

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Ana Ovsenik

**Medijska konstrukcija nacionalizma v športnih dogodkih: Primer
»mučeništva« Petre Majdič**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2011

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Ana Ovsenik

Mentor: red. prof. dr. Mitja Velikonja

**Medijska konstrukcija nacionalizma v športnih dogodkih: Primer
»mučeništva« Petre Majdič**

Magistrsko delo

Ljubljana, 2011

ZAHVALA

Največja zahvala gre mojim staršem, ki so mi omogočili pot do zaključka študija in me pri tem podpirali in spodbujali. Hvala tudi sestram in bratoma za vso pomoč pri učnih vprašanjih.

Hvala mentorju dr. Mitji Velikonji za vse neprecenljive strokovne nasvete in pomoč pri izdelavi magistrskega dela.

Medijska konstrukcija nacionalizma v športnih dogodkih: Primer »mučeništva« Petre Majdič

Magistrsko delo se osredotoča na prepoznavanje in analizo medijske konstrukcije nacionalizma v slovenskem športnem poročevalstvu. Besedilo obravnava odnosno relacijo med nacionalizmom, športom in mediji. V tem kontekstu je ideologija nacionalizma razumljena kot konstrukt moderne dobe, nastal kot posledica množične komunikacije. Narod je tako definiran kot zamišljena politična skupnost, ki je notranje omejena, vezi med pripadniki pa med drugim krepi z oblikovanjem Drugega. Pomembno vlogo pri zamišljanju skupnosti ima tudi šport v svoji moderni podobi. Kako so stekane vezi med nacionalizmom kot politično ideologijo in športom ter kakšno vlogo imajo pri tem množični mediji, naloga preko kritične diskurzivne analize medijskih besedil obravnava na primeru poročanja slovenskih dnevnih časopisov o nastopu slovenske smučarske tekačice Petre Majdič na zimskih olimpijskih igrah v Vancouvru, ki sta ga zaznamovala padec in bronasta medalja.

Delo obravnava tudi enega pomembnejših elementov, preko katerega se krepi nacionalna identiteta, tj. mit o junaku. Ta je bil prisoten v vseh starodavnih kulturah sveta, danes pa je še najbolj očiten v športnem kontekstu. S tega vidika naloga na primeru »mučeništva« Petre Majdič analizira tudi medijsko konstrukcijo junaškega mita.

Ključne besede: nacionalizem, šport, junak, množični mediji.

The media's construction of nationalism in sports events: The case of the "martyrdom" of Petra Majdič

This Master's thesis deals with the identification and analysis of the media's construction of nationalism in Slovenian sports journalism. The text examines the relationship between nationalism, sport and the media. In this context, the ideology of nationalism perceived is as a modern construct, arising from mass communication. The nation is thus defined as imagined community, which is internally limited, as ties between the members strengthen with the creation of Constitutive Other. Modern sport also has an important role in the imagined community. The thesis is attempting to determine how mass media takes advantage of creating links between nationalism as a political ideology and sport, in the case of Slovenian daily newspapers' reporting on the occurrence of the famous Slovenian ski runner Petra Majdič at the Winter Olympics in Vancouver, marked by the fall and the bronze medal. Critical discursive analysis is used as a methodological framework.

The text also addresses the myth of the hero as one of the most important elements of national discourse. The myth of the hero has been presented in all ancient cultures of the world. Present-day heroes primarily arise out of success in sport. As a result, this thesis features an analysis of the media construction of Petra Majdič as a national hero.

Key words: nationalism, sport, hero, mass media.

Kazalo

1	Uvod	6
2	Metodologija	9
2.1	Kritična diskurzivna analiza	10
2.2	Študija primera	13
3	Nacionalizem	14
3.1	Zamišljene skupnosti	15
3.2	Nacionalna identiteta	17
3.3	Oblikovanje drugega	20
3.4	Nacionalna sedanjost in prihodnost	20
4	Šport v luči nacionalizma	22
4.1	Opredelitev športa	23
4.2	Moderni šport	24
4.3	Olimpijske igre	26
4.4	Mi, oni in kategorialni mi	27
5	Nacionalni športni junaki	29
5.1	Nacionalni junak	30
5.2	Športni junaki	32
6	Mediji kot posredniki ideologije nacionalizma	35
6.1	O medijih	35
6.2	Mediji in nacionalizem	36
6.3	Mediji in šport	37
6.3.1	Športno poročevalstvo	38
6.4	Medijska konstrukcija junaštva	39
7	Diskurzivna analiza medijskih besedil	41
7.1	Tekstualna analiza ali deskripcija	41
7.1.1	Ideologija nacionalizma v slovenskem športnem poročevalstvu	41
7.1.2	Konstrukcija junaštva v slovenskem športnem poročevalstvu	51
7.2	Diskurzivna praksa	55
7.3	Analiza družbene prakse	56
8	Sklep	61
9	Literatura	64

1 Uvod

»Šport je pomembna dejavnost družbe. Poleg kulture je edina dejavnost, ki dviguje nacionalno zavest.« (Primož Kozmus 2010a).

Nacionalizem kot ideologija, ki je spisala burno, krvavo in predvsem bolečo zgodovino zadnjih dveh stoletij in pol, je v sodobni družbi postala stigmatizirana, pogosto kritizirana in predvsem prezirana. A to še zdaleč ne pomeni, da je iz družbe 21. stoletja tudi izginila. Krvavi madež ostaja in se kaže na drugih, ne tako ozko političnih področjih. Eno izmed njih je zagotovo šport, ki je bil sicer že od nekdaj arena krepitve in oblikovanja nacionalne identitete ter sproščanja nacionalnih emocij. Da je temu res tako, pričajo medijska poročila o športnih dogodkih. Dosežki slovenskih šampionov namreč niso le ena bolj pomembnih dnevnih novic, ampak pridobijo tudi posebno nacionalno težo. Športniki vse bolj postajajo najbolj priljubljene osebnosti, vsak njihov uspeh pa zbudi veliko mero pozornosti in odzivnosti tako v medijski kot politični sferi.

Spektakel športnih dogodkov, ki privablja množico ljudi, ki v eno vzklikajo »Dajmo naši!«, plapolajo z zastavami, izkazujejo ponos ob športnih uspehih nacionalnih športnih herojev, objokujejo njihove neuspehe ter izražajo zavist ob zmagah nasprotnikov, me je vedno presenečal in navduševal. S tem fenomenom se tudi ukvarjam v magistrski nalogi, k čemur me je dodatno spodbudil zgoraj navedeni zapis svetovnega in olimpijskega prvaka v metu kladiva Primoža Kozmusa.

Raziskovanja se lotevam z dveh povezanih, sočasnih izhodišč, pojavov modernizacije – na eni strani ideologije nacionalizma, katere korenine kljub prizadevanjem še vedno prepredajo sodobno družbo ter na drugi strani z družbeno institucijo športa, ki je neločljivo povezana s konstrukcijo nacionalne identitete. Pri tem se naslanjam na Andersonovo razumevanje naroda, ki ga definira kot zamišljeno skupnost, nastalo v zadnjih dveh stoletjih. Eno ključnih vlog pri zamišljanju skupnosti so odigrali množični mediji, katerih nastanek je bil pravzaprav pogoj za razvoj ideologije nacionalizma. Ker menim, da imajo še danes osrednjo vlogo pri oblikovanju in predvsem ohranjanju nacionalnega diskurza, v središče naloge postavljam analizo medijskega diskurza.

Neločljiva vez med nacionalizmom in športom je sicer najbolj opazna pri moštvenih športnih disciplinah, kjer se zdi, da medtem ko izbrani vrsti moči merita na igrišču, na tribunah med navijači poteka prava vojna. A ker me zanima bolj prikriti nacionalizem, se proučevanja fenomena lotevam na primeru poročanja slovenskega dnevnega časopisja o »mučeništvu« Petre Majdič. Gre za dogodek, ko je slovenska smučarska tekačica na vrhu svoje kariere, ko bi po napovedih morala postati olimpijska prvakinja, na zimskih olimpijskih igrah (ZOI) v Vancouvru 2010 na ogrevanju pred tekmo padla v brezno, se močno poškodovana kljub bolečinam pojavila na startu in na koncu osvojila tretje mesto. Proučevanje medijske konstrukcije nacionalizma na tem primeru je po eni strani netipično, ker gre za posamični šport, kjer nacionalne emocije po teoriji ne dosegajo takih frekvenc kot npr. na nogometnih igrah. Na drugi strani to niti ni slovenski nacionalni šport, kakor je alpsko smučanje, ki bi bil že zato deležen velike medijske pozornosti.

Ker torej mnogi avtorji trdijo, da je nacionalizem v sodobnem družbenem okolju zavzel mesto na različnih družbenih področjih, predvsem v športu (Hobsbawm 1983/2003b; Velikonja 1996; Pušnik 1999; Šaver 2009), poleg tega mnoge raziskave opozarjajo, da je družbena institucija športa močno povezana s konstrukcijo nacionalne identitete (Šaver 2005a) in ker to najbolje odražajo mediji (Pušnik 1999), si zastavljam naslednje raziskovalno vprašanje:

Kako in s katerimi sredstvi se ideologija nacionalizma kaže v slovenskem športnem poročevalstvu dnevnih časopisov v primeru nastopa slovenske smučarske tekačice Petre Majdič na 21. zimskih olimpijskih igrah?

Primer »mučeništva« Petre Majdič je z analitičnega vidika v kontekstu nacionalizma zanimiv tudi, ker je dogodek postal primer, ki so ga mediji izkoristili za oblikovanje nove mitološke zgodbe, osredotočene na junaški diskurz. Zato si zastavljam še drugo raziskovalno vprašanje:

Kako so množični mediji v tem primeru odigrali vlogo posrednika pri kovanju Petre Majdič v zvezde in mitologijo junaštva?

Na raziskovalni vprašanji bom skušala odgovoriti s kritično diskurzivno analizo osrednjih slovenskih dnevnih časopisov, ki so na svojih športnih oz. olimpijskih straneh pa tudi naslovnih straneh dogodku namenili precejšnjo pozornost. V medijskih besedilih bom iskala,

analizirala in kasneje interpretirala tipične elemente, po katerih se izraža nacionalizem na sploh pa tudi tiste, ki so značilni zgolj za slovenski nacionalizem.

Preden bom z analizo in interpretacijo odgovorila na raziskovalni vprašanje, bom v teoretičnem delu podrobneje predstavila osrednje koncepte, s katerimi se srečujem v nalogi. Najprej bom predstavila ideologijo nacionalizma, podala definicijo, na katero se naslanjam, opisala nastanek in zgodovino pojava ter se dotaknila njegove prisotnosti v sodobnem svetu in skušala odgovoriti na vprašanje, kakšna prihodnost se obeta tej ideologiji. Nadalje bom predstavila drugi osrednji koncept naloge, tj. šport. Ta družbeni pojav me zanima predvsem v moderni obliki, katere nastanek sovпада z vzponom nacionalizma, družbena pojava pa sta odtelej neločljivo povezana, med drugim oba vzpostavljata vezi med množicami ljudi in rišeta meje med različnimi skupnostmi. V tem kontekstu posebno pozornost posvečam tudi olimpijskim igram moderne dobe. Nacionalizem in šport si delita tudi mitološko naracijo o junaku, zato bom peto poglavje namenila orisu kulturnega, nacionalnega in športnega junaka ter skušala pokazati, da so si podobe junakov iz različnih kontekstov in njihove vloge identične. V zadnjem teoretičnem poglavju bom na kratko predstavila še množične medije, predvsem v vlogi posredovanja nacionalistične ideologije ter njihovo povezavo s športom, pri čemer bom podrobneje predstavila značilnosti športnega poročevalstva. Prikazala bom tudi, kakšno vlogo imajo mediji pri ustvarjanju sodobnih junakov.

V empiričnem delu bom predstavila ugotovitve raziskave, in sicer na treh nivojih metode, s katero bom odgovarjala na raziskovalni vprašanje. V sklepu bosta sledila odgovora na vprašanje. Pri tem ne gre pozabiti, da bodo ugotovitve z interpretacijo zaradi narave kritične diskurzivne analize popolnoma subjektivne in jih zato ne gre generalizirati na celotno družbo.

2 Metodologija

Na vlogo časopisov pri oblikovanju družbe je opozarjal že sociolog Max Weber in tudi predlagal poglobljeno analizo tega množičnega medija. Kasneje je to utemeljevalo več avtorjev, pri čemer sta se razvili dve smeri, kvantitativna analiza vsebine in kvalitativna analiza besedila. V nalogi me zanima predvsem slednja, in sicer znotraj nje analiza diskurza, ki se ne osredotoča zgolj na besedilo, temveč ga umešča in tako proučuje znotraj širših družbenih in kulturnih pojavov (Vezovnik 2008, 79–80).

Na tem mestu zato namesto o besedilu govorimo o diskurzu, katerega pomen poleg besedila vključuje tudi poznavanje in interakcijo z družbenim kontekstom (Van Dijk 1997). To pomeni, da diskurz razumevamo kot družbeno prakso (Vezovnik 2008, 80), ki preko jezika proizvaja vednost in ni omejen zgolj na sistem znakov in besed (Foucault 1991), temveč ga določa zbir pomenov, metafor, reprezentacij, podob, zgodb, trditev ipd., ki skupaj ustvarjajo določeno različico dogodka (Burr 1998, 48). Različni diskurzi namreč na različne načine predstavljajo svet okoli nas – od procesov, odnosov in struktur materialnega sveta do mentalnega sveta, misli, čutenj in verovanj družbene realnosti (Fairclough 2003/2005, 123–124). Hkrati je diskurz »zgodovinsko specifičen sistem pomenov, ki oblikuje identitete objektov in subjektov«. To pomeni, da se diskurzi skozi čas spreminjajo, med različnimi diskurzi pa ves čas vlada boj za hegemonsko pozicijo (Vezovnik 2009, 16).

Z vidika pomena diskurza so diskurzivne analize kot del socialnega konstruktivizma eden pomembnejših pristopov pri proučevanju družbenih ved, med drugim medijskih študij. Za njih je značilna kritika neproblematičnega sprejemanja zgodovinsko in kulturno specifičnih znanj. In ker je znanje oz. vednost rezultat številnih družbenih procesov, se diskurzivne analize osredotočajo na interakcijo in družbene procese, predvsem na komunikacijske procese in širšo uporabo jezika (Burr 1995/2000, 1–8; Vezovnik 2008).

Temeljna naloga socialnega konstruktivizma (in pristopov v njegovem okviru) je proučevanje družbenih sprememb ter pojasnjevanje vedenja in izkušenj ljudi. Odgovore išče v jeziku, diskurzu in njegovi vlogi pri oblikovanju družbenega življenja (Burr 1995/2000, 14–15). A produkcija diskurza je v vsaki družbi kontrolirana, selekcionirana, organizirana in razdeljena z

določenim številom postopkov, katerih vloga je obvladovanje diskurzov (Foucault 1991, 8–9). Posledično določeni diskurzi dobijo primat nad drugimi in s tem status resnice in zdravega razuma, zato moramo na tem mestu v analizo vključiti proučevanje razmerij moči in ideologije¹ (Burr 1995/2000, 14–15), ki preko institucij, političnih dogodkov, ekonomske prakse in procesov (tj. zunajdiskurzivnih silnic) definirajo diskurz (Fairclough in Foucault v Vezovnik 2009, 15–16).

Pristopov k diskurzivni analizi je sicer več (Van Dijk 1997), a v primeru analize javnih diskurzov (npr. političnih govorov in medijskih besedil), v katerih se kažejo družbene spremembe (Titscher in drugi 2000/2007, 152), je gotovo najprimernejši pristop kritične diskurzivne analize (KDA) (Vezovnik 2009, 13–14).

2.1 Kritična diskurzivna analiza

KDA kot teorija in metoda združuje jezikoslovne prakse, ki proučujejo besedilo v najožjem pomenu z družboslovnimi vedami, ki na širši ravni proučujejo družbene probleme. KDA namreč vključuje oboje in na ta način skuša pojasniti, kako se družbene spremembe izražajo na ožji jezikovni ravni. Skratka, proučuje pogosto nevidno in nejasno povezavo med rabo jezika in praksami oblasti (Fairclough 53–57 1995; Titscher in drugi 2000/2007).

V praksi gre za analizo razmerij med tremi dimenzijami komunikacijskega procesa: besedilom, diskurzivno prakso in družbeno prakso. Besedilo je lahko v pisni ali govorjeni obliki, lahko je golo (radio) ali podkrepljeno z vizualizacijo (televizija), v koncept diskurzivne prakse sta zapakirana procesa produkcije in interpretacije besedila, družbena praksa pa vključuje različne stopnje družbene organizacije. Analiza posameznega procesa skladno s temi dimenzijami poteka na treh ravneh (Fairclough 57, 1995).

¹ Ideologija je točno določen oz. konkreten pogled na svet, ki ga dominantne družbene skupine ustvarjajo z namenom, da jim služi pri ustvarjanju, ohranjanju in spreminjanju družbenih odnosov moči, dominacije in izkoriščanja. Z njim te družbene skupine reproducirajo in legitimirajo svojo oblast, ki jo prikažejo kot od boga ali narave dano, prijazno, neizogibno ali zgolj to, kar pač je. Bistveno je, da ideologija kot taka služi zgolj točno določeni skupini in njenemu položaju, ki ga ima v družbenem svetu (Van Dijk 1997, 25–34; Fairclough 2003/2005, 9–10).

Tekstualna analiza ali deskripcija proučuje strukturo, kombinacijo in razvrstitev trditev, kot najmanjših delov, ki lahko vsebini dajo pomen, v ideološkem smislu celo izražajo reprezentacijo določenega vidika sveta (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 44). Na prvi stopnji se torej analiza osredotoča na besedilo, ki pa ima dvojni pomen tudi pri Faircloughu – izraz se najprej nanaša na vsak pisni in govorni produkt ter tudi na ostale semiotske pojave (Vezovnik 2009, 117). Prav zato Fairclough poudarja, da mora analiza na eni strani vključevati lingvistično analizo besedišča, slovnice in pomenoslovja (ter fonologijo), poleg vsebinske pa tudi oblikovno raven besedila. Tako je treba v analizo vključiti tudi organizacijo besedila in stavkov, v primeru medijskih besedil strukturo novinarskega besedila in če so to časopisna (ali televizijski) besedila, tudi fotografije in vizualno ureditev strani. Vsi ti elementi namreč po Faircloughu bistveno vplivajo na jezikovno produkcijo pomenov in kažejo na razlike posameznih medijev (Fairclough 1995, 57–58; Titscher in drugi 2000/2007, 150).

Prednost KDA pred drugimi tekstualnimi analizami, kot je npr. analiza vsebine, je tudi ta, da se ne osredotoča zgolj na to, kar je v besedilu povedano in prisotno, temveč tudi na tisto, kar je izpuščeno oz. zamolčano (Fairclough 1995, 58; Erjavec in Poler Kovačič 2007, 44). Vsebina besedila je namreč lahko eksplicitna, da je nekaj dejansko povedano, ali implicitna, da nekaj ni izrecno povedano, ker je samoumevno. Z analiziranjem tega, kar v besedilu manjka, dobimo vpogled v to, kar se v družbi (oz. kar pisec, novinar) privzema za samoumevno in zdravorazumsko (Vezovnik 2009, 125).

Na drugi stopnji je pomembna *diskurzivna praksa*, ki se osredotoča na produkcijo besedila (novinarja) ter njegovo razumevanje in razlago (bralec)². Diskurzivna praksa tako predstavlja vez med besedilom in družbeno prakso (Titscher in drugi 2000/2007, 150). Prav od narave družbene prakse je namreč odvisno, kako bo besedilo zapakirano. Če novinar poroča o stalnih oblikah družbene prakse, bo besedilo dokaj preprosto in homogeno, z nizko stopnjo interdiskurzivnosti³. Nasprotno se ob izjemnih in nekonvencionalnih družbenih praksah

² Na tej ravni analiza temelji na Hallovem modelu šifriranja in razšifriranja medijskih tekstov. Pomen v medijskih besedilih zakodira novinar kot producent, bralec pa potem kot naslovnik iz preseka teksta in konteksta pomen razkodira. Na zakodiranje vplivajo konvencije žanra, ki ga novinar uporabi, na razkodiranje pa predhodno znanje, ki ga bralec ima (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 46).

³ Interdiskurzivnost ali red diskurzov je nekakšen indikator stopnje vključenosti različnih tekstov v določen diskurz, kar se v novinarskem besedilu izraža predvsem z različnimi označbami (navedki,

novinar odloči za zahtevnejši žanr, ki vključuje več redov diskurza. Prav zato so (medijska oz. novinarska) besedila pomemben barometer družbenih sprememb (Fairclough 1995, 60), ki kažejo trajne procese ponovnega definiranja družbenih odnosov ter preoblikovanja identitet in védenja (Titscher in drugi 2000/2007, 150).

Ob tem velja omeniti, da analiza na tej stopnji iz tekstualne preraste v diskurzivno oz. intertekstualno, ki na besedilo ne gleda zgolj z lingvističnega zornega kota, ampak ga razume kot diskurzivno prakso. To pomeni, da se analiza ne osredotoča le na razumevanje in proučevanje stilističnih in semantičnih pristopov, temveč tudi na razumevanje družbenih in kulturnih ozadij⁴. Če je torej tekstualna analiza deskriptivna, je analiza diskurzivne prakse *interpretativna* in zato tudi precej manj objektivna (Fairclough 1995, 61–62).

