

Etika v športnem novinarstvu

✍ Anja Hlača Ferjančič



Javno nastopanje in komuniciranje z mediji postaja čedalje bolj pomemben del dejavnosti vrhunskih športnikov.

Kakšen naj bo rezultat 'tekme' športniki : novinarji?

Nekateri športniki uživajo v pozornosti, ki jim jo namenja jo mediji, po koncu tekem si vzamejo precej časa za odgovarjanje na novinarska vprašanja. Drugi opravijo le najbolj nujne medijske obveznosti, tretji pa se novinarjem kar izognejo oz. bi to najraje storili. Vse tri skupine lahko razumemo, toda navijači, sponzorji in širša javnost so na strani najbolj izpostavljenih športnikov. Naklonjenost javnosti ni povezana le z rezultati, temveč tudi s tem, kako zanimivi so športniki v intervjujih in kako velikodušno delijo svoja mnenja. Zato je odnos med športniki in mediji pomemben.

Za 'napetost' v odnosu med športniki in novinarji je pogosto krivo dejstvo, da so športniki za javnost najbolj zanimivi tik pred tekmo in takoj po njej. Športniki nastopajo v čustveno razgretih okoliščinah. Novinarji lovijo róke za oddajo prispevkov. Obe strani morata zato delovati strokovno in razumevajoče.

Smučarski skakalec Peter Prevc je marca 2016 v Planici ob koncu rekordne sezone, v kateri je osvojil praktično vse, tudi veliki kristalni globus, razlagal, da je vesel, da je sezone konec, saj se je že malce naveličal novinarjev. Seveda mu tega ni nihče zameril. Izjava je bila pospremljena s širokim nasmehom in izrečena potem, ko je Peter celo zimo odlično sodeloval z mediji in bil

kot glavni junak sezone kljub številnim obveznostim zelo veliko na voljo tudi slovenskim novinarjem.

Kaj lahko novinarji naredimo za profesionalen odnos s športniki in kakovostno poročanje o njihovih dosežkih?



Predvsem je pomembno, da športnike spoštujemo in da imamo čim več informacij o njihovi formi, treningih, ciljih in tudi o pripravljenosti konkurentov. Pomembno je, da športnike spremljamo v pripravljalnem obdobju, da jim sledimo tudi v času, ko jim ne gre najbolje, ne le takrat, ko so najbolj uspešni. Držimo se dogovorov o tem, kdaj so športniki na voljo za intervjuje in kdaj ne. V poročanje naj ne bi projicirali svojih želja in zahtev glede rezultatov (npr.: vse razen zlata bo razočaranje ... Tino lahko premaga le Tina ...).

“ *Novinarji lahko naredimo precej za profesionalen in spoštljiv odnos do športnikov.* ”

Že pri poročanju o uspehih se lahko ujамemo v kakšno past. Denimo, da širimo prevelika pričakovanja ali da uspehe jemljemo za samoumevne. Še več pa je pasti pri poročanju o neuspehih. Tu je treba izhajati iz tega, da športniki v tekmovanje vložijo ogromno napora in da ob porazu nihče ni razočaran tako zelo kot oni sami. Pri vprašanjih po tekmi oz. poročanju je smiselno izpustiti

čustveno preveč obarvane besede (npr. polomija, katastrofa, sramota). Porazi so pač sestavni del športa.

Veliko dilem lahko prinese tudi poročanje o poškodbah. Zdravstveno stanje je osebna zadeva. Toda pri vrhunskih športnikih so poškodbe žal sestavni del kariere in informacije o poškodbi so pomembne za razumevanje športnikovega udejstvovanja. Vseeno je treba spoštovati mejo med zasebnim in javnim. Ko se je smučarska tekačica Petra Majdič na zimskih olimpijskih igrah v Vancouvru pri padcu hudo poškodovala, so jo novinarji želeli obiskati v bolnišnici, a jim bolnišnično osebje tega ni dovolilo.

Zelo občutljivo je tudi poročanje o doping u. športnikih, ki so bili pozitivni na dopinškem testu. Mediji sledimo načelu ničelne tolerance, kar pomeni, da je doping povsem nesprejemljiv. Vseeno je treba dati športniku priložnost, da pojasni, kaj se je zgodilo in kako bo ukrepal. Dokler primer ni potrjen, ne bi smeli špekulirati z imeni, saj to lahko športniku ali športnici povzroči nepopravljivo škodo.

Novinarji torej lahko naredimo precej za profesionalen in spoštljiv odnos do športnikov. Upoštevati moramo tako osebno dostojanstvo športnikov kot tudi željo javnosti, torej naših bralcev, poslušalcev in gledalcev, da bi o športnikih vedeli kar največ, pogosto tudi precej osebne stvari.

Obe strani, torej športniki in novinarji, morata stremeti k temu, da zgradita odnos, ki bo obema prinašal koristi. Športniki lahko z dobro medijsko podobo dobijo več navijačev in sponzorjev. Novinarji pa z zanimivimi športnimi zgodbami širimo krog bralcev, poslušalcev ali gledalcev svojega medija. Izid 'tekme' med športniki in novinarji naj bo torej takšen, da obe strani zmagata. ■