

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

**Jure Ropret**

**Odnosi med novinarji in viri informacij v športnem  
novinarstvu**

**Magistrsko delo**

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

**Jure Ropret**

**Mentor: izr. prof. dr. Marko Milosavljević**

**Odnosi med novinarji in viri informacij v športnem  
novinarstvu**

**Magistrsko delo**

Ljubljana, 2016

## **Odnosi med novinarji in viri informacij v športnem novinarstvu**

Športni novinarji s svojimi viri informacij pogosto nimajo zgolj formalnih odnosov, ampak se z njimi družijo tudi izven uradnih terminov in tako vzpostavljajo tesnejše stike, ki se lahko razvijejo tudi v prijateljstvo. Magistrsko delo išče odgovore na vprašanje, kakšne so nerutinske oblike komuniciranja med novinarji in viri informacij v športnem novinarstvu ter kako ti neformalni in polformalni odnosi vplivajo na profesionalnost športnih novinarjev pri opravljanju njihovega poklica. Nerutinsko komuniciranje poteka predvsem preko neuradnih telefonskih klicev in neformalnih druženj ob pijači. Novinarji vzpostavljajo polformalne in neformalne odnose z viri zaradi boljšega dostopa do informacij, ekskluzivnih vsebin, majhnosti Slovenije in njenega medijskega trga, kjer vsi vse poznajo, poleg tega vplivajo tudi tekmovanja v tujini, saj imajo tam novinarji in funkcionarji športnih organizacij kar nekaj prostega časa, ki ga včasih zapolnijo z medsebojnim druženjem. Takšni odnosi predstavljajo nevarnost za profesionalnost športnih novinarjev pri opravljanju njihovega poklica, saj ogrožajo ohranjanje kritične distance. Zaradi dobrih odnosov nekateri športni novinarji svojim virom ne postavljajo kritičnih vprašanj, lahko jih promovirajo preko svojih prispevkov tako, da jim olepšujejo statistiko in jih prikazujejo v izrazito pozitivni podobi. To pomeni, da ne služijo javnosti, ampak svojemu viru informacij.

**Ključne besede: športni novinarji, odnosi novinar–vir, profesionalnost**

## **The Relationship between Journalists and Sources of Information in Sports Journalism**

Sports journalists often do not have only formal relationships with their sources of information, they socialize with each other outside the official events, which can also develop into friendship. This master thesis seeks for answers on what are the non-routine forms of communication between journalists and sources of information in sports journalism and how those informal and semiformal relationships impact on the professionalism of sports journalists at their work. Non-routine communication occurs mainly through unofficial phone calls and informal meetings, where they go for a drink together. Journalists establish semiformal and informal relationships in order to get better access to information, to exclusive content, because of small media market in Slovenia, where everybody knows everyone and also due to international competitions in foreign countries, where journalists and officials of sports organization have more spare time, so they fill it by hanging out together. Such relationships represent a risk for professionalism of sports journalist at their work, because it endangers critical reporting. Because of good relationships, some sports journalists do not ask critical questions to their sources, they can also promote athletes through articles by exposing just the positive parts of statistics and displaying them in extremely positive way. In such cases journalists act as public relations officers instead of serving the public.