Šele na tretji, tj. zadnji stopnji analize diskurzivnega dogodka, diskurzivna analiza postane kritična. Na tej ravni namreč analitik skuša pojasniti ugotovitve tekstualne analize na makro družbeni ravni. Analiza *družbene prakse* tako lahko vključuje različne ravni abstrakcije, ki pomembno pripomorejo k razumevanju posameznega dogodka: trenuten situacijski kontekst, širši kontekst institucionalnih praks, v katerih je vključen diskurzivni dogodek, ter širši družbeni in kulturni kontekst. Pri tem je v središču vprašanje moči in ideologije, in sicer kako je diskurz povezan in kako vpliva na reprodukcijo družbenih odnosov in razporeditve moči⁵ (Fairclough 1995, 62; Titscher in drugi 2000/2007, 151; Erjavec in Poler Kovačič 2007, 47).

okvirčki ipd.). Koncept več pozornosti namenja diskurzivnim konvencijam kot različnim tekstom (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 45) .

⁴ Druga stopnja analize diskurzivnega dogodka je pomembna predvsem zato, ker na tej ravni ugotavljamo, kakšno ideologijo izraža mešanje novodobniških diskurzivnih elementov z elementi političnega diskurza (Temnik 2009, 21).

⁵ Na tej ravni se lahko vprašamo, kaj tekst sporoča o družbi, v kateri je nastal, in o družbi, ki ji je namenjen. Ali bo pomagal vzdrževati enakopravne in druge nezaželene družbene odnose ali pa jih bo pomagal prekiniti (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 47).

2.2 Študija primera

S pomočjo KDA bom v nalogi ugotavljala prisotnost nacionalističnega diskurza v slovenskem športnem poročevalstvu, in sicer na primeru nastopa vrhunske smučarske tekačice Petre Majdič na zimskih olimpijskih igrah (ZOI) v Vancouvru leta 2010. Gre namreč za dogodek, ko je tekačica kljub padcu na ogrevanju pred tekmo in poškodbam, ki jih je pri tem utrpela, nadaljevala s tekmovanjem in osvojila tretje mesto.

V analizo bom vključila tri slovenske dnevniške časopise, osrednji nacionalni dnevni časopis (Delo), časopis manjšega formata in bolj mehke oblike (Dnevnik) ter športni dnevnik (Ekipa). Posebno pozornost bom namenila naslovnim stranem, ki so pomemben element v konstruiranju nacionalnih junakov, ter stranem, namenjenim športu oz. posebnim olimpijskim stranem, ki so jih vsi trije dnevniki imeli v tem času. Pod drobnogled bom vzela novinarska besedila od vesti, poročila, članka, do intervjujev in komentarja, tj. vse, kar se nanaša na poročanje o omenjenem dogodku. Obenem bom v analizo vključila tudi fotografije, predvsem tiste z naslovnice.

Analizirala bom dnevnike, njihove nedeljske izdaje (NeDelo in Nedeljski dnevnik) ter sobotni prilogi (Sobotna priloga, Dnevnikov objektiv), in sicer od 17. 2. 2010 do 4. 3. 2010; torej od dneva, ko je bila tekma na sporedu, kajti mediji so že na sam dan, tj. pred tekmo, pisali o tem, pa vse do sklepa olimpijskih iger oz. do zadnje prireditve, ki je v ta namen potekala v Sloveniji.

3 Nacionalizem

Nacionalizem je »politična sila, ki je v zadnjih dveh stoletjih mnogo bolj vplivala na evropsko in svetovno zgodovino kot pa ideje svobode in parlamentarne demokracije«. Njegova naravna zgodovina sega v pozno 18. stoletje, ko se je začel pojavljati v Zahodni Evropi in Severni Ameriki, kasneje pa se je razširil po vsej Evropi in svetu. Prva omemba izraza sega v leto 1774, ko ga je v svojem delu izrecno omenil Johann Gottfried Herder, vendar se je v splošni jezikovni rabi uveljavil šele v sredini 19. stoletja (Alter 1991, 221–223).

Od takrat pa do danes je pojem kot politična ideologija popolnoma preobrazil Evropo in svet, pripeljal do razpada velikih imperijev in ustvaril mnoštvo malih držav, imenovanih nacionalne države, med ljudmi širil ljubezen, pa tudi strah in grozo. Debeljak zato loči liberalni nacionalizem 19. stoletja, katerega glavni lastnosti sta dialog in strpnost, ter neliberalni nacionalizem 20. stoletja, ki je čisto nasprotje prvega, saj je neločljivo povezan z zamerljivim in fašističnim populizmom (2004, 209). Pojem je torej tako oznaka kot tudi opravičilo za mnoga dogajanja v tem času, v sebi pa skriva skrajna nasprotja in protislovja, saj hkrati predstavlja nevarnost in priložnost. Gre torej za enega najbolj ambivalentnih pojavov v današnjem slovarju politične misli, zato Alter sklene, da nacionalizem kot tak sploh ne obstaja, temveč s terminom označujemo zgolj mnoštvo pojavov (1991, 221–222).

Alterjev zaključek potrjuje dejstvo, da pojav, ki že dobri dve stoletji kroji zgodovino človeštva, kljub številnim proučevanjem in sodobni znanosti še vedno nima enotne razlage. Nobenemu od avtorjev namreč ni uspelo postaviti vsestranske definicije, ki bi zajela vse pojavne oblike nacionalizma (ibidem, 224), od razdiralne do združevalne, od negativne do pozitivne. In prav zaradi ambivalentne narave se bo vedno izmikal najrazličnejšim poskusom znanstvenega obdelovanja in terminološki natančnosti (Rizman 1991, 17). Poleg tega nacionalizem nikoli ni vzpostavil svojih velikih mislecev, nobenega Hobbesa, Tocquevilla, Marxa ali Webra (Anderson 2007, 21). Namesto tega imamo ogromno množico avtorjev in skoraj toliko kot njih je tudi definicij nacionalizma. Vendar je v tej »jezikovni džungli« (Rizman 1991, 15) mogoče najti sorodne razlage oziroma medsebojno konkurenčne akademske poglede na narod. Velikonja (2002, 283–284) loči tri makrosocialne teorije nacionalizma: primordalistične, modernistične in etnične.

Primordialistične teorije temeljijo na predpostavki, da je nacionalizem fenomen iz daljne preteklosti. Njihovi avtorji se sklicujejo na »naravnost« pojava, na krvno sorodstvo pripadnikov ter na jezikovno, kulturno, versko ipd. staroveškost (ibidem).

Esencialistične teorije spodbijajo modernisti s konstruktivističnimi teorijami, v katerih narod definirajo kot umetno ustvarjen, novoveški oz. moderen konstrukt, ki je zgodovino človeštva začel kreirati šele od konca 18. stoletja dalje, ko je nastopila modernizacija s kapitalizmom, državnobirokratsko centralistično prisilo, industrializacijo, uvajanjem enotnega šolskega sistema, širitvijo tiska in sekularizacijo (ibidem).

Kompromis med téma na videz izključujočima se skupinama teorij naredijo zagovorniki etnične teorije, saj pri oblikovanju naroda pristajajo tako na etnični determinizem kot na novoveški voluntarizem. Ti teoretiki namreč hkrati priznavajo predmoderno etnično preteklost naroda in tudi njeno usodno, radikalno modernistično nacionalizacijo (ibidem).

Glede na dejstvo, da je nacionalizem zelo kompleksen in ambivalenten pojav, lahko zaključim le, da je to psihološki pojav, ki zajema pripadnost posameznikov nizu simbolov in prepričanj s poudarjenimi skupnostnimi vezmi med člani političnega reda (Giddens 1991, 265). Bistveno je, da se skupina svojega obstoja tudi zaveda⁶ in se predstavlja kot narod, in sicer kot središčna, večvredna in pomembnejša od drugih skupin (Velikonja 2002, 284–293). Njegova osrednja naloga je oblikovanje naroda in posledično nacionalne države (Hobsbawm 2007, 17–18).

3.1 Zamišljene skupnosti

Nacionalizem je torej ideološko gibanje za pridobitev ali ohranitev avtonomije, enotnosti in identitete že obstoječega ali še nastajajočega naroda (Smith 2005, 19), ki je hkrati njegova osrednja vrednota. Narod je v sekularizirani družbi, v kateri je nacionalizem postal

⁶ Kot potencialno predstopnjo naroda lahko štejemo etnijo, množico ljudi na določenem ozemlju, ki jo povezujejo skupen jezik in kultura ter različnost od drugih skupin, a je brez samozavedanja (Velikonja 2002, 284), kar pomeni, da je spoznana le po drugih (Rizman 1991, 18).

nadomestek religije, najvišje sveto, za kar se je vredno žrtvovati⁷ (Alter 1991, 225–226). Narod je tako z oblikovanjem nacionalne države, ki jo sodobna družba obožuje in jo postavlja v ospredje, vzpostavil »univerzalni kozmični red«, kakršnega je nekoč religija (Velikonja 1996, 50–68). Pri ljudeh pa ustvarja občutek skupnosti oziroma povezanosti v moderni družbi, ki je po eni strani množična in po drugi individualizirana in fragmentirana. Morda je prav zato to danes prevladujoča oblika politične organizacije po vsem svetu (Velikonja 2002, 284).

Tako kot nacionalizem tudi narod nima poenotene definicije, nedvomno pa drži, da je to abstraktna skupina ljudi, v kateri je nemogoče, da bi se vsi posamezniki osebno poznali (ibidem). Takega prepričanja je predvsem Benedict Anderson, ki pravi, da je narod »zamišljena politična skupnost – zamišljen je hkrati kot notranje omejen in kot suveren«. Tezo potrjuje z dejstvom, da niti pripadniki najmanjšega naroda (kot npr. Slovenci, op. a.) nikdar ne slišijo za vse svoje sočlane, kaj šele da bi jih srečali, pa vendar imajo vsi predstavo o pripadnosti in povezanosti v tej skupnosti. Pred njim je podobno razmišljal Gellner, ki je trdil, da nacionalizem ni prebujenje narodov in njihove samozvesti, temveč jih izumlja, kjer jih ni (Anderson 2007, 22–23).

Vezi med pripadniki naroda so zgolj navidezne, niso pa brezmejne. Narod je namreč v predstavah ljudi omejen in bo tak tudi ostal, saj si noben narod ne želi, da bi zajemal človeštvo vsega sveta. Ker rojstvo naroda sega v čas razsvetljenstva in revolucije, s katero je dozorela ideja o svobodi, je narod v človeških predstavah suveren oz. v najboljšem primeru sovпада s suvereno državo. Naposled je narod skupnost ljudi, vezi med njimi pa so tako močne, da so za svoje »sobrate« pripravljeni tudi ubijati in umirati (ibidem, 22–25).

Ključna dejavnika zamišljanja skupnosti kot naroda sta bila po Andersonu napredek transportnih sredstev in komunikacija, a še pred tem je moralo priti do iznajdbe tiska. Tiskarski kapitalizem je namreč v sožitju s protestantsko reformacijo omogočil zaton latinščine in vzpon drugih jezikov, ki so postavljali temelje nacionalne zavesti. Tiskani jeziki so ustvarili unificirana polja izmenjave in komunikacije, znotraj katerih so se uporabniki

⁷ Da to nedvomno drži in da se pojavlja tudi v sodobnih »ljudskih vstajah«, potrjujejo protivladni protestni v začetku leta 2011, ko so mediji pisali, da se ljudje žrtvujejo za svojo nacijo, da so za svobodo pripravljeni tudi umirati. (npr. Zabukovec, Mojca. 2011. Za svobodo pripravljeni žrtvovati svoja življenja. Delo.si, 31. januar. Dostopno prek: <http://delo.si/clanek/138564>)

enega jezika začeli zavedati svoje jezikovne skupnosti in se tako povezovati. Hkrati so se s tiskano besedo jeziki precej standardizirali⁸, počasi so jih prevzeli tudi oblastniki in tako to niso bili več le upravni jeziki, temveč jeziki oblasti. Vse to je omogočal roman in še bolj časopis, ki je kot »uspešnica enodnevnica« ustvaril nenavadni množični ritual – branje časopisa, ki ga Hegel (v Anderson 2007, 55) pojmuje kot sodobno jutranjo molitev. Bralci, ki so vsakodnevno v zasebnosti prebirali časopis, so se počasi začeli zavedati, da sočasno z njimi to počne množica drugih posameznikov. Za njih so »vedeli«, čeprav jih niso poznali. Ljudje so se torej začeli zavedati obstoja skupnosti, katere pripadniki delijo isto usodo (ibidem, 17–69).

Branje časopisa, ki je po Andersonu pomemben dejavnik oblikovanja naroda, je po Hobsbawmovi teoriji tako kot narod »iznajdena tradicija«. V okvir tega koncepta avtor uvršča neprestano ponavljanje praks, da bi ljudje ponotranjili vrednote in norme obnašanja ter tako ostali povezani s preteklostjo. Nabor preteklih materialov služi kot okvir za izbor običajev in tradicionalnih praks, ki se jih lahko modificira, ritualizira in institucionalizira za nove namene in prilagodi novim razmeram (Hobsbawm 1983/2003a, 1–2; Pušnik 1999, 800). In ko smo že pri iznajdenih tradicijah, ne smemo mimo dejstva, da je ena najpomembnejših in prav gotovo tudi najbolj vidnih sodobnih družbenih praks, ki jim lahko rečemo iznajdene tradicije, tudi šport (Hobsbawm 1983/2003b, 298), ki je poleg nacionalizma osrednji pojem te naloge.

3.2 Nacionalna identiteta

Ko je nacionalizem v moderni družbi prevzel vlogo religije, se je spremenila tudi skupinska identifikacija. Prejšnjo, povečini primarno religijsko je zamenjala nacionalna. Bistvena razlika je, da prvo posameznik dobi s posebnim obredom (krstom, posvetitvijo) med svojim življenjem, medtem ko drugo pridobi z rojstvom (Velikonja 1996, 65–67). Podobno je tudi z jezikom oz. maternim jezikom, ki nas čaka že v zibelki in se od njega ločimo šele s smrtjo

⁸ Hobsbawm trdi, da so standardizirani jeziki umetni konstrukt, ki so včasih povsem izmišljeni – namreč standardiziral se je le en, izbrani dialekt, ostali pa so se mu prilagodili oz. so počasi izginili (2007, 67).

(Anderson 2007, 188). Tudi zato ima jezik tako velik pomen pri narodu in nacionalni identiteti.

Nacionalna identiteta⁹ velja za »hrbtenico kolektivnih načinov življenja« (Debeljak 2004, 62) in je poleg naroda osrednji ideal ideologije nacionalizma ter označuje »nenehno reproduciranje in reinterpreteriranje vzorcev vrednot, simbolov, spominov, mitov in tradicij, ki tvorijo značilno dediščino narodov, in identificiranje posameznikov s temi vzorci, z dediščino in njenimi kulturnimi prvinami« (Smith 2005, 29–30).

Natančnega trenutka, ko se je neka družbena skupina prvič identificirala kot narod, sicer ni mogoče določiti. A brez tega je nacionalno gibanje nedvomno obsojeno na propad. Nacionalna zavest predstavlja občutek pripadnosti politični in družbeni skupnosti oz. narodu, organiziranemu v državo. Ta zavest se prenaša s pomočjo najširše razumljenega izobraževanja in poudarja skupne znake – jezik, kulturo, religijo, politične cilje in zgodovino (Alter 1991, 233–237). Tako so nacionalne države (nastale po drugi svetovni vojni) ves državni aparat, šolstvo in kulturno življenje sistematično podvrgle izbranemu nacionalnemu načelu (Debeljak 2004, 196).

Nacionalna zavest se je pri mnogih narodih napajala iz daljne preteklosti in dobrih časov svojih prednikov (npr. Italijani iz slave starega Rima) ter se krepila z distinkcijo in negativnim odnosom od tujcev. To so bili predvsem tisti narodi, ki jih je nacionalna zavest gnala k borbi za svojo nacionalno državo. »Od spodaj navzgor« ustanovljeni narodi so t. i. kulturni narodi, ki poudarjajo skupno dediščino, kulturo in jezik (Alter 1991, 233–237), oblikovali pa so se s kulturnim nacionalizmom, utemeljenem na osebnostnem oz. krvnem načelu in usmerjenem k organicistični povezanost narodne skupnosti (Velikonja 2002, 285).

Na drugi strani obstajajo »od zgoraj navzdol« oblikovani narodi, katerih nastanek je pospešila država. Ta je s svojimi prijemi pri ljudeh zbujala nacionalno zavest, zato so njene meje sovpadale z že obstoječimi mejami države (Alter 1991, 236–237). Gre za državljanski oz. politični nacionalizem, »ki temelji na ozemeljskem načelu in ki teži k vzpostavitvi avtonomnih državnih ustanov« (Velikonja 2002, 285). Sklicujoč na Herderjevo in Renanovo

⁹ Po Smithu (2005) je nacionalna identiteta novejši termin, ki je nadomestil izraz nacionalna zavest.

razlago je državna nacija tista, ki jo izbereš sam in jo lahko tudi zapustiš, medtem ko kulturna nacija ne potrebuje plebiscitnega glasovanja, saj se njeni pripadniki vanjo rodijo in so v njej vse do smrti (In der Maur 1991, 33–34).¹⁰

Nacionalna identiteta se ohranja in izraža preko simbolno pomenskih sistemov in kulturne (re)produkcije (Nevitte in Tiryakian 1991, 277). Nacionalna kultura je poenotena kulturna produkcija enega, večinoma državotvornega naroda znotraj svoje države. Nastala je kot posledica nacionalizacije, njeni produkti pa so nacionalni simboli (npr. zastava, grb, denar), himna, prazniki, zgodovina, umetnost (poezija, proza, glasba, likovna umetnost) in kulturni programi (Velikonja 2002, 287–288). Ti, še posebej proza in poezija s himno na čelu, imajo zelo močno povezovalno moč, saj npr. enoglasno prepevanje himne z običajno zelo banalnim besedilom in povprečno melodijo pomeni zvočno realizacijo zamišljene skupnosti (Anderson 2007, 177–178).

Nacionalne identitete pa ne izražamo zgolj z izobešanjem zastav ob državnih praznikih in s prepevanjem himne, temveč se izrazi vsakič, ko je izzvana in to tudi pri tistih, ki se ne želijo nacionalno opredeljevati. Ob vsakem prestopu državne meje moramo namreč pokazati potni list in s tem izrazimo svojo nacionalnost, nekoliko bolj privrženi nacionalisti so glasni tudi, kadar so na tapeti nerešena mednacionalna vprašanja (npr. Slovensko-Hrvaška meja), še bolj so glasni športni navijači, ki na tekmah spodbujajo svojo nacionalno reprezentanco in če ta zmaga, je glasna že vsa nacionalna populacija. Primeri so dokaz, da je nacionalna identiteta materializirana v vsakdanjih praksah ljudi in se tako vzpostavlja prek ljudi, predmetov in dogodkov, v katere so ljudje in predmeti vpleteni. Na prvi pogled so taki primeri popolnoma zanemarljivi, vendar se ravno na teh točkah nacija najbolj materializira oz. po Foucaultu na teh točkah oblast ostane kapilarna in prehaja v konkretne prakse ljudi (Starc 2006, 275).

¹⁰ Anderson (2007) nacionalizem deli na ljudski in uradni. Medtem ko je do prvega prišlo spontano in z željo ljudi po povezanosti, odrešitvi nadvladja in svobodi, je uradni nacionalizem nastal po zgledu ljudskih nacionalizmov, le da ga je vodil vladajoči razred. Podobno nacionalizem deli tudi Smith (2005, 128–130), in sicer loči državni nacionalizem ali patriotizem, ki je umeten konstrukt, in etnični oz. naravni nacionalizem, katerega pripadniki imajo sorodstvene, družinske oz. krvne vezi.

3.3 Oblikovanje drugega

Zavest povezanosti v narodno skupnost je, kot že omenjeno, povezana tudi z distinkcijo od drugih. Konstrukt »*Dругega*« se navezuje predvsem na jezik, ki ima na eni strani povezovalno, na drugi pa razdiralno funkcijo. Kajti pripadniki različnih jezikovnih skupnosti se težko povezujejo, če se med seboj niti ne razumejo.

Ločevanje na »*mi* vs. *oni*« sicer ni moderen konstrukt, katerega rojstvo bi sovpadalo z vznikom modernih jezikov, kaj šele z rojstvom narodov. Todorov piše, da so to poznali že stari Grki, ki so vse znotraj svoje antične države ljubili in spoštovali, do vsega onkraj meja pa so gojili prezir in sovraštvo, pri čemer je bilo nad tujim dovoljeno tudi nasilje (1991, 154–155).

Prav nič drugače ni bilo v času zgodnjega nacionalizma in skoraj nič boljše ni danes. Alter piše, da so narodi oz. države nacionalno zavest ustvarjale in krepile z vsaj začasnim sovraštvom do tujcev. Pomembno je (bilo) razlikovanje od sosedov, srečanje z drugačnim jezikom, pa tudi religijo, običaji in političnimi sistemi. Vse to namreč povzroča, da se ljudje začnejo zavedati skupnostnih vezi, vrednot in vsega, kar omogoča lažjo komunikacijo s svojimi ljudmi kot s tujci (1991, 233–234). Tako deluje tudi nacionalna kultura, navznoter povezovalno in navzven izločevalno (Velikonja 2002, 287).

3.4 Nacionalna sedanost in prihodnost

Tako kot so nekoč religije doživljale procese spreminjanja, posodabljanja in prilagajanja novim družbenim razmeram, tako tudi narod kot njihov naslednik ni statičen in nespremenljiv politični in kulturni konstrukt. Smith po zgledu Durkheimove analize religije ugotovi, da je kakor za religijo tudi za obstoj naroda bistvena ohranitev temeljnega kamna, vse ostalo se lahko adaptira (Smith 2005, 179–180). Prav zaradi nenehnega spreminjanja nacije in njene neulovljivosti, je ideja o tem pojavu tako uspešna (Starč 2006, 274).

