

UNIVERZA V LJUBLJANI

FAKULTETA ZA ŠPORT

Športno treniranje  
Šport in mediji

**ODNOS MEDIJEV DO ŠPORTNIH DOSEŽKOV IN  
ZASEBNEGA ŽIVLJENJA SLOVENSКИH VRHUNSKIH  
ŠPORTNIKOV**

DIPLOMSKO DELO

MENTOR

izr. prof. dr. Mojca Doupona Topič

RECENZENT

izr. prof. dr. Jakob Bednarik

KONZULTANT

izr. prof. dr. Matej Tušak

AVTORICA DELA

Ana Milovanovič

Ljubljana, 2007

***Za vse, kar je bilo – HVALA.  
Za vse, kar še pride – DA!  
(D. Hammarskjöld)***

**Ključne besede:** šport, množični mediji, športni idoli, etika, morala, zasebnost

## **ODNOS MEDIJEV DO ŠPORTNIH DOSEŽKOV IN ZASEBNEGA ŽIVLJENJA SLOVENSКИH VRHUNSKIH ŠPORTNIKOV**

**Ana Milovanovič**

**Univerza v Ljubljani, Fakulteta za šport, 2007**

**Športno treniranje, Šport in mediji**

**Število strani 75; število preglednic 0; število grafov 8; število virov 35; število prilog 2.**

### **IZVLEČEK**

Namen diplomskega dela je bil predstaviti odnos slovenskih vrhunskih športnikov do slovenskih medijev, novinarjev, njihovih pozitivnih in negativnih doživetij.

Podatki so bili pridobljeni z anketnim vprašalnikom in vodenimi intervjuji slovenskih vrhunskih športnikov ter športnih novinarjev. Vzorec je zajemal 67 športnikov, ki se ukvarjajo z ekipnimi športi. Izvedenih je bilo še 13 intervjujev, ki se ukvarjajo z individualnimi športi in trije s športnimi novinarji. Podatki so bili obdelani s statističnim programom SPSS. Izračunana je bila osnovna statistika, s pomočjo hi-kvadrat testa in analize variance pa smo ugotavljali razlike med športniki glede na čas ukvarjanja s športom.

Ugotovili smo, da se vrhunski športniki v večini primerov zavedajo pomena medijev ter da bi vrhunski šport brez medijev obstajal zelo težko. Športniki so bili največkrat prizadeti s strani medijev zaradi povsem ali delno neresničnih podatkov ali izjav. Nedvomno obstajajo razlike med resnimi in manj resnimi mediji (rumeni mediji). Da mediji vplivajo na športnikovo zasebno in športno življenje v večini primerov ne moremo govoriti, lahko pa bi razlike iskali med individualnimi ter ekipnimi športi. Skozi intervjuje smo ugotovili, da so individualni športniki po večini že bili prizadeti s strani medijev. Večji pritisk medijev se pojavlja pred pomembnejšimi tekmovanji kot so olimpijske igre ter svetovna prvenstva. Prav tako so pogosteje prizadeti športnikovi najbližji in sicer pri tistih športnikih, ki se s športom ukvarjajo več časa.

Dobljeni rezultati kažejo željo športnikov, da bi v bodoče novinarji pisali članke, ki bi športnike manj prizadeli, ne glede na to, ali gre za njihove informacije o njihovih športnih dosežkih ali njihovem zasebnem življenju.

**Key Words:** sport, mass media, sports idols, ethics, morals, privacy

## **RELATION OF MEDIA TO SPORTS RESULTS AND PRIVATE LIFE OF SLOVENIAN TOP SPORTSMEN**

**Ana Milovanovič**

**University of Ljubljana, Faculty of sports, June 2007**

**Number of pages 75; number of tables 0; number of graphs 8; number of sources 35; number of appendices 2.**

### **ABSTRACT**

The purpose of this diploma paper is to present the relationship of Slovene athletes with Slovene media and journalists, as well as their positive and negative experiences.

The data were gathered using both a questionnaire and guided interviews of top Slovene athletes and sports journalists. The sample consisted of 67 athletes participating in team sports. 13 interviews dealing with individual athletes and 3 dealing with sports journalists took place. The data was processed using the SPSS program. Personal statistics was calculated. Using hi-square test and variance analysis determined the difference between athletes based on their practicing their sport.

It was found that top athletes are in most cases aware of the importance of media and that without the media, top sports would not be well off. Athletes are most often upset by completely or partially false information and statements. There are differences between serious and less serious (tabloids) media. In most cases it cannot be said that media affect an athlete's personal and professional life, but differences can be found between individual and team sports. Using interviews it has been established that media have already hurt most of the individual athletes. The media exerts a greater pressure before important events such as the Olympic Games and world championships. Athletes' families, especially of those athletes who have been practicing their sport for a longer period of time, are also often hurt.

The end results show that athletes would like the journalists to write articles that would not hurt the athletes, regardless of whether they write of their sports achievements or their personal lives.

## KAZALO:

<b>1. UVOD</b> .....	<b>6</b>
1.1 DEFINICIJA ŠPORTA .....	8
1.2 MNOŽIČNI MEDIJI .....	10
1.3 ŠPORTNO NOVINARSTVO .....	11
1.4 ŠPORTNI NOVINAR .....	13
1.5 KODEKS NOVINARJEV REPUBLIKE SLOVENIJE.....	14
1.6 ZASEBNOST .....	18
1.7 ETIKA in MORALA .....	19
1.8 RUMENI TISK.....	20
1.9 ŠPORTNI IDOLI.....	21
<b>2. PREDMET IN PROBLEM DELA .....</b>	<b>25</b>
<b>3. CILJI .....</b>	<b>27</b>
<b>4. HIPOTEZE .....</b>	<b>28</b>
<b>5. METODE DELA .....</b>	<b>29</b>
5.1 VZOREC MERJENCEV.....	29
5.2 VZOREC SPREMENLJIVK.....	30
5.3 METODE OBDELAVE PODATKOV .....	31
<b>6. REZULTATI Z RAZPRAVO .....</b>	<b>32</b>
6.1.1 Socialne značilnosti .....	32
6.1.2 Pojavljanje v medijih .....	33
6.1.3 Prizadetost s strani medijev .....	34
6.1.4 Vpliv medijev na zasebno in športno življenje.....	36
6.1.5 Mnenje o slovenskih športnih novinarjih .....	37
6.1.6 Uporaba medijev med športniki .....	41
6.2 PRIMERJAVA ŠPORTNIKOV GLEDE NA ČAS UKVARJANJA S ŠPORTOM	41
6.2.1 Socialne značilnosti .....	41
6.2.2 Pojavljanje v medijih .....	42
6.2.3 Prizadetost s strani medijev .....	42
6.2.4 Vpliv medijev na zasebno in športno življenje.....	43
6.2.5 Sodelovanje z mediji.....	45
6.2.6 Mnenje o slovenskih športnih novinarjih .....	46
6.3 ANALIZA INTERVJUJEV .....	46
6.3.1 Povezanost športa in medijev.....	46
6.3.2 Kakšen bi bil idealen športni novinar? .....	48
6.3.3 Kako športniki z leti prenašajo pritisk medijev? .....	49
6.3.4 Sporočila medijem .....	50
6.3.5 Primerjava slovenskih in tujih medijev.....	51
6.3.6 Mnenje o rumenem tisku v Sloveniji .....	52
6.3.7 Kako ostati na realnih tleh, kljub dobrim uspehom?.....	53
6.3.8 Kako vidijo vrhunski športniki primer Špele Pretnar, ki je bila nekoč vrhunska smučarka, danes pa je športna novinarka.....	53
6.3.9 Tina Maze in njen odnos z mediji .....	54
<b>7 SKLEP .....</b>	<b>56</b>
<b>8 LITERATURA.....</b>	<b>61</b>
<b>9 PRILOGE .....</b>	<b>64</b>

# 1. UVOD

Šport je s pojavom globalizacije postal družbeni fenomen, ki ni več sam sebi namen, ampak se je pripravljen spreminjati in prilagajati publiki. Predstavlja prvo kakovosti družbenega življenja, saj je pogosto kazalec civilizacijske, družbene in gospodarske ravni države. Šport je preplet ekonomije, politike, znanosti ter drugih področij življenja in brez velikih kapitalskih vložkov podjetij ne bi mogel zasijati v takem sijaju in pričarati vzdušja. Vsi, ki v šport vlagajo kapital, imajo pred očmi, da se jim vložena sredstva povrnejo čim prej ter da dosežejo pozitivne učinke za lastna podjetja. Ni dovolj, da se vloženi kapital samo povrne, ampak je potrebno s tem še zaslužiti. Del tega spreminjanja so tudi mediji, ki nam ponujajo merila in vrednote, s pomočjo katerih gradimo odnos do športa, zato lahko rečemo, da mediji postajajo del socializacije. Informacije podajo celemu svetu. Brez medijev ne bi zmogli športa predstaviti kot vrhunske predstave in brez tega ne bi bilo občudovanja zvezdnikov.

Šport je sam po sebi dober, se pa v vrhunskem smislu oddaljuje od svoje osnove. Bolj ko je šport prepoznaven, bolj se mediji trudijo narediti neko nepozabljivo predstavo, ki postane pravi spektakel. S tem raste tudi zanimanje podjetij, posledično je v igri več denarja. Vse skupaj postane preplet financ in od tu naprej je pomemben samo še boj za zmago. Danes šport postaja tak, kot ga ustvarjajo ljudje in je odsev družbe.

Fair play opazimo le še malo kje, pa tudi pomen olimpijskega gesla, da je pomembno sodelovati in ne zmagati, ki ga je zapisal Pière de Coubertein ni več najbolj pomembna stvar vrhunskega športa. Ostala je le želja po biti najboljši, najhitrejši, najmočnejši, premagati vse. Vsi želijo doseči svoj najboljši rezultat, se s tem dokopati do visokih nagrad, ki jih ponujajo organizatorji tekmovanj, se zapisati javnosti.

Medije gradijo novinarji, ki poročajo o nesrečah in uspehah. Tisti, ki so v nesreče dejansko vpleteni, se ob branju novic počutijo grozno, toda ljudi to zanima. Več ko je slabega v neki stvari, bolj se novinarji poglobijo. Problem nastane takrat, ko novinarji pišejo tudi tisto, kar se govori okoli določene zadeve in ne le tisto, kar se je dejansko zgodilo. In to lahko posameznika pokoplje.

Tu je še uspeh, ki iz nepoznane osebe zaradi nekega dosežka in opevanja le-tega, naredi prepoznavno osebo – predvsem s pomočjo medijev. Toda novinarji se ne zadovoljijo le z vprašanji ob trenutnem uspehu, začnejo prodirati bolj globoko, segati začno v preteklost, po dejavnikih, ki so lahko osebo pripeljali do tega uspeha, do ljudi, ki so mu pomagali. Ne gre več le za njihov dosežek, temveč tudi za vse, kar s športom nima povezave. Postanejo medijske zvezde, ne igrajo več le vloge

vrhunškega športnika, temveč postanejo del športne industrije, ki jo ustvarjata šport in mediji.

Novinarji niso roboti, ki bi brez čustev lahko posredovali informacije, so pa prav oni podlaga za mnenja o športu in športnikih. Včasih pa se ne zavedajo, da z vsemi možnimi informacijami, ki jih posredujejo javnosti, zelo škodijo športniku in tudi njegovemu zasebnemu življenju. Da so postali tako dobri in dosegli vrhunske rezultate, je bilo potrebno več let odrekanja določenim stvarim, imeti ogromno samodiscipline, ljubezni, znanja in zamisli ter jim je vzelo veliko časa.

Po Kodeksu novinarjev Republike Slovenije je temeljna obveznost novinarjev resnično in neponarejeno obveščanje javnosti.

Športni novinarji so ljudje, športno novinarstvo je poklic, medije proizvaja vrhunski šport.

## 1.1 DEFINICIJA ŠPORTA

Danes najdemo več definicij športa. V SSKJ je šport opredeljen sledeče: po ustaljenih pravilih izvajanja telesna dejavnost za krepitev telesne zmogljivosti, tekmovanje, razvedrilo. Definicija športa CISSPE-a se glasi: »Vsaka telesna dejavnost, ki ima značaj igre in obsega možnosti boja samega s seboj, z drugimi ali s prvinami narave, je šport. Če ima ta dejavnost značaj tekmovanja z drugimi, jo je treba izvajati v viteškem duhu. Ni športa brez fair playa.«

Šport je fizična aktivnost, izvedena v okviru javno določenih pravil z rekreativnim namenom: za tekmovanja, uživanje, pridobitev spretnosti, ohranjanje zdravja, ali pa je kar kombinacija večih izmed naštetih elementov. Različni motivi za ukvarjanje s športom in želja doseganja dobrih rezultatov sta glavni značilnosti športa (<http://sl.wikipedia.org/wiki/%C5%A0port>).

Začetki športa segajo v čase Egipčanov, Grkov ter Kitajcev, v 10. stoletje p.n.š. V latinščini najdemo za šport izraz *disportare* in pomeni raztresti se, odvrniti se od dela in skrbi. Začetke modernega športa pa lahko postavimo v sredino 19. stoletja, ko se je pojavila industrijska revolucija, ki je povzročila širjenje srednjega razreda in ponudila poleg delovnega časa prosti čas (Vogel, 1998).

Šport je danes globoko povezan z vsemi področij družabnega življenja. Gre za privlačen izdelek, ki se prodaja kot zabava, sprostitvev, zdravje. To je pripeljalo do komercializacije športa. Tako ali drugače je vsak izmed nas na nek način povezan s športom. Lahko uporabljamo športne izdelke (ko si kupimo športno oblačilo ali obutev), šport je lahko za nas sprostitvev, rekreacija in preživljanje prostega časa, lahko ga spremljamo preko medijev (prenosi tekem, reklame, v katerih nastopajo znani športniki) ali pa je šport naš posel (trenerji, sodniki, zdravniki, psihologi, fizioterapevti...). Meja med športom, zabavo, spektaklom ter poslom je čedalje bolj zabrisana. Zaradi promocije države s strani športa se med seboj prepletajo še gospodarstvo, ekonomija in politika. Velik vpliv ima šport na trženje, le-ta pa se razlikuje glede vrste športa.

Tako poznamo rekreativni šport, kjer gre za udejstvovanje ljudi v neki športni panogi zato, da bi se bolje počutili, se družili, se sprostili ter se ob tem zabavali. Doseženi rezultat pri tovrstnem športnem udejstvovanju ni primaren.

O amaterskem športu govorimo, kadar se ljudje udeležijo tudi tekmovanj, ko se njihovi rezultati primerjajo z drugimi, vendar pa se s športom ne preživljajo.

Če pogledamo vrhunski šport, vidimo, da le-ta ni več sam sebi namen, temveč je postal del gospodarskih panog. Ni več dovolj talent, volja do trdnega dela in vztrajnost. Tu je potrebno športniku zagotoviti optimalne pogoje za vadbo, posebno



prehrano, zdravstveni nadzor, organizirati priprave na tekmovanja, potovanja na tekme, športno opremo. Kombinacija vsega naštetega lahko pripelje do vrhunskih rezultatov, vendar pa je vse to izvedljivo le, če imajo športniki na svoji strani sponzorje, donatorje, proizvajalce in dobavitelje športnih izdelkov, organizatorje športnih dogodkov ter medije, ki jim to lahko zagotovijo. Lahko rečemo, da je služba vrhunškega športnika treniranje ter nastopi na tekmovanjih, njegova naloga v tej službi pa doseganje kar se da najboljših dosežkov na tekmovanjih na čim višji ravni. Vse svoje življenje podrejajo treningu, saj le tako lahko dosežajo vrhunske dosežke, ki jim pomenijo vir preživetja. Vrhunski dosežek dobi svojo ceno šele takrat, ko zbudi pozornost v javnosti. Takšen športni dosežek ni samo končni cilj športnika, temveč se njegov namen izrazi tudi in predvsem (na žalost ali srečo) zaradi odzivanja javnosti; s tem pridobi dodatne razsežnosti.

V vrhunskem športu ločimo profesionalne športnike ter amaterske športnike. Profesionalni šport je tisti, v katerem so športniki v delovnem razmerju in dobivajo za to plačo. To pomeni, da se s športom preživljajo, so v delovnem razmerju v neki športni organizaciji ali pa so poklicni športniki. O amaterski športu govorimo takrat, kadar športniki niso v delovnem razmerju in običajno za športno udejstvovanje ne dobijo nobenega plačila. Amater je tisti, ki iz veselja in nepoklicno opravlja neko delo. Če govorimo o vrhunskem športniku, ni nujno, da istočasno govorimo o profesionalnem športniku. Največ profesionalnih športnikov pri nas nima vrhunskih rezultatov v skladu s priznanimi normami v svetu (Šugman, Bednarik, Kolarič; 2002).

Vrhunski rezultat ima po besedah Šugmana, Kolariča ter Bednarika vlogo javne dobrine in je le-ta: multiplikator in generator množičnih oblik športnega udejstvovanja; pasivnega in aktivnega; promotor vseh oblik množičnega športa, promotor države, sredstvo dokazovanja športnikov in tistih, ki z njim delajo, ter pomemben dejavnik narodne identitete.

Poleg tega, kot pravita Plešec in Doupona – Topič (2002), je vrhunski šport ob visoki stopnji profesionalizacije ključnih akterjev prevzel močno kulturno in vzgojno funkcijo. S pomočjo medijev, ki nam že v času tako primarne kot sekundarne socializacije kažejo merila in vrednote, gradimo tudi odnos do športa.

Ko gledamo tekme in poslušamo, kako novinarji vrednotijo uspehe, sprejemamo merila, oblikujemo svoja mnenja. Šport ima vzgojno funkcijo, saj vzgaja, uči, razvija moralne norme in vrednote, združuje in tolaži, človeka lahko dvigne ter ga oblikuje.

Športna dejavnost je ena najbolj razširjenih dejavnosti v naši družbi, saj nas spremlja na vsakem koraku. Šport trpi zaradi pomanjkanja etičnih ter moralnih vrednot, ne le zaradi dopinga in ostalih prijemov za izboljšanje rezultatov, včasih nezdrave tekmovalnosti, želje po uspehu preko trupel, temveč tudi zaradi medijev.

## 1.2 MNOŽIČNI MEDIJI

Sodobna življenjska pot besede medij se je začela že pred njenim pojavom v slovarjih. Na koncu 19. stoletja je medij postal mednarodni izraz v tedanjem spiritizmu in je označeval osebo, ki posreduje pri občevanju duhov. V začetku šestdesetih let se je najprej pojavila v zvezi »množični mediji« (»masovni mediji«). Gre za neposredni prevod iz angleščine (»mass media«). V drugi polovici šestdesetih let se je izraz medij pojavil tudi kot samostojna beseda. V prvih slovarjih sodobnega jezika je poleg navadnih pojmov označeval tudi »radio, film in televizija kot mediji množične komunikacije«. Prvotni pomen besede izhaja iz latinščine, kjer izraz »medium« pomeni sredino, srednje; tisto, kar posreduje. V skladu s tem pomenom medij nastopi kot posredovalec.

Danes si ne moremo več predstavljati, da nas ne bi obkrožali takšni in drugačni mediji. Vsak dan se srečujemo s televizijo, radiem, časopisi, revijami ter internetom. Pred nekaj desetletji so bili osrednji viri socializacije družina, vrstniki, šola, danes pa se tudi mediji pojavljajo kot socializacijski dejavniki in sooblikujejo vrednote s svojimi stereotipi in s klišeji opredeljujejo naša stališča. Imajo moč, da s ponujenimi vzorci vedenja oblikujejo kulturo. Ponujajo nam različne informacije ter neprestano vdirajo v naše vsakdanje življenje.

Predvsem televizija je v obdobju komercializacije medijev odigrala pomembno vlogo. Prednost televizije pred drugimi mediji je to, da zna igralca pritegniti s svojo navidezno resničnostjo ter mu s tem daje nek način soudeležnosti v dogodku. To doseže s prenosom slike. »Televizija nas popolnoma prevzame, saj nam nadvse privlačno in domače ponuja iluzijo bližine, odnosa. Ustvari občutek, da nismo sami in osamljeni, saj smo sredi življenja in v vzpostavljenih razmerjih« (Košir in Ranfl, 1996).

Za vsa množična občila velja sledeča delitev na dva velika razreda:

- komercialna občila, ki so v zasebni lasti in se preživljajo s prodajo svojega oglaševalskega prostora,
- resna, elitna občila, ki v osnovi niso profitno orientirana in naj bi služila predvsem javnosti v smislu spoštovanja osnovne komunikacijske pravice (Košir in Ranfl, 1996).

Pri komercialnih občilih, ki jih imenujemo tudi rumeni, senzacionalistični, popularni, zabavni mediji, je njihovo bistvo višanje naklade. Le-to lahko pridobijo s tem, da na svojo stran dobijo čim več gledalcev, bralcev, poslušalcev. In to jim lahko uspe, če se dokopljejo do čim večjega števila informacij. V svojih prispevkih prodajajo kri, seks in denar ter se poslužujejo neformalnega jezika. Se pravi, da je večji poudarek na zabavi in razvedrilu kot pa na sporočanju novic. Komentar je

osredotočen na življenjepis, mnenje oz. nazor, način oblačenja, vedenja, klasifikacijo športnih dogodkov. Poročanje poteka v prvi osebi ednine.

Medtem pa se pri elitnih oz. serioznih medijih ohranja kritična razdalja do sporočanega, jezik je racionalen, hladen in umirjen. Poročajo o velikih, družbeno pomembnih dogodkih ter o temah, ki zanimajo tudi manjše skupine. Bistvo elitnih medijev je kakovost prispevkov. Opisi dogodkov so brezosebni, izpostavi se rezultat in statistiko igre ter vrednotenje celotne igre. Poleg tega sem spada tudi komentiranje o premestitvah igralcev, poškodbah ter spremembah pravil. Bralec, poslušalec oz. gledalec dobi občutek, ko da je sam na prizorišču dogajanja. Poročanje je objektivno, kar pomeni, da je nepristransko ter natančno.

Vendar se lastnosti komercialnih ter elitnih medijev že tako prepletajo, da v Sloveniji ne moremo več najti razširjenega množičnega občila, ki bi ga brez zadržkov uvrstili v razred resnih in kakovostnih obveščevalcev javnosti (Košir in Ranfl, 1996).

Ker se morajo tudi nekomercialni mediji preživljati, tudi oni deloma upoštevajo ekonomsko politiko. Šport je postal ena najdonosnejših vej v gospodarstvu ter del spektakla oz. iluzije za maso ljudi.

### **1.3 ŠPORTNO NOVINARSTVO**

Mediji so športu omogočili, da je postal bolj opazen, istočasno pa so neposredno posredovani športni dogodki pripomogli k porastu in pozornosti gledalcev. Šport za medijske hiše predstavlja vir dohodka in prestiža, kar se nanaša predvsem na novice in zabavo, pa tudi na slavo in škandale športnih zvezdnikov.

Ne znamo in ne moremo si več predstavljati medijev, ki ne bi vsebovali novic o športu. V vsakem dnevnem časopisu je nekaj strani namenjenih športu, vsaka radijska postaja poroča vsaj o najnovejših rezultatih s športnih tekem, če že ne prenaša celotne tekme, na televizijskem sporedu vsak dan zasledimo kaj na temo športa, pa naj gre za prenose tekem, posnetke najbolj spektakularnih delov tekem, kratke novice o športu ali dokumentarne filme o športnikih. Čeprav je včasih veljalo, da je športni oddelek otroški oddelek medijskih novic, pa ima športno novinarstvo posebno področje, saj velikokrat prodajajo časopise predvsem zaradi športa. Predvsem velike tekme, kot so svetovna prvenstva, olimpijske igre, imajo velike odmeve. Športne dogodke se oglašuje že veliko pred samim začetkom, na prodajnih mestih se bije prava bitka za vstopnice, le-te so razprodane lahko že v nekaj urah. In kar je še pomembnejše, televizijski prenosi dosegajo najvišje ratinge. Televizija in šport sta namreč tako močno povezana, da so nekateri mnenja, da če bi bila možna poroka v nebesih, bi se to zgodilo med televizijo in športom. Prenosi nekaterih športnih dogodkov potekajo ne le uro ali dve, temveč po cele dneve. Oglaševanje med prenosi tekem dosega takrat najvišjo ceno.

Število športnih navdušencev se iz leta v leto povečuje. In ker je veliko gledalcev, ki si športni dogodek ogledajo preko televizije, se vedno bolj pogosto dogaja, da prenose tekem postavljajo v čas, ko lahko pred ekrane privabijo največ gledalcev. Marsikatere tekme, ki so pred nekaj leti potekale v dopoldanskem času, predstavljajo na popoldanske ali večerne termine, zato da zadovoljijo občinstvo. Tako se tudi organizatorji športnih dogodkov podrejajo medijem, ki prenašajo tekme glede na svoj program. Zdi se, da je športnik tu le še igračka. Tekme se trudijo speljati v še tako slabih vremenskih razmerah, ne glede na želje tekmovalcev.

S tem, ko se je šport profesionaliziral, se je začelo razvijati tudi športno novinarstvo. Danes sta šport in mediji nerazdružljivi oz. sta medsebojno odvisni socialni ustanovi. Ne znamo si predstavljati športa brez medijev in prav tako ne medijev brez športa. Mediji šport uporabljajo z namenom, da bi se povečala njihova gledanost, poslušanost, branje, medtem ko šport uporablja medije za brezplačno promocijo športa. Sicer bi mediji brez športa lažje preživel, saj imajo še veliko drugih tem za poročanje, medtem, ko bi bil šport brez medijev neprepoznaven, saj ljudje ne bi niti vedeli, da se je zgodil. Preko medijev se oglašuje šport sam, še bolj pa je oglaševanje športa in športnikov pomembno prav tekmovalcem, ki zaradi pojavljanja v medijih, ki je posledica dobrega nastopa na tekmovanju, lažje dobijo sponzorje, brez katerih bi vrhunski športniki težko posvečali čas le treningu in tekmam.

