

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Aleš Sorta**

**Medijska konstrukcija nacionalne identitete prek športnih vsebin – primerjava med regionalnimi in nacionalnimi mediji**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2009**

**UNIVERZA V LJUBLJANI**  
**FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

**Aleš Sorta**

**Mentor: doc. dr. Marko Milosavljevič**

**Medijska konstrukcija nacionalne identitete prek športnih vsebin – primerjava med regionalnimi in nacionalnimi mediji**

**Diplomsko delo**

**Ljubljana, 2009**

## **MEDIJSKA KONSTRUKCIJA NACIONALNE IDENTITETE PREK ŠPORTNIH VSEBIN – PRIMERJAVA MED REGIONALNIMI IN NACIONALNIMI MEDIJI**

Diplomsko delo raziskuje medijsko konstrukcijo nacionalne identitete prek analize športnih vsebin v nacionalnih in regionalnih medijih. Avtor želi pokazati, da je šport kot profesionalna aktivnost eden ključnih dejavnikov vplivanja na nacionalno identiteto, vedno pa vpliva tudi na bolj specifične identitete, kot so lokalne in regionalne. Avtor v svoji nalogi izhaja iz konstruktivistične predpostavke in nacionalno identiteto opredeli kot konstrukt, ki dobiva pomene skozi medijski diskurz. V slednjem igra pomembno vlogo tudi šport, ki z mobilizacijsko funkcijo in s popularnostjo pomaga pri pojasnjevanju družbenih sprememb v času in prostoru. V prvem delu naloge avtor predstavi teoretične pojme športa kot družbenega pojava, razmerja med športom in nacionalno identiteto, športom in mediji ter položaj športa v slovenskem medijskem diskurzu, hkrati pa izpostavi družbeno-socialni kontekst slovenskih medijev, s čimer hoče osvetliti pojme za nadaljnje razumevanje pomena kritične diskurzivne analize, ki jo avtor opravi, da bi pri medijski konstrukciji nacionalne identitete prek športnih vsebin primerjal nacionalne in regionalne medije. Osredotoči se na novinarske prispevke osrednjega slovenskega časnika Delo in edinega regionalnega dnevnika Primorskih novic, vezane na specifičen dogodek leta 2006, zimske olimpijske igre v Torinu. Analiza pokaže, da obstajajo razlike pri poročanju regionalnih nasproti nacionalnim medijem, kar vpliva tudi na oblikovanje bolj specifičnih identitet.

**Ključne besede:** šport, mediji, nacionalna identiteta, kritična diskurzivna analiza.

## **MEDIA CONSTRUCTION OF NATIONAL IDENTITY WITH SPORT CONTENTS – COMPARISON BETWEEN REGIONAL AND NATIONAL MEDIA**

The study examines the media construction of national identity by analyzing sport contents in national and regional media. The author tries to indicate that sport as a professional activity is one of the key elements of influence on national identity and it always has an influence on more specific identities, such as local and regional. In his study the author proceeds from constructivist supposition, so he defines the national identity as a construct that gets the meaning through the media discourse. In the last sport plays an important role. With its influence and popularity it helps to explain social changes in time and space. In the first part of his study the author introduces the theoretical concepts of sport as a social phenomenon, relations between sport and national identity, sport and the media and also the position of sport in the Slovenian media discourse. At the same time he exposes the social context of the Slovenian media by which he tries to enlighten concepts for further understanding of critical discourse analysis that the author carries out to compare national and regional media by the media construction of national identity with sport contents. The author concentrates on articles of the central Slovenian newspaper Delo and the only regional daily journal Primorske novice about a specific event in the year 2006 – the winter Olympic Games in Torino. The results indicate that there are differences in reporting between regional and national media, which influence on forming more specific identities.

**Key words:** sport, media, national identity, critical discourse analysis.

## KAZALO

<b>1 UVOD</b>	<b>5</b>
<b>2 TEORETIČNI KONCEPTI</b>	<b>8</b>
2.1 ŠPORT KOT DRUŽBENI POJAV	8
2.2 ŠPORT IN NACIONALNA IDENTITETA	16
2.3 ŠPORT IN MEDIJI	27
2.4 ŠPORT V SLOVENSKEM MEDIJSKEM DISKURZU	34
2.5 DRUŽBENO-SOCIALNI KONTEKST SLOVENSKIH MEDIJEV – DELO IN PRIMORSKE NOVICE	43
<b>3 METODOLOGIJA</b>	<b>50</b>
<b>4 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE</b>	<b>52</b>
<b>5 DISKURZIVNA ANALIZA MEDIJSKIH TEKSTOV</b>	<b>55</b>
5.1 KRITIČNA DISKURZIVNA ANALIZA DELA – ZIMSKE OLIMPIJSKE IGRE 2006	55
5.2 KRITIČNA DISKURZIVNA ANALIZA PRIMORSKIH NOVIC – ZIMSKE OLIMPIJSKE IGRE 2006	63
5.3 PRIMERJALNA ANALIZA IN INTERPRETACIJA REZULTATOV	68
<b>6 SKLEP</b>	<b>72</b>
<b>7 LITERATURA</b>	<b>78</b>

## 1 UVOD

Moč množičnih občil pri (so)ustvarjanju javnega mnenja, (so)oblikovanju družbene realnosti in vzpostavljanju nacionalne identitete je vselej aktualna, v zadnjih letih pa se z naraščajočo komercializacijo na vseh ravneh in spreminjajočih se politično-kapitalskih razmerjih na medijskem trgu zastruje tudi brezkompromisni boj za bralce in vpliv v javnosti.

Posledice so večplastne. Novinarji so sicer zavezani neodvisnemu poročanju in etiki, vendar so hkrati izpostavljeni pritiskom lastnikov in nadrejenih oziroma lovu na takoimenovane ekskluzivne novice. Neredko je njihovo vodilo 'Slaba novica je dobra novica' in napihovanje afer ali vročih tem, ki so pogosto vlečni konji posameznega medija. Dokaj zvesti spremljevalci tovrstnega pristopa so senzacionalizem, pretiravanje, dramatiziranje, negativizem ter druge prvine rumenega tiska in populističnega diskurza.

Naštete značilnosti so vpete v domala vse segmente medijskih vsebin, med katerimi tudi šport kot sestavni del vseh informativnih medijev, elektronskih in tiskanih, ni izjema. Po nekajletnem pokrivanju športnih dogodkov za regionalni časnik sem tudi sam spoznal del pomena, zakonitosti in vpliva medijev pri oblikovanju oziroma podajanju (športnih) prioritet bralcem.

Šport je bil v slovenskem medijskem prostoru v zadnjih desetletjih deležen zajetne pozornosti tudi zavoľjo specifičnih potreb pri nastajanju države in oblikovanju nacionalne identitete. Fraza, da so prav športniki najboljši ambasadorji države, pri čemer njihovi uspehi v veliki meri prispevajo k njeni prepoznavnosti in promociji, se je, čeprav v manjši meri kot pri južni sosedni Hrvaški, v letih po osamosvojitvi potrdila tudi na primeru Slovenije, ki je za potrebe narodne enotnosti svojo športno izjemnost s pridom unovčila še v času bivše Jugoslavije. Simbol prizadevanj po razlikovanju od drugih narodov bivše Jugoslavije je bilo smučanje, ki je v osemdesetih letih preteklega stoletja postalo slovenski nacionalni šport.

Smučanje, ki naj bi bilo tako kot ostali individualni športi (gimnastika, plavanje, atletika, veslanje) pisano na kožo Slovencem, je v deželi na sončni strani Alp svoj preporod doživelo z rezultatskim izbruhom, s privlačnostjo za televizijsko občinstvo, promocijskimi akcijami

(Podarim dobim) ter hkratnim zatonom ali stagnacijo nogometa in ostalih kolektivnih iger z žogo v osemdesetih letih 20. stoletja. Našteto je bilo povezano z oblikovanjem nacionalne identitete, ki je v glavnem temeljila na značilnostih le ene slovenske regije, Gorenjske, in razlikovanju od drugih republik bivše Jugoslavije. Posebnost te regije je simbolizirala posebnost Slovenije v Jugoslaviji. Marljivi, primerjalno ekonomsko razviti, disciplinirani in nenazadnje pragmatični Slovenci so se ob tem lahko merili z družino držav, kot so Avstrija, Nemčija, Švica, Italija in skandinavske dežele, do katerih smo v tistem času gojili močne identifikacijske učinke.

Tudi Primorska je bila sestavni del smučarskega preboja in evforije, v kateri je s srebrno veleslalomsko medaljo Solkanca Jureta Franka na olimpijskih igrah v Sarajevu leta 1984 sama dejavno sodelovala. Po slovenski osamosvojitvi in rezultatskem padcu v novem tisočletju so se smučarske emocije na Primorskem polegale. Ponekod jih je nadomestila ravnodušnost oziroma (prikrito) nezadovoljstvo z domnevnim favoriziranjem smučanja v ustanovah in nacionalnih medijih, kjer je kljub hkratnemu razvoju drugih športnih panog smučanje ohranilo primat oziroma zajeten prostor.

V diplomski nalogi si zastavljamo vprašanje, kako regionalni mediji na Primorskem, v katerih so okrepili kritične tone in stopnjevali grajanje (ne)posrednih akterjev smučarske zgodbe, zrcalijo in soustvarjajo toplo-hladen odnos med javnostjo in smučanjem ter s tem vplivajo tudi na oblikovanje bolj specifičnih identitet. Poizkušali bomo dokazati, da je šport kot profesionalna aktivnost eden ključnih dejavnikov vplivanja na nacionalno identiteto, vedno pa vpliva tudi na lokalne in regionalne identitete, pri čemer igrajo mediji pomembno vlogo.

V diskurzih regionalnih in nacionalnih medijih so prisotne razlike pri komentiranju in poročanju različnih športnih dejavnosti, ki se kažejo v načinu, vsebini in odnosu do posameznega športa, v našem primeru smučanja. Pod drobnogled bomo vzeli dogajanje oziroma poročanje osrednjega slovenskega časnika Dela in edinega regionalnega dnevnika Primorskih novic z zimskih olimpijskih iger leta 2006 v Torinu, kjer je slovenska odprava po ne prav spodbudni rezultatski popotnici dosegla enega slabših izkupičkov na velikih tekmovanjih.

Da se lahko sploh lotimo analize medijskih tekstov, bomo v prvem delu predstavili za našo nalogo temeljna teoretična izhodišča športa kot družbenega pojava, povezanega z nacionalno identiteto in mediji. Ob tem se bomo posebej posvetili diskurzu slovenskih medijev v preteklem stoletju: čemu in kako se je spreminjal njihov odnos oziroma vrednotenje športnih dosežkov. Naposled bomo na kratko predstavili tudi zgodovinski kontekst in se ozrli na aktualen položaj slovenskega medijskega prostora s posebnim poudarkom na Delu in Primorskih novicah. Članki obeh časnikov nam bodo služili za kritično diskurzivno analizo. V prispevkih bomo poskušali izluščiti značilnosti diskurza, na podlagi katerih bo moč opredeliti razlike pri poročanju regionalnih medijev nasproti nacionalnim.

## 2 TEORETIČNI KONCEPTI

### 2.1 ŠPORT KOT DRUŽBENI POJAV

»Šport je družbeni pojav. Njegovo mesto in vloga v družbi sta najbolj neposredno odvisna od stopnje razvitosti družbene zavesti, od potencialnih vrednot športne aktivnosti in realnih družbenih odnosov do teh vrednot. Šport ni vrednota sam po sebi, vendar pa predstavljajo športne dejavnosti sredstva za doseganje splošnih in specifičnih družbenih ciljev« (Tušak in Tušak 2001, 94).

Nastanku športa je ob fizioloških lastnostih človeka botrovala kulturna evolucija, ki je prehitela biološko. Zametki športa so vezani na obdobje prastarih civilizacij, približno 4000 let pred našim štetjem, temelje športa, kot ga poznamo danes, pa so postavili v antični Grčiji, kjer so leta 776 pred našim štetjem tudi pripravili prve olimpijske igre. Klasična športna tekmovanja po antičnem vzoru so po daljšem obdobju otopelosti nato zaživela z razvojem srednjeveškega meščanstva, za športni preporod pa je poskrbela renesansa, ki je s humanizmom povezala šport s takratnimi oblikami družbenega življenja (Cashmore 2005, 85–87).

Pojavnost sodobnega športa je zaznamovana z obdobjem zgodnjega kapitalizma v Angliji, sam razvoj športa pa gre z roko v roki z vzponom evropskih nacionalizmov, čeprav je iskanje vzročnih zvez in odvisnosti med tema dvema pojavoma dokaj zapleteno. Starc (2005, 13) tako pravi, da bi bilo neutemeljeno trditi, da se je šport razvil zgolj iz nacionalističnih teženj, še bolj neutemeljeno pa, da so evropska nacionalistična gibanja izšla iz športa. »Oba družbena fenomena sta ves čas delovala kot neločljivo povezana celota, zaradi česar sodobnega športa brez njegove nacionalne komponente ni mogoče obravnavati. Pomemben mejnik v tem pogledu je francoska meščanska revolucija, ki je sprožila val sprememb v evropskem geopolitičnem prostoru« (Starc 2005, 13).

Ozemlja, ki jih je konec osemnajstega in v začetku devetnajstega stoletja zasedla Napoleonova vojska, so doživela velike spremembe, ki so se ohranile tudi potem, ko je bilo francoskih osvajanj konec. Politika takratne Francije je bila spodbujanje lokalne zavesti pri ljudeh in na podlagi teh



novonastalih oziroma na novo zamišljenih skupnosti sklepanje zavezništva, zasnovanega na drugačnih temeljih kot v fevdalnih ureditvah. Francoska uprava je tudi na področju ilirskih provinc uporabila enako taktiko. Napoleonovi svetovalci so po navodilih Pariza izvajali znanstvene študije skupin ljudi, ki so živeli v južnem delu Habsburške monarhije, in dokazovali, da ti ljudje niso Nemci. Začelo se je burno obdobje izumljanja in reproduciranja vednosti o zgodovini narodov, identificiranja zgodovinskih nacionalnih dogodkov in nacionalnih značilnosti ter uvajanja nacionalnih praznovanj, ki so te značilnosti razširjala med ljudi. Zаметki sodobnega športa segajo prav v 18. stoletje, ko so nadomestili srednjeveške prakse brutalnih bojev v športnih arenah. Prežet z idejami francoske revolucije, je že Rousseau napisal recept, kako iz preprostih ljudi narediti Poljake, pri čemer je predvidel močno mobilizacijsko kapaciteto športa. Poseben poudarek je namenil športnim prireditvam, ki naj bi ljudem vcepila spoznanje, da so Poljaki. Podobnih tradicij in ceremonialov so se posluževali tudi člani slovanskega sokolskega gimnastičnega gibanja in z njimi upravičili svoj obstoj ter prepričali ljudi, da gre pri telovadbi za dvig telesnih in moralnih moči naroda (Starc 2005, 13–16).

Organizirani šport služi za ustvarjanje močne kolektivne homogenosti, še posebej ob zmagi priljubljenega moštva. Šport je kot posledica sekularizacije v določenem smislu postal funkcionalni nadomestek religije. Ljudje, ki niso več polnili cerkva, so iskali druge družbene vzvode za identifikacijo in povezovanje (Morris v Cashmore 2005, 110–111). Eden od teh je prav šport, ki naj bi bil podobno kot religija opij za ljudstvo. S svojo privlačnostjo in z blagodejnimi, a kratkotrajnimi učinki, naj bi, kot trdijo marksistični teoretiki, delovno ljudstvo potisnil v stanje odvisnosti ter ga odvrčal od politične akcije in soočenja s kapitalističnim sistemom (Cashmore 2005, 97).

Velik razmah sodobnega športa v 19. stoletju velja pripisati znanosti ter posledičnim inovacijam in izboljšavam v komunikacijah in transportu. Nacionalne športne zveze s pripadajočimi ligaškimi tekmovanji so zlasti v Angliji in Združenih državah Amerike rasle kot gobe po dežju, rezultati pa so bili ažurno objavljeni v dnevnem tisku. Tehnološki napredek je ob specializaciji športnih panog skupnega izvora in izumu novih športnih iger z žogo botroval hitremu pospešku. Športni razvoj je omogočila tudi izgradnja namenskih objektov oziroma dvoran. Čas določenega športnega dogodka je bil natančno odmerjen, izdelani pa so bili tudi specifični sistemi

tekmovanja, po katerih so dobili končnega zmagovalca v posameznih športih. Podoben trend se je nadaljeval tudi v 20. stoletju. Pod vplivom tehnoloških inovacij je pravcati razcvet doživel avtomobilistični šport, pomembno vlogo pri izboljševanju dosežkov pa je pridobivala znanost na psihološkem in fiziološkem področju (Guttmann 2002, 251–253).

Odskočno desko za vsesplošni športni razvoj pa je predstavljala ustanovitev krovnih športnih zvez. Mednarodnemu olimpijskemu komiteju so na začetku 20. stoletja sledile še druge organizacije, kot sta mednarodna nogometna zveza FIFA (1904) in mednarodna atletska zveza IAAF (1912). Kot pravi Guttmann (2002, 254–255), so kolonialni in nato drugi hegemonistični vplivi širili popularnost športa tudi na druge teritorije in celine. Za športno globalizacijo pa je najbolj zaslužna promocija in razširitev televizijskih predstav, povezanih s športom, ki se pojavljajo predvsem v obliki tržnih spektaklov ter intrigantnih zgodb zvezdnikov, privlačnih za širše občinstvo in s tem tudi za medije.

V zadnjih letih šport doživlja nesluten razmah kot oblika zabave, druženja oziroma prostočasna aktivnost in nenazadnje promocija zdravega načina življenja. Pozornost privlači v oglasih, beremo športne strani, spremljamo športne dogodke v živo ali po televiziji, se športno udeležujemo. V številnih primerih je nepogrešljivi, neredko pa postane tudi profesionalni del življenja posameznikov. S svojo mobilizacijsko vlogo (ne)posredno pomaga pri pojasnjevanju družbenih sprememb oziroma trendov, ki zaznamujejo določeno obdobje. Kot družbeni pojav je sredstvo za uresničitev družbenih ciljev, hkrati pa odseva in (so)oblikuje vrednote in norme sodobnega sveta, v katerem igra komercializacija vse pomembnejšo vlogo.

Komercializacija, ki prodira v vse pore družbe, je z ekonomskimi zakonitostmi kapitalizma preplavila tudi šport. Šport, kot pravi Cashmore (2005, 96), usmerjajo tržne sile, ki mu podeljujejo status podjetja. Dobiček, ki se v primeru športa zrcali v rezultatu tekmovanja ter predvsem popularnosti in razširjenosti samega športnega dogodka, stopa v ospredje na vseh ravneh. Začne se, ko so otroci pod vplivom ambicioznih staršev vključeni v proizvodni proces oziroma kovačnico potencialnih šampionov. Specializacija, trdo delo, učinkovitost, vizija, tehnološke inovacije, ambicioznost, disciplina in usmerjenost k rezultatom oziroma zmagam, ki jih lahko uvrstimo med ideale industrijskih subjektov in družbe kot celote, so torej prisotni že pri

delu z mladimi, kar postavi pod vprašaj uresničitev primarnih funkcij športnega udejstvovanja. Slednje naj bi kot gibanje in druženje v osnovi prispevalo k boljšemu počutju, oblikovanju identitete in razvoju socialne komunikacije, neredko pa je v senci športnih dosežkov, ki (ne)posredno vpletenim akterjem v poklicnih letih prinašajo dodano vrednost, in sicer denar ter ostale materialne ugodnosti. Tovrsten razvoj dogodkov je, kot trdita Boyle in Haynes (2000, 62), logična posledice komercializacije, v kateri tudi pokrovitelji zasledujejo dosežke in zmage na medijsko najodmevnejših športnih tekmovanjih.

Vrhunski šport, kot pravi Petrovič (1993, 393), deluje na treh ravneh: kot izraz ustvarjalnega napa talentiranega posameznika, kot nacionalna vrednota in mednarodno valoriziran dosežek. Športna (r)evolucija je v osemdesetih letih prejšnjega stoletja sledila neoliberalističnim družbenim postulatam v Združenih državah Amerike in Veliki Britaniji ter botrovala odmiku od izvornih načel in rekov, povezanih s športom in z gibanjem, kot sta 'Zdrav duh v zdravem telesu' ali 'Pomembno je sodelovati'. Agresivnost, tekmovalnost, individualizem so logične posledice tega pragmatičnega procesa. Šport vse bolj krojijo dosežki, konkurenčnost in popularnost. Cena, ki so jo športni akterji in njihovi botri pripravljene plačati za tekmovalni in ekonomski uspeh, je pogostokrat izjemno visoka. Zlasti v panogah z najostrejšo konkurenco. S prepletanjem ekonomske sfere se tekmovalni šport skoraj v celoti profesionalizira. Brez profesionalizacije na vseh ravneh so vrhunski rezultati, ki so vodilo novodobnega športa, zgolj iluzija. Športni amaterizem, ki je bil večji del prejšnjega stoletja gonilo razvoja vplivnih športnih organizacij, vključno z mednarodnim olimpijskim komitejem, je dobil slabšalne pomene, v nekaterih primerih pa je postal celo zmerljivka. Edino olimpijsko vodilo športa, ki se je dejansko ohranilo do danes, je 'Više, hitreje, močnejše'.

Profesionalizacija, komercializacija in potrošništvo tvorijo jedro sodobnega športa, ki prevzema vse značilnosti podjetja z ekonomskim procesom kroženja in oplajanja kapitala ter športnih dosežkov. Ekonomski vplivi po drugi strani razjedajo družbeno avtonomijo športa, ki postaja tako integralni del aktualnih globalizacijskih procesov z vsemi pripadajočimi značilnostmi. Ideal(izir)na podoba sveta športa in njegovi postulati se v lovu na uspeh vse pogosteje pozablajo, na površje prihajajo le ob promocijah določenih panog, za katere poskrbijo zainteresirani športni funkcionarji. Kot pravi Cashmore (2005, 248), je prioriteta vrednota

profesionalnega športa zmaga, ki tako postavlja v globoko senco vse ostale funkcije športa. Posledice so večplastne, najbolj pa trpita športna etika in športni duh, saj se za izpolnitev ciljev v številnih primerih ne izbira sredstev. Nelegitimnih in tudi nelegalnih. Tušak in Tušak (2001, 146) trdita, da šport teži k avtokratskemu načinu vodenja, kar je posledica zahtev po uspehu za vsako ceno.

Postmoderna doba, zaznamovana z razmahom kapitalizma, svetovne ekonomije, kompetitivnega trga ter potrošnje, povezane z oglaševanjem in gradnjo življenjskih stilov, je prinesla vrsto sprememb in novosti, ki so se odražale tudi na šport. Ena največjih je globalizacija, ki je korenito posegla v svet športa. Globalno prepoznavne blagovne znamke so s pomočjo medijskih konglomeratov v osemdesetih letih prejšnjega stoletja pristale na točki, ki je, kot se je izkazalo v naslednjih dveh desetletjih, prava zlata jama za vse povezane subjekte, vključno s specializiranimi marketinškimi agencijami in različnimi industrijami, ki so zaznale sinergijske učinke in tržni potencial na globaliziranem športnem področju. Ob tem številni klubi in ekipe, ki imajo različne simbolne in prestižne vrednosti, postajajo vse bolj priljubljena igračka mogotcev vseh vrst.

Učinki so seveda vsestranski. Šport, ki je še pred dobrimi tremi desetletji nihal med profesionalizmom in amaterizmom ter se otepal denarnih težav, je našel novo dimenzijo. Mediji so mu prinesli svetovno popularnost in globalno težo ter mu podelili pomembno vlogo pri promociji storitev, dobrin, posameznikov, športnih ekip in držav. Pri tem se je šport moral tudi spreminjati in prilagajati novim razmeram v mednarodnih odnosih ter se podrediti zahtevam množičnega svetovnega trga, ki ga sestavlja vse bolj zahtevno in raznoliko občinstvo oziroma potrošniki športnih vsebin. S tehnološkim in z znanstvenim pristopom je tudi v polju športa prišlo do občutnih premikov človeških zmogljivosti in posledičnega izboljšanja tekmovalnih dosežkov. Šport je postal pravcata industrija, v kateri ima vsak segment natančno določeno nalogo, ki jo mora rešiti za končni uspeh.

Novi trendi so zmanjšali pomen tradicionalnih vrednot, kot so razredne strukture, spolne in družinske vloge, kar je po drugi strani prineslo večjo negotovost in je prisililo ljudi, da se sprašujejo o svojih izbirah. Postmoderni subjekt zasleduje takojšnjo zadovoljitev želja,

zadovoljstvo pa postaja stvar trenutkov. Užitek in fantazija sta v funkciji stila, ki je izražen z estetizacijo ter stilizacijo potrošnje in vsakdanjega življenja kot osnovnih značilnosti potrošniške kulture. Velike zgodbe, veliki državniki in karizmatični voditelji so dajali posameznikom občutek stabilne identitete, saj so se lahko identificirali z njimi. Identiteta je danes postala projekt izbir in je sestavljena iz vrste malih zgodb (Ule 2000, 271–288).