»Sodobni nacionalizem je dedič dveh stoletij zgodovinskih sprememb« (Anderson 2007, 194) in je v današnji družbi še kako prisoten, le tišji je, a zato nič manj pomemben (Hobsbawm 2007, 226–227). Temelječ na Debeljakovi delitvi nacionalizma lahko rečemo, da sodobni

nacionalizem zaradi dediščine neliberalnega obdobja nosi negativen predznak. Zaradi grozot, ki jih je svetu povzročila nacionalistična ideologija, potem ko se je povezala z zamerljivim in fašističnim populizmom, ima namreč nacionalizem v današnji družbi prizvok patološkega značaja, ki je utemeljen na strahu in sovraštvu do »Drugega« ter sorodnost z rasizmom. Anderson ugotavlja, da je to pristranska sodba, saj narod kot tak največkrat budi ljubezen, pogosto zelo globoko in požrtvovalno, ki se kaže v kulturnih proizvodih (2007, 173–188).

Kakorkoli, nacionalizem je do pogube privedla pretiranost in njegove skrajne oblike. V izogib ponovnega vzpona nasilnega nacionalizma so nastale številne nadnacionalne strukture, kot so Organizacija združenih narodov (ZN), NATO, Evropska unija, ki nacionalnim državam zmanjšujejo neodvisnost in jih brzdajo, da ne bi morda prišlo do ponovitve druge svetovne vojne (In der Maur 1991, 100–105).

Če torej v sodobni (zahodni) družbi ideologija nacionalizma ni najbolj zaželeno – po Hobsbawmu izraz skupaj s terminom nacija ni več primeren za opisovanje in analizo političnih entitet (2007, 226) – je vprašanje, ali ima nacionalizem kot tak tudi mesto v prihodnosti, povsem na mestu. Hobsbawm pravi, da zgodovina 21. stoletja nikakor ne bo pisana kot zgodovina nacij temveč kot zgodovina sveta, zato si je drznil napovedati, da se tudi nacionalizmu iztekajo dnevi (ibidem, 227). A nekateri drugi avtorji (Velikonja 1996; Smith 2005; Starc 2006; Anderson 2007) opozarjajo, da bo nacionalizem kot politični mit, ki je zapolnil vrzel izginjajoče duhovne in verske enotnosti, prisoten vsaj dokler se bo ohranjal njegov temelj.

4 Šport v luči nacionalizma

Pomembno prizorišče oblikovanja, krepitve in materializiranja nacionalne identitete ter potrjevanja same nacionalne ideologije je že od nekdaj športna arena. Šport je namreč ena najpomembnejših oz. celo dominantna družbena praksa našega obdobja (Hobsbawm 1983/2003b, 298; Hartman 2008), iz katere je nacionalizem v času med svetovnima vojnama ustvaril množični spektakel neskončne vrste »gladiatorskih tekmovanj med posamezniki in ekipami, ki so simbolizirali nacionalne države, kar je še danes del globalnega življenja« (Hobsbawm 2007, 196). Mednarodna tekmovanja (olimpijske igre (OI), Tour de France, svetovni in evropski pokal, svetovno in evropsko prvenstvo ipd.) – Pušnik jih imenuje kar iznajdeni športni obredi (1999, 802) – so postala »varnostni ventil za napetosti«, ki se namesto na vojnih frontah sproščajo na športnih igriščih. Športniki, ki zastopajo svojo nacijo oz. državo, pa so postali prvi predstavniki zamišljenih skupnosti (Hobsbawm 2007, 196–171).

Šport je kot pomembna vez med zasebnim in javnim izjemno učinkovit medij vcepljanja nacionalnih čustev. Športni dogodki so ustvarjeni za milijone ljudi, katerih se udeležuje široka paleta različnih družbenih slojev, ki jih drugi družbeni, kulturni in politični dogodki ne morejo privabiti, kaj šele združiti. Lepota športa torej za veliko večino ni v neposredni participaciji na igrišču temveč v njegovi sposobnosti združevanja množice navijačev, ki si delijo isto kolektivno navdušenje in se tako zlahka identificirajo z nacijo (Hobsbawm 2007, 196–171; Hartman 2008).

Nacionalnost se pri športnih dogodkih in obredih izkazuje predvsem z izobešanjem državnih zastav, v primeru zmage določene reprezentance oz. športnika se igra nacionalno himno, ki tako pri športnikih kot občinstvu zbuja nacionalne emocije, ponos in identifikacijo z njihovo zamišljeno skupnostjo. Značilna je uporaba tradicionalnih nacionalnih barv na vse mogoče načine, predvsem pri oblačilih, ki tako jasno razločujejo »naše od njihovih«, ekipe in posamezni športniki pa na igrišču zastopajo in tekmujejo za celotno nacijo (Polley 1998, 35; Starc 2003, 64). Polley (1998, 35) zato pravi, da je šport metonimija, v kateri je narod kot eno samo čuteče bitje.

4.1 Opredelitev športa

Večina teoretikov, ki se je ukvarjala s športom kot družbenim pojavim, nanj gleda z vidika kineziološke znanosti, ki šport dojema kot umetnost in znanost človeškega gibanja (Kustec Lipicer 2009, 250).

Vendar šport ni le telesna aktivnost, temveč je kompleksen in večpomenski pojav, zato je z družboslovnega vidika nanj treba gledati mnogo širše. Razumeti ga moramo kot družbeno in kulturno zakoreninjen pojav (kot so religija, politika, glasba ali umetnost), ki ga je mogoče proučevati v kontekstu politike (kot fenomena oblasti) in posledično tudi nacionalizma (Kustec Lipicer 2009, 250; Šaver 2009, 13).

Na družbeno plat športa kažejo njegove družbene vloge – tako za neposredne kot posredne udeležence. Med drugim ima šport socializacijsko, civilizacijsko in integrativno funkcijo. V okviru funkcije primarne socializacije in ohranjanja vrednot institucija športa navijačem omogoča način potrjevanja vrednot in prepričanj. Nadalje šport vključuje kulturno pogojena prepričanja in običaje, s katerimi razkriva nezavedne potrebe civilizacije, zato ga je mogoče razumeti kot ekvivalent religiji¹¹. Navsezadnje je tudi del ideološko zasnovanih procesov, tudi nacionalizma. Pomembno politično vlogo so športu prvi pripisali člani socialističnih in komunističnih gibanj druge polovice 19. stoletja, v politične namene pa so ga stoletje kasneje začele izkoriščati socialistične in komunistične države. Te so na šport gledale »kot na družbeni in zgodovinski pojav, ki lahko kot simbolno politično sredstvo izvrstno služi potrjevanju uspešnosti komunističnih sistemov in celoviti nacionalni identifikaciji« (Šaver 2009, 19). Sicer je bil moderni šport pogosto strelovod kolektivnega načina izražanja na simbolni ravni in sredstvo številnih nacionalnih osamosvajanj. Še danes v času globalizacije pa šport v veliki meri oživlja nacionalne identitete – kot bomo videli kasneje, se to nazorno kaže v primeru OI. Ob tem se pogosto, sicer bolj med navijači kot tekmovalci, zbudijo mednacionalni boji (Šaver 2009).

¹¹ Na to kažeta transcendentalna spontanost in užitek, ki sta umeščena v vsakdanji svet trdega treninga in discipline (Miller in McHoul 2002, 276).

4.2 Moderni šport

Človek je že od nekdaj telesno aktiven, načrtno in disciplinirano ukvarjanje s telesom pa je novoveški oz. moderni pojav, ki zgodovinsko sovпада z delnim zatonom katolicizma in sočasnim vzponom protestantizma. Medtem ko katolicizem skrbi le za nesmrtno dušo, telo pa je zaradi minljivosti nepomembno, protestantizem to obrne na glavo. V ospredje postavi telo, v katerega je treba disciplinirano vlagati, kar bo prispevalo tudi k morali. »Telo je s tem postalo polje konstituiranja pomenov, v katerih so se zrcalili vrednostni sistemi in organiziranost družbe. Skrb za telo in uravnavanje njegovega delovanja sta postala osrednja projekta izgradnje človeške osebnosti.« (Starc 2003, 6–14).

Še več pozornosti se na telo preusmeri z industrijsko revolucijo, ki je prinesla ne le kapitalistični način proizvodnje temveč tudi korenite spremembe družbe. Ena teh je bila preobrazba družbenih slojev in s tem življenjskih navad. Pred revolucijo sta obstajala plemiški sloj z veliko prostega časa, ki so ga preganjali s »finimi« telesnimi aktivnostmi, ter kmečki sloj, ki je bore malo prostega časa izkoristil za grobe, nasilne predvsem pa moštvene igre. Z revolucijo sta se združila v delavski razred, ki je prevzel navade, tudi športne¹², enega in drugega sloja (Miller in McHoul 2002; Starc 2003, 6–14).

Z revolucijo je šport dobil tudi eno pomembnejših funkcij v družbi – krepitev zdravega in močnega telesa, ki je koristilo tako gospodarskemu razvoju kot državni obrambi. Telo je postalo stroj, ki je potreben neprestanega vzdrževanja in negovanja. Posledica so bile mnoge nove telesne prakse od načina oblačenja, prehranjevanja, negovanja telesa do skrbi za čistočo. Med njimi je tudi telesna vadba, imenovana šport. To danes sestavlja množica praks, ki so se v zadnjih dvesto letih izoblikovale v različnih okoljih in se razširile po vsem svetu¹³ (Miller in McHoul 2002; Starc 2003, 6–14).

¹² Invencija modernega športa se je začela v začetku 19. stoletja v Angliji. Ta šport je bil sicer preplet »plemiških« disciplin (lov, jahanje, plavanje, sabljanje ipd.) in ljudskih oblik športa (tek, rokoborba, boks, veslanje ipd.) (Šugman 1997, 65).

¹³ Moderni šport od predmodernega loči predvsem nižja stopnja nasilja, specializacija disciplin, številne inovacije in izumi športnih rekvizitov, racionalizacija in merjenje ter s tem povezano preverjanje rezultatov in selekcija najboljših, predvsem pa definirana pravila iger, ki so se uveljavila s pomočjo različnih organizacij in združb (Šaver 2009, 99–140).

Razvoj športa se ni ustavil pri urjenju telesa in oblikovanju novih disciplin, temveč je kot nova družbena praksa pomembno vplival na nadaljnji razvoj družbe. Športna panoga se je v drugi polovici 19. stoletja iz starih navad transformirala v novo iznajdeno tradicijo, institucionalizirano na nacionalni in celo na internacionalni ravni. Institucionalizacija športa je na eni strani pripomogla pri ustvarjanju javnosti in političnega telesa, na drugi strani je bila mehanizem širjenja aristokratskih navad in življenjskega stila na populacijsko močnejši srednji razred. Poleg tega je šport postal mehanizem množičnega združevanja ljudi z enakovrednim družbenim statusom (Hobsbawm 1983/2003b, 297–299).

Prve športne organizacije so po vzoru ekonomskih razrednih povezovanj ustanovljali delavski športniki z namenom socialne in politične osamosvojitve. Te organizacije so se zelo hitro množile in so kmalu postale številčnejše od buržoaznih, sočasno z nastankom nacionalnih držav so celo prerasle v državne oz. nacionalne zveze¹⁴. Zaradi vse večje organiziranosti so med seboj začele prirejati tekmovanja tudi na mednarodni ravni, s čimer se je delavska zavest vse bolj krepila, društva pa so se začela povezovati še na mednarodni ravni (Šugman 1997, 65–76).

V napetih časih začetka 20. stoletja so športno-delavska društva vse glasneje začela izražati svojo politično pripadnosti in dala pomemben pečat novemu političnemu zemljevidu. Na to je pokazal razkol socialdemokratsko usmerjene mednarodne delavske in športne zveze, od katere so se odcepile komunistično usmerjene organizacije in ustanovile svojo, Rdečo športno internacionalo. Za dokaj politično nevtralno organizacijo že od nekdaj velja Mednarodni olimpijski komite (MOK), ki po omenjenem razkolu ne eni ne drugi zvezi ni dovoljeval članstva in s tem nastopa na OI (ibidem).

Mednarodne (in tudi državne) športne organizacije so se ohranile vse do danes in so tako kot npr. televizija in letala postale simbol globalizacije športa 20. stoletja. Med najbolj uveljavljene spada že omenjeni MOK, ustanovljen leta 1894 v Parizu. Najprej so ga sestavljali le pomembni evropski aristokrati, ki so se zdeli dovolj kompetentni za športno administracijo.

¹⁴ Med prvimi nacionalnimi športnimi zvezami so bile angleške, npr. nacionalna nogometna zveza leta 1863, rugbyjevska športna zveza leta 1872, nacionalna plavalna organizacija leta 1874 (Šaver 2009, 101).

V današnjo obliko se je preoblikoval šele kasneje, ko so OI postale mednarodno tekmovanje globalne razsežnosti (Šaver 2009, 106). Ob ustanovitvi je MOK predstavljalo 12 članov (Šugman 1997, 69), danes pa ga sestavlja že 205 nacionalnih olimpijskih komitejev (Olympic.org). Članstvo ima, predvsem po letu 1991, ko so nastale številne nove (nacionalne) države, podoben pomen kot članstvo v ZN – potrditev (novonastalega) naroda oz. države.

Kot iznajdena tradicija je tako šport danes del množične kulture, nacionalne in politične identitete, individualne socializacije in kolektivne imaginacije, kar je posledica vplivov »demokratizacije, industrializacije, racionalizacije, dviganja standardov družbenega nadzora, emancipacije in v veliki meri proces(a) ideološkega prisvajanja družbene in gospodarske moči. Ko je šport postal razširjen in viden kulturni pojav, je doživel vse večjo družbeno diferenciacijo, tako da je vplival na ostale družbene institucije in vice versa« (Šaver 2009, 99–113).

4.3 Olimpijske igre

Za enega prvih mednarodnih športnih dogodkov, kjer tekmujejo nacionalni športniki, veljajo moderne OI (Hobsbawm 2007, 169–170), sicer obujena tradicija antičnih OI. Njihove korenine namreč segajo vse do okoli 1000 let pred našim štetjem, ko so se v antični Grčiji pojavile kot obredna praksa religioznih kultov v svetem kraju Olimpija. V tistem času je bil to niz atletskih tekmovanj, ki so jih antični Grki brez prekinitve vsaka štiri leta izvajali celih 1168 let. Tekmovanja so imela izreden pomen v političnem in vsakdanjem življenju prebivalcev grških mestnih držav. V času desetmesečne priprave in tekom iger so državnice med seboj sklenile premirje, igre pa so postale vojna brez orožja – ubijalski instinkt je bil civiliziran in ujet v gon po zmagi na športnem prizorišču. Potem ko so Goti, kristjani in Bizantinci ter naravne nesreče uničili takó prizorišče kot tudi samo tradicijo OI, je bilo potrebnih »kar nekaj stoletij, preden je ugasli plamen zopet vzplamtel« (Girginov in drugi 2007).

Poskusov oživitve olimpijske tradicije je bilo kar nekaj, a OI, kakršne poznamo danes, so bile prvič realizirane v Atenah leta 1896. To so bile poletne, prve zimske pa je leta 1924 v

Chamonixu gostila Francija¹⁵. Tako kot že v času antike tudi danes, čeprav je sekulariziran, to ni le športni dogodek. Skozi dolgoletno tradicijo je postal projekt družbene transformacije med seboj prepletenega socialnega, ekonomskega in političnega procesa. Naj omenim le, da čeprav si mnogi prizadevajo nasprotno, so in bodo OI tako kot tudi sam šport vedno povezane s politiko – nacionalno in mednarodno. Dogodek sicer teži k vzpostavljanju miru med narodi, a obenem spodbuja tekmovalno slo med njimi (ibidem).

Protislovje OI (in mednarodnih športnih dogodkov na sploh) so opazili kmalu po njihovem nastanku. Nekdanji predsednik MOK Sir Avery Brundage¹⁶ je že leta 1956 opozarjal na nezdržljivost nacionalizma in olimpizma, a je naletel na gluha ušesa (Starc 2006, 275–277).

4.4 Mi, oni in kategorialni mi

Omenili smo že, da so športni dogodki, predvsem tekmovanja izjemnega pomena za nacionalno identifikacijo in vzpostavitev odnosov etničnosti. Kot ugotavlja Starc, je to verjetno zato, ker so na športnem terenu meje med »nami in njimi« zelo očitne (2006, 276). Pomembni vprašanji na tem mestu sta, kdo smo »mi« in kdo so »drugi«.

V športnem diskurzu – tj. diskurz neposrednih (športnikov) udeležencev in tudi posrednih udeležencev (navijačev in novinarjev) – se ves čas pojavlja zaimek »mi«. Pogosto slišimo marsikoga reči »danes igramo proti Olimpiji« in celo »premagali smo jih«. Če bi to slišali le s strani neposrednih udeležencev, torej tistih ki se dejansko potijo na parketu, zelenici ali beli strmini, ne bi bilo nobenega pomisleka, koga vse zajema ta zaimek. V tem primeru je namreč zaimek mi »navedeni« ali »skupni«, ki se nanaša na posamezne osebe, ki so vključene v dogajanje. Bolj nenavadno je, ko zaimek »mi« pri športnih dogodkih uporabljajo navijači in

¹⁵ Poletne in zimske olimpijske igre so vse do leta 1992 izvajali isto leto, odtlej pa ločimo dva ločena štiriletna olimpijska cikla – zimskega in poletnega, igre pa se izmenjujoče odvijajo vsaki dve leti (Girginov in drugi 2005, 116–117).

¹⁶ Brundage je v pismu zapisal: »Igre niso in ne smejo postati tekmovanje med nacijami, kar bi bilo v popolnem nasprotju z duhom olimpijskega gibanja in bi peljalo v propad. /.../ Normalen nacionalni ponos je povsem legitimen, vendar niti za Olimpijske igre niti za katerokoli drugo športno tekmovanje ne moremo trditi, da kaže na večvrednost enega političnega sistema nad drugim.« (1956, 55).

tudi novinarji, ki morda celo še nikoli niso brcnili nogometne žoge. V tem primeru govorimo o »kategorizirani« rabi zaimka »mi«, ki se nanaša na osebe, ki v resnici sploh niso vpletene v dogodek (Miller in McHoul 2002).

Kategorialni »mi« je navijaški fenomen in je značilen le za športne navdušence, medtem ko se ga oboževalci glasbenih skupin ne poslužujejo. Pri športu je to popolnoma običajna praksa, podobno skupinsko identifikacijo pa je mogoče najti le še pri nacionalizmu. Tako kot se športna zmaga, za katero je sicer zaslužna le npr. enajsterica, pooseblja s celotno navijaško (ali celo nacionalno) populacijo, se tudi zmago nacionalne vojske v vojni posplošuje na celoten narod (ibidem).

Miller in McHoul sicer pravita, da se kategorialni »mi« in ta skupinska identifikacija navijačev praviloma pojavlja le pri ekipnih športih, kot sta nogomet in košarka ter pri individualnih športih le v primeru štafet (ibidem). Vendar lahko rečemo, da je ta praksa prisotna tudi v individualnih športih, kot sta nordijsko in alpsko smučanje. Predvsem je to opazno pri večjih tekmovanjih in v primeru zmag oz. dosegi odličij.

5 Nacionalni športni junaki

Podoba junaka človeštvo spremlja že skozi celotno zgodovino. Junak je bil od nekdanj posrednik dominantne religiozne, politične ali druge družbene ideologije in reprodukcijski medij družbenega reda. Prva vidnejša podoba junaka se je ohranila iz časa grške antične mitologije, kjer je beseda heroj [*gr. heros*] opredeljevala polboga oz. nadčloveka z izjemno močjo in pogumom, ki ga cenijo tudi bogovi. Glavni atributi, ki jih Šaver (2005b) dodeli grškemu junaku, so popolnost, heroizem in pojem najboljšega. Te lastnosti niso spremljale le junaka antične mitologije, temveč so del tako arhaičnih in klasičnih kultur vse zgodovine kakor tudi sodobne popularne kulture.

Zgodbe o junakih so bile prisotne v vseh starodavnih kulturah sveta, od antične Grčije preko srednje Azije, Kavkaza, Perzije do hindujskega bazena in Kitajske. In čeprav so bile med njimi ogromne prostorske in časovne razdalje, so si bili miti kulturnega junaka zelo podobni. Podrobneje jih je proučeval Meletinskij (2001, 7), ki je zapisal, da »miti o kulturnih junakih zgoščajo pozitivno človeško izkušnjo, prenašajo dosežke človeške misli in dela v mitično preteklost«. Po njegovih trditvah junak ni ne bog in ne objekt religioznega kulta, se pa spremeni v ljudski epski lik, v pravo literarno-folklorno osebo.

Do podobnega zaključka je prišel tudi Campbell v svoji analizi mitološkega junaka. Ne glede na to ali govorimo o grškem antičnem ali religioznem junaku, jedro zgodbe, imenovane mitološka pustolovščina, je vedno isto. Najprej kot povprečen človek zapusti svojo skupnost in se poda v neznano, kjer ga v t. i. fazi iniciacije čakajo velike preizkušnje, a ko jih prebrodi postaja vse močnejši in doživi razsvetljenje. Prerojen z (nadnaravno) močjo se vrne in skupnost odreši stiske, ki jo preganja¹⁷. Skupnost od junaka, ki mu pripiše poseben status, prejme sporočilo (Campbell 1973) oz. »prometejski plamen univerzalnega spoznanja« (Šaver 2005a, 55). S tega vidika je junak vezni akter med vsakdanjim življenjem in s sveto sfero, ki se sooča z nadnaravnimi silami, ki jih premaga ali pretenta (Šaver 2005b).

¹⁷ Campbell loči dva tipa junakov: lokalni junaki (npr. Mojzes), ki so odrešili le eno skupnost, in univerzalni junaki (npr. Jezus, Mohamed), katerih odrešilno dejanje je sporočilo celotnemu svetu (1973, 38).