»Športno poročevalstvo je sicer tematsko in sporočanje specializirana novinarska dejavnost, ima pa s splošnim poročevalstvom veliko skupnih potez.« (Korošec, 2005; Poler Kavčič M., Erjavec K., 2005). Skupno jima je to, da oba potrebujeta prenosnika, saj poznamo tako pisana kot govorjena besedila. Prav tako je šport zastopan, kot smo že omenili, v vseh medijih.

Športno novinarstvo zajema tri med seboj povezane sestavine, ki jih splošno imenujemo šport:

- športna dejavnost širokega kroga ljudi,
- športne igre in športna tekmovanja,
- veda ter teorija, ki se nanašata na prvi dve sestavini.

Če pogledamo jezikovno plat te vrste novinarstva, lahko hitro ugotovimo, da se uporabljajo strokovni izrazi oz. termini. Poleg tega se ob strokovni publicistiki razvijajo še žargonizmi oz. posebne neknjižne besede (Korošec, 2005).

Športno poročanje je vse prej kot standardizirano. Je skupek mnogovrstnih oblik izražanja, slogov in metod ter ljudi, ki imajo skupni imenovalec, to je šport. Pojavila se je določena enotnost pri športnih novicah in poročilih, vendar pa razlike ostajajo. Športno poročanje ima veliko obrazov, vsak od njih pa zadovoljuje pričakovanja različnih ciljnih skupin (Wenner, 1998).

## 1.4 ŠPORTNI NOVINAR

Potovanja po svetu zaradi pokrivanja priljubljenega športa, srečevanje zvezd in priložnostno pisanje se sliši zelo privlačno. Realnost visokega športnega novinarstva je skrajno zapolnjujoča, je poklic, v katerem je vse tvoje življenje posvečeno športu. Lahko je zabavno, toda veliko časa je potrebno biti pozoren na detajle, ki ti prihranijo veliko časa.

Športno novinarstvo je specialno področje. Športni novinar mora biti skrajno profesionalen, da lahko natančno poroča, saj ni na svetu nič novejšega in nič bolj aktualnega, kot so športni dogodki. V istem trenutku, ko je športnik dosegel nek rezultat, mora športni novinar njegov nastop oceniti, ne le s časom, metri, temveč s primerjavo rezultata na prejšnjih tekmah. V ozadju svojih misli si novinar takoj, ko je tekmovalec postavil nek rezultat, postavi ključna vprašanja, s katerimi bo takoj po tekmi stopil do športnika. Zavedati se je potrebno, da je takrat tam še petnajst drugih novinarjev, ki se bodo borili za tistih 20 sekund časa, ki ga imajo na razpolago, da naredijo nek prispevek. Najboljši športni novinarji so neverjetno pametni, imajo neverjetno dobre stike oz. kontakte ter strast za šport. Poskrbijo, da so cinični, globoko v sebi pa nedvomno verjamejo v to, kar pokrivajo (Kervin, 1997).

Športni novinarji so usposobljeni za razumevanje, interpretiranje posameznih športnih disciplin in iger, njihove zgodovine, performanc, ki jih z raziskavami ugotavlja veda o športu. Eno izmed prvih načel jezikovnega sporočanja je prilagajanje zahtevnosti vsebin in izraza javnosti in to načelo imenujemo načelo praktične stilistike. Pri športu med novinarjem in naslovnikom poteka posebno razmerje, saj se na svojega novinarja zanesejo, mu zaupajo, oprostijo mu tudi, če njegov komentar za nekaj časa zamenja navdušenje, občudovanje ali omalovaževanje nečesa, kar se je zgodilo na tekmi (športnikova akcija, športnikova napaka, sodniške odločitve, reagiranje navijačev ...). Športni novinar lahko izpusti podatke ter razlago strokovnih izrazov, za katere ve, da so naslovnikom že poznani, kar pomeni, da pri vsakem prenosu tekem ne razlaga pravil igre (Korošec, 2005).

Danes se od športnega novinarja pričakuje, da je resen, kritičen, temeljit, vedeti mora, o čem govori, imeti mora veliko znanja, pozoren mora biti na statistične spremembe. (Garrison in Sabljak, 1993) pravita, da kljub temu da je čas, ko so novinarji opravljali dolžnost navijača za domače moštva, minil, športni poročevalci še vedno svoje delo opravljajo kot športni navdušenci. Prav tako sta mnenja, da športni novinarji niso bili nikoli preveč spoštovani, vendar se je to v osemdesetih letih začelo spreminjati. Danes resnično dobri športni novinarji uživajo spoštovanje in ugled. Temu je pripomogla tudi pravilna izobrazba, boljši pripomočki ter popularnost in pomembnost športa. Trudijo se biti čim bolj slikoviti, kritičnost pa je tudi danes prej

izjema kot pravilo. Šport je namreč nepredvidljiv do zadnjega trenutka, ko se izteče ura, dokler sodnik ne zapiska konca.

Kljub temu pa je odnos med mediji in športom včasih težak. Veliko športnikov novinarjem pripisuje neobjektivnost ter nestrokovno kritiko. Napisati dobro kritiko je bistveno težje kot javnosti posredovati rezultate tekme, podati statistiko ter dodati nekaj izjav športnikov ter trenerjev. Pojavljati se mora tudi tam, kjer se pojavljajo športniki (druge športne prireditve, dobrodelne prireditve, srečanja, treningi). Da športni novinar lahko izstopa, mora znati dobro komentirati, prebiti se mora do izjav tistih, ki so bili ključni v nekem trenutku. Svoje informacije mora čim hitreje posredovati javnosti. Najboljši novinarji morajo biti pri svojem delu kritični in vedno spraševati ter preiskovati.

Zmagoslavje, bolečina, pogum, podlost, komedija, umetnost, ljubezen in sovraštvo so sestavine dobre zgodbe. In v knjigi *The Missouri Group* lahko najdemo zapisano, da tako zgodbo, z vsemi zgoraj naštetimi elementi, ponuja šport (*The Missouri Group*, 1988).

Uredniki resnih medijskih hiš se zavedajo, da bodo kakovostni, celoviti in kreativni prispevki dvignili naklado. Take prispevke pa oblikujejo najboljši novinarji, zato se uredniki trudijo, da jih zaposlijo. Na ostalih področjih je malo novinarjev, ki so ljubitelji tega, o čemer poročajo. Športni novinar mora imeti rad šport, da ga sploh lahko razume ter o njem poroča.

Zdi se, da je novinarstvo čudovita služba, je pa včasih tudi naporna. Tako kot v vseh drugih novinarskih panogah tudi v športnem novinarstvu pride do podobno groznih trenutkov.

Zaradi tega, ker danes ni več dovolj le komentar, ampak je včasih potrebno iti po dokaze in razloge v zakulisje, se tudi v športnem novinarstvu pojavljajo dileme.

Ali gre že za podkupovanje, ko npr. klub novinarju priskrbi vstopnice za tekmo, ali mu organizira prevoz ali celo plača nastanitev? In če novinar to sprejme, ali je potem lahko še objektiven in nepristranski?

## **1.5 KODEKS NOVINARJEV REPUBLIKE SLOVENIJE**

Tu se zato lahko vprašamo, ali sploh še kateri od novinarjev upošteva Kodeks novinarjev Republike Slovenije, ali obstaja razlika med resnimi mediji in rumenimi mediji, kaj je sploh še relevantno poročanje. Kodeks novinarjev Republike Slovenije je bil prvič sprejet v Gozdu Martuljek, 29. 11. 1991 ter kasneje obnovljen 10. 10. 2002

v Izoli, kjer so posebno pozornost posvetili rešitvam kodeksa Mednarodne zveze novinarjev (IFJ) in kodeksa ameriškega Društva profesionalnih novinarjev (SPJ) namenjen predvsem novinarjem, njihovemu delu in velja tako za besedilo, fotografijo, sliko ter zvok. V njem zasledimo pravice in dolžnosti, ki jih ima novinar, splošne etične norme ter pravice in razmerje do javnosti. Točno je določeno, kaj novinar mora narediti, kaj mu je dovoljeno narediti in kaj je prepovedano. V njem je napisano, kdo obravnava kršitve kodeksa, ni pa zapisano, kakšne so kazni v primeru kršenja.

V Sloveniji lahko novinarsko razsodišče predlaga, naj se novinarje, ki kršijo kodeks, izključi iz društva novinarjev, medtem ko npr. v tujini lahko novinarju tudi odvzamejo licenco, kar pa pomeni, da tega poklica ne sme nikoli več opravljati.

V preambuli kodeksa je zapisano prvo vodilo dela novinarja, ki je pravica javnosti do čim boljše informiranosti, saj je le-ta temelj delovanja sodobnih družb ter pogoj za delovanje demokratičnega sistema. Braniti morajo načela svobode zbiranja in objavljanja informacij ter pravico do izražanja mnenj. Predstaviti morajo celovite slike dogodkov. Svoje delo morajo opravljati natančno ter vestno.

Preambuli sledi dvanajst členov o novinarskem delu. Novinar naj bi bil previden ter posredoval točne informacije, ki so bile preverjene. V primeru, da stori napako, jo mora priznati in popraviti. Če objavlja nepotrjene informacije, mora na to opozoriti in če je možno, navesti vir informacij zaradi pomena in verodostojnosti le-teh. Ne sme zamolčati ali ponarejati pomembnih informacij, lahko pa zavrne pričanje in razkritje informacij. Izogibati se mora plačevanju informacij, z napovedmi, naslovi in montažami ne sme ponarejati vsebine. V medijih so plagiat nedopustni. Podatkov naj ne bi zbirali na nedovoljen način, če pa jih tako pridobi zaradi tega, ker so javnosti zelo pomembne, mora o tem javnost obvestiti. Ločevati mora med informacijami in komentarji. O vpletenosti novinarja v dogodek, o katerih poroča, mora prav tako posredovati javnosti oz. se kot novinar v ta dogodek ne sme več spuščati.

Sedem členov se navezuje na konflikte interesov, v katerih zasledimo, da preplet ali združevanje novinarskih in oglaševalskih besedil ni dopustno. Vsi oglasi, reklame se morajo razpoznavno ločevati od novinarskih besedil. V primeru, da obstaja dvom, pa je to potrebno označiti. Novinar se je dolžan izogibati situacijam, ki lahko privedejo do konflikta interesov zaradi sebe ter zaradi novinarske skupnosti. Zaradi tega se mora odreči darilom, uslugam ali nagradam, saj to lahko zmanjša njegovo verodostojnost njega ali novinarske skupnosti.

Štirje člani se dotikajo splošnih etičnih norm, ki govorijo o pravicah posameznikov do zasebnosti, saj lahko z objavo informacij ali slikovnega gradiva škodi posameznikom, ki medijske in javne pozornosti niso vajeni. Novinarji naj ne bi pisali senzacionalistično. Razkritje zasebnosti je dovoljeno le, če obstaja javni

interes. Kadar gre za javne osebe, je ta pravica javnosti širša. Opisano je poročanje v primeru, da gre za področje pravosodja, poročanje o otrocih in mladoletnih, tistih, ki jih je doletela tragedija, ter bolnih in prizadetih ljudi. Novinarji se morajo izogibati rasnim, spolnim, starostnim, verskim, etičnim, geografskim stereotipom. Ne smejo spodbujati raznih diskriminacij, nasilja in nestrpnosti.

Štirje členi določajo tudi, kakšne so pravice novinarjev in razmerja do javnosti. Če novinar ugotovi, da je neko delo v nasprotju s kodeksom ali njegovim prepričanjem, ima to delo pravico zavrnilo. Brez soglasja ne sme nihče spreminjati ali predelati novinarjevega dela. Svoje izdelke novinarji lahko podpisujejo, ne sme pa ga podpisovati nihče drug, če on tega ne ve oz. tega ne želi. Dolžan se je odzvati vabilu Častnega razsodišča in je dolžan njegove razsodbe upoštevati. Njegova merila naj bodo enaka merilom, ki jih zahteva od drugih ([http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks\\_ns\\_txt.php](http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns_txt.php)).

Največkrat se v medijih poudarja varovanje zasebnosti, objektivno poročanje ter etičnost.

*Po mnenju g. Repovža je novinarstvo poklic, ki je dvojno ogrožen, tako notranje kot zunanje. Samoregulacija na področju novinarstva je nujna, saj spodbuja novinarje, da razmišljajo vnaprej, kako bodo ravnali, predvsem kadar gre za konfliktno situacijo. Novinarje pripravi do tega, da znajo na situacijo pogledati tudi z druge strani, se pravi s strani tistega, s katerim komunicirajo.*

*Primer je intervju, kjer je sogovornik redko zadovoljen s tem, kar je objavljeno, saj na žalost novinarji prepogosto strnijo in napačno preoblikujejo sogovornikove besede. Ljudje se mnogokrat ne znajo izražati ali pa stvari namenoma zamolčijo in s tem otežijo novinarjevo nalogo, pripraviti objektivni prispevek, ki je čim bližje resnici. Ob tem se odpira vprašanje, ali je novinar lahko nepristranski.*

*Novinar naj ne bi bil niti pristranski niti nepristranski. Njegova naloga je predstaviti ob strani in se poskušati približati resnici, katera je jasno lahko le ena. Novinarski kodeks tako novinarjem narekuje, da je treba o neki zadevi vprašati obe strani. V praksi se to sicer lahko počne, ampak če novinar ne opravi še dodatne naloge in vedno sooči strani, ki imata enako težo pomembnosti, je stvar nesmiselna.*

*Dokaj novo in med samimi novinarji zelo nezaželeno določilo v Slovenskem novinarskem kodeksu je določilo konflikta interesov. Konflikt interesov lahko zavzema predvsem dve področji. Prvič, konflikti interesov se lahko pojavijo med novinarji in strankami. Tu gre predvsem za*



*"korupcije" novinarjev z raznimi testnimi mobilnimi telefoni ali avtomobili, potovanji s plačanimi potnimi stroški in podobno, v zameno pa podkupljeni novinar prikriva morebitne škodljive resnice o določenem podjetju. In drugič, gre za konflikt interesov med novinarskim in oglaševalskim prostorom. Novinarski prostor namreč nič ne stane, po navadi si ga zaslužijo najboljši in najbolj brani članki, medtem ko je treba za oglas odšteti visoko vsoto denarja. Do zlorabe pride, ko se novinarki in oglaševalski prostor preveč mešata, največkrat pa so za to krivi komercialisti in ne novinarji sami.*

*Samoregulativni mehanizmi so zato, da se jih v duhu poštenosti, pravilnosti in uspešnosti poklica novinarstva spoštuje. In dober novinar jih!*  
(<http://www.media-forum.si/slo/izobrazevanje/komunikacijske-pravice/program-2003/povzetek-16/>)

Ko gre za varovanje zasebnosti, bi si po Blackovem (Retief, 2002) moral vsak novinar, preden začne preiskovati, pisati, delati prispevek, postaviti sledeča vprašanja:

- Ali ima javnost pravico in potrebo vedeti ali samo želi vedeti?
- Kako zelo pomembna je informacija, ki jo novinar išče?
- Kakšna je stopnja zaščite, ki si jo zaslužijo posamezniki, ki so v zgodbo vpleteni?
- Ali jim objavljena informacija lahko povzroči škodo?
- Kaj lahko novinar stori, da škoda zmanjša?
- Kako bi se novinar počutil, če bi bil on sam zastopan kot oseba, ki bi bila vpletena v zgodbo?

Če povzamemo, bi morali novinarji pisati tako, da bi jih brez »moralnega mačka« lahko posnemali tudi drugi novinarji.

O problemih sodobnega novinarstva piše Manca Košir: *»Dobiček je privilegiran motiv vseh sodobnih medijev. Naslovniki novinarskih sporočil niso državljani, temveč potrošniki. Novinarski prispevki ne informirajo o zadevah javnega interesa, temveč predvsem pripovedujejo zgodbe, ki naj ljudi zabavajo in vznemirjajo. Ne plačuje se več kakovostna informacija, temveč pozornost, ki so jo posamični mediji in njihovi novinarji sposobni pritegniti.«*

## 1.6 ZASEBNOST

Brez zasebnosti bi težko oz. najbrž sploh ne bi mogli slediti svojemu lastnemu razvoju, saj je zasebnost pomembna vrednota v našem življenju. Je pravica svobodnega posameznika. Iz psihološkega vidika je namreč nujno, da so nekatere stvari v življenju zasebne, saj se le tako lahko razvijajo medčloveški odnosi in le na tak način lahko zadovoljimo nekatere človeške potrebe, želje in cilje. Težko je določiti mejo med zasebnostjo in javnostjo.

Največkrat so poročanja o zasebnosti negativna, saj lahko oseba izgubi ugled, zaupanje in spoštovanje. Takšne novice lahko prizadenejo tudi bližnje in prijatelje. To seveda negativno vpliva na človeka, ne le psihično, temveč lahko tudi fizično.

V Sloveniji zasebnost ščitijo:

- Slovenska Ustava (34. in 35. člen):

- 34. ČLEN (pravica do osebnega dostojanstva in varnosti)*  
*Vsakdo ima pravico do osebnega dostojanstva in varnosti.*
- 35. ČLEN (varstvo pravic zasebnosti in osebnostnih pravic)*

*Zagotovljena je nedotakljivost človekove telesne in duševne celovitosti, njegove zasebnosti ter osebnostnih pravic*

([http://sl.wikipedia.org/wiki/Ustava\\_Republike\\_Slovenije/%C4%8Clovekove\\_pravice\\_in\\_temeljne\\_svobo%C5%A1%C4%8Dine](http://sl.wikipedia.org/wiki/Ustava_Republike_Slovenije/%C4%8Clovekove_pravice_in_temeljne_svobo%C5%A1%C4%8Dine)).

- Konvencija o varstvu človekovih pravic in temeljnih svoboščin (8. člen):

- Pravica do spoštovanja zasebnega in družinskega življenja*  
*Vsakdo ima pravico do spoštovanja svojega zasebnega in družinskega življenja, svojega doma in dopisovanja. Javna oblast se ne sme vmešavati v izvrševanje te pravice, razen če je to določeno z zakonom in nujno v demokratični družbi zaradi državne varnosti, javne varnosti ali ekonomske blaginje države, zato, da se prepreči nered ali zločin, da se zavaruje zdravje ali morala ali da se zavarujejo pravice in svoboščine drugih ljudi (<http://www.varuh-rs.si/index.php?id=108>).*

- Zakon o varstvu osebnih podatkov (8. člen):

- 1. Osebni podatki se lahko obdelujejo le, če obdelavo osebnih podatkov in osebne podatke, ki se oblikujejo, določa zakon ali če je za obdelavo določenih osebnih podatkov podana osebna privolitev posameznika.*
- 2. Namen obdelave osebnih podatkov mora biti določen v zakonu, v primeru obdelave na podlagi osebne privolitve posameznika pa mora biti posameznik predhodno ali pisno ali na drug ustrezen način seznanjen z namenom obdelave osebnih podatkov (<http://www.ip-rs.si/index.php?id=425>).*

## 1.7 ETIKA in MORALA

Zanimanje za medijsko etiko je začelo naraščati v devetdesetih letih v Zahodni Evropi. Skoraj v vseh državah imajo splošno sprejete kodekse, ki so najpogosteje nastali na pobudo sindikatov ali tiskovnih svetov, nikoli pa zaradi zunanje pritiska.

»Novinarska etika je etika novinarjev kot središčnih oseb medijske realnosti. Zagotavlja filozofski premislek moralne sodbe, je teoretski diskurz o normah, ki so temelj novinarjeve moralne izbire, in o legitimnosti teh norm v dani situaciji. Novinarska morala pomeni konkretno ravnanje novinarjev v določenem času in prostoru in je niz določenih moralnih standardov oz. norm. Aplikacija novinarske etike na novinarsko moralo je odvisna od posameznika in situacijskega konteksta.« (Poler, 1997).

Etika odgovarja na vprašanje, kako biti in kako delovati, nadzira naše moralno obnašanje, je bolj teoretična od morale in se obrača k premisleku o temeljih morale, poskuša razdelati pravila obnašanja, ki tvorijo moralo, zagotavlja kritično premišljevanje o moralni izbiri.

Morala je predmet etike. Ko ne vemo, kaj je prav in kaj ne, se na podlagi morale odločimo, kako se bomo odzvali. V moralo so vključene sodbe o dobrem in zlem. Je časovno, krajevno in družbeno pogojena. Družba brez morale ne more obstajati.

Predvsem gre v kodeksih za samoomejitvene prijeme. Mediji se ne odločajo zanje zaradi pritiska politike ali kapitala, vendar so sami pripravljene sprejeti lastno odgovornost v procesu obveščanja. K samoiniciativi so nagnjeni zato, ker se zavedajo, da morajo trgu prodati dobro blago. Če mediji posredujejo neko novico, v kateri kasneje zaznamo ponaredek, laž ali površnost, potem se lahko hitro zgodi, da zaradi nezadovoljnosti javnosti medij ne bo več tako prodajan. Nekateri mediji kodekse popolnoma odklanjajo, nekateri jih sprejemajo z nejevoljo, medtem ko obstajajo tudi taki, ki kodekse popolnoma odobravajo. Ti so mnenja, da ima kodeks lahko tudi pozitivne lastnosti, saj je lahko novinarjeva obramba, če se novinar kodeksa seveda drži.

Sistem odgovornosti medijev je sistem omejevanja, pa čeprav so ga sprejeli prostovoljno. Nastal je zaradi nezaupanja javnosti določenim medijem, ki niso spoštovali temeljnih načel resnicoljubnosti, etike in poklicnih meril. Posledice neprofesionalnih medijev se pokažejo šele čez čas, zato marsikdaj nekateri od urednikov ter novinarjev menijo, da je pripovedovanje o etiki in samoomejevanju zvijača, ki politiki ali kapitalu omogoči nadzor nad mediji. Taki uredniki, založniki ter

novinarji trdijo, da je merilo profesionalnosti trg, saj naj bi bralci, gledalci ter poslušalci sami kaznovali neresnico ter slabo pisanje.

Zgodovinsko gledano, se je novinarska etika razvila iz tradicije liberalne umetnosti, ki skrbno preiskuje vedenje medijev v odnosu do determinističnih načel, kot je svoboda govora. Raziskave o medijski etiki se po navadi osredotočajo na vprašanja o "pravem ravnanju" ali novinarskem vedenju med poročanjem, pri odločanju in moralnem preudarjanju med iskanjem novic znotraj institucionaliziranega okolja. Ker menijo, da je etika merilo za "sloge vedenja", raziskovalci pogosto smatrajo novinarje za moralne agente, ki uporabljajo etični okvir za opravičevanje svojih dejanj, namesto da bi gledali na novinarje kot na profesionalce, ki so zmožni izluščiti vrednote iz svoje kulture. Ziff trdi, da je novinarsko okolje po svetu tako različno, da enotnost in etični standardi sploh ne morejo obstajati in da niti ne bi smeli. Pravzaprav večina športnih medijskih oddelkov v tiskanih in oddajanih medijih v severni Ameriki sploh ne sledi specifičnim standardom, čeprav na splošno trend formaliziranja smernic narašča. Športni oddelki, ki so institucionalizirali etične standarde, so si le-te sposodili pri splošnem novinarstvu (Wenner, 1998).

## **1.8 RUMENI TISK**

Največkrat do kršitev pride v rumenih medijih. Tisti, ki največkrat kritizirajo rumeni tisk, se vzpenjajo prav zaradi njegovih strani. Rumeni tisk ni popolnoma brez etičnih pravil, mora pa znati ločevati določene stvari. Preizkus v rumenih medijih se začne s tem, ali znajo preseči naslajanje nad tujo nesrečo, ali bodo prestopili mejo dobrega okusa ter koliko človeškosti bodo pokazali ob človeški tragediji. Novinarji rumenih medijev pravijo, da delajo zgodbe, ki jih ljudje želijo slišati, brati, gledati, saj je to lahko razumljivo. Sicer tudi ti mediji opravljajo informativno vlogo, če se ravna po etičnih in poklicnih merilih. V medijskih etičnih kodeksih je zapisano, da so rumene informacije o javnih osebah prav tako stvar javnosti, če delo znane osebe vpliva na njeno delo v javnosti in če hkrati še zadovolji temeljem dogovorjenih poklicnih meril in etičnih zapovedi.

Novinarji komercialnih medijev imajo dober čut pri ocenjevanju, pri kom je možno brez tveganja posegati v zasebnost, čast in dobro ime.

Danes sta uspeh in ugled javnih oseb odvisna predvsem od tega, kako so predstavljene v medijih. Se pa kljub vsem poraja vprašanje o meji zasebnosti. Na eni strani imamo novinarja, ki se sklicuje na pravico javnosti do obveščanja. Razlog je v tem, da ima javnost pravico vedeti, za kakšno osebo gre. Seveda pa so na drugi strani znane osebe, ki so objekt novinarja. Želijo si, da bi bila meja zasebnosti tam, kjer jo postavijo oni sami, to pa se od osebe do osebe spreminja. Športniki, ki so

postali slavni, so s tem postale javne osebnosti in naj bi s tem sprejele vse, kar sodi zraven. Vohunjenje, zalezovanje, prisluškovanje, branje osebnih stvari javne osebe brez njenega dovoljenja je vdor v njeno zasebnost. Če novinar pokliče športnika in ga prosi za nek odgovor, pa čeprav se tiče zasebnosti, to še ni vdor v zasebno življenje, seveda, če ga ne nadleguje. O vdoru v zasebnost govori tudi eden izmed členov Kodeksa slovenskih novinarjev:

*Novinar spoštuje pravico posameznika do zasebnosti in se izogiba senzacionalističnemu in neupravičenemu razkrivanju njegove zasebnosti v javnosti. Poseg v posameznikovo zasebnost je dovoljen le, če za to obstaja javni interes. Pri poročanju o javnih osebnostih in tistih, ki želijo dobiti moč in vpliv ter vzbujati pozornost, je pravica javnosti do obveščенosti širša. Novinar se mora zavedati, da lahko z zbiranjem ter objavo informacij in fotografij škodi posameznikom, ki niso vajeni medijske in javne pozornosti.*

[http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks\\_ns\\_txt.php](http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns_txt.php)

Mediji ne le poročajo o dogodkih, temveč jih tudi ustvarjajo. Preživijo le tiste poznane osebe, ki imajo trdo kožo in se ne ozirajo na novice medijev, ki jih posredujejo javnosti. Vedno več je pritožb javnih oseb, da novinarji njihove pravice do zasebnosti ne upoštevajo. Poleg tega si nekatere stvari izmišljujejo. Je pa res, da npr. nezdrav način življenja, ponočevanja, izzivanje nesreč pri športnikih vplivajo tudi na njegovo športno življenje, na njegovo pripravljenost in lahko bi dejali, da gre v teh primerih za neposreden vpliv na njegove uspehe v športu.