Del teh zgodb je v življenju posameznikov postal tudi šport z medijsko izpostavljenimi osebnostmi, ki stopajo v polje popularne kulture ob bok filmskim in glasbenim zvezdam ter znanim osebnostim iz drugih področij. Športne zvezde imajo vidno mesto v družabnih dogodkih in medijskih sklopih, ki ne sodijo v svet športa, pri tem pa (ne)hote razkrivajo svojo zasebnost ter tako ponujajo potencialno privlačna komercialna gradiva. Zainteresirani mediji jih nato posredujejo svojim potrošnikom v sklopu tabloidnih vsebin. Profesionalni šport je, kot pravi Cashmore (2005, 400–450), postal sestavni del zabavne industrije, v kateri odjemalci uresničujejo svoje želje, fantazije in užitke, telo športnika pa je postalo sredstvo produkcije.

Danes šport za aktivne posameznike ni več le postranska stvar oziroma ne pomeni več le kratke zgodbe v njihovem delovanju, ampak postaja življenjski smoter. Profesionalni športniki so za vrhunske dosežke pripravljeni storiti skoraj vse, pri čemer je ogroženo tudi njihovo zdravje. Pogosto tekmujejo poškodovani, prisotna pa so tudi prepovedana poživila, ki so le del sredstev s katerimi si krajšajo in lajšajo pot do zastavljenega cilja. Morgan (v Cashmore 2005, 265) tako trdi, da športni akterji skušajo kršiti ali pa zaobiti sleherno pravilo, ki bi jih omejevalo pri njihovi dejavnosti, tisti, ki jih zasačijo pri nečednih ali moralno spornih početjih, pa so neredko označeni kot naivni ali celo neumni.

Goljufije, korupcija, denar sumljivega izvora, doping, nasilje ter nacionalistični in rasistični izbruhi na in okoli prizorišč so ob prirejanju in dogovarjanju rezultatov, kar je povezano tudi z vrtoglavimi dobitki pri športnih stavah, največje nevarnosti sodobnega športa, ki je postal posel, hkrati pa ponuja možnost zabave in tudi identifikacije. Šport je v tem smislu idealno področje, saj z nepredvidljivostjo v tekmovalnem soočenju različnih akterjev omogoča gledalcem, da sproščajo ali razvijajo pisano paleto čustev, želja in potreb, ki pa se lahko v številnih primerih sprevržejo v

nezaželeno agresivno obnašanje. Športni dogodki in (ne)uspehi so lahko tudi povod za bolj ali manj premišljena in načrtovana dejanja z ideološkim ali s političnim predznakom.

Strinjamo se s Petrovičem (1993, 393), ki ugotavlja, da imajo športni spektakli posebno vrednost tudi za politiko. »Športni dogodek lahko zbere resnično veliko množico: bodisi neposredno bodisi posredno ob televizijskih zaslonih in pri ljudeh povzroči posebno duševno stanje oziroma čustveno vznurjenost ter hkrati dovzetnost za spremljajoče sporočilne vloške, do katerih so pogosto nekritični« (Petrovič 1993, 393). Kot pravi Cashmore (2005, 427), šport še zdaleč ni apolitičen, saj je politika močno vpeta v šport. Zgodovina šteje kopico tovrstnih primerov. Olimpijske igre so zaradi odmevnosti in izpostavljenosti le najbolj nazoren športni dogodek s politično-ideološko konotacijo, ki vsebuje nacionalizem, boj za prevlado in tekmovalnost med državami.

Že izbor prireditelja oziroma gostitelja iger je bil in bo obremenjen z nešportnimi motivi, sam dogodek pa vselej zaznamujejo dejanja političnega izvora. Začarani krog se je začel že z olimpijskimi igrami leta 1920 v Antwerpnu, ko je mednarodni olimpijski komite preprečil udeležbo poraženkam iz prve svetovne vojne Nemčiji, Avstriji, Bolgariji, Turčiji in Madžarski. Nepretrgan niz politično motiviranih odločitev, povezan s (ne)pristranskostjo meril o primernosti nastopa določene reprezentance, je pogosto botroval bojkotom posameznih skupin držav. Zaradi odmevnosti dogodka so bile igre neredko tudi tarča (ne)uresničenih terorističnih groženj. Olimpijske igre leta 1972 v Muenchnu bodo ostale v spominu po napadu palestinskih skrajnežev. V olimpijski vasi so zajeli enajst talcev, izraelskih reprezentantov, ki so po neuspeh pogajanj in oboroženem spopadu komandosov s specialnimi enotami izgubili življenje. Po krvavi drami in dnevu premora so igre nadaljevali...

Orwell (v Hamilton 1992, 38) je zapisal, da je šport na mednarodni ravni posnemanje vojne. V zgodovini pa je bil športni dogodek tudi povod za oborožene konflikte. Takoimenovana nogometna vojna med srednjeameriškima državama El Salvadorjem in Hondurasom je leta 1969 izbruhnila po medsebojni kvalifikacijski tekmi za svetovno prvenstvo in je v šestih dneh terjala 30 življenj. Še dokaj sveži in bližnji pa so spomini na vojne v bivši Jugoslaviji v devetdesetih letih preteklega stoletja. Posledice političnega netenja mednacionalnih strasti so se sprva odrazile

na športnih prizoriščih. Na nogometnih stadionih so se verbalno in fizično spopadali klubski navijači, konflikti pa so kmalu prerasli v balkanske vojne s krvavim epilogom.

Če povzamemo ugotovitve iz tega poglavja, lahko zatrdimo, da se je šport skozi leta zasidral kot družbeni pojav, ki ima neredko pomembne implikacije na življenje posameznika in na delovanje družbe kot celote. Tako kot številni segmenti človekovega delovanja je tudi šport v preteklem stoletju doživel nesluten razmah, ki je botroval številnim spremembam in inovacijam v samem razumevanju oziroma poslanstvu športa. Komercializacija, politizacija in medijska eksploatacija so športu prinesle veliko pozitivnih, a tudi negativnih razsežnosti. Katere so prevladujoče, je težko oceniti, gotovo pa so ga korenito spremenile.

## 2.2 ŠPORT IN NACIONALNA IDENTITETA

Šport je eden od množičnih kulturnih pojavov, ki ima najmanj dve pomembni vlogi za narod: predstavlja narod ostalemu svetu ter vzpodbuja nacionalna čustva med prebivalci znotraj naroda. Šport naj bi presegel vse povode socialnega razlikovanja, kot so spol, rasa, starost, zato se lahko na športnih prireditvah povezujejo ljudje ne glede na njihovo različnost. Pa tudi narava tekmovanja še dodatno poveča nacionalni naboj in s tem nacionalno zavest. Večina narodov ima v različnih zgodovinskih obdobjih svoje narodne junake, heroje, ki jih lahko iščemo tudi med športniki. Ravno tako imajo svoje nacionalne športe, ki so zelo pomembni za kulturno identiteto.

(Petrovič 2005, 5)

Neločljivo povezanost športa in (nacionalne) identitete izpostavlja tudi Šugman (2005, 6), ki pravi, da vrhunski športni rezultati in športniki, ki jih dosegajo v mednarodnem prostoru, dajejo naciji občutek varnosti in gotovosti, saj sprožajo zaznavo pripadnosti neki večji skupnosti. »Ti občutki so v časih, ko je zlasti poudarjena usmeritev v individualnost, hkrati pa je individualni obstoj poln tveganja, za ljudi nenadomestljivi. Izjemno pomembni pa so tudi za delovanje države in vseh njenih sistemov, posebej še v časih, ko si šele izgrajujemo nekatere temeljne postulate svoje lastne države« (Šugman 2005, 6).

Strinjamo se s Hribarjem (1996, 93), ki trdi, da je visoka stopnja nacionalne samozavesti odvisna od gospodarske trdnosti, vojaške pripravljenosti, lepote pokrajine, razvitosti kulture in nenazadnje tudi od uspešnosti športnikov. Kljub razširjenemu razmišljanju o globalizaciji kot homogenizacijskem procesu sodobne družbe ostaja nacionalna identifikacija eden izmed temeljnih identifikacijskih mehanizmov. Kot pravi Anderson (1998, 3), je zavest o nacionalnosti najbolj univerzalno veljavna vrednota političnega življenja danes. Tovrstni mehanizmi delujejo v vseh sferah družbenega življenja: v šolstvu, gospodarstvu, politiki ali športu.

Pri lažjem razumevanju koncepta (nacionalne) identitete in njene povezanosti s športom nam bo pomagal konstruktivistični pristop. Strinjamo se s Pušnikovo (1999, 796–797), ki pravi, da identiteta ni fiksna kategorija, ampak se vedno znova vzpostavlja, torej da identiteta ni nekaj naravnega in statičnega, ampak rezultat interakcije, pri čemer identiteta vsebuje dva nasprotujoča si pomena: eden je istost, drugi pa drugačnost. Prav nasprotje med enakostjo in drugačnostjo naj



bi bilo bistvo vsake identitete, kolektivne in osebne. Vse to se vzpostavlja v interakciji, zato je identiteta proces. Potemtakem soglašamo z ugotovitvijo Halla (1997, 2), ki trdi, da je identiteta konstrukt, identifikacija pa proces, ki ni nikoli končan.

Nacionalna identiteta je še bolj kompleksna. Je ena izmed najbolj zapletenih in protislovnih iz raznovrstnih drugih sestavljena identiteta. Država ima v nastajanju nacije prav posebno mesto in je lahko tudi njen (zgodovinski) proizvod. Hkrati politična enotnost, ki jo zagotavlja država, bistveno prispeva k mnogim homogenizacijam in nivelizacijam, pri čemer se država s številnimi in učinkovitimi ideološkimi aparati, kot sta šolski sistem in uveljavitev enotnega jezika, napolni s simbolizmom (Južnič 1993, 306–322).

Na identiteto torej vpliva mnogo dejavnikov, ki oblikujejo in tvorijo neko skupno nacionalno zavest kot tudi zavest o pripadnosti državi. Ti dejavniki so temelj za enotno zajemanje in konstruiranje družbene realnosti, ki je v zgodovini in sodobnosti prežeta s številnimi mitološkimi značilnostmi. Skupinska identiteta je torej enako povezujoče lepilo, ki deluje izven formalnih oblik in okvirov, temelji narodne ali nacionalne identitete pa so naslednje simbolične in materialne stvarnosti:

- kolektivni spomin, ki jamči za kontinuiteto skozi stoletja, nujno segajoč, kar se le da globoko nazaj,
- narodni junaki in pomembne figure, ki utelešajo nacionalne vrednote,
- samostojen in standardiziran jezik,
- karakteristična pokrajina in ozemlje, ki ga strnjeno naseljujejo pripadniki naroda,
- posebna mentaliteta in tiste prvine narodne identitete, ki jih je zlahka moč vizualno prepoznati,
- posebni spomeniki in obeležja kulture, na katere se veže zgodovinski spomin (Debeljak 2002, 132–138).

Iz teh in drugih dejavnikov, ki imajo različen vpliv med narodi, so se konstruirale nacionalne identitete evropskih narodov. Zametki nacije in nacionalne identitete se pojavljajo med razsvetljenstvom oziroma z revolucijami 18. stoletja in nastankom prvih republik ter s prenosom suverenosti od fevdalnih vladarjev na ljudstvo. Kolektivna suverenost pa je potrebovala legitimizacijo skupnosti oziroma kohezivnost, ki bi namišljeno skupnost držala skupaj.

Pomembna prelomnica pri oblikovanju identitet je bila pomlad narodov, ki je sredi 19. stoletja močno okrepila nacionalizme in prizadevanja za vzpostavitev nacionalnih držav.

Tudi slovenski narodni programi in politični vodniki so se od leta 1848 zavzemali za kar se da celovito upravnno združitev slovenskega narodnega ozemlja, za nemoteno uporabo slovenskega jezika in nemoteni razvoj slovenske kulture v okviru najprej ene, nato druge in nazadnje še tretje večnacionalne države. Glavno oviro za prepočasno ali nikakršno uresničevanje svojih narodnih želja in ciljev pa so iskali in videli v vsakokratnem državnem okviru in v njem vladajočih 'velikih' narodih. A hkrati do druge polovice osemdesetih let preteklega stoletja niso razmišljali o slovenski državni samostojnosti, marveč so vztrajno in vedno znova iskali prijatelje in zaveznike, s katerimi bi se lahko povezali v kolikor toliko znosnem sožitju (Vodopivec 1993, 133–134).

Vodopivec (1996, 10) poudarja, da je imela še sredi 19. stoletja, ko je bil slovenski prostor razdeljen med tri državna območja in devet dežel, večina prebivalstva predvsem pokrajinsko zavest, ni pa še čutila pripadnosti narodu. »Formiranje nacionalnega čustva se je najprej začelo v zelo ozki eliti in se nato postopoma širilo med prebivalstvo. Občutki nacionalne in regionalne pripadnosti v drugi polovici 19. stoletja in tudi kasneje živijo eden ob drugem. Proces narodnega oblikovanja, narodne integracije, povezovanja narodnega gospodarstva pa je potekal v različnih fazah in na različnih ravneh, z različno dinamiko« (Vodopivec 1996, 10).

Razvoj dogodkov je v veliki meri vplival tudi na oblikovanje slovenskega značaja, ki se je skozi stoletja spreminjal. Po marčni revoluciji etnična identiteta ni več nekaj, kar bi bilo za osebo locirano zunaj nje, ampak postane njen konstitutivni del, pasivna pripadnost etniji pa se, kot pravi Tomc (1993, 216), prevede v aktivno zavest o pripadnosti narodu. »Orientacija na prosti čas, na nedelo in zabavo, ki naj bi bila zaščitni znak slovenskega srednjeveškega značaja, postane problematična. Na eni strani je tekmovanje z nemškimi podjetniki od domačih višjih slojev zahtevalo, da lakomnost, čaščenje bogastva, zapravljalnost zamenjajo z racionalnim zasledovanjem dobička, medtem ko se je od nižjih slojev pričakovala orientacija na delo in razumevanje prostega časa kot časa za počitek« (Tomc 1993, 216).

Narodni prebuditelji so tedaj začeli oblikovati podobo slovenskega človeka kot marljivega. Pridnost je postala nekakšno izpričevanje slovenstva. Tradicionalno visoko vrednotenje prostega časa se je ohranilo v slovenskem narodnem značaju do danes (pomembna vloga pivske kulture v vsakdanjem življenju, afinitete do idealizirane podobe kmečkega življenja, kot se na primer kaže v narodno zabavni glasbi...). Po drugi strani se je podrejeni družbeni položaj v zavesti prekrival z etničnim položajem in postal podrejeni etnični položaj. Najbolj radikalno je to mišljenje izrazil Ivan Cankar, ko je Slovence imenoval narod hlapcev (Tomc 1993, 216–217).

Podrejenost germanski dominaciji je postala nevzdržna in oseba je skušala s svojim delovanjem to stanje spremeniti. Vendar to delovanje verjetno ne bi bilo učinkovito, če neki situacijski dogodek, prelomnica – prva svetovna vojna – ne bi posegel vmes in radikalno redefiniral kulturnega konteksta. Če nas je v okviru Avstrije verjetno čakal status manjšine in redukcija na regionalno zavest, smo v kontekstu Jugoslavije razvijali vse ključne attribute modernega naroda (lastne kulturne in znanstvene ustanove, lastni sloj podjetnikov, lastne medije, lastne politične stranke). Zavest o podrejenem družbenem položaju je postopno izpodrivala zavest o lastni nadrejenosti. Slovenci smo v času druge, socialistične Jugoslavije, v odnosu do 'južnih bratov' poudarjali svoje prednosti (višjo stopnjo razvitosti, večjo kulturnost, večjo delavnost, svojo evropejskost...), pri čemer se je v marsičem nadrejeni položaj Slovencev zgodil v kontekstu nižje stopnje razvitosti. Hkrati je bilo to obdobje prekratko, da bi lahko usodneje zaznamovalo narodni značaj, zato sami sebe zaradi tisočletnega germanskega vpliva vztrajno uvrščamo med srednjeevropske in zahodnoevropske narode, spremembe etničnega značaja pa so po pravilu zelo postopne (Tomc 1993, 220–225).

Slovenski narodni značaj in po osamosvojitvi nacionalna zavest ali identiteta, ki skupnosti pripade po pridobitvi avtonomnega političnega statusa, sta se torej spreminjala in se še spreminjata skozi čas. Kolenc (1993, 204) tako loči tri plasti slovenskega osebnostnega, socialnega, političnega in nacionalnega značaja:

- vertikalno-germansko patriarhalno plast značaja, ki utrjuje suhoparne, preračunljive, zaprte in avtoritarne poteze Slovencev: alpski značaj,
- horizontalno-slovansko matriarhalno plast značaja, ki je po svojem izvoru panonski in ga sestavljajo prvine, kot so dobrosrčnost, gostoljubnost, odprtost, zvijačnost in pijančevanje,

– avtoritarno-moderno, egocentrično zahodnjaško plast značaja, ki temelji na vzdrževanju prisilnih medsebojnih odnosov, ki se iztekajo v mehanizmih bega od svobode: destruktivnost namesto ustvarjalnosti, narcisizem namesto kooperativnosti, izkoreninjenost namesto bratstva, čredni nagon namesto individualizacije, iracionalno namesto racionalno delovanje.

Sčasoma so se razvili tudi številni stereotipi, ki so verbalni izrazi določenega prepričanja o določeni družbeni skupini ali posamezniku kot članu skupine. Pri stereotipih gre za proces pripisovanja lastnosti ljudem na podlagi njihove skupinske pripadnosti, ne pa na podlagi njihovih individualnih značilnosti in posebnosti. Stereotipi so družbeno konstruirani, so poenostavljene socialne reprezentacije, ki krožijo kot socialne predstave, ki jih širijo mediji, ideologije in oblastne strukture. Stereotipi so tudi vrednotenja o pričakovanju obnašanja določene skupine (Ule 2005, 56–57).

Skupni imenovalec Slovence bi lahko zajeli v pojem discipliniranega človeka. Tip Slovence je perfekcionista z močno razvitim čutom za red, dolžnost in odgovornost, te svoje lastnosti pa ponavadi odeva v pojem poštenosti. Med stereotipi izstopata tudi individualizem in slovenska majhnost. Slovenci smo mejni in sprt narod, ki ima zaradi omejenosti teritorija, na katerem biva, občutek, da je celotna skupina na meji, utesnjena, obkrožena s tujci. Kot mejni narod, ki je izpostavljen asimilaciji, smo stalno na prepihu. Stalno se prilagajamo sosedom, in s tem tudi izgubljammo svojo samozavest ali pa z njimi tekmujemo tako, da to že prehaja v nasprotovanje in sovraštvo (Trstenjak 1992, 13–74).

Trstenjak (1992, 28) še ugotavlja, da gleda Slovenec Nemca kvišku od spodaj navzgor, nasprotno velja to v odnosu Slovence do Italijana, ki ga gleda od zgoraj navzdol in tako goji čut večvrednosti. Pri tem dodaja, da Slovenci Italijanov ne jemljemo prav zares, kar velja tudi za primorske Slovence, zato so slednji narodnostni ponosni in se ne prilagajajo hitro. Ko se sprašuje o slovenskem narodnem značaju, ugotavlja, da imajo ljudje v sleherni slovenski pokrajini čisto posebne značilnosti. Vsak narodni značaj oblikuje več dejavnikov. Prvi je zgodovinski, drugi je zemljepisni, tretji pa kulturni. Tako se je aktualna Primorska vrsto let razvijala pod italijanskim vplivom, pri čemer Primorce deli na Tržačane (južne Primorce) in Goričane (severne Primorce). Tržačani naj bi bili tako pravi Mediteranci: temperamentni, zgovorni, odprti, svobodoljubni in

podjetni. Na drugi strani naj bi bili Goričani bolj kontinentalni, torej manj gostobesedni, v govorici pa naj bi bilo manj pretiravanja (Trstenjak 1992, 10–59).

K tem in drugim konstruktom so seveda prispevali različni dogodki, ki so posebej zaznamovali preteklo stoletje. Kot pravi Marušič (1995, 48), je bila za oblikovanje primorske narodne zavesti, ki je služila tudi kot vzor za odločitve in dejanja primorskih Slovencev v kasnejših desetletjih, mejnik prva svetovna vojna z vojaško okupacijo Primorske in očitnimi nacionalističnimi nastopi ter od začetka dvajsetih let preteklega stoletja naprej italijanski fašizem »Okupacija rodi samodejno tudi odpor: sprva s primesmi avstrijskega patriotizma, kasneje pa zavest, da velik del slovenskega naroda od decembra 1918 živi v državi južnoslovanskih narodov« (Marušič 1995, 48).

Po italijanski okupaciji in aneksiji Primorske k Italiji so Primorci postavljeni pred izbiro, ali naj se v odnosu do večinskega naroda podreajo zakonom asimilacije ali pa naj uberejo pot ločevanja, diferenciacije. Izbira druge poti je logična posledica zavestnih spoznanj in preizkušenj ter vodi k soočanju z večinskim narodom in njegovimi asimilacijskimi poskusi. Ti poskusi krepijo diferenciacijo in z njo narodno zavest, ustvarijo antifašizem in z njim se narodna zavest poistoveti, zato je prehod na pozicije osvobodilne fronte logičen zaključek neke zgodovinske danosti. Primorske posebnosti so pogostokrat koristile kratkotrajnim pragmatičnim potrebam: povzdigovanju čiste narodne zavednosti, ko so se opravljale primerjave z drugimi slovenskimi deželami, in mnogim sublimacijam, med katerimi je bilo tudi vprašanje primorskega domobranstva, ki naj bi bilo na Primorskem tujek, čeravno je imelo določeno moč. Po drugi strani pa globoke izkušnje, nekajletna odsotnost samostojnega slovenskega političnega življenja in druge okoliščine na Primorskem ne ustvarijo po letu 1941 tako izrazitih polarizacij, ki jih kažejo razmere v Ljubljanski pokrajini (Marušič 1995, 49–59).

Nacionalna (in regionalna) identiteta je kot vsakovrstna identiteta kompleksen družbeni pojav. Po eni strani je povezovalni dejavnik skupnosti, po drugi strani pa nekoga izključuje in se distancira od določenih posameznikov ali drugih skupin. Nacionalna identiteta nikoli ni dokončno oblikovana, ampak se nenehno spreminja. V tem procesu je lahko neskončno pragmatična, saj upošteva aktualne želje in potrebe po diferenciaciji in identifikaciji. Zgodovinsko-socialno okolje

s številnimi mitološkimi značilnostmi igra pri tem odločilno vlogo. Strinjamo se z Andersonom (1998, 15–16), ki zagovarja tezo, da je nacionalnost v smislu občutenja pripadnosti nacionalni entiteti produkt homogenizacijskega procesa, ki ga izvaja država. Nacionalne kulture konstruirajo identitete, v katerih so predstavljeni pomeni nacije, s katerimi se lahko identificiramo. Vključeni so tudi v zgodovino, ki nacijo razlaga tako, da sedanost povezuje s preteklostjo.

Kot najbolj preprosto definicijo moderne nacije lahko predpostavimo, da se člani neke nacije obnašajo v duhu kolektivnega spomina, ki ga utrjuje državna ideologija. Pri vzdrževanju kolektivnega spomina igra pomembno vlogo medijski diskurz, saj ponuja in vzdržuje prototipične osebe, dogodke, krepí ceremonije in rituale, v katerih posamezniki sodelujejo kar na svojih domovih, recipientom pa omogoča, da se s tem identificirajo (Pušnik 1999, 799). Strinjamo se s Cashmorom (v Boyle in Haynes 2000, 144), ki pravi, da je šport kulturna forma, ki temelji na tekmovalnosti, zato je odprt za politično in ideološko manipulacijo, in je posledično tako del tega diskurza.

Šport je torej pomemben element konstruiranja nacionalne identitete, saj je specifično področje, na katerem se nacionalna čustva smejo izražati odkrito in neposredno. Nacionalna identifikacija je po letu 1918 našla nova sredstva izražanja, ključni pa sta šport in množični mediji. Iznajdeni športni obredi (olimpijske igre, svetovna, kontinentalna prvenstva...) so pomagali posameznikom, da so se zavedli članstva v nacionalni državi. Šport je premostitelj prepada med javnim in zasebnim svetom, saj gre pri športu za niz gladiatorskih borb posameznikov in skupin, ki simbolizirajo državne nacije. Šport je postal pomembna arena za sproščanje nacionalnih občutkov, predvsem zato ker so se lahko tudi tisti, ki jih politika ne zanima, identificirali z nacijo, ki jo predstavljajo športniki in športnice. Zamišljena skupnost, ki šteje milijone, se zdi bolj otipljiva in realna skozi skupino enajstih nogometašev z imenom in priimkom. Posameznik, tudi če samo navija, tako postane simbol svoje nacije (Hobsbawm v Pušnik 1999, 802).

Olimpijske igre moderne dobe so najučinkovitejši in najbolj nazoren primer institucionalizacije športa, ki je zrasla ob poudarjanju ideje vključevanja, pri čemer se niso mogle odreči izključevalnim praksam, ki jih ljudje prek športa izvajajo že od vsega začetka. (Športna) uspešnost posamezne države na olimpijskih igrah se dejansko meri po številu osvojenih medalj.

Podobno je z (nacionalno) identiteto. Utrdi se ob zmigi ali stiku z drugo identiteto. Simboli nacije so sestavni deli tega utrjevanja.

