji dan) in odsotnost gibljive slike in zvoka.

Čeprav je slika za šport bistvenega pomena in čeprav je v teoriji šport najbolj povezan s televizijo, si športni navdušenci še vedno želijo, da lahko kjerkoli v miru preberejo športne novice. Spremljanje športa po televiziji vključuje gledanje akcij in poslušanje komentarjev v tempu poročevalca, medtem ko časopis lahko na hitro prelistamo ali pa se ustavimo pri temah, ki nas zanimajo. Poleg tega ga lahko beremo skoraj povsod, kar mu daje prednost pred televizijo in radiom. Kljub praktičnosti je pisati o športu za tisk težko, saj je šport zelo vizualen. Zato so mnogi menili, da bo televizija zmanjšala vlogo časopisa in mu »ukradla« šport. A pomanjkanje gibljive vizualizacije je snovalcem časopisov dalo vedeti, da morajo postati bolj iznajdljivi, močni, ostri, originalni in vznemirljivi. Vse to z namenom vzbuditi pozornost, pridobiti in ohraniti bralce (Kervin 1997, 55).

Tudi McChesney (1989, 66) govori o spremembi narave športnega poročevalstva v časopisih, do katere je prišlo s pojavom drugih medijev. Televizija je prinesla neposredne prenose tekmovanj, zato goli opisi tekem v časopisu niso več zadoščali za pridobivanje bralcev, saj so si tekmo lahko ogledali že po televiziji. Kot odgovor na to so časopisi začeli prinašati analize tekem, statistične informacije in informacije iz ozadja, ki so jih drugi mediji težko ponudili. Boyle (2006, 54) celo trdi, da so podrobne analize pred in po tekmi ter razpravljanje o pomenu izida tekme za prihodnost športnika ali kluba tisto, kar časopis rešuje in preživlja.

Športni poročevalci tiskanih medijev so težavo – odsotnost gibljive slike – odpravili tako, da so v svoje pisanje začeli vnašati poglobljene analize tekem in rezultatov, a ostaja še ena težava, s katero se ne srečujejo le tiskani mediji, ampak tudi radio in televizija. Gre za problem vsakodnevnega poročanja o istih stvareh, saj je športna rubrika v časopisu, pa tudi na radiu in na televiziji, najbolj predvidljiva. V njej skoraj celo leto najdemo košarko in nogomet, v zimskem delu, ki traja pol leta, pa smučanje, smučarske skoke, hokej in ostale zimske športe. Posledica pogostnosti ponovitev istih športov je, da v športni rubriki vsak dan znova beremo o tem, da je X zmagal, Y pa izgubil. Le malokdo bi vsak dan bral iste stvari, če bi bil jezik suhoparen in bi prinašal le gole informacije o končnem rezultatu, številu košev, skokov, podaj, blokad. Zato Harris in Spark (1993, 161–164) poleg preprostosti in natančnosti pri pisanju o športu omenjata pomembnost inspiracije, domišljije. Poročevalec mora imeti vedno v mislih, da je šport drama s trenutki, ki navdihujejo življenje. S svojimi besedami mora ujeti energijo, čustva, živahnost tekmovanja, ki v naslovniku vzbujajo občutke, da je na kraju dogajanja, in ga »posrkajo« v branje. Podobno meni Kervinova (1997, 47), in sicer mora novinar v svoje pisanje vnesti okus, svežino dogodka, vzdušje tekme in tako bralcu, ki morda ni videl tekme, čim bolj nazorno opisati dogajanje. Pape in Featherstone (2005, 60) poročevalčevo nalogo, da v soje pisanje ujame utrip tekmovanja, imenujeta dodajanje barve pisanju. Kot kuhar doda začimbe hrani, tako poročevalec doda okus pisanju in ga popestri. Barvo največkrat predstavljajo živahne fraze, s katerimi poročevalec naslika sliko in jo doživeto prikaže bralcu. Tudi Vande Berg in Trujillo (1989, 205) poročanje o športu vidita kot dramatično pripoved o zmagoslavju ali porazu športnika, ekipe, organizacije, ki je polna privlačnih in sunkovitih besed in ki z vzpostavitvijo interpretativnih okvirjev tudi reprezentira športno realnost.

Športni poročevalci tiskanih medijev so svoje pisanje morali prilagoditi prihodu drugih medijev, predvsem televiziji. Odsotnost gibljive slike so presegli s poglobljenimi analizami tekem, ki si jih televizija in radio ne moreta privoščiti, problem vsakodnevnega poročanja o istih stvareh pa so rešili z dodajanjem barve pisanju, ki je tako postalo bolj živahno, energično in besedno pestrejše. Kakšne lastnosti ima radio in kako so se jim prilagodili poročevalci, bomo spoznali v naslednjem podpoglavju.

6.2 ŠPORT IN RADIO

»Radio je najhitrejši medij, ki nam prvi prinese informacije.« (Pirc 2005, 14)

Odsotnost slike, minljivost radijskega programa in pomanjkanje prostora so glavne pomanjkljivosti radia, njegove prednosti pa ažurnost, prilagodljivost in osebnost oz. intimnost.

Radio, televizija, tisk. Tako si sledijo mediji v časovnem zaporedju obdelave in objave novice. Radio novico praviloma objavi prvi, televizija je zaradi slikovne obdelave nekoliko počasnejša, tisk pa nam novico posreduje šele naslednji dan (Pivec 2004, 259). Poleg hitrega prinašanja informacij je neprecenljiva lastnost radia ta, da lahko pride tja, kamor drugi mediji ne morejo. Je namreč najbolj prilagodljiv medij, sposoben prilagajanja spremenjenim razmeram (Pirc 2005, 14). V današnjem času, ko je tempo življenja hiter, ko imajo ljudje zaradi prezaposlenosti vse manj časa za gledanje televizije in branje časopisov, radio omogoča, da smo lahko neprestano v stiku z novicami, tudi športnimi, saj ga za razliko od televizije in časopisa lahko poslušamo ob številnih opravilih (Pivec 2004, 260).

Ena od pomembnejših lastnosti najbolj osebnega medija je intimnost. Ljudje ga le redko poslušajo v skupini, saj je namenjen posamezniku in je kot ustvarjen za tiste, ki živijo sami (Pirc 2005, 13). Družinsko oz. skupinsko poslušanje radia je znano iz začetkov radijske zgodovine, ko so bili sprejemniki redki, danes pa je vse, kar je spregovorjeno po radiu, namenjeno posamezniku osebno (Gruden 2001, 29). Tudi Kervinova (1997, 114) opaža razliko v tem, kako ljudje uporabljajo radijski in kako druge komunikacijske sisteme (npr. televizijo). Skupine športnih ljubiteljev po televiziji pogosto skupaj gledajo tekme, medtem ko je poslušanje radia veliko bolj individualna stvar. Posledično obstajajo razlike, kako svoje občinstvo nagovarja televizijski in kako radijski športni poročevalec. Radijski športni poročevalec mora v vsakem posamezniku vzbuditi občutek, da športno tekmovanje spremlja v živo oz. da je sam del športnega dogodka. Zaradi odsotnosti slike, s katero to doseže televizija, se mora radijec še toliko bolj potruditi, da v poročanje vnese življenje, vzdušje, energijo. Pirčeva (2005, 17) opozarja, da radio kljub odsotnosti slike ni slep.

Radijski poročevalci namreč s svojim govorom slikajo dogajanje in tako spodbujajo poslušalca, da si vidno predstavlja, kar posluša, oz. da si ustvarja lastne slikovne razsežnosti.

Slikovite besede so pripravljene za uho, ne za oko, zato mora biti radijsko besedilo napisano v konverzacijskem slogu. Radijski novinar mora poslušalcu ponuditi tak govor, ki ga bo po vsebini in dolžini lahko prebavil. Tujke, zapleteni politični in znanstveni izrazi na radio ne sodijo, zato mora radijec takšne besede prevesti v razumljiv jezik. V nasprotnem primeru se poslušalec lahko izgubi med neznanimi besedami (Pirc 2005, 91–93). Enostavnost besed na radiu je pomembna tudi zato, ker ima radio podobno pomanjkljivost kot televizija, in sicer minljivost (radijskega) programa. Radio je, v nasprotju s tiskom, kot časovni medij neulovljiv. To pomeni, da so besede na radiu neponovljive, enkratne, nepreverljive in da preslišanega ni več mogoče ujeti. Ker poslušalec večino informacij, ki jih sliši, hitro pozabi, ga mora radijski poročevalec večkrat spomniti na bistvene stvari in iz besedila izločiti, kar za razumevanje zgodbe ni pomembno. Za radijsko poročanje so zato pomembni neposreden in poenostavljen govor, jedrnat izražanje, logična gradnja besedil s krajšimi stavki, opornimi pojmi in asociativno bogatimi izrazi za vzbujanje pozornosti (Gruden 2001, 32).

Za razliko od športnega poročevalca tiskanega medija, ki v besedilo lahko vključi zapletene povedi, ki dajo bralcu misliti, si radijec tega ne sme privoščiti. Njegove besede morajo biti jasne in enostavne. Poslušalec mora takoj razumeti, kaj je poročevalec želel povedati, saj med poslušanjem nima časa razmišljati še o njegovem namenu (Kervin 1997, 114). Radijski poročevalci so odsotnost gibljive vizualizacije rešili s slikovitimi opisi dogajanja, minljivosti programa pa so se prilagodili z enostavnim, konverzacijskim besedilom, ki naslovniku prinaša bistvene podatke o dogajanju, s podrobnostmi o dogodku pa se ne ukvarja. Značilnosti televizije in prilagoditev televizijskega poročevalstva pomanjkljivostim vizualnega medija bomo spoznali v nadaljevanju.

6.3 ŠPORT IN TELEVIZIJA

»V 60. letih se je razvilo brezbožno zavezništvo. Šport je pomagal narediti televizijo, televizija pa je pomagala narediti šport.« (Mark McCormack v Whannel 1992, 67)

Poleg besed in zvoka televizija razpolaga z gibljivo sliko, ki je v današnjem vizualnem svetu vedno bolj pomembna. Kljub tej prednosti pa ima podobni pomanjkljivosti kot radio, tj. minljivost programa in omejenost s prostorom.

Televizijski novinarski diskurz je sestavljen iz jezika, zvoka in vizualnih podob, ki sestavljajo razumljivo in uravnoteženo novinarsko besedilo (Laban 2007, 65). Moč televizije je prav v prenašanju gibljive slike, a le če je ta uporabljena v sozvočju z besedilom. Slika in besedilo se morata dopolnjevati, če želi novinar doseči učinek pri gledalcu (Perovič in Šipek 1998, 23). Za športne poročevalce in ljubitelje športa je televizija še vedno najbolj mikaven medij, saj s premikajočo sliko (počasni posnetki, prikazi statistik, ponovitve najboljših akcij ...) gledalca postavi na kraj dogajanja, kar morata tisk in radio doseči z besedami. Vse pa le ni idealno, če televizijski športni poročevalec ne obvlada združevanja besed s sliko. Še tako dober tekst mu ne pomaga, če ga ne zna zlit s sliko. Zato se mora neprestano spraševati, kaj bomo videli, in temu prilagoditi svoje besedilo (Kervin 1997, 97).

O tem, ali je slika za gledalce pomembnejša od besedila, imajo avtorji različna mnenja. Tompkins (v Laban 2007, 36) meni, da so vizualne podobe glavna moč televizije, saj prinašajo neposrednost, intimnost, razumevanje in čustva. S tem se strinja Johnston (v Whannel 1992, 28), ki govori o zlatem pravilu športnih novinarjev, in sicer »ne opisuj stvari, ki jih gledalec lahko vidi, naj slika pripoveduje sama zase«. Perovič in Šipkova (1998, 25) pa poudarjata, da je zaporedje slik enako pomembno kot tekst, s katerim novinar opisuje dogajanje, in opozarjata na prilagoditev teksta minljivosti televizijskega programa.

Gledalec posluša besedilo v povezavi s sliko na televizijskem ekranu. Podobno kot radijski program je tudi televizijski program minljiv. Informacije slišimo le enkrat, zato jih mora

televizijec podati na jasn in razumljiv način. Zapletene strokovne izraze mora poenostaviti, saj poroča različnim starostnim in izobrazbenim skupinam, ki bi se ob nerazumevanju besedila lahko počutile manjvredne. Za razliko od poročevalcev tiskanih medijev, ki bralcem prinašajo poglobljene analize, se mora televizijski poročevalec osredotočiti na bistvo in gledalcev ne sme obremenjevati z detajli, ki za razumevanje prispevka niso ključni (Perovič in Šipek 1998, 75–80). Televizija namreč ni primeren medij za analitične vsebine, saj ne omogoča poglobljenih argumentacij, ki so ključni del tiskanih medijev in ki časopisom omogočajo preživetje (Dahlgren v Laban 2007, 32). Posledica tega je, da so govorjena televizijska besedila enostavnejša od besedil tiskanih medijev (Van Dijk v Laban 2007, 33) in da je jezik televizijskega poročevalca manj zahteven od jezika poročevalca tiskanega medija. Tudi Fiske (2003, 303) se strinja, da časopisne in televizijske novice zahtevajo različna načina branja, posledično tudi pisanja. Bralec časopisa si lahko izbere, kaj bo prebral, časopis lahko prebere večkrat, lahko se vrne k besedam, ki jih ni razumel, in jih še enkrat prebere. Gledalec pa se ne more vrniti nazaj, če je določen del preslišal ali ga ni razumel. Minljivost televizijskega programa ne dopušča presenetljivega, nenavadnega besedja in poglobljenih razprav, s katerimi bi poročevalec pritegnil naslovnike, zato pozornost vzbuja z gibljivo vizualizacijo, ki mu pri pridobivanju gledalcev pogosto pomaga še bolj kot besede.

