

Darija Omrčen

Fakulteta za kineziologijo Univerze v Zagrebu, Hrvatska

Mirjana Bautović

Visoka škola Effectus, Zagreb, Hrvatska

Splošna zgradba brošur, povezanih z olimpijskimi igrami

Brošure spadajo v sklop oglaševalskih medijev. Znotraj tega okvira je namen pričujoče raziskave analizirati vzorec osmih brošur z vidika stopnje enotnosti in strukture sporočanjskih potez. Izbrane brošure, objavljene med leti 1956 in 2020, promovirajo športna tekmovanja, ki spadajo pod skupni imenovalec *olimpijskih iger*. Sedem brošur se nanaša na olimpijske igre kot veliki športni dogodek, ena pa na posebne svetovne zimske olimpijske igre. Razmeroma stabilna zgradba izbranih brošur je potrdila njihovo pripadnost oglaševalskim medijem. Kontekst analiziranega vzorca brošur predstavljajo šport in športni dogodki v okviru koncepta olimpizma, zato teh brošur ni mogoče povsem enačiti z drugimi brošurami, npr. s turističnimi brošurami za promocijo turističnih destinacij. Čeprav brošure v analiziranem vzorcu dejansko promovirajo destinacije, je ta vidik promocije neločljivo povezan z realnostjo velikih športnih dogodkov. V brošurah, povezanih z olimpijskimi igrami, se odraža mešanica sporazumevalnih namenov, ki se zdi bolj zapletena kot pri turističnih brošurah. Nabor komunikacijskih namenov tako sega od promocijskih, informativnih, izobraževalnih, zdravstvenih, kulturnih, okoljskih pa vse do komercialnih. Kar zadeva pomembnost ugotovitev za pedagoško prakso, omenjene brošure ponujajo številne priložnosti za vključitev tematik, ki se na splošno nanašajo na olimpijske igre, v pouk tujih strokovnih jezikov. Pomembno je izpostaviti še, da pridobljeni rezultati kažejo, da je analizirane brošure potrebno obravnavati kot hibridno besedilno podvrsto.

Ključne besede: brošure, stopnja enotnosti, besedilna (pod)vrsta, struktura sporočanjskih potez, olimpijske igre, promocija