Nemalokrat junaka na njegovi mitološki pustolovščini čaka tako težka preizkušnja, ki jo zmore premagati le s svojo smrtjo in se tako žrtvuje za svoje ljudstvo. Mučeniško dejanje, ki je veliko več kot molitev ali dar, je najvišja stopnja herojstva. To dejanje ljudstvo še močneje utemeljuje, zavezuje in krepi (Velikonja 2003, 11).

5.1 Nacionalni junak

Mitološki oz. kulturni tradicionalni junak, ki deluje kot individualist in ki ga odlikujejo pogum, hrabrost, lojalnost, predvsem pa moralna drža, kot moralni agent skupnosti služi predvsem s socializacijskega vidika (Hartman 2009). V družbo je namreč najlažje vstopati preko junakov. Zgled je otroško poistovetenje s pravljичnimi ali risanimi junaki. Kot ugotavljata Hrzenjakova in Vendraminova, otroci v pravljичni svet vstopajo preko identifikacije z junaki in njihovimi zgodbami. S tem se v zgodbo tako vživijo, da sami začutijo preizkušnje in situacije, s katerimi se soočajo pravljичni liki (2003, 33). Prav nič drugače ne funkcionirajo mitološke zgodbe, ki mobilizirajo množice odraslih posameznikov. Podoba junaka tako predstavlja »vitalno tkivo vsake družbe, saj na ravni socializacijskih vzorcev vzgaja pripadnike družbe in vedno znova ustvarja modele vzornikov« (Šaver 2005b).

Vloga junakov pa ne koristi nikomur bolj kot vladajočim elitam. Junaške zgodbe namreč v jedrnem delu, kot že omenjeno, ostajajo enake, medtem ko se posamezne naracije neprestano adaptirajo skladno s časom in prostorom. Vladajoči razred sebi v prid prilagaja zgodbe o junakih, ki utelešajo koncept izbranega ljudstva, in preko njih posreduje svojo politično ideologijo (Šaver 2005b). Zato lahko rečemo, da je mitološka podoba junaka »arhetip, ki ne slika zgolj cenjenih vrednot neke družbe, temveč poseduje tudi instrumentalno moč. Kot moralna paradigma in politični agens je kreiran v skladu z interesi dominantnih skupin« (Šaver 2003, 12).

Tako kot vse druge družbene oblike junake in njihove zgodbe za svoje lastne cilje vedno znova izkorišča tudi nacionalizem. Za obstoj naroda je namreč saga o heroju pomembna prav toliko kot ozemlje ali morebitno etnično poreklo in skupna preteklost. Lastnosti nacionalnih junakov – naj bodo resnični ali zgolj legende, osebe iz daljne preteklosti ali novoveški revolucionarji – so prav takšne kot lastnosti kulturnih oz. mitoloških junakov. Bistveno je, da

utelešajo stare narodove tradicije, ideale in vrednote ter da ponazarjajo »zlato dobo«, v kateri so utelešeni vsi tisti ideali, ki navdihujejo novodobne voditelje in s katerimi je zato treba uskladiti vse dosežke zahodne civilizacije. In medtem ko so heroji voditeljem navdih, so ljudski množici objekt občudovanja in čaščenja, vsem pa subjekt poistovetenja z etnično preteklostjo. To pa je ključno za uspeh nacionalističnega projekta. Junaki so poleg zlate dobe pomembno vezivo različnih generacij in jim daje moč, da tudi v času preizkušenj, kot so novoveški asimilacijski pritiski, obdržijo podobo naroda kot skupnosti (Smith 1991, 57–58; Smith v Velikonja 2002, 285).

Nacionalni junaki so del množične proizvodnje tradicij, nastalih oz. namerno oblikovanih v času vzpona nacionalizma. Skupaj z drugimi iznajdenimi tradicijami (državni prazniki, obredi, slovesnosti, simboli), ki so nastale na ruševinah starih sistemov, zaradi česar imajo pridih staroveškosti, je saga o junaku novim oblikam vladavine koristila pri mobilizaciji javnosti (Hobsbawm 1983/2003b, 263–264). Politični miti in naracije o junakih v kontekstu nacionalne kohezivnosti funkcionirajo »na podoben način kot kanonizacija svetnikov v Rimokatoliški cerkvi, ki kot vezivo in vitalna energija institucije petrificira lojalnost in utrjuje družbeno vlogo« (Šaver 2003, 12).

Za nacionalne heroje so bili tako razglašeni od ljudskih junakov (npr. Kralj Matjaž) (Velikonja 1996, 175) do novoveških revolucionarjev oz. sodobnih narodnih buditeljev, če jim je le »uspelo prikazati utelešenje starih narodovih tradicij« (Smith 1991, 57). Drugače povedano, če utelešajo vrednote, ki jih narod krepi, in če so s svojim dejanjem kakorkoli pripomogli k narodni budnici.

V času vzpona nacionalizma, ko sta bili država in njeno ozemlje temeljni vrednoti vsakega naroda, so občudovanja vredni postali raziskovalci polarnega sveta in predrzni plezalci še neosvojenih gorskih vršacev, ki so ovajali nov, Evropi še ne poznan svet ter pri tem v ekstremnih okoliščinah prestajali težke preizkušnje in tvegali svoje življenje. Njihova dejanja so se zdela kot zmaga nad naravo, okoliščine pa kot nalašč za reproduciranje novih mitoloških zgodb o narodnih junakih (Šaver 2005b).

5.2 Športni junaki

Junaške zgodbe še zdaleč niso le stvar preteklosti, temveč imamo z njimi opravka tudi v sodobnem času. Polna jih je popularna kultura pa tudi politična scena in se od antične mitologije ne razlikujejo prav veliko (Velikonja 2003; Šaver 2005b). Velikonja ugotavlja, da je razlika le v tem, da so sodobni junaki bolj »prizemljeni, preprostega rodu, predstavljeni manj genialno, nadčloveško kot nekdanji, ko jih je obkrožala avreola božanskosti, izbranosti, nedotaknjenosti« (2003, 11). Vrhunski sodobni mit v ospredje postavlja močno in neomajno voljo, trdo delo, pravo znanje in trdno vero, s tem pa je mogoče premagati vse ovire in doseči vsak zadani cilj. Te lastnosti heroja, ki je sicer povprečni pripadnik družbe, omogočajo, da se je z njim zlahka identificirati (ibidem).

Eno pomembnejših področij, kjer se junaki lahko izkažejo, dosežejo resnično veličino in v izjemno redkih trenutkih preko spektakularnih in navidez nemogočih podvigov presežejo meje smrtnosti, je v sodobni kompleksni družbi šport (Goodman, Nixon in Oriard v Strudler 2006). Mit o športu ponuja realno zgodbo, v kateri so v ospredje postavljene pozitivne vrednote, ter resnično bitko med »dobrim in zlim« oz. med »našimi in njihovimi«. Šport je tako videti junaški, zvezde oz. junaki pa vredni čaščenja (Hartman 2009).

Vzporednice med junakom antičnega mita in sodobnim športnikom so očitne. Mitološko pustolovščino moderni športnik začne z odcepitvijo in v fazi iniciacije s trdim treningom in sistematičnim urjenjem telesa krepi svojo fizično in psihično moč. Da doseže najvišjo raven, mora imeti veliko mero volje, energije, poguma, moči, moškosti (tudi če je športnica), modrosti, moralne čistosti ter željo po akciji in spreminjanju sveta. Ob vrnitvi stopi v prostor nadnaravnega, ki se kaže v obliki stadionov, igrišč, športnih poligonov, naravnih površin in gora, kjer ga čaka prava preizkušnja, borba za zmago in če jo osvoji, si pridobi naziv junaka. »Športni junak tako postaja mediator med povprečnimi ljudmi in nadnaravnim kozmosom, pri čemer je izhodiščna točka mediacije skrivnostna vez med herojem in občudovalcem – nobeden izmed njiju pa ne obstaja brez drugega.« (Šaver 2005b, 29).

Športni junak svojim občudovalcem predstavlja vzor, ki s svojo neomajno voljo in močjo dosega zadane cilje. Zato se ljudje (večinoma moški in najpogosteje najstniki) zelo radi poistovetijo s športniki in njihovimi uspehi ter sanjajo, da bi bili npr. David Beckham ali Dejan Zavec (Smith in Porter 2004; Strudler 2006). Privlačnost športnih junakov, s katerimi

se identificirajo množice posameznikov, so izrabile številne ideologije, ki so figure športnih herojev oblikovale tako, da utelešajo »vrednote in lastnosti, ki naj bi predstavljale skupnost in vzgajale njene mladostne pripadnike«. Športni junaki tako skozi mitološke zgodbe, katerih glavni lik so, reproducirajo temeljne družbene razlike med njimi tudi nacionalne (Šaver 2005b, 29).

»Športni bogovi« so dokaz že omenjene močne povezanosti med športom in religijo:

Šport, hočeš nočeš s svojo obsedenostjo in simboliko, ki je v njej, zlasti pa s postopnim kultom športnih junakov ustvarja poseben religioznokulturni, se pravi numinozno urban svet. To je resnična ustvarjalnost, ki sredi sekularizirane moderne družbe nehotе ustvarja nov religiozni svet na drugi, vsekakor doslej neimenovani, nepoznani ravni. To je pač kult »svetega«, ki ga šport trga z neba in vnaša v sekulariziran svet. Pravzaprav je to kult človeka samega, ki ga hoče dvigati v božanski svet, ne kult Boga; je samo kult božanstva, ki pa je v človeku. Šport hoče z numinoznim kultom svojih herojev potrditi in uresničevati, ustvarjati človeka samega. Uresničevanje ali ustvarjanje samega sebe je že kar geslo modernega človeka. (Trstenjak 1987).

Šport in nacionalizem gresta z roko v roki tudi preko junakov. Mit o športu se z nacijo zlije prav preko čaščenja in občudovanja junakov, njihovih uspehov in moralne držе (Hartman 2009). Za nacionalne športne junake so razglašeni tisti, ki jim v areni velikih športnih dogodkov uspe premagati vse nasprotnike. Pri tem je zanimivo, da ne za oblast ne za ljudstvo ni pomembno, katere narodnosti je zmagovalec, pomembno je le, pod katero zastavo nastopa. Irska zgodovina beleži, da je bil Jack Charlton, direktor najuspešnejše irske nogometne reprezentance razglašen za irskega ljudskega junaka, kljub dejstvu da je bil rojen v Angliji in bil tako po nacionalnosti Anglež (Smith in Porter 2004, 3). Podobne zgodbe se dogajajo tudi v Sloveniji – npr. Nemka Britta Bilač je bila prva, ki je pod slovensko zastavo¹⁸ v atletiki osvojila naziv evropske prvakinja in si za to prislužila celo naziv Slovenska športnica leta 1994 (S. J. 2008; Pavčnik 2010). Taki primeri so tudi moštvene reprezentance, kot sta slovenska nogometna in košarkarska reprezentanca, katerih člani niso zgolj slovenskega etničnega porekla. Podobno je tudi z reprezentancami drugih držav.

¹⁸ Primer ni osamljen; slovensko športno državljanstvo so si v zgodovini samostojne Slovenije med drugim pridobili še Hrvat Jakov Fak, Jamajčanka Merlene Ottey, Kanadčan Stanley Otis Reddick, Italijanka Sigrid Teresa Corneo, Avstrijec Josef Strobl, Belorus Sergej Rutenka, Bošnjak Emir Preldžić, Srbkinja Marija Šestak, Ukrajinec Valerij Šahraj in Američan Arriel McDonald (Pavčnik 2010).

Ker so skozi zgodovino med vsemi večjimi športnimi dogodki največji nacionalni naboj pridobile OI, lahko trdimo, da je danes v luči športnega nacionalizma najbolj cenjen kult olimpijskega junaka, ki je prevzel vlogo nekdanjih imperialističnih raziskovalcev in prvih nacionalnih herojev (Šaver 2005b).

6 Mediji kot posredniki ideologije nacionalizma

Nacionalistična ideologija in njeni proizvodi – simboli in semi-ritualni obredi (proslave, volitve ipd.) – ter športna institucija s svojimi obredi, rituali in dogodki sta dokaj moderna konstrukta, ustanovljena z namenom združevanja in mobilizacije množice ljudi. Hobsbawm ju uvršča med pomembnejše »iznajdene tradicije«, ki so se v družbi generalizirale preko množičnih medijev (1983/2003a). Pravzaprav pojav nacionalistične ideje in invencija modernega športa zgodovinsko sovpadata z razvojem medijev (Starc 2003, 58), tako so tiskani mediji, ko so bile nacionalistične misli še v povojih, poleg izobraževalnega sistema in administrativne ureditve odigrali pomembno vlogo pri vcepljanju nove ideologije (Anderson 2007, 142). Že v času zorenja narodov v 19. stoletju so časopisi nasledili ljudske pripovedi ter v dnevnih novicah razvijali in interpretirali mitološke naracije, v katerih nikoli niso manjkali glavni akterji, v športnih primerih razglašeni za junake (Šaver 2009, 17–18).

6.1 O medijih

Življenja brez množičnih medijev si v sodobnem času skoraj ni mogoče predstavljati. Jutranji obred prebiranja časopisa, nezavedno črpanje radijskih informacij, brskanje po spletu in večerno poležavanje pred TV ekrani, nam dajejo občutek soudeležbe v javnem življenju in pregleda nad dogajanjem v družbi (Košir 2005). Množični mediji oz. novinarstvo – to se od drugih oblik množičnega komuniciranja loči po sklicevanju na zmožnost posredovanja realnosti in objektivnega poročanja (Jontes 2010, 132) – velja za družbeno ogledalo, ki navidezno odseva družbene dogodke. Nekritičnemu sprejemniku se zdi ta slika prepričljiva kot sveta resnica in ji tudi verjame, tako kakor zaupa zemljevidu (Košir 2005).

V resnici je vse skupaj medijska igra. Družbeni dogodki niso naravni temveč v naprej pripravljeni in medijsko producirani, slika je popačena (Košir 2005), novinarji niso nikakršni prenašalci dejstev, ampak ustvarjalci zgodb in tako tudi novica ni odsev realnosti, temveč je rezultat številnih dejavnikov. A zaradi nekritičnega občinstva so si novinarji kot medijski ustvarjalci ustvarili avtoriteto, ki jih uvršča med ključne institucije proizvodnje vrednosti v

sodobni družbi. V tej vlogi so novinarji ključni dejavnik ustvarjanja in ohranjanja pomenov in verovanj, vrednostnih sodb in kulturnih pomenov (Jontes 2010).

Potemtakem ne gre več za to, da mediji odslikavajo realnost dogajanja v družbi, ampak ravno nasprotno. Mediji oz. novinarji konstituirajo realnost, družba pa postaja »zrcalna podoba množičnih občil« (Košir 2005). Mediji imajo tako največjo moč posredovanja ideologije, ki jo občinstvu servirajo zelo posredno in nevsiljivo. Prejemnikom ni treba biti pripadnik ekonomskih ali političnih organizacij, temveč vladajočo ideologijo spontano in nezavedno sprejemajo preko vsakdanjih rutiniziranih vzorcev (Lull 1995/2000, 44–48).

6.2 Mediji in nacionalizem

Ena ključnih ideologij zadnjih dveh stoletij, katero so širili množični mediji, je nacionalizem. Po Andersonovi teoriji (2007) so namreč zamišljene skupnosti rezultat medsebojnega vplivanja in odnosov med ljudmi na širši ravni. To je omogočil tiskani jezik oz. množične tiskane naklade. Časopisi so ključno prispevali k ozaveščanju skupnosti in zavesti o drugačnosti od drugih. Hkrati so omogočili pozive k zbiranju množic in k revolucijam ter ustvarjali in ohranjali kolektivni spomin.

Množični mediji omogočajo ustvarjanje in tudi širjenje iznajdenih tradicij, ki v ljudeh budijo nacionalno zavest (Hobsbawm 1983/2003a). Potemtakem nacionalna skupnost in identiteta nista naravna organizma temveč konstrukta, ki ju oblikujeta in utrjujeta medijski in politični diskurz (Pušnik 1999). V sodobnem diskurzu je nacionalizem precej zastrt in izražen bolj posredno (Hobsbawm 2007, 226–227) preko samoumevnih, domačih, znanih, neopaznih in predvsem vsakodnevnih ideoloških navad, rutin, prepričanj, mišljenj in reprezentacij posameznikov v družbenem življenju. Gre za dokaj prikrito ideologijo, ki ji teoretiki ne namenjajo bistvene pozornosti. Med izjemami je Billig (1995/1999), ki opozarja, da je prav prikriti nacionalizem lahko zelo problematičen. Imenuje ga »banalni nacionalizem«, ki se ne izraža z zagretim in očitnim mahanjem z zastavo temveč z neopaznim izobešanjem zastave na javnih stavbah. Banalni nacionalizem se skriva v simbolih na denarju in potnih listih, v poimenovanjih športnih klubov, v prepevanju nacionalne himne pred začetkom športne igre. V skrite pomene ga lepo zapakirajo tudi množični mediji, ki novice v svojih rubrikah vedno

delijo na domače in tuje, citirajo in povzemajo izbrane izjave pomembnih družbenih akterjev (npr. politikov), načrtno izbirajo fotografije z nacionalnimi simboli ipd. Skratka, banalni nacionalizem se skriva v drobnih vsakodnevnih praksah in retoričnih prijemih, preko katerih se v kolektivnem spominu ohranja nacionalna zavest in identiteta.

6.3 Mediji in šport

Med družbenimi dogodki, ki so najbolj medikalizirani in privlačni za milijone gledalcev po vsem svetu, so športni dogodki, ki so jih mediji – najbolj televizija z neposrednim prenosom in vizualizacijo dogodkov – spremenili v pravi spektakel, primerljiv z gledališko igro. V obeh primerih je namreč gledalec psihološko iztrgan iz objektivno-družbenega sveta v kraljestvo dramske oz. športne igre (Doupona in Petrović 2000, 175–188). Spektakel je, kot piše Kotnik, »kompleksen družbeni pojav in specifična kulturna praksa, ki temelji na večplastnem prepletu vizualnih, scenskih in avditorskih registrov uprizarjanja družbene realnosti«, pri čemer je nujna komplementarnost rituala ali ceremoniala, paznika ali festivala in dogodka. V spektakularne dogodke so vedno vpete podobe in simboli, ki imajo moč množičnega zbujanja emocij in zadovoljevanja občinstva. V tem pogledu je bil šport že od nekdaj spektakel, a pomembno in nerazdružljivo vez med njim, športom in mediji je med drugim ustvaril šele razvoj množičnih medijev. Danes sta šport in športna industrija popolnoma podrejena nenehni spektakelizaciji; skoraj ni moč najti športne discipline, ki ne bi bila vpeta v družbo spektakla. Prav zato je bil šport takoj postavljen v vlogo izgrajevanja nacij, pri čemer imajo že od nekdaj ključno vlogo množični mediji (Kotnik 2009, 187–190).

Znotraj neločljive trojice spektakel-šport-mediji je televizija zaradi možnosti neposrednega prenosa slike in zvoka zagotovo paradni konj med množičnimi mediji, saj milijonom ljudi, ki si sicer nikoli ne bi ogledali tekme, omogoča, da športne dogodke spremljajo iz domačega naslanjača (Doupona in Petrović 2009, 179–178). A poleg neposrednega prenašanja športnih dogodkov je pomembno tudi posredno poročanje v drugih medijih, tj. ustvarjanje novic.

6.3.1 Športno poročevalstvo

Prve športne rubrike v časopisih so bolj ali manj veljale za popestritev drugih, »resnejših« medijskih vsebin, obravnavali so jih kot »otroške oddelke«, ker naj bi bilo to manj zahtevno poročanje. A kaj kmalu je zanimanje za športne vsebine naraslo, te rubrike so postale ene najbolj branih, danes pa je šport tako kot politika, gospodarstvo, kronika in kultura redna vsebina množičnih medijev. Posledično je postalo jasno, da je šport pomemben prenosnik družbenih norm in vrednot ter predvsem, da so športne rubrike oz. športni mediji zelo dobičkonosni (Ličen 2009).

Športno novinarstvo je glede na naravo dela identično drugim novinarskim disciplinam – selekcija, urejanje in posredovanje dogodkov (ibidem; Korošec 2005), a tematsko in sporočanje se od splošnega precej razlikuje. Kot je ugotovil Korošec, ima športno poročevalstvo pomembno značilnost, tj., da zajema tri medsebojno prepletajoče se sestavine, ki jih sicer splošno imenujemo šport – športna dejavnost širokega kroga ljudi, športna tekmovanja ter veda in teorija. V drugih družbenih dejavnostih take »trodimenzionalnosti« ni in prav ta športno poročevalstvo dela posebno. Zaradi množičnega zanimanja za šport tako aktivno kot pasivno je športna javnost precej bolj specializirana kakor politična ali gospodarska javnost, kar bistveno vpliva na stil in jezik poročanja o športnih dogodkih¹⁹. Za športno poročevalstvo je tako značilen razvijajoč se športni jezik poln žargonizmov, novinarji se ne spuščajo v pojasnjevanje pravil igre ipd. Zaradi tega se med novinarjem in občinstvom razvije posebno razmerje, v katerem se naslovniki na poročevalca zanesejo in zaupajo njegovim podatkom (Korošec 2005).