V tem poglavju smo si ogledali, kako med seboj delujejo šport in trije različni mediji, časopis, radio in televizija. Spoznali smo prednosti in pomanjkljivosti vseh treh medijev, ki se jim je moralo prilagoditi športno poročevalstvo. Tisk ima na voljo le besede, da bralce pritegne k branju in jih postavi na kraj dogajanja. Zato je jasno, da poročevalci tiskanih medijev stik z naslovníkom gradijo prav s pomočjo stilno zaznamovanega besedja. Poleg tega so besede v časopisu neminljive, kar pomeni, da poročevalec tiskanega medija lahko uporabi več aktualizmov, tudi tistih najbolj iznajdljivih z najkrepkejšo stopnjo opaznosti, saj se bralec lahko vrne nazaj, če pomenov določenih besed ni razumel že ob prvem branju. Prav neminljivost črk na papirju loči tisk od radia in televizije, ki se soočata z minljivostjo programa. Radio pa ima poleg minljivosti še enako težavo kot tisk, tj. odsotnost gibljive slike. Ti pomanjkljivosti radijskemu poročevalcu narekujeta karseda enostavno in jasno poročanje, brez zapletenih izrazov, ki bi poslušalca lahko zmedli in povzročili

nerazumevanje poročila. Posledično lahko sklepamo, da Koroščeva skupina aktualizmov od navdušenja k vznesenosti, ki so pogosto presenetljivi, na radiu ni zaželena. Poslušalec mora namreč takoj prepoznati pomen besede, medtem ko so pomeni tretje skupine aktualizmov pogosto preneseni in včasih za razumevanje pomena od naslovnika zahtevajo premislek. Jasnost in enostavnost poročanja veljata tudi za televizijo, ki gledalcu prav tako ne omogoča vračanja ob morebitnem nerazumevanju vsebine. Iz tega sledi, podobno kot pri radiu, da v televizijskem športnem poročevalstvu ni veliko aktualizmov, predvsem tistih najkrepkejše stopnje opaznosti (aktualizmi od navdušenja k vznesenosti), ki bi lahko povzročili zmedo pri razumevanju vsebine. Poleg tega pa televizijski poročevalec poti k naslovniku ne išče le z besedami, pač pa tudi, in predvsem, s sliko, kar od njega ne zahteva toliko raznovrstnega pisanja kot od časnikarja in radijca. Če je res tako, bomo preverili v praktičnem delu, v katerem bomo s stilno analizo aktualiziranega besedja časopisnega, radijskega in televizijskega športnega poročevalstva ugotavljali, kateri medij je z aktualizmi najbolj izpolnjen.

7 ANALIZA JAKOSTI STILNE ZAZNAMOVANOSTI ŠPORTNOPOROČEVALSKIH AKTUALIZMOV V DNEVNIKU DELO, NA RADIU SLOVENIJA IN NA TELEVIZIJI SLOVENIJA

V empiričnem delu bomo razrešili dilemo o pogostosti aktualizmov v časopisu, na radiu in na televiziji. Z analizo jakosti stilne zaznamovanosti aktualizmov v športnih poročilih dnevnika Delo, Radia Slovenija in Televizije Slovenija bomo odgovorili na vprašanje, v katerem mediju so športnoročevalski aktualizmi najpogostejši in v katerem najredkejši. Kot smo zapisali že ob koncu prejšnjega poglavja, menimo, da največ aktualizmov uporabljajo športni poročevalci tiskanih medijev, saj so njihovo glavno orožje za pritegnitev bralcev besede. Zaradi minljivosti programa manj novih, svežih, nenavadnih jezikovnih sredstev pričakujemo v radijskem športnem poročevalstvu, še manj pa v športnih poročilih televizijskega poročevalca, ki za pritegnitev gledalčeve pozornosti poleg besed uporablja tudi sliko.

Analiza bo temeljila na Koroščevi razdelitvi aktualizmov v tri skupine glede na jakost stilotvornega sredstva od šibkejše h krepkejši stopnji opaznosti. Iz besedil bomo izpisali aktualizme in jih razvrstili v naslednje skupine: aktualizmi od terminov k žargonizmom, aktualizmi od splošnih k posamičnim in aktualizmi od navdušenja k vznesenosti. To nam bo pomagalo tudi pri ugotavljanju, kako stilno močne aktualizme uporabljajo športni poročevalci določenega medija.

Raziskovali bomo izključno prispevke o preteklih športnih dogajanjih, z neposrednimi prenosi tekem se ne bomo ukvarjali. V raziskavo bomo vključili le tisto vrsto poročevalskih besedil, za katero Koširjeva (1988, 63) pravi, da je avtor distanciran od predmeta upovedovanja in da je njegova naloga informirati. Torej poročevalna besedila, ki naj bi bila objektivna in naj ne bi vsebovala avtorjevega mnenja. Vendar se zavedamo, da poročevalna besedila športnega poročevalstva odstopajo od lastnosti, ki jih Koširjeva pripisuje poročevalnim besedilom. V diplomski nalogi smo namreč omenili, da imata športni poročevalec in njegov naslovnik poseben odnos, ki avtorju omogoča, da v besedilo prinaša

željo biti bran, in da pogostnost ponovitev istih športov zahteva živahno, raznoliko izrazje, pa tudi izkušnje nam govorijo, da so poročevalna besedila o športu polna aktualizmov.

Poleg komentarja, ki sodi med presojevalna besedila, ki jih v analizi ne bomo obravnavali, sta za športno poročevalstvo najbolj značilna žanra poročilo in vest. V praktičnem delu bomo analizirali le žanr poročilo, saj informacije o poteku športnega dogajanja iz tiska in televizije največkrat izvemo prav v obliki tega žanra. Vesti, ki so pogostejše na radiu, pa nas seznanjajo zgolj z rezultati tekmovanja, iz česar sklepamo, da aktualizmi v vesteh niso prav pogosti. Prav tako menimo, da primerjava dveh različnih žanrov, vesti in poročila, ki se razlikujeta že v predmetu sporočanja (vest dogodek le registrira, poročilo prinaša podrobnosti o dogajanju), ne bi dala natančnih podatkov o tem, v katerem mediju so aktualizmi pogostejši (primer: o nogometnem državnem prvenstvu na radiu večinoma poročajo v žanru vest, medtem ko so v tisku skoraj vedno poročila s tekem; posledično je na radiu manj aktualizmov, saj radijski poročevalci zaradi pomanjkanja prostora naslovnike pogosto seznanijo le z rezultati nogometnih tekem državnega prvenstva, medtem ko tisk v poročilu prinaša še podrobne poteke nogometnih tekem in z njimi posledično več aktualizmov). Zato bomo poiskali tiste športne dogodke, ki so jih športni poročevalci vseh treh medijev ubesedili v žanru poročilo.

Osredotočili se bomo na poročanje o košarki, nogometu, rokometu in hokeju, saj je zaradi pogostnosti ponovitev in množičnega zanimanja z aktualizmi najbolj izpolnjeno poročanje o ekipnih športih z žogo, ki smo jim dodali še hokej. Zanimali nas bodo predvsem aktualizmi v besedilih, ki govorijo o slovenskih športnikih oz. klubih, saj je poročevalec ob ne/uspehih domačih športnikov bolj čustven kot ob ne/uspehih tujih.

V analizo bomo vključili šest datumov med novembrom 2008 in aprilom 2009, in sicer 6. 11. 2008, 10. 12. 2008, 18. 1. 2009, 15. 2. 2009, 21. 3. 2009 in 1. 4. 2009. Po razvrstitvi aktualizmov posameznega dne v tri skupine bomo povzeli glavne ugotovitve, podrobnejša analiza (z grafičnimi prikazi) pa bo sledila po razporeditvi aktualizmov vseh analiziranih datumov.

7.1 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 6. 11. 2008

1. KOŠARKA (Evroliga: Union Olimpija – Lottomatica Roma 67 : 78)

a) AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM

ČASOPIS DELO 7. 11. 2008

- » ... **je** moštvo obakrat **uvrstilo v četrtfinale evrolige**.« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... **poskuša prekiniti niz** štirih zaporednih izpadov.« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... **je** nekako **našla pot do obroča** ...« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... **so** gostje v 9. minuti **prešli v vodstvo s 16 : 12** ...« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... **je** namreč **metal iz igre 1 : 8** in **izgubil tri žoge**.« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... Roma **zagotovila že 18 točk prednosti** ...« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... **je bil** z 11 točkami **prvi strelec** prvega polčasa.« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... **je zbral 11 točk** ...« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... s svojo prvo **trojko znižal na 40 : 48** ...« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... **dvoboj je končal kot prvi strelec večera, dodal pa še sedem skokov in šest asistenc**.« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... Cibona **ima stoodstoten izkupiček** ...« (Brozovič in Volarič 2008).

RADIO SLOVENIJA 7. 11. 2008 (Druga jutranja kronika)

- »Slovenski prvak **je bil** od sredine prve četrtine v **podrejenem položaju** ...« (Radio Slovenija 2008a).
- » ... Olimpijina **igra** nikakor **ni stekla**.« (Radio Slovenija 2008a).
- » ..., ko **je bila na parketu rezervna peterka**, ki ...« (Radio Slovenija 2008a).
- » ..., a k zmagi ... z 78 : 67 **prispeval 10 točk** ...« (Radio Slovenija 2008a).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 7. 11. 2008 (Šport ob 13. uri)

- » ... **na odmor sta** Sani Bečirovič in Primož Brezec **svoje soigralce popeljala s 16 točkami prednosti** ...« (TV Slovenija 2008a).

- »V tretji četrtini **je** podobno kot prejšnji teden **zadišalo po preobratu.**« (TV Slovenija 2008a).
- »Vendar **tu se je nalet** Zmajev tudi **ustavil.**« (TV Slovenija 2008a).
- »Na drugi strani **je** Lottomatica **organizirano polnila koš** Olimpije.« (TV Slovenija 2008a).
- »Brezec **je** na koncu **zbral 10 točk, najboljši strelec pa je bil** prepričljivo ...« (TV Slovenija 2008a).

b) AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM

ČASOPIS DELO 7. 11. 2008

Preimenovanji za košarkarje kluba Lottomatica Roma sta **rimski četa, Rimljani:**

- » ... je dal **rimski četi** ...« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... je nekako našla pot do obroča **Rimljanov** le v ...« (Brozovič in Volarič 2008).

Preimenovanje za košarkarje kluba Union Olimpija je **Ljubljancani:**

- » ..., ki so jo **Ljubljancani** izgubili ...« (Brozovič in Volarič 2008).

RADIO SLOVENIJA 7. 11. 2008 (Druga jutranja kronika)

Preimenovanje za košarkarje kluba Lottomatica Roma je **rimsko moštvo:**

- » ..., a k zmagi **rimskega moštva** z 78 : 67 ...« (Radio Slovenija 2008a).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 7. 11. 2008 (Šport ob 13. uri)

Preimenovanji za košarkarje kluba Lottomatica Roma sta **gostje iz Rima, moštvo Lottomatice:**

- »V Tivoliju so bili z 78 : 67 boljši **gostje iz Rima.**« (TV Slovenija 2008a).
- »**Moštvo Lottomatice** v ...« (TV Slovenija 2008a).

Preimenovanje za košarkarje kluba Union Olimpija je **Zmaji:**

- » ... je naletelo na razglašene **Zmaje.**« (TV Slovenija 2008a).

c) AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI

ČASOPIS DELO 7. 11. 2008

- » ... **je zadala nov udarec** slovenskim prvakom, ki po treh porazih, od tega dveh na domačem parketu, **morajo počasi zaprositi za pomoč dobre volje.**« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... pa **je tokrat škripalo** predvsem v **napadu** ...« (Brozovič in Volarič 2008).
- »Ko je v igro vstopil Bečirovič, **je dal** rimski četi **potrebno mero ustvarjalnosti**, s katero **je začela mleti pred seboj.**« (Brozovič in Volarič 2008).
- » ... so gostje v 9. minuti prešli v vodstvo ... in **ga niso več spustili iz rok.**« (Brozovič in Volarič 2008).
- »**Vsevprek je puščalo in curljajo** predvsem v drugi četrtini ...« (Brozovič in Volarič 2008). (O slabem napadu, zgrešenih metih in izgubljenih žogah Uniona Olimpije.)
- »**Toda ker nadomestni dirigenti niso jamčili boljšega učinka, je moral prebroditi krizo kar na parketu.**« (Brozovič in Volarič 2008). (O Vladu Ilievskemu, ki je kljub utrujenosti moral odigrati večji del tekme, saj trener zanj ni imel ustrezne zamenjave.)
- » ... pa **so** tudi Rimljani **začeli kazati, da so iz mesa in krvi.**« (Brozovič in Volarič 2008).
- »**Ta je po skrajšanem postopku vrnil red v gostujoče vrste, z lahkotnimi potezami jemal domači obrambi voljo do odpora in pogasil evforijo na tribunah.**« (Brozovič in Volarič 2008). (O sijajnem nastopu Sanija Bečiroviča, ki je poskrbel, da se Olimpija ni preveč približala rimskemu moštvu in da je peklensko vzdušje Olimpijinih navijačev postopno pojenjalo.)

RADIO SLOVENIJA 7. 11. 2008 (Druga jutranja kronika)

- »Roma **je razblinila** Olimpijine **sanje** o napredovanju ...« (Radio Slovenija 2008a).
- »Zlasti **je bila razglašena**, ko je bila na parketu ...« (Radio Slovenija 2008a).
- »..., **je z lahkoto prebijala ljubljansko obrambo** ...« (Radio Slovenija 2008a).

TELEVIZIJA SLOVENIJA (Šport ob 13. uri)

- » ... **je naletelo na razglašene Zmaje**.« (TV Slovenija 2008a).