Ob tem se strinjamo s Starcem (2005, 20), ki pravi, da nacionalna komponenta športa posamezniku služi za lažje dojetje njegove identitete, saj mu močno omeji svobodo interpretacije simbolov in ga na ta način razbremeni negotovosti mukotrpnega izbiranja med neskončnimi možnostmi. Šport je v tem oziru odigral eno ključnih vlog, zato soglašamo z Andersonom (1998, 15), ki pravi, da ljudje zaradi različnih razlogov potrebujejo mehanizme, s katerimi se je mogoče poistovetiti z 'nami' (z enakimi) in se omejiti od skupnosti 'drugih'. Tudi če to pomeni iznajdbo skupnosti, kjer je prej ni bilo.

O sodobnem športu med Slovenci lahko govorimo razmeroma pozno, šele od konca devetnajstega oziroma začetka 20. stoletja naprej, ko se okrepi meščanstvo. Sovpadanje razvoja gimnastičnih gibanj, olimpizma in močnih nacionalističnih teženj s pojavom tiskanih medijev je omogočilo povezovanje športa z idejami nacije. Na Slovenskem, kjer je sokolstvo svoj obstoj gradilo na nacionalističnih in panslovanskih idejah, je telovadba začela predstavljati sredstvo discipliniranja članov v nacionalne subjekte prek njihovih teles. Telesne prakse športa so funkcionirale kot znak, ki so ga ljudje lahko prebrali. Mišičasta moška telesa telovadcev so ponazarjala moč slovenskih moških, ki so predstavljali bit slovenske nacije. Telesna vadba je telesa posameznikov spreminjala v telo nacije, v skupnost, s katero so se lahko posamezniki identificirali. Znotraj sokolskega diskurza o športu se je uveljavila misel, ki je telesne prakse športa predstavljala kot sredstvo za krepitev naroda ter mu s tem omogočala preživetje med močnejšimi narodi. Po koncu prve svetovne vojne, ko je slovenski prostor postal del kraljevine Srbov, Hrvatov in Slovencev, je tekmovalni šport znotraj sokolstva postajal vse pomembnejši. Prek telesnih praks se je konstruirala pomembnost mednarodnega nastopa za nacijo, ki je lahko s slabim nastopom svojih tekmovalcev osramočena, z dobrim pa povzdignjena (Starc 2003, 913–917).

Strinjamo se z Južničem (1993, 21–24), ki pravi, da sta predstavljanje s telesom oziroma prezentiranje ali izkazovanje telesa izhodišči vsake identitete in da je telo zasnova človekove individualizacije, hkrati pa je izhodišče njegove identifikacije s celotno vrsto in pogosto z ožjo

skupino. »Telo je najzaznavnejši, najočitnejši in najvidnejši in najrazpoznavnejši indic vsake identitete« (Južnič 1993, 17).

Po drugi svetovni vojni je tudi nova socialistična miselnost svojo vednost glede telesnih praks športa v veliki meri črpala iz sokolskega gibanja ter prevzemala tudi identične oblastne mehanizme. Polje vednosti o športu je tudi po večdesetletnem obdobju in pretečeni svetovni vojni ohranilo vse svoje bistvene ideje. Vključno s tisto o bratski in enotni skupnosti jugoslovanskih narodov. Vsak izmed jugoslovanskih narodov se je zamišljal kot del družine, znotraj katere ima vsak otrok svoje posebnosti, ki pa so vsem ostalim sprejemljive in jih kot družino zbližujejo. Domene posameznih telesnih praks športa so si posamezni jugoslovanski narodi že zgodaj razdelili (Starc 2003, 917–919).

Že pred vojno je panoga smučanja začela dobivati značaj slovenskega nacionalnega športa. Slovenski športni prestol pa je zasedla v osemdesetih letih prejšnjega stoletja, ko so okrog uspehov alpskih smučarjev Bojana Križaja, Jureta Franka, Roka Petroviča, Borisa Strela in Mateje Svet, smučarjev skakalcev Primoža Ulage, Mirana Tepeša in Matjaža Debelaka ter tradicionalnih mednarodnih prireditev (Kranjska Gora, Maribor, Planica) zgradili mit o smučanju kot slovenskem nacionalnem športu. Tradicionalne prireditve in športni junaki iz preteklosti, kot ugotavljata Boyle in Haynes (2000, 201), pomagajo pri utrjevanju skupinske identitete. V primeru Slovenije je to pomenilo, da smo Slovenci naravno nadarjeni za smučanje, ki naj bi ga imeli v krvi.

Enostavne telesne prakse smučanja so na ta način postale kulturni tekst, ki je svoje pomene črpal iz nastajajočih oblastnih odnosov, ti pa so z ločevalnimi mehanizmi ljudem pomagali osmisliti novonastale nacionalne razlike, ki so jih združevale v skupnost in jih ločevale od Jugoslovanov. Izražati se je začela ideja, da Hrvati, Srbi in drugi jugoslovanski narodi ne znajo in nikoli ne bodo znali smučati ter niso ustvarjeni za takšna telesna gibanja, po drugi strani pa je bilo samoumevno, da Slovenci nikoli ne bodo znali igrati nogometa. Tako kot mit o smučanju se je razvil tudi mit o nogometu, ki naj ne bi predstavljal dela slovenskega nacionalnega repertoarja in je v domeni ostalih, bolj temperamentnih narodov (Starc 2003, 920).



Po osamosvojitvi so bili slovenski smučarski uspehi pri konstrukciji slovenske nacionalne identitete še bolj izpostavljeni, nogomet pa je bil odrinjen na stranski tir. Telesne prakse obeh športov, ki so v preteklosti prispevale h krepitvi občutka jugoslovanstva, so dobile diametralno nasprotno pomene. Kot ugotavlja Stankovič (2004, 245–246), je bil nogomet podcenjen in ožigosan z balkanskim športom, s katerim naj bi se ukvarjali priseljenci, pripadniki nižjih slojev in člani marginalnih skupin. Številni prvoligaški in reprezentančni igralci s priimki, ki so izdajali neslovenski izvor njihovih prednikov, so takšno podobo le še utrjevali in tako ustrezali tedanjemu nacionalističnemu diskurzu.

Zasuk se je zgodil po preboju slovenske reprezentance na evropsko prvenstvo leta 2000. Čeprav so ključno vlogo odigrali potomci priseljencev iz nekdanje Jugoslavije, so hitro dobili ustrezno mesto v slovenskem nacionalističnem diskurzu. Nogometasem so bile namreč pripisane tipične lastnosti slovenskega naroda: delavnost, odgovornost, red, s katerimi naj bi nadomestili tehnično znanje in predvsem pomanjkanje talenta in ustvarjalnosti, ki naj bi bile zaščitni znak južnih narodov. (Stankovič 2004, 248–250).

Zaradi velikega navdušenja javnosti se je začela konstruirati vednost, da je nogomet pravi nacionalni šport. Slovenska nogometna pravljica je trajala štiri leta. Po preboju na svetovno prvenstvo leta 2002 in kasnejšem padcu rezultatske krivulje pa je nogomet zdrsnil v lestvicah popularnosti. Primat so kljub spremenljivim uspehom spet prevzeli zimski športi. Alpsko smučanje je po mnenju splošne javnosti po raziskavi, ki jo je Zavod za šport Slovenije v sodelovanju s Statističnim uradom republike Slovenije pripravil leta 2003 (Kovač in drugi 2005, 216–217), tako še vedno nacionalni šport. Tudi zaradi tradicionalnih športnih prireditev, kot so Planica, Zlata lisica, Pokal Vitranc, ki jih redno gosti Slovenija. Če upoštevamo to raziskavo, splošna javnost najvišje vrednoti zimske športe, in sicer smučarske skoke in alpsko smučanje. Pod vrh pa je uvrstila tudi planinstvo in alpinizem kot športni dejavnosti, ki da imata pomemben vpliv na nacionalno identiteto.

Če povzamemo ugotovitve iz tega poglavja, je šport dejavnik povezovanja ljudi v skupine, klube in tudi državne reprezentance, kjer posamezni športniki ne predstavljajo samo lastne športne dosežke, ampak tekmujejo v imenu države. Kot takega ga lahko tudi v slovenskem primeru

obravnavamo kot pomemben vzvod nacionalne identifikacije, pri čemer se strinjamo s Petrovičem (2005, 5), ki pravi, da vrhunski športni uspeh ne vpliva vedno na nacionalno identiteto in da poznamo več primerov vrhunskih dosežkov športnikov, ob katerih se je navdušenje hitro poleglo, kar kaže, da je do nacionalnega športa dolga pot, ki je pogojena z zgodovinskimi in s političnim ozadjem ter s svetovnimi trendi.

Nacionalna identifikacija je po drugi strani kratkoročna in jo lahko spremeni že nek povsem nepričakovan dogodek, športni uspeh oziroma neuspeh, način medijskega poročanja, ki mnenje dela ljudi prenese na širšo skupnost. Lahko se torej strinjamo s Starcem (2005, 7), ki pravi, da se slovenska nacionalna identiteta ne bo izgubila, zagotovo pa se bo spreminjala, vključevala nove značilnosti in zavračala nekatere stare, kot se je dogajalo tudi v preteklosti.

## 2.3 ŠPORT IN MEDIJI

Množični mediji kot ena ključnih institucij vsake družbe ustvarjajo in soustvarjajo dogodke in pomene. Stanje njihovega lastnega delovanja in načela razmišljanja in funkcioniranja ljudi, ki medijske vsebine oblikujejo ali o njih odločajo, se odražajo na stanju duha celotne družbe; s svojo odprtostjo, profesionalnostjo, strpnostjo, kakovostjo ali pa pritlehnostjo, površnostjo, manipulativnostjo in zlaganostjo lahko pomembno vplivajo na zavest in razmišljanje posameznikov in hkrati družbe.

(Milosavljevič 2004, 141)

Kljub temu da so mediji zakorakali v polje popularne kulture, in čeprav jih neredko povezujejo z zabavo, jim sodobne komunikološke teorije pripisujejo še nekaj drugih pomembnejših funkcij: informirati, oblikovati javno mnenje in vzgajati. Mediji sooblikujejo vrednote ter so ljudem glavno socializacijsko in vzgojno sredstvo oziroma glavno 'čtivo' za spoznavanje sveta. S svojimi stereotipi in klišeji opredeljujejo naša stališča. S svojimi izbirami govorijo, kdo in kakšni so junaki današnjega dne, s ponujenimi vzorci vedenja oblikujejo kulturo. S tem ko predstavljajo določene modele ravnanj, postavljajo okvir, kaj je prav in spodobno, kaj družbeno neugodno in nekoristno (Košir 2003, 54).

Razvoj množičnih medijev je bil tisti, ki je omogočil zamišljanje v nacionalne skupnosti, saj je vplival na spremembo prostora in časa. Poročila nam v živo posredujejo dogajanja z bližnjega in daljnega sveta, kar je eden od mehanizmov za vzpostavljanje nacije oziroma zamišljanje anonimnih posameznikov v nacijo. Konec 20. in začetek 21. stoletja sta zaznamovana z ekspanzijo medijev, ki nam bolj ali manj vsiljivo ponujajo različne vrste informacij in pri tem vplivajo na to, kako razmišljamo o sebi in svetu okrog nas (Anderson v Kovač in drugi 2005, 16).

Strinjamo se z Boylom in s Haynesom (2000, 8), ki trdita, da mediji, še posebno televizija in tisk, igrajo glavno vlogo v produkciji, reprodukciji in razširjanju mnogih diskurzov v sodobnem svetu. Tudi šport pri tem ni izjema. Mediji oziroma njihovi komentatorji ovrednotijo (športni) dosežek, učijo nas, kaj naj bi bilo dobro in kaj slabo, kaj je zmaga in kaj poraz. Tako nam (ne)posredno ponujajo, če že ne vsiljujejo, življenjske vrednote in vzorce, na podlagi katerih gradimo naš odnos do športa in tudi širše okolice. Prav šport s pojmom tekmovalnost in

dosežek, ki je z metri, goli, s koši, sekundami in točkami na kvantitativni ravni zelo jasen, predstavlja, kot pravita Boyle in Haynes (2000, 145), idealno področje utrjevanja določenega pogleda na svet.

Šport in mediji so danes ključnega pomena v nacionalni identifikaciji. S pomočjo medijev lahko spremlja športne dogodke na milijone gledalcev po vsem svetu. Ti predstavljajo interesno skupino, brez katere današnjega (vrhunskega) športa sploh ne bi bilo, saj šport dobi svojo končno veljavo šele, ko je ovrednoten s strani javnosti. Strinjamo se s Pušnikovo (1999, 802), ki pravi, da množični mediji prenašajo športnike in njihove borbe za domovino v dnevne sobe ljudi, pri čemer v skladu z državno ideologijo športa ne prikazujejo le kot igre posameznikov in skupin, pač pa kot tekme med nacijami.

Športniki so v medijskih diskurzivnih praksah, zlasti v neposrednih televizijskih prenosih, kjer reporterji poskušajo še dramtizirati ali povečevati nastope reprezentantov, velikokrat idealizirani junaki, ki igrajo za domovino, torej za vse nas, in nas predstavljajo nasproti drugim narodom. Za manjše in mlajše države, ki iščejo svoj prostor pod soncem v zaostreni športni konkurenci, je to še posebej simptomatično. Kot tudi izpostavljanje domnevnih primerjalnih prednosti, med katerimi so srčnost, bojevitost, moštveni duh in pripadnost nacionalnemu dresu, ki naj bi bile avtomatično pripisane reprezentancam 'v razvoju'. Vsi ti izrazi se vztrajno pojavljajo tudi v medijskih diskurzih kot most, ki nas bo popeljal na pot uspeha. »Jezik športa je jezik vojne, ljubezni, vere, posla in življenja samega« (Lynam in Teesdale v Boyle in Haynes 2000, 165).

Športna ideologija, ki jo reproducirajo športni novinarji, je lahko konstitutivni element ideološkega aparata države, medijski diskurzi, zlasti športni prenos, pa so ustrezni kanali za utrjevanje teh praks, ki so ob čustvenem naboju odpornejše proti razpadanju. Boyle in Haynes (2000, 17–20) tako trdita, da medijski diskurzi s športno vsebino poskrbijo za utrjevanje ali celo preoblikovanje družbenih vrednot, pri čemer so ti diskurzi seveda izpostavljeni širšim ekonomskim, političnim in družbenim vplivom. Športno izrazoslovje, ki se ob merjenjih moči tradicionalnih rivalov ali tekmah visokega tveganja večkrat približa tudi vojnemu besednjaku (spopad, boj, brušenje nožev), je postalo sestavni del diskurza, v katerem so prisotna tudi pretiravanja (čudež, katastrofa, sramota) in dramtizacije (srhljivka, konec sveta, vse ali nič...).

Našteti prijemi naj bi poskrbeli za boljšo prodajo na medijskem trgu, po drugi strani pa tovrstni izrazi usmerjajo razpoloženje javnosti, saj se zdi da nam diskurz zrcali dejansko stanje stvari.

Športni dogodki so vplivni, ker jih športna javnost spremlja predvsem v prostem času, ko popustijo zavore iz službenega ali domačega okolja. Namišljena množica se stopi z istomišljeniki na športnih prizoriščih, pred malimi zasloni, ob poslušanju radia in prebiranju časopisov. Čustva pri tem nadvladajo razum v športni javnosti in med novinarji, ki neredko podležejo dogajanju in pozabijo na etične in profesionalne norme. Povečini nezavedno, v številnih primerih pa tudi zavestno. Šport je prek medijskega diskurza postal eden od najpomembnejših elementov identifikacijske povezanosti z narodom, kar prinaša tudi negativne razsežnosti v medijski diskurz. »Nacionalizem je vodilo, ki ga mediji in oglaševalci koristijo, da bi pritegnili pozornost občinstva ob mednarodnih športnih dogodkih« (Television 98: European Key Facts v Boyle in Haynes 2000, 144). Pri tem ima velik vpliv naraščajoča komercializacija, ki diktira tudi umazana pravila igre in tako zanemarja veljavne standarde v novinarstvu.

Šport v postmoderini dobi postaja vedno bolj proizvod medijev, še posebej televizije, ki ga trži po vsem svetu neposredno in skoraj brez časovnih zamikov. Z naraščanjem povezanosti medijev in športa obstaja nevarnost, da se športna komunikacija sprevrže zgolj v komunikacijo ekonomskih interesov. Blagovne znamke in pokrovitelji si želijo pozornosti širšega občinstva, šport, ki si prizadeva za prisotnost v medijih, še posebej televizijskih, pa s pomočjo specializiranih agencij za trženje ponuja idealno priložnost za uresničitev obojestranskih interesov. Whannel (2002, 296–297) pravi, da v ta proces sodi tudi konstrukcija športnih zvezd, ki kot osebnosti zagotavljajo možnost individualizacije in personifikacije, upovedovanje dramatičnega razvoja dogodkov in minimiziranje ekspertnih ocen, ki so značilnosti športnega novinarstva. Televizija je dodala še spektakelsko noto, tekmovalnost klubske, lokalne, regionalne in nacionalne identitete pa je sestavni del tega spektakla. Športni dogodek je, kot trdi Cashmore (2005, 418), popoln izum, spektakel in hkrati drama, ki poteka v živo brez že napisanega scenarija. Vsebuje izziv, spopad in dramatično napetost, ki narašča vse do končnega izida. Dodana vrednost športa je prav v njegovi enkratnosti in trenutnosti, ki je nima nobena druga zvrst televizijskega programa.

Strinjamo se z Boylom in s Haynesom (2000, 92), ki ugotavljata, da je tudi športni zvezdniški sistem sestavljen iz palete herojev in malopridnežev, ki omogočijo potek športnih zgodb. Doupona in Petrovič (1999, 178) tako trdita, da ko se osebe identificirajo s priznanimi moralnimi lastnostmi športnih vzornikov in jih sprejmejo kot del lastne identitete, zapolnijo vrzel v posameznikovem dejanskem socialnem svetu. Mediji tako nadomeščajo družabne dejavnosti, medijske zvezde iz sveta športa pa lahko postanejo celo dejavnik socializacije.

»Dehumaniziranemu in depersonaliziranemu človeku v družbah, kjer je prisvajanje glavno gonilo in potrošnja glavni način življenja, nudi industrija zabave v zameno za kreativnost in celovito osebnost 'psevdo kulturo' in psevdo personalizacijo z idoli, glorifikacijo pravice do nasilja v literaturi, filmu, televiziji, športnih spektaklih« (Doupona in Petrovič 1999, 181–182). Strinjamo se z Doupono in s Petrovičem (1999, 182), ki trdita, da je komercializacija igre spremenila v posel, industrija zabave s svojo poslovno logiko pa skuša pretvoriti tudi človekov prosti čas v del potrošnje, kar se kaže v odsotnosti interesa za lastno participacijo in ustvarjalnost ter je v nasprotju z zdravjem, močjo, s krepostjo in z ostalimi postulati športnega življenja. Boyle in Haynes (2000, 21) pravita, da so šport in mediji postali del globalnega poslovnega odnosa, ki veliki večini aktivnih in pasivnih akterjev nudi užitek in trpljenje, hkrati pa prinaša zajeten dobiček elitni manjšini.

V tem pogledu je še posebej učinkovita televizija. Nekateri so šli celo tako daleč in trdijo, da je televizija ustvarila šport, kar ni daleč od resnice, v vsakem primeru pa je televizija s stalnim izboljševanjem tehnologije spremenila šport. Cashmore (2005, 322) tako pravi, da sta televizija in šport idealen poročni par, ki iz zakona črpa vzajemne komercialne interese in koristi. Šport je postal televizijska zabava s primesmi spektakla, v kateri je narava športnih iger z akterji, ki se delijo na zmagovalce in poražence, prišla do polnega izraza. V tem primeru soglašamo z ugotovitvami Whannela (2002, 291–297), ki pravi, da sta globalni domet televizije in ekonomska moč Združenih držav Amerike precej pripomogla k uveljavitvi ameriškega formata športnega spektakla na televiziji, televizijski športni spektakli pa so tudi sestavni del medijskega imperializma, v katerem se izpostavljajo vrednote in kulturni produkti zahodnega sveta. K temu velja prišteti še marketinške prijeme mednarodnih korporacij, ki so v simbiozi športa in televizije našle tržno nišo za izgradnjo novih življenjskih slogov in proizvodov za potrošnike. Globalni

šport z glamuroznim zvezdniškim sistemom in razvejani medijski konglomerati so v tem procesu izvrstni posredniki.

Boyle in Haynes (2000, 56) ugotavljata, da so bile olimpijske igre v Los Angelesu leta 1984 prisposoda korporativnega kapitalizma in ekonomskega procesa ter hkrati vzor(ec) za posnemanje sledečih odmevnih prireditiv. Tudi ostali globalno privlačni športni dogodki so namreč šli v to smer. Severnoameriška poklicna košarkarska liga (NBA) je tako predvajana v 206 državah in 42 svetovnih jezikih (Cashmore 2005, 384). Število specializiranih športnih medijev (zlasti televizijskih in internetnih) pa vztrajno narašča.

Z vzajemno povezanostjo šport gradi svojo priljubljenost na pozornosti medijev, po drugi strani pa mediji zaradi športa zvišujejo svoje zaslužke ter s tem povezane dohodke od oglaševanja. Odvisnost med njima je vedno večja in je nedvomno povezana s tem, da se šport vse bolj zanaša na dohodke od sponzorstva in marketinga. Denar, ki prihaja s strani naraščajočega števila konkurenčnih medijev, ki si prizadevajo pridobiti pravice za prenose športnih dogodkov, je v številnih športih na mednarodni ravni postal pglavilni vir dohodka. Nazoren primer vse večje prepletenosti športa in medijev predstavlja strmo naraščanje zneskov, ki jih, kot je razvidno iz Delovega prispevka, plačuje televizija za spremljanje prenosov nogometnih tekem angleške lige v zadnjih 20-ih letih.

Še ne dolgo nazaj se je nogomet iz strahu pred izgubo gledalcev otepal televizije. Zdaj bi brez prodaje televizijskih pravic bankrotiral. Prva takšna pogodba je bila sklenjena leta 1986 in je bila vredna 600.000 funtov za vse štiri profesionalne lige na Otoku. Takrat nihče ni vedel, kako določiti ceno. Televizijci so se bali, da bo gledanost majhna, klubi se miso hoteli pojavljati na televiziji, da ne bi tekmeči preučili njihove taktike. Zdaj se te skrbi slišijo prav smešne. Nova doba se je začela s prihodom satelitske televizije. Lani je vodstvo angleške Premier League od prodaje pravic družbam Sky Sports in Setanta iztržilo rekordnih 2,5 milijarde evrov za tri sezone. Ta denar si razdeli 20 prvoligašev. V naslednji pogodbi od leta 2010 do 2013 naj bi klubi že sami sklepali posle z medijskimi hišami. To bo nova revolucija. Vsote bodo astronomske in razlike se bodo drastično povečale v prid najbogatejšim. Leta 1991 je prodaja vstopnic pomenila polovico prihodkov klubov. Po oceni revizijske hiše Deloitte bo prihodnje leto padel mejnik, saj bo

zaslužek od TV pravic presegel polovico proračunov. Iztržek od vstopnic bo simboličen. Klubi gledalcev na tribunah ne bodo več potrebovali, razen tistih v ložah VIP.

(P. Z. 2007, 20)

Tudi recesije in finančni pretresi bržkone ne bodo mogle priti do živega tej simbiozi, saj si ljudje še posebej v težkih časih običajno zaželi kruha in iger. Televizija koristi šport za lastno promocijo, hkrati pa šport služi televiziji kot dragocen vir prihodka. Velja pa tudi obratno. Mediji si zagotovijo višjo gledanost, športi pa večje prihodke z večanjem popularnosti panoge na vseh ravneh, pri čemer grozi velika nevarnost, kot je že navedeno v zgornjem časopisnem prispevku, da se bo še povečal prepad med bogatimi in revnimi oziroma manj premožnimi klubi. Kot izpostavljata Boyle in Haynes (2000, 68), je komercialna vrednost televizijskih športnih dogodkov v njihovi sposobnosti pritegniti tako predane športne navijače kot tudi občasne športne gledalce, ki se zanimajo za dogodek predvsem zaradi zgodb, ki jih televizija konstruira s pomočjo tiska. Ob tem televizija omogoča tudi udobno spremljanja dogodka na domu s komentarji in počasnimi posnetki vred.

Kako se narava športnega tekmovanja vse bolj podreja željam televizijskih hiš in njihovih gledalcev, je moč ugotoviti na podlagi dejanskih sprememb v samih športnih panogah:

– V nogometu so za stopnjevanje aktivnosti in dinamičnosti igre pred poldrugim desetletjem prepovedali vratarju, da v svojem kazenskem prostoru posreduje z rokami, po tem ko mu soigralec z nogami poda žogo. Da bi prekinili daljše premore ob prekinitvah, je okoli igrišča v obtoku večje število žog, kar zagotavlja hitrejše nadaljevanje igre. Televizijskim gledalcem pred malimi zasloni s pomočjo visoke tehnologije postrežejo s statističnimi podatki. Z naraščanjem števila občinstva in zahtev televizije se je število tekmovanj in število ekip namnožilo. Da bi povečali število tekem, so spremenili in tudi podaljšali koledarje najbolj odmevnih tekmovanj (liga prvakov, svetovno in evropsko prvenstvo). Nogometni termini so se razširili tudi na druge dni v tednu, potem ko so bili v preteklosti bolj ali manj vezani na nedeljske popoldneve, pri čemer termine prilagajajo občinstvu oziroma potrošnikom. Z naraščajočo medijsko pozornostjo pa so se v zadnjih dveh desetletjih tudi močno povišali zaslužki nogometne industrije in njenih akterjev.