**Key words: sports journalists, journalist–source relationships, professionalism**

## **Kazalo**

1 UVOD.....	5
2 METODOLOŠKI OKVIR.....	7
2.1 Raziskovalno vprašanje in cilji .....	7
2.2 Metodologija raziskave .....	8
3 TEORETSKA ANALIZA VLOGE VIROV V ŠPORTNEM NOVINARSTVU .....	10
3.1 Športno novinarstvo .....	11
3.2 Vpliv športa na športno novinarstvo .....	13
3.3 Sodelovanje med športnimi novinarji in viri informacij .....	15
3.4 Športni zvezdniki in njihova vloga v medijih.....	16
4 KATEGORIZACIJA ODNOSOV MED NOVINARJI IN VIRI .....	19
4.1 Formalni odnosi.....	19
4.2 Neformalni odnosi.....	19
4.3 Polformalni odnosi .....	21
5 NERUTINSKE OBLIKE KOMUNICIRANJA MED NOVINARJI IN VIRI V SLOVENSKEM ŠPORTNEM NOVINARSTVU.....	23
5.1 Prakse polformalnih in neformalnih odnosov.....	23
5.2 Vzroki za nerutinske oblike komuniciranja.....	25
5.2.1 Dostop do informacij.....	25
5.2.2 Ekskluzivnost .....	27
5.2.3 Specifičnost Slovenije in njenega medijskega trga.....	31
5.2.4 Dogodki, tekmovanja v tujini.....	33
6 VPRAŠANJE PROFESIONALNOSTI PRI NERUTINSKIH OBLIKAH KOMUNICIRANJA V ŠPORTNEM NOVINARSTVU.....	41
6.1 Profesionalnost v športnem novinarstvu .....	42
6.2 Vpliv neformalnih in polformalnih odnosov na profesionalno poročanje v slovenskem športnem novinarstvu.....	44
6.3 Člani športnih organizacij o vplivu polformalnih in neformalnih odnosov na poročanje novinarjev.....	49
7 DISKUSIJA.....	53
8 ZAKLJUČEK .....	59
9 LITERATURA.....	61

# 1 UVOD

Novinarji pri opravljanju svojega dela potrebujejo vire informacij, da pridejo do podatkov, ki jih nato uporabijo v svojih prispevkih. Vendar niso samo novinarji tisti, ki so odvisni od svojih virov, enako velja tudi v obratni smeri, saj viri z nastopanjem v medijih pridobijo na prepoznavnosti in pomembnosti. Tako je jasno, da se med novinarji in viri informacij vzpostavljajo odnosi. Obstajajo formalne oblike odnosov med viri informacij in novinarji, ki običajno potekajo preko psevdodogodkov, kot so novinarske konference. To so prevladujoče oblike odnosov, pojavljajo pa se tudi neformalne oblike. Nekateri avtorji (Kaye 1995; Davis 2009; Shin 2006; Jouhki in Baek 2008) nakazujejo, da med novinarji in viri informacij ne gre vedno za strogo profesionalen odnos, med nekaterimi se namreč vzpostavijo tesnejše vezi, ki vplivajo na poročanje novinarjev.

Ti neformalni odnosi so še posebej prisotni v športnem novinarstvu. Športni novinarji namreč pogosto na tekme potujejo skupaj s športniki in drugimi člani športnih organizacij, če je tekmovanje v tujini, lahko spijo tudi v istem hotelu, tako da preživijo veliko časa drug z drugim. Na potovanjih so športni novinarji tako v intenzivnem osebni stiku ne le s športniki in trenerji, ampak tudi z direktorji in predsedniki športnih organizacij, ki prav tako služijo kot pomemben vir informacij. To je posebnost športnega novinarstva, direktorji podjetij denimo na poslovna srečanja ne potujejo skupaj z novinarji. Viri informacij se ne razumejo enako dobro z vsemi novinarji, ampak imajo praviloma dva ali tri, katerim bolj zaupajo (Sugden in Tomlinson 2007). S temi se več družijo, jim razkrijejo več podatkov, kar je v današnjem svetu, ko poteka tekma tudi med medijskimi hišami in novinarji za »scoop«, za ekskluzivnost (Bourdieu 2001), za novinarje zelo pomembno. Športni novinarji tako pogosto do zanesljivih informacij ne prihajajo preko uradnih poti, zato bomo v tem magistrskem delu raziskali te nerutinske oblike komuniciranja.