Razvrstitev aktualizmov športnih poročevalcev prvega dne jasno kaže, da je največ novih, svežih, nenavadnih jezikovnih sredstev v dnevniku Delo, medtem ko sta radijski in televizijski poročevalec uporabila manjše število aktualizmov, kar je razvidno predvsem iz aktualizmov najkrepkejše stopnje opaznosti. Ne le, da je število aktualizmov te skupine v tisku še enkrat večje kot na radiu in televiziji skupaj, tudi njihova presenetljivost je v tisku največja. Nekatero metafore (*»vsevprek je puščalo in curljalo«*; *»nadomestni dirigenti niso jamčili boljšega učinka«*; *»po skrajšanem postopku vrnil red v gostujoče vrste«*; *»pogasil evforijo na tribunah«*) smo za lažje razumevanje celo pojasnili, medtem ko je pomen besednih zvez (*»je razblinila Olimpijine sanje«*; *»je naletelo na razglašene Zmaje«*) na radiu in televiziji jasnejši in razumljivejši. Tudi razlika v številu aktualizmov od terminov k žargonizmom je očitna. Največ jih je v Delu, manj na Televiziji Slovenija, še nekoliko manj pa v besedilu poročevalca Radia Slovenija. Najmanjše je razlikovanje v aktualizmih od splošnih k posamičnim, saj noben avtor ni bil preveč iznajdljiv, skoraj vsa preimenovanja klubov so namreč izpeljali iz krajevnih imen (npr. preimenovanje za košarkarje ljubljanskega kluba Union Olimpija je *»Ljubljančani«*; preimenovanja za košarkarje rimskega kluba Lottomatica Roma so *»rimsko moštvo«*, *»rimska četa«*, *»gostje iz Rima«*).

7.2 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 10. 12. 2008

1. ROKOMET (MIK 1. Liga: Cimos – Gorenje 26 : 26)
2. KOŠARKA (Evroliga: Tau Ceramica – Union Olimpija 101 : 69)

a) AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM

ČASOPIS DELO 11. 12. 2008

- » ... **sta se namreč razšla brez zmagovalca**.« (Hočevar 2008).
- » ... še vedno **vodijo le za točko** pred ...« (Hočevar 2008).

- » ... **so vodili za največ tri gole** ...« (Hočevar 2008).
- » ... Mrvaljevič, ki **se ni vpisal med strelce, v statistiko pa vknjižil pet zapravljenih strelcev, tri izgubljene žoge in eno asistenco.**« (Hočevar 2008).
- »Njegovih 19 obramb in goli ... Mirkovića **so Cimos pripeljali streljaj do zmage,** ...« (Hočevar 2008).
- » ... Mlakar **je izsilil sedemmetrovko,** ki jo je ...« (Hočevar 2008).
- » ... **je še osmič zapored ugnal** slovenskega, ki ...« (Brozovič 2008).
- » ... **so Ljubljancani vodili s 16 : 11,** dotlej pa **so se med strelce vpisali vsi** ...« (Brozovič 2008).
- » ... **so imeli** ... že **11 točk naskoka** ...« (Brozovič 2008).
- » ... **so Baski prišli do prednosti 28 točk (68 : 40)** ...« (Brozovič 2008).

RADIO SLOVENIJA 10. 12. 2008 (Zrcalo dneva)

- » ... **se ... ni posrečilo priigrati občutnejše prednosti.**« (Radio Slovenija 2008b).
- » ... Koprčani **so jih ujeli na 10,** ob ...« (Radio Slovenija 2008b).
- » ..., **najboljši strelci** ... pa **so bili Čupić 8 golov** ter ...« (Radio Slovenija 2008b).

RADIO SLOVENIJA 11. 12. 2008 (Druga jutranja kronika)

- » ... **se je stopnjeval obrambni pritisk, presing na branilcih Olimpije je le-te silil v napake** in ...« (Radio Slovenija 2008c).
- »**Strelsko je bil razpoložen** predvsem Zupan ...« (Radio Slovenija 2008c).
- » ... v drugem pa **se je razigral Golubović** ...« (Radio Slovenija 2008c).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 10. 12. 2008 (Šport ob 22. uri)

- » ..., ki **so prišli celo dvakrat do prednosti treh zadetkov,** vendar na koncu **so jih Koprčani,** ki igrajo v rumenih majicah, **ujeli.**« (TV Slovenija 2008b).
- » ..., ki **so prišli do prednosti dveh zadetkov,** vendar ...« (TV Slovenija 2008b).
- » ... **izkazal se je z 18 obrambami.**« (TV Slovenija 2008b).
- » ... **izkazal se je tudi krožni napadalec Mlakar,** ki je ...« (TV Slovenija 2008b).
- » ... **najboljši strelec Mirković,** ... iz Velenja **najboljši strelec Čupić** ...« (TV Slovenija 2008b).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 11. 12. 2008 (Šport ob 13. uri)

- » ... **so le stopnjevali ritem, razlika v korist Špancev je bila** ob polčasu ...« (TV Slovenija 2008c).
- » ..., **je bil nezaustavljiv** Will McDonald, ki je ...« (TV Slovenija 2008c).
- » ... Miha Zupan, ki je dosegel 15 točk in **dodal 6 skokov.**« (TV Slovenija 2008c).

b) AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM

ČASOPIS DELO 11. 12. 2008

Preimenovanje za rokometaše kluba Cimos je **Koprčani**:

- »Tako **Koprčani** še vedno ...« (Hočevar 2008).

Preimenovanji za rokometaše kluba Gorenje sta **Velenjčani** in »ose«:

- »**Velenjčani** so vodili za največ ...« (Hočevar 2008).
- »A je odgovor »os«, ki so že v 25. minuti ...« (Hočevar 2008).

Preimenovanji za košarkarje kluba Union Olimpija sta **Ljubljancani** in **začasni varovanci 28-letnega trenerja Gašperja Potočnika**:

- » ... **Ljubljancani** vodili s ... « (Brozovič 2008).
- » ... so imeli **začasni varovanci 28-letnega trenerja Gašperja Potočnika** ...« (Brozovič 2008).

Preimenovanja za košarkarje kluba Tau Ceramica iz Vittorie so **španski prvak, moštvo Duška Ivanovića, Baski**:

- »**Španski prvak** je še osmič zapored ...« (Brozovič 2008).
- » ... s 16 : 27 je **moštvo Duška Ivanovića** le uvidelo, ...« (Brozovič 2008).
- »**Baski** so namreč uvideli, ...« (Brozovič 2008).

RADIO SLOVENIJA 10. 12. 2008 (Zrcalo dneva)

Preimenovanje za rokometaše kluba Cimos je **Koprčani**:

- » ..., toda **Koprčani** so jih ujeli ...« (Radio Slovenija 2008b).

RADIO SLOVENIJA 11. 12. 2008 (Druga jutranja kronika)

Preimenovanji za košarkarje kluba Union Olimpija sta **slovenski prvak, tivolsko moštvo**:

- »**Slovenski prvak** je začel izjemno ...« (Radio Slovenija 2008c).
- » ... silil v napake in **tivolsko moštvo** je kar ...« (Radio Slovenija 2008c).

Preimenovanje za košarkarje kluba Tau Ceramica iz Vittorie je **španski prvak**:

- » ... je izigral obrambo **španskega prvaka** ...« (Radio Slovenija 2008c).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 10. 12. 2008 (Šport ob 22. uri)

Preimenovanje za rokometaše kluba Cimos je **Koprčani**:

- » ... na koncu so jih **Koprčani**, ki igrajo ...« (TV Slovenija 2008b).

Preimenovanje za rokometaše kluba Gorenje je **gostje iz Velenja**:

- » ... **gostje iz Velenja** tisti, ki so ...« (TV Slovenija 2008b).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 11. 12. 2008 (Šport ob 13. uri)

Preimenovanji za košarkarje kluba Union Olimpija sta **Ljubljancani, Zmaji**:

- »**Ljubljancani** so sicer začeli dobro in ...« (TV Slovenija 2008c).
- » ... med **Zmaji** je bil še najboljši ...« (TV Slovenija 2008c).

Preimenovanji za košarkarje kluba Tau Ceramica iz Vittorie sta **varovanci Duška Ivanoviča, Španci**:

- »**Varovanci Duška Ivanoviča** so le ...« (TV Slovenija 2008c).
- » ..., razlika v korist **Špancev** je bila ob ...« (TV Slovenija 2008c).

c) AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI

ČASOPIS DELO 11. 12. 2008

- »Predvsem levi zunanji igralci na obeh straneh **so delovali, kot da so na kolektivnem dopustu** ...« (Hočevar 2008).

- » ... Gorenju **se je** v končnici **prebudil in rešil čast desnorokih bombarderjev ...**« (Hočevar 2008). (O rokometasu Datukašviliju, ki se je šele proti koncu tekme razigrjal in edini od desnorokih rokometashev prikazal solidno igro.)
- »**Z začetnim prebliskom le razjezili Baske in jo skupili.**« (Brozovič 2008). (Košarkarji Uniona Olimpije so povedli s 27 : 16 in »razjezili« Špance, ki so začeli igrati agresivneje in zmagali kar 101 : 69.)
- » ..., ki brez Marka Miliča, Vlada Ilievskega in **številnih nujnih prvin sodobne košarke ni imel niti trohice upanja.**« (Brozovič 2008). (Nujne prvine sodobne košarke – trdna obramba, napad, borbenost, ekipni duh ...)
- » ... je moštvo Duška Ivanovića **le uvidelo, da mora ubrati nekoliko resnejše note.**« (Brozovič 2008). (Po odličnem začetku Uniona Olimpije so Španci začeli igrati bolj resno, saj so očitno Ljubljance podcenjevali.)
- »**Njeni košarkarji so učinkovito izkoristili pretirano ležernost gostiteljev in začeli zadevati kot za stavo.**« (Brozovič 2008).
- »**Se je nasmihala velika senzacija? Nikakor ne, prej bi rekli, da je bil začetek le nekakšna fatamorgana.**« (Brozovič 2008).
- » ... **je bilo** namreč **čutiti usihanje igralne discipline v vrstah Uniona Olimpije,** po njenem zadnjem vodstvu s 30 : 29 in minimalnem zaostanku za pičlo točko (32 : 33) pa **je** v 16. minuti **prišel na vrsto popoln razpad sistema.**« (Brozovič 2008).
- » ... **so ... učinkovito unovčili izjemno agresivno obrambo ...**« (Brozovič 2008).
- »**Ogromna razlika gre predvsem na rovaš organizacijskega kolapsa in številnih izgubljenih žog; kar 15 jih je šlo v prazno ali španske roke že v uvodnih ...**« (Brozovič 2008).
- »**Toda njuni namestniki so izkoristili ponujeno priložnost in se dobesedno poigrali z gosti.** Kakšna podaja preveč pri domala slehernem napadu jim ni škodila, **saj je ljubljanska obramba razpadla po dolgem in počez.**« (Brozovič 2008).
- »**Že v 26. minuti so Baski prišli do prednosti 28 točk (68 : 40), ..., nato pa le začeli uporabljati zavoro.**« (Brozovič 2008).
- » ... **so omogočili Ljubljancem, da so se ognili hudemu polomu.**« (Brozovič 2008).

RADIO SLOVENIJA 11. 12. 2008 (Druga jutranja kronika)

- »Slovenski prvak je začel izjemno, z lahkoto je izigral obrambo španskega prvaka in prvih pet minut Ljubljancani niso zgrešili.« (Radio Slovenija 2008c).

Iz analize pogostosti aktualizmov v časniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija sledi ugotovitev, da je število aktualizmov vseh treh skupin zopet največje v tisku. Razlika je najopaznejša pri aktualizmih od navdušenja k vznesenosti. V poročilih Dela o dogajanju na rokometni in košarkarski tekmi smo zasledili več kot deset stilno močno zaznamovanih povedi (» ... so delovali, kot da so na kolektivnem dopustu ...«; naslovniški aktualizem: »Z začetnim prebliskom le razjezili Baske in jo skupili«; » ... je v 16. minuti prišel na vrsto popoln razpad sistema.«), s katerimi avtorja nekoliko pretiravata, medtem ko smo na radiu našli le eno, ki kaže na avtorjevo navdušenje nad začetno igro košarkarjev Olimpije in proti tistim iz Dela deluje zelo blago. V televizijskih poročilih pa aktualizmov te skupine sploh ni bilo. Nekoliko manj razlik je v pogostosti aktualizmov najšibkejše stopnje opaznosti, ki jih je še vedno največ v tisku, manj na televiziji, še manj pa na radiu. Opazili smo, da so športni poročevalci vseh treh medijev pri preimenovanjih klubov iznajdljivejši (košarkarji ljubljanske Olimpije niso več le »Ljubljancani«, pač pa tudi »tivolsko moštvo«, »slovenski prvak«, »Zmaji« in »začasni varovanci 28-letnega trenerja Gašperja Potočnika«), pri čemer so poročevalci Dela in Televizije Slovenija uporabili nekoliko bolj raznolika preimenovanja kot poročevalca Radia Slovenija.

7.3 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 18. 1. 2009

1. KOŠARKA (Liga NLB: Union Olimpija – Krka 73 : 77)
2. HOKEJ (Liga EBEL: Tilia Olimpija – KAC 2 : 4; Graz 99ers – Acroni Jesenice 2 : 3)

a) AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM

ČASOPIS DELO 19. 1. 2009

- »Krka se je v Tivoliju oddolžila Unionu Olimpiji.« (Brozovič 2009a).
- » ... oddolžili tivolskim tekmečem za poraz ...« (Brozovič 2009a).

- » ... trenutkov nezbranosti **je** sicer goste **stalo zaostanka s ...**« (Brozovič 2009a).
- » ... **se je razigral še Rakočević**, ki je v prvem ...« (Brozovič 2009a).
- » ... **in izsilil dodatno osebno napako.**« (Brozovič 2009a).
- » ... v zadnji tretjini **zapravili prednost** iz drugega ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... **tekmeca so** to pot v Gradcu **le strli** z zelo ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... **si je zagotovila nastop v končnici** in **se nato zaustavila šele v finalu.**« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... **plošček pa je po odbitku v mrežo poslal Žiga** ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... **korakajo proti najboljšemu izhodišču v končnici.**« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... že ob uvodu dvakrat **morali po plošček v mrežo.**« (Zalokar in Urošević 2009).
- »**Gol ... je** goste ... **le opozoril na vendarle zahtevno pot do zelenih točk,** ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... dvakrat **mu je pomagal tudi okvir vrat,** ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... **je niz poskusov** gostiteljev uspešno **ustavljal** tudi omenjeni jeseniški ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... škoda za goste in njihovih 50 najzvestejših privržencev **pa je bila kopica zapravljenih** lepih **akcij,** tako ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... odločneje **preselili dogajanje pred tekmečeva vrata** ...« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... **in ušli tekmeču na lestvici na tri točke prednosti?**« (Zalokar in Urošević 2009).
- » ... Gorenjci **so** iz vročega Gradca **odnesli točki** ...« (Zalokar in Urošević 2009).