- Košarka je prvovrsten primer povezovanja medijsko-športne produkcije in marketinških interesov. Najbolj je sicer viden v severnoameriški poklicni ligi NBA, ki pa ji s spremembami pridno sledi tudi evropska košarka: skrajšan 24-sekundni napad, namenjen hitrejšim akcijam, prekinitve v skladu s televizijskimi premori, pravilo treh točk, ki je povečalo rezultate in možnost dramatičnega razvoja dogodkov, vpeljava podaljškov v primeru izenačenja, da se dobijo zmagovalci in poraženci (Boyle in Haynes 2000, 96).
- Tudi na dirkah formule ena, ki so z nekaj izjemami v zadnjem obdobju postajale precej enolične, poskušajo omejiti vpliv elektronike pri razvoju dirkalnikov. Gledalcem pred malimi zasloni želijo med samo dirko pokazati čimveč zanimivih podatkov o hitrosti, vrtljajih, prestavah, posredujejo pa tudi prenose pogovorov voznikov s šefi v boksu. Da bi ustregli televizijskim gledalcem v Evropi, so v pretekli sezoni v Singapurju tekmovali v soju žarometov, nočna pa je bila tudi dirka v Katarju. V prihodnje finančni šef formule ena Bernie Ecclestone v želji po večjem zaslužku napoveduje še več nočnih dirk.
- V boksu so zmanjšali število rund s 15 na 12. Razlog za takšen ukrep ni bila ugotovitev, da bi s tem ublažili nevarnost poškodb. To je bil komercialen korak, s katerim so zadovoljili oglaševalske bloke in programske sheme (Cashmore 2005, 338).
- V tenisu so spremenili pravila o začetku igre. Igralci se lahko na servis pripravljajo le dvajset sekund, igra pa tako poteka hitreje. V ta namen so uvedli tudi podaljšane igre (tie-break) v posameznih setih. Da gledalci lahko slišijo burne razprave med sodniki in igralci, so okoli sodniškega stolpa namestili mikrofone, na največjih turnirjih pa so uvedli tudi 'sokolje oko', s katerim lahko teniški igralci in igralke med samo igro preverjajo (ne)pravilnost sodniških odločitev (Cashmore 2005, 338–339).
- Tudi drugi športi, kot so namizni tenis, odbojka, rokomet, so bili deležni novosti, ki so prispevale k hitrejši igri in povečanju tekmovalne napetosti ter privlačnosti za gledalce.

Če strnemo, uspeh in preživetje športa sta tesno povezana z medijsko prezentacijo. Skladno s tem se vrhunski šport tudi spreminja; v njem se vrti več denarja, hkrati pa so glavni akterji, tekmovalci, ki se morajo soočiti z natrpanim koledarjem intenzivnejših in zahtevnejših tekmovanj, izpostavljeni večjemu tveganju. Po drugi strani velja poudariti še moč, razsežnost in konfrontacijo (nacionalnih) identitet, ki neposredno delujejo in se oblikujejo na relaciji šport – mediji.

## 2.4 ŠPORT V SLOVENSKEM MEDIJSKEM DISKURZU

»Človek si z jezikom prilašča svet okoli sebe in tudi sebe, naše lastne biografije oziroma identitete so konstrukcije, ki jih sami kreiramo s pomočjo jezika in si tako z njegovo pomočjo prisvajamo realnost. Skozi pogovor se gradi naše znanje o svetu in tudi identitete se vseskozi izgrajujejo skozi uporabo jezika, ki pa je strukturiran v številne diskurze« (Pušnik 1999, 797).

Diskurz se nanaša na zbirko pomenov, metafor, reprezentacij, podob, zgodb, stavkov, ki skupaj tvorijo posebno verzijo dogodka, pri čemer se strinjamo z Burrovo (1995, 48–52), ki pravi, da vsak diskurz izpostavlja različne aspekte in ima različne implikacije na to, kako se bomo vedli. Posledično se, kot trdi Hall (1997, 4), tudi identitete konstruirajo znotraj in ne zunaj diskurza, zato moramo razumeti, da so proizvedene v specifičnih historičnih in institucionalnih okvirih. Van Dijk (1993, 8) opozarja, da v sodobni družbi pri konstrukciji nacionalne identitete najvidnejšo vlogo odigrajo diskurzi petih elit, ki določajo mainstream mišljenje, to pa so novinarji, politiki, pisci šolskih knjig in učitelji, znanstveniki ter menedžerji vodilnih podjetij. Elite naj bi vzpostavljale konsenz v družbi.

Novinarski diskurz, ki je ključen za analizo obravnavane tematike v diplomski nalogi, se ukvarja z družbenimi dogodki in ne s privatnimi, s takimi, ki zanimajo širok krog občinstva, ne pa le nekaterih posameznikov. Novinarski diskurz ne širi spoznavnega polja naslovnikovega sveta, ampak utrjuje že sprejete in množično veljavne slike sveta. Praviloma se vedno giblje v polju spoznanega in znanega, čeprav mu je imanentno, da sporoča novosti. Katere stalne oblike novinarskega spročanja so bile izbrane, govori tudi o tem, kakšne komunikacijske okoliščine so vladale in kakšen je bil družbenopolitični kontekst (Košir 1988, 28–39).

Mediji s tehnološkim razvojem sprožajo sočasno širjenje idej med ogromnim številom ljudi, pri čemer se strinjamo s Starcem (2003, 914), ki pravi, da je to omogočilo in še omogoča razvoj občutka hkratnosti dogajanja in je preseglo meje neposrednega človeškega izkustva. »Ljudje so se začeli zavedati sočasnosti bivanja z drugimi ljudmi, ki živijo na drugem mestu, in izoblikovala se je ideja o politični skupnosti, ki je ni mogoče objeti s pogledom, a jo združuje skupna vednost o svetu« (Starc 2003, 914). Medijski diskurz je potemtakem del državotvorja in je kot tak

pomemben oblikovalec realnosti ter pomemben konstruktor narodnih zavesti in nacionalnih identitet. Tudi slovenske, o čemer pričajo že zapisi iz 19. stoletja. Tako je goriški tednik Domovina, dne 16. aprila 1869, opremil naslednji prispevek:

Veselo je opazovati, kako se slovenska zavednost v okolici Goriški zmerom bolj širi in sebi nasprotnega duha preganja. Okolica šteje že nekaj čitalnic, ali še več bi jih lahko bilo, ko bi jim ne manjkalo duševne in materialne podpore, kakor je bralcem 'Domovine' po dopisu iz Prvačine znano. Dopisnik prvaški trka na duri Goriških Slovencev, da bi se mogla tam napraviti prava čitalnica, in kliče jih, da bi pomagali razvijati slovenščino in širiti omiko med deželani. Veliko manj bi se naši nasprotniki upali, z našimi ljudmi burke uganjati, in veliko več bi se po temi tavajočih nezavednežev na našo stran pridobilo, ko bi se tukajšnji izobraženi, zlasti neodvisni Slovenci, bolj prizadevali slovenskega duha tudi med bolj prostim ljudstvom širiti, in ko bi se za narodni njih razvitek kaj bolj skrbelo. V Mirnu, v Vertobji, v Št. Andreži, v Prvačini, povsod so kmetje vneti za narodno stvar in se jim sanja o čitalnicah, ali manjka jim duševne podpore, manjka jim voditeljev.

(v Marušič 1985, 70–71)

Strinjamo se s Foucaultom (1999, 417), ki pravi, da ima vsaka družba lasten režim resnice, lastno splošno politiko resnice, ki jo predstavljajo tipi diskurza, ki jih družba sprejema in jih naredi, da delujejo kot resnični, mehanizmi in instance, ki posamezniku omogočajo, da razlikuje med pravimi in napačnimi trditvami, ter status tistih, ki so pooblaščen za sporočanje o tem, kaj šteje kot resnično. Soglašamo pa tudi z Burrovo (1995, 3), ki trdi, da so vsi načini našega razumevanja sveta, kategorije in koncepti, ki jih pri tem uporabljamo, zgodovinsko in kulturno specifični. Načini razumevanja sveta in razvoj vednosti tako niso rezultat objektivnega opazovanja sveta, ampak so odvisni od trenutnega družbenega in ekonomskega stanja.

Tovrstne ugotovitve so veljale tudi za slovenski (medijski) prostor in pripadajoči šport, ki je bil v svoji zgodovini izpostavljen spreminjajočim se političnim, ideološkim in nacionalnim praksam, posledično pa prilagodljivim diskurzom. Slovensko sokolsko gibanje, ki sprva ni izpostavljalo nacionalnih pobud, je, kot pravi Starc (2003, 914), z razkrajanjem Avstro-Ogrske in ustanovitvijo nove države Slovencev, Hrvatov in Srbov po zgledu čeških Sokolov svoj obstoj gradilo na nacionalističnih in panslovanskih idejah.

Bratje Sokoli! Ujedinjeni smo, ujedinjeni popolnoma, izginjajo razlike plemen, razlike vere in nesmiselne meje dežela, ki nam jih je potegnil v teku časa smrtni sovražnik, črna usoda v neizmerno našo škodo. In tako koraka zopet Sokolstvo prvo na čelu vsem kot sijajni vzor narodno čutečih borilcev, kažoč, kako naj se ujedini tudi ves narod, vse ljudstvo našega juga, kako naj tvorimo vsi skupaj eno celoto z istimi pravicami in istimi dolžnostmi – trije sinovi ene družine, enega očeta, ene majke, sinovi ene krvi: Sava, Jovo in Janez.

(Ambrožič v Starc 2003, 915)

Tako se je začel udejanjati ideološki diskurz jugoslovanstva s temeljnim postulatoma bratstva in enotnosti, ki se je z vzponi in s padci ohranjal do razkroja Jugoslavije ob koncu osemdesetih in na začetku devetdesetih let 20. stoletja. (Uspešni) olimpijski nastopi jugoslovanskih reprezentantov so ta diskurz le še krepili, kar potrjuje tudi prispevek ob olimpijskih igrah leta 1924, ko je slovenski telovadec Leon Štukelj z zmago na drogu osvojil prvo medaljo za novo državo. »Udeležili smo se znamenite olimpiade v Parizu. Tekma sicer ni bila po našem okusu, ker ne ustreza temeljnim principom naše telesne vzgoje, toda udeležili smo se je, ker smo se ravnali po tujih okusih in manirah zaradi tega, da ponese ime naše matke Jugoslavije na najbolj široko mednarodno polje« (Ambrožič v Starc 2003, 917).

Časopisi so s tovrstnimi diskurzi širili spoznanje o družini jugoslovanskih narodov, vrhunski šport in nastopi reprezentantov na največjih tekmovanjih pa so postali zelo uporaben in hkrati hvaležen vzvod za utrjevanje jugoslovanske identitete. Pri tem so imeli uspehi vsaj navzven skupni jugoslovanski predznak, čeprav so bili na primer doseženi v ekskluzivno slovenski disciplini, kakor je bilo vseskozi smučanje. To ponazarja tudi izjava enega takrat vodilnih slovenskih politikov Jožeta Smoleta ob srebrni olimpijski medalji Jureta Franka na olimpijskem veleslalomu leta 1984 v Sarajevu. »Vsi Jugoslovani smo ponosni na Frankovo kolajno in uspeh drugih naših smučarjev. Zlasti me je razveselila reakcija domala vse Jugoslavije, saj se je ponovno izrazila izredna zavestna pripadnost naši domovini« (Lenič 1984, 11).

V tedanjih politično-ideoloških okoliščinah so jugoslovanski diskurz in identifikacijo s športnimi reprezentanti redno vzpostavljali tudi mediji in njihovi poročevalci, ki so pričarali jugoslovansko ozračje tudi ob otvoritvi olimpijskih iger v Sarajevu leta 1984. »Bolj ko so se pred nami

razvrščale vrste športnikov, bolj gromko je postajalo ploskanje, pa tudi več vzklikov je bilo slišati. Vse bolj se je širila nekakšna nervoza pričakovanja, čakanja. Na naše! Ko so prišli, se je čulo da sedimo med svojimi. Sicer pa kaj bi vam opisovali tisto, kar ste videli, saj verjetno ni bilo Jugoslovana, ki vsega tega ne bi gledal bodisi v živo bodisi v domačem elektronskem okenčku« (Klipšteter 1984, 9).

Tudi v športih, kjer so prevladovali reprezentanti iz drugih republik, je jugoslovanski diskurz ohranil nesporen primat. Tako se je uspešno reproduciral na primeru nogometa, čeprav je slovensko zastopstvo v reprezentanci pomenilo prej izjemo kot pravilo. Občutnejša sprememba se je zgodila v drugi polovici osemdesetih let, ko je bilo v slovenskem medijskem diskurzu zaslediti prve večje razpoke med Slovenijo in ostalimi jugoslovanskimi republikami.

Na večer slovenskega kulturnega praznika je Jože Smole, predsednik republiške socialistične zveze, pred Prešernovim spomenikom (končno) izrekel čisto konkretno pobudo, da bi Zdravljica tudi uradno postala slovenska himna. Zdravljica v teh težavnih časih še kako budi, spodbuja in ohranja narodno zavest, potrjuje nacionalno identiteto, poudarja trdoživost našega naroda in to v najbolj pozitivnem smislu. Zato ob njenih zvokih in vselej aktualnih verzih spontano vstajamo, tudi večkrat, če je treba. Ker Zdravljica smo mi vsi.

(Mavrič 1988, 1)

Tokrat 'mi vsi' ni več pomenilo vseh Jugoslovancev, ampak le tiste posameznike, ki so se identificirali kot Slovenci. Če je bil še med olimpijskimi igrami v Sarajevu jugoslovanski diskurz brez konkurence v ospredju, pa se je čez štiri leta na zimskih igrah v Calgaryju že začela izpostavljanje slovenska identiteta, kar je bilo moč zaslediti v časopisnih prispevkih. Neslovenski olimpijci iz drugih jugoslovanskih republik so ostali globoko v senci, njihovi opisi pa so neredko vsebovali slabšalni oziroma posmehljiv prizvok. Tega so bili deležni jugoslovanski reprezentanti v bobu, ki so prihajali iz Bosne in Hercegovine. V kontekstu so mediji pisali o Jamajčanih kot eksotičnih predstavnikih, ki so se prvič udeležili olimpijskih tekmovanj, in posredno povlekli vzporednice z jugoslovanskimi reprezentanti v tej disciplini. »Dosežki na tekmovališčih so izključno v ospredju, olimpijska misel o sodelovanju drži pokonci samo še 'eksotike', denimo Jamajčane, ki so prišli tokrat prvič na igre s posadko za štirisedežni bob in jim je šele neki krojač

v Calgaryju sešil enotne obleke za otvoritveno slovesnost, boba pa še nimajo, podobno kot ga nimajo Jugoslovani. Le-ti svojega odsluženega niso tovorili iz Sarajeva» (Dnevnik 1988, 6).

Diskurz o družini jugoslovanskih narodov se je močno zamajal, kar se je odražalo tudi v diskurzu vrhunškega športa. Na prepihu sta bila zlasti smučanje in nogomet. Če so ob razpadu avstro-ogrskega imperija po prvi svetovni vojni Slovenci izpostavljali slovanske korenine in bili sestavni člen nove tvorbe pod nazivom Jugoslavija, so v letih pred osamosvojitvijo, kot navaja Stankovič (2004, 243), vse bolj poudarjali delavnost, red in odgovornost, splet aktualnih, stereotipno nemško-avstrijskih značilnosti, s katerimi so se hoteli ločiti od drugih jugoslovanskih narodov in si zgraditi novo oziroma vsaj prenovljeno identiteto.

Osrednje mesto v tej (re)konstrukciji je imela Gorenjska, ki je bila simbolni ideal, h kateremu naj bi težila slovenska identiteta. Najsevernejša slovenska pokrajina je premogla vse tiste značilnosti, s katerimi je potencialna država gradila novo identiteto: ekonomska razvitost, čista in urejena pokrajina, delavni in marljivi ljudje, prelepe gore. Z Gorenjskega izvira tudi narodnozabavna glasba in Triglav kot simbol slovenstva. Gorenjski kot pretežno gorski pokrajini v Alpah pa za povrh pripadajo tradicionalni zimski športi, kot so smučanje, smučarski skoki in hokej na ledu, ki so z uspehi postali sestavni del slovenskega nacionalizma. Nov slovenski nacionalistični diskurz je namreč izviral predvsem iz diferenciacije od ostalih delov nekdanje Jugoslavije. Z dosežki v zimskih športih, ki so bili skoraj izključno domena Slovencev, je dobil pomembnega zaveznika. Po drugi strani pa se je moralo dejstvo, da v nogometu v bivši Jugoslaviji Slovenci z redkimi izjemami niso imeli vidne vloge, potisniti v ozadje. Najlažje se je to doseglo s podcenjevanjem najpomembnejše postranske stvari na svetu (Stankovič 2004, 243–245).

Nogomet, ki zaradi svoje popularnosti v športnem svetu sicer predstavlja enega najučinkovitejših mehanizmov za nacionalno identifikacijo, je bil tako deležen številnih slabšalnih pomenov. Enačen je bil z umazanimi triki in s simulacijami, podkupovanji, skorumpiranimi sodniki, z nespodobnim vedenjem ter s pretepi na igriščih in ob njih, ki so jih povezovali z dogajanjem na območju ostalih republik bivše Jugoslavije, s katerimi marljivi, disciplinirani in pošteni Slovenci niso hoteli imeti opravka. Igranje nogometa v prostem času, spremljanje po televiziji in okraševanje avtomobilov s klubskimi ali z reprezentančnimi simboli so bila dejanja, ki naj ne bi

imela nič skupnega s civiliziranimi praksami slovenskih staroselcev, bile pa naj bi značilne za priseljence iz republik bivše Jugoslavije. Velik priliv slednjih naj bi ogrožal slovensko kulturo, hkrati pa naj bi bil upočasnen sam razvoj Slovenije v okviru Jugoslavije. S takšnim vrednotenjem nogometa so Slovenci hoteli pokazati zaničljiv odnos do Balkana, s čimer so se ohranjale etnične razlike med večinskim prebivalstvom in 'južnjaki', za katere je veljalo prepričanje, da ne sodijo na isto civilizacijsko raven. (Stankovič 2004, 245–246).

Stereotipi, konstrukti in slabšalni pomeni nogometa so izvirali iz nacionalističnega diskurza in, kot se je izkazalo, so bili zelo pragmatični. Ohranili so se tudi po osamosvojitvi v devetdesetih letih prejšnjega stoletja, čeprav se je drugod po svetu nogomet že otreseel slovesa športa, ki ga spremljajo povečini privrženci iz nižjega, delavskega sloja. Strinjamo se s Starcem (2003, 922), ki pravi, da je v kolektivnem spominu Slovencev smučanje ostalo vtisnjeno kot nacionalni šport. Olimpijski komite Slovenije in Smučarska zveza Slovenije sta zelo hitro postala člana mednarodnih športnih organizacij in že na olimpijskih igrah v Albertvillu leta 1992 je slovenska reprezentanca nastopila pod novimi državnimi simboli. Iz nove stvarnosti je izhajal tudi slovenski medijski diskurz, ki je izpostavil poseben pomen tega dejanja za utrjevanje sveže slovenske identitete ter pridruževanje razvitim evropskim in svetovnim nacijam. Oboje pa se je prekrivalo s hkratnim poudarjanjem ločitve od Jugoslavije in Balkana.

Ko se je naše zastopstvo, v katerem je trobojnico z nenavadno velikim grbom nosil naš svetovni prvak v smučarskih skokih Franci Petek, pojavilo na stadionu, so jo napovedali s komentarjem, da gre za hrabre Slovence. Bila je pospremljena z gromkim aplavzom. S svojo številčnostjo je naša ekipa opozorila tudi na veliko specifično težo, ki ga zimski športi imajo pri nas. Hrvatov ni bilo toliko, a so bili bučni, številčnejše zastopstvo Jugoslavije pa je nastopilo skoraj neopazno. Brhke Slovenke so stregle s kruhom in soljo ter žganjem, s stopnic pred vhodom v dvorano za slovesnosti pa je skrbel za dobro razpoloženje Alfi Nipič s svojimi glasbeniki. Sandi Čolnik je predstavil Slovenijo in nato naše velike šampione Matejo Svet, Roka Petroviča, Primoža Ulago in kasneje še Bojana Križaja.

(Bergant 1992, 1)

V diskurzivnem opisu albertvillske otvoritvene slovesnosti se nizajo tipične slovenske značilnosti, kot so lepe ženske, kruh, sol in žganje, narodna glasba, in izpostavlja kvantitetna in

kvalitetna zastopanost zimskih športov, ki jih posebejajo smučarski šampioni iz bližnje jugoslovanske preteklosti. Pomen slovenske pripadnosti razvejani olimpijski družini so v svojih diskurzih potrjevale tudi avtoritete s področja vrhunškega športa, med katerimi je bil tudi predsednik Olimpijskega komiteja Slovenije Janez Kocjančič:

Zato je Albertville resnično začetek nove športne abecede naroda, ki ga je organizirano športno delovanje spremljalo v vseh prelomnih trenutkih zgodovine. Predstavili se bomo svetu, takšni kot smo, enakopravno bomo primerjali tekmovalne zmogljivosti naših najboljših s šampioni drugih dežel. Pa naj naši olimpijci zapuščajo bela tekmovališča dvignjenih ali sklonjenih glav, zapuščali jih bodo kot reprezentanti ene od najmlajših olimpijskih držav. In to v trenutkih preboja našega naroda in države iz anonimnosti v krog samostojnih nacij, kar gotovo ni brez širših razsežnosti. Zimski športi so dejavnost najrazvitejših dežel sveta. Za navideznimi utrinki mladosti se skrivajo znanstvena dognanja, sistematičnost, strokovnost, trdo delo.

(Kocjančič 1992, 5)

Medijski diskurz kaže zimske športe kot dejavnost najrazvitejših dežel sveta, med katerimi se uveljavljajo splošno priznane značilnosti uspešnih družb, ki naj bi bile lastne tudi slovenski naciji, vključno s trdim delom. Diskurz, v katerem je slovenska identiteta enačena s smučarsko identiteto, je postal vprašljiv v sezoni 1999/00, ko je hrvaška smučarka Janica Kostelić začela premagovati slovenske tekmovalke, dve leti kasneje pa je uspehe v moški konkurenci začel žeti tudi njen brat Ivica Kostelić. Konstrukt o smučarski inferiornosti ostalih jugoslovanskih narodov je bil načet, a se vendarle ni spremenil. Smučarski strokovnjaki so uspeh hrvaških smučarjev v javnosti zmanjševali z razlagami o 'pretreniranosti' obeh Kostelićev, ki naj bi bila izpostavljena obsežnejšim in zahtevnejšim treningom kot slovenska reprezentanca. Ni pa bilo zaslediti izjav o naravni nadarjenosti hrvaških smučarjev. Slovenska športna javnost je namreč težko sprejemala slabše dosežke v smučanju kot nacionalnem športu, še posebej pa je bila občutljiva na boljše rezultate Hrvatov, s katerimi smo se vse bolj zapletali v dvostranske spore, ki jih je krojil družbenopolitični kontekst.

Do velikega zasuka je skoraj sočasno, na prelomu tisočletja, prišlo tudi v pojmovanju nogometa, zato je bilo treba iznajti nove pomene in konstrukte, ki so se prilagajali nacionalističnemu diskurzu. Negativen odnos do nogometa se je spremenil, ko se je slovenska reprezentanca prebila



na evropsko nogometno prvenstvo leta 2000 in nato še na svetovno prvenstvo leta 2002. Do tedaj majhne skupine privrženecv so se namnožile v armado navijačev in nogometnih navdušencev, občutno pa se je povečalo tudi zanimanje medijev. Igralci so postali narodni heroji, ki so bili oblegani z vseh strani.

Strinjamo se s Stankovičem (2004, 246–248), ki pravi, da se je vrednotenje nogometa iz neumne igre za Balkance in 'južnjake' z mednarodnimi uspehi spremenilo v igro nacionalnega prestiža, s katero so se ljudje lahko poistovetili in identificirali, kljub temu da je vsaj polovica članov slovenske reprezentance prihajala iz družin, ki so izhajale iz drugih republik nekdanje Jugoslavije. Pozabljene so bile pogoste kritike, da v reprezentanci igrajo večinoma Neslovenci, njihov izvor pa je podobno kot v rasno mešanem francoskem moštvu, ki je leta 1998 osvojilo svetovni, dve leti kasneje pa tudi evropski nogometni naslov, postal nepomemben. Podeljena jim je bila vloga v državotvornem diskurzu, ki se je še enkrat več izkazal kot zelo pragmatičen.