Poleg neformalnih odnosov bomo preverili, kako je z novinarsko profesionalnostjo v športnem novinarstvu. Pri novinarski profesionalnosti se pogosto pojavlja vprašanje, ali je novinarstvo sploh profesija. Nekateri avtorji (Splichal 1988; Zelizer 2004) izpostavljajo, da vsi kriteriji, ki določajo, ali je neka dejavnost profesija, pri novinarstvu niso izpolnjeni, večina držav namreč ne pozna licenciranja novinarjev, prav tako ni avtonomije. Splichal (1998) ugotavlja, da je novinarstvo lahko le polprofesija. Kljub temu da novinarstvo ni tradicionalna profesija, lahko govorimo o novinarski profesionalnosti, saj se novinarji morajo držati

določenih norm pri opravljanju svojega dela, vendar večina avtorjev (Glasser 1992; Splichal in Sparks 1994; Bourgeois 1995; Hallin in Mancini 2004) poudarja, da profesionalnost ni univerzalna, ampak je družbeno določena. Pri športnem novinarstvu je profesionalnost še posebej problematična tema, ker so novinarji pogosto v stiku z viri informacij tudi izven uradnih dogodkov.

## 2 METODOLOŠKI OKVIR

### 2.1 Raziskovalno vprašanje in cilji

Pri natančnejšem pregledu obstoječih študij smo ugotovili vrzel v raziskovanju nerutinskih oblik komuniciranja med novinarji in viri informacij v športnem novinarstvu. Raziskave o odnosih med novinarji in politiki (Davis 2009; Valenzuela 2007; Nord in Stromback 2005) ter novinarji in predstavniki za odnose z javnostmi (Shin 2006; Oštrbenk 2006; Malenšek Kojić 2007; Golob 2009) so pokazale, da se poleg formalnih odnosov med novinarji in viri, za katere velja, da so »zakonsko določeni in regulirani ter praviloma neosebni in uradni« (Kaye 1995, 16), pojavljajo tudi neformalne oblike odnosov. Pri neformalnih odnosih gre za neposredne, osebne odnose, ki temeljijo na prijateljstvu, kolegialnosti, intimnosti, emocijah, tesni medsebojni povezanosti. Shin in Cameron (2003) pri neformalnih odnosih med novinarji in viri izpostavita nekaj orodij, in sicer zasebna srečanja, neuradne klice, osebna srečanja, podkupnine, družabna srečanja, sorodstvene in prijateljske vezi, darila in podobno.

Kaye (1995) je tudi poudaril, da ni možno vedno govoriti o strogo formalnih in strogo neformalnih odnosih, saj večkrat prihaja do prepletanja. Takšne odnose, ki vsebujejo elemente tako formalnih kot neformalnih odnosov, smo se odločili poimenovati kot polformalne odnose. Cottle (2003) v povezavi odnosov med novinarji in političnimi viri posredno omenja polformalne odnose, ko pravi, da je odnos med novinarji in viri razumljen kot vzajemen, in sicer da viri za dajanje ekskluzivnih informacij novinarjem dobijo več prostora v medijih in si pridobijo večjo naklonjenost v prispevkih.

Na področju športnega novinarstva prevladujejo raziskave (Telander 1984; Ropret 2004; Milovanović 2007; Sugdon in Tomlinson 2007), ki obravnavajo odnose med mediji oziroma novinarji in športniki, in ugotavljajo, da so mediji pomembni za športnike in obratno, da je korist obojestranska in je zato treba vzpostaviti dober medsebojni odnos, ki pa ostaja predvsem profesionalen. Poleg tega se osredotočajo večinoma na športnike, ne pa tudi na ostale športne delavce, ki so prav tako pomemben vir informacij. Ker obstoječe študije pomanjkljivo obravnavajo neformalne in polformalne odnose med novinarji in športnimi delavci, si zastavljamo naslednje raziskovalno vprašanje:

**RV1: Kakšne so nerutinske oblike komuniciranja med novinarji in viri informacij v športnem novinarstvu?**

V novinarstvu velja, da morajo novinarji svoje delo opravljati profesionalno, vendar pa več avtorjev (Glasser 1992; Splichal in Sparks 1994; Bourgeois 1995; Hallin in Mancini 2004) izpostavlja, da novinarska profesionalnost ni univerzalna, ampak je družbeno določena. To pomeni, da v različnih državah drugače dojemajo pojem novinarske profesionalnosti. Bourgeois (1995) poudarja, da je pri profesionalnosti treba upoštevati tudi področje, ki ga novinar pokriva. Trdi, da je športno novinarstvo zelo specifično in temu primerno športni novinarji ravnajo drugače kot tisti, ki poročajo o politiki ali gospodarstvu. Za športne novinarje je značilno, da se tesneje povezujejo z viri informacij. Športni novinarji na tekmovanja v tujini praviloma potujejo skupaj s športniki in vodstvom športnih organizacij, spijo tudi v istem hotelu. Tako so novinarji ves ta čas v intenzivnem osebnem stiku s svojimi viri, ne zgolj na samem tekmovanju. Kljub večjemu povezovanju z viri informacij pa morajo športni novinarji držati svoje vire na določeni razdalji, saj se le tako lahko zagotavlja kredibilnost in profesionalnost. Bourgeois (1995) pravi, da novinarji ne smejo z viri le sodelovati, ampak jim morajo predstavljati tudi opozicijo. Če se dogajajo neprijetne stvari, je naloga športnega novinarja, ki profesionalno opravlja svoje delo, da o težavah kritično poroča in ne poskuša problemov pomesti pod preprogo. Nekateri avtorji (Wulfemeyer 1985; Bourgeois 1995) omenjajo, da na profesionalnost novinarjev vplivajo tudi odnosi med športnimi novinarji in viri, pri nerutinskih oblikah komuniciranja je možnost, da bo novinar nekritično poročal o dogajanju nedvomno večja kot pri običajnem komuniciranju novinarjev z viri informacij, zato smo si zastavili naslednje raziskovalno vprašanje:

**RV2: Kako polformalni in neformalni odnosi med športnimi novinarji in viri informacij vplivajo na profesionalnost športnih novinarjev pri opravljanju svojega poklica?**

## **2.2 Metodologija raziskave**

Kot metodo za razkrivanje polformalnih in neformalnih odnosov med novinarji in viri informacij v slovenskem športnem novinarstvu smo uporabili poglobljeni intervju. Poglobljeni intervju je metoda kvalitativnega raziskovanja, ki je uporabna za pridobivanje podatkov, ki so »izraženi v atmosferi brez pritiskov drugih in brez potrebe po ugajanju določenim normam« (Webb 1992, 24). S poglobljenimi intervjuji s športnimi novinarji slovenskih medijskih hiš želimo priti do informacij o oblikah odnosov med novinarji in viri informacij ter tako ugotoviti, kakšne neformalne in formalne oblike odnosov obstajajo in v kolikšni meri se pojavljajo. Poleg tega smo opravili poglobljene intervjuje tudi s člani



športnih organizacij, ki novinarjem služijo kot viri informacij, saj smo želeli ugotoviti, kako na takšne odnose gledajo tisti, ki dajejo informacije. Skupaj smo med 1. avgustom in 10. novembrom 2014 opravili deset poglobljenih intervjujev, pet s športnimi novinarji in pet s člani športnih organizacij. Intervjuvali smo novinarja športnega dnevnika Ekipa SN Roberta Balantiča, novinarja TV Slovenija Urbana Laurenčiča, novinarja POP TV Božidarja Bulata, novinarja Dela Miha Šimnovca in novinarja Večera Zorana Mijatovića. Med člani športnih organizacij pa smo poglobljene intervjuje opravili s športnim direktorjem nogometnega kluba Maribor Zlatkom Zahovičem, takratnim direktorjem članskih reprezentanc in namestnikom generalnega sekretarja pri Košarkarski zvezi Slovenije Matejem Avanzom, deskarjem na snegu Žanom Koširjem, teniškim igralcem Blažem Kavčičem in takratnim predsednikom zbora in odbora za alpsko smučanje Dušanom Goriškom.