RADIO SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Dogodki in odmevi)

- » ... **so se** po visokem vodstvu **začeli zapletati v številnih taktičnih kombinacijah,** Krkini ... **pa so znali izkoristiti** ...« (Radio Slovenija 2009a).
- » ... **so** prek nekdanjega Olimpijinega Rakočevića **ujeli priključek.**« (Radio Slovenija 2009a).
- »**Krka je s šesto zmago ujela** Olimpijo ...« (Radio Slovenija 2009a).

RADIO SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Zrcalo dneva)

- » ... **so se železarji oddolžili ... za poraz ...**« (Radio Slovenija 2009b).
- » ..., ki **je ploščico po podaji** Intranuova po preigravanju **vrgel v avstrijsko mrežo.**« (Radio Slovenija 2009b).
- » ..., Žiga Pavlin pa **naj bi ploščici spremenil smer v gostujoča vrata.**« (Radio Slovenija 2009b).
- » ... **sta s številčno prednostjo na ledu ljubljansko mrežo zatresla ...**« (Radio Slovenija 2009b).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Šport ob 19. uri)

- »Olimpija in Krka **sta se v slovenskem derbiju srečali ...**« (TV Slovenija 2009a).
- » ... **je z delnim izidom 18 : 3 tretji del tekme končala s prednostjo ...**« (TV Slovenija 2009a).
- »Domačini, ki ..., **so bili slabši tudi v skoku.**« (TV Slovenija 2009a).
- »Na koncu **so jih zbrali 11 manj** od Krke, ...« (TV Slovenija 2009a).
- » ..., **nerazpoloženi so bili tudi strelci z razdalje.**« (TV Slovenija 2009a).
- »**V popolni postavi pa niso bili** niti Novomeščani, ...« (TV Slovenija 2009a).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Šport ob 22. uri)

- » ..., ki **se krčevito bori za mesto, ki še vodi v nadaljevanje tekmovanja ...**« (TV Slovenija 2009b).
- » ... **zaostaja za osmouvrščenim ... kar za 6 točk.**« (TV Slovenija 2009b).
- »Olimpija **je bila nevarnejši nasprotnik, razmerje v številu strelav po drugi tretjini to potrjuje, 22 : 9, ...**« (TV Slovenija 2009b).
- »Že na začetku **je obrambo presenetil Shantz ...**« (TV Slovenija 2009b).
- » ... **sta ... potrdila zmago** vodilnega moštva v ligi.« (TV Slovenija 2009b).

b) AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM

ČASOPIS DELO 19. 1. 2009

Preimenovanje za košarkarje kluba Krka je **Novomeščani:**

- » ..., da so se **Novomeščani** oddolžili ...« (Brozovič 2009a).

Preimenovanje za košarkarje kluba Union Olimpija je **tivolski tekmeči**:

- » ... oddolžili **tivolskim tekmečem** za poraz na domačem ...« (Brozovič 2009a).

Preimenovanja za hokejiste kluba Acroni Jesenice so **Jeseničani, jeseniško moštvo, »železarji«, slovenski prvaki, Gorenjci**:

- »**Jeseničanom** pa se je končno uresničila želja ...« (Zalokar in Uroševič 2009).
- »Igra **jeseniškega moštva** je bila ...« (Zalokar in Uroševič 2009).
- »Povrhu bi takrat **»železarji«** lahko ...« (Zalokar in Uroševič 2009).
- » ..., a **slovenski prvaki** so se sinoči ...« (Zalokar in Uroševič 2009).
- » ... **Gorenjci** so iz vročega Gradca ...« (Zalokar in Uroševič 2009).

Preimenovanja za hokejiste kluba Tilia Olimpija so **Ljubljancani, zeleni, »zmaji«**:

- » ... so **Ljubljancani** že pred prvim sodnikovim ...« (Zalokar in Uroševič 2009).
- »V drugem delu so **zeleni** še ...« (Zalokar in Uroševič 2009).
- » ... in **»zmaji«** so po 458 minutah ...« (Zalokar in Uroševič 2009).

Preimenovanje za hokejiste kluba KAC iz Celovca je **vodilno moštvo lige**:

- »To je **vodilno moštvo lige** kajpak ...« (Zalokar in Uroševič 2009).

Preimenovanje za hokejiste kluba Graz 99ers je **graško moštvo**:

- »Zadnji zmagoviti niz **graškega moštva** je po ...« (Zalokar in Uroševič 2009).

Preimenovanje vratarja kluba Acroni Jesenice Gabra Glaviča je **jeseniški čuvaj mreže**:

- » ... ustavljal tudi omenjeni **jeseniški čuvaj mreže**, ...« (Zalokar in Uroševič 2009).

RADIO SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Zrcalo dneva)

Preimenovanji za hokejiste kluba Acroni Jesenice sta **Jeseničani, železarji**:

- » ... **Jeseničani** se iz Gradca vračajo ...« (Radio Slovenija 2009b).
- » ... so se **železarji** oddolžili ...« (Radio Slovenija 2009b).

Preimenovanje za hokejiste kluba KAC iz Celovca je **Korošci**:

- » ... po prvi je bilo 1 : 0 za **Korošce**, ...« (Radio Slovenija 2009b).

Preimenovanji za hokejiste kluba Tilia Olimpija sta **Ljubljanci, zeleno-beli**:

- » ... po dveh pa 2 : 1 za **Ljubljance**.« (Radio Slovenija 2009b).
- »**Zeleno-beli**, brez prave igre, ...« (Radio Slovenija 2009b).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Šport ob 19. uri)

Preimenovanje za košarkarje kluba Krka je **Novomeščani**:

- »Končalo se je z zmago **Novomeščanov** s 77 : 73.« (TV Slovenija 2009a).

Preimenovanje za košarkarje kluba Union Olimpija je **Ljubljanci**:

- »Pri **Ljubljancih** se je s solidno ...« (TV Slovenija 2009a).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Šport ob 22. uri)

Preimenovanje za hokejiste kluba Acroni Jesenice je **Jeseničani**:

- » ... **Jeseničani** so gostovali v Gradcu ...« (TV Slovenija 2009b).

Preimenovanje za hokejiste kluba KAC iz Celovca je **vodilno moštvo na lestvici**:

- » ... pa je gostovalo **vodilno moštvo na lestvici**, ...« (TV Slovenija 2009b).

Preimenovanje za hokejiste kluba Tilia Olimpija je **zeleni**:

- » ... so **zeleni** tudi prišli v vodstvo ...« (TV Slovenija 2009b).

c) AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI

ČASOPIS DELO 19. 1. 2009

- » ..., ko je Krka pokvarila tivolsko predstavitev Lorinze Haringtona in Alekseja Nešovića ter učinkovito predstavo Vladimirja Golubovića (26 točk in 8 skokov).« (Brozovič 2009a).
- »Njegovo moštvo se je pogumno postavilo po robu ...« (Brozovič 2009a).

- » ... **prebrodila vse poskuse domačih za tri točke, še posebej rafale Jasmina Hukića, ki ...**« (Brozovič 2009a).
- »**Očitno je računal, da bo po neuspešnem obstreljevanju od daleč zadel koš od blizu in izsilil dodatno osebno napako.**« (Brozovič 2009a).
- »Verjetno je imel v mislih Hukića, ki je v zadnjih treh kolih lige NLB metal trojke 2 : 15, **pred prebliskom v Berlinu pa v evroligi dodatnih 0 : 12.**« (Brozovič 2009a).
- »**Olimpijo pokopale izključitve. Končnica zdaj že utopija?**« (Zalokar in Uroševič 2009). (Hokejisti Olimpije so imeli zopet preveč izključitev, ki so jih še bolj oddaljile od končnice v ligi EBEL.)
- » ... **je blestel** tudi vratar Gaber Glavič.« (Zalokar in Uroševič 2009).
- » ... **je Aleš Mušič spretno ukanil vratarja, zadel po sušnih 111 minutah igre ter se z lepimi črkami zapisal v beležko novega selektorja Johna Harringtona.**« (Zalokar in Uroševič 2009).
- »**To je premagalo še veliko bolj trdoživ urok številčne prednosti** in »zmaji« so po 458 minutah (!) **zadeli z igralcem več.**« (Zalokar in Uroševič 2009). (O tem, da so Olimpijini hokejisti po sedmih tekmah dosegli gol z igralcem več in tako premagali trdoživ urok številčne prednosti.)
- » ..., **so se Ljubljancani znebili vseh bremen preteklosti**, pa so gledalcem v zadnji tretjini prikazali neodgovorno igro in **si kar podajali kljuko kazenskih vrat ...**« (Zalokar in Uroševič 2009). (O tem, da so izključitve še vedno velik problem ljubljanskih hokejistov.)
- » ... **zadnji žebelj v ljubljansko krsto pa zabil prvi zvezdnik ekipe ...**« (Zalokar in Uroševič 2009).
- »**Da bodo to njihovi krvniki iz lanske sezone, pa verjamejo le še najbolj neozdravljivi optimisti.**« (Zalokar in Uroševič 2009). (Hokejisti kluba KAC so 1. na lestvici in se bodo v končnici pomerili z osmouvrščeno ekipo z lestvice. Če bi hokejisti Tilie Olimpije uspeli priti na 8. mesto, v kar verjamejo le redki, bi to pomenilo ponovitev lanskega dvoboja, ko so Ljubljancani premagali Celovčane in tako bili njihovi krvniki.)
- »**Jeseničani prekinili sušo na tujem ledu.**« (Zalokar in Uroševič 2009).
- » ..., **vrag je očitno domačemu moštvu odnesel šalo.**« (Zalokar in Uroševič 2009).

- »**Izjemen pristop je obrodil sadove s tretjim golom za goste** po res natančni akciji Connyja Strömberga in Marcela Rodmana, zdaj **je bila dejansko na obzorju prekinitev dolgega niza porazov na gostovanjih.**« (Zalokar in Uroševič 2009).
- » ... **je ta večer blestel Jan in z drugim golom kaznoval neučinkovitost Jeseničanov v končnici tekme.**« (Zalokar in Uroševič 2009).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 18. 1. 2009 (Šport ob 22. uri)

- »**Vse skupaj pa se je podrlo v tretji tretjini.**« (TV Slovenija 2009b). (Tilija Olimpija je v drugi tretjini vodila z 2 : 1, v tretji pa prejela kar tri gole in izgubila.)

Število aktualizmov januarskega dogajanja je največje v tiskanem mediju Delo, manj jih je na Televiziji Slovenija, najmanj na Radiu Slovenija. Zopet je najbolj opazna razlika v pogostosti aktualizmov z največjo stopnjo intenzifikacije stilotvornega sredstva. V Delu smo zasledili več kot 15 povedi z aktualizmi, ki kažejo na avtorjevo navdušenje ali razočaranje, medtem ko jih na radiu sploh nismo našli, na televiziji pa le enega, ki se po stilni jakosti ne more primerjati s tistimi v Delu, a kljub temu sodi v tretjo skupino aktualizmov po Korošču. Tudi aktualizmi od terminov k žargonizmom so najpogostejši v poročilih tiskanega medija, redkejši v televizijskih poročilih, najredkejši pa na radiu. Poleg tega smo v januarskih poročilih opazili veliko razliko v aktualizmih, s katerimi poročevalci preimenujejo klube in športnike. Poročevalec tiskanega medija je uporabil zelo raznovrstna preimenovanja, in sicer kar pet preimenovanj za hokejiste kluba Acroni Jesenice (»*Jeseničani*«, »*jeseniško moštvo*«, »*železarji*«, »*slovenski prvaki*«, »*Gorenjci*«) in tri preimenovanja za hokejiste Tilie Olimpije (»*Ljubljančani*«, »*zeleni*«, »*zmaji*«), skupno torej osem preimenovanj za hokejiste dveh slovenskih klubov. Radijski in televizijski poročevalec pa sta skupaj uporabila le pet različnih preimenovanj za moštvi obeh omenjenih klubov (»*Jeseničani*«, »*železarji*«, »*Ljubljančani*«, »*zeleno-beli*«, »*zeleni*«). Prvič smo zasledili tudi preimenovanje športnika. Poročevalec Dela je preimenoval vratarja kluba Acroni Jesenice Gabra Glaviča z aktualizmom »*jeseniški čuvaj mreže*«.

7.4 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 15. 2. 2009

1. ROKOMET (Liga prvakov: Oltchim Valcea – Krim Mercator 36 : 30)
2. HOKEJ (Liga EBEL: Acroni Jesenice – KAC 1 : 3; Innsbruck – Tilia Olimpija 5 : 3)

a) AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM

ČASOPIS DELO 16. 2. 2009

- » ... **niso izkoristile težav** Oltchim Valcee in **zapravile priložnost za presenečenje**, ki ..., ko so pri 26 : 28 **krenile po gol priključka**.« (Zalokar 2009).
- » ... **imele so premalo razpoloženihi igralci** in **so točki zlahka prepustile** ...« (Zalokar 2009).
- » ... **so v sredo klonile na derbiju** v ...« (Zalokar 2009).
- »**Začetna kombinacija** z ... se trenerki Marti Bon **ni izšla**, v osmih minutah **so Slovenke zapravile dve sedemmetrovki** in ...« (Zalokar 2009).
- » ... **niso bile strelsko razpoložene** proti ...« (Zalokar 2009).
- »**Takrat se je razigrala mlada Amra Pandžič** ...« (Zalokar 2009).
- » ... **trenerja Voino prisilila v minuto odmora**.« (Zalokar 2009).
- » ..., **vnovič se je zatikalo z igralcem ali celo dvema več na ledu**.« (Uroševič in STA 2009).
- » ... pa z **zmago le potrdili sloves prvouvrščenega moštva rednega dela** in ..., tudi **vlogo udarnega favorita za naslov prvaka**.« (Uroševič in STA 2009).
- »**Jeseniška igra** pred jutrišnjim začetkom četrtfinala **še naprej niha** ...« (Uroševič in STA 2009).
- » ..., **bo treba preskočiti oviro** branilcev ...« (Uroševič in STA 2009).
- » ... **so s porazom potrdili zadnje mesto na lestvici**.« (Uroševič in STA 2009).
- » ... **je Intranuovo dvakrat zatresel okvir vrat**.« (Uroševič in STA 2009).
- »**Številčno premoč je izkoristil Bellissimo**.« (Uroševič in STA 2009).