Reprezentant Mile Ačimovič je po tekmi z Norveško na evropskem prvenstvu leta 2000 tako poudaril: »Razbili smo zadnje dvome, da Slovenci ne znamo igrati nogometa« (Okorn 2000, 21). Kljub uspehom pa nogometnim reprezentantom v medijih ni bila priznana nadarjenost, kot že prej ni bila priznana Janici in Ivici Kostelić. Slovenskemu nogometnu preporodu naj bi botrovale tradicionalne vrline slovenske nacije, kot so trdo delo, borbenost, požrtvovalnost, želja po napredku, disciplina in vztrajnost. Tedanji selektor slovenske reprezentance Srečko Katanec je tovrstni diskurz vseskozi potrjeval: »Velika motivacija je temelj za uspehe malih ekip. Brez borbenosti in agresivnosti tako majhne države, kot je Slovenija, ne morejo preživeti« (Okorn 2000, 20).

Strinjamo se s Starcem (2003, 924), ki pravi, da se je nogomet spremenil iz označevalca tujosti v označevalca uspešnosti slovenske nacije, ki ji s trdom, trdim delom in z ostalimi tipičnimi slovenskimi značilnostmi lahko uspe tudi nemogoče in si tako podredi tiste telesne prakse, ki so se ji vedno zdele tuje. »Nogomet je v državni diskurz vstopil kot simbol prizadevnosti slovenske nacije, da izboljša svoje dosežke tudi na tistih področjih, za katere naj ne bi bila naravno talentirana« (Starc 2003, 920).

Potem ko sta se obe evforiji, najprej smučarska in nato nogometna, ki jo je konec leta 2003 še zaznamoval čustveno nabit dvoboj za nastop na evropskem prvenstvu s Hrvaško, polegli, so se stvari počasi spet vrnile v ustaljene tirnice. Smučanje in zimski športi so v medijih navkljub skromnejšim rezultatom ohranili zajeten prostor, dalj časa pa so bili deležni tudi podpore in pozitivističnega pristopa sedme sile. Na drugi strani slovenski reprezentančni (in zlasti klubski) nogomet v nacionalnih medijih vse do lanskih jesenskih uspehov izbrane vrste ni bil več osrednja tema športnih vsebin. Navijaške strasti športne javnosti pa so se ob pomanjkanju rezultatov razmeroma hitro ohladile.

Če povzamemo, nacional(istič)ni diskurz je neskončno pragmatičen glede na potrebe, želje in okoliščine, medijski diskurz pa se temu situacijskemu kontekstu prilagaja in mu daje nove razsežnosti. Ta proces lahko na eni strani skupnost združuje ali pa razdružuje, kot se je pokazalo na primerih nastanka in razpada Jugoslavije ter osamosvojitve Slovenije. Telesne prakse športa so bile zaradi velikega identifikacijskega potenciala vseskozi sestavni del teh procesov in diskurzov, kar so institucije in mediji s pridom izkoriščali in še izkoriščajo za splošne ali bolj specifične cilje in potrebe v skupnosti.

## **2.5 DRUŽBENO-SOCIALNI KONTEKST SLOVENSКИH MEDIJEV – DELO IN PRIMORSKE NOVICE**

Čas postaja poleg denarja najbolj vredna in iskana dobrina v medijih in za uporabnike medijev. Starim množičnim občilom (tisku, radiu in televiziji) se pridružujejo novi (računalniške oblike množičnega komuniciranja, internet), zato je sodobnih prostočasnih praks vse več in tržišče informiranja in zabave vse bolj nasičeno. V kontekstu postmodernega medijskega sejmišča mora biti medijska ponudba – tudi če gre za informativne vsebine – atraktivna, da bi pritegnila pozornost in bi ji posameznik namenil del svojega časa.

(Milosavljevič 2003, 8).

Posledice takšnega razvoja dogodkov oziroma orisanega stanja na medijskem tržišču so za novinarje in naslovnike večplastne. Informacijsko družbo zaznamuje vse večja rutinskost novinarskega diskurza, informacije se pretakajo zelo hitro, preverjanje podatkov in virov informacij pa postaja zaradi njihovega velikega obsega in same narave novinarskega dela vse bolj težavno.

V specifičnih razmerah medijskega sistema velika tekmovalnost ni presenetljiva. Vsak želi določeno informacijo objaviti prvi, pri čemer so odločitve glede objave novic običajno zelo hitre oziroma brez tehtnega premisleka o vzrokih in posledicah, kar negativno vpliva na kakovost novinarskega dela in na vse bolj občutljivo novinarsko poslanstvo. V današnjem svetu, ki se vse preveč osredotoča le na pridobitev največjega možnega dobička v najkrajšem možnem času, je neodvisno in visoko kakovostno novinarstvo v veliki nevarnosti. Pritiski po hitrih dobičkih brez razmišljanja o kakovosti novinarska besedila spreminjajo v ekonomski izdelek (Laban 2004, 225).

Spremenjena izhodišča in okoliščine pri nastajanju in posredovanju informacij oziroma prispevkov zahtevajo tudi nove (populistične) pristope in tržne vsebine. Strinjamo se s Polerjevo (2005, 21), ki pravi, da je v novih razmerah informacija blago, temeljni cilj množičnih medijev pa je dobiček. Na trgu, ki kroji zahteve, potrebe in okuse, narašča prisotnost komercialnih, popularnih in tabloidnih vsebin s senzacionalizmom kot vodilom. V ospredje vse bolj stopajo tržna logika, tržne raziskave in s tem tržno novinarstvo, ki prilagaja vsebine naslovníkom –

potrošnikom. Poceni medijska vsebina in številno občinstvo, to je formula uspeha tržnega novinarstva (Poler Kovačič 2005, 68–71).

Tudi časopisi se niso mogli upreti globalnim trendom, ki preoblikujejo in spreminjajo tradicionalna izhodišča in postulate klasičnega novinarstva. Slednje, kot pravi Polerjeva (2005, 57–58), naj bi v množičnih medijih imelo vlogo zagotavljanja poročil in analiz resničnih dogodkov in procesov, s svojimi besedili pa naj bi točno in nepristransko prikazovalo realnost. Aktualni položaj v (slovenskem) medijskem prostoru pa se vendarle precej razlikuje od teh idealov.

Že Lippmann (1999, 228) je leta 1920 zapisal, da novica in resnica nista dve besedi za isto stvar, novinarsko delo pa je primerjal z reflektorskim žarkom, ki se nemirno premika in osvetli enkrat eno, drugič drugo zatemnjeno epizodo. Strinjamo se z Erjavčevo (2004, 121), ki pravi, da so posameznikove vrednostne sodbe neločljiv del novinarskih sodb o primernosti dejstev in novic; pri svojem delu pa morajo novinarji upoštevati določene novinarske in medijske omejitve, kot so znanje in veščine, pridobljene v času novinarske socializacije, časovno omejitev, določen način dela, ki ga zahtevata medijska oblika in tehnologija, ter notranje pritiske in politiko medija. Novinarji delujejo tudi v specifičnem družbenem, ekonomskem in kulturnem okolju, upoštevati pa morajo tudi določeno zakonodajno regulativo.

Komercializacija medijev je v naravo novinarskega procesa prinesla še nekaj škodljivih stranskih učinkov. Strinjamo se z Milosavljevičem (2004, 153–154), ki pravi, da je poročanje s kraja samega dogodka oziroma prispevkov, zaznamovanih z neposredno novinarjevo udeležbo, kar je osnova profesionalne kredibilnosti, vse manj. Nadomeščajo jih sporočila, prejeta iz služb za stike z javnostjo, ter kvazidogodki, uprizorjeni zgolj za novinarje kot nadomestilo za prave dogodke, ki so potekali stran od oči javnosti.

Za postmoderno obdobje oziroma medijsko dobo in novodobno novinarstvo je značilen tudi prehod od objektivne h konstruirani resnici, od univerzalnosti k lokalnosti in partikularnosti, pri čemer Polerjeva (2005, 146) pravi, da postmoderni pluralizem nakazuje izgubo in celo nezaželenost pravil, novica pa je zgolj konstrukt oziroma proizvod za prodajo. Ni pomembno, ali

je prispevek resnicoljuben, objektivni, pošten, kratka etičen, ampak le da je dobičkonosen. V tržnem novinarstvu se vse bolj zrcali trgovina dobičkonosnih in pogosto neetičnih podob, resnica pa v pragmatizmu izgublja univerzalnost (Poler Kovačič 2005, 157–163).

Trditev Encaba (v Poler Kovačič 2005, 166), ki pravi, da sporočanje v tržnem novinarstvu spominja na divji zahod, kjer v spopadu zmaga tisti, ki je bolj napadalen in strelja prvi, postaja vse bolj aktualna tudi v slovenskem medijskem prostoru. Naslovniki pri tem podlegajo poplavi popačenih podob, pogosto pa tudi tržno-egoistično naravnanim občilom, ki pospešujejo lastne interese čez vse meje moralno dopustnega.

Tržno novinarstvo pogosto ostaja na površini in ne poskuša prodreti v temelje. Loteva se tega, kar je videti od zunaj, pojavov, kot se kažejo pri površinskem (in pogosto površnem) opazovanju. Ne prizadeva si za čim bolj popolno, verodostojno sliko, ampak za tisto, ki bo poceni in dobičkonosna. To pomeni, da tržno novinarstvo ostaja pri pojavu oziroma le tisti strani pojava, ki jo želi videti oziroma hoče, da bi jo videlo množično občinstvo. Zaradi odsotnosti absolutnega postaja vse sprejemljivo in vse enako prav: preverjati in ne preverjati informacij, spoštovati zasebnost in vdirati vanjo, odvisno od situacije in okoliščin. Glavni kriterij postane torej posameznikovo mnenje. Kodeksu se novinar (ne)zavestno odreka in etično presoja po posluhu, kar pomeni intuitivno, spontano, čustveno in pogosto iracionalno. Novinar ne sprašuje, ampak prenaša govorce. Za tržno novinarstvo je značilno upovedovanje z ene točke pogleda oziroma lahkotno ocenjevanje. Novinarsko vprašanje kot temeljno novinarsko orodje izginja, kar je tipičen primer v tržnem novinarstvu, ki izrazito spodbuja voajerizem. Ko novinarji posegajo v zasebnost slavnih osebnosti, tega ne počnejo zaradi pravice javnosti, da izve, ampak zaradi dobičkonosnega senzacionalizma, morbidne radovednosti in voajerizma (Poler Kovačič 2005, 168–182).

Strinjamo se z Bernsteinom (v Poler Kovačič 2005, 111), ki pravi, da k takšnemu načinu podajanja informacij v dobršni meri prispevajo tudi naslovniki oziroma potrošniki, ki so sokrivi za stanje sodobnega novinarstva, ker kažejo volčjo lakoto po opravljanju, čvekanju in iskanju preprostih odgovorov na težka vprašanja. Posledice so populistični prispevki, ki jih lahko uvrstimo v tržno novinarstvo. Jezikovna sredstva so pogosto izbrana tako, da (negativno)

vrednotijo ubesedena dejstva, vsakdanja pa je tudi raba stilno zaznamovanih in čustveno obremenjenih izrazov. Kot ugotavlja Mcmanus (v Poler Kovačič 2005, 79), se v tržnem novinarstvu pogosto pojavljajo krajši prispevki, v katerih so prvine, ki bi lahko bile dolgočasne ali preveč zapletene, enostavno izpuščene.

Ostra kritika se je pod krinko svobode govora in demokracije spremenila v gorjačarstvo: udariti, razžaliti, ponižati. Dejanja razžalitve se uresničujejo tudi prek hotene izbire neknjižnih in ekspresivnih jezikovnih sredstev, ki so v konkretnih okoliščinah žaljiva. V komentarjih pa srečujemo tudi izrazito govorne prvine, to je prvine neposrednega sporočanjaškega stika, pri čemer gre za ustvarjanje psevdointimnosti, postavljanje ogorčenih vprašanj, melodramatizacijo, kar nekatere komentarje spreminja v polemična pisma bralcev (Kalin Golob 2004, 74–77).

V slovenskem novinarskem prostoru so osnovne vsebinske značilnosti podobne, čeprav obstajajo določene specifike, ki so pogojene z zgodovinskim, družbenopolitičnim in ekonomskim kontekstom ter s komunikacijskimi okoliščinami. Zaradi sprememb političnega, gospodarskega in medijskega sistema na začetku devetdesetih let je bil preskok še bolj izrazit kot na Zahodu.

Slovensko novinarstvo posnema evropsko in ameriško večinoma na instantni ravni, ki jo je lahko posnemati, tistih področij, ki zahtevajo več truda, več časa in tudi več stroškov pa se slovenski mediji ne lotevajo. Iskanje instantnega dobička v novinarsko-medijski sferi se kaže tudi v odobravanju predvsem instantnih komercialnih vsebin in pristopov, pri spreminjanju razmerij med obsegom besedil in fotografij, spreminjanju razmerij med posameznimi vsebinami, spreminjanju hierarhij znotraj različnih vsebinskih sklopov (krepitev pomena popularnih vsebin, kot so črna kronika, zabava, šport...), uvajanju novih vsebinskih sklopov in podobno ter rumenizaciji ali tabloidizaciji novinarskega dela (krajša besedila, vedno večja utemeljenost besedil na nepreverjenih informacijah in govoricah, veliki sugestivni naslovi, vedno večje poseganje v zasebno sfero). Kakovost pa je pri tem iskanju dobička vse bolj zanemarjena in prepuščena dobri volji posameznikov (Milosavljevič 2003, 135–136).

Za položaj medijev v Sloveniji, kjer komercializacija medijev nima daljše tradicije in pravila igre še niso dokončno vzpostavljena, velja nekaj specifik, ki jih v razvitih demokratičnih državah z

razvejanim medijskim sistemom, a tudi precej bolj oprijemljivimi ločnicami med resnim in rumenim tiskom, ni. Strinjamo se s Koširjevo (2003, 63), ki pravi, da naslovniki z redkimi izjemami svoje naivno zaupanje v resničnost objavljenega delijo vsem občilom po vrsti, ne glede na barvo, slog, točnost in resnost sporočenega, pri čemer verjamejo, da imajo vesti v tabloidih enako težo kot tiste v resnih analitičnih novinarskih prispevkih.

Doslej navedene značilnosti sem iskal in preverjal tudi v diskurzivni analizi tematike diplomske naloge, za katero sem si izbral Delo, osrednji slovenski časnik, in Primorske novice kot edini regionalni dnevnik v Sloveniji. Časnika se razlikujeta po številnih parametrih, kot so razširjenost in naklada, profil, vpliv, ciljno občinstvo, novinarska ekipa, kazalo pomembnosti, finančni in kadrovski potencial, ki poleg obsega in vsebine krojijo tudi slog pisanja in način podajanja informacij. Delo je kot nacionalni, resni dnevniški tisk z večjim formatom, ki so ga pred meseci sicer nekoliko skrčili, tipični predstavnik splošno informativnega dnevnika. Primorske novice pa so z manjšim formatom in ohlapnejšim oziroma pragmatičnim načinom podajanja takoimenovanih za javnost pomembnih informacij bližje mehkim oblikam žurnalizma, v določenih primerih pa se spogledujejo tudi z rumenim tiskom.

Po drugi strani imata časnika tudi nekaj stičnih točk, vključno z nezanemarljivo tradicijo. Delo je začelo izhajati med obema vojnama, Primorske novice, ki so predlani praznovale 60 let obstoja, pa so zadnjih pet let na medijskem trgu prisotne v dnevniški ediciji. Delo ima kljub notranjim pretresom še naprej status osrednjega slovenskega časnika, pri čemer je izpostavljen kadrovskim in vsebinskim spremembam, ki so odvisne tudi od vladajočih političnih in lastniških garnitur. Podobna ugotovitev velja tudi za Primorske novice kot najbolj razširjen časnik na Primorskem, ki odseva in soustvarja nacionalno in regionalno identiteto. Zgodovinski kontekst igra pri tem pomembno vlogo.

Primorska (vsaj pretežni del), ki je bila v preteklosti razpeta med številne države, je po drugi svetovni vojni dočakala priključitev Sloveniji oziroma bivši Jugoslaviji. Pritiski, nasilje in kratenje narodnostnih pravic, ki jih je izvajal italijanski fašistični režim, so pripomogli k utrjevanju in krepitvi slovenske identitete na Primorskem, ki je bila nekakšen branik slovenstva in je imela zaradi zgodovinskih in političnih okoliščin pozneje tudi poseben status (sčasoma vse

večja prepustnost meje, živahnost trgovine in drugih storitev) znotraj Slovenije oziroma Jugoslavije. Ker je slovenski narod po drugi svetovni vojni izgubil dve svoji urbani središči na Primorskem, Trst in Gorico, naj bi ju nadomestila Koper in Nova Gorica, ki pa zaradi takšnih ali drugačnih razlogov svoje vloge nista nikoli v celoti uresničila. Kot pravi Škrli (1996, 198), se je sčasoma ustvaril zanimiv urbanistični bipolarizem ali dvojno dvomestje, v katerem je krožilo prebivalstvo na obeh straneh meje in je ustvarilo tudi svojevrstno identiteto velikega dela Primorcev.

Praktični razlogi preživetja so bili včasih pretirano izpostavljeni, ko se je razlagalo trdovratno siljenje Primorcev čez mejo. Pozabljalo se je dejstvo, da se iz najgloblje zavesti ljudi, iz njihovih navad in ustaljenih poti, ki se podedujejo iz generacije v generacijo, ne da kar tako, samo z ostrim rezilom mejne črte, izrezati spomin na nekoč enoten življenjski in kulturni prostor. Na italijanski strani je ostalo skoraj sto tisoč primorskih Slovencev, v Istri pa prav toliko Italijanov. In državna meja ni mogla čez noč pretrgati teh vezi. Prav tako ne dokončno odrezati mest, v katere so ljudje zahajali zaradi potrebe in zaradi zabave in izobraževanja.

Del Primorske je bil tako rekoč amputiran, priključen Italiji, a med Primorci je še zmeraj ostal (lažen?) občutek, da je še vse tam, na dosegu roke, da je skoraj vse, kakor je bilo nekoč. Primorska je živela v nekakšnem stanju nedokončanosti: na eni strani je poskušala postati samozadostna v okviru novih poveljnih državnih meja, hkrati je iskala tudi čezmejne povezave, ki bi ji omogočile ponovno vzpostavitev izgubljene enovitosti, k čemur so zaradi razumljivih potreb narodnostnega preživetja težili tudi Slovenci v Furlaniji Julijski krajini. Ti poskusi povezovanja so bili zlasti kulturnega in gospodarskega značaja, veliko manj političnega. Z osamosvojitvijo Slovenije je v ospredje prišel projekt gradnje slovenske države, kjer pa ni bilo prostora za razne primorske čezmejne utopije.

(Škrli 1996, 199–200)

Razvoj dogodkov na Primorskem se je odrazil na polju identitete in medijskem področju, ki sta bila izpostavljena številnim vplivom. Med njimi je bila tudi razvejana italijanska medijska scena, ki je bila v obmejnih območjih tako ali drugače močno prisotna skozi vsa pretekla desetletja in je še danes. Primorske novice so se v regiji kmalu prijele in se pretežno z zgodbami, ki neposredno zadevajo problematiko konkretnih ljudi, zasidrale na tem obmejnem območju. To je bila več desetletij rdeča nit časnika, ki je po prehodu na dnevniško izhajanje moral spremeniti koncept, ki postaja vse bolj tržno naravnano, z udarnimi naslovi s primesmi senzacionalizma in vse večjo



prisotnostjo dogodkov iz črne kronike na naslovnica. Kljub prvotnim poskusom večjega odmerka slovenskih in mednarodnih vsebin so primorske teme ohranile nesporen primat in ga še utrdile. V prid splošne popularizacije časnika so ukinili tudi dnevno rubriko in tedensko prilogo o gospodarstvu, uvedli pa so nove sklope, med katere sodita zdravje in rekreacija.

Tudi športna rubrika, ki je skozi vsa leta namenjala zajeten prostor predvsem dosežkom primorskih akterjev, se je morala prek medijskih vsebin prilagoditi novim razmeram. Kljub kadrovskim reorganizacijam športna redakcija ostaja številčno skromna, dopolnjujejo pa jo honorarni sodelavci. Pisci posledično niso specialistični oziroma pokrivajo široko paleto športov, kar se odraža na vsebini. Nanjo vplivajo tudi težnja po specifičnem položaju časopisa, ki po prehodu na dnevniško izhajanje in posledičnih prizadevanjih za ohranitev oziroma iskanje (novega) prostora pod medijskim soncem tudi v športnih vsebinah neredko posega na področje populističnega in tabloidnega pisanja z vodilom 'Slaba novica je dobra novica' in negativističnim pristopom.

Na drugi strani ima Delo s številčnejšim kadrom kljub izgubi nekaterih prepoznavnih novinarjev že vrsto let stalno športno rubriko, ki se je izoblikovala in standardizirala skozi čas. Tako jo je opisal urednik športa Franci Božič:

Delova športna redakcija ima od nekdaj poseben imidž. Vselej je veljala za dokaj resno in natančno, poudarek je bil predvsem na pozitivističnem načinu pokrivanja vseh pomembnejših dogodkov. Ta sloves je ohranila do danes, tudi za ceno nekoliko skromnejše atraktivnosti. K senzacionalizmu se – za razliko od nekaterih drugih medijev – v glavnem ni zatekala, še vedno velja za dokaj verodostojno. Ni pa več tako avtoritativna, ker je izgubila široko razgledane, pridobila pa specialistične pisce.

(Božič v Bulc 2003, 44)

### 3 METODOLOGIJA

Za pripomoček in smernice, kako v praktičnem delu naloge raziskovati in si razlagati razlike med načinom poročanja regionalnih medijev nasproti nacionalnim, nam bo služila kritična diskurzivna analiza, ki, kot pravi eden od njenih utemeljiteljev Fairclough (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 41), obravnava širša družboslovna vprašanja in ugotavlja, kako se družbene spremembe kažejo na mikroravni obravnavanega teksta. Strinjamo se z Erjavčev (2007, 18), ki pravi, da diskurzi niso sestavljeni le iz jezika – ne le iz tekstov in besed – ampak iz določenih institucionalnih in organizacijskih praks, to je diskurzivnih praks.

Mediji dogodkov ne opisujejo pasivno ali jih le oblikujejo v prispevke, ampak jih aktivno konstruirajo, v glavnem na temelju ideoloških povezav. Konstrukcija identitete je proces diferenciacije, to je opisa lastne družbene skupine z razlikovanjem od drugih skupin. Identiteta družbenih akterjev v medijskem tekstu je najpogosteje konstruirana in definirana kot identiteta članov posameznih skupin s poudarjanjem reprezentacije drugih kot drugačnih. (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 26–29).

Tudi športnonovinarski diskurz – kot smo s primeri navedli v predhodnih poglavjih – je bil in še vedno je pomemben dejavnik v tovrstnih (re)konstrukcijah, odvisno od družbenopolitičnega oziroma zgodovinskega konteksta. Ob tem je treba upoštevati, da se od drugih novinarskih diskurzov razlikuje po precej bolj neposrednem in doživetem poročanju ter komentiranju samih dogodkov. Čustvena in mnenjska komponenta sta pogosto izpostavljeni tudi v običajnih poročilih, zato dobiva močne obrise ideologiziranega diskurza, ki je za povrh še zelo učinkovit, saj ga naslovniki ne jemljejo kot takega.

Strinjamo se z Van Dijkom (1998, 265), ki trdi, da prejemniki v mnogih situacijah (glede na kontekst) vedo, da lahko od govorcev ali piscev pričakujejo ideološko utemeljen diskurz, to pa implicira, da je ideološka komunikacija najbolj učinkovita takrat, ko prejemniki le stežka ali sploh ne pričakujejo ideoloških implikacij; na primer v otroški literaturi, učbenikih ali televizijskih novicah, za katere se običajno predpostavlja, da naj ne bi prepričevali s svojimi stališči.

V naši nalogi bomo sledili vodilu Fairclougha (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 44), ki pravi, da lahko vsak diskurziven dogodek analiziramo na treh ravneh kot:

- zapisan ali govorjen tekst,
- diskurzivno prakso, ki vključuje produkcijo in interpretacijo ali recepcijo teksta,
- družbeno prakso.

Diskurzivna analiza pomeni analizo odnosov med konkretno uporabo jezika in širšimi družbenimi in kulturnimi strukturami. Hkrati je interpretativna in pojasnjevalna. Kritična analiza upošteva sistematično metodologijo ter odnos med tekstem in njegovimi družbenimi okoliščinami, ideologijami in odnosi moči. Nas bo konkretno zanimala analiza tretje dimenzije diskurzivnega dogodka, torej analiza družbene prakse, ki povezuje različne ravni družbene organizacije: situacijo, institucionalni kontekst, širši skupinski ali družbeni kontekst, ko diskurzivna analiza postane kritična diskurzivna analiza. V svojem bistvu kritična diskurzivna analiza vključuje analizo tega, kako je diskurz, torej jezik v družbeni rabi, povezan in kako vpliva na reprodukcijo družbenih odnosov (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 43–47).

V našem primeru nam bo kritična diskurzivna analiza poskušala pomagati pri odgovorih na vprašanje, kako šport kot profesionalna aktivnost prek medijskih vsebin vpliva na nacionalne in regionalne identitete. Na podlagi kvalitativne analize prispevkov osrednjega slovenskega časnika *Dela* in regionalnega dnevnika *Primorskih novic* z olimpijskih iger v Torinu leta 2006 se bomo spraševali, koliko prostora v obeh časnikih namenjajo igram in koliko drugim športnim dogodkom, kakšni tipi prispevkov se pojavljajo v obeh časnikih in predvsem kako obravnavajo dosežke slovenskih tekmovalcev, pri čemer se bomo oprli na kritično diskurzivno analizo in upoštevali ožji in širši družbeno-socialni, ekonomski ter zgodovinsko-kulturni kontekst.