Ni razlogov, da ne bi verjeli, da večina novinarjev hoče delovati etično, spoštovati pravice drugih ter delovati v skladu z etičnim kodeksom. Vedeti moramo, da procesi komercializacije ter pritiski, predvsem lastnikov, postavljajo velike moralne in eksistenčne dileme (Rovšek, 2005).

## **1.9 ŠPORTNI IDOLI**

S sodobnim zvezdništvom so se najprej srečali filmski ustvarjalci, saj so nekateri izmed njih prišli do spoznanja, da se da na račun igralcev ogromno zaslužiti, saj je občinstvo igralce v nekaterih filmih občudovalo. To se je zgodilo v času industrializacije filmske produkcije na začetku 20. stoletja. Kasneje se je pojav zvezdništva prenesel v glasbene vode. Danes pa zvezdništvo najdemo tudi v modnem ter političnem svetu.

Športni zvezdniki so se pojavili s pojavom sodobnega vrhunškega športa in to postavljamo v sedemdeseta leta prejšnjega stoletja. Takratni zvezdniki sicer niso

okusili materialnih vidikov, ampak je šlo bolj za duhovne vidike slave in popularnosti. Tušak deli uspešne športnike na:

- Športna zvezda: gre za nadpovprečnega športnika, ki ima vrsto navijačev, sponzorjev, medijev in je vzor mladini. V povezavi z zvezdnikom ne najdemo vedno le pozitivnih besed, ampak tudi negativne, kot so: zvezdniško obnašanje in vedenje, ki pomeni egoizem, narcisoidnost, zagledanost vase in pomanjkanje samokritičnosti. Velikokrat se zgodi, da ko od zvezdnika pričakujemo rezultat, ga ta ni sposoben doseči, čeprav z dosežki opozarja nase, vendar pri tem ni zanesljiv. V povezavi z zvezdniki najdemo tudi izraz »zvezdniške muhe«, ki pomenijo negativno obnašanje, ko mu pri športu ne gre in se zato negativno obnaša do vseh stvari. Pojavlja se problem, saj tak športnik sicer pozitivno deluje na klub sam, saj lahko priskrbi sponzorje, medijsko podporo, negativno pa to lahko vpliva na odnose v ekipi.
- Športni as: gre za bolj pozitivno in zrelo osebnost, ki ni tako privlačna za javnost ali sponzorje. Je bolj odgovoren, samodiscipliniran, vztrajen ter v ekipi velja za motivatorja in je zgled preostalim športnikom. Trener se nanj lahko zanese tudi v ključnih trenutkih in za ekipo predstavlja neprecenljivo vrednost. Ko mu ne gre, ne išče razlogov drugje, temveč jih poskuša najti v sebi. Trudi se delovati profesionalno v vseh odnosih (do ljudi, športnikov). Še bolj redek pojav pa so športni asi, ki so poleg vsega naštetega tudi karizmatične osebnosti in imajo zato pozitivne lastnosti zvezdnikov (Tušak, 2003).

Slavna oseba in junak sta prav tako dve različni osebi, saj kakor piše Daniel Boorstin, je slavna oseba nekdo, ki je zelo poznan in se odlikuje po imidžu ali blagovni znamki in je »veliko ime«, junak pa stopi v javnost zaradi svojih dosežkov in je »velik človek« (Boorstin v: Andrews & Jackson, 2001).

Lahko rečemo, da športne zvezde, idole ustvarjajo mediji. Oblikujejo jih v vsakdanje podobe, tako da so njihova imena poznana svetu. Mediji so v današnji družbi nekaterim ljudem, ki se pojavljajo oz. nastopajo v javnosti, dodelili status zvezdnika in s tem določili njihovo pomembnost in vplivnost. Ljudje si želijo to osebo spoznati.

Sicer je slavna osebnost posameznikom popoln tujec, ki ga množica najbrž nikoli v življenju ne bo imela prilike spoznati, kljub temu pa obstaja virtualna intimnost med slavno osebo ter občinstvom. Pogosto ima realni učinek na vedenje posameznika, ko se ti posamezniki primerjajo z zvezdnikom ter razpravljajo o svojih vsakdanjih izkušnjah (Andrews in Jackson, 2001).

Športnika včasih zvezdništvo premami in če ne zna združiti zasebnosti, športa ter pojavljanja v javnosti, lahko to negativno vpliva na njegovo športno kariero. Da športnik to lahko stori, mora biti resnično zrel. V glavah mora imeti vizijo, kaj je njegov

cilj. Po nekem vrhunskem dosežku se začne o športniku pisati. Pomembna je tudi priljubljenost športne panoge, saj se zvezdniki pogosteje pojavljajo v najbolj popularnih športih. Poleg tega pa se morajo zavedati, da so medijske osebnosti ter da s svojimi dejanji vzbujajo pozornost. Novinarji lovijo osebo na vsakem koraku. Ne ostane več pri vprašanjih, ki se nanašajo na šport, ampak želijo izvedeti več tudi o njegovi zasebnosti, njegovem načinu mišljenja, o njegovih navadah. Ker šport spremlja ogromno ljudi po vsem svetu, se o njem seveda veliko govori. To pomeni, da ima pomembno vlogo pri oblikovanju zvezdnikov vsekakor tudi občinstvo. Posameznik je vedno izpostavljen medijem, s katerimi se lahko identificira. Športni zvezdniki so tisti, ki oblikujejo odnos gledalca do športa, njegovo mnenje o posameznih športnih panogah, vzbujajo zanimanje za aktivno ukvarjanje s športom, s katerim se ukvarjajo športni zvezdniki ter s tem večajo njegovo popularnost.

Vrhunski športniki kot idoli so nekaj povsem drugega kot npr. filmske zvezde. Športniki namreč resnično obstajajo, ne igrajo neke druge vloge, kot jo igrajo npr. filmski igralci v filmih.

»Predvsem njihova motivacija in predanost ciljem ter pripravljenost za delo bi bila lahko zgled ljudem. Še bolj lahko občudujemo njihovo samodisciplino in sposobnost prevzemanja odgovornosti. Tu lahko mladim gotovo nudijo močan model, vreden posnemanja. Šport usmerja mlade ljudi v neko produktivno aktivnost, uči jih iskati cilje v življenju in še pomembnejše, najti poti do teh ciljev. Ob tem razvija njihovo potrpežljivost in frustracijsko toleranco, hkrati pa se večina mladih tu sreča s porazi in se jih nauči sprejemati. Tako vzgojeni se bodo znali veliko ustrezneje in aktivno spoprijemati z vsakdanjimi težavami v življenju.«(Tušak, 2003).

Šport je dandanes tržno komercialno naravnano, saj tisti, ki imajo denar, kupujejo športnikove fizične ter psihične sposobnosti, njegov imidž ter dosežke in nastope. Danes ne moremo več govoriti o humanizaciji športa, saj je v ospredje stopil boj za vrhunske dosežke ter zmago za vsako ceno. Igra, zabava, sodelovanje, tovarištvo ter vse lastnosti humanega športa pa je stopilo v ozadje. Zvezde so pomembno tržno blago, so učinkovito sredstvo oglaševanja in brez medijev ne morejo obstajati, saj npr. po končani športni, filmski, glasbeni, politični karieri mediji še vedno spremljajo njihova življenja. Posredujejo nam fotografije, z njimi opravijo intervjuje, pripravljajo oddaje o določenih zvezdah. S tem v ohranjajo zanimanje v širši javnosti tudi po končani karieri.

Na žalost se mnogi ne zavedajo, da zvezdništvo nima le pozitivne stvari in da se v tem skriva tudi druga, slaba stran. Športniki se morajo zavedati, da zvezdništvo prinese tudi izgubo zasebnosti, zato je smiselno, da športnike, ki so potenciali, starši, trenerji ter drugi, ki so z njimi v stiku, poučijo o medijskih pritiskih, ki jih lahko doletijo.

V tekmovalnem obdobju so športniki pod velikim psihičnim pritiskom, ki pa se stopnjujejo še posebej na večjih svetovnih tekmovanjih, ko na športnike pritiska vsa javnost. Tu so trenerji, menedžerji, športni funkcionarji, starši, navijači, novinarji ter politiki. Preživijo tisti, ki gredo lahko preko teh pritiskov, ki dobro odreagirajo v stresnih situacijah, kjer večina drugih športnikov odpove.



## 2. PREDMET IN PROBLEM DELA

Vrhunski šport in mediji so močno povezani. Zaradi razvoja športa in zaradi razvoja medijev pa vedno znova prihaja do manjših in večjih trenj. Športniki se nemalokrat pritožujejo nad novinarji, da jim sledijo na vsakem koraku, da so vsiljivi, da ne razumejo, ko si želijo zasebnosti. Zgodi se tudi, da za slabe uspehe krivijo prav pritisk medijev.

Po drugi strani pa so mediji vez med športom in javnostjo, ki pa si želi čim več izvedeti o športnikih. Niso več zadovoljni le z rezultati in statistiko. O športnikih želijo izvedeti kar se da največ informacij, saj so marsikateri vrhunski športniki navadnim smrtnikom vzor. Zato želijo vedeti o njih vse. Šport je postal velik biznis, s tem so športniki postali javne osebe, o katerih želi javnost izvedeti največ.

Javnost se le malokrat zaveda, da s tem pritiska na novinarje, ki se zaradi njihove želje ter zahtev urednikov, ki novinarjem ukazujejo, da pišejo članke, ki ustrezajo javnosti. S tem posledično vršijo pritisk tudi na športnike, ki se velikokrat počutijo ogrožene. Sami so neprestano pod drobnogledom kamer, fotoaparátov, pod očmi novinarjev.

Skratka, gre za začaran krog, v katerem najbrž najlažje preživijo tisti s »trdo kožo«. Tako športniki, ki naj bi medije vzeli, če ne drugače, kot nujno zlo. Zavedati se morajo, da so s svojimi dejanji ter uspehi postali javne osebnosti in javnost ima pravico vedeti, kaj se dogaja. Z nekim pravim odnosom lahko brez težav živijo zasebno življenje in osvajajo vrhunske rezultate. Novinarji so nedvomno tisti, ki bi morali gledati ne le skozi oči urednikov in lastnikov medijev, ki imajo pred seboj glavni cilj – čim večje naklade, ki so posledica ljudi, ki se poslužujejo medijev zaradi sočnih informacij. Kodeks in pa njegova lastna presoja, kaj je prav in kaj ne, lahko olajšata življenje javnim osebam. Tu so seveda uredniki, ki zahtevajo čim bolj atraktivne novice.

Namen diplomskega dela je predstaviti mnenje slovenskih vrhunskih športnikov o slovenskih medijih, novinarjih, njihovih pozitivnih in negativnih doživetjih. Po drugi strani pa to diplomsko delo dati na vpogled novinarjem, ki bi z izjavami in rezultati tega dela lahko pisali članke, ki bi športnike manj prizadeli, ne glede na to, ali gre za informacije o športnih dosežkih ali njihovem zasebnem življenju.

Logično je, da si gledalci in navijači želijo zmago domače ekipe. Ko zmagujejo, so vsi zadovoljni in tudi z novinarji se bolje razumejo. Igralci so namreč bolj sproščeni in medijsko prijateljski. Novinarjevo delo je nedvomno lažje, če spremlja zmagovito moštvo. Tudi ta situacija nosi s seboj nekatere etične dileme. Kako lahko novinar

poroča resnično in kritično proti popularni ekipi, da se ne bo zameril občinstvu ter navijačem?

Vprašanje etičnosti je zagotovo tudi to, ko se med novinarji in športniki ter trenerji skozi številna srečanja stkejo bolj prijateljske vezi. Je to še profesionalizem tako s strani medijev kot športnikov? Kot vemo, imajo športni novinarji neposreden stik s športniki. Velikokrat se zgodi, da tudi skupaj potujejo na tekme, se na prizoriščih tekem veliko družijo. Nedvomno se stkejo osebna poznanstva in kasneje se ne srečujejo več le zaradi športa, temveč tudi osebno, saj postanejo prijatelji. Kako lahko nek novinar potem napiše objektivno kritiko?

Vprašanje etičnosti je tudi v primeru, da reprezentance ali ekipe povabijo novinarje na konference in jih tam pogostijo. Ali zato novinarji bolj spontano in naklonjeno govorijo o dogodku, če imajo polne želodce? Ali v primeru, da jim na dogodkih ne ponudijo hrane, novinarji pišejo bolj sumljivo ali kritično? Pa darila, ki se pojavljajo v vseh oblikah, številkah in barvah? Moštva in organizatorji obdarujejo medije s kapicami, jaknami, torbami, pisali ... In športni novinarji gledajo na ta darila tako kot vidijo hrano – da je to bistvo programa (Schultz, 2002).

Pravzaprav se vsak problem v odnosu z novinarji začne in konča pri etiki oz. morali, objektivnosti ter zasebnosti. Najlažje bi bilo, da bi vsaka oseba v tem poslu morala najprej odgovarjati le sebi, kasneje pa urednikom ter javnosti.

### **3. CILJI**

Cilji se navezujejo na predmet ter problem raziskave. Cilji so sledeči:

1. Ugotoviti odnos vrhunskih športnikov do slovenskih medijev.
2. Ugotoviti vpliv medijev na zasebno življenje in športno življenje slovenskih vrhunskih športnikov.
3. Ugotoviti lastnosti, ki jih pri novinarju cenijo športniki.

## 4. HIPOTEZE

- HIPOTEZA 1:

Športniki, ki se ukvarjajo z individualnimi športi, so mnenja, da mediji vplivajo na njihove športne dosežke.

- HIPOTEZA 2:

Športniki menijo, da bi bil najboljši športni novinar tisti, ki bi se v preteklosti tudi sam ukvarjal s športom.

- HIPOTEZA 3:

Športniki menijo, da pred tekmovanji slovenski novinarji iščejo pri športnikih preveč informacij.

- HIPOTEZA 4:

Najbolj so bili športniki prizadeti zaradi laži, ki so jih javnosti posredovali mediji.

- HIPOTEZA 5:

Slovenski vrhunski športniki so bili največkrat omenjeni v tiskanih medijih.

- HIPOTEZA 6:

Športniki ne poznajo Kodeksa novinarjev republike Slovenije.

- HIPOTEZA 7:

Vsi športniki so mnenja, da so ob napačnih ali neresničnih informacijah v medijih bolj prizadeti njihovi bližnji kot pa oni sami.

- HIPOTEZA 8:

Športniki, ki se dlje časa ukvarjajo s športom, pogosteje pokličejo na uredništva medijev.

- HIPOTEZA 9:

Neresnične informacije v medijih bolj pogosto prizadenejo bližnje (starše, prijatelje, partnerje) tistih športnikov, ki se dlje časa ukvarjajo s športom.

# 5. METODE DE LA

## 5.1 VZOREC MERJENCEV

Vzorec merjencev obsega 67 športnikov in tri športne novinarje. V raziskavo so bili vključeni naslednji športniki, ki tekmujejo v ekipnih športih in imajo vodilno vlogo v slovenskem prostoru:

- hokejska reprezentanca Slovenije (14 moških)
- Odbojcarski klub Autocommerc (10 moških)
- Odbojcarski klub Hit Nova Gorica (10 žensk)
- Rokometni klub Celje Pivovarna Laško (13 moških)
- Rokometni klub Krim (7 žensk)
- Nogometni klub Domžale (13 moških)

Anketiranje je bilo izvedeno od 17. 04. 2007 do 27. 04. 2007. Obdelanih in veljavnih je bilo 67 anketnih vprašalnikov, kar predstavlja tudi vzorec raziskave.

V raziskavo je bilo vključenih tudi deset športnikov, ki se ukvarjajo z individualnimi športi (pet moških in pet žensk):

- KATARINA VENTURINI (23. 04. 2007; City park; 17.45)
- TADEJA BRANKOVIČ (12. 04. 2007; pri njej doma; 15.30)
- SARA ISAKOVIČ (12. 04. 2007; bazen v Radovljici; 17.00)
- PETRA MAJDIČ (20. 04. 2007; preko telefona; 13.00)
- IRENA AVBELJ (13. 04. 2007; pri njej doma, 8.30)
- PRIMOŽ PETERKA (24. 04. 2007; pri njem doma; 10.30)
- IZTOK ČOP (Fakulteta za šport; 10. 04. 2007; 9.00)
- PETER MANKOČ (13. 03. 2007; Kavarna Zvezda; 11.00)
- JURE KOŠIR (13. 04. 2007; Slaščičarna Pod gradom; 14.00)
- MATIC OSOVNIKAR (07. 04. 2007 preko interneta, saj je bil na pripravah v Ameriki)

Z vrhunskimi športniki smo opravili intervjuje. Z njimi smo se srečali bodisi pri njih doma, bodisi na objektih, kjer trenirajo. Vse intervjuje smo opravili v roku dveh tednov med 10. 04. 2007 in 24. 04. 2007. Uporabili smo tehniko snemanja pogovora z diktafonom, kasneje pa naredili transkripcijo pogovora. V večini primerov je ohranjena doslednost ter pravilnost odgovorov.

Opravili smo tudi tri intervjuje z novinarji, in sicer 23. 04. in 24. 04. 2007. Prav tako smo uporabili tehniko snemanja pogovorov z diktafonom ter kasneje naredili transkripcijo pogovora. V vzorec novinarjev so vključeni:

- MIHA ŽIBRAT (24. 04. 2007; RTV SLOVENIJA; 13.00)
- ŠPELA PRETNAR (23. 04. 2007; 14.00; POP TV)
- IGOR E. BERGANT (24. 04. 2007; RTV SLOVENIJA; 12.00)

S športniki smo dokaj hitro vzpostavili sproščeno vzdušje in zdelo se nam je, da so postajali vedno bolj odprti, kritični, direktni ter zgovorni. Zagotovili smo jim, da bodo podatki uporabljeni izključno v tej diplomski nalogi.

Pri navezovanju stikov s slovenskimi vrhunskimi športniki nam je bilo v veliko pomoč osebno poznanstvo s športno novinarko, ki nam je uredila nekaj stikov. Nekaj smo jih našli preko interneta, nekaj s pomočjo drugih poznanstev.

Vprašanja, ki so bila postavljena intervjuvancem, so bila enaka, s tem da smo včasih dodali še kako podvprašanje, da smo dobili bolj točne odgovore. Šlo je za dokaj delikatno temo, saj smo imeli občutek, da je šlo za tematiko, o kateri športniki neradi govorijo naglas.

## **5.2 VZOREC SPREMENLJIVK**

Anketni vprašalnik je zajemal tri sklope. V prvem delu so bila postavljena vprašanja, ki se nanašajo na spol, starost, šport, s katerim se ukvarjajo ter koliko časa se ukvarjajo, izobrazbo, število nastopov za reprezentanco, poklic. V drugem delu so bila vprašanja, ki se nanašajo na izkušnje, ki so jih imeli športniki z mediji tako v zasebnem kot športnem življenju, v tretjem delu pa vprašanja, ki se nanašajo na uporabo ter kvaliteto medijev. Vprašanja so bila odprtega in zaprtega tipa.

Pri intervjujih s športniki so se vprašanja nanašala na splošen pogled, ki ga imajo na medije, njihovo osebno sprejemanje, na vpliv, ki ga imajo mediji na njihovo zasebno življenje ter na vpliv, ki ga imajo mediji na njihovo športno življenje.

Pri intervjujih z novinarji so se vprašanja nanašala na podobne stvari kot pri športnikih, le da so z odgovori lahko izrazili pogled, ki ga ima novinar na šport. Poleg tega me je zanimalo tudi, ali je športni novinar lahko tudi navijač.

### **5.3 METODE OBDELAVE PODATKOV**

Podatke iz anket smo prenesli v SPSS sistemsko datoteko ter jih analizirali s pomočjo statističnega programskega paketa SPSS 14.0. Grafe smo oblikovali v programu Excel 2003.

Za vse spremenljivke smo najprej izračunali osnovne deskriptivne značilnosti; frekvenco, najmanjšo in največjo vrednost ter povprečno vrednost. Za ugotavljanje razlik pa smo uporabili analizo variance ter hi-kvadrat test.

Opravili smo vodene intervjuje in jih obdelali s semiotično analizo. Intervjuji športnikov niso zapisani v celoti. Zapisani so le tisti deli, ki pomagajo analizirati nekatere rezultate, ki smo jih dobili s pomočjo anket. Ker smo športnikom zastavili tudi nekatera vprašanja, ki jih v anketi ni bilo, smo naredili tudi analizo teh odgovorov.

V prilogi so objavljeni trije intervjuji, ki smo jih opravili z novinarji.

## 6. REZULTATI Z RAZPRAVO

Diplomsko delo sestavljata teoretični in empirični del, ki se dopolnjujeta. Teoretični del obsega razlago nekaterih pojmov (šport, morala, etika, zasebnost), predstavitev športnega novinarstva kot poklica ter športnih idolov, ki so rezultat medijev in posebnosti rumenega tiska. Literaturo smo našli predvsem v knjižnici Fakultete za družbene vede ter Fakultete za šport.

Določene podatke, ki bi jih bilo težko zajeti s samo anketo, smo pridobili z intervjuji, ki smo jih opravili z znanimi slovenskimi športniki. Nekateri od njih so še aktivni športniki, nekateri pa so svojo pot vrhunškega športnika že zaključili, a so imeli z mediji vseeno veliko stikov. Za intervjuje smo izbrali športnike, ki se ukvarjajo z individualnimi športnimi panogami, medtem ko smo anketo opravili s športniki, ki se ukvarjajo z ekipnimi športi.

Ker so športniki neprestano v stiku s športnimi novinarji, smo opravili tudi intervjuje s tremi novinarji, saj smo želeli videti, kako oni vidijo nekatere stvari, ki se tičejo odnosa medijev do vrhunskih športnikov.

Anketa, kot sestavni del diplomske naloge, nam je omogočila, da smo prišli do nekaterih spoznanj v odnosu medijev do vrhunskih športnikov. Nekatera vprašanja so zahtevala specifične odgovore, komentarje in pojasnila. V interpretaciji bomo omenili le tiste, ki so v večini ali ki so posebnega pomena. Nekateri odgovori so si bili dokaj podobni, vendar napisani z drugimi besedami.

### 6.1.1 Socialne značilnosti

Od 67 sodelujočih je bilo 50 moških (74,6 %) in 17 ženskih anketirancev (25,4 %). Povprečna starost anketirancev je bila 25,21 let. V povprečju pa se s športom ukvarjajo 15,09 let, najmanj štiri leta, največ pa 25 let. Največji delež je tistih, ki se s športom ukvarjajo deset let (16,4 %).

Pri stopnji izobrazbe zelo izstopa peta stopnja izobrazbe (dokončana štiriletna šola ali gimnazija). Kar 59,7 % športnikov ima namreč srednješolsko izobrazbo. Sledijo: dokončana poklicna šola (16,4 %), sedma stopnja (10,4 %), dokončana osnovna šola (7,5 %), visokošolski strokovni študij (4,5 %). Eden od anketirancev nima dokončane osnovne šole (1,5 %).



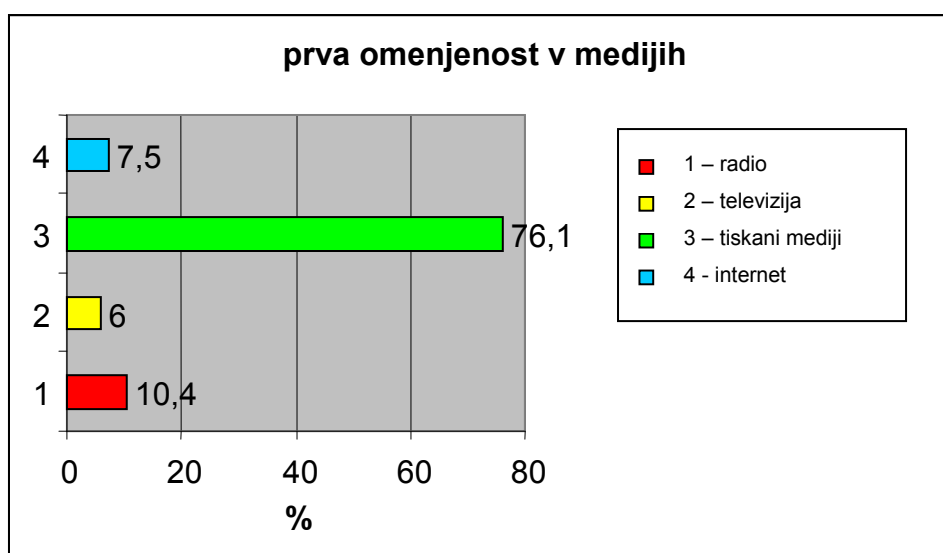
74,6 % športnikov se je opredelilo za profesionalne športnike. Deset športnikov (14,9 %) ima status študenta, štirje status dijaka (6 %), dva (3 %) imata lastno podjetje, eden izmed anketirancev pa je zaposlen na ministrstvu.