RADIO SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Radijski dnevnik)

- » ... Romunke **so si zasluženopriigrale prvi točki** ...« (Radio Slovenija 2009c).

- » ... **si ... zagotovile pet golov prednosti.**« (Radio Slovenija 2009c).
- » ... **se niso mogle izogniti visokemu porazu.**« (Radio Slovenija 2009c).
- » ... **16 obramb** pa je zbrala nekdanja ...« (Radio Slovenija 2009c).
- » ... **so naše zaostajale le za dva gola** ...« (Radio Slovenija 2009c).

RADIO SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Zrcalo dneva)

- » ... pa **so bili** zaradi preveč izključitev domačih Celovčani **učinkoviti** dvakrat. Obakrat **po strelu z modre črte.**« (Radio Slovenija 2009č).
- » ... **je bil z igralcem več na ledu natančen** Ratz ...« (Radio Slovenija 2009č).
- » ... pa **niso izkoristili svojih priložnosti.**« (Radio Slovenija 2009č).
- » ... je **častni gol** po protinapadu po podajah ...« (Radio Slovenija 2009č).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Šport ob 19. uri)

- » ... **so klonile s 30 : 36.**« (TV Slovenija 2009c).
- » ..., do odmora **so si priigrale pet golov prednosti**, ki so jih v nadaljevanju **znale zadržati.**« (TV Slovenija 2009c).
- »**V vratih** pa jim je pomagala še **razpoložena** Luminita Dinu, ki je zbrala **18 obramb.**« (TV Slovenija 2009c).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Šport ob 22. uri)

- »V 23. minuti **je Ratz izkoristil prednost igralca** ...« (TV Slovenija 2009č).
- » ... **je eno izmed njih zapravil** drugi novinec v moštvu ...« (TV Slovenija 2009č).
- » ... je ob koncu srečanja takole dosegel **tolažilni gol** za ...« (TV Slovenija 2009č).
- » ... **se je Brandner** lepo **skril** novincu Decku **in KAC-u priskrbel mirno končnico tekme.**« (TV Slovenija 2009č).

b) AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM

ČASOPIS DELO 16. 2. 2009

Preimenovanje za rokometišice kluba Oltchim Valcea iz Romunije je **romunske prvakinje:**

- »**Romunske prvakinje** so ...« (Zalokar 2009).

Preimenovanja za rokometašice kluba Krim Mercator so **Slovenke, ekipa z Galjevice, krimovke, »tigrice«**:

- » ... so **Slovenke** zapravile dve sedemmetrovki ...« (Zalokar 2009).
- » ... je nastopilo črnih 10 minut za **ekipo z Galjevice**, ki ...« (Zalokar 2009).
- » ..., v katerem **krimovke** pet minut niso ...« (Zalokar 2009).
- » ..., da imajo »**tigrice**« več moči in da se bo ...« (Zalokar 2009).

Preimenovanji za hokejiste kluba Tilia Olimpija sta **Ljubljancani, zeleno-beli**:

- » ..., za **Ljubljancane** je ...« (Uroševič in STA 2009).
- » ... so **zeleno-beli** dopotovali s samo ...« (Uroševič in STA 2009).

Preimenovanji za hokejiste kluba Acroni Jesenice sta **Gorenjci, jeseniško moštvo**:

- »**Gorenjci** pa so pred ...« (Uroševič in STA 2009).
- » ... niti drugi v **jesenškem moštvu**.« (Uroševič in STA 2009).

RADIO SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Radijski dnevnik)

Preimenovanje za rokometašice kluba Oltchim Valcea iz Romunije je **Romunke**:

- » ..., **Romunke** so si zasluženo« (Radio Slovenija 2009c).

RADIO SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Zrcalo dneva)

Preimenovanje za hokejiste kluba KAC iz Celovca je **Celovčani**:

- » ... domačih **Celovčani** učinkoviti dvakrat ...« (Radio Slovenija 2009č).

Preimenovanje za hokejiste kluba Acroni Jesenice je **Jeseničani**:

- » ... bodo **Jeseničani** v Salzburgu na ...« (Radio Slovenija 2009č).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Šport ob 19. uri)

Preimenovanji za rokometašice kluba Oltchim Valcea iz Romunije sta **romunske prvakinje, Romunke**:

- »Na gostovanju pri **romunskih prvakinjah** so ...« (TV Slovenija 2009c).
- »**Romunke** so od 10. minute naprej vodile ...« (TV Slovenija 2009c).

Preimenovanje za rokometašice kluba Krim Mercator je **krimovke**:

- » ..., **krimovke** kaj več od poraza ...« (TV Slovenija 2009c).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Šport ob 22. uri)

Preimenovanji za hokejiste kluba Acroni Jesenice sta **Jeseničani, železarji**:

- » ... **Jeseničani** pa z 0 : 3 proti ...« (TV Slovenija 2009č).
- »Srečanje med **železarji** in gosti iz ...« (TV Slovenija 2009č).

Preimenovanje za hokejiste kluba KAC iz Celovca je **Celovčani**:

- »**Celovčani** so razkrili ...« (TV Slovenija 2009č).

c) AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI

ČASOPIS DELO 16. 2. 2009

- »**Krimovke polepšale ognjeni krst trenerju Valcee: Med letom od Alp do Karpatov izgubile krila.**« (Zalokar 2009). (O slabi igri rokometašic kluba Krim Mercator na gostovanju v Romuniji, s pomočjo katere je novi trener romunskega rokometnega kluba Oltchim Valcea že na prvi tekmi prišel do zmage.)
- » ... **so** rokometašice Krima Mercatorja **ostale praznih rok.**« (Zalokar 2009).
- »Tokrat pa **je nastopilo črnih 10 minut** za ekipo z Galjevice, ki ...« (Zalokar 2009).
- » ... nemoč vratark, povsem nerazpoloženi ..., neodločna Vergeljukova na desnem zunanjem položaju ter **odrezana Ljudmila Bodnjeva na črti** ...« (Zalokar 2009). (O tem, da rokometašica Ljudmila Bodnjeva zaradi trdne in agresivne obrambe Romunk sploh ni prihajal do metov s črte.)
- » ... **razglašena Golubičeva je zastreljala tri »zicerje**« in ...« (Zalokar 2009).
- » ..., pa **jih je pokopal »zakon bivšega**«. Če je bila teden prej usodna Katalin Palinger, **je bila tokrat krvnica Luminita Dinu**, ...« (Zalokar 2009). (O tem, da je

bila za poraz krimovk zopet najbolj »zaslužna« njihova nekdanja vratarka Luminita Dinu, ki je ubranila kar 18 strellov in s tem krimovkam preprečila zmago.)

- »Če na Galjevici v sklopu prenove **uspešno poteka proces pomladitve** ..., pa je **drugi del načrta – naslonitev na domače sile, še v povojih.**« (Zalokar 2009).
- »Oboji so tudi sinoči **ostali praznih rok**, za Ljubljance je **povrhu padel zastor** – lanski finalisti so to pot **obtičali prav na dnu!**« (Uroševič in STA 2009). (Hokejisti Tilia Olimpije, ki so lansko sezono v ligi EBEL končali na 2. mestu, se letos niso uspeli uvrstiti v končnico in so končali na zadnjem mestu.)
- »**Prav navdušujočega vtisa pa nista zapustili niti zadnji okrepitvi niti drugi** v jeseniškem moštvu.« (Uroševič in STA 2009).
- »**Zadišalo po polomu**« (Uroševič in STA 2009).
- » ..., takrat pa **so na sceno stopili sodniki**, ki so nerazumljivo izključili Intranuova.« (Uroševič in STA 2009). (O tem, da so sodniki začeli soditi proti hokejskemu klubu Tilia Olimpija.)

RADIO SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Radijski dnevnik)

- »Ljubljanska **obramba je bila večkrat ranljiva** ...« (Radio Slovenija 2009c).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 15. 2. 2009 (Šport ob 22. uri)

- »**Nehote pa tudi poskrbel za vprašanje, ali je jeseniška uprava sploh dorasla igranju v končnici lige EBEL ali pa je razkorak med realnostjo in fikcijo kljub vsemu premajhen.**« (TV Slovenija 2009č).

Število aktualizmov, ki smo jih izpisali iz časopisnih, radijskih in televizijskih poročil je največje v dnevniku Delu, precej manjše je na Televiziji Slovenija, najmanjše pa na Radiu Slovenija. Največjo razliko v številu aktualizmov smo ponovno zaznali pri tretji, najmočnejše zaznamovani skupini, saj smo tako v radijskem kot v televizijskem poročilu zasledili le po en primer aktualizma od navdušenja k vznesenosti, medtem ko smo jih v časopisu našli več kot deset, od tega dva naslovniška (»*Krimovke polepšale ognjeni krst trenerju Valcee: Med letom od Alp do Karpatov izgubile krila.*«; »*Zadišalo po polomu*«). Prav tako so aktualizmi najšibkejše stopnje opaznosti najpogostejši v Delu, saj jih je

približno toliko kot na Radiu in televiziji Slovenija skupaj. Tudi preimenovanja klubov so najbolj raznolika v tisku, kjer je poročevalec uporabil kar štiri različna preimenovanja rokometaske iz kluba Krim Mercator (»Slovenke«, »ekipa z Galjevice«, »krimovke«, »tigrice«), radijski in televizijski poročevalec pa le enega (»krimovke«).

7.5 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 21. 3. 2009

1. KOŠARKA (Liga NLB: Helios Domžale – Cibona 76 : 73; Zagreb – Union Olimpija 81 : 79; Krka – FMP 86 : 72)

a) AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM

ČASOPIS DELO 23. 3. 2009

- » ... **so** Zagrebčani **zapravili prednost** ...« (Brozovič 2009b).
- » ... **je** ... ob polčasu **imela v žepu +12**, a **klonila** po trojki ...« (Brozovič 2009b).
- » ... **ni mogel pretvoriti dobre igre v izdatnejšo prednost**.« (Brozovič 2009b).
- » ... **je** tako Cibona **zaigrala v višji prestavi** in **si** poltretjo minuto pred polčasom **zagotovila naskok desetih točk**, ...« (Brozovič 2009b).
- »**Z agresivnim conskim presingom so začeli begati** tekmečeve branilce, ...« (Brozovič 2009b).
- »**Novi trojki** Snowa in Janže **sta ga ... pripeljali do vodstva** ...« (Brozovič 2009b).
- » ... **so** ... proste mete in **ohranili varno razdaljo**.« (Brozovič 2009b).
- » ..., kar **jih je stalo 16. poraza**, s katerim ...« (Brozovič 2009b).
- » ..., **je** Zagreb **postavil na parket tri agresivne branilce**, ..., in **pobegnil** ...« (Brozovič 2009b).
- » ... in **ugnali FMP**.« (Brozovič 2009b).
- » ... **so našli pravšnji ritem** že v ...« (Brozovič 2009b).

RADIO SLOVENIJA 21. 3. 2009 (Zrcalo dneva)

- »Domžalčani **so ugnali** še veliko Cibono ...« (Radio Slovenija 2009d).
- » ..., ki **se je borila za drugo mesto v ligi**, ...« (Radio Slovenija 2009d).

- »Nato pa **so se odprle trojke**, ...« (Radio Slovenija 2009d).
- » ... **je ujel svoj ritem** ter ... **ugnal evroligaško** ...« (Radio Slovenija 2009d).
- » ..., nato pa **so** Novomeščani hitro **naredili razliko** ...« (Radio Slovenija 2009d).
- » ..., ki **so** ... večinoma **grela klop za rezervne igralce**.« (Radio Slovenija 2009d).
- » ..., ki **so morali** v hrvaški prestolnici **priznati poraz** ...« (Radio Slovenija 2009d).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 21. 3. 2009 (Šport ob 22. uri)

- » ..., kjer **se bodo** z nekaterimi drugimi ekipami **borili še za tisti dve mesti**, ki **bosta peljali v ligo NLB** ...« (TV Slovenija 2009d).
- » ..., da **so zadnjo četrtino za točko dobili** ...« (TV Slovenija 2009d).
- »Pri Krki **je bilo** kar nekaj **razpoloženih košarkarjev** ...« (TV Slovenija 2009d).
- » ... svoj **delež pa sta dala tudi** ...« (TV Slovenija 2009d).
- » ..., Domžale so premagale **evroligaša** Cibono s ...« (TV Slovenija 2009d).

b) AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM

ČASOPIS DELO 23. 3. 2009

Preimenovanje košarkarjev kluba Cibona je **Zagrebčani**:

- »Potem ko so **Zagrebčani** zapravili ...« (Brozovič 2009b).

Preimenovanje košarkarjev kluba Helios Domžale je **Domžalčani**:

- » ... dvobojih lige NLB z **Domžalčani**, je ...« (Brozovič 2009b).

Preimenovanje košarkarjev kluba Krka je **Novomeščani**:

- »**Novomeščani** so našli ...« (Brozovič 2009b).

RADIO SLOVENIJA 21. 3. 2009 (Zrcalo dneva)

Preimenovanje košarkarjev kluba Helios Domžale je **Domžalčani**:

- »**Domžalčani** so ugnali še veliko Cibono ...« (Radio Slovenija 2009d).