Menimo, da lahko na podlagi razčlenitve zabeleženega dogajanja v Torinu s posebnim poudarkom na kritični diskurzivni analizi ter ob upoštevanju premislekov in teorij iz dosedanjega dela naloge kategoriziramo razlike med načinom, vsebino in odnosom pri poročanju regionalnih medijev nasproti nacionalnim in hkrati dokažemo, da regionalni mediji odsevajo in soustvarjajo deloma nacionalno identiteto, toda predvsem zaradi specifičnosti svojega občinstva oziroma družbenega konteksta so pod vplivom regionalne identitete.

## 4 RAZISKOVALNO VPRAŠANJE

Prek raziskovalnega vprašanja nas zanima, zakaj in na kakšen način so v regionalnih in nacionalnih medijih prisotne razlike pri komentiranju in poročanju različnih športnih dejavnosti ter zaradi specifične popularnosti in pomena tudi različen odnos do posameznega športa. V analizi medijskega diskurza Dela in Primorskih novic bomo iskali elemente oziroma ločnice, na podlagi katerih je moč različno kategorizirati oziroma umestiti diskurz obeh časnikov, s čimer soustvarjata specifične identitete v družbi oziroma pri konkretnih naslovnih.

Olimpijske igre veljajo za enega največjih svetovnih dogodkov sploh. Od prvih iger moderne dobe, ki jih je leta 1896 gostila Grčija, je šport doživel nesluten razmah, olimpijske igre pa so že davno presegle svoja izvirna načela. Poletnim olimpijskim igram, ki so si sledile vsaka štiri leta, se je leta 1924 pridružila tudi zimska različica. Vse do leta 1992 so šle z roko v roki oziroma so jih pripravili v istem letu. Poletne igre so zaradi številčnosti nastopajočih držav, pisane palete športnih panog, odmevnosti ter posledičnih marketinško-denarnih in promocijskih učinkov seveda ohranile (športni) primat, ki si ga delijo s svetovnim prvenstvom v nogometu. Zimske igre se s tema prvovrstnima dogodkoma sicer ne morejo kosati, a imajo zavoljo dolge tradicije svoj mik in priznan status tretje najpomembnejše športne prireditve na svetu.

Zaradi povezanosti z zimskimi športi zavzemajo igre prav posebno mesto tudi v novejši slovenski zgodovini. Alpsko smučanje, smučarski skoki, hokejska tradicija, ki zajema rivalstvo Jesenic in ljubljanske Olimpije, ter v zadnjem obdobju tudi vidni dosežki v smučarskem teku, biatlonu in deskanju na snegu so v slovenske domove prinesli precej razlogov za zadovoljstvo in tudi možnost identifikacije z nosilci medalj in s posameznimi športnimi disciplinami. Padajoča krivulja uspehov v prvi polovici novega tisočletja je nekoliko ohladila slovensko športno javnost, ki pa še vedno z zanimanjem spremlja razvoj dogodkov na največjih tekmovanjih, kamor zimske olimpijske igre gotovo sodijo. Za povrh so se igre po dvanajstih letih in gostovanjih na Japonskem in v Združenih državah Amerike spet vrnile na staro celino oziroma v neposredno bližino Slovenije.

Veliko zanimanje nacionalnih medijev za dogodek ni presenečenje. Podatki so dovolj zgovorni. Državna televizija je poslala na igre okrepljeno 26-člansko zasedbo, ki jo je zastopalo enajst novinarjev, številčna ekipa pa je dogodke spremljala v ljubljanskem studiu. Športno uredništvo je pripravilo 220 ur olimpijskega programa, v povprečju 14 ur dnevno. Tedanji urednik športnega uredništva Igor Bergant je ob tem povedal:

Naša politika bo osredotočena na slovenske nastope, za Slovenijo so olimpijske igre po zanimanju enakovredne letnim. Naš drugi program bo v celoti posvečen olimpijadi, začel se bo ob 9. uri ali še prej, baziral pa bo na neposrednih prenosih alpskega smučanja, skokov, nordijske kombinacije, tekov, deskanja in biatlona ter aktualnih posnetkih. Športno uredništvo bomo v ta namen okrepili z Marcelom Štefančičem in Petrom Polesom, ki bosta športnim oddajam dodala svežino, ki nam je dostikrat zmanjkuje.

(Bergant v Primorske novice 2006a, 13).

Veliko pozornost igram so zaradi objektivnih in subjektivnih razlogov posvetili tudi nacionalni tiskani mediji, manj pa regionalni. Pod drobnogled bomo vzeli predvsem prispevke, ki napovedujejo, poročajo ali komentirajo nastope slovenskih, tradicionalno paradnih športov, ki so bolj ali manj trdno zasidrani v slovenskem medijskem prostoru in tudi v pretežnem delu (športne) javnosti. Razčlenili bomo prispevke alpskih smučarjev in smučarjev skakalcev, ki so ob kopici uspehov na drugih velikih tekmovanjih Sloveniji v preteklosti že prinesli medalje tudi z zimskih olimpijskih iger.

Z diskurzivno analizo medijskih tekstov kot osnovnim metodološkim sredstvom bomo na podlagi teoretičnih predpostavk in ugotovitev, ki smo jih izpostavili v predhodnih poglavjih, iskali značilne elemente, ki v obravnavani tematiki veljajo za Delo in Primorske novice. Izsledki nam bodo pomagali pri interpretaciji rezultatov, iz katere bo moč sklepati, ali in čemu se časnika poslužujeta različnih medijskih pristopov oziroma različnih diskurzov, ki ob upoštevanju različnih kontekstualnih ozadij posledično lahko vplivajo na konstrukcijo različnih identitet.

V empiričnem delu diplome bomo analizirali prispevke Dela kot osrednjega slovenskega časnika in Primorskih novic kot edinega regionalnega tiskanega dnevnika in nato naše ugotovitve še primerjali med seboj. V presek naše primerjalne analize bomo vzeli prispevke od 6. februarja,

torej pet dni pred otvoritvijo olimpijskih iger, ko so mediji že začeli stopnjevati temperaturo, do vključno 28. februarja 2006, torej dva dneva po zaključku olimpijskih iger, ko so se zvrstile še sklepne ocene slovenskega izkupička na prizoriščih v okolici Torina. Menimo, da lahko s takšnim naborom analiziranih besedil različnih avtorjev ter z izborom tematike, kot so zimske olimpijske igre s smučanjem kot slovenskim nacionalnim športom, opredelimo razlike med obema časnikoma, ki s svojim poročanjem vplivata na oblikovanje (specifičnih) identitet.

## 5 DISKURZIVNA ANALIZA MEDIJSKIH TEKSTOV

### 5.1 KRITIČNA DISKURZIVNA ANALIZA DELA – ZIMSKE OLIMPIJSKE IGRE 2006

Zimske olimpijske igre v Torinu so bile ob svetovnem nogometnem prvenstvu v Nemčiji osrednji športni dogodek na svetu leta 2006. V slovenski športni javnosti kljub zemljepisni bližini sicer ni bilo čutiti posebne navijaške vročice oziroma mobilizacije množic pred prireditvijo. Ne prav spodbudni dosežki slovenskih tekmovalcev niso ponujali oprijemljivega razloga za optimizem, a tradicija bolj ali manj intenzivnega spremljanja dogodkov v medijih in prek medijev je vseeno ostala. Iz športnega uredništva Dela so v Torino poslali posebna poročevalca Ota Giacomellija in Boruta Šauto ter fotoreporterja Tomija Lombarja. Na daljavo oziroma iz redakcije pa je dogodke, tako ali drugače povezane z olimpijskimi igrami, spremljala in pokrivala še kopica novinarjev oziroma sodelavcev športnega uredništva. V času olimpijskih iger, od 11. do 26. februarja, so vsak dan pripravili tri olimpijske strani velikega Delovega formata, s čimer so dali ustrezno težo dogodku.

Kot sem že izpostavil, se bom v svoji analizi osredotočil na alpsko smučanje in smučarske skoke, posebno pozornost pa bom namenil opisu ter izboru besed in jezikovnih sredstev, ki služijo kot orodje vplivanja in vrednotenja. Kot pravi Richardson (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 58), ima način, kako so ljudje poimenovani v novinarskem diskurzu, pomemben vpliv na način, kako so ljudje zaznani in upoštevani v družbi.

V analizi obdelanih prispevkov smo izpostavili tri značilnosti, pomembne za kasnejšo primerjalno analizo in interpretacijo rezultatov diplomske naloge, in sicer **nacionalizem**, **tabloidnost** in **javno novinarstvo**.

1. Ljubezen do domovine ali **patriotizem** oziroma **nacionalizem** kot njegova 'slabšalna konotacija', ki izpostavlja delitve med 'našo' in 'njihovo' skupnostjo, sta prepoznavna v naslednjih specifičnih elementih, ki smo jih izluščili iz obravnavanega gradiva:

**a) pozitivna samoreprezentacija:** pozitivne značilnosti slovenskih oziroma 'naših' tekmovalcev so postavljene v ospredje in poudarjene, negativne značilnosti in dejavnosti pa zanemarjene (Van Dijk v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 57):

– »Tina Maze je s sedmim mestom na petkovem 'mariborskem veleslalomu' potrdila visoko kakovost, napad na zmagovalni oder na drugi tekmi pa se ji je ponesrečil. Zaradi tega ni bila pretirano slabe volje, saj je v tistih 30 sekundah smučanja dobila potrdilo, da je sposobna izpolniti tudi najvišji cilj« (Divac 2006a, 17).

– »Torino 2006? Svoje kakovosti se Mazejeva zelo dobro zaveda« (Divac 2006a, 17).

– »Tina Maze, ki jo zelo radi primerjajo z italijansko 'campionesso', v tovrstno 'matematiko' ne verjame« (Divac 2006b, 26).

– »Če bo med pripravami prišla do te zmagovite formule, potem bo zelo vroča favoritinja celo za dve kolajni« (Divac 2006b, 26).

– »Malo je smučark, ki so na vaši ravni« (Divac 2006b, 26).

– »Težja kot bo tekma, lažje bodo najboljše tekmovalke, med katere brez dvoma še vedno sodi tudi Tina Maze, uveljavile svoje prednosti« (Šauta 2006b, 23).

– »Lani sem pred začetkom svetovnega prvenstva v Bormiu zapisal svoje prepričanje, da je Tina dekle, ki zna zabiti odločilni gol v zadnji minuti derbija in v to še vedno verjamem« (Šauta 2006e, 25).

– »Tina Maze v tem slednjem postaja vse bolj podobna Mateji Svet in prav zato verjamem, da bo tudi ona nekega dne dokazala, da je velika šampionka« (Šauta 2006e, 25).

– To je njen pekel, zaradi katerega ji prav nič ne zavidam novega lepega sponzorskega avtomobila, slave in denarja, kolikor ga pač zasluži. Toliko znoja je vložena v to, tako bridka so razočaranja in tako neprijetno je obrekovanje rumenega tiska ter nenehno brskanje po zasebnosti, da je zaslužek ob vsem tem prej skromen kot kraljevski. In nenazadnje, vse to bo prav kmalu izgubila, če ne bo dokazala, da je šampionka. Je po superveleslalomskem brodolomu za Tina Maze že konec upanja na kolajno na petkovem veleslalomu? Še zdaleč ne!

(Šauta 2006e, 25)

– Lahko je športniku soliti pamet, da se je treba posloviti na vrhuncu, toda v resnici je odločitev o tem zagotovo ena najtežjih v karieri. Najbrž sem tudi sam vsaj delno kriv, da se Jure Košir ni že pred časom poslovil. Bil sem namreč med tistimi, ki smo ga po letu 2002, ko se je začel zdrs cele



moške ekipe, prepričevali, da je bila njegova kariera, v kateri je resda zbral le tri zmage, a je ob tem dvajsetkrat stal na stopničkah zmagovalnega odra, se 69-krat uvrstil med najboljšo deseterico in najvišje segel do 3. mesta skupne razvrstitve svetovnega pokala, da ne omenjamo slalomskega bronca z olimpijskih iger v Lillehammerju, veliko prelepa, da bi jo končal takole do konca potolčen in razočaran.

(Šauta 2006h, 24)

- Pa ni šlo zgolj za športni vidik njegove kariere, temveč tudi zato, da je bil v časih po osamosvojitvi, ko male države ubežnice iz balkanskega kotla nihče ni hotel niti povohati, Jure Košir resnično velika mednarodna zvezda in je ogromno naredil za dobro ime in ugled Slovenije. Žal se mu velika želja, da bi se poslovil z mesta, ki ga je držal skozi največji del svoje poldruge desetletje trajajoče kariere, torej iz družbe slalomskih prvokategornikov, ni izpolnila. Jure Košir, ki je znal vselej šarmirati sogovornike s svojim smehom in odprtostjo (k sreči ga ta dar še ni zapustil), na tekmah preprosto ni več našel tiste prejšnje lahkotnosti in igrivosti, ki ga je nekdaj krasila. In to je njegov največji in bržkone edini poraz.

(Šauta 2006h, 24)

**b) reprezentacija mi – oni:** nacionalizem je prepoznaven tudi v dualizmu mi – oni, ko medijski teksti z uporabo besede 'mi' povežejo ljudi v skupnost, na drugi strani pa nekoga izključijo: Vsak posameznik, ki je nagovorjen prek medijev, si lahko zamišlja, kdo je poleg njega še umeščen v to skupnost, ne da bi člane le-te poznal (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 30):

- »V našem smučarskem taboru bosta zato dva popolnoma nasprotna pola« (Čižman 2006a, 20).
- »Skupaj z Američani si končno le lahko oddahnemo« (Šauta 2006f, 25).
- »Princeska naše reprezentance na olimpijske igre žal ni prišla v takšnem stanju, na kakršno smo upali« (Šauta 2006a, 23).
- »Spomnimo se je, kako sproščena in mirna je bila kot novinka v reprezentanci« (Šauta 2006a, 23).
- »Upajmo, da bo to znala premostiti« (Šauta 2006a, 23).
- »Medtem ko se mnogi trenerji pritožujejo nad zahtevnostjo veleslalomске proge in njene preparacije, pa so v našem taboru kar zadovoljni« (Šauta 2006b, 23).
- »Upajmo le, da je ne bodo izdali živci« (Šauta 2006b, 23).
- »Njene osebne ambicije so hkrati tudi najvišje ambicije naše torinske odprave« (Šauta 2006g, 23).

– »Šesto in osmo mesto ambiciozne tekačice Petre Majdič, šesto mesto biatlonske štafete ter šesto in sedmo mesto deskarjev Dejana Koširja in Roka Flandra, to je vse, s čimer se lahko pohvalimo Slovenci« (Božič 2006, 1).

– »Nujno bi se moralo otresti vsakršnega pritiska, da mora za vsako ceno izpolniti cilje, ki jim najbrž ta čas naši skakalci niso kos« (Giacomelli 2006b, 25).

– »Samo tako je nekaj možnosti, da bi šli v tekmo razbremenjeni in da bi si vsaj s solidnimi, ne pa nujno vrhunskimi nastopi ustvarili solidna izhodišča za vrnitev na položaje, ki smo jih še pred nedavnim zasedali« (Giacomelli 2006b, 25).

– »Drevišnji in tudi ekipni nastop v ponedeljek je zato mogoče smotrno zasnovati le na nekaj pozitivnih prvinah, ki so našemu olimpijskemu skakalnemu zastopstvu vendarle še na voljo« (Giacomelli 2006b, 25).

– »Razpetim med negotovo formo, ob kateri je kakšnemu uspešnemu poskusu – v svetovnem pokalu in tukaj na treningu – sledilo več povprečnih in slabih, ter (pre)visokim ciljem je bil našim skakalcem v Pragelatu tako rekoč sojen križev pot« (Giacomelli 2006c, 15).

– »Bilo pa bi mogoče polemizirati o tem, ali so v našem taboru pred in tudi med igrami zares naredili vse, da bi preprečili pravi prosti pad samozavesti naših skakalcev« (Giacomelli 2006d, 25).

c) **metafore**, ki v narodu burkajo čustva:

– »Pogled na semafor je dobesedno bolel« (Šauta 2006d, 23).

– »Razpetim med negotovo formo, ob kateri je kakšnemu uspešnemu poskusu – v svetovnem pokalu in tukaj na treningu – sledilo več povprečnih in slabih, ter (pre)visokim ciljem je bil našim skakalcem v Pragelatu tako rekoč sojen križev pot« (Giacomelli 2006c, 15).

– »Tudi o banalnem vprašanju, zakaj je zvezni trener kot noj vztrajal pri enaki sestavi moštva, čeprav je bilo očitno, kdo je – psihično povsem na tleh – najšibkejši člen« (Giacomelli 2006d, 15).

– »Zakaj si o tem in še o čem drugem pristojni niso nalili čistega vina po končani predolimpijski sezoni? Zakaj se je Matjaž Zupan (naivno?) obdal s sodelavci, med katerimi so tudi taki, ki so mu prejšnjo zimo stregli po življenju?« (Giacomelli 2006d, 15).

– »Ali ni to narobe svet, v katerem se preprosto morajo zaređiti klice potencialnega razpada sistema, ki se je zgodil na ZOI 2006, ko je bil pritisk največji, prepad med pripravljenostjo skakalcev in cilji pa največji?« (Giacomelli 2006d, 15).

**2. Tabloidnost:** (fizični) opisi, značilni za tabloide, v kontekstu, ki vsebuje tudi ironijo in sarkazem:

– »Bode Miller in Tina Maze sta med olimpijskimi igrami vendarle slavila prvi zmagi. Ne sicer v povsem smučarskem tekmovanju, delno pa vendarle: bralci specializirane revije Ski racing so ju namreč izbrali za najbolj seksi alpska smučarja« (Šauta 2006f, 26).

– »Princeska naše reprezentance« (Šauta 2006a, 23).

– »(...), da ne bo postala zadirčna primadona« (Šauta 2006a, 23).

– »(...) se je v maniri olikane dame zahvalila slovenskim medijskim hišam za več deset tisoč evrov, kolikor nas stane neposredno poročanje z olimpijskih iger« (Šauta 2006g, 23).

– »Ne bormijsko pregorevanje, ne torinsko zavijanje v vato, da princesko ne bi zmotilo kakšno grahovo zrno pod pernico, nista prinesla uspeha« (Šauta 2006i, 26).

**3. Javno novinarstvo,** ki, kakor pravi Merritt (v Poler Kovačič 2005, 246), pomeni premik od zgolj opisovanja, kako gre kaj narobe, k predstavljanju, kako bi šlo lahko prav:

– »Šele čas bo pokazal, kateri pristop je boljši, ali polni program kot v Bormiu ali le izbrane tekme, torej obe veleslalomski preizkušnji, kot so se odločili tukaj. Ker se zdi, da je Tina Maze precej živčna in napeta, bi bilo nemara bolje, ko bi jo bolj zaposlili, toda Janez Slivnik se s tem ne strinja« (Šauta 2006b, 23).

– »Izolacija ji gotovo vzbuja občutke, da ji na drugi strani grozi nekaj hudega, da je pred njo obupno težka naloga, zaradi katere je treba spremeniti običajni vzorec življenja in samo še pogloblja breme, namesto, da bi ji ga lajšala« (Šauta 2006d, 23).

– »Tina Maze je v zelo delikatnem obdobju svoje kariere, pri nedopolnjenih 23 letih, zelo slabo vodena. Tehnično-smučarsko morda niti ne (tudi če odmislimo slabo drsenje, stagniranje v slalomu in smuku ter še kaj), zato pa v številnih drugih prvinah, predvsem v kanaliziranju lastnih ambicij in pričakovanj ter v obvladovanju pritiskov iz okolja« (Šauta 2006i, 26).

– »Pogled na potek sezone iz slovenskega zornega kota, pa tudi za prste ene roke dobrih skokov celotnega slovenskega moštva te dni v Pragelatu, nazorno kaže, kje so se v najbolj neprimernem

obdobju zime znašli naši skakalci. Na najnižji točki forme, s porušeno samozavestjo in občutkom, da pravzaprav ne vedo, ne kaj jim je storiti, ne kaj se z njimi pravzaprav dogaja« (Giacomelli 2006a, 15).

- Tekmovalke, predvsem seveda Tino Maze, po treningih smuka, kjer pa ni bila najbolj zgovorna, so očitno povsem odrezali od javnosti. Pred leti se takšnim potezam ne bi čudili, dandanes pa je kaj takega naravnost smešno, ne le v alpskem smučanju, temveč v vseh športih. Vse reprezentance prirejajo tiskovne konference za svoje reporterske ekipe, tudi proizvajalcem smuči in sponzorjem je veliko do tega, da se njihovi tekmovalci kar največ pojavljajo v medijih. Za povsem drugačno taktiko od slovenske ekipe se je odločila Španka Maria Jose Rienda Contreras. Skupaj s švicarskim trenerjem Maurom Pinijem sta bila pred superveleslalomsko tekmo v olimpijski vasi na voljo španskim pa tudi vsem drugim novinarjem. Prav zanimivo bo videti, kateri pristop bo uspešnejši, slovenska taktika zapiranja med štiri stene ali španska samozavest.

(Šauta 2006c, 15)

- Zelo težko je tekmovati če se človek zapre vase. Vse dvome in težo velikih tekem je treba spraviti ven. Če je človek neprijazen in zakrčen, to naredi zelo težko. Nobenega dvoma tudi ni, da si je Tina za Torino postavila previsoke cilje. Izjava, da je nič ne zanima, razen kolajne, je morda pogumna, vendar pa je lahko veliko bolj uničujoča, kot se zdi navzven. Tina mora narediti korak naprej, če želi na svetovnih prvenstvih in olimpijskih igrah osvajati kolajne. To so pač drugačne tekme, kot je vsakoletna serija tekmovanj za svetovni pokal, v katerem se slej ko prej izidejo razmere, kakršne si najbolj želel.

(Čižman 2006b, 25)

- Glede na visoko zastavljene olimpijske cilje je razvoj dogodkov načenjal tudi nujno potrebno samozavest stalnih članov naše reprezentance A. Okrnjen trening minule dni v razmerah porušene samozavesti nikakor ne gre na roko našemu moštvu. Nujno bi se moralo otresti vsakršnega pritiska, da mora za vsako ceno izpolniti cilje, ki jim najbrž ta čas naši skakalci niso kos. Samo tako je nekaj možnosti, da bi šli v tekmo razbremenjeni in da bi si vsaj s solidnimi, ne pa nujno vrhunskimi nastopi ustvarili solidna izhodišča za vrnitev na položaje, ki smo jih še pred nedavnim zasedali. Rezultatov se v tako psihično in tehnično zapleteni disciplini, to ni nobena nova, kaj šele izvirna ugotovitev, preprosto ne da izsiliti. Drevišnji in tudi ekipni nastop v ponedeljek je zato mogoče smotrno zasnovati le na nekaj pozitivnih prvinah, ki so našemu olimpijskemu skakalnemu zastopstvu vendarle še na voljo. V ta arzenal sodi predvsem osredotočenje na tehnično izvedbo

skokov, veselje do tekmovanja in prepričanje, da so s taktično pravilno pripravo na tekmovanje možni tudi hitri pozitivni premiki.

(Giacomelli 2006b, 25)

- O nezadostni izkušeni po kolajnah na ZOI 2002 in SP 2005 v Oberstdorfu pač nima smisla razpredati, ker ne zveni prepričljivo. Pač pa o popolnoma porušeni samozavesti, ki pa je kajpak posledica mnogih dejavnikov, s katerimi se je moštvo soočalo med večmesečnimi pripravami in jih z glavnim trenerjem na čelu očitno ni uspešno obvladalo. Obenem, žal, v šestih letih po vsem sodeč ni razvilo konzistentnega lastnega koncepta športne priprave in modela uspešne skakalne tehnike, ki bi mu dosledno sledil. Razpetim med negotovo formo, ob kateri je kakšnemu uspešnemu poskusu – v svetovnem pokalu in tukaj na treningu – sledilo več povprečnih in slabih, ter (pre)visokim ciljem je bil našim skakalcem v Pragelatu tako rekoč sojen križev pot.

(Giacomelli 2006c, 15)

- Bilo pa bi mogoče polemizirati o tem, ali so v našem taboru pred in tudi med igrami zares naredili vse, da bi preprečili pravi prosti pad samozavesti naših skakalcev. Tudi o banalnem vprašanju, zakaj je zvezni trener kot noj vztrajal pri enaki sestavi moštva, čeprav je bilo očitno, kdo je – psihično povsem na tleh – najšibkejši člen. Ali pa o tem, v kakšni meri so na ozračje vplivala že pred nekaj tedni tudi javno izražena mnenja nordijskega direktorja Primoža Ulage, ki zrcalijo radikalna razhajanja s pogledi zveznega trenerja na pripravljenost in tehnično podkovanost slovenskih skakalcev. V resnici niso nič novega, saj so bila vsaj povod, če že ne vzrok zamenjave Matjaža Zupana med novoletno turnejo 2004/05. Zakaj si o tem in še o čem drugem pristojni niso nalili čistega vina po končani predolimpijski sezoni? Zakaj se je Matjaž Zupan (naivno?) obdal s sodelavci, med katerimi so tudi taki, ki so mu prejšnjo zimo stregli po življenju in iz ozadja kot na primer dekan Fakultete za šport sodelovali pri poskusu, da bi ga odstranili s položaja? Ali ni to narobe svet, v katerem se preprosto morajo zaređiti klice potencialnega razpada sistema, ki se je zgodil na ZOI 2006, ko je bil pritisk največji, prepad med pripravljenostjo skakalcev in cilji pa največji?