Glede na športne panoge največji delež športnikov predstavljajo rokometaši in odbojkarji (29,9 % za vsako športno panogo), saj sem podatke zbrala tako v ženskem kot moškem klubu. Med reprezentanti hokeja na ledu je vprašalnike vrnilo 14 hokejistov (20,9 %), pri ekipi Domžal pa 13 nogometašev (19,4 %).

### 6.1.2 Pojavljanje v medijih

Pri prvem vprašanju: »V katerem od medijev ste bili prvič omenjeni?« je 51 športnikov obkrožilo dnevni časopis, sedem športnikov radio, pet športnikov je svoje ime prvič zasledilo na internetu ter štirje na televiziji.

Grafikon 1: Prva omenjenost v medijih



Največkrat so športniki svoje ime zasledili prav tako v dnevni časopisih (58 športnikov, kar predstavlja 86,6 % anketirancev), štirje na internetu (6 %), dva športnika (3 %) se številčno najpogosteje pojavita tako v dnevni časopisu kot internetu, prav tako dva v rumenem tisku. En sam pa je obkrožil televizijo kot najpogostejši medij, v katerem se pojavlja njegovo ime.

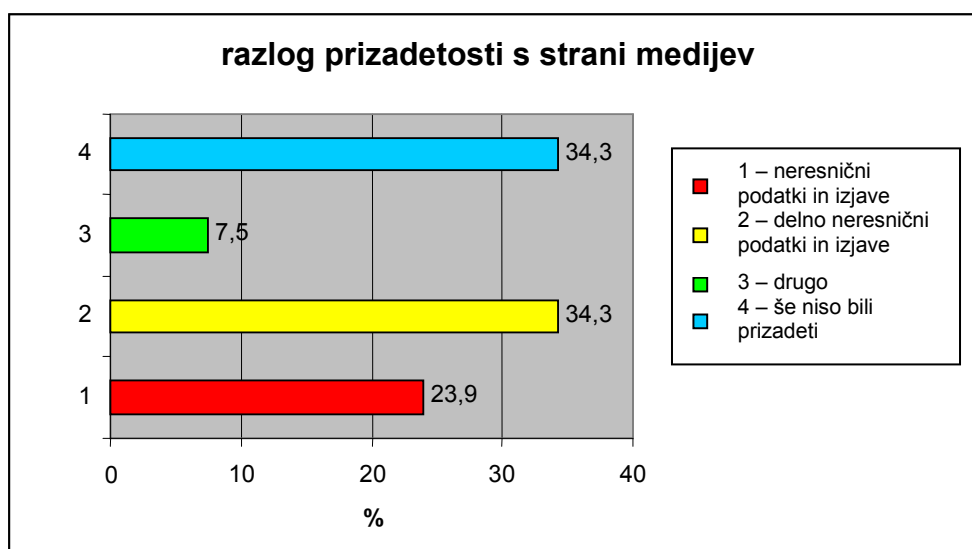
Največkrat so bili vrhunski športniki v medijih omenjeni zaradi športnega uspeha ter nastopov za reprezentanco. Malo manjkrat zaradi športnih neuspehov in skoraj nikoli zaradi stvari, ki s športom niso povezane, dobrodelnih prireditev ali česa drugega.

### 6.1.3 Prizadetost s strani medijev

37,3 % oz. 25 športnikov ni bilo še nikoli prizadetih s strani medijev. Tisti, ki pa so bili, jih je največkrat prizadel dnevni časopis, internet, oddaje na televiziji, povezane s športom, rumeni tisk, na konec lestvice pa se uvrščata radio ter televizijske oddaje, katerih tematika ni povezana s športom.

Ko smo jih povprašali, kaj jih je prizadelo, smo prišli do rezultata, da je bilo 16 športnikov prizadetih zaradi povsem napačnih podatkov, 23 pa zaradi delno neresničnih podatkov. Pet je takih, ki so bili prizadeti, a nam razlogov niso napisali.

Grafikon 2: Razlog prizadetosti s strani medijev



Zaradi prizadetosti s strani medijev športniki zelo redko pokličejo na uredništva medijev, da bi jih opozorili in mogoče celo zahtevali opravičilo. Tisti, ki pa še niso bili prizadeti in bi se jim nekoč to zgodilo, pa bi zelo verjetno poklicali na uredništvo.

Svojo izkušnjo je opisal Jure Košir: *»Prizadelo oz. užalilo me je v moji karieri besedilo, ki je bilo objavljeno v tiskanem mediju. V dnevnem časopisu - v Slovenskih novicah so zapisali, da zahtevam neko enormno plačilo za dobrodelne namene. Kar pa je popolna laž. Nikoli namreč za dobrodelne zadeve nisem dobival plačila in menim, da sem zelo v vrhu med tistimi športniki, kar se tiče udejstvovanja ter samoiniciativnih akcij, ki temeljijo na dobrodelnosti. Novica, ki me je prizadela, je bila objavljena na naslovnici, z velikim naslovom. Kasneje sem sicer dosegel demant in nisem šel v tožbo. Ta demant je bil prikrito objavljen nekaj dni kasneje. Škoda je bila storjena, tako da sem potem za nekaj let prekinil stike z omenjenim medijem. Ko opozoriš medije, pokažejo sicer neko sočutje, storijo pa ne prav veliko. Opozoril sem tudi druge športnike na težavo, ki jo določen medij lahko povzroči.«*

Tudi Špela Pretnar se je srečala s prizadetostjo, ki so jo povzročili mediji: *»Enkrat je šlo za tiskani medij; pravzaprav niso grdo pisali o meni, temveč je šlo za situacijo, ko sem bila nekje narobe zdravljena in takrat je neresnice posredoval zdravnik. In to, da je nekdo s tako visoko izobrazbo lagal, me je resnično razočaralo. Niti ne bi rekla, da je bil kriv novinar. Drugo razočaranje se je zgodilo povsem na koncu moje kariere, ko sem sama že vedela, da bom končala kariero, toda tega javnosti še nisem posredovala. Za to so sicer vedeli na obeh televizijah, ker sem jih prosila za gradivo, saj sem pripravljala tiskovno konferenco. Prosila sem jih, naj bodo tiho in obljubo so držali. Radio pa je bil tisti, ki je to objavil in poleg tega je bil to novinar, ki je bil takrat moj prijatelj. Slučajno sem mu omenila in ga prav tako prosila, naj zaradi določenih stvari še molči, on pa je še isti dan to posredoval javnosti.«*

Katarina Venturini je poklicala na uredništvo in se pritožila zaradi neprimerne slike, ki zanjo osebno ni bila reprezentativna in so jo objavili v osrednjem slovenskem časopisu. In kaj so storili na uredništvu? *»Enkrat, ko je škoda storjena, se tega ne da več popraviti. Se je pa takrat o tem zelo veliko pisalo. Tudi neka ženska združenja so pisala članke o tem, opravičil pa se mi časopis ni.«*

Na vprašanje: *»Je bil zaradi informacij, ki so bile posredovane javnosti, že kdaj prizadet kdo od vaših bližnjih?«* jih je 53 (79,1 %) mnenja, da nihče, štirje (6 %) so obkrožili, da je šlo tako za prijatelje, partnerje kot tudi starše, prav toliko jih je obkrožilo, da je šlo za prizadetost prijateljev. Trije (4,5 %) so obkrožili, da so bili prizadeti starši in trije, da so bili prizadeti njihovi partnerji.

Upajmo, da se to ali kaj podobnega, kar se je zgodilo Petru Mankoču, ne bo zgodilo kateri koli znani osebnosti, ne samo športniku. *»Moji bližnji so bili zaradi pisanja o meni prizadeti s strani rumenega tiska. Sam niti nisem vedel, za kaj gre, objavljeno pa je bilo tako, kot bi bil največji kriminallec. Najprej so me klicali, da bi radi naredili zgodbo in ker jim nisem imel česa povedati, so se odločili, da si jo bodo izmislili sami. Poslali so mi tekst in rekli, da bodo to dali med ostale stvari. Doma sploh nisem omenil, da so me klicali in sledil je šok, saj je bila na radiu reklama za neko rumeno revijo. Na naslovnici je pisalo »povozil jo je do smrti«, poleg pa so dali mojo sliko. In ko je to slišala moja mama, si predstavljate, kako je bilo? Mene sploh ni nihče klical, na koncu me je poklicala psihologinja, da ji je ena od študentk povedala, da sem neko punco povozil do smrti ter da je znano, da divjam po Kosezah. Najprej sem jih nameraval tožiti, toda mislim, da bi bil to samo dodaten motiv, da bi iz tega naredili še večjo stvar. Od takrat naprej sem ta medij vedno zavrnil.« (P. M.)*

#### 6.1.4 Vpliv medijev na zasebno in športno življenje

V knjigi Media Sport zasledimo raziskavo, ki sta jo opravila leta 1986 Petrovič in Žvan. Pravita, da športni in splošni mediji zelo vplivajo na športnike in športne dogodke, saj politizirajo z informacijami za politično-ekonomski prestiž med pokrivanjem mednarodnih dogodkov in spodbujajo "zmagovalni fetišizem". Raziskava vrhunskih jugoslovanskih športnikov je pokazala, da so senzacionalistične novice vplivale na nekatere športnike. Senzacionalizem napihuje škandale, kar vpliva na povečanje pritiska na 15 % vrhunskih športnikov in ustvarja neprijetne odnose med športniki. Zato so nekateri trenerji prepovedali športnikom dajati intervjuje športnim medijem med treningom. Vrsto vrhunskih športnikov (35 %) pa je statistično poročanje o športnih dogodkih v medijih spodbudilo k tršemu delu. Vendar raziskovalci pravijo, da zahtevno delo športnega novinarja zahteva novinarsko izkušnost, znanje o športu, ki ga pokrivajo, in spoštovanje do športnikom, ki "soustvarjajo" informacije za medije (Wenner, 1998).

Glede vpliva medijev na zasebno življenje je večina športnikov (56, kar predstavlja 83,6 %) odgovorila, da jih mediji niso še nikoli prizadeli, za nekajkratno prizadetost so se odločili štirje (6 %). Da so mediji vplivali na njihovo zasebno življenje enkrat, se je opredelilo sedem športnikov (10,4 %).

Športniki so napisali nekaj razlogov, kako so neresnične stvari, ki so se pojavile v medijih, vplivale na njihovo zasebno življenje:

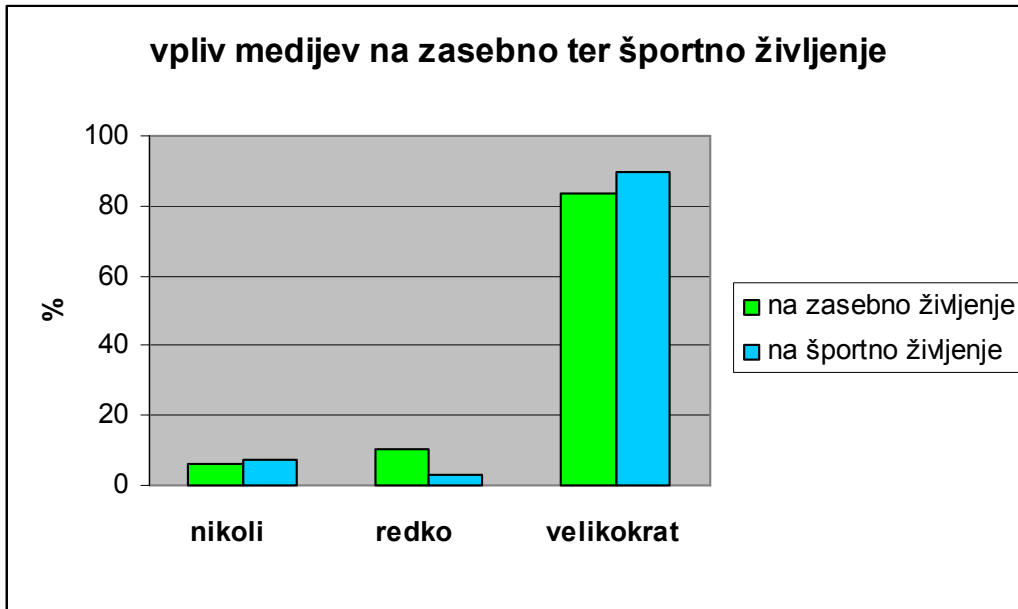
- Začel sem dvomiti v sebe, bil sem žalosten, nervozen in sem se pogosto prepiral s svojimi najbližjimi.
- Razmišljal sem, zakaj so nekatere stvari tako blazno pomembne za javnost.
- Bil sem dekoncentriran na vseh področjih, psihično sem bil na tleh.
- Zaradi raznih obtožb sem bil v neprijetnih situacijah v zasebnem življenju.
- Ljudje, ki so me srečavali in me vsaj bežno poznali, so me spraševali, ali je to res, kar so prebrali.
- Najtežje je to, da ljudje, ki me osebno ne poznajo, verjamejo medijem in si zaradi tega ustvarijo napačno predstavo o meni.

Na večino športnikov, kar se tiče njihovega športnega življenja, mediji v večini niso vplivali. Na pet športnikov oz. na njihovo športno življenje so mediji vplivali že nekajkrat, enkrat samkrat pa se je to zgodilo dvema športnikoma.

Ker je odstotek tistih, ki so jih mediji prizadeli zelo majhen, smo tu dobili le nekaj odgovorov:

- Vpliv se je poznal predvsem v psihološkem smislu: nezbranost na treningu, pomanjkanje koncentracije v igri, vse to pa pripelje do nezadovoljivosti trenerja in soigralcev ter s tem do slabe volje v ekipi.
- Dobil sem manj ponudb v drugih klubih.
- Propadel mi je transfer v boljši klub.

**Grafikon 3: Vpliv medijev na zasebno ter športno življenje**



Pred tekmami večina športnikov (51) prebira vse, kar jim pride pod roko. 12 športnikov oz. 17,9 % jih ne prebira ničesar o športu, štirje (6 %) prebirajo le članke o nasprotnikih, nihče pa ne prebira samo člankov o sebi.

Zaradi medijev je bil pred tekmo velikokrat obremenjen en sam anketiranec, nekajkrat je bilo obremenjenih 24 oz. 35,8 % športnikov, po večini (42 oz 62,7 %), pa zaradi medijev športniki v kolektivnih športih niso obremenjeni.

### 6.1.5 Mnenje o slovenskih športnih novinarjih

Športniki imajo z novinarji pred tekmami dokaj dobre izkušnje, saj se jih je 38 (56,7 %) odločilo, da novinarji razumejo, če pred tekmo športnik ne želi dati izjave. Kljub temu so do športnika spoštljivi in ga pustijo pri miru. Osem športnikov (11,9 %) je obkrožilo trditev, da nekaj časa še prosijo in se kasneje umaknejo, prav toliko jih je obkrožilo, da včasih novinarji ne popustijo. Štirje (6 %) morajo novinarja že grdo pogledati, da se le-ta umakne.

Iztok Čop je glede tega problema povedal sledeče: *»Novinarji pri nas ne razumejo oz. nočejo razumeti, da pred tekmo želim imeti svoj mir. Popolne blokade se ne da narediti, lahko pa sam postaviš neko mejo, do kam greš. Prvič sem te meje postavil na Olimpijskih igrah v Sydneyju. Pristal sem na redna srečanja, toda dan pred tekmo ter tik pred tekmo sem želel imeti mir. Tudi takoj po tekmi nisem stekel k novinarjem, ampak sem opravil svoj ritual. In od takrat se tega nekako držim. Takrat so to dobro sprejeli, mogoče tudi zaradi dobrega rezultata. Vprašanje je, kako bi bilo, če bi bil rezultat slabši. Obstajajo pa športniki, ki jim je stik z mediji prioriteta. Včasih želijo novinarji v vsakem momentu doseči svoje, predvsem odkar so mobilni telefoni, pričakujejo, da si neprestano dosegljiv.«*

Tudi Peter Mankoč je doživel neprijetnost: *»Na svetovnem prvenstvu v Indianopolisu, ko je bila tam ura osem ur pred našo, sem drugi dan osvojil tretje mesto. Ob šestih zjutraj so me klicali v sobo, češ da naj nujno podam izjavo, ker morajo oni oddati prispevek. S tem so mi skrajšali spanec. Naslednji dan sem osvojil četrto mesto. In zanimivo. Tisti dan ni bilo ne prej, ne potem nobenega klica. In potem, ko sem bil zopet prvi, se je spet začelo. Drugače niti ne kličejo toliko, toda sedaj telefon izklopim, tudi v hotelskih sobah zahtevam, da mi ne vežejo klicev, čeprav jim občasno kljub temu uspe.«*

Zanimivo je, da tudi novinarjem ni najbolj pri srcu, ko morajo pred tekmo do športnika in ga spraševati o napovedih. Športni novinar Miha Žibrat: *»Smo nujno zlo. V bistvu športnika pred tekmo vprašati kaj pametnega, je težko oz. nemogoče oz. zame vprašljivo. Kaj si vi mislite, ali bomo zmagali, ali jih bomo premagali s 5:4, ali boste dobri in taka podobna vprašanja. Kdo ti lahko na to pametno odgovori? Meni osebno se zdijo to neki posiljeni posegi. Drugo je po tekmi. Pred tekmo dosti spraševati, to pa nisem nikoli bil za to. Obračajo se vedno ista vprašanja. Mislim, da s tem samo še dodatno obremenjuješ športnika.«*

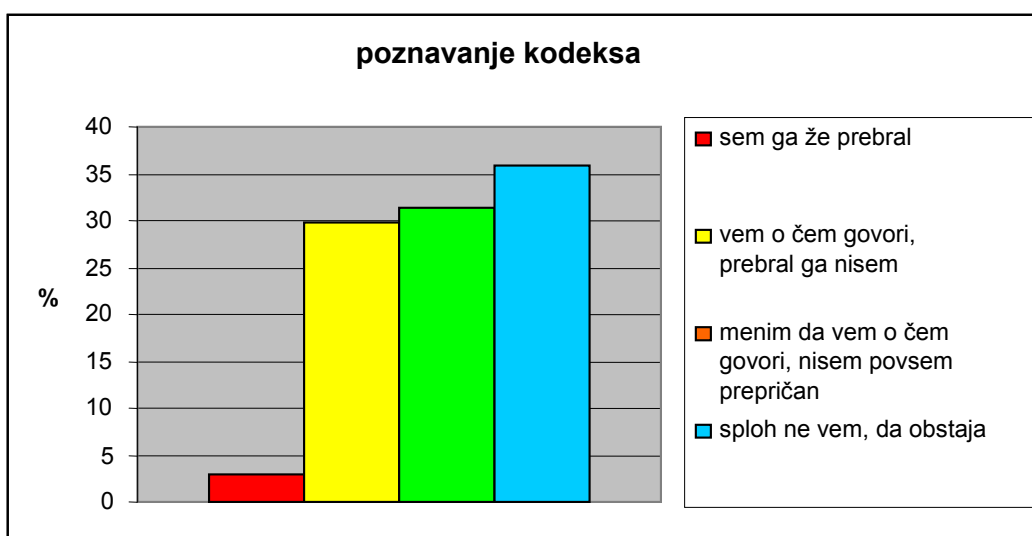
Večinoma (70,1 % odstotek) si športniki vzamejo čas, ne glede na to, za katerega od medijev gre. Trinajst (19,4 %) se jih odloči za sodelovanje z mediji, če gre po njihovem za resne medije. Šest športnikov (9 %) se, preden pristanejo na sodelovanje, pozanima, o čem bo tekla beseda, eden pa jih največkrat zavrne.

Na vprašanje: *»Ko vas novinar prosi za intervju ali izjavo ter ga sprejmete oz. zavrnete, ali imate mejo, ko gre za intervjuje, članke, prispevke glede stvari, ki s športom niso povezani?«* jih malenkost več kot polovica (37) v vsakem primeru pristane na sodelovanje. Kadar ne gre za športne prispevke, le redko pristane 14 (20,9 %) športnikov, 16 (23,9 %) športnikov pa na srečanje z novinarji pristane samo v primeru, če gre za povezanost s športom.

O svobodi novinarjev 25 športnikov (37,3 %) meni, da je svoboda novinarjev odvisna od njihovih urednikov. 21 (31,3 %) jih meni, da imajo preveč proste roke pri objavi člankov predvsem novinarji, ki delajo za rumeni tisk, skoraj enako število - 20 (29,9 %) jih meni, da imajo novinarji preveč proste roke ne glede na to, za katerega od medijev delajo. Le en sam pa meni, da se cenzure pojavljajo v vseh prispevkih.

Ko smo športnike povprašali o poznavanju kodeksa novinarjev, jih 24 od njih sploh ne ve, da omenjeni kodeks obstaja. 21 športnikov je mnenja, da vedo, o čem govori, vendar niso povsem prepričani, 20 jih ve, o čem govori, a ga še niso prebrali. Le dva športnika sta taka, ki sta Kodeks novinarjev republike Slovenije že prebrala.

**Grafikon 4: Poznavanje Kodeksa novinarjev republike Slovenija**



O upoštevanju kodeksa večina športnikov (37) meni, da ga spoštujejo le redki novinarji, 19 športnikov (28,4 %) zaradi nepoznavanja kodeksa o tem ni imelo mnenja, sedem (10,4 %) jih je mnenja, da ga spoštujejo vsi novinarji, štirje (6 %) pa menijo, da ga ne upošteva nihče.

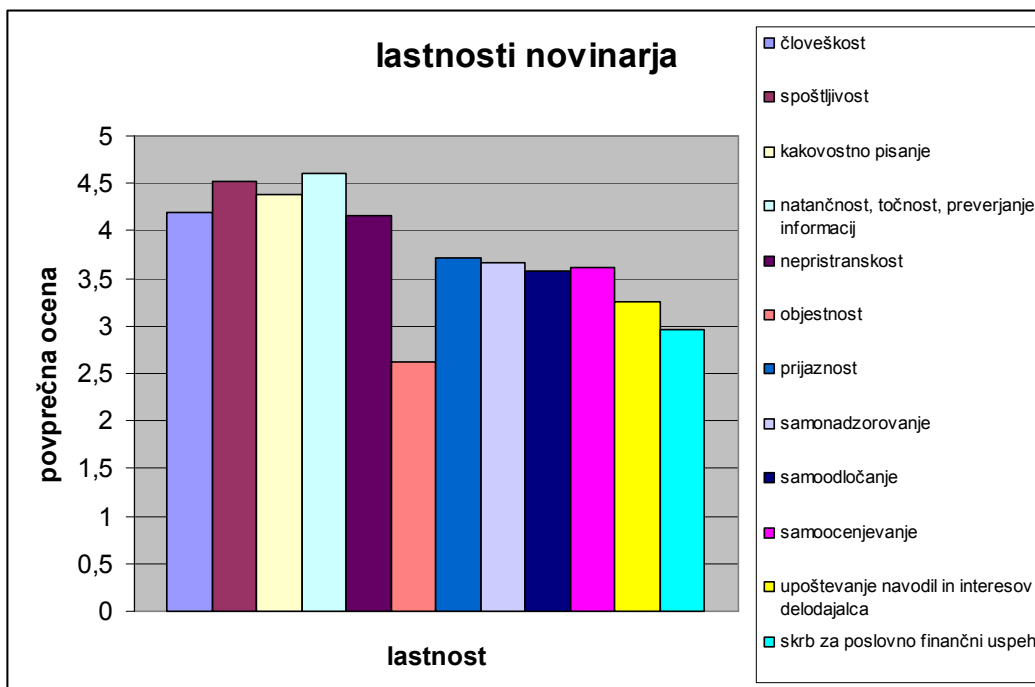
Tudi Igor E. Bergant meni, da večina športnikov kodeksa ne pozna, prav tako pa, da ga tudi večina novinarjev ne. O kršitvah kodeksa pa je povedal sledeče: *»Mislím, da športni novinarji niso nikakršne izjeme v primerjavi z drugimi novinarji. Rekel bi, da so kršitve tega kodeksa precej pogoste, večinoma pa izhajajo iz neznanja, delno pa tudi iz neprofesionalnosti. To se dogaja. Nekateri novinarji kršijo kodeks samovoljno, nekateri tudi zaradi pritiska urednikov ter čedalje bolj zaradi lastnikov določenih medijev, ki v te meje dopustnega posegajo zato, da bi s tem povečali naklado, poslušnost, gledanost. To je nek reden pojav, ki se pri nas pojavlja, nismo pa edini. To se dogaja tudi v tujini.«*

Pomanjkanje standardizacije pri športnem poročanju je razlog za razrast zgodb in razburljivih slik, vendar ta kontekst tudi onemogoča veliko športnikov. John

Merill imenuje novinarsko etiko "močvirje filozofskih špekulacij, kjer strašljiva megla sodb visi nizko nad močvirno zemljo". Medtem ko so etični standardi temelj področij, kot sta medicina in pravo, pa so le-ti postali trn v peti medijev, kajti mnogi smatrajo, da ti standardi nasprotujejo pravicam prostega poročanja. Športni mediji se na splošno izogibajo razpravljanju o medijski etiki, kar povzroča, da so športniki, ki so vezani na pravila, zmedeni glede vlog in standardov širokega kroga zbiralcev informacij, raziskovalnih novinarjev in zabavnih športnih medijev, s katerimi pridejo v stik na mednarodnih športnih prireditvah. Znotraj novinarstva obstaja vrsta dogovorov glede etičnih standardov, vključno s tem, da so etični standardi institucionalizirani načini cenzure ali formalni pisni standardi glede odgovornosti, deklaracij o integriteti in/ali delovnih smernic za profesionalno prakso (Wenner, 1998).