Preimenovanje košarkarjev kluba Cibona je **Zagrebčani**:

- » ..., **Zagrebčani** pa podcenjevali domače.« (Radio Slovenija 2009d).

Preimenovanje košarkarjev kluba FMP je **gostje iz predmestja Beograda**:

- »**Gostje iz predmestja Beograda** so povedli le ...« (Radio Slovenija 2009d).

Preimenovanje košarkarjev kluba Krka je **Novomeščani**:

- » ..., nato pa so **Novomeščani** hitro ...« (Radio Slovenija 2009d).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 21. 3. 2009 (Šport ob 22. uri)

Preimenovanje košarkarjev kluba Krka je **Novomeščani**:

- » ..., saj so **Novomeščani** tekmo odlično začeli ...« (TV Slovenija 2009d).

c) AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI

ČASOPIS DELO 23. 3. 2009

- »**Cibona zadnji Heliosov plen**« (Brozovič 2009b).
- » ... **so se** v soboto **postavili po robu** Heliosu brez ...« (Brozovič 2009b).
- » ..., saj bi lahko na končni regionalni razpredelnici zasedli drugo, tretje ali celo četrto mesto, ki **bi jih v polfinalu vrglo v žrelo Partizan**u.« (Brozovič 2009b). (O tem, da bi košarkarji Cibone za nasprotnika v polfinalu lige NLB lahko dobili težkega nasprotnika, in sicer košarkarje kluba Partizan.)
- »... in doživeli prvi poraz v vseh dosedanjih dvobojih lige NLB z Domžalčani, **je celo kazalo, da se jim je uresničil črni scenarij**.« (Brozovič 2009b).
- »Toda podobno **je razpadla** tudi Crvena zvezda ...« (Brozovič 2009b).
- »Tedaj **so** gostitelji **vrgli na parket še zadnje taktične adute**.« (Brozovič 2009b).
- » ... **je dobil krila** še domači kapetan ...« (Brozovič 2009b).

Izpis vseh vrst aktualizmov iz poročil analiziranih medijev kaže, da se aktualizmi najpogosteje pojavljajo v tiskanih medijih. Razlika v številu pojavitev aktualizmov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in Televiziji Slovenija je najbolj opazna pri aktualizmih, ki so avtorsko najbolj učinkoviti, tj. aktualizmi od navdušenja k vznesenosti, saj smo jih

zasledili le v tisku (med njimi je bil tudi naslovniški aktualizem »Cibona zadnji Heliosov plen«), medtem ko jih športna poročevalca na radiu in televiziji nista uporabila. Tudi aktualizmov, s katerimi poročevalec besedilo aktualizira v smislu žargonskosti, je največ v tiskanem mediju, najmanj pa na televiziji. Zanimivo je, da avtorji poročil vseh treh medijev pri preimenovanjih klubov niso bili preveč iznajdljivi, saj so zopet izhajali le iz krajevnih imen (npr. preimenovanje košarkarjev novomeškega kluba Krka je »Novomeščani«, preimenovanje košarkarjev kluba Helios Domžale je »Domžalčani«, preimenovanje košarkarjev zagrebškega kluba Cibona je »Zagrebčani«). Še najmanj izviren je bil televizijski poročevalec, ki je uporabil le eno preimenovanje, za razliko od časopisnega in radijskega, ki sta jih uporabila tri oz. štiri.

7.6 RAZPOREDITEV AKTUALIZMOV DOGAJANJA 1. 4. 2009

1. NOGOMET (kvalifikacije za Svetovno prvenstvo 2010: Severna Irska – Slovenija 1 : 0)

a) AKTUALIZMI OD TERMINOV K ŽARGONIZMOM

ČASOPIS DELO 2. 4. 2009

- » ... so izkoristili sila zadržano in neambiciozno igro ..., so si sicer priigrali dve lepi priložnosti, zadeli tudi prečko, a ...« (Nejedly 2009).
- » ..., mreže tekmecev zdaj ni zatresla že tri kvalifikacijske tekme v nizu, ...« (Nejedly 2009).
- » ... sta ... v dveh potezah izpeljala vrhunsko akcijo, ki je v dvoboj ena na ena z domačim vratarjem Maikom Taylorjem poslala Miša Brečka.« (Nejedly 2009).
- » ... je vtekel v prostor rahlo levo, si za nekaj centimetrov preveč podaljšal žogo, tako da je domači vratar njegov poskus spremenil le v naš kot.« (Nejedly 2009).
- » ... je gostitelje večkrat reševalo slabo igrišče, zaradi katerega so Andraž Kirm, Zlatko Dedič, ..., in drugi zapravili več obetavnih napadov.« (Nejedly 2009).
- »Severnoirski premik bliže Handanovičem vratom je na začetku drugega polčasa razkril vse domače karte.« (Nejedly 2009).
- » ... razmerje sil na igrišču se je ... spremenilo v našo korist.« (Nejedly 2009).

- »Na desni strani **je** našim branilcem **po dvojni podaji pobegnil** Sammy Clingan in **poslal predložek na prvo vratnico**, kamor je stekel Feeney in ... **s prefinjenim udarcem z glavo žogo poslal na drugo vratnico** mimo ...« (Nejedly 2009).
- » ... **si niso opomogli vse do konca**, ki **bi ga lahko v zadovoljiv remi spremenil** še Novakovič, ...« (Nejedly 2009).

RADIO SLOVENIJA 2. 4. 2009 (Druga jutranja kronika)

- » ..., a **je** vseeno v 67. minuti Robert Koren **po strelu od daleč stresel prečnik domačih vrat**.« (Radio Slovenija 2009e).
- »V 73. minuti **je padla odločitev** ...« (Radio Slovenija 2009e).
- » ..., Feenley pa **je po strelu z glavo premagal** ...« (Radio Slovenija 2009e).
- » ... **je še Novaković iz ugodnega položaja udaril žogo visoko prek severnoirskih vrat**.« (Radio Slovenija 2009e).
- » ... **ni uspela iztržiti** vsaj tako željene točke ...« (Radio Slovenija 2009e).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 1. 4. 2009 (Šport ob 22. uri)

- » ..., ki **so naše barve zastopali** v Belfastu ...« (TV Slovenija 2009e).
- »**Pomembna tekma ... bi ob zmagi slovensko reprezentanco pripeljala** ...« (TV Slovenija 2009e).
- » ..., ki **jih je rešila prečka**.« (TV Slovenija 2009e).

b) AKTUALIZMI OD SPLOŠNIH K POSAMIČNIM

ČASOPIS DELO 2. 4. 2009

Preimenovanje nogometašev slovenske reprezentance je **Slovinci**:

- » ... in z uvodno ofenzivo **Slovence** ujeli na ...« (Nejedly 2009).

Preimenovanje nogometašev severnoirske reprezentance je **Irci**:

- »**Irci** so izkoristili ...« (Nejedly 2009).

Preimenovanje nogometaša slovenske reprezentance Miša Brečka je »Nemec«:

- »»Nemec« je vtekel v prostor ...« (Nejedly 2009). (Mišo Brečko igra za nemški klub Köln, zato preimenovanje »Nemec«.)

RADIO SLOVENIJA 2. 4. 2009 (Druga jutranja kronika)

Preimenovanje nogometašev slovenske reprezentance je **Slovenci**, nogometašev severnoirske reprezentance pa **Severni Irci**:

- » ... so bili **Slovenci** slabši, **Severni Irci** so bili bolj ...« (Radio Slovenija 2009e).

c) AKTUALIZMI OD NAVDUŠENJA K VZNESENOSTI

ČASOPIS DELO 2. 4. 2009

- »**Warren Feeney kaznoval slovensko neambicioznost**« (Nejedly 2009).
- » ... **je** v svoji šesti tekmi v ... **storila korak nazaj**, potem ...« (Nejedly 2009).
- » ... na svojo priložnost v finišu tekme, ki **je prinesel »pokop**«.« (Nejedly 2009).
- » ... **z** uvodno **ofenzivo** Slovence **ujeli na napačni nogi**.« (Nejedly 2009).
- »Irci s svojo ... **našim niso bili kos**.« (Nejedly 2009).
- » ... Davida Healyja in Warrena Feeneya, ki **sta bila lahek plen** ...« (Nejedly 2009).
- »**Stalni pritisk sicer ni obrodil sadov v priložnostih**, a je naše ...« (Nejedly 2009).
- » ... Robert Koren vse pripravil sam in ... **sprožil »bombo**«.« (Nejedly 2009).

RADIO SLOVENIJA 2. 4. 2009 (Druga jutranja kronika)

- » ... **igra gostov je začela pokati po šivih**, a je vseeno ...« (Radio Slovenija 2009e).
- »**Iz igre je** pred visokim predložkom **izpadla leva stran slovenske obrambe** ...« (Radio Slovenija 2009e).

TELEVIZIJA SLOVENIJA 1. 4. 2009 (Šport ob 22. uri)

- »V prvem polčasu **so naši dodobra omrtvičili igro** domače reprezentance, ...« (TV Slovenija 2009e).

- »Ekipi sta bili slabi, **brez idej tako v obrambi kot tudi v napadu.**« (TV Slovenija 2009e).
- » ... **je** Warren Feeney skočil in **prelisičil** našega branilca Filekoviča.« (TV Slovenija 2009e).

Z rezultati analize aktualizmov zadnjega, šestega dne športnega dogajanja lahko ugotovimo, da so nenavadna jezikovna sredstva aprilskega športnega dogajanja, s katerimi skuša tvorec sprožiti naslovnikovo razumsko in čustveno dejavnost, najpogostejša v tiskanem mediju, manj jih je v radijskem poročilu, najmanj pa v televizijskem. Vendar tokrat največja razlika ni v številu aktualizmov največje jakosti stilotvornega sredstva, ki jih je sicer največ v tisku, najmanj pa na radiu, ampak v številu aktualizmov od terminov k žargonizmom. Poročevalec Dela je s podrobnimi opisi akcij nogometašev (» ... v *dveh potezah izpeljala vrhunsko akcijo ...*«; » ... *je vtekel v prostor rahlo levo ...*«; » ... *si za nekaj centimetrov preveč podaljšal žogo ...*«) uporabil več kot deset povedi z aktualizmi najšibkejše stopnje opaznosti, medtem ko sta jih poročevalca Radia Slovenija in Televizije Slovenija uporabila le pet oz. tri. Velike razlike v pogostosti aktualizmov od splošnih k posamičnim v tisku in na radiu nismo zasledili, kar nekoliko preseneča je le dejstvo, da televizijski poročevalec ni uporabil nobenega očitnega preimenovanja.

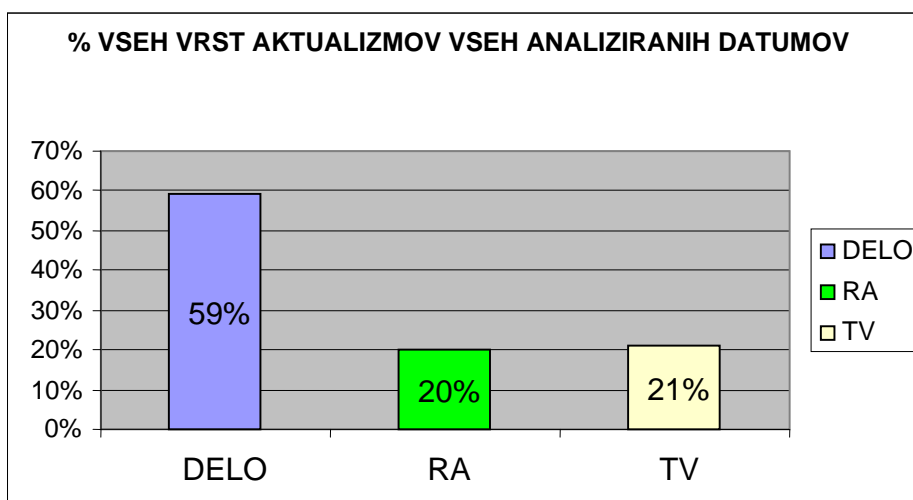
7.7 UGOTOVITVE ANALIZE JAKOSTI STILNE ZAZNAMOVANOSTI ŠPORTNOPOROČEVALSKIH AKTUALIZMOV V DNEVNIKU DELO, NA RADIU SLOVENIJA IN NA TELEVIZIJI SLOVENIJA

Potem ko smo analizirali pogostost pojavitev in jakost stilne zaznamovanosti športnoročevalskih aktualizmov v časopisnih, radijskih in televizijskih poročilih o športnih dogodkih, lahko izpeljemo sklep. Tabela 7.1 in grafični prikaz 7.1 o številu in odstotkih aktualizmov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija nazorno kažeta, da je največ aktualizmov, kar 59 % vseh treh skupin, v tisku, manj (21 %) jih je na televiziji, še 1 % manj pa na radiu. Tako lahko potrdimo prvi del naše teze, in sicer, da je z aktualizmi najbolj bogato poročanje tiskanega medija. Drugega dela teze, v katerem smo menili, da bo najmanj aktualizmov v televizijskih poročilih, ne moremo potrditi, saj smo ugotovili, da je novih, svežih, enkratnih izrazov za odtenek več na televiziji kot na radiu. Očitno se televizijski poročevalci zavedajo, da za pritegnitev pozornosti naslovnikov gibljiva vizualizacija ni dovolj, pač pa je pomembno dobro besedilo, ki z učinkovitim zlitjem s sliko sproža gledalčevo razumsko in čustveno dejavnost. Je pa razlika v pogostosti aktualizmov toliko bolj očitna med tiskom in ostalima medijema, saj so športni poročevalci Dela uporabili skoraj 20 % več aktualizmov vseh treh vrst, kot so jih radijski in televizijski poročevalci skupaj.