### **3 TEORETSKA ANALIZA VLOGE VIROV V ŠPORTNEM NOVINARSTVU**

Novinarstvo je dejavnost, ki posreduje informacije o dogodkih, do katerih večina državljanov nima dostopa, vendar pomembno in daljnosežno vplivajo na njihovo življenje. Vendar novinarji ne morejo biti prisotni na vseh dogodkih, o katerih poročajo, saj se ti pogosto primerijo nepričakovano, lahko se jih odvija več hkrati in mediji nimajo zadostnega števila novinarjev, da bi jih poslali na vse lokacije. Mediji se lahko odločijo, da na nekatere bolj oddaljene dogodke ne bodo poslali svojih novinarjev, saj imajo finančne omejitve in morajo paziti, da ne bodo prekoračili proračuna, ki ga imajo na voljo. Zaradi takšnih omejitev morajo novinarji za opravljanje svojega poklica informacije pridobiti preko drugih kanalov, najpogosteje preko drugih oseb, ki tako postanejo njihovi viri informacij.

Za preiskovalno novinarstvo na primer velja, da temelji na dveh stebrih pridobivanja informacij, in sicer so to dokumenti in viri (Hollings 2011, 67). Pri razkrinkanju nečednih poslov, ki se na primer dogajajo v posamezni državi in imajo vpliv na življenja mnogih ljudi, uradne poti praviloma ne zadoščajo, ampak morajo novinarji vzpostaviti kontakte z ljudmi, ki dobro poznajo ozadje posameznega nezakonitega posla oziroma so celo njihove žrtve in jih prepričati, da jim posredujejo ključne podatke. Ni namreč samoumevno, da bodo ljudje, ki poznajo dejansko situacijo, prijavili nezakonita dejanja, saj jih je strah za lastno varnost, bojijo se, da se jim bodo tisti, ki so jih razkrinkali, maščevali. Novinarji morajo tako te osebe prepričati, da je njihova zgodba izjemno pomembna, da lahko s svojim razkritjem podatkov preprečijo, da se podobne zadeve primerijo drugje. Doseči morajo, da postanejo njihovi viri informacij, zato pa si morajo pridobiti njihovo zaupanje in vzpostaviti določen odnos. Hollings (2011, 81) je ugotovil, da so novinarji in njihovi viri informacij, ki so pokazali željo in investirali svoj trud, zgradili boljši medsebojni odnos, ki je zadovoljil obe strani. Pri tem poudari, da lahko novinar vzpostavi odnos s svojim virom informacij, ne da bi pri tem ogrožal svojo neodvisnost. Viri, ki so imeli dober odnos z novinarji, so bili na koncu tudi najbolj zadovoljni z razpletom zgodbe.

Ni le novinar tisti, ki potrebuje svoje vire informacij. Tako novinarjem kot virom informacij je v interesu, da se vzpostavljajo medsebojni odnosi, pri čemer obe strani na ta način želita doseči vsak svoje cilje. Gans (1980, 116) pravi, da odnos med novinarji in viri informacij spominja na ples, saj viri iščejo dostop do novinarjev, prav tako pa novinarji iščejo dostop do

virov. Pri odnosih med novinarji in politiki ravnovesje moči med obema stranema vpliva na poročanje o političnih novicah. Na eni strani politiki morajo imeti vpliv nad novinarji, da predstavijo svoje sporočilo javnosti, potencialnim volivcem, medtem ko morajo novinarji za zagotavljanje svoje vloge četrte veje oblasti ohranjati profesionalno neodvisnost in preprečiti politikom, da si jih podreajo. Medsebojni odnosi vplivajo na novice v množičnih medijih in s tem posledično na javno udejstvovanje političnih institucij (Davis 2009, 204). Bourgeois (1995, 196) poudarja, da pri določanju, katere informacije se bodo pojavile v medijih, lahko pomembno vlogo igrata tako novinar kot njegov vir informacij. Novinar deluje kot odbiratelj in izbira teme, medtem ko vir informacij na novinarja poskuša vplivati oziroma si ga podrejati z ustrahovanjem, manipuliranjem in dezinformacijami. Tako pogosto sodelujeta v interaktivnih igrah (Charron in drugi 1991), kjer se borita za uveljavitev svojih interesov. Konflikt interesov je najbolj očiten, ko je vir informacij udeležen v neprimerno dejanje in mu lahko objava v medijih povzroči precejšnjo škodo. Zaradi takšnih situacij lahko pride do precejšnjih trenj med novinarji in njihovimi viri. Isabel Awad (2006) pravi, da je v novinarstvu včasih videti, da je grdo ravnanje z viri informacij del novinarjeve službe. Novinar lahko v imenu pravice javnosti do obveščенosti zavaja svoje vire informacij in jih predstavi na način, na katerega si sami absolutno ne želijo in jim lahko povzročijo precejšnjo škodo. Toda te na prvi pogled negativne strani novinarskega poročanja lahko predstavljajo tudi primer profesionalne integritete. Novinarji s tem dokažejo, da so povsem zavezani prikazovanju resnice in da so neodvisni od vseh ostalih interesov, vključno interesov s strani njihovih virov informacij (Awad 2006, 922). Glavna naloga novinarjev je namreč delovati za javno dobro, odgovorni so le javnosti. Pri njihovem delu so prisotni določeni pritiski in če imajo njihovi viri informacij prevelik vpliv nad njimi, potem ne služijo več javnosti, ampak svojim virom.