(Giacomelli 2006d, 25)

- O vztrajnosti je zagotovo upravičeno mogoče govoriti, ker so olimpijski uspehi slovenskih zimskih športnikov z vrhuncem v Calgaryju 1988 – srebrna kolajna Mateje Svet in skakalne ekipe ter bronasta Matjaža Debelaka – še dolgo zatem poganjali in navdihovali skrb za športni naraščaj v temeljnih športnih okoljih. Na srečo, kajti (vrhunskemu) športu se v samostojni državi niso

pisali dobri časi. V veliki meri tudi zaradi konformizma OKS, ki je postal športni marketinški monopolist in logistični center, namesto, da bi postal dejaven usmerjevalec športne politike civilne sfere. Športa so se z njegovim soglasjem k jalovemu zakonu o športu polastili država in njeni birokrati.

(Giacomelli 2006e, 16)

- Če je športna politika OKS še zdaj brez strategije in konzistentnega razvojnega koncepta slovenskega (vrhunskega) športa odpovedala že tako rekoč na startu leta 1991, je na 20. ZOI pokleknila še stroka. Vendar posledic, na primer, poloma smučarskih skakalcev ne bodo občutili tutorji s FŠ, katerim so morda malo naivno nasedli dobronamerni trenerji, ki so se na to ustanovo kot študentje zatekli iz ljubezni do svoje športne discipline. Vse, kar so počeli, so zagotovo v najboljši veri in z najboljšimi nameni. A ko je treba sprejeti odgovornost za slabe rezultate kvazi stroke, ki jo njihovi pokrovitelji s FŠ prodajajo pod firmo znanosti, se prodajalci skrijejo na varno. Skupili jo bodo kot že tolikokrat skakalci in trenerji sami, izpostavljeni jezi šokirane športne javnosti, ki si polom pač razlaga kakor ve in zna. In seveda že tako in drugače obubožana skakalna društva, ki iluzijo – resda podprto s sijajnimi rezultati v bližnji in bolj oddaljeni preteklosti – o naši izjemni uspešnosti pravzaprav hranijo z znojem lastnih rok in noro predanostjo, žal, vse bolj redkih prostovoljcev. V socialno selekcioniranem alpskem smučanju teh anonimnih človeških vzvodov skoraj ni več, zato tudi razredčeno zaledje talentov ne obeta hitre ozdravitve. Ko pa ni več medsebojne konkurence, se lahko zgodita kvečjemu Ana Drev in Tina Maze.

(Giacomelli 2006e, 16)

## 5.2 KRITIČNA DISKURZIVNA ANALIZA PRIMORSKIH NOVIC – ZIMSKE OLIMPIJSKE IGRE 2006

Primorske novice so se projekta olimpijske igre lotile bolj skromno, brez posebnih poročevalcev iz Torina. Igram so temu primerno odmerili tudi prostor v dnevnikih izdajah. Teksti so bili večinoma povzeti iz drugih medijev, predvsem informativnih servisov oziroma agencij, avtorski komentarji in mnenja na daljavo pa so bili, upoštevajoč rezultate in kontekst, pesimistični in negativistični. V analizi smo se osredotočili predvsem na avtorske članke, v katerih so se izpostavile tri glavne značilnosti, pomembne za kasnejšo primerjalno analizo in interpretacijo rezultatov, in sicer **populizem, tabloidnost in nacionalizem**.

**1. Populizem (tržno novinarstvo):** loteva se tega, kar je videti od zunaj, pojavov, kot se kažejo pri površinskem (in pogosto površnem) opazovanju. Ne prizadeva si za čim bolj popolno, verodostojno sliko, ampak za tisto, ki bo poceni in dobičkonosna. To pomeni, da ostaja pri pojavu oziroma tisti strani pojava, ki jo želi videti oziroma hoče, da bi jo videlo množično občinstvo (Poler Kovačič 2005, 168):

**a) pragmatizem**, ki je prepoznaven v površinskem pristopu, v katerem so prvine, ki bi bile dolgočasne oziroma zapletene, preprosto izpuščene, ter z dovzetnostjo za ljudske zahteve in privlačnostjo za naslovnike, ki iščejo preproste odgovore na težka vprašanja (Mcmanus in Bernstein v Poler Kovačič 2005, 79–111):

– »Slovensko alpsko smučanje potrebuje katarzo! Vogrinec je vladal z železno roko in botroval odhodu marsikaterega prekaljenega trenerja in tekmovalca. Zadnja leta so doma ostali manj izkušeni trenerji, vodstvo reprezentance pa se je pri marsikateri rešitvi uštel. Že to, da je Andrej Šporn z minimalnim treningom hitrih disciplin daleč najboljši Slovenec na ZOI in da so ga kljub njegovemu želji, da bi treniral smuk, silili v slalom, veliko pove o improvizacijah« (Maver 2006c, 19).

– Rezultati med sezono kažejo, da velika večina 41 slovenskih olimpijcev v Torinu ne more računati na vidne uvrstitve. Razvrstili smo jih v tri skupine. V skupino važno je sodelovati sodi del alpskih smučarjev in smučark, skakalca Primož Peterka in Jure Šinkovec, akrobatski smučarji, moška biatlonska vrsta, tekači in tekačice na smučeh (brez Majdičeve), umetnostni drsalec Gregor Urbas

in sankoč Domen Pocięcha. Vse kaže, da bo večji del slovenske odprave tekmoval po izvirem olimpijskem duhu.

(Maver 2006a, 14)

**b) postavljanje implicitnih in ogoręenih vprašanj**, kar komentarje spreminja v polemična pisma bralcev (Kalin Golob 2004, 77):

– »Kam je padel slovenski smučarski šport?!« (Maver 2006b, 18).

– »Kdaj so zadnje odličje prinesli v alpskem taboru?« (Maver 2006c, 19).

– »Kaj je šlo narobe?« (Sabadin 2006, 2).

**c) prehitevanje dogodkov v sporočanju** oziroma težnja po tržnem novinarstvu, kjer v spopadu zmaga tisti, ki je bolj napadalen in strelja prvi (Encabo v Poler Kovačič 2005, 166):

– »Čprav se bodo 20. zimske olimpijske igre končale šele jutri, so slovenske tekmovalne ambicije z včerajšnjim polomom Tine Maze usahnile. Ker so naši glavni aduti pogoreli, lahko že zapišemo, da je slovenska olimpijska ekspedicija v Torinu doživela katastrofo« (Sabadin 2006, 2).

**d) upovedovanje z ene točke pogleda oziroma lahkotno ocenjevanje**: novinar etično presoja po posluhu, kar pomeni intuitivno, spontano, čustveno in pogosto iracionalno. Novinar ne sprašuje, ampak prenaša govorice in tendenciozne domneve (Poler Kovačič 2005, 173–182):

– »‘Naključno’ so ji propadli vsi posli, v katere je vložila denar, tako da ta smučarska genialka danes živi življenje povprečne, redno zaposlene gospodinje« (Tasi 2006, 13).

– »Danes njeni nasledniki razmišljajo, kako bi kakšno leto dlje vegetirali v reprezentanci, da bi si lahko z denarjem od reklame za čokolado zgradili vilo ob Blejskem jezeru« (Tasi 2006, 13).

– »Tudi genialni smučarski trener Filip Gartner, ki so se mu na koncu priklonili tudi Avstrijci, je moral oditi. Menda zato, ker se ni strinjal s tezo Toneta Vogrinca, ki je pred dvajsetimi leti črno na belem zapisal, da je organizacija pomembnejša od strokovnega dela« (Tasi 2006, 13).

## 2. Tabloidnost:

**a) modalnost**: kategorične modalne trditve (bo, morati, zagotovo, nujno...) delujejo bolj avtoritativno kot omahljive trditve in so zato pogosteje uporabljene v senzacionalnih žanrih (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 67):



- »Njihove uvrstitve so povečini na ravni smučarsko nerazvitih držav in bi na obraze vodil slovenske olimpijske odprave in panožnih zvez morale izvabiti rdečico sramu« (Maver 2006b, 18).
- »Če nas prehitvajo Angleži, Islandci, Gruzijci in celo Srbi, torej narodi brez vsakršne smučarske tradicije, mora biti s slovenskim smučanjem nekaj res hudo narobe« (Maver 2006b, 18).
- »Slovensko alpsko smučanje potrebuje katarzo!« (Maver 2006c, 19).
- »Upoštevajoč skrhano formo bi morale biti težave odpravljene takoj po novoletni turneji, z dodatno vadbo, ne pa z nesmotrno udeležbo na SP v poletih na Kulmu« (Pudgar 2006, 19).
- »Največjo odgovornost ob takem polomu vendar nosijo smučarski funkcionarji« (Sabadin 2006, 2).

**b) negativne vrednostne sodbe, pretiravanja,** značilna za tabloidne opise, ki se tudi z izborom neknjižnih in ekspresivnih jezikovnih sredstev uporabljajo za kritiziranje, razžalitev in poniževanje določenih družbenih akterjev (Kalin Golob 2004, 74–77):

- »Tina Maze sodi med rekreativce« (Primorske novice 2006b, 21).
- »Verjetno ne pretiravamo, če nastop Tine Maze označimo kot polom na kvadrat« (Primorske novice 2006b, 21).
- »V zadnjem času vse bolj razvajena slovenska smučarska heroina« (Primorske novice 2006b, 21).
- »Čez slab mesec se poslavlja cesar Tone Vogrinec« (Maver 2006c, 19).
- »Razvpita smučarska zveza« (Sabadin 2006, 2).
- »Slovenska smučarska princeska, ki nas posiljuje v neštetihih reklamah« (Tasi 2006, 13).
- »Šest slalomskih luzerjev pa se v Torinu na smrt skrega, kateri bodo tisti štirje, ki jim bo pripadel privilegij, da bodo na tekmi lahko izpadli v prvem teku ali pristali kvečjemu na 'odličnem' 25. mestu« (Tasi 2006, 13).
- »Če bi se povprečen državljani tako zmotil v presoji svojih sposobnosti, kot to počne slovenski smučar, ki trdi, da mu gre na treningu zelo dobro, na tekmi pa nikakor ne najde občutka (?!), bi bil gol in bos« (Tasi 2006, 13).

**c) moralne sodbe:** gre za umeščanje ljudi in dogodkov v zgodbe o dvodimenzionalnih konfliktih ter za interpretacijo in moralno vrednotenje tistih, ki v njih nastopajo. V njih se tako kot v klasičnih melodramatskih tekstih popularne kulture odvija jasno polarizirana drama med dobrim in zlom, udeleženci so označeni na eni strani kot storilci, na drugi pa kot žrtve (Luthar 1998, 15):

- V živem spominu mi je ostal nedavni televizijski pogovor Sandija Čolnika z Matejo Svet, ki se je 15 let po koncu blesteče smučarske kariere prvič pojavila v javnosti. Medtem ko danes njeni nasledniki razmišljajo, kako bi še kakšno leto dlje vegetirali v reprezentanci, da bi si lahko z denarjem od reklame za čokolado zgradili vilo ob Blejskem jezeru, je ona razmišljala o popolnem zavoju. In ker je vedela, da ji ne bo uspel nikoli več, je odšla. Ker je ob tem s prstom pokazala na vodstvo reprezentance, je bila deležna temu primerne obravnave.

(Tasi 2006, 13)

- Tudi genialni smučarski trener Filip Gartner, ki so se mu na koncu priklonili tudi Avstrijci, je moral oditi. Menda zato, ker se ni strinjal s tezo Toneta Vogrinca, ki je pred dvajsetimi leti črno na belem zapisal, da je organizacija pomembnejša od strokovnega dela. Po tako 'genialni' selekciji in sklepanju gnilih kompromisov pri strokovnem delu se ne gre čuditi nivoju, na katerem je danes pristalo slovensko alpsko smučanje, nekoč ponos nacije. Prav tako je povsem logično, da so ob vseh neuspehih na krmilu še vedno isti, večni funkcionarji. Oni so pač smisel in bistvo stvarstva. Vsaj tako so prepričani sami in v tem jim pritrjujejo tudi sponzorji. Edino, kar so spregledali, je, kako smešni so postali.

(Tasi 2006, 13)

### **3. Nacionalizem:**

**a) dualizem mi – oni:** Medijski teksti z uporabo besede 'mi' povežejo ljudi v skupnost, na drugi strani pa nekoga izključijo. Vsak posameznik, ki je nagovorjen prek medijev, si lahko zamišlja, kdo je poleg njega še uvrščen v to skupnost, ne da bi člane le-te poznal (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 30):

- »Slovenski navijači lahko le kličemo: Tina, pomagaj!« (Maver 2006b, 18).

- »Zdrs naših skakalcev« (Pudgar 2006, 19).

- »Če nas preHITEVajo Angleži, Islandci, Gruzijci in celo Srbi, torej narodi brez vsakršne smučarske tradicije, mora biti s slovenskim smučanjem nekaj res hudo narobe« (Maver 2006b, 18).

**b) melodramatizacija, patetična metaforika**, s katero v narodu burkajo čustva:

- »Tina, pomagaj! Kaj drugega nam očitno ne preostaja« (Maver 2006b, 18).
- »Gnev armade slovenskih navijačev se zato še stopnjuje« (Sabadin 2006, 2).
- »Vogrinec je vladal z železno roko« (Maver 2006c, 19).
- »Slovenska smučarska princeska, ki nas posiljuje v neštetihi reklamah« (Tasi 2006, 13).
- »Šest slalomskih luzerjev pa se v Torinu na smrt skrega...« (Tasi 2006, 13).

**c) stereotipi**: so pričakovanja o obnašanju določene skupine. Gre za proces pripisovanja lastnosti ljudem na podlagi njihove skupinske pripadnosti, ne pa na podlagi njihovih individualnih značilnosti in posebnosti. S stereotipi se v skupnosti najpogosteje označujejo 'drugi'. (Ule 2005, 56–57):

- »Zlasti pri Slovencih, ki jim tako in tako primanjkuje borbenosti. Ne samo na odločilnih tekmah, temveč tudi na treningih« (Pudgar 2006, 19).
- »Del krivde sicer nosijo športniki sami, ki se nikakor ne uspejo izviti iz slovenske majhnosti in strahu pred uspehom« (Sabadin 2006, 2).

### 5.3 PRIMERJALNA ANALIZA IN INTERPRETACIJA REZULTATOV

Pri interpretaciji in primerjalni analizi rezultatov obeh časnikov je treba vsekakor upoštevati različne kontekste: situacijski kontekst, institucionalni kontekst ter širši skupinski ali družbeni kontekst, ki smo jih izpostavili že v prejšnjih poglavjih. Na tej ravni se lahko vprašamo, kaj tekst sporoča o družbi, v kateri je nastal, in o družbi, ki ji je namenjen. Na tej ravni diskurzivna analiza postane kritična diskurzivna analiza. (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 47).

Pri razčlenitvi prispevkov z olimpijskih iger v Torinu je treba na prvo mesto postaviti različno temeljno izhodišče oziroma (ne)posredno poročanje časnikov. Če je športna redakcija Dela, ki v živo neredko pokriva tudi tekme svetovnega pokala v paradnih zimskih disciplinah, poslala v Torino specialista za alpsko smučanje Boruta Šauto in smučarske skoke Ota Giacomellija, so v Primorskih novicah razvoj dogodkov na igrah spremljali na daljavo oziroma prek informativnih servisov.

Opazovanje z (ne)udeležbo pa ima ob poznavanju problematike in konteksta ter novinarjevi razgledanosti, angažiranosti in izkušnjah gotovo pomembne implikacije na diskurz, kar je bilo razvidno tudi iz samih prispevkov. Tako imenovane subvencionirane informacije olajšajo in pocenijo novinarsko delo, a nikoli ne morejo povsem nadomestiti informacij, ki jih novinar lahko zbere na terenu, med ljudmi, na kraju dogodka, ki mu je sam prisostvoval.

V Delu, kjer so olimpijskim igram dnevno namenili tri od štirih športnih strani, so tako prevladovali avtorski članki, nadgrajeni z novinarskimi mnenji oziroma strokovnimi komentarji, v Primorskih novicah, kjer je prostor, odmerjen igram na športnih straneh, precej nihal, pa agencijska poročila. Novinarskih mnenj in strokovnih komentarjev je bilo v primerjavi z Delom le za vzorec. Strinjamo se z Milosavljevičem (2004, 144), ki pravi, da prizadevanje za čim manjše stroške sproži verižno reakcijo, ki se kaže v slabših delovnih razmerah, torej slabših možnostih za temeljito novinarsko delo, tako pomembno za vsako demokracijo in družbo, pa tudi drugih posledicah za novinarsko vsebino.

Prispevki Dela so bili zaradi velike pozornosti in večjega formata časnika raznovrstni in razkošni. Zvrstili so se domala vsi novinarski žanri, od vesti, poročil, pogovorov, kolumn, strokovnih komentarjev, anket do podlistkov, ki jih je po daljšem medijskem molku prispevala najboljša slovenska smučarka vseh časov Mateja Svet. Največ je bilo komentiranih poročil obeh reporterjev. Primorske novice so se v pretežni meri omejile na agencijske prispevke, ki so jih opremili z avtorskim uvodom in naslovom. Ob prelomnih dogodkih oziroma nastopih glavnih slovenskih adutov na igrah pa so se pojavili tudi avtorski komentarji oziroma mnenja.

Druga pomembna ločnica med obema časnikoma, ki se navezuje na (ne)posredno poročanje obeh časnikov z iger v Torinu, je ubeseditev izbranega gradiva. Rezultat je v športu sicer končno merilo, na katerem temeljijo ocene in komentarji, razhajanja v jeziku, stilu in vsebini diskurza pa so vendarle opazna in občutna. Če so se novinarji in komentatorji Dela v svojih prispevkih zanašali na argumentacijo, utemeljenost obtoževanja in uravnoveženost sporočanja, pa se v prispevkih njihovih kolegov s Primorskih novic neredko pojavljata poenostavljanje ter neuravnoveženo in pomanjkljivo sporočanje, ki pogosto predstavlja le eno plat zgodbe, v kateri se novinar sklicuje na govornice, vnaprejšnja prepričanja in pričakovanja ter stereotipe, v skladu s katerimi izbira ali ustvarja dokaze, ki postanejo ogrodje njegovega konstrukta.

Za razliko od Delovih komentarjev, kjer so po pravilu ponotranjili relevantna družbena vprašanja in si jih zastavljali v notranjem dialogu, je za Primorske novice pogostokrat značilno upovedovanje z ene točke pogleda, interpretacija z enega mesta. Slednje bi lahko pripisali tudi pragmatičnemu pristopu, ki so mu, kot pravi Mcmanus (v Poler Kovačič 2005, 79), ljubša krajša besedila, v katerih so prvine, ki bi lahko bile dolgočasne ali preveč zapletene, enostavno izpuščene, na izbor pa posredno vplivajo tudi naslovniki oziroma potrošniki, ki se, kot pravi Bernstein (v Poler Kovačič 2005, 111), nagibajo k iskanju preprostih odgovorov na težka vprašanja ter kažejo volčjo lakoto po opravljanju in čvekanju.

Strinjamo se s Polerjevo (2005, 172), ki pravi, da v novinarstvu zaradi odsotnosti absolutnega postaja vse sprejemljivo in vse enako prav; preverjati in ne preverjati informacij, spoštovati zasebnost in vdirati vanjo, odvisno od situacije, okoliščin. »Tržnonovinarski diskurz svojega odnosa do resničnosti ne utemeljuje na normi objektivnosti, ampak na normi tržnega uspeha, zato

tržno novinarstvo pogosto ostaja na površini in ne poskuša prodreti v temelje in ostaja pri tisti strani pojava, ki jo želi videti oziroma hoče, da bi jo videlo množično občinstvo« (Poler Kovačič 2005, 168). Na to se veže tudi izbor jezika, ki je pomemben zato, ker ni nevtralen in sveta ne opisuje, temveč ga konstruira.

V prispevkih Primorskih novic se pojavljajo sugestivni naslovi, negativno vrednotenje ubesedenih dejstev, raba neknjižnih in ekspresivnih sredstev ter za tabloidni diskurz značilna žaljiva ozroma destruktivna kritika. Na drugi strani je Delova kritika ostra, a ne stopi čez mejo javnega sporočanja. Te razlike bi lahko bile tudi posledica spremenjenih družbenih razmer. Demokratizacija medijev je, kot pravi Kalinova (2004, 77), s seboj prinesla tudi demokratizacijo jezika, in s tem vstopajo v javna knjižna besedila tudi prvine, za katere se je štelo, da so del ozko zasebnega, celo zgolj kavarniškega kroga.

Mediji, pojmovani kot tržno blago, pa so prispevali k spremembam v tvorjenju novinarskih besedil. Tudi v stilnem, ki je tesno povezano z vsebinskim ubesedovanjem, so si prispevki Dela in Primorskih novic kar precej različni. Van Dijk (v Milosavljevič 2003, 46–48) definira stil v splošnem smislu kot skupek lastnosti, menjajočih se strukturalnih značilnosti diskurza, ki so kazalec osebnih in družbenih okoliščin okoli govorca, ki so semantično, pragmatično in situacijsko stalne.

Pri Primorskih novicah so se v svojih prispevkih neredko odločili za pristop, ki, kot pravi Encabo (v Poler Kovačič 2005, 166), spominja na divji zahod, kjer v spopadu oziroma tekmovanju med časniki zmaga tisti, ki je bolj napadalen in strelja prvi. Ob tem v prispevkih Primorskih novic ne manjka lahkotnega ocenjevanja. V komentarjih pa srečamo izrazito govorne prvine, to je prvine neposrednega sporočanjevega stika, v katerih gre, kot pravi Kalinova (2004, 77), za ustvarjanje psevdointimnosti, postavljanje ogorčenih vprašanj, melodramatizacijo, kar lahko nekatere komentarje spreminja v polemična pisma bralcev.

V središču pozornosti prispevkov Primorskih novic so bile običajno skupine ali posamezniki in ne problematika (v našem primeru slovenskega smučanja) v celoti, kot so jo poskušali razdelati na drugi strani v Delu, kjer so stavili na analitični slog, torej racionalne oblike upovedovanja

besedil, ki ponujajo ozadje in pojasnilo. Da pa bi lahko na tej podlagi Delo brez zadržkov uvrstili med resne časnike, ki, kot pravi MacDonaldova (v Milosavljevič 2003, 15), temeljijo na abstraktnem, racionalnem, analitičnem in univerzalnem, Primorske novice pa med tabloidne, ki imajo izhodišče, kot zatrjuje MacDonaldova (v Milosavljevič 2003, 15), v emocionalnem, intuitivnem in naključnem oziroma temeljijo na drami, konfliktu in čustvih, bi bilo pretenciozno. V našem primeru bi bila tovrstna delitev preveč ostra in poenostavljena.

Novinarji Dela in Primorskih novic so v svojih prispevkih uporabljali tudi izkušnje in čustva, ki pa so nastajala v različnih kontekstih, zato so se tudi različno projicirala v samih prispevkih. Če so v Delu gojili nacionalni čut, pozitivistični pristop, spoštovanje lika in dela tekmovalcev ter ostro, a konstruktivno kritiko s ščepcem ironije, so v Primorskih novicah avtorji čustva izražali predvsem z negativizmom, blatenjem ter destruktivno in v določeni meri žaljivo kritiko. V regionalnem časniku so bila prisotna tudi pretiravanja, vrednostne in moralne sodbe, pristranskost ter označitev enih akterjev v prispevkih z 'žrtvami', drugih pa s 'storilci', pri čemer so izpostavljene zgolj pozitivne značilnosti enih in zgolj negativne drugih. V stavkih posameznih prispevkov Primorskih novic se neredko pojavljajo tudi modalne trditve, ki delujejo bolj avtoritativno, zato so, kot pravi Erjavčeva (2007, 67), pogosteje uporabljene v senzacionalnih žanrih.

Ena od možnih interpretacij za zgoraj naštetе razlike bi lahko bila, da je Delo osrednji slovenski, torej nacionalni časnik, ki je z nazornimi besednimi zvezami (naši tekmovalci, princeska, šampionka, velika mednarodna zvezda) v olimpijskih prispevkih to tudi večkrat nakazal. Primorske novice so na drugi strani regionalni časnik s kratko zgodovino dnevniškega izhajanja, ki si s komercialnim pridihom in pragmatičnim pristopom skuša utrditi položaj na regionalnem tržišču. Slabi rezultati slovenskega zastopstva, v katerem ni bilo za povrh nobenega primorskega tekmovalca, so dali dodatni impulz nestrpnemu razpoloženju v poročanju Primorskih novic. Pri tem neredko uporabljajo tudi stereotipe (slovenska majhnost, strah pred uspehom, primanjkovanje borbenosti), s katerimi se običajno označuje pripadnike druge skupine in ne naše. Tu se strinjamo z Erjavčevo (2007, 31), ki pravi, da se stereotipi ne pojavljajo kot znak (kot predstava, ki proizvaja pomen), marveč kot signal, ki avtomatično napoti k eni sami možni interpretaciji. Stereotipi nam govorijo o svetu, preden ga sploh vidimo.