Tabela 7.1: Število in odstotek aktualizmov vseh vrst (a, b, c) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija

MEDIJ	ŠT. AKT. VSEH VRST (a, b, c)	% AKT. VSEH VRST (a, b, c)
DELO	201	59 %
RA	67	20 %
TV	73	21 %
SKUPAJ	341	100 %

Graf 7.1: Odstotek aktualizmov vseh vrst (a, b, c) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija

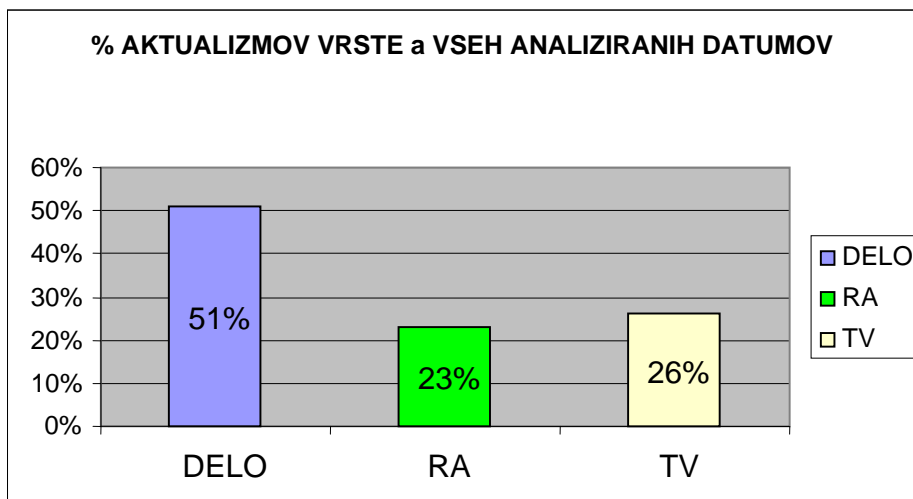


Za lažjo predstavo razlik v številu in odstotkih aktualizmov določene vrste (a, b ali c) v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija si oglejmo še tabele in grafične prikaze, ki nam bodo dali bolj nazorno sliko o številu in odstotkih aktualizmov določene vrste (a, b ali c) v analiziranih medijih.

Tabela 7.2: Število in odstotek aktualizmov vrste a (aktualizmi od terminov k žargonizmom) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija

MEDIJ	ŠT. VSEH a	% VSEH a
DELO	92	51 %
RA	41	23 %
TV	46	26 %
SKUPAJ	179	100 %

Graf 7.2: Odstotek aktualizmov vrste a (aktualizmi od terminov k žargonizmom) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija



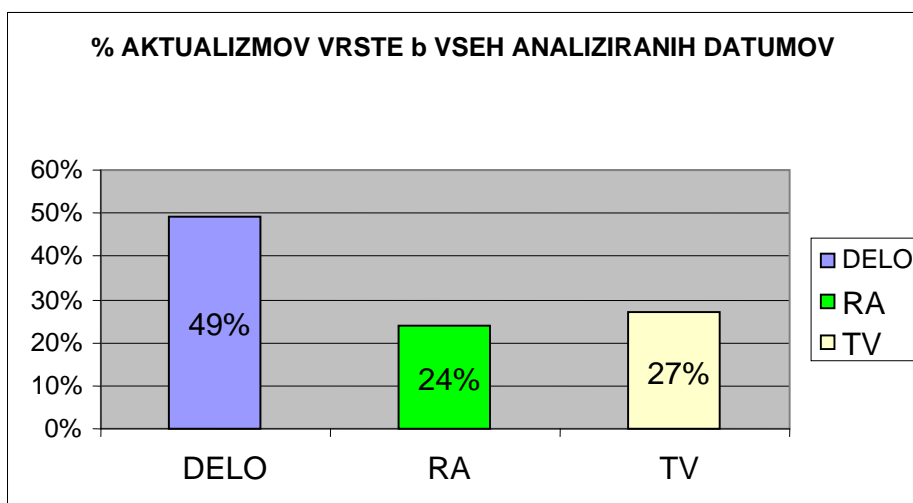
Iz grafičnega prikaza 7.2 analize aktualizmov najšibkejše stopnje opaznosti v časopisu Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija je razvidno, da so poročevalci tiskanega medija svoje besedilo stilno zaznamoval s približno tolikimi aktualizmi vrste a, kot so jih radijski in televizijski poročevalci uporabili skupaj. V športnih poročilih dnevnika Delo smo tako našli kar 51 % vseh aktualizmov vrste a, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija pa skupaj 49 %.

Številni aktualizmi od terminov k žargonizmom so bili povezani z vojno (« ... sta se namreč razšla brez zmagovalca.«; » ... se je stopnjeval obrambni pritisk, ...«; » ... oddolžili tivolskim tekmečem za poraz ...; » ... niso bile strelsko razpoložene ...«; » ... se niso mogle izogniti visokemu porazu.«; » ... tekmeča so to pot v Gradcu le strli z zelo zbranim ...« ...). Pogoste so bile tudi poosebitve oz. personifikacije («Jeseniška igra ... še naprej niha ...«; » ... je gostitelje večkrat reševalo slabo igrišče ...«; »Severnoirski premik bliže Handanovičem vratom je ... razkril vse domače karte ...«; » ..., ki jih je rešila prečka.«; » ... dvakrat mu je pomagal tudi okvir vrat, ...« ...).

Tabela 7.3: Število in odstotek aktualizmov vrste b (aktualizmi od splošnih k posamičnim) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija

MEDIJ	ŠT. VSEH b	% VSEH b
DELO	39	49 %
RA	19	24 %
TV	21	27 %
SKUPAJ	79	100 %

Graf 7.3: Odstotek aktualizmov vrste b (aktualizmi od splošnih k posamičnim) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija



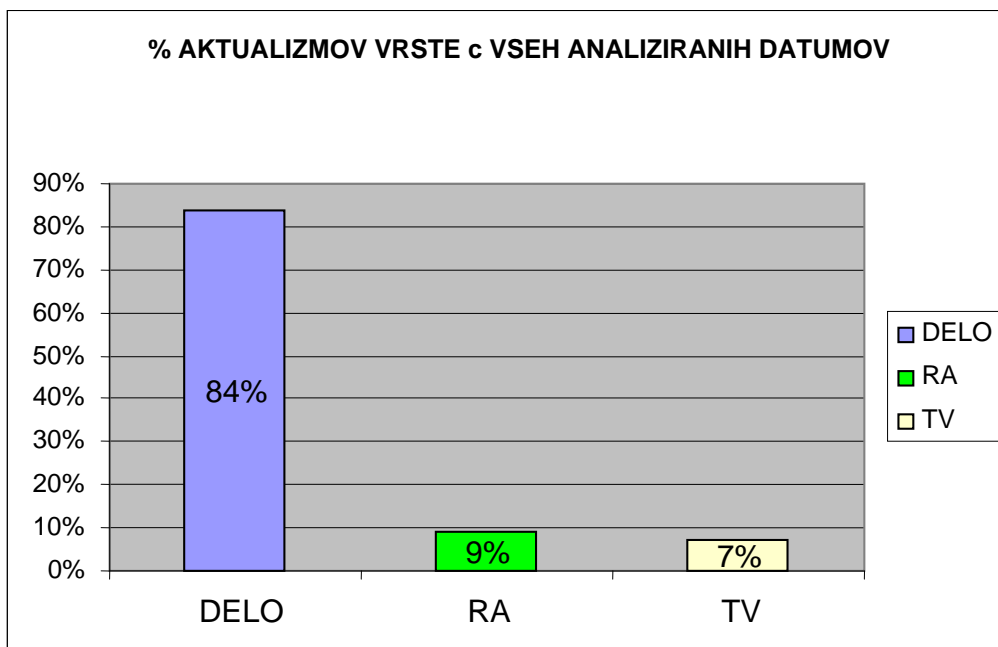
Tudi aktualizmi od splošnih k posamičnim so najpogostejši in najbolj raznoliki v dnevniku Delo (glej Tabelo 7.3 in Graf 7.3), in sicer smo jih tam zasledili 49 %, manj odprav ponovitev je na Televiziji Slovenija, 27 %, najmanj pa na Radiu Slovenija, 24 %. Športni poročevalci Dela so zopet uporabili skoraj toliko aktualizmov vrste b, kot so jih poročevalci Radia in televizije Slovenija skupaj.

Naj navedemo le dva primera, kjer je poročevalec tiskanega medija pokazal veliko večjo jezikovno iznajdljivost od kolegov z radija in televizije. Za hokejiste kluba Acroni Jesenice je uporabili kar pet različnih preimenovanj (»*Jeseničani*«, »*jeseški moštvo*«, »*železarji*«, »*Gorenjci*«, »*slovenski prvaki*«), medtem ko sta hokejiste omenjenega kluba radijski in televizijski poročevalec preimenovala le z dvema različnima preimenovanjema (»*Jeseničani*« in »*železarji*«). Tudi rokometašice kluba Krim Mercator je poročevalec Dela preimenoval s štirimi preimenovanji (»*Slovenke*«, »*ekipa z Galjevice*«, »*krimovke*«, »*tigrice*«), radijski in televizijski poročevalec pa le z enim (»*krimovke*«).

Tabela 7.4: Število in odstotek aktualizmov vrste c (aktualizmi od navdušenja k vznesenosti) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija

MEDIJ	ŠT. VSEH c	% VSEH c
DELO	70	84 %
RA	7	8 %
TV	6	7 %
SKUPAJ	83	100 %

Graf 7.4: Odstotek aktualizmov vrste c (aktualizmi od navdušenja k vznesenosti) vseh šestih analiziranih datumov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija



Podobna zgodba kot pri aktualizmih vrste a in b se je ponovila pri skupini aktualizmov najkrepkejše stopnje opaznosti (glej Tabelo 7.4 in Graf 7.4), saj so bili prav tako najštevilnejši v tiskanem mediju. Vendar je pri tem treba opozoriti, da je razlika v številu pojavitev aktualizmov od navdušenja k vznesenosti v treh različnih medijih veliko večja, kot je bila pri ostalih dveh skupinah z nižjo stopnjo jačanja stilotvornega sredstva. Skoraj pri vseh šestih analizah smo v dnevniku Delo našli okrog deset (ponekod tudi 15) povedi, ki so vsebovale te najbolj igrive in sproščene aktualizme, medtem ko so bili v poročilu Radia Slovenija in Televizije Slovenija največ trije aktualizmi te vrste, včasih pa nismo zasledili niti enega. Športni poročevalci dnevnika Delo so uporabili kar 84 % vseh aktualizmov vrste c, poročevalci Radia Slovenija le 9 %, poročevalci Televizije Slovenija pa še manj, 7 %.

Poleg tega, da je v tisku najvišji odstotek te skupine aktualizmov, so aktualizmi v tisku tudi bolj presenetljivi oz. njihovi pomeni včasih niso tako razumljivi, kot so pomeni tistih na radiu in televiziji. Za lažje razumevanje aktualiziranih delov besedila v Delu, smo nekatere

pomene tudi dodatno pojasnili (*»Vsevprek je puščalo in curljajo predvsem v drugi četrtini ...«* – o slabem napadu, zgrešenih metih in izgubljenih žogah Uniona Olimpije v drugi četrtini tekme; *» ..., pa jih je pokopal »zakon bivšega«. Če je bila teden prej usodna Katalin Palinger, je bila tokrat krvnica Luminita Dinu, ...«* – o tem, da je bila za poraz krimovk zopet najbolj *»zaslužna«* njihova nekdanja vratarka Luminita Dinu, ki je ubranila kar 18 strelcev in s tem krimovkam preprečila zmago.). Takšna pojasnila radijskih in televizijskih aktualizmov niso bila potrebna, saj je njihov pomen lažje razumljiv (*» ... je naletelo na razglašene Zmaje.«*; *»Roma je razblinila Olimpijine sanje o napredovanju v ... «*).

Tudi najbolj avtorsko učinkoviti aktualizmi so bili velikokrat povezani z vojno in bojem (*» ... zadnji žebelj v ljubljansko krsto pa zabil ...«*; *» ..., pa jih je pokopal »zakon bivšega«.«*; *» ... in s 23 metrov sprožil »bombo«.«*). Zasedili smo tudi metaforične premike, ki se nanašajo na gledališče oz. igro, o katerih sta govorila Vande Berg in Trujillo, (*» ... za Ljubljance je povrhu padel zastor ...«*; *» ..., takrat pa so na sceno stopili sodniki, ki so nerazumljivo izključili Intranuova.«*). Številne metafore v naslovniških aktualizmih so športni poročevalci Dela uporabili z namenom vzbuditi radovednost bralcev in jih pritegniti k branju (*»Olimpijo pokopale izključitve.«*; *»Jeseničani prekinili sušo na tujem ledu.«*; *»Med letom od Alp do Karpatov izgubile krila.«* ...). Poleg omenjene vrste tropov smo zasledili še primere ali komparacije (*» ... so delovali, kot da so na kolektivnem dopustu ...«*; *» ... in začeli zadevati kot za stavo.«*). Prav tako so poročevalci uporabili veliko frazemov (*»ga niso spustili iz rok«*; *» ... so ... ostale praznih rok.«*; *» ... je dobil krila še domači kapetan ...«*; *» ... so tudi Rimljani začeli kazati, da so iz mesa in krvi.«* ...). Arhaizmov, neologizmov, vulgarizmov in nižje pogovornih besed v analiziranih poročilih, ki jih lahko uvrstimo med reporterska poročila, saj ustrezajo lastnostim, ki jih Koširjeva (1988, 77) pripisuje tej vrsti poročil (ekspresivne besede, žargonizmi, detajli, slikoviti opisi prizorišča in atmosfere, ukinitvev distance med naslovnikom in dogodkom), ni bilo.

8 SKLEP

Milan Hosta (2000, 26) pravi, da mora novinar komentirati črno-belo, če želi biti zanimiv, saj vmesna sivina ni uporabna. Njegovo razmišljanje kaže na pomembnost živahnega in razgibanega poročanja množičnih medijev, ki se dnevno srečujejo z vprašanjem, kako pridobiti čim več bralcev, poslušalcev in gledalcev. Novinarji se zavedajo, da »vmesna sivina« ni dovolj za pritegnitev pozornosti naslovnikov, zato so začeli v svoje poročanje vnašati svežino. Še posebej je svežina pomembna v športnem poročevalstvu, ki je najbolj predvidljiva oblika poročevalstva, saj se v medijih iz dneva v dan pojavljajo isti športi in vedno znova poslušamo, gledamo ali beremo o tem, da je nekdo zmagal, drugi pa izgubil.

