

kundy hostí), o vývoji skóre (Za tri body Jožko Lovík 21:31), o menách aktérov trestných hodov (Šestky hádže Godályová) a pod. Sociálna rola hlásateľa však neumožňuje hodnotiť výkon rozhodcu, taktiku trénerov či výkony jednotlivých hráčov. Za narušenie sociálnej roly a za daň domácemu prostrediu považujeme napr. výzvu hlásateľa (v prípade neúspešnej hry domáceho družstva), aby diváci podporili domácich skandovaním a potleskom. Hlásateľ podobne ako rozhodca preferuje používanie termínov, prípadne basketbalových profesionalizmov.

6.3. Sociálna rola diváka je odlišná od rol ostatných protagonistov na basketbalovom zápase. Hráči/hráčky, tréner, rozhodca i hlásateľ majú svoju „pracovnú“ rolu vymedzenú súborom práv a povinností. Divák prichádza na basketbal za športom ako „konzument“, a teda nie je limitovaný športovými predpismi, hoci ich väčšinou ovláda, ale len občianskymi normami (hlavne korektným správaním). To mu umožňuje v prípade potreby sa vyjadrovať na adresu všetkých protagonistov basketbalovej hry, napr.: trénera (Zober už tajm), hráčov/hráčok (Vystrel), rozhodcu (Pískaj konečne), hlásateľa (Nespi pri stolíku) a pod. Používanie basketbalovej lexiky je diferencované podľa toho, či mal divák v minulosti aktívny vzťah k basketbalu. Bývalí hráči napr. používajú basketbalovú lexiku v podobnom rozsahu ako hráči, kým diváci bez vzťahu k basketbalu používajú termíny, profesionalizmy a slangizmy ojedinele alebo v malom rozsahu.

Literatúra

BOSÁK, J.: Podklady do koncepcie slovníka súčasného slovenského jazyka, máj 1992, Rukopis. 15 s.

NÁKONEČNÝ, M.: Sociálna psychologie. Praha 1970. 394 s.

ODALOŠ, P.: Basketbalový slang na Slovensku. In: Sborník přednášek ze IV. konference o slangu a argotu v Plzni 9.-12. února 1988. 2. zv. Red. L. Klimeš, Praha, SPN 1989, s. 261-276.

Osobitosti jazyka športových redaktorov

Sibyla Mislovičová

Jazykovedný ústav E. Štúra SAV, Bratislava

Čo pre nás znamená šport? Životný cieľ, zamestnanie, záľubu, pestovanie fyzickej kondície, upevňovanie zdravia, zábavu – alebo vôbec nič. Každý, kto sa o šport nejakým spôsobom zaujíma, je vlastne členom spoločenstva vyznávačov športu. Patria tam vrcholoví i rekreační športovci, tréneri, funkcionári, fanúšikovia a všetci tí, ktorí o športe píšu alebo hovoria v masovo-komunikačných prostriedkoch, i tí, ktorí to čítajú či sledujú. Toto spoločenstvo sa vyznačuje špecifickým spôsobom komunikácie, mohli by sme to

nazvať „športovým jazykom“. Položili sme si niekoľko otázok: Aký tento jazyk je? Aké vyjadrovacie prostriedky sú preň typické? Čo prezrádza športový jazyk o jeho nositeľoch? Do akej miery mu možno rozumieť? Otázok je samozrejme oveľa viac. Na niektoré sme sa pokúsili nájsť odpoveď na základe sociolingvistického výskumu.

Výskum sme zamerali na športových novinárov ako profesionálnych používateľov jazyka. Predpokladali sme, že práve u nich sa zbierajú všetky nitky tohto rozvetveného, športovo orientovaného spoločenstva. Športový novinár sa stretáva so športovcami – tak vrcholovými, ako aj nevrcholovými, komunikuje s fanúškami a prostredníctvom svojich článkov nadväzuje kontakt s čitateľmi športových rubrik, sprostredkúva informácie o športovom dianí, hodnotí, kritizuje, pôsobí na čitateľa nielen obsahom, ale i formou svojej výpovede. Jazyk je jeho pracovným nástrojom a navyše športový novinár je do istej miery i sám tvorcom športového jazyka, športovej terminológie. Autor športovej rubriky ráta s tým, že keď použije špeciálnu terminológiu, prípadne slangové výrazy z oblasti športu, čitateľ mu bude rozumieť, bude schopný jeho výpoveď správne dekodovať. Recipient teda musí byť „zasvätený“ do športu, resp. do určitého druhu športu: napr. človek, ktorý sa nezaujíma o basketbal, nebude rozumieť vete *Hráč sa vyfauloval*. Ale kto aspoň trochu pozná pravidlá tejto hry, bude vedieť, že hráč prekročil povolený limit faulov (nedovolených zákrokov) a musí z hracej plochy odísť. Jednoducho – *vyfauloval sa*.

Ako sa športoví novinári usilujú sprostredkovať čitateľom informácie o športových udalostiach? Zo skúmaného materiálu, ktorý sme získali výberovou excerpciou denníkov *Smena*, *Práca* a *Večerník* z rokov 1988-1991, nám vychodí, že v procese tvorenia športových komentárov, reportáží, úvah a pod. sú hlavné tri tendencie – tri „naj“. Podat' správu čo najrýchlejšie, čo najjednoduchšie a čo najoriginálnejšie.

Tendencia podávať správy čo najrýchlejšie vyplýva z toho, že nedečkavého čitateľa zaujíma predovšetkým výsledok podujatia, viťaz pretekov atď. To podmieňuje aj smerovanie k zekonomizovaniu prejavu a napokon aj k úsiliu o jednoduchosť.

Maximálnu kondenzovanosť sprostredkúvanej informácie možno najlepšie ukázať na titulkoch športových správ. Sú výstižné, vynachádzvú, často i vtipné a veľmi štýlovo variabilné. Od čisto informatívnych *Vo vode len priemer* (priemerné výkony na plaveckých pretekoch); cez obrazné *Zmazali si jamé nuly* (futbalisti získali prvý bod); veršované *Silná rana zo Slovana, Nie sme všetci v jednom vreci*; inšpirované známymi sloganmi *V chorom družstve zdravý duch*; „pesničkové“ *Na severe dobre, na severe zdravo*; čerpajúce z ustálených spojení a frazeológie *Prievidza a Inter vykročili ľavou, Jednooký kráľ medzi slepými* (vyjadruje situáciu medzi mužstvami, ktoré môžu pomýšľať na majstrovský titul vo futbale); titulky s pozmenenou frazeológiou *Slamka trčala nad vodou, Slovan sa nezachytil*; až po titulky v podstate „zašifované“, pri ktorých je relevantný kontext a znalosť veci *Celník vie najlepšie tancovať* (lyžiarsky slalom vyhral colník Bergamelli).

Úlohu skrátiť samotný text plnia do istej miery športové termíny, profesionalizmy a často aj slangové slová, ktoré pomáhajú autorom vyhnúť sa