### **3.1 Športno novinarstvo**

Športno novinarstvo se je v zadnjih dvajsetih letih močno razširilo in pridobilo na veljavi, predvsem na račun televizije, ki omogoča neposredne prenose športnih dogodkov (Andrews 2005, 21). »Šport je postal eno izmed središč družbenega zanimanja in življenja nasploh, vanj so sponzorji, organizatorji in klubi začeli vlagati velika sredstva« (Ropret 2004, 4). Zoin in drugi (2011) so ugotovili, da so se športne vsebine močno razširile na televizijskih kanalih, novičarskih spletnih straneh, radijskih postajah, v časopisih in revijah. Videti je, kot da športa

ni nikoli preveč. V Avstraliji tako več novinarjev pokriva ligaško tekmovanje v avstralskem nogometu kot politiko. To predstavlja na eni strani ljubezen Avstralcev do športa, na drugi pa njihovo politično apatijo (Zoin in drugi 2011, 80). Pomen športa se vidi v gledanosti, saj so po pravilu prenosi s pomembnih športnih tekmovanj najbolj gledani dogodki na televiziji.

Šport je postal fenomen tako na lokalni kot globalni ravni. Organiziran šport se je razvil v visoko tekmovalno industrijo, ki deluje na različnih ravneh, ki so med seboj tesno prepletene. Odnosi z mediji so osrednjega pomena za politično in kulturno gospodarstvo športa (Zoin in drugi 2011, 80). Dejansko je na začetku enaindvajsetega stoletja odnos med športom in mediji pridobil tak pomen, da predstavlja oglaševalsko in kulturno povezavo med obema dejavnostima (Nicholson 2007). V zadnjem obdobju je šport za medijske korporacije vse pomembnejši, predvsem zaradi izjemno visoke gledanosti in s tem povezanimi prihodki, ki prihajajo s strani oglaševalcev. Istočasno pa so mediji pokazali izjemno sposobnost vplivanja na organizacijo, izvedbo in širjenje športa preko neposrednega lastništva, televizijskega prenosa, pravic za neposredno pokrivanje dogodkov, sponzoriranja, oglaševanja in novo razvitih medijskih platform, vključno z internetom in mobilnimi telefoni. Dejansko so mediji prispevali odločilno vlogo, da se je šport iz amaterske dejavnosti razvil v izjemno komercializirano globalno industrijo (Zoin in drugi 2011, 80–81). Da gre za izredno dobičkonosno panogo potrjujejo raziskave, pri Mandag Morgen (2005, 1) so tako ugotovili, da se v športni industriji samo v Evropi letno obrne 165 milijard evrov, medtem ko je v Združenih državah Amerike ta številka še nekoliko višja in znaša 213 milijard dolarjev. Ob tem je treba poudariti, da so te številke danes še bistveno višje, saj je športna industrija v zadnjem desetletju skokovito narasla, zaslužki uspešnih športnikov in športnih organizacij rastejo iz leta v leto. S pomočjo medijev so največje športne organizacije, kot so Real Madrid, Barcelona, Manchester United in New York Yankees prešle zgolj športne okvire in postale globalne tržne znamke (Andrews 2005, 6). Na drugi strani je tudi šport nekoliko spremenil medije. Odnos med mediji in športom je tako postal precej bolj prepleten in ima svetovne razsežnosti (Zoin in drugi 2011, 81).