V anketi smo ponudili dvanajst lastnosti, ki se navezujejo na novinarja. Naloga športnikov je bila, da opredelijo lastnosti novinarja, glede na pomembnost. Tako kot pri vseh poklicih je tudi pri novinarstvu očitno najpomembnejše to, da so novinarji natančni, točni ter da preverjajo informacije. Tej lastnosti sledijo povsem človeške lastnosti, kot so človeškost, nepristranskost, prijaznost. Na tretje mesto se je uvrstilo kakovostno pisanje. Pomembnejše od samoodločanja ter samocenjevanja se jim zdi samonadzorovanje. In pomembnejše od skrbi za poslovno finančni uspeh se jim zdi upoštevanje navodil in interesov delodajalca.

**Grafikon 5: Lastnosti novinarja**





### **6.1.6 Uporaba medijev med športniki**

28 športnikov (41,8 %) največkrat uporablja internet. Internetu sledi uporaba televizije (29,9 % športnikov). Najpogosteje dnevno časopisje prebira 14 športnikov (20,9 %). Trije največkrat posežejo po rumenem tisku. Zanimivo je, da zadnje mesto, glede na uporabnost medijev, zaseda radio, ki se ga poslužujeta le dva anketiranca.

Zanimalo nas je, koliko se športniki sami poslužujejo rumenih medijev. Redko ga prebira 50 športnikov (74,6 %), 11 se ga poslužuje zelo pogosto, le šest (9 %) športnikov pa ga ne bere nikoli.

Večina športnikov (50), ki zasledijo članke o sebi, jih prebere. Dva prebirata članke o sebi redko, štirje pa skoraj nikoli. Enajst anketirancev (16,4 %) pa vedno prebira članke o sebi.

Pri zadnjem vprašanju se je pokazalo, da 40 športnikov (59,7 %) ne shranjuje člankov o sebi, 21 (31,3 %) jih shranjuje vedno. Šest športnikov shranjuje članke le v primeru, če so le-ti napisani pozitivno.

## **6.2 PRIMERJAVA ŠPORTNIKOV GLEDE NA ČAS UKVARJANJA S ŠPORTOM**

### **6.2.1 Socialne značilnosti**

Anketiranci so bili stari od 17 do 33 let. Razdelili smo jih v dve skupini, in sicer so prvo skupino tvorili vsi, ki se s športom ukvarjajo do vključno 14 let, drugo skupino pa vsi, ki se s športom ukvarjajo več kot 14 let. Nato smo z analizo variance ter hi-kvadrat testom primerjali razlike med obema skupinama. Rezultatov nismo analizirali glede na spol.

Če pogledamo skupino, ki se s športom ukvarja do vključno 14 let, ugotovimo, da je vanjo uvrščenih 19 športnikov, ki so stari manj kot 24 let in 11, ki so starejši od 24 let. V drugi skupini, kjer se športniki s športom ukvarjajo več kot 14 let, pa je 13 takih, ki so mlajši od 24 let in 24 takih, ki so starejši od 24 let. Tu se pokažejo statistično značilne razlike ( $p = 0,022$ ) glede na starost športnikov.

Večinoma so športniki po izobrazbi končali poklicno ali štiriletno srednjo šolo. Teh je 76,1 %. To pa se ne razlikuje veliko od splošne populacije. V podatkih iz

popisa prebivalstva leta 2002 zasledimo, da je izobrazba Slovencev s srednješolsko izobrazbo 70,1 %.

([http://www.stat.si/popis2002/si/rezultati/rezultati\\_red.asp?ter=SLO&st=17](http://www.stat.si/popis2002/si/rezultati/rezultati_red.asp?ter=SLO&st=17))

Nekaj več je športnikov, ki se dlje ukvarjajo s športom in so že zaključili visokošolski ali univerzitetni študij, kar pa je povsem normalno. Večinoma traja študij pet let. Ker pa vrhunski šport zahteva ogromno časa za treninge, priprave in tekme, se športnikom čas študija velikokrat podaljša.

Ne moremo govoriti o statistično značilnih razlikah ( $p = 0,506$ ) med skupinama glede na stopnjo izobraženosti. Tisti, ki se s športom ukvarjajo več kot 14 let, niso bolj izobraženi od športnikov, ki se s športom ukvarjajo manj časa.

Večinoma so športniki po poklicu profesionalni športniki, kar pomeni, da se s športom preživljajo. Če primerjamo razliko med skupinama, je pri tistih, ki se dlje ukvarjajo s športom, 9 % več profesionalnih športnikov kot pri prvi skupini. Tudi tu ne moremo govoriti o statistično značilnih razlikah ( $p = 0,092$ ).

### **6.2.2 Pojavljanje v medijih**

Med skupinama ni zaznati, da bi se katera izmed skupin pretežno večkrat prvič zasledila v medijih ( $p = 0,060$ ). Kar lahko razberemo, je to, da je pri drugi skupini le eden od športnikov svoje ime prvič zasledil na internetu, medtem ko so pri prvi skupini štiri taki športniki, ki so svoje ime zasledili na internetu. To je najbrž zato, ker je internet relativno mlad medij in se tisti, ki se dlje ukvarjajo s športom, niti niso imeli priložnosti prvič zaslediti v omenjenem mediju, saj ob njihovih prvih uspehih še ni bil tako razvit.

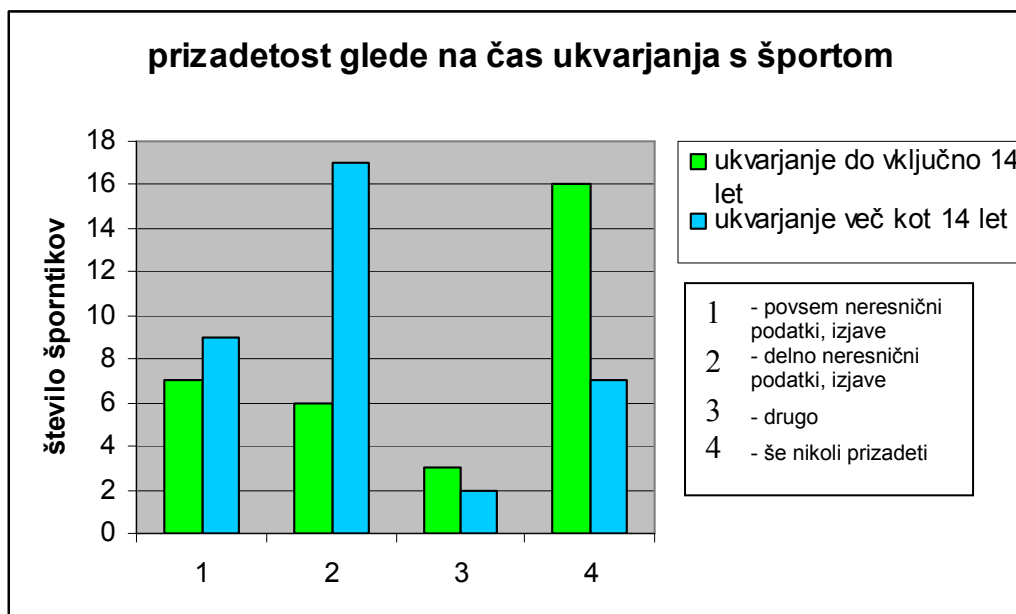
Prav tako ni mogoče govoriti, da se skupini med seboj razlikujeta, ko govorimo o tem, v katerem izmed medijev se njihova imena največkrat pojavljajo ( $p = 0,289$ ). Zopet je v prvi skupini, ki se s športom ukvarja manj časa in je zato tudi mlajša, več športnikov, ki svoje ime najpogosteje zasledijo na internetu. Poleg tega, da gre za mlad medij, lahko rečemo tudi, da se mladi bistveno več poslužujejo interneta kot pa starejši, ki so bolj navajeni tiskanih medijev ter radia in televizije.

### **6.2.3 Prizadetost s strani medijev**

Do statističnih razlik med skupinama ( $p = 0,028$ ) pride tudi pri razlogih, zakaj so bili prizadeti s strani medijev. Tisti, ki se manj časa ukvarjajo s športom, so bili bistveno manjkrat prizadeti oz. jih mediji sploh še niso prizadeli, medtem ko so drugo

skupino, ki se s športom ukvarja več kot 14 let, največkrat prizadeli delno neresnični podatki in povsem neresnični podatki. Z leti je očitno zanimanje medijev za športnika vedno večje, predvsem, če je športnik uspešen. Ker si vsak medij prizadeva za večjo naklado, pogosto novinarji brez zadržkov vrtajo po preteklosti, sedanosti, iščejo napake športnika in nemalokrat tudi priredijo izjave, samo zato, da se poveča število bralcev in s tem seveda povečajo tudi naklado.

**Grafikon 6: Prizadetost glede na čas ukvarjanja s športom**

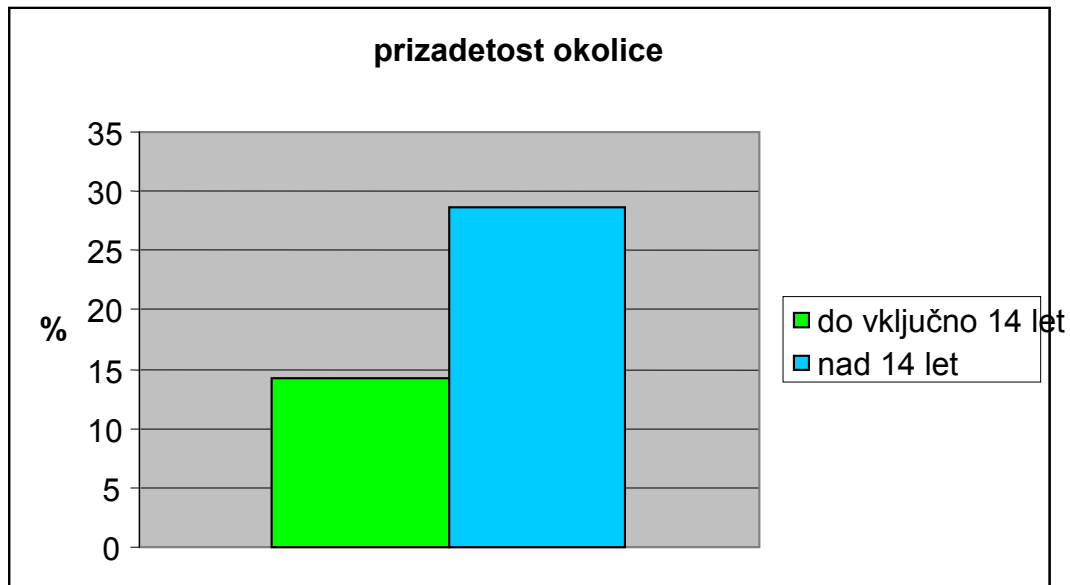


Kot smo že v osnovni analizi ugotovili, redko pokličejo na uredništvo. Tudi, ko smo primerjali obe skupini, smo opazili, da med njima ne prihaja do statistično značilnih razlik.

#### **6.2.4 Vpliv medijev na zasebno in športno življenje**

Tisti, ki so športnikom najbližji, se pravi starši, partnerji in prijatelji, so bili s strani medijev, zaradi neresničnih stvari, ki so jih o športniku posredovali mediji, prizadeti malokrat. Iz podatkov ni razvidno, da bi prihajalo do statistično značilnih razlik med obema skupinama ( $p = 0,357$ ).

Grafikon 7: Prizadetost okolice



Prav tako ne prihaja do statistično značilnih razlik med skupinama, ko govorimo o vplivu medijev na zasebno življenje športnika ( $p = 0,328$ ) ali ko govorimo o vplivu medijev na športno življenje športnika, torej na treninge in tekme ( $p = 0,154$ ). Tu lahko rečemo, da je v vrhunskem športu pomembno, da se športniki zavedajo svojih dejanj, da so trdno prepričani vase in v svoje delo ter da ob tem ne pustijo, da bi kar koli lahko vplivalo na njihova življenja. Tu je zagotovo veliko odvisno tudi od psihološke priprave športnika.

Vrhunski športniki si morajo, v kolikor želijo pridobiti sponzorje, pozornost medijev oz. ustrezna finančna sredstva, zastaviti takšne cilje, ki se bodo prodajali. To od njih zahtevajo predvsem sponzorji in javnost sama. Potrebno je zmagovati, biti najboljši, najbolj drzen, priti na vrh, dosegati nemogoče ... Prodajajo in gledajo se le tisti časopisi in oddaje, ki so atraktivni, ki prinašajo napetost, kjer se kaj zanimivega, nevsakdanjega dogaja. V svet medijev in kot posledico tega do sponzorjev prideš lahko samo s čim zanimivim, z izjemnim športnim dosežkom ali pa z nesrečo. Zaradi takšnega načina delovanja medijskega sveta marsikateri športnik, posameznik popusti pod pritiskom in izvaja aktivnosti, ki so nesprejemljive za sam šport in za samo družbo (povzeto po: Burnik in Tušak; Škerl 2003).

Statistično značilnih razlik med skupinama ni opaziti v dojetanju novinarja pred tekmo ( $p = 0,965$ ), ko jih le-ta želi povprašati o željah, napovedih in ga športniki zavrnejo. Večinoma so tako v prvi kot tudi v drugi skupini enakega mišljenja, saj se večina strinja, da jih novinarji že ob prvi prošnji pustijo pri miru, torej, da jih razumejo.

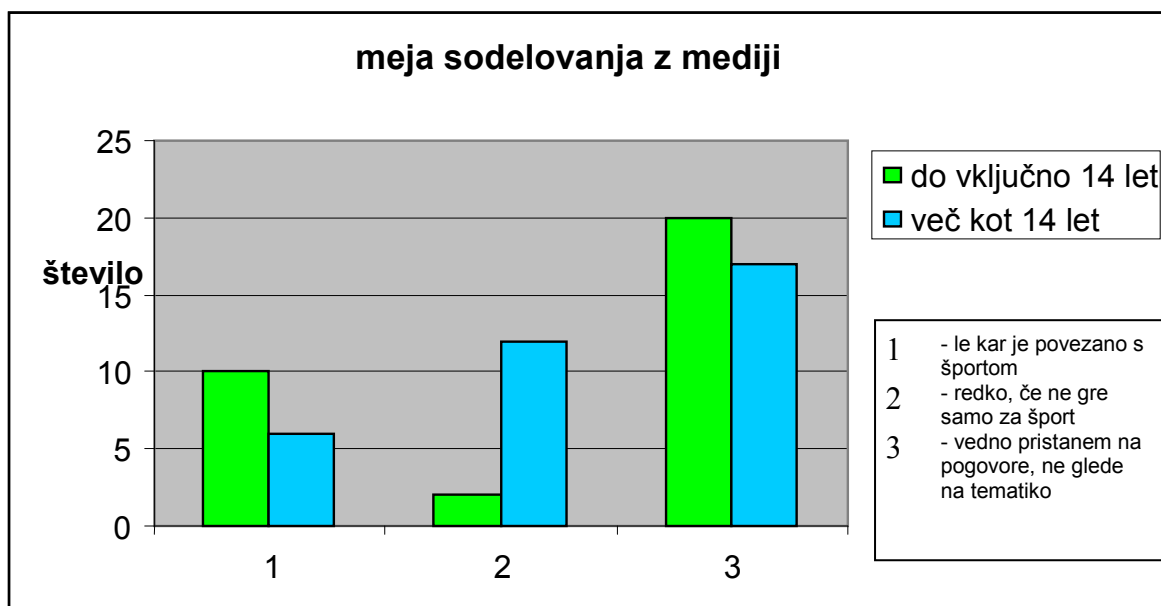
Kar se tiče branja, gledanja, poslušanja člankov o športnikih samih ali o njihovih nasprotnikih pred tekmami, ne moremo govoriti o statistično značilnih

razlikah med skupinama ( $p = 0,979$ ). Tudi o tem, da bi bili npr. tisti z daljšim stažem v športu pred tekmovanji še posebej obremenjeni zaradi pritiska medijev v primerjavi s tistimi, ki so v športu nekoliko manj časa, ne moremo govoriti ( $p = 0,442$ ).

### 6.2.5 Sodelovanje z mediji

Tako športniki, ki se dlje časa ukvarjajo s športom, kot tisti, ki se po mojih merilih s športom ukvarjajo krajši čas, so dokaj enakega mnenja ( $p = 0,652$ ), ko gre za sodelovanje z mediji. Večinoma privolijo v sodelovanje takoj, ne glede na to, za kateri medij gre. Do statistično značilnih razlik med skupinama pa je prišlo pri odgovorih, ki se tičejo področja, o katerem želi novinar narediti prispevek ( $p = 0,016$ ). V prvi skupini je kar 14 takih športnikov, ki privolijo samo, kadar gre za članke, ki so povezani s športom, medtem ko sta v drugi skupini le dva taka. Poleg tega pa je v drugi skupini še 12 takih športnikov, ki na pogovor pristanejo le redko, če ne gre za povezanost s športom.

Grafikon 8: Meja sodelovanja z mediji



*»Poveš, kar misliš da lahko, včasih kakšno stvar preveč, navadil sem se, kadar gredo stvari malo dlje, zahtevam avtorizacijo tekstov, preden se to objavi v medijih. Zgodi se, da je marsikdaj kaj narobe interpretirano. Z avtorizacijo ne delajo nobenih težav.«  
 (I. Č.)*

## 6.2.6 Mnenje o slovenskih športnih novinarjih

Ko gre za odprtost rok novinarjev pri objavi člankov, sta obe skupini športnikov dokaj podobnega mišljenja ( $p = 0,380$ ), prav tako pa se med seboj ne razlikujeta pri poznavanju Kodeksa novinarjev republike Slovenije ( $p = 0,288$ ) ter glede spoštovanja kodeksa novinarjev ( $p = 0,204$ ).

Pri lastnostih, ki so jih športniki razporejali, ne pride do razlik med skupinama. Vsem se zdi najpomembnejše, da novinarji delajo natančno, točno ter da preverjajo informacije. Temu sledijo povsem človeške lastnosti, na zadnja mesta pa se uvrščajo bolj materialistične lastnosti.

Do statistično značilnih razlik med skupinama ni prišlo pri branju rumenega tiska, uporabi medijev, prebiranju člankov o sebi ter shranjevanju le-teh.

## 6.3 ANALIZA INTERVJUJEV

V intervjujih so bile obravnavane tudi tematike, ki jih v anketi nismo zajeli in jih zato tudi nismo pojasnili.

### 6.3.1 Povezanost športa in medijev

Prvo vprašanje, ki sem ga postavila vsem intervjuvancem, se je nanašalo na povezanost medijev in športa. Kako to povezavo dojemajo oni? Večinoma so športniki mnenja, da šport v takem obsegu, kot je danes, brez podpore medijev ne bi mogel obstajati, predvsem profesionalni ne. Kajti gre za začaran krog, ki ga je, če si vrhunski športnik, potrebno sprejeti, saj mediji športnikom omogočajo prepoznavnost. S tem si lažje pridobijo sponzorje, ki pa so eden ključnih dejavnikov v sodobnem športu.

Ni treba biti športni navdušenec, da ugotovimo, da je športni svet bolj privlačen od dnevnega življenja. Šport je bil vedno medij, skozi katerega so se prenašala čustva, vrednote in prioritete. V 21. stoletju je šport kot vsebina in kot komunikacijski medij edinstven v tem, kako vpliva na širšo publiko (Wenner, 1998).

*»V današnji družbi bi bil obstoj vrhunskega športa brez povezanosti z mediji težak, saj je vse povezano s financami. Včasih se mediji ne zavedajo dovolj, da jim šport reže del pogače. Kot primer bi navedel nogometni klub Olimpija. Novinarji so*

*blatili klub, sedaj ko ga ni več, ni več zanimanja, in v bistvu sedaj nimajo pisati o čem.» (I. Č.)*

*»Sama kot vrhunska športnica oz. vrhunski šport brez novinarjev oz. medijev bi obstajal zelo težko, v obratni smeri pa bi bilo to možno. Mediji bi si našli druga zanimiva področja. Brez medijev dosežek ne pride do izraza v javnosti in tako rekoč nima neke vrednosti.» (I. A.)*

*»Povezava je v današnji dobi nujna. Sicer to traja že kar nekaj časa. Nekako gre to z roko v roki, predvsem pri športih, ki so bolj priljubljeni oz. medijsko eksponirani kot drugi. Pri manjših pa opažam, da se zavedajo, da so mediji ključ do večje prepoznavnosti.» (J. K.)*

*»Ko sem še tekmovala, o tem nisem niti razmišljala. Medije sem sprejemala kot nekaj, kar spada poleg, včasih nujno zlo. Je pa tako, če si kot športnik dojemljiv za to, da mediji in vrhunski šport spadajo skupaj, če znaš medije izkoristiti, ker oni pač lahko naredijo nek določen imidž športniku, ki si ga gradiš sam. S pomočjo medijev postaneš prepoznaven, s tem je potem povezano sponzorstvo, seveda pa moraš biti dober tudi po rezultatih, ni pa nujno, da si najboljši, pa lahko s tem zaslužiš mogoče še več, kot če si v samem vrhu, pa ne znaš izkoristiti pomoči medijev.» (Š. P.)*

*»Na žalost sta zelo povezana, ker če želiš v športu imeti sponzorje, potem se moraš v medijih pojavljati, saj je to v interesu sponzorjev. Prvo kot prvo moraš imeti rezultate, za medije moraš biti zanimiv. Za sebe oz. za naju z Andrejem lahko rečem, da če midva ne bi imela Krke kot sponzorja v tistem času, potem sigurno ne bi dosegla tega, kar sva. Takrat sva imela prav kampanjo. Najin menedžer je poskrbel, da sva se veliko pojavljala v medijih, da se je o nama veliko pisalo, govorilo.» (K. V.)*

*»V bistvu bi šport brez medijev obstajal zelo težko, kajti vse reklame in vse, kar je povezano s profesionalnim športom, je povezano s financami, ker vsi gledajo, kako se vidi reklama. Tekmovalci smo na samem prizorišču le še ikone, nihče ne vpraša, bi ali ne bi, v slabih vremenskih pogojih. Organizatorji izvedejo tekmo zaradi samega spektakla in finančnih stvari. Predvsem zaradi televizije, ki se mi zdi, da ima največjo vlogo v športu. Šele nato sledita radio in tisk.» (T. B.)*

*»Oni so tam, da nas reklamirajo, da obveščajo javnost o rezultatih. Vrhunski šport bi mogoče obstajal, če bi mi samo tekmovali in dosegali rezultate. Toda brez publike, ki pa potem ne bi bila seznanjena z našim delom. A potem ne bi bilo niti sponzorjev. Je pa tudi ta povezava nek način zabava za publiko.» (S. I.)*

*»Dejansko mediji naredijo športnika prepoznavnega, kajti če medijev ne bi bilo, ne bi bili prepoznavni. Vse je povezano s samo prepoznavnostjo, ne le športnika, temveč tudi treningov, ekipe, tekmovanj. Če šport sprejmejo ljudje, le-ti pa ga večinoma sprejmejo samo še preko medijev, in če tega ni, ne more postat nek športnik prepoznaven.« (P. M.)*

### **6.3.2 Kakšen bi bil idealen športni novinar?**

Športniki so tudi sami opisali idealnega novinarja, ki naj bi v prvi vrsti imel šport rad in bi ga poznal. Večina je mnenja, da je pomembno, da se posveti le enemu športu. Ne bi bilo slabo, če bi šport okusil tudi na lastni koži, kar pomeni, da naj bi se novinar v svoji preteklosti s športom ukvarjal. Ni nujno, da bi bil tako dober, da bi nastopal za reprezentanco. Šport bi moral okusiti v tolikšni meri, da je okusil treninge, nastope na tekmah, da ve, kaj se dogaja. Tako bi lahko iz lastnih izkušenj vedel, kaj lahko športnika prizadene.

Idealen je objektivni novinar, ki je samostojen, ki se ne pusti prepričati, ki si zna ustvariti svoje mnenje, mora imeti korektnost (to je nuja), poštenje in vztrajnost. Kar se tiče kritičnosti, naj bo kritičen v mejah poznavanja športa. Vsekakor bi moral novinar, ki pokriva določen šport, hoditi gledat tudi treninge, sodelovati kot del ekipe in biti odličen opazovalec. Biti mora iznajdljiv, da pride do določenih ljudi, ki so za dober prispevek ključnega pomena. S kilometrino postajajo izdelki boljši.

Znal naj bi ne le prebrati rezultata, temveč ga tudi oceniti. Ocenil bi lahko tehniko, publiki pojasnil poleg časa in rezultata še kaj več. Pomembno se jim zdi, da se na nek intervju, reportažo, skratka kakršen koli prispevek pripravijo, se pozanimajo o lastnostih športnika ter športa. Imeti morajo neko določeno osnovno izobrazbo. Biti mora malo intuziasta.

Poleg tega bi moral biti sproščen, saj mu lahko lažje in več poveš. Pomembno je tudi to, da bi tudi on sam znal sprejeti kritiko, če bi mu jo športnik povedal. In nedvomno ga mora to delo veseliti.