## 6 SKLEP

V naši diplomski nalogi smo ugotavljali, kako mediji prek športnih vsebin vplivajo na ustvarjanje, utrjevanje in nenazadnje spreminjanje posameznih identitet. Primerjali smo poročanje nacionalnega in regionalnega časnika, Dela in Primorskih novic, z olimpijskih iger 2006 ter vzeli pod drobnogled smučanje, ki je sodelovalo v oblikovanju slovenske identitete, v zavest pa se je usidrilo kot nacionalni šport.

V jedru naše analize so bile tri spremenljivke, in sicer šport, mediji in (nacionalna) identiteta, ki so med seboj neločljivo povezane in prepletene. Tako smo jih v posameznih poglavjih tudi razdelali. Za celovito sliko stanja in dogajanja smo morali upoštevati tudi ožji in širši družbeno-socialni, politično-ekonomski, zgodovinsko-zemljepisni in kulturni kontekst, ki je s specifičnimi okoliščinami, z zakonitostmi in nepisanimi pravili vred v posameznih obdobjih uokvirjal vse tri komponente.

Šport, mediji in nacionalna identiteta so se v letih razvijali, preoblikovali in spreminjali, izgubljali stare značilnosti in lastnosti ter pridobivali nove, neredko tudi v medsebojni soodvisnosti. Preverjeno trditev, da družba in družbena formacija, to je zgodovinske, politične, ekonomske, ideološke in zemljepisne značilnosti družbe, oblikujeta ogrodje in strukturirata delovanje novinarjev, lahko posplošimo tudi na polje športa in oblikovanja posameznih identitet, nacionalnih in regionalnih. Zato smo si v praktičnem oziroma primerjalnem delu naše naloge pomagali s kritično diskurzivno analizo, ki, jezik analizira v odnosu na družbeni kontekst, v katerem je uporabljen, in upošteva družbene posledice njegove uporabe.

Ugotovitve so potrdile hipotezo, da obstajajo razlike med načinom, vsebino in odnosom pri poročanju in komentiranju regionalnih medijev nasproti nacionalnim. Na podlagi analize športnih vsebin smo ugotovili, da pomembno vlogo pri razlikovanju nacionalnih in regionalnih medijev igrajo objektivni razlogi, kot so profil časnikov, ciljna publika, politično-ekonomski in družbeno-zgodovinski kontekst s tradicijo, nacionalna in regionalna umeščenost ter naravnost oziroma pristop posameznega medija v dobi naraščajoče komercializacije. Slednja je ob športnem zajela tudi medijski svet, pri čemer v Sloveniji obstajajo specifike. Starim množičnim občilom (tisk,



radio, televizija) se pridružujejo nova (računalniške oblike množičnega komuniciranja, internet), zato je sodobnih prostočasnih praks vse več, tržišče informiranja in zabave pa vse bolj nasičeno. Strinjamo se z Milosavljevičem (2003, 8), ki pravi, da mora biti v kontekstu postmodernega medijskega sejmišča medijska ponudba – tudi če gre za informativne vsebine – atraktivna, da bi pritegnila pozornost in bi ji posameznik namenil del svojega časa.

Prepoznavnost in prevladovanje določene simbolne oblike na tržišču se spreminjata, saj ju določajo zakoni ponudbe in povpraševanja med proizvajalci in potrošniki medijskih vsebin. Novinarska besedila se tako spreminjajo v različico, ki ustreza zahtevam, potrebam in okusu tržišča. Različne oblike besedila se razvijajo glede na prevladujoče socialne razmere, hkrati pa same s svojimi transformacijami lahko vplivajo povratno in socialne razmere spodbujajo. Vsekakor nanje – kot produkte nekega okolja – vplivajo spremembe tega okolja (Milosavljevič 2003, 132).

Pri tem gre izpostaviti tudi medijski položaj v Sloveniji, kjer komercializacija nima dolge tradicije in pravila igre še niso vzpostavljena. Strinjamo se s Koširjevo (2003, 63), ki pravi, da naslovniki z redkimi izjemami svoje naivno zaupanje v resničnost objavljenega delijo vsem občilom po vrsti, ne glede na barvo, slog, točnost in resnost sporočenega, hkrati pa verjamejo, da imajo vesti v tabloidih enako težo kot tiste v resnih, analitičnih novinarskih prispevkih. Tudi zato smo se pri primerjalni metodi in kasnejši interpretaciji rezultatov navezali na postulate kritične diskurzivne analize, ki jih je povzela ena od njenih utemeljiteljic. Wodakova (v Erjavec in Poler Kovačič 2007, 42) tako pravi:

- Kritična diskurzivna analiza se ukvarja z družbenimi problemi in ne z rabo jezika samo po sebi, zato je interdisciplinarna.
- Odnosi moči so povezani z diskurzom in kritična diskurzivna analiza se ukvarja z močjo v diskurzu in močjo nad diskurzom.
- Družba in kultura sta dialektično povezani z diskurzom: družba in kultura oblikujeta diskurz in nasprotno diskurz oblikuje njiju. Vsaka uporaba jezika reproducira ali preoblikuje družbo in kulturo, vključno z odnosi moči.
- Diskurz je zgodovinsko pogojen in ga je mogoče razumeti le v kontekstu.

– Diskurzivna analiza je interpretativna in pojasnjevalna. Kritična analiza upošteva sistematično metodologijo ter odnos med tekstom in njegovimi družbenimi okoliščinami, ideologijami in odnosi moči. Interpretacija je vedno dinamična ter odprta za nove kontekste in nove informacije.

Ideologija se torej izvaja v diskurzu, ki ima največjo moč takrat, kadar ljudje vanj privolijo. V trenutku, ko vanj privolijo, ga reproducirajo in utrjujejo, skozenj pa utrjujejo in reproducirajo tudi obstoječe odnose v družbi. Predpostavka ideologije je, da kroži med somišljeniki, kar se v sodobnem svetu najbolj učinkovito dogaja prek množičnih medijev. Mediji redno obdelujejo gradiva družbenega življenja in jih vključujejo v skladen ideološki sistem. Pri tem skušajo osmisliti svet, ga interpretirati, pojasniti občinstvu, za kaj v svetu gre. Mediji dogodkov ne opisujejo pasivno ali jih le oblikujejo v prispevek, ampak jih aktivno konstruirajo, v glavnem na temelju ideoloških povezav (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 24–26).

Če povzamemo in še nadgradimo misli iz prejšnjega odstavka, torej vsak medij, vsak prispevek, naj bo politični, ekonomski, kulturni ali športni, nosi v sebi idejo, nek konstrukt, s katerim se poskuša približati zelenemu ožjemu ali širšemu zgodovinsko-zemljepisnemu in družbeno-socialnemu kontekstu in ga obenem tudi krojiti oziroma mu dati nove razsežnosti, s katerimi se bo naslovnik identificiral. Vsaka družbena skupina se mora, da se ta lahko identificira kot taka, razlikovati od drugih notranjih in zunanjih drugih. Tudi v medijski konstrukciji identitete, ki neposredno zadeva problematiko v naši diplomski nalogi, gre za proces diferenciacije, to je opisa lastne družbene skupine z razlikovanjem od drugih skupin. Pri tem je, kot pravi Erjavčeva (2007, 29), identiteta družbenih akterjev v medijskem tekstu najpogosteje konstruirana in definirana kot identiteta članov posameznih skupin s poudarjanjem reprezentacije drugih kot drugačnih, neredko tudi s stereotipnimi ocenami.

Analiza medijskega diskurza Dela in Primorskih novic je potrdila drugi del hipoteze, da ob upoštevanju različnega konteksta, profila in umeščenosti medija regionalni mediji odsevajo in soustvarjajo deloma nacionalno identiteto, toda zaradi specifičnosti svojega občinstva so predvsem pod vplivom regionalne identitete.

Sodobno državljanstvo je postalo ena od številnih identitet posameznika. Pluralistične države pa imajo različne oblike javnega diskurza, ki omogočajo različne oblike državljanstva. Pri tem ne gre zanemariti specifične vloge novinarja oziroma njegovih vrednot in stališč, ki naj bi ga usmerjale pri iskanju in izbiri dejstev. Posameznikove vrednostne sodbe so neločljiv del novinarskih sodb o primernosti dejstev in novic. Samo produkcijo izdelka poleg družbeno-ekonomskega in kulturnega okolja ter ob vsaj formalnem upoštevanju zakonodajne regulative in novinarske etike krojijo torej tudi subjektivni dejavniki: že omenjene posameznikove vrednostne sodbe, individualne izkušnje, poznavanje problematike, razgledanost posameznega novinarja, znanje in veščine posameznika. Poleg naštetega pa ne gre prezreti niti ostalih specifičnih dejavnikov, kot so časovne in prostorske omejitve, določen način dela, ki ga zahtevata medijska oblika in tehnologija, ter tudi notranje pritiske, pri čemer velja izpostaviti pritiske lastnika in politiko medija (Erjavec 2004, 119–121).

Po tej podrobni, a tudi potrebni razčlenitvi specifičnega (medijskega) konteksta, se lahko sedaj navežemo tudi na šport kot hvaležno medijsko področje. Narava športa producira zmagovalce in poražence, omogoča zamišljanje v skupnosti in sproža čustva, ki se smejo izražati neposredno in neprikrito. Ob tem šport vsebuje tudi pravljico, boj med junaki in antijunaki, med dobrim in zlim, z dodano vrednostjo, da se vse skupaj dogaja tukaj in zdaj, v živo, z vsemi elementi dramatizacije in personalizacije.

Natančno ovrednotenje športnega dosežka prinaša občilom okusno kost za glodanje: kdo je zaslužen za zmago in kdo je kriv za poraz, pri čemer je zlasti v rumeno obarvanih medijih dovoljeno skoraj vse. Glavni akterji pa se morajo kot znane osebnosti podrediti tovrstnemu diskurzu ter dobrim in slabim platem javne izpostavljenosti. Športni novinarji imajo pomembno vlogo pri usmerjanju čustvenih izbruhov občinstva. Njihove ocene so kot etikete in so kot take precej odporne proti razpadanju.

Pomen medijskega diskurza se je v Sloveniji pokazal na primeru smučanja oziroma oblikovanju smučarske identitete, ki se sicer spreminja, a tudi utrjuje z mitskimi heroji (Bojan Križaj, Rok Petrovič, Mateja Svet) in s tradicionalnimi prireditvami (Planica, Kranjska Gora, Maribor). Smučarska dovzetnost oziroma nadarjenost Slovencev, ki so jo za utrjevanje nacionalne

samozavesti po osamosvojitvi še bolj dosledno in nekritično vzpostavljali tudi (nacionalni) mediji, pa se je v delu javnosti, tudi primorske, v zadnjih letih pokazala kot kontraproduktivna: sprejel jo je z določeno distanco do dogajanja ali celo s privoščljivostjo ob neuspehih slovenskih tekmovalcev.

Slaboten smučarski utrip so zaznali tudi primorski mediji in zajahali padajočo rezultatsko krivuljo za uničujočo kritiko celotne smučarske piramide, ki naj bi jo favorizirali na račun drugih športov. Tovrstni populistični prijemi pa imajo ob slabših dosežkih tekmovalcev precej možnosti, da padejo na plodna tla in tako vplivajo na oblikovanje in spreminjanje identitet. Seveda velja ta vpliv umestiti v širši socialno-kulturni, politično-ekonomski in zgodovinski kontekst. Tudi v Sloveniji. Če je bil v bivši Jugoslaviji center moči in odločanja Beograd, pa je to z novo državo postala Ljubljana, ki je s tem hote ali nehote postala tudi priročen kanalizator za različna nezadovoljstva in centralistične očitke o neustreznem odnosu, podtikanjih, zapostavljenosti in izkoriščenosti periferije.

Primorska pri tem ni bila izjema. Afera Hit in finančne afere v zamejstvu (Safti, Kmečka banka), so v 90-ih letih mobilizirale primorsko javnost na obeh straneh meje, ponekod pa so jih doživeli tudi kot boj Ljubljane proti regiji. Pod drobnogledom so bila tudi nekatera zgodovinsko občutljiva vprašanja, kot sta domnevno premajhna zavzetost Primorske v osamosvojitveni vojni in kočljivo vprašanje sprave. K ozračju primorske zapostavljenosti po odcepitvi Slovenije od Jugoslavije je slej ko prej prispevala tudi težnja po čimbolj učinkovitem poenotenju slovenskega prostora, kjer policentrični razvoj ni bil v ospredju.

Napovedana ustanovitev pokrajin oziroma regionalizem naj bi odpravila ta nesorazmerja, a sta na Primorskem sprožila nova nesoglasja. Delitev Primorske na severni (Goriška pokrajina) in južni del (Obalno-Kraška pokrajina) je zlasti v regionalnih medijih poleg gospodarskih in političnih spet sprožila zgodovinska vprašanja o (ne)smiselnosti vnovičnega razkosanja Primorske, ki je že tako razdeljena med Slovenijo in Italijo, in prerekanja o potencialnih zunanjih in notranjih sovražnikih, proti katerim bi se morala postaviti nedeljiva, enotna in močna Primorska. V javnomnenjskih soočenjih pa je bila stalno izpostavljena tudi problematika regionalne pripadnosti primorskih prebivalcev in zgodovinske teže imena Primorska.

Vprašanje nacionalne in regionalne identitete tudi po vzpostavitvi Slovenije kot neodvisne države in njenem vstopu v Evropsko unijo ostaja torej še kako aktualno in obremenjeno z različnimi gospodarsko-političnimi interesi, družbeno-kulturnimi okoliščinami ter zgodovinsko-zemljepisnimi konteksti in s konstrukti, ki jim je kljub padcu meje ali pa ravno zaradi tega še posebej izpostavljena Primorska in na njenem območju delujoči regionalni mediji. Nacionalna zavest ni nadomestila regionalne, saj občutki pripadnosti živijo eden ob drugem. Regionalni mediji imajo pri tem pomembno vlogo: odsevajo in soustvarjajo deloma nacionalno identiteto, zaradi specifičnosti svojega občinstva pa so predvsem pod vplivom regionalne identitete.

## 7 LITERATURA

- Anderson, Benedict. 1998. *Zamišljene skupnosti. O izvoru in širjenju nacionalizma*. Ljubljana: Studia Humanitas.
- Bergant, Evgen. 1992. Albertville: otvoritev tretje razsežnosti. *Delo*, (10. februar).
- Boyle, Raymond in Richard Haynes. 2000. *Power Play Sport, the Media & Popular Culture*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Božič, Franci. 2006. Zbogom Torino, nasvidenje Vancouver. *Delo*, (27. februar).
- Bulc, Rok. 2003. *Slovensko časopisje v času in prostoru: Slovenski nacionalni športi in mediji – slovenski rokomet in njegova odmevnost v časopisju*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
- Burr, Vivien. 1995. *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.
- Cashmore, Ellis. 2005. *Making Sense of Sport*. London: Routledge.
- Coakley, Jay in Eric Dunning, ur. 2002. *Handbook of Sports Studies*. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Crnkovič, Marko, ur. 1996. *Slovenska smer*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Čižman, Tomaž. 2006a. Skrivnost ameriških zmag. *Delo*, (9. februar).
- . 2006b. Tina je imela previsoke cilje. *Delo*, (25. februar).
- Debeljak, Aleš. 2002. *Lanski sneg, eseji o kulturi in tranziciji*. Maribor: Dialogi, Artistej.
- Dimic, Tomaž in Branko Jazbec, ur. 1996. *Na obrobju Ali je Primorska klonila?* Nova Gorica, Trst: Oko.
- Divac, Vito. 2006a. Vse je za nekaj dobro. *Delo*, (6. februar).
- . 2006b. V Sestrieru brez bremena in zgolj za zabavo. *Delo*, (11. februar).
- Dnevnik*. 1988. Otvoritev za dolg spomin, (15. februar).
- Doupona, Mojca in Krešimir Petrovič. 2000. *Šport in družba*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Erjavec, Karmen. 2004. Sodobno novinarstvo in teorija demokracije. V *Poti slovenskega novinarstva danes in jutri*, ur. Monika Kalin Golob in Melita Poler Kovačič, 113–139. Ljubljana: FDV.
- Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. 2007. *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: FDV.
- Foucault, Michel. 1999. *The Subject and Power*. New York: The New Museum of Contemporary Art.

- Giacomelli, Oto. 2006a. Slovenci so se zbrisali s svetovnega zemljevida. *Delo*, (13. februar).
- 2006b. Ali bodo slovenski orli zmogli temeljit zasuk? *Delo*, (18. februar).
- 2006c. Križev pot slovenskih skakalcev se nadaljuje. *Delo*, (20. februar).
- 2006d. Caporetto, ne Kobarid. *Delo*, (22. februar).
- 2006e. Le vkup, uboga gmajna. *Delo*, (27. februar).
- Grafenauer, Niko, ur. 1993. *Slovenci in prihodnost*. Ljubljana: Nova revija.
- Guttmann, Allen. 2002. The Development of Modern Sports. V *Handbook of Sports Studies*, ur. Jay Coakley in Eric Dunning, 249–259. London: Thousand Oaks.
- Hall, Stuart. 1997. *Questions of Cultural Identity*. London: Sage.
- Hamilton, Ian. 1992. *The Faber Book of Soccer*. London: Faber and Faber.
- Hribar, Tine. 1996. Slovenska samozavest V *Slovenska smer*, ur. Marko Crnkovič, 83–95. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Južnič, Stane. 1993. *Identiteta*. Ljubljana: FDV.
- Kalin Golob, Monika in Melita Poler Kovačič. 2004. *Poti slovenskega novinarstva*. Ljubljana: FDV.
- Kalin Golob, Monika. 2004. Novinarski jezik in stil: Kaj vemo in česa ne? V *Poti slovenskega novinarstva danes in jutri*, ur. Monika Kalin Golob in Melita Poler Kovačič, 69–85. Ljubljana: FDV.
- Klipšteter, Otmar. 1984. Pobeljena prazničnost v Sarajevu. *Dnevnik*, (9. februar).
- Kocjančič, Janez. 1992. Čast, predvsem pa odgovornost. *Delo*, (25. februar).
- Košir, Manca. 1988. *Nastavki za teorijo novinarskih vrst*. Ljubljana: FDV.
- 2003. *Surovi čas medijev*. Ljubljana: FDV.
- Kovač, Marjeta, Gregor Starc in Mojca Doupona Topič, ur. 2005. *Šport in nacionalna identifikacija Slovencev*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Kovač, Marjeta, Edvard Kolar, Jakob Bednarik in Mojca Doupona Topič. 2005. Vpliv vrhunskih rezultatov na razvoj športa, nacionalno identifikacijo in prepoznavnost Slovenije v Evropi in svetu. V *Šport in nacionalna identifikacija Slovencev*, ur. Marjeta Kovač, Gregor Starc in Mojca Doupona Topič, 202–220. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Kolenc, Janez. 1993. *Politična kultura Slovencev*. Ljubljana: Založba Karantanija.

- Laban, Vesna. 2004. Razvidnost virov informacij v televizijskih novinarskih besedilih. V *Poti slovenskega novinarstva danes in jutri*, ur. Monika Kalin Golob in Melita Poler Kovačič, 201–231. Ljubljana: FDV.
- Lenič, Boris. 1984. Kolajna – plod dolgotrajnega dela. *Dnevnik*, (15. februar).
- Lippmann, Walter. 1999. *Javno mnenje*. Ljubljana: FDV.
- Luthar, Breda. 1998. *Politika teletabloidov*. Ljubljana: Open Society Institute – Slovenia.
- Maver, Rok. 2006a. Bolje kaže dekletom. *Primorske novice*, (6. februar).
- 2006b. Tina, pomagaj! *Primorske novice*, (13. februar).
- 2006c. Alpinci rabijo katarzo. *Primorske novice*, (22. februar).
- Mavrič, Nada. 1988. Zdravljica slovenska himna. *Dnevnik*, (10. februar).
- Marušič, Branko. 1985. *Primorski čas pretekli*. Koper: Založba Lipa
- 1995. *Z zahodnega roba O ljudeh in dogodkih iztekajočega se stoletja*. Nova Gorica: Branko.
- Milosavljevič, Marko. 2003. *Novinarska zgodba*. Ljubljana: FDV.
- 2004. Primanjkljaj javnega delovanja: (ne)transparentnost novinarstva in množičnih medijev v Sloveniji. V *Poti slovenskega novinarstva danes in jutri*, ur. Monika Kalin Golob in Melita Poler Kovačič, 139–157. Ljubljana: FDV.
- Okorn, Jože. 2000a. Sandi Knavs v bolnišnici. *Dnevnik*, (12. junij).
- 2000b. Presenečenje in osmoljenci. *Dnevnik*, (12. junij).
- Orwell, George. 1992. The Sporting Spirit. V *The Faber Book of Soccer*, ur. Ian Hamilton, 37–39. London: Faber and Faber.
- Petrovič, Krešimir. 1993. Pota in razpotja slovenskega športa. V *Slovenci in prihodnost*, ur. Niko Grafenauer, 392–402. Ljubljana: Nova revija.
- 2005. Recenziji. V *Šport in nacionalna identifikacija Slovencev*, ur. Marjeta Kovač, Gregor Starc in Mojca Doupona Topič, 5–6. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Poler Kovačič, Melita. 2005. *Kriza novinarske odgovornosti*. Ljubljana: FDV.
- Primorske novice*. 2006a. 14 ur na dan, (10. februar).
- 2006b. Tina Maze sodi med rekreative, (21. februar).
- Pudgar, Danilo. 2006. Načeta samozavest, preveč rutine. *Primorske novice*, (23. februar).
- Pušnik, Maruša. 1999. Konstrukcija slovenske nacije skozi medijsko naracijo. *Teorija in praksa* 30 (5): 796–808.
- P. Z. 2007. Navijači v nemilosti zapečkarjev. *Delo*, (19. november).



- Sabadin, Denis. 2006. Odgovornost je pri vrhu. *Primorske novice*, (25. februar).
- Stankovič, Peter. 2004. Sport, nationalism and the shifting meanings of soccer in Slovenia. *European Journal of Cultural Studies* 7 (2): 237–253.
- Starč, Gregor. 2003. Telesne prakse športa kot torišče slovenskega nacionalizma: »Vsak poedinec je v narodu tekmovalec«. *Teorija in praksa* 40 (5): 907–925.
- 2005. Uvod. V *Šport in nacionalna identifikacija Slovencev*, ur. Marjeta Kovač, Gregor Starč in Mojca Doupona Topič, 7–27. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Šauta, Borut. 2006a. Našo princesko muči “packa” iz Bormia. *Delo*, (14. februar).
- 2006b. Bo živčna in napeta Tina Maze vzljubila led? *Delo*, (17. februar).
- 2006c. Osama proti samozavesti. *Delo*, (20. februar).
- 2006d. Od favoritinje do eksotinja. *Delo*, (21. februar).
- 2006e. Brez skrbi, Tina gre po Matejini poti... *Delo*, (22. februar).
- 2006f. Tina in Bode sta seksi duo. *Delo*, (23. februar).
- 2006g. Slivnik proti Kosteliću na sončku in snegu za uživat. *Delo*, (24. februar).
- 2006h. Edini poraz Jureta Koširja. *Delo*, (24. februar).
- 2006i. Dva pristopa, dva poloma. *Delo*, (25. februar).
- Škrli, Robert. 1996. Čas je, da si pogledamo v obraz. V *Na obrobju Ali je Primorska klonila?*, ur. Tomaž Dimic in Branko Jazbec, 198–201. Nova Gorica, Trst: Oko.
- Šugman, Rajko. 2005. Recenziji. V *Šport in nacionalna identifikacija Slovencev*, ur. Marjeta Kovač, Gregor Starč in Mojca Doupona Topič, 5–6. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Tasi, Alja. 2006. Iskalci občutkov. *Primorske novice*, (27. februar).
- Tomc, Gregor. 1993. Slovenski etnični značaj. V *Slovenci in prihodnost*, ur. Niko Grafenauer, 203–227. Ljubljana: Nova revija.
- Trstenjak, Anton. 1992. *Misli o slovenskem človeku*. Ljubljana: Založba Mihelač.
- Tušak, Maks in Matej Tušak. 2001. *Psihologija športa*. Ljubljana: Znanstveni inštitut filozofske fakultete.
- Ule, Mirjana. 2000. *Sodobne identitete – V vrtincu diskurzov*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.
- 2005. *Psihologija komuniciranja*. Ljubljana: FDV.
- Van Dijk, Teun. 1993. *Elite Discourse and Racism*. Newbury Park: SAGE Publications.
- 1998. *Ideology. A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.

Vodopivec, Peter. 1993. Zgodovine še ni konec, le spomin je kratek. V *Slovenci in prihodnost*, ur. Niko Grafenauer, 131–142. Ljubljana: Nova revija.

--- 1996. Rojstvo naroda. Regije in center. Princip matice. V *Slovenska smer*, ur. Marko Crnkovič, 9–25. Ljubljana: Cankarjeva založba.

Whannel, Garry. 2002. Sport and the Media. V *Handbook of Sports Studies*, ur. Jay Coakley in Eric Dunning, 290–308. London: Thousand Oaks.