Zaradi takšne povezave med mediji in športom so se pojavile ugotovitve, da je danes težko analizirati šport brez upoštevanja njegovega odnosa z mediji in obratno. Čeprav je šport postal ugledna medijska vsebina, je športno novinarstvo predmet precejšnjih kritik znotraj medijske sfere, zaposleni v drugih redakcijah mu najbolj očitajo, da je za novičarske medije zgolj oddelek z igračami (Rowe 2007). Trdijo, da je športno novinarstvo bolj namenjeno zabavi in

lahkomiselnosti kot resnim medijskim funkcijam. Za športno novinarstvo tako mnogi menijo, da se je bolj približalo novinarstvu, ki pokriva svet zabave in slavnih, namesto da bi ostalo bolj kritično in preiskovalno (Zoin in drugi 2011, 81). S takšnim razmišljanjem se strinja Gorazd Kovačič (2010), ki je prepričan, da je športno novinarstvo zgolj del industrije zabave in tako ne opravlja vloge, kakršno bi kot del novinarstva moralo. »Če bi kritični športni komentatorji vztrajali pri razmisleku o plehkosti samih športnih medijskih vsebin in o prepletenosti športnega novinarstva in športnega kapitala, bi morali nemara skleniti, da je ta novinarska panoga v celoti v konkubinatu z industrijo spektakla. Športno novinarstvo ne poroča o dogodkih, relevantnih za javnost, temveč ustvarja spektakelske kvazidogodke« (Gorazd Kovačič 2010). Rowe (2007) trdi, da čeprav so še vedno mnogi prepričani, da športni novinarji živijo v dokaj udobnem svetu z omejenimi obzorji in da raje prepustijo kritične preiskave v povezavi s športom in njegovim odnosom z ostalimi pomembnejšimi področji družbe drugim, med katerimi so tudi novinarji z drugih področij, športno novinarstvo ni namenjeno zgolj zabavi, ampak ugotavlja, da zavzema zahteven položaj v medijih.

V zadnjem času se pojavlja vse več zagovornikov ideje, da športni dogodki niso le namenjeni razvedrilu, zabavi, ampak za nekatere izmed njih velja tudi javni interes. Tako so se v povezavi s tem že sprejeli določeni pravni akti. Primer tega je direktiva Evropske unije, po kateri mora biti v državah članicah ogled športnih dogodkov nacionalnega pomena, kot so olimpijske igre, evropsko in svetovno prvenstvo v nogometu, zagotovljen vsem na javno dostopnih neplačljivih televizijah. Tako mednarodna kot evropska nogometna zveza sta se pritožili na to odločitev, saj sta želeli prodati pravice plačljivim televizijam in tako zaslužiti več denarja, vendar ju je sodišče zavrnilo (Sodišče Evropske unije 2013). To pomeni, da so nekateri športni dogodki dejansko postali del javnega interesa in da ima športno novinarstvo tudi mediativno funkcijo, ne le razvedrilne.

### **3.2 Vpliv športa na športno novinarstvo**

Povezanost med športnimi novinarji in športom je praviloma bistveno večja kot na primer med novinarji in politiko. Če novinar, ki pokriva politično dogajanje, konstantno negativno poroča in razkriva napake, bodo posledice občutili politiki oziroma politične stranke, ki so se znašli v težavah, medtem ko negativno prikazovanje določenega športa lahko pomembno vpliva tudi na nadaljnje delo samega športnega novinarja. Nekdanji nemški športni novinar