Igor E. Bergant se je lotil bolj kakovosti novinarja: *»Mora pa imeti novinar možnost, da o zadevi poroča kritično, tudi če to športniku ni všeč, tudi če gre npr. za nešportno obnašanje, da je bil njegov rezultat pod pričakovanji, da je nekje nešportno reagiral. Menim, da novinar ima to pravico in tudi z vidika javnosti ima dolžnost to napisati. Se mi zdi, da so športniki javne osebnosti in morajo to akceptirati kot del javnega poslanstva. Poznam veliko športnikov, ki to popolnoma razumejo, vedo, da v sodobnem svetu to spada poleg, tudi ugled, ki ga imajo v javnosti. Tudi sponzorji zahtevajo od njih, da so javnosti na voljo, sicer ne vedno in povsod, temveč do neke meje. Menim, da so dolžni povedati, da kadar niso razpoloženi in ne želijo nekaj*



*odgovarjati, da nam to na normalen, prijazen način povejo. Spoštovanje mora biti vzajemno. Novinar v principu mora spoštovati športnika, kar pa ne pomeni, da do njega ne sme biti kritičen in obratno. Športnik mora spoštovati novinarja. Oba morata biti tako profesionalna, da lahko njuni jasni vlogi normalno opravljata.«*

Primerjave med športnim in političnim novinarstvom so vodile do vrste kritičnih raziskovalnih projektov. Dnevni časopisi npr. razširjajo raje informativno novinarstvo kot raziskovalno, s tem da se osredotočajo na rezultate in informacije iz zakulisja. Vendar pa Rick Telander pravi, da je naraščajoča skrb za etično vedenje športnih medijev v zadnjega pol stoletja spremenila razmerje med športniki, novinarji in športnimi organizacijami. Telander je ugotovil, da v so obdobju pred izumom televizije športni novinarji in radijski poročevalci služili kot podporniki ekip. Potovali so skupaj s športniki in ustvarili športne heroje, tako da so enostavno ignorirali njihova zasebna življenja. V zadnjih desetletjih so novinarji pisanih in oddajanih medijev napredovali iz oddelkov in navijaških skupin domačih ekip v resne novinarje zaradi sprememb v športu in v družbi. Z razširjanjem televizijskega pokrivanja športnih dogodkov v sedemdesetih letih preteklega stoletja so navijači dobili več priložnosti za ogled športnih dogodkov, kar je spremenilo način dela nekaterih tiskovnih poročevalcev, ki so prej opisovali potek dogajanja in poročali o rezultatih, zdaj pa raziskujejo šport za kulisami in zagotavljajo pogled od znotraj. Raziskovalni podvigi tiskovnih poročevalcev, ki poročajo o zasebnem življenju športnikov, indiskretnostih, podvigih ekip in športnih poslih, so povzročili, da se športniki in nekateri športni uradniki neradi intervjuvajo. McPherson zato predlaga, da bi morali športni novinarji spoštovati vrsto obveznosti in da bi morali kot varuhi informacij predstavljati ustrezne novice namesto tračev in nepomembnih informacij, s čimer bi se izognili odkrivanju korupcije za povečevanje prodaje, poročati bi morali nepristransko in zagotoviti trdne dokaze za kritike o športu (Wenner, 1998).

### **6.3.3 Kako športniki z leti prenašajo pritisk medijev?**

Kot vemo, se mediji začnejo zanimati za neko osebo, ko le-ta nekaj doseže. V našem primeru gre tu za športnike, ki največkrat vzpostavijo prvi stik z mediji, ko dosežejo neko lepo uvrstitev v svojem športu. Takrat se začno pojavljati prvi intervjuji, dati je potrebno prve izjave. Špela Pretnar se svojih prvih uspehov in s tem prvega stika z mediji spominja takole: *»Na začetku sploh ne dojameš vsega skupaj, si kot otrok, ko je zate vse novo. Niti ne veš, zakaj si bil dober. Smučaš in si v svojem »lalalendu«.*

Tudi Primož Peterka pravi, da *je bilo lažje, ko je bil star 17, 18 let in je samo skakal ter ni imel drugih skrbi, ni imel družine, punce, danes pa mora vse te obveznosti usklajevati.*

Večinoma je športnikom na začetku težko, saj se sami zavedajo, da je pomembno, da se dokaj pravilno izražajo, da ne pokažejo treme pred kamerami. To je pri sebi opazila tudi Sara Isakovič: *»Na začetku me je bilo strah, predvsem kamer. Nisem znala dajati odgovorov. Lahko rečem, da sem v štirih letih napredovala. Lažje mi je kaj povedati. Naučiš se tudi lepše govoriti, bolj tekoče.«*

Kako stvari potekajo kasneje, ko medije sprejmeš, ker veš, da je to pač del športa, da je to pomembno za športnika, je opisala Špela Pretnar: *»Potem je prišlo obdobje, ko sem se začela zavedati določenih stvari in tudi javnost od tebe nekaj pričakuje. To zna biti zelo obremenjujoče in traja lahko zelo dolgo. Potem pride obdobje, ko ugotoviš, da smučaš povsem zaradi sebe, ne zaradi sponzorjev, trenerjev, medijev, ampak zato, ker si sam želiš. Z leti se navadiš na njihov sistem, dobiš trdo kožo. Na začetku je težko dajati izjave, odgovore, ki niso sporni. Sčasoma postane to nek ritual, večina vprašanj je osnovnih, in ko se navadiš prisotnosti ter pritiska medijev, nimaš ne treme, pa tudi mediji potem nimajo več vpliva na rezultate. Skrbi te, kako boš pravilno povedal, izpeljal.«*

Večini športnikov kasneje stik z mediji ne predstavlja problemov, razen, ko so ti do njih nepošteni, nerazumevajoči, kar je povsem jasno, saj to lahko vpliva tudi na njihovo psihično pripravljenost. Včasih gre športnikom že kar na živce, ker se vprašanja neprestano ponavljajo, predvsem tik pred tekmami, ko jih pravzaprav zanima le napoved, kar pa je za športnike težko. Če ne osvojijo rezultata, ki so ga napovedali, potem novinarji poizvedujejo, zakaj se ni izšlo tako, kot je bilo napovedano. Z leti se navadijo lažjega komuniciranja, postanejo manj občutljivi in se, kot je rekel Jure Košir: *»Naučiš se neke mirne plovbe med mediji.«*

#### **6.3.4 Sporočila medijem**

Športniki si želijo le korektnega odnosa z mediji. Želijo, da bi spoštovali njihovo mejo zasebnosti, ki jo je sicer težko določiti. Tu so zbrana posvetila oz. navodila medijem:

*»Predvsem bi želel eno. In to je objektivnost. Naj novinarji ne skušajo delovati na način, da si iščejo prijateljske povezave preko teh športnikov, ker je na tak način težko ohraniti objektivnost. Potrebno si je ustvariti ime na drug način, s kvalitetnim poročanjem, kvalitetnimi članki, prispevki ter si na tak način ustvariti tak imidž, da bodo športniki počaščeni, da bodo lahko sodelovali z nekim novinarjem. Res je to zelo težko, ampak je vredno. V tujini se to dogaja, na primer v Italiji, če omenim Matejo Pahor in Patrika Langa, poročevalci CNN-a. Taki ne potrebujejo prav veliko, in športniki so potem počaščeni, ko jih novinarji prosijo za sodelovanje v raznih oddajah. Za Slovenijo bi izpostavil Igorja E. Berganta ter Boruta Šavta (Delo). Potrebno je dodati osebno noto, imeti korajžo ter preverjati podatke.« (J. K.)*

Katarina Venturini dodaja: *»Včasih si želim, da bi se oni postavili samo za 14 dni v mojo kožo, v naš položaj. Da bi videli, kakšno je to delo, ko vsi govorijo, da delamo to, kar pač radi delamo. V resnici se marsikdaj ne zavedajo, da je včasih tudi hudo, težko. Da bi videli, koliko dela je vložnega v to, koliko je odrekanja, ko greš čez meje svojih sposobnosti na vsakem treningu.«*

Peter Mankoč je v svojem odgovoru malo cinično povedal sledeče: *»Pogloblji naj se v tisto, kar pišejo, naj ne pišejo nečesa, o čemer niso seznanjeni. Uredniki so »zelo zelo zelo« zahtevni.«*

Mlada plavalka Sara Isakovič pa je že brez da bi ji zastavila vprašanje, kako vidi medije, ko doživlja vzpone in padce, povedala: *»Naj poskusijo biti pravični, naj nas poskusijo razumeti. Ni treba, da te, ko si na vrhuncu prehvalijo, ko pa si v krizi, udrihajo po tebi.«*

*Medijem želim oz. jim priporočam, naj se generalno izobražujejo, naj se bolj pripravijo na kake intervjuje, prispevke, saj se vprašanja zelo pogosto ponavljajo in je vse skupaj prav dolgočasno, smešno, nezanimivo. Tu se pokaže, kdo je boljši novinar, z njegovo izvirnostjo, iznajdljivostjo. (P. M.)*

In za konec še nasvet Primože Peterke: *»Najslabšim medijem bi rekel: »Dej hudiča pokličte, pa vprašate!« Se pravi, naj pišejo resnico.«*

### **6.3.5 Primerjava slovenskih in tujih medijev**

Razlike srečujemo na vsakem koraku. Tako tudi v medijih obstajajo razlike, ki se pojavljajo v različnih državah. Ker športniki veliko časa preživijo v tujini in tudi tam spremljajo medije, lahko prav oni povejo, kakšna se njim zdi ta razlika. Ali gre tu za razlike samo v kvantiteti ali tudi v kvaliteti medijev?

Športniki so povedali, da razlike nedvomno so. Nedvomno tudi tam nastajajo krivice, vendar pa so profesionalni športni novinarji tisti, ki pišejo le o športu in se ne posvečajo drugim stvarem. Športnike pri nas moti v odnosu z novinarji predvsem to, da ko jim v športu uspeva, znajo o njih pisati v presežnikih, jih hvaliti in častiti. Ko na naslednji tekmi ne dosežejo enakega ali boljšega rezultata, začnejo o njih pisati negativno, iščejo napake tudi izpred nekaj let. Že na splošno vidijo v samih človeških odnosih preveč negativnosti, kar se po njihovem mnenju prenaša tudi na športne novinarje. Včasih imajo občutek, da je zelo malo neodvisnih novinarjev. Veliko jih očitno pade pod vpliv drugih in se ne držijo več objektivnosti.

Peter Mankoč in Sara Isakovič, ki sta se nekaj dni pred tem intervjujem vrnila iz Avstralije, sta navedla konkreten primer: *»Kljub temu da so vsi pričakovali v Avstraliji od Hecketa veliko, so takoj zjutraj v predtekmovanju opazili, da je nekaj narobe, da mu ne bo šlo. In so sicer rekli, da je to razočaranje, ampak, da vse kaže, da bo bolje, da se je dobro boril, pač ni dosegel tega, kar je dosegel do sedaj. In do zadnjega dneva, ko je imel svoj zadnji nastop, so rekli, da ni kandidat za zlato medaljo, ampak se bo boril. Tudi po tekmi so dejali, da je dobro plaval, da je to dobro za naprej. Pri nas bi bilo to totalno razočaranje, komentirali bi, da je bil šele šesti. Spomnim se, da ko je bil Blaž v Trstu deveti, bil je pa tudi že drugi in četrti, so po televiziji in v tisku poročali, kot da bi se on tam utopil. Bil je deveti v Evropi, pisalo in govorilo pa se je, kot da bi mu najraje nataknilo rokavčke. Ko so na sporedu zimski športi, pa je nekdo npr. tudi že zmagal na neki tekmi in se uvrstil npr. na petnajsto mesto, potem se to komentira, da je bil odličen petnajsti. S plavanjem se ukvarja 150 ali 160 držav, ne le pet ali šest držav. Verjamem, da znajo biti tudi drugje zelo grdi do športnikov. Menim pa, da je šport v tujini mnogo bolj spoštovan kot pri nas. Sliši se sicer super, ko razlagamo, koliko vrhunskih športnikov imamo v tako majhni državi, da pa bi dobili kako priznanje za to, pa ni. Že sama država nam pobere 40 % nagrade, ko pa končaš, nihče ne poskrbi zate. Prepuščen si samemu sebi, da se znajdeš, kakor veš in znaš. Sam pa pustiš šolo, da se posvetiš le športu in ko dosežeš nekaj v svetovnem merilu, so vsi zelo veseli.«*

Tudi novinar Igor E. Bergant se strinja s športniki, da je kvaliteta v tujini višja: *»Na večjih tržiščih je konkurenca, vsaj v segmentu resnih medijev. Kvaliteta je višja, če pogledamo nivo profesionalnosti. Vedno smo imeli zelo dobre novinarje, pisce, vendar v času, ko je bilo npr. časopisov manj. Potem je bil manj tudi novinarjev in so dejansko le tisti, ki so dobro znali, so prišli skozi selekcijo in do možnosti, da so se izkazali. Ne rečem pa, da se v tujini cedita mleko in med ter da so vsi dobri. Z večanjem števila medijev pada tudi raven. Pozitivna selekcija je vendarle močnejša.«*

### **6.3.6 Mnenje o rumenem tisku v Sloveniji**

Slovenski športniki so mnenja, da je strokovnost novinarjev vprašljiva, saj oni sami določajo raiting posameznika v mediju. Glede vse večjega razpona rumenih medijev se strinjajo, da je tega verjetno kriv tudi trend življenja, ki je postavljen tako, da vsi pričakujejo, da moraš nekaj pokazati, nekaj doseči ter se kazati navzven. Za to pa je kriva predvsem potrošniška družba. Takšni mediji namreč služijo s prodajo teh novic, za to pa smo po eni strani krivi ljudje sami, ki to kupujemo in s tem pokažemo, da ta način podpiramo. Sicer tudi športniki posegajo po neresnih medijih, predvsem, kadar se odpravljajo na priprave, tekmovanja, ko na zadnji črpalki kupijo kako revijo, s katero si potem vsi krajšajo čas. Jure Košir je primerjal slovenske rumene medije s tujimi: *» Če npr. gledam italijanski, avstrijski, švicarski medijski prostor, ki mi je malo*

*bolj poznan, so vse te stvari vseeno narejene bolj s stilom kot pa pri nas, kjer je vse bolj po domače. Sam se nikoli nisem posluževal tega, da bi klical v uredništva in se sam ponujal. Pri nas je zvezd zelo malo.»*

Glede rumenih medijev je pač tako, da če se želiš v njih pojavljati, se pač kažeš na določenih prireditvah, če se ne želiš, se temu seveda lahko izogneš. Petra Majdič je dejala, da v rumene medije ne verjame več in se zato z njimi sploh ne ukvarja več. Kajti če pokaže, da ji je kaj takega seglo do srca, stvari lahko le še poslabša.

### **6.3.7 Kako ostati na realnih tleh, kljub dobrim uspehom?**

Ko se je tik pred pričetkom svetovnega prvenstva divizije B v Ljubljani v hokeju na ledu v Slovenijo vrnil Anže Kopitar, je v enem izmed intervjujev povedal, da je okusil čar zvezdnštva, da pa se bo trudil ostati tak, kot je bil, preden je odšel v Ameriko.

Športniki si oz. mu želijo, da bi mu to uspelo. V nekaterih pogledih se bo zelo verjetno spremenil, saj še odrašča. Našteli so nekaj razlogov, zakaj mu to lahko oz. zakaj mu ne more uspjeti. Mediji naj tu ne bi igrali pomembne vloge. Bolj pomembno se jim zdi, kako so Anžeta v mladosti vzgajali starši, kako ga sprejemajo sedaj oni, njegovi pravi prijatelji in kakšne vrednote ima on sam. Njegova trdna volja ter želja mu bosta nedvomno pomagali, da ostane tak, kot si želi.

Tudi Katarino Venturini, ki je nedvomno vrhunska plesalka, bi lahko uspehi spremenili, a sama pravi: *»Mislim, da je veliko odvisno od vzgoje in tega, s kakšnimi ljudmi se družiš. Iz mene osebno starši nikoli niso delali neke princeske. Nikoli me niso sprejemali, kot da sem plesalka v samem vrhu, da sem zvezda. Nikoli nisem bila prikrajšana za vsakodnevne stvari. Nisem imela nekega drugega statusa, niti doma niti med drugimi. In si niti ne želim, da se nekdo do mene tako obnaša, ker bi mi bilo nerodno. Kar se tiče družbe, pa je tudi odvisno od tebe samega. Če želiš biti z ljudmi, ki so s tabo, ker si pač človek, kakršen si in ne zato, ker si dosegel to, kar si.»*

### **6.3.8 Kako vidijo vrhunski športniki primer Špele Pretnar, ki je bila nekoč vrhunska smučarka, danes pa je športna novinarka.**

Športniki se, kot smo že ugotovili, strinjajo, da je za športnega novinarja nedvomno pozitivno, če se je v svoji preteklosti ukvarjal s športom. Šport namreč vzgaja, izobražuje in ima za ljudi pozitiven predznak.

Ko vrhunski športnik prestopi v novinarske vode, se jim zdi, da je pomembno da pokriva šport, s katerim se je ukvarjal. Tam je poznan, gibal se je v tistih krogih in tam lahko dobi lahko boljše informacije. Poleg tega lahko marsikaj pove o svojih izkušnjah. Nedvomno pa zelo dobro ve, kaj pomeni vrhunski šport, razume pritiske ter se zaveda, kako lahko novinarji pomagajo ali pa otežujejo stvari. To lahko s pridom izkoristi na poti do vrhunske športne novinarke. Z leti se učijo in postajajo boljši, tako da kasneje lahko delajo tudi prispevke iz drugih športov. Seveda pa se mora za druge športe bolj pripraviti. Spoznati mora pravila, vsebino in najpomembnejše športnike v določenem športu.

Da pa postaneš vrhunski novinar, so potrebna leta izkušenj ter dodatna izobraževanja.

Športniki jo vidijo ne le kot novinarko, temveč tudi kot promotorko alpskega smučanja. Njene strokovnosti, gledano z novinarskega stališča, pa niso komentirali. Tu je nekaj besed o Špeli povedal Igor E. Bergant: *»Če sem zelo grob, bi lahko rekel, da je bila boljša smučarka, kot je danes novinarka. Predvsem kar se tiče televizije, je ona tipičen primer, ki je našel tržno nišo, zaradi svoje poznanosti, dobrih stikov, ki jih ima, definitivno tudi iznajdljivosti. Ona tipično dobro funkcionira v vlogi nekega strokovnjaka, ki je sedaj v družbi javnosti v neki paranovinarski vlogi. To ni neko pravo novinarstvo. Njeni novinarski izdelki niso to, kar naj bi v principu bili.«*

### **6.3.9 Tina Maze in njen odnos z mediji**

V preteklem letu smo se srečavali s primerom Tine Maze, ki je v nekem obdobju začela medije zavračati. Ni želela dajati izjav, ni privolila v sodelovanje z novinarji. Tudi slovenski športniki so imeli priložnost podati svoje mnenje o tej zadevi. Menijo, da so se ji mediji zamerili, vendar pa so nekateri mnenja, da je tudi sama storila napako v odnosu z mediji. Tisti, ki jo bolj poznajo, so dejali, da se je vznemirila že ob besedi novinar. Zdi se jim, da kljub temu da so ji razložili, kako pomemben del predstavljajo mediji v vrhunskem šport, ne razume tega odnosa. S tem nedvomno dela škodo najprej sama sebi, saj s tem izgublja tudi sponzorje oz. za sponzorje ni zanimiva, saj se medijem izogiba, kolikor je le možno. Špela Pretnar vidi problem tudi v tem, da so jo zaradi dobrih rezultatov potegnili iz celotne ekipe: *»Tu ne gre za napako nje, temveč za napako trenerjev in vodstva, ki so to storili in jo tudi distancirali od medijev. Bilo je prepozno, ko so ji začeli dopovedovati, da pa novinar niti ni tako grozen, kot se mogoče zdi. Sicer je res, da ko smučaš, imaš treninge in tekme, so ti te stvari nekako odveč, se ti ne ljubi. Včasih si želiš malo prostega časa, toda kljub temu si moraš narediti neko selekcijo, nek načrt. Če se znaš organizirati, potem je možno vse.«*

Tudi Igor E. Bergant je povedal: *»Tu gre tudi za primer Tine Maze, ki je potem, ko ni več dosegala uspehov, del problema pripisovala novinarjem oz. medijem. In ni bila več pripravljena odgovarjati na vprašanja. To povsem razumem, ker je tudi meni, ko sem včasih v vlogi intervjuvanca, zelo zoprno. Se mi zdi, da so športniki javne osebnosti in morajo to akceptirati kot del javnega poslanstva. Poznam veliko športnikov, ki to popolnoma razumejo, vedo, da v sodobnem svetu to spada poleg, tudi ugled, ki ga imajo v javnosti.«*

V Kanadi so opravili raziskavo, ki je odkrila, da večina športnikov v nacionalnih športnih ekipah priznava, da ne poznajo svojih zakonskih pravic pri ravnanju z mediji in športnimi uradniki. Medtem, ko kanadska listina varuje pravice športnikov do izražanja in pravice tiska, je bilo 10,3 % športnikom prepovedano dajati izjave za medije, 2,6 % je to prepovedala njihova športna organizacija, 0,65 % pa njihovi sponzorji. Poleg eksplicitnih prepovedi dajanja izjav za medije pa je intervjuje s športniki in kakovost medijskega poročanja oviral tudi strah športnikov pred negativnim poročanjem medijev. Vrsta članov nacionalnih ekip je priznala, da je skrivala informacije pred trenerji, ker so se bali reakcije svojih sponzorjev. Ne glede na razloge za strah pa zadrževanje športnikov predstavlja nezaupanje, da jih bodo športni sistem in mediji obravnavali pravično. To tudi pomeni, da je obseg in globino medijskega poročanja omejevala slaba izmenjava informacij in mnenj med športniki in mediji. V raziskavi se pojavi problem glede natančnosti medijev, razumljivosti in spoštovanja osnovnih športnikovih in človeških pravic do zasebnosti, kar pa bo obravnavano ločeno (Wenner, 1998).

## 7. SKLEP

Glavni namen raziskave je bil ugotoviti, kakšen je odnos medijev do slovenskih vrhunskih športnikov. Ugotavljale so se razlike med športniki, ki se s športom ukvarjajo do vključno 14 let in športniki, ki se s športom ukvarjajo več kot 14 let.

S pomočjo ekipnih športov smo ugotavljali kakšen je pogled športnikov na medije, kakšen je vpliv medijev na njihovo zasebno ter športno življenje. Zanimalo nas je tudi, kakšen bi bil po športnikovih merilih idealen športni novinar.

Z vodenimi intervjuji, ki so bili izvedeni z desetimi športniki in tremi novinarji, smo dobili še natančnejši pogled na odnos medijev do vrhunškega športa.

Glede na postavljene cilje, iz katerih so izhajale hipoteze, smo s pomočjo hi-kvadrat testa ter analize variance statistično analizirali pridobljene podatke. Na osnovi frekvenc smo predstavili značilnosti ter ugotavljali, ali obstajajo statistično značilne razlike med športniki, ki se s športom ukvarjajo manj kot 14 let, in športniki, ki se s športom ukvarjajo več kot 14 let.

Na podlagi rezultatov lahko potrdimo oz. zavržemo postavljene hipoteze:

- **HIPOTEZA 1:** *Športniki, ki se ukvarjajo z individualnimi športi, so mnenja, da mediji vplivajo na njihove športne dosežke.*

Pri analizi intervjujev lahko opazimo, da športnike le redko prizadenejo stvari, ki se pojavijo v medijih, pa čeprav gre kdaj za povsem izmišljene informacije. Res je, da so včasih zaradi takih stvari žalostni. Trdijo pa, da to ne vpliva na njihovo zasebno življenje in tudi ne na njihovo športno življenje. Nedvomno jih na odnos in vpliv medijev pripravijo tudi trenerji in domači. Vendar pa lahko to hipotezo le **delno potrdimo**.

- **HIPOTEZA 2:** *Športniki menijo, da bi bil najboljši športni novinar tisti, ki bi se v preteklosti tudi sam ukvarjal s športom.*

Vsak izmed intervjuvancev je povedal, da bi bilo dobro, da bi se športni novinar v preteklosti ukvarjal s športom. Ni sicer nujno, da bi bil tako dober, da bi nastopal tudi v reprezentancah. Sicer so opozorili, da ukvarjanje s športom ni nujno, je pa nedvomno zelo zaželeno, saj bi imel tako več osebnih izkušenj v športu. Poleg tega so dodali, da pa ni dovolj le golo poznavanje športa. Novinar bi se moral nujno izobraziti tudi v novinarski smeri, saj bi le tako lahko ustvarjal resnično dobre članke oz. prispevke. Zato lahko to hipotezo **potrdimo**.



- **HIPOTEZA 3:** *Športniki menijo, da pred tekmovanji slovenski novinarji iščejo pri športnikih preveč informacij.*

Večina športnikov ima z novinarji pred tekmami dokaj dobre izkušnje, saj novinarji razumejo, če pred tekmo športnik ne želi dati izjave. Kljub temu so do športnika spoštljivi in ga pustijo pri miru. Nekateri športniki, ki se ukvarjajo z ekipnimi športi kot tisti, ki se ukvarjajo z individualnimi, pa so opozorili na občasno vsiljivost pred tekmami, vendar je odstotek teh zelo majhen, zato lahko to hipotezo **zavrnamo**.

- **HIPOTEZA 4:** *Najbolj so bili športniki prizadeti zaradi laži, ki so jih javnosti posredovali mediji.*

Laži prizadenejo vsakega človeka. Nekatere bolj, druge manj. Nedvomno, pa še bolj boli, če mediji javnosti posredujejo napačne, neresnične podatke oz. laži. To hipotezo lahko **potrdimo**, saj je več kot polovica naših intervjuvancev bila prizadeta zaradi laži, poleg tega pa so nam tudi individualni športniki zaupali svoje prigode, ki jih niso mogle pustiti ravnodušne.

- **HIPOTEZA 5:** *Slovenski vrhunski športniki so bili največkrat omenjeni v tiskanih medijih.*

Glede na to, da so tiskani mediji najstarejši medij, je povsem logično, da so se športniki, ki so odgovarjali na vprašanja, prvič in tudi največkrat zasledili v tiskanih medijih. Večino od njih namreč tudi redno najpogosteje uporablja tiskane medije. Predvsem pri starejših je bilo to pričakovati, saj na začetku njihovih karier ter njihovih prvih uspehov internet še ni bil tako razvit, kot je danes. Lahko pa pričakujemo, da bo z leti prav internet tisti, ki bo izpodrinil tiskane medije. To hipotezo lahko **potrdimo**.