Občinstvo je tako v veliki večini prepričano, da so novice odsev realnosti športnih dogodkov (Ličen 2009), kar pa je le farsa, ki jo novinarji ustvarjajo s klišejem o rezultatu tekme, nekaj izjavami športnikov, športnih udeležencev ter strokovnim komentarjem. S takšno rutinizacijo

¹⁹ Množični mediji se pri poročanju o športu osredotočajo na športne dogodke, in sicer večje, mednarodne športne dogodke, kot so olimpijske igre, celinska in svetovna prvenstva ter svetovni pokali ipd. Športni so na tej ravni profesionalizirani in veljajo za vrhunske športe, ki so zanimivi iz več zornih kotov – med njimi vsekakor z nacionalnega oz. državnega vidika. Preko vrhunskega športa je namreč mogoče krepiti nacionalno zavest ter promovirati državo v svetovnem merilu (Doupona in Petrović 2000, 85–95; Starc 2003, 53–100).

poročanja se celoten pomen športnega dogodka prevale na rezultat²⁰ (Doupona in Petrović 2000, 173–188), najboljši uspehi (rekordi in zmage na največjih dogodkih) pa postanejo zgodovinske zmage. Dosežejo jih sicer posamezni športniki oz. ekipe, a so v medijih poosebljeni s celotno nacija. Športni uspehi zato veljajo za zgodovinske pomnike nacionalnega uspeha, medtem ko so neuspehi obsojeni na pozabo in nimajo mesta v kolektivnem nacionalnem spominu (Starc 2003, 78).

Da je športno poročevalstvo precej bolj subjektivno kot drugo novinarstvo, priča tudi njegov stil. Novinarja namreč pogosto »zanese od komentiranja k navdušenju, od občudovanja športnih dosežkov k navijaštvu, od povečevanja uspešnega športnika do omalovaževanja ipd.«²¹ (Korošec 2005, 265). Ta zanos novinarja vodi k uporabi ideološkega mehanizma delitve na »nas« in »druge«, ki s tem verbalnim imperializmom z zaimkom »mi« potencialne naslovnike oblikuje v zamišljeno skupnost, običajno nacionalno, ki jo večina občinstva sprejme in tudi sama oblikuje podobo o »nas« in »njih« (Erjavec in Poler Kovačič 2007, 29–30). To novinarji potencirajo še z značilno športno terminologijo, sorodno vojaški – napadi in obrambe, zmage in porazi, uničenje nasprotnika, obleganja vrat, dvoboji med igralci, streli na vrata, umiki, taktike v napadu in obrambi itd. (Starc 2003, 59).

6.4 Medijska konstrukcija junaštva

Nenazadnje moramo omeniti še, da je poročanje o športnih dogodkih postalo ustvarjanje mitoloških zgodb o junakih in njihovih uspehih, ki so pogosto precej oddaljene od resničnega dogodka. Junak je v tej zgodbi predstavljen kot tradicionalni heroj, tj. pogumen, hraber in zvest posameznik, z moralno držo in športnim vedenjem. A Hartman (2008; 2009) v svojih

²⁰ Povečevanje športnega rezultata pravzaprav izvira iz komercializacije in politike – zmagovalec je namreč najbolj medijsko izpostavljen in s tem v informativnem programu oglašuje svoje sponzorje (Doupona in Petrović 2000, 184).

²¹ Športni novinarji so sicer zavezani enakim pravilom kot drugi novinarji, vendar je za njih dopustno in pogosto celo pričakovano pristransko poročanje, s posebnim patosom do lokalne, nacionalne ekipe oz. športnika. Le kadar poroča o soočenju športnikov oz. ekip, ki niso iz lokalnega oz. državnega okolja naslovnikov novinarskega poročila, je navijaško poročanje nedopustno (Andrews 2005/2006, 61).

raziskavah ugotavlja, da je to le idealizirana in medijsko ustvarjena podoba, saj je takih športnikov v resnici malo ali jih celo ni²². Ker pa je šport iz že ugotovljenih razlogov ujet v kremlje (nacionalne) ideologije, oblast športnike označi za idealne pripadnike in vzornike družbe (oz. nacije) (Starc 2003, 77). Kot so nekoč pisci romanov iz bolj ali manj navadnih resničnih posameznikov v svojih zgodbah ustvarili junake, ki so v družbi postali popularni in se preko legend ohranili kot ljudski junaki (Morgan 1983/2003, 81–86), tako danes novinarji športnike in njihove uspehe opisujejo kot uspehe države, s čimer je uspešnost enega posameznika prenesena na vsakega pripadnika nacionalne zamišljene skupnosti. »Športniki potemtakem funkcionirajo kot možna mesta v diskurzih, na katerih se lahko identificirajo vsi ostali pripadniki zamišljene nacionalne skupnosti. Institucija športa dosežke vrhunskih športnikov predstavlja kot enkratne dogodke, ki tako postanejo zgodovina in del nacije.« (Starc 2003, 77).

Pomembno vlogo v zgodovini konstruiranja junaštva je odigrala tudi fotografija²³, ki je z vizualno upodobitvijo nacionalnega heroja postavila ob bok ostalim nacionalnim simbolom. Največji naboj herojstva in nacionalizma imata tako fotografija kot zgodba, ki se pojavita na naslovnicaх športnih revij (Šaver 2005; Šaver 2009, 17) in še močnejšega z objavo na naslovnicaх nacionalnih časopisov.

²² Hartman (2008) ugotavlja, da so športniki pogosto ravno nasprotje herojstva in moralnega vedenja, saj veliko vrhunskih športnikov v želji po najvišjih mestih podleže dopingu in podobnim nešportnim in nedovoljenim potem do vrha.

²³ Fotografija je del vizualne kulture, ki skupaj gradi sistem reprezentacij, ki se uporablja v procesu družbene komunikacije. Z njimi se, tako kot simboli, podobami ali slikami, izražajo in prenašajo ideje, občutki in pomeni. Poleg tega so fotografije »najbolj prepričljiv medij dokazovanja in še naprej vzdržujejo sloves zelo kredibilnih upodobitev realnosti. /.../ Brez njih v sodobni družbi ni komunikacije« (Hardt 2002).

7 Diskurzivna analiza medijskih besedil

Kako močne so vezi trikotnika nacionalizem-mediji-šport v slovenski družbi, sem ugotavljala na primeru poročanja tiskanih medijev o nastopu smučarske tekačice Petre Majdič na tako rekoč njenih zadnjih OI, tj. v kanadskem Vancouvru 2010, ko je po padcu na ogrevanju in kljub hudim poškodbam v tekmi na šprint osvojila bronasto medaljo. S teoretičnega vidika gre za dokaj netipičen športni dogodek, v katerem bi iskali elemente nacionalizma, saj športne tekme posameznikov nikoli niso tako nacionalno naelektrene kot tekme moštvenih nacionalnih reprezentanc, ko gre za metaforičen spopad narodov. Obenem to niti ni t.i. slovenski nacionalni šport. Kot tako je nekdanj veljalo alpsko smučanje, kasneje, ko so tudi nogometaši začeli žeti uspehe, se je k temu začel nagibati še nogomet (Starč 2003). A če je status nacionalnega športa odvisen predvsem od uspehov tekmovalcev, potem se je tudi nordijsko smučanje oz. smučarski tek po zaslugi Petre Majdič že nekoliko približal statusu slovenskega nacionalnega športa.

7.1 Tekstualna analiza ali deskripcija

Tristopenjsko KDA po Faircloughovi teoriji začenjam na tekstualni ravni, ki analizira tako vsebinsko raven besedil z besediščem, slovnico in pomenoslovjem kakor tudi oblikovno raven. Na tej stopnji identificiram jezikovne elemente, bolj ali manj tipične za nacionalistično ideologijo, še posebej tiste, s katerimi se identificira slovenska nacija. Hkrati nacionalistični diskurz identificiram tudi skozi analizo oblikovne ravni novinarskih besedil in fotografij.

7.1.1 Ideologija nacionalizma v slovenskem športnem poročevalstvu

»Lepo je biti Slovenec.« (Šemerov 2010a).

Eden najbolj klasičnih elementov nacionalističnega diskurza je zagotovo oblikovanje »Drugega« oz. vzpostavitev relacije »mi vs. oni«. Glede na dejstvo, ki sem ga omenila v uvodu empiričnega dela naloge, se v primeru »Petrine zgodbe« ta relacija v medijih skorajda

ni vzpostavila. Gre namreč za tekmo posameznic, ko se na istem poligonu za naziv najboljše poteguje več tekmovalk tudi iste nacionalne pripadnosti, a vsaka le za svoj in ne skupen uspeh. Tako Petra Majdič na tej tekmi moči ni merila le s tekmovalkami drugih narodov, temveč tudi s svojimi sonarodnjakinjami, Katjo Višnar in Vesno Fabjan.

Kljub temu da razmerje med »nami in njimi« skorajda ni vzpostavljeno, slovenski mediji ves čas opozarjajo, katere so *naše* tekmovalke, pri čemer je poudarek na »našem glavnem železu v olimpijskem ognju 2010« (Šimnovec 2010a). Z navadnim svojilnim zaimkom »naš« si novinarji oz. vsem Slovencem prisvajajo Petro Majdič, njen uspeh oz. medaljo, ki je »prva za naš smučarski tek na največji športni prireditvi« (Šimnovec 2010b) ter »prva za Slovenijo po bronu skakalcev na ekipni tekmi v Salt Lake Cityju leta 2002« (Miljković 2010b), *naša* je tudi slovenska olimpijska delegacija in slovenski tabor v Vancouvru. Z uporabo zaimka »naš« se novinarji ne le očitno postavijo na eno stran, temveč zanjo glasno navijajo.

Takšno poročanje imenujem »navijaško novinarstvo«, katerega narodnocentrična vloga se kaže tudi v posploševanju čustev tipa – Slovenci dihamo z enimi pljuči. »V kakršnikoli igri asociacij je povprečen slovenski športni navdušenec vso zimo na geslo prva zlata medalja za Slovenijo na zimskih olimpijskih igrah odgovarjal z imenom Petra Majdič in njeno paradno disciplino, šprintom v klasični tehniki,« nadalje novinar Ekipe Robert Pogačar bralce sprašuje: »Boste zadovoljni s petim mestom?« Nazadnje vključi še sebe: »Finale, od katerega vsi pričakujemo tako zelo veliko. /.../ Zadovoljili se bomo s kakršnimkoli olimpijskim odličjem.« (Pogačar 2010a). Na podoben slog naletimo tudi v Delu: »Prešernov trg čustveno vibriral s Petro,« (Ma. B. 2010a) ter Dnevniku: »Vsa Slovenija se veseli izjemnega športnega podviga smučarske tekačice Petre Majdič.« (Okorn in Pihlar 2010a). Da je namen medijev, torej poziv k zamišljanju slovenske nacije, dosežen, nakazujeta izjavi Jožeta Klemenčiča, koordinatorske teke pri Slovenski smučarski zvezi: »Tek sem podoživel tako kot večina Slovencev z odprtimi usti in tudi kakšno solzico,« (Pogačar 2010b) ter očeta Petre Majdič: »Jokali smo pred televizijskim sprejemnikom, kot je verjetno jokalo pol Slovenije.« (Okorn in Pihlar 2010b).

In če so Slovenci združeni v navijanju, so enotni tudi ob uspehu. Tako bron, ki si ga je športnica pritekla popolnoma sama, sodeč po pisanju medijev, sploh ni le njen, temveč si ga

deli še z dvema milijonoma sonarodnjakov. »Slovenija ima prvo kolajno,« (MJ 2010) so dan po tekmi v velikem naslovu na naslovnici obelodanili v Delu.

Pri tem velja omeniti, da se OI v slovenskih medijih nikoli ne sklenejo brez tradicionalnega preštevanja medalj in ugotavljanja, ali je bila Slovenija najuspešnejša država glede na število odličij na število prebivalcev. »Brez slabe vesti lahko zapišemo, da so bile to za naše zastopstvo najuspešnejše zimske olimpijske igre v zgodovini samostojne Slovenije« (Šimnovec 2010f). »Tako dobri še nismo bili!« (Šimnovec 2010e) se je celo glasil naslov na naslovnici NeDela. Za skupni uspeh Slovenije sicer niso bili zaslužni le z odličjem nagrajeni uspehi Petre Majdič in Tine Maze, temveč novinarji zadevo potencirajo z navajanjem številnih, po njihovo visokih mest drugih slovenskih športnih udeležencev. O tem med drugim v poročilu z naslovom »Najuspešnejše ZOI za Slovenijo« pišejo v Ekipi (2010c), kjer se sklicujejo na predsednika Olimpijskega komiteja Slovenije (OKS) Janeza Kocjančiča, ki je dejal, da ima Slovenija v Kanadi 20 uvrstitev med najboljših deset in tri medalje.

Ob statističnih podatkih Ekipa izrecno navaja, da »Slovenija s Hrvaško deli 21. mesto z dvema srebrnima in bronastim odličjem« (Ekipa 2010d). Torej ravno z južno sosedo, s katero si deli precej burno zgodovino predvsem v zadnjih dveh desetletjih, ko se vrstijo številne razprtije glede neurejene meddržavne meje, ki se prepogosto prenašajo tudi na športna prizorišča, večinoma na nogometni stadion in v košarkarsko areno pa tudi na strmine alpskega smučanja. Zato se mi zdi zanimivo, da se Ekipa v tem poročilu – ki je sicer zgolj povzetek agencijskega poročila STA – ne spušča v mednacionalne oz. meddržavne polemike; tudi zato, ker so v tem istem časopisu v eni izmed prejšnjih števil ob fotografiji zapisali: »Vsak narod na svetu ima svoje "Hrvate" – sosede, s katerimi se nadvse rad primerja na vseh ravneh, najpogosteje prav v športu.« (Ekipa 2010b).

Skozi diskurz se v medijska besedila vrivajo tudi mitski elementi nacionalizma, ki nakazujejo na mitologijo prehoda. Na eni strani naj bi se prehod zgodil že s samo osvojitvijo kolajne, saj kot navaja novinar Ekipe, *se bomo zadovoljili s kakršnimkoli olimpijskim odličjem*²⁴. A že v

²⁴ Z ležečo pisavo v primeru navajanja vira poudarjam izseke iz analiziranih besedil, ki jih povzemam. Kadar vir ni naveden, z ležečo pisavo poudarjam besede in besedne zveze, ki se v analiziranih časopisih pogosto pojavljajo.

samem naslovu zapiše: »Ne, Petra, ne bomo zadovoljni,« (Pogačar 2010a) in tako jasno nakaže, da je za prehod naroda v novo dobo prav gotovo ključno zlato odličje, prvo zimsko olimpijsko za Slovenijo. Slovenski športni poročevalci očitno čutijo pravo frustracijo, ker se še ne morejo pohvaliti z zimskim olimpijskim zlatom in če bi Petri Majdič to uspelo, bi se morda slovenska nacija lahko postavila ob bok velikim narodom in se tako končno uveljavila kot »zlata nacija«. A zaradi padca, katerega krivdo so slovenski mediji naprtili organizatorjem, ki bi morali poskrbeti za varnost, in poškodb, ki jih je Majdičeva pri tem utrpela, »je bila Sloveniji odvzeta možnost za njen najuspešnejši nastop na zimskih olimpijskih igrah; bodisi odkar smo samostojna država bodisi v absolutnem merilu« (Miljković 2010č). »V vzporedni resničnosti, v kateri bi prireditelji kanadskih iger svoje delo opravili, kot je treba na tekmovanju najvišje ravni – na zavoju nad tri metre globoko strugo bi morala stati zaščitna ograja ali mreža –, bi se Majdičeva nesrečnega padca med ogrevanjem pozneje spominjala kot manjše nerodnosti, zaradi katere bi imela po olimpijskem šprintu poleg zlate kolajne le še podpluto zadnjo plat. To bi bila uresničitev njenih sanj pa tudi njena nesmrtnost iz pravih, športnih razlogov – kot prva bi na ZOI za Slovenijo osvojila najbolj žlahtno kolajno,« je dogodek objokoval tudi komentator časopisa Delo Miha Hočevnar (2010).

Čeprav pričakovanja in napovedi športnih novinarjev niso bila dosežena, so kmalu tudi zlatu našli zamenjavo – naenkrat je bil bron dovolj. Ta je postal *kultni zlati bron*, *vreden zlata* in *zlata kolajna posuta z diamanti*, kot jo je krstila njena dobitnica.

V analiziranih medijskih besedilih je veliko poudarka tudi na spoznanju, da »herojskega podviga Petre Majdič v smučarskem teku ni opazila le Slovenija, ampak ga je prepoznal cel svet« (JO 2010). V vseh treh analiziranih dnevnih časopisih so namreč poročali, kako so se tuji mediji razpisali o nesreči, ki se je pripetila slovenski športnici. Še bolj so bili v slovenskih tiskanih medijih navdušeni ob spoznanju, da je bila na *kanadski televiziji celo oddaja o njeni nesreči* (Divac 2010a) ter da je nad *težko pričakovano novinarsko konferenco* Majdičeve *izjemno zanimanje vladalo tako med slovenskimi kot tujimi novinarji* (Okorn 2010c). Entuziazem slovenskih novinarjev je bil še večji, ko so ugotovili, da je »naša predstavница pobrala levji delež take in drugačne pozornosti«, saj so ji tuji novinarji »namenili več (vprašanj, op. aa) kot višje uvrščenima tekmovalkama«, celo poljski novinar se je »bolj kot s svojo tekmovalko na drugem mestu ukvarjal s Slovenko na tretjem« (Miljković 2010b). Nacionalni ponos se izraža tudi preko citiranja izjav tujih novinarjev, ki so hvalili Petro

Majdič: »“Na uredništvu smo se strinjali, da je vaša športnica tako trdna, da bi zlahka igrala hokej, in tako pogumna, da bi si zagotovo upala nastopati v skeletonu,” nam je dejal eden od hkrati ganjenih in navdušenih kanadskih kolegov.« (Miljković 2010c). Da novinar Ekipe ni mogel skriti navdušenja nad to izjavo, je očitno tudi zato, ker jo je uporabil celo v naslovu besedila.

Velik nacionalni zanos slovenskih novinarjev, ki so poročali s kraja dogodka, je zaslediti tudi ob njihovem pisanju o soočenju s tujimi kolegi. »“Že veste, kdaj bo Majdičeva stopila pred novinarje?” so v dneh po junaškem uspehu neutrudno spraševali v Vancouvru delujoči predstavniki sedme sile, čim so na tak ali drugačen način izvedeli, da imajo opraviti s slovenskimi kolegom. Če smo povsem iskreni, se nekateri med njimi priimka niso mogli spomniti.« (Miljković 2010c). »Ko sem jim poskušal odgovoriti na vprašanja, ki so se kakopak nanašala tudi na našo državo, sem se počutil del(ček) zgodbe o njenem uspehu, ki bo prav gotovo še večkrat obšel svet. Da, nekaj drži kot pribito: Petra s čudežem v Whistlerju ni naredila izjemne reklame le sebi, temveč vsej Sloveniji,« je bil med vsemi najbolj iskren, odkrit in ponosen novinar Miha Šimnovec (2010d).

Vendar se znotraj navala navdušenja, ki prevladuje v tem diskurzu, pojavi tudi tipično in predvsem absurdno nezadovoljstvo slovenskih novinarjev. Čeprav so bili ponosni, da v svetu prepoznana slovenska oseba polni strani tujih medijev in s tem dela promocijo celotnemu narodu, se je novinar Ekipe Andrej Miljković spraševal: »Ali bi bilo slovenski junakinji namenjene še več pozornosti, če bi ji tak podvig brez primere uspel pod zastavo Kanade ali Združenih držav Amerike. Mnogi, so prepričani o tem, prepričani so celo, da bi v tem primeru bila eno glavnih, če ne celo prvo ime teh olimpijskih iger, in da bi bilo precej več pozornosti namenjene tudi slabo zaščitenemu delu proge. /.../ Toliko lažje, če bi tudi ona tekla pod zastavo s črtami in zvezdami ter predstavljal najbolj vplivno državo sveta.« (Miljković 2010c). Na vprašanje mu je deloma odgovoril Delov komentator Miha Hočevar (2010): »Očetje olimpijske družine imajo pri tem “srečo”, da se tragedije in zgodbe epskih razsežnosti dogajajo v Gruziji in Sloveniji. Ameriške, nemške ali francoske zlomljene kosti bi sprožile plaz neprimerno večjih razsežnosti.«

Zadnja dva citata že nakazujeta na naslednji element slovenskega nacionalizma, ki se pojavlja v analiziranem medijskem diskurzu, tj. frustracija Slovencev zaradi svoje majhnosti, kar v

analiziranih medijskih besedilih novinarji bolj ali manj omenjajo preko izjav virov informacij, med drugim tudi trenerjev drugih nacij, ki skrbijo za slovenske športnike. Tako Vito Divac (2010b) v svojem komentarju navaja besede trenerja alpskega smučanja italijanskega rodu Andree Massija: »Ne ukvarjajmo se z majhnostjo [v glavah], ampak šampionom omogočimo, da gredo svojo pot na Olimp.« Najbolj pa se novinarji naslanjajo na besede Petre Majdič o slovenski majhnosti. Ta na eni strani na element majhnosti kaže s prstom: »Dejstvo je, da prihajam iz majhne države, Slovenije, kjer še nikoli nihče ni osvojil olimpijske kolajne v smučarskem teku,« (Ekipa 2010a) na drugi jo negira: »Nismo majhni, majhni smo lahko le v glavah ali v srcih.« (Milinković 2010) Zadnji citat je eden pomembnejših, ki krepi slovensko nacionalno zavest, saj ga je novinar Dela (ibidem) poudaril s ponovnim zapisom v okvirčku, medtem ko ga je novinar Ekipa (Pogačar 2010c) brez navedkov uporabil v naslovu.

Zanimiva je tudi kontradikcija zgornjih izjav, pri čemer je iz sobesedila mogoče ugotoviti, da je bila zadnja izjava namenjena domačemu občinstvu, prva pa tujemu. Zdi se, kot da športnica svetu pošilja opravičilo, da je slovenski narod majhen in zato ne more žeti takih uspehov kot velike nacije. Na drugi strani *rojake* bodri, da jih dejstvo o majhnosti ne sme ustaviti in se kljub temu lahko postavijo ob bok drugim, večjim narodom. »Če lahko ena mala punčka iz Slovenije presune vso Kanado, lahko čisto vsak Slovenec doseže, kar si v življenju zastavi in želi,« (Milinković 2010) je ena njenih spodbud drugim, ki pa izzveni nekoliko ironično. Namreč Petra Majdič je v primerjavi s svojimi tekmicami po postavi precej velika, kar ji mediji pogosto tudi očitajo oz. to navajajo kot razlog za njene številne padce in smolo na tekmovanjih.