Vsakodnevnemu poročanju o istih stvareh in značilnostim medija, za katerega delajo, so se poročevalci prilagodili na različne načine, a vsem je skupno, da se želijo vmesni sivini izogniti z novimi, svežimi, nepričakovanimi izrazi, ki pestrijo športno vsebino. Poročevalci tiskanih medijev imajo za pridobivanje bralcev na voljo le besede. Zato so s prihodom televizije in prenosov športnih tekmovanj, ko goli opisi tekem niso več zadoščali za pritegnitev pozornosti, začeli prinašati poglobljene razprave in analize o tekmah, ki si jih radijci in televizijci zaradi pomanjkanja prostora in minljivosti programa ne morejo privoščiti. Radijski poročevalci so odsotnost gibljive vizualizacije rešili s slikovitimi opisi dogajanja, minljivosti programa pa so se prilagodili z enostavnim, konverzijskim besedilom, ki naslovníku prinaša bistvene podatke o dogajanju. Športni televizijski poročevalci pa imajo za vzbujanje razumske in čustvene dejavnosti gledalcev poleg besed na razpolago še gibljivo vizualizacijo, ki je pogosto učinkovitejša od besed.

Raba aktualizmov oz. posebnih, nenavadnih jezikovnih sredstev, s katerimi avtor išče pot k naslovníku in navezuje stik z njegovim izkustvenim svetom, je v športnem poročevalstvu zelo pogosta. Športni navdušenci se namreč velikokrat (rekreativno) ukvarjajo z različnimi športi, spremljajo športna tekmovanja in so seznanjeni s tem, kaj o športnih disciplinah, naporih, novih tehnikah pravi stroka. S spremljanjem športne tematike postanejo javnost, ki je glede védenja o predmetnosti veliko bolj specializirana kot glede védenj o zahtevnejših tematikah, kot so diplomacija, mednarodni odnosi, finance. Lahko rečemo, da so naslovníki

športnega poročevalstva nepoklicni poznavalci športnih pravil in uporabniki knjižnega in neknjižnega športnega izrazja, kar pomeni, da je njihovo in tvorčevo skupno izkustveno polje zelo široko. Prav široko skupno izkustveno polje avtorjem omogoča, da svoje pisanje barvajo z aktualizmi. Kljub temu pa morajo paziti, da aktualizma ne preobložijo zaradi naslonitve na preširoko asociacijsko polje, kar bi še pri tako specializiranemu naslovniku lahko povzročilo težave pri dekodiranju sporočila.

V diplomski nalogi nas je zanimalo, kateri medij (tisk, radio ali televizija) je najbolj bogat z aktualizmi in v katerem mediju je največ aktualizmov najkrepkejše stopnje opaznosti. Glede na to, da imajo poročevalci tiskanih medijev na voljo le besede, da bralca pritegnejo k branju, smo predvideli, da bo v tisku največ aktualiziranega izrazja, tudi tistega z najvišjo stopnjo opaznosti. Nekoliko manj aktualizmov smo zaradi minljivosti programa pričakovali v radijskem športnem poročanju, najmanj pa na televiziji, ki gledalce pridobiva tudi s sliko. V analizo, v kateri smo raziskovali pogostost aktualiziranega besedja v žanru poročilo, smo vključili dnevnik Delo, Radio Slovenija in Televizijo Slovenija. Aktualizme iz poročil omenjenih medijev smo izpisali in jih razvrstili v tri skupine glede na intenzifikacijo stilotvornega sredstva od šibkejše h krepkejši stopnji opaznosti. V prvo skupino z najnižjo stopnjo opaznosti sodijo aktualizmi od terminov k žargonizmom, višjo stopnjo krepitve stilotvornega sredstva imajo aktualizmi od splošnih k posamičnim, avtorsko najbolj učinkoviti in stilno izraziti pa so aktualizmi od navdušenja k vznesenosti.

S podrobno analizo aktualizmov v poročilih treh medijev smo potrdili prvi del teze, da je največ športnoporočevalskih aktualizmov v tiskanem mediju, saj so poročevalci Dela uporabili kar 59 % vseh aktualizmov. Drugi del teze, v katerem smo predvidevali, da bo najmanj aktualizmov na Televiziji Slovenija, saj imajo televizijci za pritegnitev gledalčeve pozornosti poleg besed na voljo še gibljivo sliko, smo ovrgli. Izpis aktualizmov je namreč pokazal, da je v analiziranih poročilih Televizije Slovenija 1 % več aktualizmov kot v analiziranih poročilih Radia Slovenija. Športni televizijski poročevalci so tako uporabili 21 % vseh aktualizmov, radijski pa 20 %. Ugotovili smo tudi, da so razlike v pogostosti aktualizmov določene vrste največje pri aktualizmih z najvišjo stopnjo opaznosti, torej pri aktualizmih od navdušenja k vznesenosti. V Delu smo zasledili 84 % aktualizmov te vrste,

na Radiu Slovenija le 8 %, na Televiziji Slovenija pa 7 % teh avtorsko najbolj presenetljivih aktualizmov.

Na podlagi ugotovitev analize o športnoročevalskih aktualizmih v časopisnih, radijskih in televizijskih poročilih lahko zaključimo, da so aktualizmi vseh treh vrst (od terminov k žargonizmom, od splošnih k posamičnim, od navdušenja k vznesenosti) najpogostejši v tiskanem mediju Delo, redkejši na Televiziji Slovenija, najredkeje pa jih zasledimo v športnem poročevalstvu na Radiu Slovenija. Te ugotovitve veljajo izključno za analizirane medije in jih ne smemo posploševati na ostale tiskane medije, radijske ali televizijske postaje.

Glede na nova znanja, ki smo jih pridobili med pisanjem diplomskega dela, predvidevamo, da bodo športni poročevalci svoje pisanje tudi v prihodnosti bogatili z aktualizmi in da teh ne bo nič manj, kvečjemu jih bo še več. Aktualizirane besede, ki bodo najpogostejše, bo jezikovna dinamika sčasoma prevrednotila v nevtralne izraze, pojavili pa se bodo novi aktualizirani izrazi, ki bodo nadomestili nevtralizirane. Tako bodo nove, iznajdljive, presenetljive in za enkratno uporabo narejene besede še naprej pestrile športne vsebine.

V diplomski nalogi smo se osredotočili le na analizo pogostosti aktualizmov v dnevniku Delo, na Radiu Slovenija in na Televiziji Slovenija, ki veljajo za resne in kakovostne medije. Zanimivo bi bilo raziskati še pogostost aktualizmov v športnih poročilih komercialnega tiska, radia in televizije, ki naslovnike največkrat privabljajo s senzacionalizmom, ter ugotovitve primerjati z mediji, katerih aktualizirano besedje smo analizirali v diplomski nalogi. A to naj ostane izhodišče za kakšno drugo raziskovalno delo, ki se ga bomo v prihodnosti morda lotili.

9 LITERATURA

- Aamidor, Abraham. 2003. *Real sports reporting*. Bloomington: Indiana University Press.
- Boyle, Raymond in Richard Haynes. 2000. *Power play: sport, the media and popular culture*. Harlow, Essex: Longman: Pearson Education.
- Boyle, Raymond. 2006. *Sports journalism: context and issues*. London, Thousand Oakes, New Delhi: Sage Publications.
- Brozovič, Eduardo in Tanja Volarič. 2008. Džikićeva obljuba je obveljala le en teden. *Delo*, 7. november. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20081107/Delo/0> (24. marec 2009).
- Brozovič, Eduardo. 2008. Z začetnim prebliskom le razjezili Baske in jo skupili. *Delo*, 11. december. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20081211/Delo/0> (24. marec 2009).
- --- 2009a. Sunara: kapo dol in čestitke našim fantom. *Delo*, 19. januar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20090119/Delo/0> (24. marec 2009).
- --- 2009b. Cibona zadnji Heliosov plen. *Delo*, 23. marec. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20090323/Delo/0> (27. marec 2009).
- Doupona Topič, Mojca in Krešimir Petrović. 2000. *Šport in družba: sociološki vidiki*. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
- Fiske, John. 1987/2003. *Television culture*. London, New York: Routledge.
- Gruden, Lučka. 2001. *V zvočnem laboratoriju: intimni dialog z nevidnim*. Maribor: Obzorja.
- Harris, Geoffrey in David Spark. 1966/1993. *Practical newspaper reporting*. Oxford: Focal Press.
- Hočevar, Miha. 2008. Stanić za točko Cimoso, Čupić pa Gorenja. *Delo*, 11. december. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20081211/Delo/0> (24. marec 2009).
- Hosta, Milan. 2000. *Figure športa*. Ljubljana: samozaložba.
- Jakobson, Roman. 1989. *Lingvistični in drugi spisi*. Ljubljana: Studia humanitatis.

- Kalin Golob, Monika. 2003. *H koreninam slovenskega poročevalskega stila*. Ljubljana: Jutro.
- Kervin, Alison. 1997. *Sports writing*. London: A&C Black.
- Korošec, Tomo. 1976. *Poglavja iz strukturalne analize slovenskega časopisnega stila: doktorska disertacija*. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- --- 1994. O stilu in stilistiki slovenskega poročevalstva. V *XXX. seminar slovenskega jezika, literature in kulture*, ur. Martina Orožen, 287–297. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- --- 1998. *Stilistika slovenskega poročevalstva*. Ljubljana: Kmečki glas.
- --- 2005. K stilu športnega poročevalstva. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Melita Poler Kovačič in Karmen Erjavec, 257–274. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Kristan, Silvo. 2000. *Športoslovje na Slovenskem danes*. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
- Laban, Vesna. 2007. *Televizijsko novinarstvo: hibridizacija žanrov in stilov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- McChesney, W. Robert. 1989. Media made sport: A history of sports coverage in the United States. V *Media, sports and society*, ur. Lawrence A. Wenner, 49–69. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- Nejedly, Gorazd. 2009. Warren Feeney kaznoval slovensko neambicioznost. *Delo*, 2. april. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20090402/Delo/0> (4. april 2009).
- Pape, Susan in Sue Featherstone. 2005. *Newspaper journalism: a practical introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Perovič, Tomaž in Špela Šipek. 1998. *TV novice*. Ljubljana: Študentska založba.
- Pirc, Tatjana. 2005. *Radio: zakaj te imamo radi*. Ljubljana: Modrijan.
- Pivec, Polona. 2004. Ogovorno-nagovorna spretnost govorca – pomembna vez radia z občinstvom. V *Poti slovenskega novinarstva – danes in jutri*, ur. Melita Poler Kovačič in Monika Kalin Golob, 257–277. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

- Radio Slovenija, 1. program. 2008a. *Druga jutranja kronika*. Ljubljana, 7. november.
- --- 2008b. *Zrcalo dneva*. Ljubljana, 10. december.
- --- 2008c. *Druga jutranja kronika*. Ljubljana, 11. december.
- --- 2009a. *Dogodki in odmevi*. Ljubljana, 18. januar.
- --- 2009b. *Zrcalo dneva*. Ljubljana, 18. januar.
- --- 2009c. *Radijski dnevnik*. Ljubljana, 15. februar.
- --- 2009č. *Zrcalo dneva*. Ljubljana, 15. februar.
- --- 2009d. *Zrcalo dneva*. Ljubljana, 21. marec.
- --- 2009e. *Druga jutranja kronika*. Ljubljana, 2. april.
- Schramm, Wilbur. 1999. Kako deluje sporočanje. V *Komunikološka hrestomatija 2: Razvoj empirične komunikologije v ZDA*, ur. Slavko Splichal, 51–74. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Toporišič, Jože. 1992. *Enciklopedija slovenskega jezika*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- --- 1976/2000. *Slovenska slovnica*. Maribor: Obzorja.
- Trdina, Silva. 1975. *Besedna umetnost II*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- TV Slovenija, 1. program. 2008a. *Šport ob 13-ih*. Ljubljana, 7. november.
- --- 2008b. *Šport ob 22-ih*. Ljubljana, 10. december.
- --- 2008c. *Šport ob 13-ih*. Ljubljana, 11. december.
- --- 2009a. *Šport ob 19-ih*. Ljubljana, 18. januar.
- --- 2009b. *Šport ob 22-ih*. Ljubljana, 18. januar.
- --- 2009c. *Šport ob 19-ih*. Ljubljana, 15. februar.
- --- 2009č. *Šport ob 22-ih*. Ljubljana, 15. februar.
- --- 2009d. *Šport ob 22-ih*. Ljubljana, 21. marec.
- --- 2009e. *Šport ob 22-ih*. Ljubljana, 1. april.
- Uroševič, Siniša in STA. 2009. Jeseničani v končnici s favoriti iz Salzburga. *Delo*, 16. februar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20090216/Delo/0> (24. marec 2009).
- Vande Berg, R. Leah in Nick Trujillo. 1989. The rhetoric of winning and losing: The American dream and America's team. V *Media, sports and society*, ur.

- Lawrence A. Wenner, 204–224. Newbury Park, London, New Delhi: Sage Publications.
- Whannel, Garry. 1992. *Fields in vision: television sport and cultural transformation*. London, New York: Routledge.
 - --- 2000. Sport and the media. V *Handbook of sports studies*, ur. Jay Coakley in Eric Dunning, 291–308. London, Thousand Oakes, New Delhi: Sage Publications.
 - Zalokar, Peter in Siniša Urošević. 2009. Končnica zdaj že utopija?. *Delo*, 19. januar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20090119/Delo/0> (24. marec 2009).
 - Zalokar, Peter. 2009. Med letom od Alp do Karpatov izgubile krila. *Delo*, 16. februar. Dostopno prek: <http://www.delo.si/tiskano/html/20090216/Delo/0> (24. marec 2009).