- **HIPOTEZA 6:** *Športniki ne poznajo Kodeksa novinarjev republike Slovenije.*

Hipotezo lahko **potrdimo**. Večina športnikov namreč Kodeksa novinarjev republike Slovenije ne pozna. Ostali pa vedo, da obstaja in vsaj približno vedo, o čem govori. Zaradi nepoznavanja ne želijo komentirati, ali ga novinarji upoštevajo ali ne.

- **HIPOTEZA 7:** *Vsi športniki so mnenja, da so ob napačnih ali neresničnih informacijah v medijih bolj prizadeti njihovi bližnji kot pa oni sami.*

Vsak človek se zaveda, kaj je storil prav in česa ne. Prav tako se zaveda, kaj je resnično storil in kaj mu je nekdo podtaknil oz. kaj so mediji o njem napisali. Stvar te kljub temu prizadene, vendar ne v tolikšni meri, kot prizadene tvoje starše, prijatelje, ki sicer ne vedo ali so mediji povedali pravo informacijo ali so jo priredili. In dokler so v dvomih in dokler ne upajo vpletene osebe direktno vprašati, jim je težko, čeprav si želijo verjeti oz. se prepričati, da temu le ni tako. Zato napisano hipotezo lahko **potrdimo**, saj so športniki skozi intervjuje povedali, da je pogosteje prizadeta njihova okolica kot pa oni sami.

- **HIPOTEZA 8:** *Športniki, ki se dlje časa ukvarjajo s športom, pogosteje pokličejo na uredništva medijev.*

S klici na uredništva medijev športniki ne dosežejo neke pomembne stvari, ki bi vplivala na kasnejše bolj kakovostno in objektivno pisanje. Vseeno pa z leti očitno tudi športniki zgubijo potrpljenje in zato se bolj pogosto zgodi, da športniki z daljšim časom ukvarjanja s športom pogosteje pokličejo na uredništva medijev. Čeprav se jih za to ne odloči veliko, ampak je teh le peščica, lahko to hipotezo **potrdimo**.

- **HIPOTEZA 9:** *Neresnične informacije v medijih bolj pogosto prizadenejo bližnje (starše, prijatelje, partnerje) tistih športnikov, ki se dlje časa ukvarjajo s športom.*

Hipotezo lahko **potrdimo**. Čeprav med skupinama po hi-kvadrat testu ni bilo zaznati značilnih statističnih razlik med skupinama, pa je odstotek večji pri skupini, ki se s športom ukvarja več kot 14 let. Lahko izhajamo tudi iz prejšnje hipoteze. Športniki, ki se dlje ukvarjajo s športom, namreč večkrat pokličejo na uredništva. Takrat si že bolj izoblikujejo svoje mnenje, doživijo že veliko izkušenj, pogosto imajo v tem obdobju, ko se s športom ukvarjajo dlje, že svoje partnerje, nekateri celo družine. In tako je prizadetost bližnjih v tem obdobju lahko večja. In ko ni prizadet več le posameznik, se človek poda v dejanja, da bi s tem zavaroval svoje najbližje.

Mogoče bi dobili bolj jasne rezultate, če bi tudi s športniki, ki se ukvarjajo z individualnimi športi, izvedli anketo. Tu bi se najbrž pokazalo, da je pritisk na individualne športnike večji kot pa na ekipne, saj se v ekipnih športih vpliv medijev porazdeli med več igralcev, medtem ko je pri individualnem športu tako za uspeh kot poraz kriv en sam človek, ki potem tudi sam prenaša breme svojega rezultata.

Ko govorimo o novinarstvu, pogovori pogosto nanesejo na temo etike, objektivnosti ter kvalitete medijev. Mediji se razvijajo, s tem se pojavljajo novi problemi. Zaradi vedno hitrejšega tempa življenja ter trenda sodobne družbe, ki je vedno bolj potrošniško naravnana, se pogosto zgodi, da ne znamo več ceniti časa, vrednot ter lepih stvari v življenju. Vedno bolj si želimo materialnih stvari, slave, trenutnih užitkov in se pogosto ne zavedamo, da so to minljive stvari. Vedno bolj razmišljamo egoistično in posledica tega se odraža tudi pri urednikih in lastnikih medijev, ki si želijo le čim boljši finančni uspeh, ki pa je odvisen od števila prodanih izvodov revij, to pa je posledica čim bolj sočnih novic, ki jih tako radi prebiramo. Glavna naloga urednikov in lastnikov medijev bi morala biti nedvomno preprečevanje raznih kršitev, ki jih danes srečujemo skorajda v vseh medijih. To bi lahko zagotovili z zaposlovanjem visoko izobraženih novinarjev, ki se poleg izobraženosti zavedajo tudi pomena etike in morale.

Etičnost nosi vsak posameznik v sebi, v svojih občutkih. Vsak ve, kaj je prav in kaj je narobe. Kljub temu pa je včasih težko narediti ali ravnati pravilno. Tako kot pri

športniku, ki se odloča, kakšno taktiko naj izbere, da bi prišel do najboljšega rezultata, tako tudi v novinarju, ki se zaveda pomembnosti svojega poklica, potekajo boji, kako ustvarjati objektivne članke, ki bodo pokazali resnično sliko nekega dogodka ter s tem ne bodo prizadeli športnika oz. njegovih bližnjih. Na koncu koncev vsak odgovarja za svoja dejanja, ki nedvomno izvirajo iz njegovega značaja. Včasih to spregledamo, saj si vsi želimo uspeti, želimo zmagovati, želimo biti čim boljši. Zaradi takih želja včasih kršimo pravila, napisana in nenapisana. Športni novinarji naj ne bi nekaterih športov obravnavali prednostno, kajti vsi si po mnenju športnikov zaslužijo enako pozornost s strani medijev. S tem bodo novinarji poštene do vseh športnikov in ne le do nekaterih. Zavedati se morajo, da so bili tudi ti »veliki« športniki, o katerih tako radi pišejo, nekoč »majhni«.

Premalo ljudi, tudi športnikov, ve, da obstaja Kodeks novinarjev republike Slovenije ter da njegove kršitve obravnava novinarsko častno razsodišče. Možne so tudi odškodninske tožbe. Navedeni dve možnosti bi lahko postavili tudi neko pravno mejo, kje se konča javno življenje in kje se začne zasebno življenje posameznikov.

Šport je danes v družbi eno izmed najpomembnejših področji, zato ima vpliv na družbo ter posameznika. Vrhunski šport je tako kot mediji postal del našega vsakdanjika, vrhunski športniki pa mnogim predstavljajo idole. Spektakle, rekorde, užitke, slavo, zmage spremljajo mediji, ki pa vedno ne zadovoljijo načela objektivnosti in etičnosti. Vedno pogosteje se spuščajo v športnikovo zasebno življenje, kar pa včasih povzroča preglavice prav športnikom. Težko je, ko mediji prizadenejo športnikove bližnje in še težje, če vplivajo na rezultate ali športno pot športnika. Kot smo lahko prebrali v teoriji, so športniki postali prav taki zvezdniki, če ne celo večji, kot so filmski igralci, glasbeniki. Tu je vzrok, zakaj se javnost tako zelo zanima ne le za športne uspehe, temveč tudi za zasebno življenje. Mejo zasebnosti pa je težko določiti. Tudi resnim medijem je težko, saj ne želijo komentirati športnikovih zasebnih težav, ki niso v nobeni povezavi s športnikovim športnim življenjem, se pravi z njegovimi treningi, pripravami, tekmovanji. Na drugi strani so t.i. senzacionalistični mediji, ki objavljajo tudi take informacije ter s tem prisilijo resne medije, da začno razmišljati tudi v tej smeri.

Rezultati so bili zanimivi in raziskava je pokazala, da je odnos s športnimi mediji boljši kot pa odnos med rumenimi mediji in vrhunskimi športniki. Ne moremo govoriti o neetičnem ravnanju športnih novinarjev v kakovostnih medijih. V manj resnih, pa tako zaradi nedvomno nižje izobraženosti novinarjev, ki jim je cilj zgolj finančno bogastvo, ne postavljajo na prvo mesto etičnih in moralnih vrednot.

Rezultati in ugotovitve v diplomski nalogi bodo v prihodnje v pomoč predvsem športnim novinarjem, ki si prizadevajo za dobro športa. Poznavanje meje zasebnosti športnikov, športnikovih mnenj o slovenskih medijih je ključnega pomena, da bodo

športniki in športni novinarji shajali z roko v roki. Vsi se zavedajo, da drug drugemu dajejo del posla. Da pa bo ta posel čist, se morajo potruditi vsi. Razumeti je potrebno, da ima vsak izmed njih kdaj slab dan, da vsi kdaj naredimo napake.

Tudi uporabniki medijev bi se morali kdaj postaviti v vlogo javnih oseb in razmisliti, kako bi bilo, če bi lahko vsak človek izvedel, kam vse je stopila njihova noga, kaj vse počnejo v prostem času, kako so videti v zasebnem življenju.

Kaj lahko pričakujemo v prihodnosti? Nedvomno bodo imeli najpomembnejšo vlogo v športu še vedno mediji. Organizatorji velikih tekem se že danes prilagajajo zahtevam medijev, kar lahko opazi še tako površen opazovalec. Vse pomembnejše tekme se ne igrajo v času, ki bi najbolj ustrezal športnikom. Odigrane so v času, ko se pred ekrani televizijskih sprejemnikov zbere največje število ljudi. Temu je, kot smo že omenili, pripomogla globalizacija ter komercializacija športa.

## 8. LITERATURA

- 1) Garrison, B. in M. Sabljak (1993): *Sports reporting. 2nd edition*. Ames: Iowa State University Press.
- 2) Kervin, Alison (1997): *Sports Writing*. London: A & C Black.
- 3) Košir, Manca (2003): *Surovi čas medijev*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 4) Košir, M. in R. Ranfl (1996): *Vzgoja za medije*. Ljubljana: DZS.
- 5) Marshall, P. David (1997): *Celebrity and Power*. Minneapolis / London: University of Minnesota Press.
- 6) Tušak, M., M. Tušak in M. Tušak (2003): *Vloga družine in staršev v športu*. Ljubljana: Klub MT Zalog.
- 7) Poler, Melita (1997): *Novinarska etika*. Ljubljana: Magnolija.
- 8) Poler Kovačič M. in K. Erjavec (2005): *Uvod v novinarske študije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 9) Plesec, M. in M. Doupona-Topič (2002): *Nogomet in družba: Preporod nogometa v Sloveniji*. Ljubljana: Zavod za šport Slovenije.
- 10) Rovšek, Jernej (2005): *Zasebno in javno v mediji*. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- 11) Retief, Johan (2002) *Media Ethics: an Introduction to Responsible Journalism*. Oxford: Oxford University Press.
- 12) Schultz, Brad (2002) *Sports broadcasting*. Boston: Focal Press.
- 13) Šugman, R., J. Bednarik in B. Kolarič (2002): *Športni menedžment*. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
- 14) The Missouri Group (1988): *News reporting and writing. 3rd edition*. New York: St. Martin's Press.

15) Vogel, Harold I. (1998) *Entertainment Industry Economics: a Guide for Financial Analysis, 3rd ed.* Cambridge: The Press Syndicate of the University of Cambridge.

16) Wenner, A.Lawrence ( 1998) *MediaSport*. New York: Routledge.

#### INTERNETNI VIRI:

- 1) Šport, definicija športa, zgodovina športa (2007). Wikipedija – Prosta enciklopedija. Pridobljeno 28. 04. 2007 s svetovnega spleta: <http://sl.wikipedia.org/wiki/%C5%A0port>
- 2) Kodeks slovenskih novinarjev (2002). Novinarsko častno razsodišče. Pridobljeno 08. 05. 2007 s svetovnega spleta: [http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks\\_ns\\_txt.php](http://www.razsodisce.org/razsodisce/kodeks_ns_txt.php)
- 3) Častno novinarsko razsodišče, kodeks slovenskih novinarjev, povzetek 1 (2003). Media forum. Pridobljeno 08. 05. 2007 s svetovnega spleta: <http://www.media-forum.si/slo/izobrazevanje/komunikacijske-pravice/program-2003/povzetek-16/>
- 4) Ustava republike Slovenije (2007). Wikipedija – Prosta enciklopedija. Pridobljeno 10. 05. 2007 s svetovnega spleta: [http://sl.wikipedia.org/wiki/Ustava\\_Republike\\_Slovenije/%C4%8Clovekove\\_pravice\\_in\\_temeljne\\_svobo%C5%A1%C4%8Dine](http://sl.wikipedia.org/wiki/Ustava_Republike_Slovenije/%C4%8Clovekove_pravice_in_temeljne_svobo%C5%A1%C4%8Dine)
- 5) Konvencija o varstvu človekovih pravic (2005) Varuh človekovih pravic. Pridobljeno 10. 05. 2007 s svetovnega spleta: <http://www.varuh-rs.si/index.php?id=108>
- 6) Zakon o varstvu osebnih podatkov (2004). Informacijski pooblaščenec. Pridobljeno 10. 05. 2007 s svetovnega spleta <http://www.ip-rs.si/index.php?id=425>

#### USTNI VIRI:

- 1) Katarina Venturini, intervju (23. 04. 2007; City park; 17.45)
- 2) Tadeja Brankovič, intervju (12. 04. 2007; pri njej doma; 15.30)
- 3) Sara Isakovič, intervju (12. 04. 2007; bazen v Radovljici; 17.00)
- 4) Petra Majdič, intervju (20. 04. 2007; preko telefona; 13.00)

- 5) Irena Avbelj, intervju (13. 04. 2007; pri njej doma, 8.30)
- 6) Primož Peterka, intervju (24. 04. 2007; pri njemu doma; 10.30.)
- 7) Iztok Čop, intervju (Fakulteta za šport; 10. 04. 2007; 9.00)
- 8) Peter Mankoč, intervju (13. 03. 2007; Kavarna Zvezda; 11.00)
- 9) Jure Košir, intervju (13. 04. 2007; Slaščičarna Pod gradom; 14.00)
- 10) Matic Osovníkar, intervju (07. 04. 2007 preko interneta, saj je bil na pripravah v Ameriki)
- 11) Miha Žibrat, intervju (24. 04. 2007; RTV SLOVENIJA; 13.00)
- 12) Špela Pretnar, intervju (23. 04. 2007; 14.00; POP TV)
- 13) Igor E. Bergant, intervju (24. 04. 2007; RTV SLOVENIJA; 12.00)

## 9. PRILOGE

### Priloga 1: TRANSKRIPICIJA INTERVJUJA Z NOVINARJEMA

IGOR E. BERGANT (24. 04. 2007; RTV SLOVENIJA; 12.00)

#### **V čem vi vidite povezavo med vrhunskim športom in mediji?**

Zdi se mi, da gre za odnos, ki je za nas zelo pomemben, ker o vrhunskem športu tudi poročamo. Na eni strani vse to izhaja iz tega, da nas to zanima, da imamo šport radi, da pa moramo imeti do njega tudi neko kritično distanco, ki nam omogoča objektivno poročanje. O športu moramo zelo veliko vedeti. Kot rečeno, je zelo pomembna kritična distanca, ki pa jo seveda lahko izpostaviš samo, če to redno spremljaš in poznaš tudi ozadje.

#### **Je športni novinar lahko tudi navijač? Ali istočasno, ko o tem poroča, piše, lahko navija?**

Načeloma ne. Vedno je pomembno, da poroča objektivno, da ima, kot sem že omenil, kritično distanco tudi do kluba, še posebej pa do državne reprezentance. Osebnostno kot urednik svoje kolege vedno opozarjam na to, da je tudi skozi to potrebno ločiti; torej govor v prvi osebi množine je neprofesionalen. Ravno zato, ker gre čez neko mejo poistovetenja, ki je smiselna. Je pa res, to pa se mi ne zdi sporno, sploh pri nekaterih zelo čustvenih zadevah, ki so povezane z velikimi zmagami ali porazi. Takrat novinar zelo jasno zavzame stališče, ker pač izvira iz okolja, saj je zaradi ekskluzivnosti edini poročevalec v nekem mediju, ki o tem poroča. Zavzame stališče, da se vidi odnos do kluba, reprezentance iz našega okolja. Logičen je izbor vesti, npr. v Dnevniku, če pač nek naš športnik nekje zmaga, potem to uvrstimo na prvo mesto, ker je športnik pač iz tega okolja. Pri vsem tem je pomembna meja. Preveč izrazito poistovetenje, navijanje preko neke meje še dopustnega, ni profesionalno.

#### **V kolikšni meri po vaše slovenski športni novinarji spoštujejo Kodeks novinarjev republike Slovenije?**

Mislím, da športni novinarji niso nikakršne izjeme v primerjavi z drugimi novinarji. Rekel bi, da so kršitve tega kodeksa precej pogoste, večinoma pa izhajajo iz neznanja, delno pa tudi iz neprofesionalnosti. To se dogaja. Nekateri novinarji samovoljno, nekateri tudi zaradi pritiska urednikov ter čedalje bolj zaradi lastnikov določenih medijev, ki v te meje dopustnega posegajo zato, da bi s tem povečali naklado, poslušnost, gledanost. To je nek reden pojav, ki se pri nas pojavlja, nismo pa edini. To se dogaja tudi v tujini.

#### **Kakšne so pri nas sankcije glede kršenja kodeksa?**

Sankcije so lahko različne. Lahko so to opozorila, denarne kazni. Primera, da bi kdo zaradi tega izgubil službo, ne poznam. To se mogoče s strani urednikov premalo odločno sankcionira, seveda v smeri zagotavljanja etike oz. se ne sankcionira, če je do teh kršitev prišlo oz. se to tolerira. Predvsem, če so te kršitve nastale po nalogu



urednikov ter lastnikov. Sam sicer takega primera ne poznam. Poznam pa nekaj športnih novinarjev, ki so že večkrat bili kaznovani pred časnim razsodiščem oz. bili opozorjeni s strani Društva slovenskih športnih novinarjev.

**Ko sem spraševala naše slovenske športnike, so namreč rekli, da imajo občutek, da na začetku vsak novinar zelo spoštuje kodeks, z leti pa ga čedalje manj upoštevajo. Kakšen je vaš komentar na to?**

Upal bi si trditi, pa ne, da športnikov ne bi spoštoval, da kodeksa na poznajo. Ne le, da ga športniki ne poznajo, lahko bi rekel, da tudi večina novinarjev tega kodeksa ne pozna. Jaz tega ne opazim. Zdi se mi, da športniki zelo velikokrat zamenjujejo kritiko s kršenjem kodeksa. Res je, da je včasih ta meja malo zabrisana in da dejansko določeni izrazi lahko pomenijo tudi izraz nespoštovanja, namerno zaničevanje nekega dosežka. Če nek novinar poroča, da je bil nek nastop nekoga slab, je ta športnik navadno zelo užaljen in to smatra kot kršitev kodeksa, kar pa ne drži. Osebnostno se pri poročanju izogibam nekaterim dramatičnim besedam, kot so npr. njegov nastop je bila katastrofa, polomija, sramota, ker se ti izrazi v slovenskem novinarstvu malo preveč na lahko uporabljajo. Velikokrat se jih namreč uporablja za zadeve, ki niti niso tako dramatične. In iz tega že lahko veje neko nespoštovanje, nepoznavanje nekaterih športov. So pa tudi športniki preveč občutljivi, kar pa jih povsem razumem, ker se s tem ukvarjajo, saj jim najbrž ni prijetno, da so izpostavljeni javni kritiki. Mora pa imeti novinar možnost, da o zadevi poroča kritično, tudi če to športniku ni všeč, tudi če gre npr. za nešportno obnašanje, da je bil njegov rezultat pod pričakovanji, da je nekje nešportno reagiral. Menim, da novinar ima to pravico in tudi z vidika javnosti ima dolžnost to napisati. Tu gre tudi za primer Tina Maze, ki je potem, ko ni dosegala več uspehov, v novinarjih videla krivce, del problema. In ni bila več pripravljena odgovarjati na vprašanja. To povsem razumem, ker je tudi meni, ko sem včasih v vlogi intervjuvanca, zelo zoprno. Se mi zdi, da so športniki javne osebnosti in morajo to akceptirati kot del javnega poslanstva. Poznam veliko športnikov, ki to popolnoma razumejo, vedo, da v sodobnem svetu to spada poleg, tudi ugled, ki ga imajo v javnosti. Tudi sponzorji zahtevajo od njih, da so javnosti na voljo, sicer ne vedno in povsod, temveč do neke meje. Menim, da so dolžni povedati, da kadar niso razpoloženi in ne želijo nekaj odgovarjati, da nam to na normalen, prijazen način povejo. Spoštovanje mora biti vzajemno. Novinar v principu mora spoštovati športnika, kar pa ne pomeni, da do njega ne sme biti kritičen in obratno. Športnik mora spoštovati novinarja. Oba morata biti tako profesionalna, da lahko njuni jasni vlogi normalno opravljata.

**Se zgodi, da športnik zavrne povabilo v oddajo ali da ne želi dati neke izjave?**

So bili tudi taki primeri. Recimo, da je športnik potrdil prihod v oddajo, pa potem ni prišel. Bili so primeri, ko so zavračali sodelovanje iz razno raznih razlogov, zaradi drugih obveznosti ali ker so pač menili, da niso dosegljivi. Bil je primer, ko so se zlagali, da jih ne bo, pa so potem vseeno prišli. Imamo izrazit primer Srečka Katanaca, ki bolj ali manj kontinuirano zavrača intervjuje za RTV Slovenija, to pa zaradi užaljenosti, ker je pred leti v Studiu city nastopil nek novinar oz. urednik Ekipe,

ki je pač po Katančevem mnenju nekorektno poročal o določeni zadevi. Od takrat naprej ne daje izjav, intervjujev za RTV Slovenija. Mislim pa, da je to tudi zaradi lika v Hribarju, ki ga upodabljajo.

### **Ste se vi sami kdaj ukvarjali s športom?**

Treniral sem namizni tenis, vendar ne s kako posebno vnemo.

### **Menite, da je za športnega novinarja lažje, če se je v preteklosti ukvarjal z nekim športom? Mogoče potem lažje dojame delo športnikov.**

Gotovo ne škodi in je določena prednost, če je bil novinar prej vrhunski športnik. Toda šport ima toliko različnih vidikov, da to še zdaleč ne more biti edini pogoj, da je potem lahko dober novinar. Mi imamo odlične novinarje, ki nikoli niso bili v vrhunskem športu. Imamo novinarje, ki znajo zelo dobro spremljati športe, o katerih nimajo absolutno nobenih osebnih izkušenj. Šport je nek velik družbeni fenomen, da se o njem lahko poročat na različne načine. Tudi raznorazne izkušnje ti ne morejo pomagati, če ne znaš nečesa dobro povedati oz. napisati. Vedno je veljalo to, da so športni novinarji falirani študentje ter da so športni novinarji tisti, ki jim v športu ni uspelo in se sedaj maščujejo oz. skušajo slavo doživeti na drugi strani. Kot rečeno, ni pravila. V novinarstvu pa so zelo iskani profili nekdanje zvezde, ki jo vlečejo zaradi poznanosti, zaradi neke slave, ki so jo dosegle kot športniki in ki znajo na neki najvišji ravni najboljše analizirati. Zanimivo je, da se ta profil čedalje bolj specializira. Gre za strokovne komentatorje, strokovni gostje v studijih, ki pa sami seveda niso usposobljeni, da bi opravljali vlogo novinarja. So pa seveda tudi izjeme. Delali bi krivico, če bi rekli, da nihče ne more biti novinar, če prej ni bil vrhunski športnik ali pa, da so lahko vsi vrhunski športniki kasneje prav tako dobri novinarji.

### **Kako vi vidite primer Špele Pretnar, ki je bila prej vrhunska športnica, danes pa je športna novinarka?**

Če sem zelo grob, bi lahko rekel, da je bila boljša smučarka, kot je danes novinarka. Predvsem kar se tiče televizije, je ona tipičen primer, ki je našel tržno nišo, zaradi svoje poznanosti, dobrih stikov, ki jih ima, definitivno tudi iznajdljivosti. Ona tipično dobro funkcionira v vlogi nekega strokovnjaka, ki je sedaj v družbi javnosti v neki paranovinarski vlogi. To ni neko pravo novinarstvo. Njeni novinarski izdelki niso to, kar naj bi v principu bili.

### **Kaj bi morala storiti, da bi bila boljša?**

Kultivirati bi morala glas. Več bi morala gledati tudi na svoje vedenje kot voditeljica oz. novinarka na terenu. Menim, da bi se morala še dodatno naučiti nekih osnov novinarskega poročanja. Vidi se, da je ona priučen novinar, ki včasih to naredi zelo po domače. Cenim to, da se trudi in da je naredila nek napredek. Tudi mi jo imamo zelo radi za gostjo, ker nam lahko marsikaj zanimivega pove, ampak ne kot novinarka, temveč kot nekdanja smučarka.

### **Kakšno je vaše splošno mnenje o slovenskih medijih?**

Do njih sem kritičen, tudi do našega. Tudi do dela, za katerega sem odgovoren. Menim, da stanje slovenskih medijev ni dobro in da to v principu velja že kar nekaj let. Nima to toliko veze s spremembami režima, ki je bila pri nas. Sicer so se

določene zadeve, ki so se pojavile pri nas v zadnjih letih, v določeni meri dramatično spremenile. Pri nas je še vedno premalo profesionalizma. Enostavno nas je premalo, premalo je ustrezno izobraženih kadrov in je raven poročanja sorazmerno slaba. Rekel bi, da ljudje lahko zelo hitro začnejo delati stvari, za katere niso ustrezno oz. dovolj dobro usposobljeni. Enostavno zato, ker je potreba po ljudeh sorazmerno velika, premalo je konkurence in imajo ljudje premalo časa, da se za določene stvari res izobrazijo. Določeni ljudje so pač talenti in lahko splavajo v relativno kratkem času uvajanja, nekaterim pa ne uspe po letih dela. Vstop do vloge novinarja je prehitel, kar se vidi predvsem pri tiskanih medijih. Če pogledamo raven novinarstva pri teh novih revijah, lahko rečemo, da je resnično slaba. Tudi odnos do paktov, preverjanja podatkov, virov, zanesljivost virov; tu se hitro porušijo mehanizmi, ki naj bi jih novinar dal skozi. Konec koncev je problem tudi v načinu podajanja. Malo preveč gledamo na tuje medije, kjer pa je tradicija drugačna.