Petra Majdič sicer na splošno precej omenja in poudarja svojo nacionalno identiteto. »Sem Slovenka /.../ odlikuje nas jeklena volja, in ko si zastavimo cilj – ne glede na to, koliko kvadratnih metrov ima naša ljuba država –, vedno želimo pokazati, da smo eni najboljših in zmožni tega.« (Ekipa 2010d). V tej luči tudi svoje zmage, tako kot mediji, imenuje nacionalni uspehi. »Jaz sem tekla tudi za vas. Če bi se vrnila brez medalje, sem vedela, da ne bi bila edina, ki bi bila žalostna.« (CR 2010). »Hotela sem jo zase, za Slovenijo.« (Šimnovec 2010c). Z narodom si deli tudi posebno priznanje, prestižno Foxovo nagrado, ki ji jo je kanadska fundacija Terryja Foxa podelila za njen pogum in požrtvovalnost. »Slovenci smo prvi tujci, ki smo jo prejeli,« je izjavila dobitnica priznanja (Finc 2010).

Njen apel k zamišljanju skupnosti so tudi izjave, da *stiska pesti in navija za preostale slovenske športnike* ter *jim želi veliko sreče* (Družnik in Šimnovec 2010a), še najbolj alpski smučarki Tini Maze. »Njeno tekmo sem spremljala po televiziji. Ko je bila na progi smučarka s štartno številko 16, so do mene prišli zdravniki in me hoteli pregledati, a sem jim odvrnila, naj me pustijo pri miru do številke 22, ki jo je nosila Mazejeva. Zanja sem potem stiskala pesti in se razveselila njenega uspeha« (Družnik in Šimnovec 2010b); v Ekipi so to izjavo celo okrepili z barvnim okvirčkom (Miljković 2010c). Petra Majdič sicer ni povezana le s slovenskimi športniki temveč tudi z navijači. »Ko vidim vse Slovence in navijače, lahko rečem le, da sem super.« (Ekipa 2010d).

Nacionalističnega ekstremizma mediji ne izražajo le preko izjav Petre Majdič, temveč so v tak paket zapakirali tudi njeno dejanje, v katerem se kažejo mitski elementi žrtve. Mediji so iz tega naredili pravo senzacijo in narodu namesto starodavnih legend servirali *epsko zgodbo, kakršne Slovenija še ni imela*. Njeno mučeniško dejanje je bilo *nadčloveško trpljenje*, zgodba pa je postala *slovenski nacionalni ep*, ki bi ga lahko uvrstili tudi v Biblijo, saj so ga mediji imenovali tudi *križev pot*, označili so ga tudi za *gladiatorstvo* in *pravljico zgodbo*. Manjkalo ni niti sodobnejših primerjav od *zgodbe za olimpijske romantike* preko *Hollywoodske zgodbe* vse do *znanstvene fantastike*. Da bi opravičili svoje presoje, so novinarji odgovore o tveganosti dejanja preverili tudi pri medicinski stroki. »To, da je lahko nastopila tako hudo poškodovana, skoraj meji na čudež. /.../ Tak človek po navadi ni sposoben niti hoditi /.../ In če ne bi videl, kaj je zmogla Petra Majdič, bi rekel, da je to nemogoče,« je vodo na mlin medijem zlival travmatolog Univerzitetnega kliničnega centra Ljubljana dr. Anže Kristan (Okorn in Pihlar 2010b). Nekoliko bolj ciničen je bil športni filozof dr. Milan Hosta, ki njenega dejanja ni odobral: »Petra (je, op. a.) tvegala tisto, kar je sveto – življenje. /.../ Ni dovolj le poškodba, treba je še dlje – za medaljo in nacijo je treba tvegati tudi življenje.« (Pihlar 2010).

Znotraj mita o žrtvovanju se poraja tudi ponos naroda na svojo herojinjo²⁵, kar jasno izražajo novinarji vseh treh analiziranih dnevnikov. V Dnevniku je Uroš Šemerov temu namenil kar dva komentarja z naslovoma »Lepo je biti Slovenec« (2010a) in »Slovenski ponos v višavah«

²⁵ Več o junaškem diskurzu sledi v drugem delu tega poglavja.

(2010b). Miljković (2010c) je za Ekipo zapisal, da »se bomo Whistlerja vedno spominjali predvsem z velikim ponosom«. Novinarji Dela so občutek ponosa javnosti posredovali s povzemanjem podpredsednika OKS Bogdana Gabrovca, ki je »izrazil ponos vseh Slovencev, da smo lahko njeni sodržavljani« (Milinković 2010), ter z mnenjem nekdanje vrhunske športnice Brigitte Bukovec (2010), ki je v komentarju z naslovom »Petrina volja naj bo zgled vsem« zapisala, »da bi se po Petri morali zgledovati vsi /.../ Naredila je nekaj izjemnega. Veličina tega dejanja ni v osvojeni kolajni, temveč v tem, da je neomajno sledila svojemu cilju kljub težkemu stanju. Petra je zagotovo naša zmagovalka!«

Rok Tamše (2010) je v Delovem komentarju pozval, da je Majdičeva »zgled za mlade športnike in športnice /.../ Pa tudi za vse Slovenke in Slovence«. To je posredno omenila tudi tekmovalka sama, ko je ljudem dejala, naj poiščejo svoje sanje in jim poskušajo slediti, tako kot je to storila sama (NeDelo 2010). Če si izposodim besede slovenskega olimpijskega prvaka v metu kladiva Primoža Kozmusa, je Petra postala »ogledalo za uspeh« (2010b), pa ne le Slovencem. Da je navdih za vse nas, je namreč dejal tudi predsednik prireditvenega odbora OI 2010 John Furlong (Šimnovec 2010f). Koga je mislil z »nas« sicer ni jasno, a zagotovo ima nadnacionalne razsežnosti.

Tako kot običajno ob športnih uspehih tudi tokrat ni manjkalo odzivov najvišjih politikov. Uspeh Petre Majdič je hitro izkoristil predsednik slovenske vlade Borut Pahor, ki jo je postavil za *zgled vsem Slovincem, ki jim je poslala sporočilo, da lahko zmagaš tudi, ko se znajdeš na kolenih*. »Ona je moj velik navdih, ona je lahko naš skupen velik navdih, saj pomeni, da se bomo prebili skozi težave in na koncu uspeli.« (Ma. B. 2010b). Nacionalistični diskurz prežema tudi izjave predsednika Republike Slovenije (RS) Danila Türka, ki je Petro Majdič odlikoval celo z zlatim redom za zasluge. »Slovenci smo športen narod, v Sloveniji ima šport visok ugled, ima veliko izjemno privrženih ljudi in izjemno dobre rezultate. Za dvomilijonski narod so vsi športni rezultati velik dosežek. Pomislimo samo na raznovrstnost teh dosežkov. Zelo malo je nacij, ki lahko pokažejo tak rezultat,« je speve udeležencem OI pel predsednik RS in posebej nagovoril Petro Majdič: »Petra, mi vas imamo vsi radi, vi, kar nas je tu, in vi na Slovenskem.« (Ekipa 2010d). Z nacionalnim zanosom je govoril tudi predsednik OKS Janez Kocjančič, ki je na novinarski konferenci ob sklepu olimpijskih iger izrazil predvsem ponos nad položajem, ki si ga je Slovenija ustvarila v MOK. »Nerad govorim o tem. Večina (predsednikov nacionalnih olimpijskih komitejev, op. a.) nas

občuduje. Ne morejo se načuditi, kako je lahko tako majhen narod z dvema milijonoma prebivalcev tako visoko konkurenčen. /.../ Slovenci smo si v mednarodnem olimpijskem gibanju že zdavnaj pridobili mesto, ki druge navdaja s spoštovanjem. To pomeni, da smo popolnoma enakopravni člani olimpijske družine.« (Okorn 2010č).

Kocjančič je omenil tudi nešportno plat uspeha Slovenije v Vancouvru: »Mislim, da smo imeli zelo uspešno slovensko hišo, kjer smo predstavili druge razsežnosti Slovenije, predvsem gospodarske in turistične, saj je bila zelo priljubljena. Obiskali so jo številni tujci, tudi pomembni kanadski politiki.« (Ekipa 2010c). Teh nekaj besed je dokaz, da olimpijske igre še zdaleč niso le športno tekmovanje, temveč tudi promocija naroda ali še bolje, zamišljanje narodov, krepitev njihovih zavesti ter ponovno vzpostavljanje oz. krepitev razlik in meja med različnimi narodi ter hkrati njihovo merjenje moči na tak ali drugačen način. »Opazni smo bili po športni plati, opazni po videzu, čeprav smo bili doma deležni nekaj kritik, pa tu družno ugotavljajo, da smo najbolje opremljena reprezentanca,« se je še naprej z nešportnimi uspehi hvalil Kocjančič (ibidem).

Zunanja podoba reprezentance oz. uniforma je še en element, s katerim se nacionalne reprezentance predstavljajo kot enotna skupina ter hkrati ločujejo od drugih. Uniforma – enačimo jo lahko z narodno nošo, s katero so ljudje nekdanje izkazovali svojo nacionalno pripadnost (Velikonja 1996, 280) – je običajno v značilni barvi nacije, na njej pa je napis imena države. Športniki jo morajo nositi na vseh uradnih delih celotnega dogodka in tako ves čas sporočajo svojo pripadnost enemu in ločevanje od drugih narodov. Zunanjo podobo reprezentance vizualni mediji prenašajo s fotografijo, tako Petra Majdič svojo narode identitete ne sporoča le svojimi besedami, temveč tudi s svojo podobo. Fotografije, ki so jih mediji objavili ob analiziranih poročilih, Majdičevo vedno prikazujejo v uradni obleki, pogosto z napisom Slovenija, včasih je na obleki viden celo slovenski grb²⁶. Med državnimi oz. nacionalnimi simboli se na fotografijah nekajkrat pojavi tudi slovenska zastava – Delo in Dnevnik sta objavila dve enaki fotografiji, na eni je v zastavo odeta Petra Majdič (Finc 2010; CR 2010), na drugi jo pred seboj držijo trije navijači na Prešernovem trgu v Ljubljani (Ma. B 2010a; Dnevnik 2010b); v Dnevniku se zastava pojavi še na fotografiji predsednika OKS

²⁶ Športniki imajo za olimpijske igre različne oprave in nekatere teh nosijo tudi slovenski grb.

Kocjančiča ob intervjuju z njim (Okorn 2010č); v Ekipi pa je bila objavljena le ena fotografija z zastavama, in sicer ju imata v rokah dva izmed množice oboževalcev, ki so prišli na sprejem ob vrnitvi Majdičeve v domovino (Ekipa 2010č). Med simboli se omenja še himna, a ne državna, temveč *slovenska olimpijska himna*, tj. pesem Vlada Kreslina »Od višine se zvrtil« (Finc 2010).

Nazadnje velja omeniti še vojaško terminologijo, tipično za športno poročevalstvo, s katero se povečuje dramatičnost samega dogodka, zbuja senzacionalnost novice ter s tem privablja bralce (Vezovnik 2009, 117). Ob dejstvu, da to ni bila nogometna ali hokejska tekma, ki v simbolnem pomenu predstavlja ekvivalent vojnemu polju, se ob tekmi smučarskih tekačic novinarji niso v veliki meri posluževali tovrstnega izrazoslovja. Pa vendar se je pisalo, da je Petra Majdič *borka*, ki se je *pognala v boj za kolajnami*, kjer se je morala *boriti sama s seboj*, da je lahko *izbojevala vsak nastop posebej do zadnjega atoma moči* ter si tako z *junaškim bojem izbojevala bronasto olimpijsko kolajno*. S takšnim izrazjem vojna metaforika med drugim konotira in naturalizira nasilje, agresijo in delitev na »nas« in »njih« (Vezovnik 2009, 117), zaradi česar je tako zelo prikladna za zbujanje nacionalne zavesti. Čeprav sem v začetku analitičnega dela zapisala, da razmerje »mi vs. oni« ni jasno začrtano, in čeprav lahko beremo, da so *trenerji vseh ekip navijali za Petro Majdič* in da *sta ji priznanje za uspeh izrekli tudi njeni tekmici, ki sta jo prehiteli*, je v analiziranih novinarskih poročilih mogoče najti tudi nekaj prikrite nacionalne nestrpnosti. Večina tega je povezana z dejstvom, da je bil tehnični delegat v smučarskem teku Slovenec in potem je »prav na njegovi tekmi njegova rojakinja in dobra kolegica zletela s proge« (Močnik 2010a). S kančkom nacionalne nestrpnosti je to posebej omenila poljska tekmovalka in dobitnica srebrne medalje Justyna Kowalczyk: »Delegat na tekaški tekmi je bil Slovenec, tako da če ni ustrezno poskrbel za zaščito, so si Slovenci sami krivi.« Dnevnik (2010a) je njeno izjavo objavil kar na naslovnici. Novinar Dela Šimnovec (2010č) je to temo odprl v intervjuju s tehničnim delegatom Urošem Ponikvarjem, kjer mu je dejal: »V pogovoru s poljskimi novinarji je izjavila, da so Slovenci dobili, kar so hoteli.« Vendar se intervjuvanec ni vdal provokaciji in je odgovoril le, da je to njeno mnenje. V teh izjavah se kaže privoščljivost Poljakinje ob neuspehu Slovenke, kar je z vidika posameznic, če jim odvzamemo nacionalno identiteto, povsem razumljivo, saj gre za športnici, ki ves čas tekmujeta za najvišjo stopničko. Medtem nikakor ne morem odobravati podobne privoščljivosti slovenskega novinarja do finske tekmovalke: »Na presenečenje vseh se je z vidno bolečino na obrazu pojavila na štartu izločilnih tekem in v četrtfinalu z

neverjetno borbenostjo pometla s tekmicami, med katerimi se *njena najhujša nasprotnica Finka Saarinenova* (op. a.) sploh ni prebila v polfinale.« (Okorn 2010b).

Vojaški diskurz se neposredno izraža tudi preko oglasa oz. čestitke, ki jih je Petri Majdič v medijih izrekla Slovenska vojska. Oglas, objavljen v Delu (20. februar 2010) čez četrtno strani sestavljajo fotografija Majdičeve, ki je pripadnica Slovenske vojske, v vojaški uniformi z napisom »Slovenija«, napis »Petra, za nas si zmagovalka! Ponosni smo nate!« ter logotip in napis Slovenske vojske.

7.1.2 Konstrukcija junaštva v slovenskem športnem poročevalstvu

»Igre podpirajo mite ... še večkrat jih ustvarijo« (Retelj 2010).

Med vsemi nacionalističnimi elementi, ki se skrivajo v medijskem poročanju o nastopu Petre Majdič na zimskih olimpijskih igrah 2010 v Vancouvru, je najbolj narodnobudiljski element junaka oz. narodnega heroja. »V zvezi s tako velikimi dogodki, kot so olimpijske igre, mediji ljubijo zgodbe« (Retelj 2010) in ena teh je zagotovo tudi *Petrina zgodba od brezna do tretje stopničke*. Mediji sicer pišejo, da je Majdičeva po svojem *spektakularnem padcu zrežirala* in *uprizorila eno največjih predstav na dosedanjih zimskih olimpijskih igrah*, čeprav so za kreacijo zgodbe poskrbeli oni sami. Iz novinarskih poročil namreč lahko izluščimo zgodbo, ki vključuje vse elemente sodobnega junaškega mita, ki sta jih opredelila Meletinskij in Campbell.

Tako kot vse zgodbe o junakih se tudi ta začne z njenim umikom v samoto. Vedoč, da je to njena *zadnja priložnost za olimpijsko kolajno*, je Petra Majdič *zadnjih 23 mesecev živela za olimpijske igre in da bi bila kar najbolje pripravljena, je izpustila tekme v Rusiji in opravila več krutih treningov* (Šimnovec 2010a). Zagotavljala je, da je po treningih s fanti postala popolnoma nepremagljiva. »Če serviser Gianluca Marcolini lahko teče z menoj, je moje pripravljenost solidna, tokrat ni imel šans, da mi sledi. Ko smo trenirali štarte z Italijani, sem pobegnila tudi njim. Vse tekmičice so že po treningih videle, kako močna sem« (Okorn 2010c). Njeno moč so dokazovali tudi uspehi – »197 tekem svetovnega pokala, z 92 uvrstitvami med deseterico, 40 uvrstitvami na zmagovalni oder in samo en resen odstop« (Močnik 2010a).

Skladno z njenimi napovedmi je tudi javnost od *zmagovalke dvajsetih tekem v svetovnem pokalu* imela visoka pričakovanja. »Zdaj ali nikoli«, je pred finalom, *od katerega so vsi pričakovali tako zelo veliko*, že na naslovnici dnevnika odločno zapisal novinar Ekipe Robert Pogačar (2010a). »Pri Petrinih 30 letih smo namreč prišli do točke, ko je treba bobu reči bob in od nje jasno in glasno pričakovati krono vsaj dosedanjega dela njene kariere. Da, pričakovati, ne si jo le želeli, kaj šele nanjo zgolj upati« (ibidem). Kot strokovnjakinja je to napovedala tudi nekdanja smučarska tekačica Nataša Lačen: »Če bo vse tako, kot je treba, se lahko uvrsti med najboljše tri, če ne še kaj več. /.../ Zdi sem mi, da je psihično zdaj tako trdna, da je pritiski ne bi smeli vreči iz tira.« (ibidem). Pričakovanj pa ni gradila le domača, temveč tudi tuja javnost. »Slovita (revija, op. a.) Sport Illustrated je pred igrami v Vancouvru jasno dala vedeti, da od Majdičeve pričakuje današnje zlato in nato še dve odličji na istih tekmovališčih.« (ibidem).

In je prišel tako imenovani *dan D*, ko je *ena glavnih favoritinj* vstopila v *navadnim smrtnikom* nedostopno polje, prostor nadnaravnega, na športni stadion, kjer jo je čakala preizkušnja, *junaški boj*. Kot *vrhunska športnica* je *šla na štart optimistična in pripravljena na vse scenarije* (Okorn 2010a), pri čemer se je zavedala, da že en padec »lahko v hipu konča olimpijske sanje« (Šimnovec 2010a). »Bil je lep dan, tako za zelo želeno zmago, lep dan za zlato, pravzaprav si lepšega ne bi mogli želeli niti v sanjah. A prav te pravljичne razmere /.../ so prispevale svoje k temu, da so se sanje zelo hitro spremenile v nočno moro« (Miljaković 2010a). »Zjutraj je kazalo, da so se sanje o olimpijski kolajni razblinile v breznu. /.../ Česa takšnega tekaški svet še ni videl. Ko je med ogrevanjem najbolj nevaren spust skušala odpeljati z najvišjo možno hitrostjo, jo je spodneslo, vendar se padec ni končal v snegu, ampak jo je dobesedno katapultiralo s proge nekaj dva do tri metre nižje med kamenje in smreke, /.../ večina bi ob takšnih bolečinah odnehala.« (Okorn 2010c). A *šampionka vrhunske kakovosti* se je kot *prava levinja* pobrala, se *vrnila kot Feniks* in kot *neustrašni komandos* iz sebe iztisnila vse atome moči ter z *nadčloveškim bojem, neverjetno voljo in borbenostjo* pometla s *tekmicam* ter pokazala, da *sodi med najbolj nabrušene bojevnice*. »Ves čas sem čutila, da mi notri nekaj preskakuje, slutila sem, da to ne more biti zgolj udarec, kakor so sprva dejali zdravniki. A sem kljub temu stisnila zobe, ker sem vedela, da so to moje zadnje olimpijske igre in s tem moja zadnja priložnost, da na njih osvojim kolajno. Moja želja je bila v tistih trenutkih močnejša od bolečin,« (Družnik in Šimnovec 2010b) je po *izjemnem športnem podvigu*, ko je s *petimi zlomljenimi rebri* osvojila bronasto olimpijsko medaljo,

dejala Majdičeva. »Verjetno ne bi preživela, če bi bila četrta po takem boju in po vsem, kar se mi je zgodilo. Če bi bilo vse tako, kot sem si želela, bi verjetno z lahkoto zmagala in postala olimpijska prvakinja.« (Okorn in Pihlar 2010).

Da bi bila zgodba še bolj dramatična, so jo mediji dodatno začinili z navedbami, kako Majdičeva *nima sreče na svoji športni poti in se je smola drži kakor klop*. »Očitno nekdo hoče, da hodim po nekoliko drugačni poti. Če vsega tega ne bi mogla zdržati, mi to prav gotovo tudi ne bi bilo naloženo.« (Družnik in Šimnovec 2010b). Da verjetno ne bo šlo vse kot po maslu, so tako ona sama glede na svoje občutke, kakor tudi drugi člani ekipe z *morečimi sanjami* slutili že pred samo tekmo, kar po pisanju Nedeljskega dnevnika *meji že na duhovnost* (Močnik 2010a). Podobno je v pogovoru za Dnevnik dejal kolesar Gorazd Štangelj: »Dan pred tekmo je govorila, da nikoli nima sreče. Podzavestno, kot da bi vedela, da se bo nekaj zgodilo. Kot uvod v zgodbo, dramo. Podzavestno. Seveda take zgodbe niso možne pri vseh športnikih. Eni ljudje so pač takšni, karizmatični, morda imajo v zvezdah napisano, da nehote iščejo zaplete. In potem se jih to drži. To jih dela še večje heroje« (Močnik 2010b).