### **Kakšna je razlika med tujimi in slovenskimi mediji?**

Na večjih tržiščih je konkurenca, vsaj v segmentu resnih medijev. Kvaliteta je višja, če pogledamo nivo profesionalnosti.

Vedno smo imeli zelo dobre novinarje, pisce, vendar v času, ko je bilo npr. časopisov manj. Potem je bil manj tudi novinarjev in so dejansko le tisti, ki so dobro znali, prišli skozi selekcijo in do možnosti, da so se izkazali. Ne rečem pa, da se v tujini cedita mleko in med ter da so vsi dobri. Z večanjem števila medijev pada tudi raven. Pozitivna selekcija je vendarle močnejša.

### **Kakšen pogled imate vi na rumeni tisk v Sloveniji?**

Zelo sem kritičen, ko govorimo o nizki ravni novinarstva. Tudi na naši televiziji nismo nikakršni angelčki, kar se tiče tega. Poskušamo biti kar se tega tiče bolj resni, konzervativni, predvsem v smislu, kakšne vsebine podajamo. Sem diplomiran novinar in imam neko objektivno kritiko (zaradi znanja jezikov spremljam tisk), neko teoretično in praktično znanje. Menim, da je problem rumenega tiska v Sloveniji zelo neprofesionalen, tudi če gledamo z merili rumenega tiska. To je glavni problem. Npr. Direkt bi po mojem mnenju, nekje na zahodu, v neki državi z daljšo novinarsko tradicijo v taki obliki zelo težko izhajal oz. bi bil nekje na obrobju in bi bil tako marginaliziran, da ne bi imel praktično nobenega vpliva na neko družbeno življenje. Če primerjamo relevanco npr. z najbolj branim nemškim časopisom Bild, se opazi ogromna razlika. Problem je, da uredniki, založniki in novinarji enostavno niso sposobni narediti relevantnega časopisa, ki bi bralcu nudil dovolj celovit pogled na svet. Tu pa so informacije že tako zbrane, da ljudje, ki to berejo in je za njih to edini vir informiranja, da so izjemno omejeni. To se mi zdi problematično, ker to proizvaja omejene ljudi. Res je seveda to, da se ljudje poskušajo že zaradi neke potrebe po relevantnosti. Kar je strašljivo, čeprav realno v tem miksu medijev ni to zelo dramatično, sploh, kot rečeno, ker obstaja nek pluralizem medijev. Skrbi me, da ves ta proces kanalizacije medijev vodi v to, da bodo ljudje čez pet ali deset let znali sami filtrirati informacije, določati, katere so relevantne in katere ne. To pa je lahko velik

problem za družbeni razvoj. Čudi me pri bralcih nek mit, da ima vse, kar je napisano, neko veljavo in samo po sebi drži.

**Anže Kopitar se je vrnil domov in rekel, da je okusil čar zvezdnštva, da pa se bo trudil ostati enak fant, kot je bil, ko je odšel. Kaj mislite o tem vi?**

Sigurno mu ne bo uspelo obnašati se, kot da se ni nič zgodilo. Želim mu, da bi bil največja zvezda hokeja. V vsakem primeru ga bo spremenilo. Kar je povsem logično, ko enkrat prideš v neko povsem drugo sfero. Že javnost te tretira drugače. Tudi denar igra neko vlogo. Mislim, da ne moreš biti popolnoma isti človek z enim evrom v žepu ali pa potem z milijonom. Poleg tega je potrebno razumeti, da bo tudi odrasel. Odpre se ti drug pogled na svet, potrebe postanejo drugačne. Bo se spremenil in bo na to, kar se dogaja okrog njega, začel gledati drugače. To je nek proces. Želim pa mu, da bi v svoji biti ostal skromen, da bi bil zadovoljen sam s seboj, ostal zvest samemu sebi in imel neko življenje, s katerim bo zadovoljen. Če bo šel ta razvoj naprej, ampak tako, kot je živel do trenutka, ko je šel v Ameriko in se razvil do točke, na kateri je sedaj, pa ne bo mogel ostati isti. Vsi športniki, ki so šlo po tej poti, mu to lahko zagotovijo. Je pa to seveda veliko odvisno tudi od družine, toda ko si enkrat polnoleten in živiš sam, je tega vpliva čedalje manj. Starši so na nek način svoje že opravili, s tem, ko so ga vzgojili v človeka, kakršen je. Veliko je odvisno od ljudi okoli njega, od kluba, soigralcev, svetovalcev. Zanimivo zgodbo mi je povedal Tomaž Cerkovnik o nekem ameriškem nogometašu. Prišel je iz zelo revnih razmer, se uveljavil in ko mu v določenem trenutku ni šlo več, je v bistvu bil njegov prvi korak, da je zopet začel trenirati v oblačilih, ki jih je uporabljal, ko se je še prebijal. Uporabljal je isto sobno kolo. Preslikal se je v neke razmere, ko je bil še nihče, ko se je še moral boriti za svoj prostor pod soncem, ko je bil še lačen uspehov. Včasih gre to tudi s tako tehniko, da se zopet najdejo. Druga zgodba so poškodbe, ki te lahko v trenutku odrežejo od športa.

**Imate kakšno sporočilo slovenskim športnikom s strani medijev?**

Moja teza je, da morajo zelo natančno vedeti, kaj želijo. Če so se odločili za to, da bi uspeli tudi kot javne osebnosti, da bi v tem kratkem času bili všečni in nekaj iz tega potegnili, si ustvarili podlago za kasnejše življenje, da pač sprejemajo pravila igre. To ne pomeni, da se morajo pred vsakim medijem sleči in se prostituirati, ampak da najdejo neko pravo mero in sami poskrbijo za določen imidž, ki ga bodo imeli. Menim, da najbolje uspe tistim, ki natančno vedo, kaj želijo delati tudi po koncu kariere.

**MIHA ŽIBRAT (24. 04. 2007; RTV SLOVENIJA; 13.00)**

**V čem vi vidite povezavo med vrhunskim športom in mediji?**

Eno brez drugega ne gre, nikoli v zgodovini ni šlo. Mednarodno združenje športnih novinarjev je bilo ustanovljeno leta 1924 na Olimpijskih igrah v Parizu. Sam ta odnos vidim kot neko prepletanje. Šport je odraz družbe, neka refleksija in se skozi to vidi tudi stanje v družbi. Kdor misli, da je šport le neko pehanje za rezultati, se pošteno moti. Žal je to povezano tako s politiko (še vedno), pa čeprav pravimo, da ni. So pa

situacije v posameznih državah različne. Pri nas ne gre več za neko promocijo države, vsaj ne v taki meri kot leta 1992, ko smo začeli. Drugače je bila vedno neka promocija države, predvsem v vzhodnem bloku. Šport je bil podaljšek države. Pri nas ni tako in nikoli več ne bo. Če smo čisto poštene, živimo eni od drugih. Športniki sicer mislijo, da ne živijo, ampak živijo. Brez objavljanja v časnikih, predvsem pa brez televizije, ni športa. Šport, ki ni na televiziji, ga v bistvu ni. Je, a neke velike popularnosti ne more doseči.

**Je športni novinar lahko tudi navijač? Ali istočasno, ko o tem poroča, piše, lahko navija?**

Če gre za državno reprezentanco, da, drugače ne. Klusko gledano pa npr., če igrata Maribor in Olimpija, in bi se postavil na eno stran, mislim, da ne bi šlo več za mit nepristranskosti in objektivnosti novinarstva, ki mora zanesljivo biti. Tudi pri državni reprezentanci samo navijaštvo ni dobro. Je pa jasno, da če si normalen, moraš biti na strani domačih.

**Kaj menite o Kodeksu novinarjev republike Slovenije?**

Je zelo kratek. Društvo novinarjev republik Slovenije ima kodeks, ki je dolg le dve strani. Glavne stvari so zapisane. Športni novinarji, vsaj v glavnih medijih, kodeks kolikor toliko spoštujejo. Po mojem mnenju bi se moral popolnoma. Je pa seveda druga zadeva pri tako imenovanih rumenih časnikih, kjer se ne spoštuje ničesar. To je trend, ki se je začel. Imam svoje mnenje o teh časnikih, ki pa ni ravno pozitivno.

**Ko sem spraševala naše slovenske športnike, so namreč rekli, da imajo občutek, da na začetku vsak novinar zelo spoštuje kodeks, z leti pa ga čedalje manj upoštevajo. Kakšen je vaš komentar na to?**

Na začetku naj bi novinarji upoštevali kodeks, kasneje pa ga ne več v tolikšni meri. Ne vem. Očitno imajo malo slabe izkušnje z mediji. Sam menim, da to ni ravno tako. Vsaj zase lahko tako rečem.

**Kdo je lahko uspešen novinar?**

Ni pogoj, da bi se moral na začetku ukvarjati s športom, ker tudi če pogledamo politične novinarje, prej ni bil nihče v parlamentu ali kaki stranki. Je pa jasno dobrodošlo. Mislim, da so se pri nas vsi nekaj malega poskusili ukvarjati s športom. Je pa bolj pomembna tu izobrazba. In danes se ji posveča premalo časa. Predvsem je premalo znanja v smislu širokih pogledov. Ni dovolj podatek, ki ga npr. preberemo iz ure, da je nekdo tekel 10.2. To ne pomeni veliko, pomembnejše je temu dodati ozadje; s kom je tekel, kje je tekel ... Napaka našega novinarstva je premalo vedenja.

**Kako sprejemate razlago športnikov, ki trdijo, da ko komentirate npr. pri plavanju, ko se eden od naših plavalcev uvrsti na sedmo mesto v finalu in je komentar, da je bil šele sedmi v finalu, ko pa je nekdo v smučanju na tekmi svetovnega pokala 25., je pa dober?**

Sem malo v nerodnem položaju. Včasih sem prenašal plavanje ter tudi alpsko smučanje. V tem primeru bi se moral strinjati z njima. Ker teh kriterijev v bistvu nimamo povsem izpostavljenih. Verjetno ni isto, če si svetovni prvak v balinanju ali pa

v atletiki. V atletiki sodeluje 220 držav, medtem pa pri balinanju vemo, koliko jih je. Tu imajo prav. Včasih se je govorilo, da so štirje bazični športi: atletika, gimnastika, plavanje. Temu očitno ni več tako. Povečevanje alpskega smučanja sega še v čas Jugoslavije, ker niso bili tako izrazito dobri nikjer drugje v primerjavi z ostalimi republikami kot ravno v smučanju. In je zato postal nekako nacionalen šport. Seveda je res, da imamo v alpskem smučanju tradicijo že od leta 1920, sicer jo imamo tudi v plavanju, če je kdo pozabil, Cerar je imel olimpijsko medaljo že leta 1948 v Londonu. Po moje je težje priti v sam vrh v plavanju kot pa v alpskem smučanju, toda pač tako je.

### **Kako bi komentiral odnos Tine Maze do medijev?**

Ne vem. Ne morem govorit, kako ona posluje in deluje z drugimi, z nami je bila vsaj v letošnji sezoni zelo korektna, brez težav je vedno pristala na pogovor. Lani je bilo drugače. Rumeni mediji so pisali, govorili čudno o njej in potem je logično, da dobiš odpor do medijev.

### **Je kdo od športnikov že zavrnil sodelovanje z vami?**

Ja, absolutno. Včasih je povsem objektivno, ko človek nima časa npr. priti v oddajo. Mi imamo pač časovno določeno. Drugo je, da so nekateri neupravičeno zavrnilo sodelovanje. Če zavrne en nastop, kjer ima priliko povedati, je to narobe. Če športnik pove, kar misli, potem ni s tem nič narobe. Če pa ne pove, se logično pojavijo ugibanja in potem lahko novinarji pišejo, govorijo, kar jim ustreza.

### **Kako vi vidite, da vas športniki vidijo nekaj minut pred tekmo, ko jih prosite za izjavo?**

Smo nujno zlo. V bistvu športnika pred tekmo vprašati kaj pametnega, je težko oz. nemogoče oz. zame vprašljivo. Kaj si vi mislite, ali bomo zmagali, ali jih bomo premagali s 5:4, ali boste dobri in taka podobna vprašanja. Kdo ti lahko na to pametno odgovori? Meni osebno se zdijo to neki posiljeni posegi. Drugo je po tekmi. Pred tekmo dosti spraševati, to pa nisem nikoli bil za to. Obračajo se vedno ista vprašanja. Mislim, da s tem samo obremenjuješ športnika še dodatno.

### **Primer Špele Pretnar. Kako jo vidite kot novinarko?**

V tem ne vidim prav nič slabega. Spremlja samo eno področje, kar je pač pametno, ki ga tudi obvlada. Drugo je, kakšne možnosti ima za delovanje, kjer trenutno dela. Tam imajo pač bolj malo športa. Ona je bila na začetku jasno bolj slaba. Jasno, kajti ne moreš biti danes vrhunski športnik, naslednji dan pa vrhunski novinar. To ne gre. Mislim pa, da dela zelo dobro. Nimam proti takim nič proti.

### **Vsi športniki, s katerimi sem delala intervjuje, so omenili, da je bil s strani medijev najbolj prizadet Primož Peterka. Kaj menite vi?**

Jasno. Prah se vedno dviguje samo za dobrimi konji. In on je bil v vrhu in najbolj izpostavljen. Ali je on vse prav delal, oz. tisti, ki so bili ob njem? Mislim, da so bili bolj krivi tisti, ki so delali z njim, ga vodili. Če so ga pa mediji uničevali, ne vem, razen nekaterih čudnih časnikov. Je pa res seveda, da so to že skoraj bolj človeške lastnosti kot pa novinarske, da imamo zelo radi nekoga, ki je prvi, čez dva dni, ko pa ne pride v finale, smo ga pa pripravljene popljuvati. To je mislim da slovenska manira,

ki je malo čudna. Zdi se mi, da bi morali mi športnikom pomagati in ne obratno. Toda ljudje smo različni.

**Anže Kopitar se je vrnil domov in rekel, da je okusil čar zvezdnštva, da pa se bo trudil ostati enak fant, kot je bil, ko je odšel. Kaj mislite o tem vi?**

Odkvisno je od njega samega, od njegovega karakterja. Kolikor ga jaz poznam, ne prav dobro, on pravilno razmišlja o teh stvareh. In vsaj meni se zdi, da ni človek, ki bi ga zvezdnštvo, denar pokvarilo. Veliko je športnikov, ki so zaslužili veliko denarja, ki se potem postavijo na nek piedestal in pozabijo na vse, kar je bilo. Vseeno je ta naša majhna državnica nekaj vložila v tega človeka, ko je začel, ko se je prebijal v vrh. Da se potem obnaša, da bodo vsi hodili za njim po kolenih, pa mi je malo sporno. Ker vsi, ki so pravi vrhunski športniki, s katerimi sem do sedaj sodeloval, nimajo nobenih težav z mediji. Bil sem na finalu lige NBA (Houston:Orlando). Tam se popolnoma ve. Tudi Juwan mora priti za 45 minut, pa je glavni center pri Houston Rocket. To je pri nas še razpuščeno. Ampak bo tudi pri nas sčasoma tako.

## Priloga 2: ANKETNI VPRAŠALNIK

### ANKETA

Pozdravljeni,

sem Ana Milovanovič, absolventka Fakultete za šport, Univerze v Ljubljani. Za temo diplomske naloge sem si izbrala ODNOS MEDIJEV DO ŠPORTNIH DOSEŽKOV IN ZASEBNEGA ŽIVLJENJA SLOVENSkih VRHUNSKIH ŠPORTNIKOV.

Vaše sodelovanje v anketi bo bistveno prispevalo h kakovosti in objektivnosti rezultatov, zato vas vljudno prosim, da na anketo odgovorite v celoti, odgovarjate zbrano in upoštevate navodila, ki so zapisana pri vprašanjih. Anonimnost je zagotovljena.

SPOL: - moški  
- ženski

STAROST: \_\_\_\_\_

NAVEDITE ŠPORT, S KATERIM SE UKVARJATE IN KOLIKO ČASA \_\_\_\_\_; \_\_\_\_ let

KOLIKOKRAT STE NASTOPILI ZA REPREZENTANCO SLOVENIJE? \_\_\_\_\_

NAŠTEJTE VAŠE NAJVEČJE USPEHE V VAŠI ŠPORTNI KARIERI:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

IZOBRAZBA:

- a) Nedokončana osnovna šola
- b) Osnovna šola
- c) Poklicna šola
- d) Štiriletna srednja šola
- e) Visokošolski strokovni študij

- f) Univerzitetni študij
- g) Magisterij ali doktorat

POKLIC, KI GA OPRAVLJATE:

- a) Profesionalni športnik
- b) Imam lastno podjetje
- c) Zaposlen sem na Ministrstvu za \_\_\_\_\_
- d) Sem še študent
- e) Sem še dijak

V KATEREM OD MEDIJEV STE BILI PRVIČ OMENJENI?

- a) Radio
- b) Televizija
- c) Dnevni časopis
- d) Rumeni tiski
- e) Internet

V KATEREM MEDIJU STE NAJVEČKRAT ZASLEDILI SVOJE IME?

- a) Radio
- b) Televizija
- c) Dnevni časopis
- d) Rumeni tiski
- e) Internet

ZARADI ČESA STE BILI VEČKRAT OMENJENI V MEDIJIH? V OKENČKU, KI USTREZA RAZLOGU IN POGOSTOSTI TEGA RAZLOGA, NAREDITE X.

RAZLOG / POGOSTOST	NIKOLI	REDKO	REDKO DO POGOSTO	POGOSTO	NAJPOGOSTEJE
Športni uspeh					
Športni neuspeh					
Nastop za reprezentanco					
Ni povezano s športom					
Dobrodelne prireditve					
Drugo					

KATERI OD MEDIJEV VAS JE NAJBOLJ PRIZADEL S SVOJIM POROČANJEM? V OKENČKU, KI USTREZA MEDIJU IN POGOSTOSTI TEGA MEDIJA, NAREDITE X.

MEDIJ / OCENA	NIKOLI	REDKO	REDKO DO POGOSTO	POGOSTO	NAJPOGOSTEJE
Radio					
Televizija – športni program					
Televizija – trač program					
Dnevni časopis					
Rumeni tiski					
Internet					
Še nobeden (preskočite deseto vprašanje)					

ZAKAJ?

- a) Pisali so povsem neresnične podatke, izjave.
- b) Podatki in izjave so bili delno neresnični.
- c) Drugo.



STE KATEREGA OD MEDIJEV ŽE OPOZORILI, KER STE ZASLEDILI, DA O VAS PIŠEJO NERESNIČNE STVARI? V OKENČKU, KI USTREZA TRDITVI IN POGOSTOSTI TE TRDITVE, NAREDITE X. V ZADNJI STOLPEC VPIŠITE, ZA KATERI MEDIJ JE OB PODANI TRDITVI ŠLO (INTERNET, RUMENI TISK, DNEVNI ČASOPIS, TELEVIZIJA, RADIO).

TRDITEV / OCENA	NIKOLI	REDKO	REDKO DO POGOSTO	POGOSTO	NAJPOGOSTEJE	ZA KATERI MEDIJ JE ŠLO
Da, poklical sem na uredništvo ter jih opozoril.						
Da, poklical sem na uredništvo, jih opozoril ter zahteval opravičilo.						
Nameraval sem poklicati, a tega nisem storil.						
Nisem in jih tudi ne bi opozoril, če bi se mi to zgodilo.						
Nisem, a če bi se mi to zgodilo, bi jih opozoril.						

JE BIL ZARADI INFORMACIJ, KI SO BILE POSREDOVANE JAVNOSTI, ŽE KDAJ PRIZADET KDO OD VAŠIH BLIŽNJIH?

- a) Da, moji starši
- b) Da, moj partner
- c) Da, moji prijatelji
- d) Ne, na srečo nihče

SO NERESNIČNE STVARI, KI SO SE POJAVILE V MEDIJIH, VPLIVALE NA VAŠE ZASEBNO ŽIVLJENJE?

- a) Da, že kar nekajkrat
- b) Enkrat
- c) Še nikoli

KAKO?

---



---



---

SO NERESNIČNE STVARI, KI SO SE POJAVILE V MEDIJIH, VPLIVALE NA VAŠE ŠPORTNO ŽIVLJENJE OZ. VAŠE ŠPORTNE USPEHE?

- a) Da, že nekajkrat
- b) Enkrat
- c) Še nikoli

KAKO?

---

---

---

VAS NOVINARJI PUSTIJO PRI MIRU, ČE JIH PRED TEKMOVANJEM ZAVRNETE ZA IZJAVO?

- a) So zelo spoštljivi in me razumejo, ter me pustijo pri miru.
- b) Prosijo še nekaj časa, potem se umaknejo.
- c) Prosijo in se potem, ko že grdo gledam, umaknejo.
- d) Včasih se zgodi, da ne popustijo.
- e) Drugo.

ALI PRED TEKMAMI PREBIRATE ČLANKE O SEBI, VAŠIH SOTEKMOVALCIH, VAŠIH NASPROTNIKI?

- a) Pred tekmami nikoli ne prebiram člankov o športu.
- b) Pred tekmami prebiram le članke o sebi.
- c) Pred tekmami prebiram le članke o nasprotniku.
- d) Pred tekmami prebiram, kar mi pa pride pod roko.

STE BILI PRED KAKIM TEKMOVANJEM OBREMENJENI ZARADI MEDIJEV?

- a) Še nikoli
- b) Nekajkrat
- c) Velikokrat

STE ŽE KDAJ ZAVRNILI KAKRŠNO KOLI SODELOVANJE S SLOVENSKIMI NOVINARJI?

- a) Nikoli, vedno si vzamem čas za njih, ne glede na to, za kateri medij gre.
- b) Nikoli, vedno si vzamem čas, vendar le za meni osebno resne medije.
- c) Da, velikokrat oz skoraj vedno jih zavrnem.
- d) Preden jih sprejem, se pozanimam, o čem bi tekla beseda.

KO VAS NOVINAR PROSI ZA INTERVJU ALI IZJAVO TER GA SPREJMETE OZ. ZAVRNETE, IMATE MEJO, KO GRE ZA INTERVJUJE, ČLANKE, PRISPEVKE GLEDE STVARI, KI NISO POVEZANI S ŠPORTOM?

- a) Na pogovore pristanem samo, kadar želijo novinarji izvedeti le stvari, ki so povezane s športom.
- b) Na pogovore pristanem redko, če ne gre samo za stvari, ki so povezane s športom.
- c) Na pogovore pristanem ne glede na to, kaj novinarje zanima.

SE VAM ZDI, DA IMAJO NOVINARJI PREVEČ PROSTE ROKE PRI OBJAVI SVOJIH ČLANKOV?

- a) Da, največkrat se to zgodi pri člankih za rumeni tisk.
- b) Da, to se dogaja v vseh medijih.
- c) Menim, da je to odvisno od urednikov.
- d) Ne, menim, da je cenzura narejena v vsakem izmed člankov, ne glede na to, za kater medij gre.

VESTE, O ČEM GOVORI KODEKS NOVINARJEV?

- a) Da, sem ga že prebral.
- b) Vem o čem govori, vendar ga še nisem prebral.
- c) Menim, da vem, o čem govori, čeprav nisem povsem prepričan.
- d) Ne, sploh ne vem, da obstaja.

STE MNENJA, DA NOVINARJI SPOŠTUJEJO KODEKS NOVINARJEV REPUBLIKE SLOVENIJE?

- a) Da, vsi novinarji ga spoštujejo.
- b) Spoštujejo ga le redki novinarji.
- c) Na Kodeks novinarjev Republike Slovenije se sploh ne ozirajo.

ČE BI LAHKO USTVARILI NOVINARJA, BI BIL LE-TA SESTAVLJEN IZ SPODAJ NAŠTETIH SESTAVIN:  
 OZNAČITE Z X ZA VAS PRIMERNO OCENO OB PODANI LASTNOSTI.

LASTNOST / OCENA	SPLOH NI POMEMBNO	NI POMEMBNO	DELNO POMEMBNO	POMEMBNO	NAJPOMEMB NEJŠE
Človeškost					
Spoštljivost					
Kakovostno pisanje					
Natančnost, točnost, preverjanje informacij					
Nepriistranskost					
Objestnost					
Prijaznost					
Samonadzorovanje					
Samoodločanje					
Samoocenjevanje					
Upoštevanje navodil in interesov delodajalca					
Skrb za poslovno finančni uspeh					

ČE BI BILI VI ŠPORTNI NOVINAR, ČESA NE BI NIKOLI SPRAŠEVALI?

---



---



---

PREBIRATE RUMENI TISK?

- a) Nikoli
- b) Redko
- c) Zelo pogosto

KATERI MEDIJ NAJVEČKRAT UPORABLJATE?

- a) Radio
- b) Televizija
- c) Dnevni časopis
- d) Rumeni tiski
- e) Internet

BERETE ČLANKE O SEBI?

- a) Da, vedno
- b) Da, če jih zasledim
- c) Redko
- d) Skoraj nikoli

JIH SHRANJUJETE?

- a) Da, vse po vrsti
- b) Da, vendar le tiste, ki so napisani pozitivno
- c) Ne

NAJLEPŠA HVALA ZA VAŠ TRUD! ŽELIM VAM ŠE MNOGO ŠPORTNIH TER ŽIVLJENJSKIH USPEHOV!