Za heroje so sicer običajno razglašeni tisti športniki, ki jim uspe na tekmi premagati vse druge tekmovalce, kar Petri Majdič ni uspelo. Namesto tega je z *dih jemajočo predstavo naredila nekaj izjemnega, dosegla neverjeten uspeh*, ko je po *nesrečnem padcu v več kot tri metre globok jarek prehodila trnovo pot od pekla do raja* ter z *nad- oz. nečloveškimi bolečinami, na meji zmogljivosti z neverjetnim tekom* osvojila tretje mesto in s tem *izpolnila življenjski cilj*. Ta *dogodek brez primere* so mediji označili za *izjemen boj, junaški, celo superjunaški tek, herojsko dejanje in tvegano početje*, ki *meji že na znanstveno fantastiko oz. je to misija nemogoče*. Kot junakinji so ji mediji pripisovali tudi nadnaravne sposobnosti, saj so pisali o *uspehu preko meja človeških sposobnosti* in njeni *nesmrtnosti*. Ob tem, kot sem že omenila, ne manjka niti svetopisemskega izrazja, saj je bilo njeno dejanje med drugim razglašeno za *križev pot in čudež*.

Petra Majdič je postala *nordijska oz. diamantna kraljica, bronasta herojinja oz. junakinja, prava in moralna olimpijska junakinja*. Med kovanjem v zvezde se pojavljajo tudi oznake z nacionalnim predznakom, saj so jo mediji med drugim okronali za *kraljico ljudskih src*,

slovensko kraljico smučarskega teka, novo slovensko olimpijsko junakinjo, z aktualizmom slovenska junakinja iz črne luknje v Whistlerju ter brez zadržkov celo za narodno junakinjo.

Kot slovensko narodno junakinjo jo odlikujejo tudi lastnosti, ki jih tako radi omenjajo novinarji. Poleg športnih vrlin – *pogumna, požrtvovalna, srčna, odločna, samozavestna, predana ciljem, močno motivirana, vztrajna, levjesrčna* – omenjajo tudi vrline, ki jih običajno pripisujemo Slovincem – *trdna delavka*²⁷ ter citiranje njene izjave, da bo po končani športni karieri zaključila študij, imela otroke, kuhala in pekla.

Ob vseh medijskih publicah si je Petra Majdič zgradila *kult osebnosti, slovenska javnost pa ji je upravičeno začela postavljati figurativne spomenike*, Miljković (2010c) celo poziva naj ji postavijo »spomenik s tem bronom, precej svetlejším od kateregakoli zlata«. Kot se spodobi za pravo narodno junakinjo, so jo tudi njeni rojaki doma sprejeli z vsemi častmi. *Nekaj sto ljudi jo je najprej sprejelo na brniškem letališču*, kjer jo je z *aplavzom pozdravila tudi nabito polna jedilnica novinarjev* (Pogačar 2010c), »v domačem Dolu pri Ljubljani so se najzvestejši Petrini navijači v dolgih procesijah začeli zbirati na dvorišču lokalne fare že v zgodnjih popoldanskih urah« (Vrabec 2010), nazadnje je *diamantno Petro Majdič pozdravila še Ljubljana*. Na Prešernovem trgu, »mestu, kjer navijači po velikih športnih uspehih pozdravijo svoje junake« (Ekipa 2010č), so se *slovenski šampionki poklonili tudi politični veljaki* (Finc 2010).

Kako so oboževalci, navijači oz. rojaki sprejeli svojo junakinjo, mediji pozorno prikazujejo tudi s fotografijami, na katerih je nasmejana Petra Majdič obdana z množico veselih ljudi, jim ponuja roko ali deli avtograme, tu so tudi fotografije, ki jo neprestano fotografirajo. Na drugih fotografijah je na odru in pozdravlja množico, ki se je zbrala v njeno čast.

²⁷ Zaradi dolgoletne ujetosti pod tujo vladavino slovenski narod od nekdanj velja za hlapčevski narod. O ubogem, preprostem, dobrem, preplašenem in boječem narodu so namreč pisali vsi vplivnejši pisatelji in pesniki od Trubarja, preko Prešerna do Cankarja in Kosovela. Kasneje se je sicer oblikovala nekoliko bolj optimistična zavest, predvsem v času Kraljevine SHS in Jugoslavije, ko je Slovenija predstavljala razvitejši sever večnarodnostne države. Takrat je narod dobil samozavest, deželna zavest je prerasla v nacionalno, v ljudeh pa se je rodilo prepričanje, da so učinkoviti, pošteni in delavni (Rode 1992).

7.2 Diskurzivna praksa

Po Faircoughovi teoriji KDA na drugi stopnji analize pozornost namenjam diskurzivni praksi, in sicer me zanima, kako so novinarji zapakirali besedilo in ga posredovali njegovim naslovnikom. Če so si bili časopisi, ki jih analiziram, v tekstualnem delu še dokaj podobni in ni bistvenih razlik v vključevanju nacionalističnega diskurza, na drugi ravni že prihaja do razlikovanja.

Med tremi dnevnikoma se od drugih dveh najbolj razlikuje časopis Ekipa, ki se dnevno ukvarja le s športnimi temami. Prva posebnost so njegove naslovnice, kjer so običajno objavljene teme dneva, in sicer zgolj fotografija z naslovom, pri čemer so ti naslovi senzacionalistični in dokaj subjektivni. V obdobju, ki ga vključujem v analizo, je izšlo 14 števil, medtem ko so o temi te naloge pisali v 11. Na naslovnici se je kot osrednja tema oz. fotografija pojavila trikrat, trikrat pa kot mala fotografija oz. obrobna tema.

Novinarska besedila o Petri Majdič in njenem dogodku vedno objavijo na posebej za OI dodeljenih straneh, opremljenih z uradnim znakom 21. ZOI. Besedilo je vedno posredovano kot šablonizirano običajno poročilo z naslovjem (nadslov, naslov in podnaslov) ter vodom in jedrom. A ker je to športni časopis in so skladno s tem bralci športno izobraženi in imajo zato večja pričakovanja, se novinarji v besedilih nikakor ne izogibajo svojim presojam, ocenam, niti komentarjem, pogosto pišejo v reporterskem stilu. Posebnost je tudi, da je ne glede na to, da je morda celotno besedilo komentar, ta objavljen v enaki obliki kot poročilo in niti ni posebej naslovljen kot interpretativna zvrst besedila. Izjema je le t. i. *Olimpijski dnevnik*, objavljen v barvnem okvirčku na prvi olimpijski strani.

Nekoliko drugače je z osrednjima slovenskima dnevnikoma časopisoma, ki imata dnevno za športne teme odrejenih le nekaj strani, običajno v zadnjem delu edicije. Vendar sta tudi Delo in Dnevnik OI posebej namenila več strani, opremljenih z uradnim logotipom. Na teh straneh je bila v 16 analiziranih edicijah Petrina zgodba v Delu objavljena v 14 in v Dnevniku v 11 številkah. A posebnost so naslovne strani, pomembne za ustvarjanje kulta junaka. Zgodba se je na naslovnici Dela znašla osemkrat, od tega v petih primerih kot glavna oz. ena od glavnih tem dneva (prvi dve številki po tekmi, dve ob prihodu v Slovenijo ter ena izdaja nedeljske edicije NeDelo), v ostalih primerih pa zgolj kot napoved notranje vsebine oz. vsebine priloge. Štiri naslovnice je tej temi odredil tudi Dnevnik (dve po tekmi, ena po sprejemu v Sloveniji

ter ena izdaja nedeljske edicije Nedeljski dnevnik). Posebnost je tudi to, da sta ta dva časopisa predvsem drugi dan po tekmi tej zgodbi odstopila prve notranje strani, sicer odrejene najbolj odmevnim družbenim oz. političnim temam. Pa tudi komentarji, ne samo tisti na športnih straneh, temveč tudi tisti, v katerih se komentatorji običajno obregnejo ob politične ali gospodarske teme, so bili posvečeni Petri Majdič. Delo in Dnevnik sta na teh straneh poleg komentarjev objavljala običajna poročila, ki so pogosto mejila na komentatorska poročila, reporterska poročila novinarjev poročevalcev s kraja dogodka, intervjuje, redko razširjeno vest, Dnevnik je objavil tudi nekaj anket, Nedeljski dnevnik pa celo članek o ozadju njene nesreče.

Vsa ta, sicer informativna (izjema so komentarji in reporterska poročila) novinarska besedila vsebujejo ogromno pridevnikov, lastnih sodb in ocen ter interpretacij, zaradi česar pogosto odstopajo od norm novinarskega poročanja in že mejijo na leposlovje. Da bi vse skupaj, vključno z nacionalističnim diskurzom, izpadlo dokaj verodostojno in v skladu z novinarskimi normami, novinarji svoje trditve podkrepijo z dobesednim navajanjem oz. povzemanjem virov informacij. V Ekipi v nekaterih primerih objavljajo tudi celotne izjave z naslovom, s čimer želijo javnosti pokazati svojo kredibilnost, hkrati pa se želijo izogniti morebitni manipulaciji, do katere lahko pride s krajšanjem izjav ali njihovim povzemanjem.

7.3 Analiza družbene prakse

Na tretji, tj. zadnji, ravni analiza postaja kritična, kar pomeni, da skušam kritično ovrednotiti ugotovitve prvih dveh stopenj analize ter jih interpretirati znotraj trenutnega družbenega konteksta oz. družbenega konteksta v času objave analiziranih besedil. Pri tem opozarjam, da je interpretacija izrazito subjektivne narave in je ne gre generalizirati na celotno (slovensko) družbeno ozračje.

Čeprav sem diskurzivno analizo začela nekoliko skeptična, da smučarski tek morda ni ravno najboljša športna disciplina (sploh v Sloveniji), v kateri bi iskali in identificirali elemente nacionalistične ideologije, je tekstualna analiza pokazala ravno nasprotno. Očitno za slovenske novinarje posamična tekma in za slovensko okolje netradicionalna športna

disciplina nista nikakršna ovira, da ne bi z različnimi verbalnimi in neverbalnimi sredstvi v slovenski družbi ohranjali nacionalistično ideologijo.

Kljub temu da to ni ekipna tekma, na kateri moštvo skozi medijske oči predstavlja vojaško četo, mediji vseeno uspejo najti vojaško terminologijo, preko katere se izraža napetost, ki hitro lahko preraste v (mednacionalne) konflikte. A sodeč po analizi ocenjujem, da namen medijev ni to, temveč je njihov cilj oblikovanje »Drugega« kot sovražnika oz. bolje rečeno nasprotnika, da bi se le »naša« zamišljena skupnost ohranila in postala še bolj trdna. Tak diskurz se neposredno kaže preko t.i. »navijaškega novinarstva«, ki je značilno in tolerirano običajno le na športnih straneh, in še to zgolj v primerih mednarodnih športnih dogodkov. Dokaj nenavadno bi bilo namreč, če bi v navijaškem slogu pisali novinarji medijev nacionalnih razsežnosti, ki poročajo s tekmovanj na državni ravni. V tem primeru bi bila tako relacija »mi vs. oni« kakor zaimek »naš« precej dvoumna. Še toliko bolj bi to bila, če bi ju prenesli v (notranje) politični kontekst. Kakorkoli, v tem primeru se mi z ideološkega vidika »navijaško novinarstvo« ne zdi preveč sporno, saj ni niti hujskaško niti zlonamerno zoper druge narode. Je zgolj narodnocentrično, saj nakazuje povezovanje narodne skupnosti, krepi nacionalno identiteto ter dviguje nacionalni ponos.

Ob tem je zanimiva medijska dvoličnost, ki na eni strani ustvarja negativno relacijo med »nami in njimi«, na drugi strani pa izraža veliko zadovoljstvo ob dejstvu, da se o Sloveniji in Slovenci piše v tujih medijih. Ti dve skrajnosti nakazujeta, da se narod sam po sebi ne more oblikovati, temveč »Drugega« potrebuje ne le za utrjevanje notranjih vezi temveč tudi za uveljavitev na mednarodnem političnem zemljevidu. Prava potrditev za novonastale narode oz. države je zagotovo članstvo v mednarodnih organizacijah, med drugim v MOK. OKS ima polnopravno članstvo v tej organizaciji sicer že vse od leta 1992 (Olimpijski komite Slovenije), pa vendar je sodeč po besedah njegovega predsednika Janeza Kocjančiča še slabih 20 let kasneje pomembna vsaka potrditev s strani večjih in močnejših narodov.

Populacijska in geografska majhnost je za slovenski narod neizogibno dejstvo, ki pa mnogim predstavlja pravo frustracijo, da se utegne narod asimilirati z mednarodno okolico in tako počasi izginiti. Prav zato Slovenci čutijo neko obvezo po krepitvi in ohranitvi nacionalne

zavesti²⁸. Kakorkoli, mimo majhnosti v slovenskem nacionalističnem diskurzu ne moremo, prav tako tudi v športu. Kot je pokazala tekstualna analiza, je v medijih to najbolj očitno ob pisanju o uspehih. Ker je nemogoče, da bi dvomilijonski narod po številu konkuriral preko 80-milijonskemu nemškemu, kaj šele 300-milijonskemu ameriškemu narodu, Slovenci po pregovoru *vsak berač svojo malho hvali* številke obrnejo sebi v prid. Tako ob koncu olimpijskih iger vedno prebiramo, koliko medalj je Slovenija osvojila na glavo prebivalca v nasprotju z npr. ZDA. Kajti le v tem pogledu lahko majhna država konkurira svetovni velesili.

Potreba po delni enakovrednosti z večjimi narodi, uveljavitvi v MOK in prepoznavnosti v svetu je pri Slovencih zbudila tudi željo, da bi v Vancouvru končno dobili želeno zlato odličje in olimpijskega prvaka tudi na zimskih igrah. Slovenci se namreč v športnem smislu bolj identificirajo kot zimski športni narod. Medtem ko se je s poletnih OI že več športnikov vrnilo z zlatom okoli vratu, to predstavnikom na ZOI še ni uspelo. In tudi tokrat je ostalo tako, saj poleg Petre Majdič to ni uspelo niti drugemu upu, alpski smučarki Tini Maze, kaj šele preostalim športnikom. Medijem je tako ostalo le, da pišejo *o junakinjah malega naroda velikih posameznikov* (Divac 2010b), medtem ko je zlata zimska olimpijska medalja do naslednjih iger ostala le pobožna želja, po kateri lahko Slovenci hrepenijo, kakor so nekoč hrepeneli po tem, da bi se prebudil narodni rešitelj Kralj Matjaž. »Sanje o prvi slovenski zlati kolajni na zimskih olimpijskih igrah so bile oddaljene štiri stotine! Vsaka izmed njih se bo prebolevala najmanj eno leto, do Sočija 2014« (Šemerov 2010b).

Mitologija prehoda se tako ni razpletla v skladu s pričakovanji v zlatem lesku. Je pa za prehod naroda v novo ero Petra Majdič poskrbela z neverjetno zgodbo oz. čudežem, ki jo je popeljal med olimpijske zvezde. Prehod je namreč v že omenjeni prepoznavnosti Slovenije v svetu, dodatni uveljavitvi v MOK pa tudi v končno pretrganem nizu neuspehov zimskih olimpijcev, navsezadnje je to tudi prvo olimpijsko odličje za slovenski smučarski tek. Ponos Slovencev je

²⁸ Smith ugotavlja, da mora majhen narod za svoj obstanek neprestano obnavljati svojo kulturo, temelječo na enkratni in junaški preteklosti ter jo vsajati v vsako generacijo posebej (1991, 64–66). A če se pripadniki malih narodov želijo izkazati med drugimi, se ne morejo naslanjati na lovorike slavnih prednikov in na preteklost, kajti vse to je ljudem onkraj meja Slovenije neznano. Zato je vsak Slovenec izzvan, da nekaj postane in naredi in prav to je prednost majhnosti, saj garancija junaštva in genialnosti nikakor ni v številčnosti. »Prav te razmere so naredile iz Slovencev enega najbolj trdoživih, klenih in odpornih narodov v Evropi« (Rode 1992, 29–31).

bil več kot očiten, kajti športni uspehi so tisto, kar najbolj dviguje slovensko nacionalno zavest²⁹. To so skušali predvsem poudariti v Dnevniku, kjer niso pisali le s svojega stališča in stališča uradnih virov, temveč so o tem objavili tudi več anket, v katerih (naključno) izbrani anketiranci izražajo veliko zadovoljstvo ob uspehu slovenske športnice ali bolje rečeno, Slovenije.

Vse to so elementi, ki ohranjajo in tudi krepijo slovensko nacionalno identiteto. In več kot očitno je šport v slovenskih medijih zlorabljen v ideološke namene, predvsem za zamišljanje nacionalne skupnosti. Na to s svojo prisotnostjo opozorijo tudi politiki oz. najvišji predstavniki oblasti. Predsednik RS je državljanke spodbujal k povezanosti, ponosu in zanosu, lasten, majhen narod pa je postavil v superiorni položaj. In prav na tej točki nacionalistični diskurz visi nad prepadom v neliberalno različico ideologije, ki rojeva krvave vojne. Povečevanje lastnega naroda ponižuje druge in ni daleč od pozivov k nestrpnosti.

V ideološke namene je zlorabljen tudi zgodba oz. mit o junakinji – tega so mediji ustvarili z zgodbo, ki jo je mogoče aplicirati na načela junaškega mita po Meletinskem in Campbellu, in objavami besedila in fotografij na naslovnica –, ki jo lahko primerjamo z legendo o Petru Klepcu, v katerem je pravzaprav upodobljen majhen slovenski narod, ki si želi premagati večje in močnejše. Namesto Klepca je v tej zgodbi osrednji lik Petra Majdič, ki naj bi s svojo močjo in zmago, četudi zgolj moralno, narodu izravnala pretekle in sedanje krivice. S svojo nadčloveško močjo, kakor pišejo mediji, naj bi tudi svetu dokazala, da se majhen narod lahko kosa z večjimi in jih celo prekosi. Zgodba je z vidika nacionalističnega diskurza pomembna, ker junak kot tak ljudstvu služi za zgled. Predvsem take zgodbe koristijo vladajočemu političnemu aparatu pri uveljavljanju njihovih ideologij. Najbolje je to znal izkoristiti predsednik vlade RS, ki je zgodbo o uspehu takoj speljal na svoj mlin in Petrino navijače

²⁹ Mednarodna raziskava Slovensko javno mnenje 2006/2 je pokazala, da so Slovenci – sodelovali so 1003 vprašani – najbolj ponosni na osamosvojitve države, takoj nato sledi šport, šele potem zgodovina, kultura, gospodarski uspehi, politično sodelovanje, demokratične institucije, socialna varnost in socialne pravice ter nazadnje strpnost v državi. Vprašani so odgovarjali tudi na vprašanje: »Kako ponosni ste, kadar se Slovenija dobro odreže na mednarodnih tekmovanjih v športu ali igrah?« Kar 528 jih je odgovorilo, da so »zelo ponosni«, 364 jih je bilo »precej ponosnih«, »malo« ali »sploh ne« pa 84 oz. 14 vprašanih (SJM062).

pozval, naj tako, kot so navijali in stali skupaj za športnico, to storijo tudi za državo, narod, ki je v krizi.

8 Sklep

Nacionalizem kot politična ideologija kljub prizadevanjem, da bi ga pometli pod preprogo, ostaja in vztraja na površju sodobne družbe. Čeprav se ta z oblikovanjem različnih nadnacionalnih struktur, mednarodnim povezovanjem in medkulturnim dialogom, globalizacijo in različnimi nadnacionalnimi državljanstvi trudi izkoreniniti zlo zadnjih dveh stoletij, to ne bo izginilo, dokler se bodo ohranjali njegovi temelji, na katerih stoji večina sodobnih držav. Medtem ko predvsem politika kot oblast navidezno skuša to ideologijo enkrat za vselej pospraviti v zgodovinske knjige, ta na površje udarja tam, od koder pravzaprav izvira. Množični mediji so, kot t. i. četrta veja oblasti glavni razlog za nastanek nacionalistične ideje in hkrati tudi poglavitni krivec, da se ta še vedno ohranja.

Množični mediji še zdaleč niso zgolj ogledalo družbene realnosti, temveč so prvi v vrsti, ki jo ustvarjajo. Iz tega dejstva tudi izhajam v magistrski nalogi, v kateri se ukvarjam z medijsko konstrukcijo nacionalizma, in sicer v športnih dogodkih. Šport je v svoji moderni podobi zaradi socializacijske in integracijske funkcije namreč eno pomembnejših področij, preko katerega se je nacionalistična ideja naturalizirala, krepila in se tam ohranja tudi danes. V nalogi sem skušala dokazati, da slovenski množični mediji oz. slovenski novinarji športne dogodke izrabljajo za ohranjanje in krepitev slovenske nacionalne identitete.

Na primeru poročanja slovenskih medijev o »mučeništvu« Petre Majdič na ZOI v Vancouvru sem s kritično diskurzivno analizo ugotavljala, kakšen pristop in katera sredstva predstavniki sedme sile uporabljajo za ustvarjanje nacionalističnega diskurza. Glede na teoretične predpostavke primer smučarskega teka kot posamične športne discipline ni najboljši, v katerem bi nastajal ta ideološki diskurz. Dvom izhaja tudi iz dejstva, da se smučarski tek ne obravnava kot slovenski nacionalni šport. Vendar analiza je pokazala ravno nasprotno.

Na primeru analize poročanja treh slovenskih dnevnih časopisov (Dela, Dnevnika in Ekipe) ugotavljam, da novinarji v prid nacionalni zavesti izkoristijo vsak športni dogodek, ki se razplete v dobro slovenskih predstavnikov. Ko je Petra Majdič na enem največjih mednarodnih športnih dogodkov osvojila bronasto medaljo, novica ni obstala le na športnih straneh, temveč je postala glavna novica dneva, ki je krasila naslovne strani, na katerih je bilo

med drugim mogoče prebrati, da »ima Slovenija prvo kolajno« in »Petra Majdič navdih za vse«. V osrednjem nacionalnem dnevnem časopisu (Delu) in časopisu manjšega formata (Dnevniku) so temi namenili tudi prve notranje strani in komentarje, sicer namenjene najbolj odmevnim političnim temam. Da je športna novica prestopila na politični breg in s tem dobila nacionalni pridih, so mediji pokazali tudi z nepremišljeno in nekritično objavo izjav in čestitk najvišjih državnih predstavnikov – predsednika države in predsednika vlade RS, ki sta uspeh Petre Majdič zlorabila v nacionalistično-ideološke namene.

Nacionalno zavest novinarji v svojih poročilih ustvarjajo, spodbujajo in krepijo zelo neposredno v subjektivnem in navijaškem slogu pisanja, ki je sicer v športnem poročevalstvu samoumeven, v tem primeru pa se, kot že omenjeno, preseli tudi v druge rubrike. Pri tem se novinarji poslužujejo različnih jezikovnih sredstev, s katerimi ustvarjajo mejo med »nami in njimi«, z vojaško terminologijo na tej relaciji krepijo agresivno, konfliktno in privoščljivo stanje duha do »Drugega«, spodbujajo k navijanju za »naše« in uspeh športnice kot predstavnice naroda poosebljajo s celotno nacijo. Ponos je nekaj zdravorazumskega in dodatno raste ob ugotovitvi, da se zaradi športnih uspehov nacija dodatno uveljavlja na mednarodnem prizorišču. Kot nepogrešljiv element, s katerim se identificira slovenski narod, se v diskurzu veliko omenja tudi njegova majhnost. Iz strahu, da bi izginil, so pozivi k zamišljanju skupnosti v majhnem narodu še toliko bolj pogosti.

Nacionalizem se krepi tudi z mitološkimi elementi. Mediji so Petro Majdič označili kot žrtev, ki se je v neznosnih bolečinah darovala in borila, da bi za narod osvojila odličje. V tem se kaže tudi mitologija prehoda, ki bi se po prvotnih napovedih morala izpolniti s prvim zlatim zimskim olimpijskim odličjem za Slovenijo, a nazadnje je bil spričo okoliščin prehod izpolnjen s prvim olimpijskim odličjem za slovenski smučarski tek.

Omenjena jezikovna sredstva novinarji dodatno podkrepijo še z vizualnim gradivom. Na fotografijah se večkrat pojavita slovenski grb in zastava, fotografije množice navijačev in oboževalcev potrjujejo obstoj slovenske zamišljene skupnosti, ki časti svojo junakinjo, fotografije Petre Majdič v uradnih oblačilih slovenske reprezentance pa so dokaz njene nacionalne pripadnosti.

Vlogo posrednika pri kovanju Petre Majdič v zvezde in mitologijo junaštva so tako mediji na eni strani odigrali z vizualnim gradivom, predvsem fotografijami na naslovnica, ki so eden

najpomembnejših dejavnikov ustvarjanja kulta junaka. A bolj kot same fotografije so iz Petre Majdič kult junakinje ustvarila medijska besedila. Novinarji so namreč spisali pravi mit o junaku, na katerega lahko apliciramo okvir tradicionalne junaške zgodbe s tremi fazami – odcepitev, iniciacija in odrešitev svojega ljudstva. Zgodba je še bolj dramatična, ker je to storila kot žrtveno jagnje, zato so jo mediji okronali za kraljico oz. junakinjo. Pri tem niso pozabili omeniti številnih lastnosti, ki jo odlikujejo kot športnico in slovensko herojinjo. Zgodbo, ki so jo spisali, pa so sami imenovali slovenski nacionalni ep.

Sklenem lahko, da slovenski množični mediji oz. trije osrednji dnevni časopisi skrbijo za ohranjanje nacionalističnega diskurza, diskurza ideologije, ki je s svojo ekskluzivistično prakso povzročila mnoge morije zadnjih dveh stoletij in pol. Čeprav se ta skrajnost v diskurzu analiziranih časopisov ne kaže, je treba upoštevati, da je meja med liberalnim in neliberalnim nacionalizmom zelo tanka. Kritika se tako nanaša predvsem na novinarje, ki neprestano obnavljajo nacionalno identifikacijo in hkrati oblasti dopuščajo, da na svoj prefinjen način šport zlorabi v ideološke namene.

9 Literatura

- Alter, Peter. 1991. Kaj je nacionalizem? V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rizman, Rudi, 221–237. Ljubljana: Krt.
- Anderson, Benedict. 2007. *Zamišljene skupnosti. O izvoru in širjenju nacionalizma*. Ljubljana: Studia humanitatis.
- Andrews, Phil. *Sports Journalism: A Practical Introduction*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Billig, Michael. 1995/1999. *Banal Nationalism*. London ; Thousand Oaks ; New Delhi: Sage Publications.
- Brundage, Avery. 1956. Circular Letter. *Olympic Review 1956* 53: 55. Dostopno prek: <http://www.la84foundation.org/OlympicInformationCenter/OlympicReview/1956/BDCE53/BDCE53u.pdf> (26. september 2011).
- Bukovec, Brigita. 2010. Petrina volja naj bo zgled vsem. *Delo* (19. februar).
- Burr, Vivien. 1995/2000. Introduction: What is social constructionism? V *An introduction to social constructionism*, ur. Vivien Burr, 1–16. London, New York: Routledge.
- 1998. What is discourse? V *An introduction to social constructionism*, ur. Vivien Burr, 46–61. London, New York: Routledge.
- Campbell, Joseph. 1973. *The hero with a thousand faces*. Princeton: Princeton University Press.
- CR. 2010. Sprejem olimpijcev na Prešernovem trgu; večina pozornosti je bila namenjene Petri Majdič. *Dnevnik* (4. marec).
- Debeljak, Aleš. 2004. *Evropa brez Evropejcev*. Ljubljana: Sophia.
- Delo*. 2010. Analizirano besedilo dnevnika (17. 2. 2010 – 4. 3. 2010). Ljubljana: Delo.
- Divac, Vito. 2010a. Majdičeva za Foxovo nagrado. *Delo* (26. februar.)
- 2010b. Globalno znanje, slovenske kolajne. *Delo* (2. marec).
- Dnevnik*. 2010. Analizirano besedilo dnevnika (17. 2. 2010 – 4. 3. 2010). Ljubljana: Dnevnik.
- 2010a. Justina Kowalczyk (19. februar).
- 2010b. Nevarnih padcev športnikov je v Vancouvru vse več, nesrečna zgodba Petre Majdič je imela srečen konec (19. februar).

Doupona, Mojca in Krešimir Petrović. 2000. *Šport in družba: sociološki vidiki*. Ljubljana: Fakulteta za šport.

Družnik, Matej in Miha Šimnovec. 2010a. Petra Majdič še tretjo noč prespala v bolnišnici. *Delo* (20. februar)

--- 2010b. Še zmeraj imam živo pred očmi, kako letim proti kotanji. *Delo* (25. februar).

Ekipa. 2010. Analizirano besedilo dnevnika (17. 2. 2010 – 4. 3. 2010). Ljubljana: Set.

Ekipa. 2010a. To je bila moja zadnja priložnost (19. februar).

--- 2010b. Ujeto v objektiv: Pa saj to ne more biti res (23. februar).

--- 2010c. Najuspešnejše ZOI za Slovenijo (1. marec).

--- 2010č. Kolajne v 26 držav (2. marec).

--- 2010č. Tvegala je življenje (2. marec).

--- 2010d. Ljubljana pozdravila diamantno Petro Majdič (4. marec).

Erjavec, Karmen in Melita Poler Kovačič. (2007). *Kritična diskurzivna analiza novinarskih prispevkov*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Fairclough, Norman. 1995. *Media discourse*. London [etc.]: E. Arnold.

--- 2003/2005. *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. London; New York: Routledge.

Finc, Mojca. 2010. Pet tisočakov šlo v dobrodelne namene. *Delo* (4. marec).

Foucault, Michel. 1991. *Vednost – država – oblast*. Ljubljana: Krt.

Giddens, Anthony. 1991. Nacionalna država, narod, nacionalizem. V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rizman, Rudi, 365–370. Ljubljana: Krt.

Girginov, Vassil, Jim Parry in Milan Hosta. 2007. *Olimpijske igre: Študijski vodnik po razvoju modernih olimpijskih iger*. Ljubljana: Fakulteta za šport.

Hardt, Hanno. 2002. Vizualna kultura v kulturnih študijah. V *Cooltura. Uvod v kulturne študije*, ur. Debeljak, Aleš, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 315–327. Ljubljana: Študentska založba.

Hartman, Karen. 2008. *The Athlete as Hero or Villain: A Response to Social Scientific Findings Through the Rhetorical Construction of the Moral Athlete*. Conference Papers: National Communication Association. Dostopno prek: DiKUL.

--- 2009. *The Communicative Practices of American Sport: The Trinity of Myth, Sport, and the Hero*. Conference Papers: National Communication Association. Dostopno prek DiKUL.

Hobsbawm, Eric J. 1983/2003a. Introduction: Inventing Traditions, 1870–1914. V *The Invention of Tradition*, ur. Hobsbawm Eric in Terence Ranger, 1–14. Cambridge: Cambridge University Press.

--- 1983/2003b. Mass-Producing Traditions: Europe, 1870–1914. V *The Invention of Tradition*, ur. Hobsbawm Eric in Terence Ranger, 263–307. Cambridge: Cambridge University Press.

--- 2007. *Nacije in nacionalizem po letu 1780*. Ljubljana: Založba / *cf.

Hočevár, Miha. 2010. Ubijalci olimpijskih sanj. *Delo* (19. februar).

Hrženjak, Majda in Valerija Vendramin. 2003. *Kulturna vzgoja: Zaključni elaborat CRP-a »Kulturna vzgoja skozi otroško literaturo«*. Ljubljana: Mirovni inštitut.

In der Maur, Wolf. 1991. *Nacionalizem*. Celovec: Mohorjeva založba.

JO. 2010. Nagrada kot drugi popotresni sunek. *Dnevnik* (1. marec).

Jontes, Dejan. 2010. *Novinarstvo kot kultura: miti in vrednote*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Korošec, Tomo. 2005. K stilu športnega poročevalstva. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec, 257–271. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Košir, Manca. 2005. Javno komuniciranje kot oglaševanje. V *Uvod v novinarske študije*, ur. Poler Kovačič, Melita in Karmen Erjavec, 19–29. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Kotnik, Vlado. 2009. Smučanje kot spektakel nacije: od bloškega smučanja do paradnega televizijskega športa. V *Kalejdoskop športa*, ur. Velikonja, Mitja, Peter Stanković in Gregor Starc, 187–209. Maribor: Aristej.

Kozmus, Primož. 2010a. Dnevnik. Poklon Petri! *Sobotna priloga* (20. februar).

Kozmus, Primož. 2010b. Zdi se, da smo zašli s prave poti. Kot da naenkrat želimo več, a na to še nismo pripravljeni. *Sobotna priloga* (27. februar).

Kustec Lipicer, Simona. 2009. Šport in politika: (ne)lagodno partnerstvo. V *Kalejdoskop športa*, ur. Velikonja, Mitja, Stanković Peter in Gregor Starc, 249–265. Maribor: Aristej.

Ličen, Simon. (2009). (Ne)pristranskost in subjektivnost v diskurzu športnega novinarstva. V *Kalejdoskop športa*, ur. Velikonja, Mitja, Stanković Peter in Gregor Starc, 233–247. Maribor: Aristej.

Lull, James. 1995/2000. *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge: Polity Press.

Ma. B. 2010a. Prešernov trg čustveno vibriral s Petro. *Delo* (19. februar).

--- 2010b. Majdičevi čestitke tudi s političnega vrha. *Delo*, (19. februar).

Malnar, Brina, Mitja Hafner-Fink in skupina. 2006. *Slovensko javno mnenje 2006/2: Mednarodni raziskavi: Vloga države (ISSP 2006); Prosti čas in šport (ISSP 2007)*. Datoteka podatkov. Univerza v Ljubljani, Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij. Ljubljana: Arhiv družboslovnih podatkov. Dostopno prek: <http://www.adp.fdv.uni-lj.si/opisi/sjm062/opis-podatkov/> (6. september 2011).

Meletinskij, Eleazar Moiseevič. (2001). *Bogovi, junaki, ljudje : izbrani članki in razprave*. Ljubljana : Založba /*cf.

Milinković, Jasna. 2010. Petra Majdič spet doma. *Delo* (2. marec).

Miljković, Andrej. 2010a. Junaško, nadčloveško, sPETRAkularno. *Ekipa* (18. februar).

--- 2010b. Brezmejne razsežnosti edinstvenega junaštva. *Ekipa* (19. februar).

--- 2010c. Pogumna za skeleton, trdna za hokej, a v bolečem precepu. *Ekipa* (26. februar).

--- 2010č. Bron vse bolj zlat, srebri sta plaTina. *Ekipa* (2. marec).

Miller, Toby in Alec McHoul. 2002. Šport v popularni kulturi in vsakdanjem življenju. V *Cooltura. Uvod v kulturne študije*, ur. Debeljak, Aleš, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 265–281. Ljubljana: Študentska založba.

MJ. 2010. Slovenija ima prvo kolajno – Petra Majdič po dramatičnih dogodkih osvojila bron. *Delo* (18. februar).

Močnik, Metod. 2010a. Petrin padec ni bil naključen. *Nedeljski dnevnik* (28. februar).

--- 2010b. S tako poškodbo fantje ne bi vzdržali. *Dnevnik* (19. februar).

Morgan, Prys. 1983/2003. From a Death to a View: The Hunt for the Welsh Past in the Romantic Period. V *The Invention of Tradition*, ur. Hobsbawm Eric in Terence Ranger, 43–100. Cambridge: Cambridge University Press.

NeDelo. 2010. Majdičevi Foxova nagrada (28. februar).

Nevitte, Neil in Edward A. Tiryakian. 1991. Nacionalizem in modernost. V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rizman, Rudi, 267–295. Ljubljana: Krt.

Okorn, Jože. 2010a. Majdičeva pripravljena na vse scenarije. *Dnevnik* (17. februar).

--- 2010b. Poškodovana iz brezna do brona. *Dnevnik* (18. februar).

--- 2010c. Od zloma hrbtenice le 15 centimetrov. *Dnevnik* (25. februar).

--- 2010č. Podpora Majdičevi v primeru tožbe. *Dnevnik* (2. marec).

Okorn, Jože in Tatjana Pihlar. 2010a. »Petra Majdič je tvegala tisto, kar je sveto – življenje«. *Dnevnik* (19. februar).

--- 2010b. »O Petri napišite le: od pekla do raja!«. *Dnevnik* (19. februar).

Olimpijski komite Slovenije. Dostopno prek: <http://www.olympic.si/index.php> (27. september 2011).

Olympic.org. Dostopno prek: <http://www.olympic.org/national-olympic-committees> (9. februar 2011)

Pavčnik, Martin. 2010. V Sloveniji do potnega lista in novega dresa. *SiOL.net*, 14. april. Dostopno prek: http://www.siol.net/Sportal/Sportal_plus/Novice/2010/04/V_Sloveniji_do_potnega_lista_in_novega_dresa.aspx (7. marec 2011).

Pihlar, Tatjana. 2010. »Petra je tvegala tisto, kar je sveto – življenje. *Dnevnik* (19. februar).

Pogačar, Robert. 2010a. Ne, Petra, ne bomo zadovoljni. *Ekipa* (17. februar).

--- 2010b. Splet nesrečnih naključij. *Ekipa* (20. februar).

--- 2010c. Majhni smo lahko le v glavi ali srcu. *Ekipa* (2. marec).

Polley, Martin. 1998. *Sport and Society : A Contemporary History*. London, New York: Routledge. Dostopno prek ebrary.

Pušnik, Maruša. 1999. Konstrukcija slovenske nacije skozi medijsko naracijo. *Teorija in praksa* 30 (5): 796–808.

Retelj, Domen. Igre podpirajo mite ... še večkrat jih ustvarijo. *Ekipa* (23. februar).

Rizman, Rudi. 1991. Teoretske strategije v študijah etnonacionalizma. V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rizman, Rudi, 15–37. Ljubljana: Krt.

Rode, Franc. 1992. *Slovenska nacionalna zavest*. Ljubljana: Družina.

S. J. 2010. Kdo bosta športnica in športnik leta 2010? *MMC RTVSLO*, 22. december. Dostopno prek: <http://www.rtvsl.si/sport/preostali-sporti/kdo-bosta-sportnica-in-sportnik leta-2010/246890> (7. marec 2011).

Smith, Adrian in Dilwyn Porter. 2004. Introduction. V *Sport and National Identity in the Post-War World*, ur. Smith, Adrian in Dilwyn Porter, 1–9. London ; New York: Routledge

Smith, D. Anthony. 1991. Genealogija narodov. V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rizman, Rudi, 39–77. Ljubljana: Krt.

--- 2005. *Nacionalizem: teorija, ideologija, zgodovina*. Ljubljana: Krtina.

Starc, Gregor. 2003. *Discipliniranje teles v športu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.

--- 2006. Šport kot socialna arena nacije v Sloveniji. *Razprave in gradivo: revija za narodnostna vprašanja* 50-51: 272–284.

Strudler, Keith. 2006. Media Sports Stars and Adolescents: A Statistical Analysis of Mediated Sports Heroes Based on Self-Concept Congruity. *The Sport Journal* 9 (3). Dostopno prek: <http://www.thesportjournal.org/article/media-sports-stars-and-adolescents-statistical-analysis-mediated-sports-heroes-based-self-co> (7. marec 2011).

Šaver, Boštjan. 2003. Kulturni pomen Triglava: nacionalna identiteta, šport in planinske podobe slovenstva. *Ampak: mesečnik za kulturo, politiko in gospodarstvo* 4 (12): 12–13.

--- 2004. Gledati s Triglava in ne biti viden. *Ampak: mesečnik za kulturo, politiko in gospodarstvo* 5 (8/9): 68–69.

--- 2005a. *Nazaj v planinski raj*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

--- 2005b. Šport, mediji in družbena konstrukcija junaštva: primer Humar. *Medijska preža* (23/24): 29–30.

--- 2009. Družbena invencija in ideološka konstrukcija modernega športa. V *Kalejdoskop športa*, ur. Velikonja, Mitja, Stanković Peter in Gregor Starc, 13–132. Maribor: Aristej.

Šemerov, Uroš. 2010a. Lepo je biti Slovenec. *Dnevnik* (19. februar).

--- 2010b. Slovenski ponos v višavah. *Dnevnik* (1. marec).

Šimnovec, Miha. 2010a. Petra Majdič se boji agresivnih tekmic. *Delo* (17. februar).

--- 2010b. Petra Majdič od peka do raja do brona. *Delo* (18. februar).

--- 2010c. Čudeži vendarle obstajajo. *Delo* (19. februar).

--- 2010č. Vseh smrek ne moremo zaščititi. *Delo* (19. februar).

--- 2010d. Petra noče biti več gladiatorka. *Delo* (25. februar).

--- 2010e. Tako dobri še nismo bili! *NeDelo* (28. februar).

--- 2010f. Petra Majdič navdih za vse. *Delo* (1. marec).

Šugman, Rajko. 1997. *Zgodovina svetovnega in slovenskega športa*. Ljubljana: Fakulteta za šport.

Tamše, Rok. 2010. Porednici na meji razuma. *Delo* (23. februar).

Titscher, Stefan in Michael Meyer, Ruth Woodak, Eva Vetter. 2000/2007. *Methods of Text and Discourse Analysis*. Los Angeles [etc.]: Sage.

Temnik, Katja. 2009. *Kritična diskurzivna analiza blogov slovenskega predsednika dr. Janeza Drnovška*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede. Dostopno prek: http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag_temnik-katja.pdf (30. april 2011).

Todorov, Tzvetan. 1991. Narod in nacionalizem. V *Študije o etnonacionalizmu*, ur. Rizman, Rudi, 145–164. Ljubljana: Krt.

Trstenjak, Anton. 1987. Šport in ustvarjalnost. *Telesna kultura* 35 (3): 18–21.

Van Dijk, Teun A. 1997. The Study of Discourse. V *Discourse studies: a multidisciplinary introduction. Vol. 1, Discourse as structure and process*, ur. Teun A. van Dijk, 1–34. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage, 1997.

Velikonja, Mitja. 1996. *Masade duha: razpotja sodobnih mitologij*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

--- 2002. Dom in svet. Kultura in študije naroda. V *Cooltura. Uvod v kulturne študije*, ur. Debeljak, Aleš, Peter Stanković, Gregor Tomc in Mitja Velikonja, 283–297. Ljubljana: Študentska založba.

--- 2003. *Mitografije sedanjosti: študije primerov sodobnih političnih mitologij*. Ljubljana: Študentska založba.

Vezovnik, Andreja. 2008. Kritična diskurzivna analiza v kontekstu sodobnih diskurzivnih teorij. V *Družboslovne razprave* 57: 79–96. Dostopno prek: <http://www.druzboslovnerazprave.org/media/pdf/clanki/57-vezovnik.pdf> (30. april 2010).

--- 2009. *Diskurz*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Vrabec, Aljaž. 2010. Mama ji pravi, da je že zdrava. *Dnevnik* (2. marec).

Wikipedia: prosta enciklopedija. Dostopno prek: http://sl.wikipedia.org/wiki/Britta_Bila%C4%8D (7. marec 2011).

Zabukovec, Mojca. 2011. Za svobodo pripravljeni žrtvovati svoja življenja. *Delo.si*, 31. januar. Dostopno prek: <http://delo.si/clanek/138564> (7. marec 2011).