Thomas Horky je v raziskavi danskega tednika *Mandag Morgen* (2005, 4) dejal, da je športni tisk v veliki meri povezan s športno industrijo. Obe strani se preživljata s prodajo dobičkonosnega produkta, kakršen je dandanes postal šport. Na ta način se je razvilo kompleksno, a zelo dinamično poslovno partnerstvo med športnimi novinarji, klubi, sponzorji, televizijskimi postajami in lastniki pravic za velike dogodke. V takšni strukturi je samoumevno, da je malo prostora za kritično in neodvisno novinarstvo. Športno novinarstvo je določeno preko mehanizmov trženja (Horky v *Mandag Morgen* 2005, 4). Športni novinarji pokrivajo produkt, ki ga trži športni delavec. Za ljudi, ki delajo v športu, je predvsem iz ekonomskih razlogov zelo pomembno, kako so športni dogodki predstavljeni v medijih. Medijsko pokrivanje namreč neposredno vpliva na njihovo popularnost in s tem posledično tudi na komercialni uspeh (Bourgeois 1995, 197). Športni novinarji in njihovi viri informacij imajo skupne interese (Snyder in Spreitzer 1984), saj sta popularnost športnih medijev in športnih dogodkov druga z drugo neločljivo povezani. Če bi novinar o določenem športnem tekmovanju ali organizaciji pisal zgolj negativno, bi ti lahko izgubili svoje privržence, pokrovitelje in s tem ne bi bili več zanimivi za javnost, kar pomeni, da tudi novinar ne bi mogel več poročati o njih.

Niso samo ekonomski razlogi tisti, ki vplivajo na povezanost športnih novinarjev s športno industrijo. Pri opazovanju športnih novinarjev pogosto dobimo vtis, da jim predstavlja užitek tako sama njihova udeležba na športnem dogodku, kot tudi možnost, da lahko z ostalimi delijo svoj interes in navdušenje (Bourgeois 1995, 195). Barnett (1990, 163) meni, da športni komentatorji delujejo in govorijo bolj kot športni navdušenci in ambasadorji, ne pa kot objektivni poročevalci. Do športa gojijo strast, pogosto so se športni novinarji v mladih letih ukvarjali s športom. Sugden in Tomlison (2007, 50) tako pravita, da ni nič nenavadnega, da se športni navdušenec, ki se ni uspel uveljaviti kot vrhunski športnik, odloči poiskati poklic, ki mu omogoča, da ostane povezan s svojo najljubšo aktivnostjo. Tako so se na primer številni profesorji športne vzgoje odločili za ta poklic, ker niso bili dovolj dobri, da bi postali profesionalni športniki. Sugden in Tomlison (2007) tudi izpostavita primer Matta Colletta, ki jima je v intervjuju priznal, da ko je ugotovil, da ni dovolj dober, da bi postal profesionalni nogometaš in igral za Tottenham, je spoznal, da je zanj najboljša možnost biti športni novinar. »Vedno sem oboževal časopise in zdaj imam to možnost, da grem iz pisarne in potujem po svetu ter ostajam v stiku s športom, ki ga obožujem. Včasih ne morem verjeti, kakšno srečo imam, saj dobivam najboljše sedeže in srečujem vse največje zvezdnike. Ko si na olimpijskih

igrah, se počutiš odlično iz osebnih in poklicnih razlogov, saj si tako športni navdušenec kot novinar« (Collett v Sugden in Tomlison 2007, 50).

### **3.3 Sodelovanje med športnimi novinarji in viri informacij**

Športni novinarji so tako kot drugi novinarji odvisni od svojih virov informacij, da lahko uspešno opravljajo svoje delo. Brookes (2002, 37) pravi, da nedvomno obstaja medsebojno odvisen odnos med športnimi organizacijami in novinarji. Športne organizacije si želijo, da se njihova podoba pozitivno predstavlja v medijih, medtem ko športni novinarji želijo imeti dostop do svojih virov. Tako kot politiki poskušajo vplivati na novinarje, ker iščejo naklonjeno medijsko poročanje (Davis 2009, 205), enako velja za športnike in predstavnike športnih organizacij.

Sodelovanje z virom informacij se kaže na več načinov. Novinar lahko pri posredovanju informacij deluje kot predstavnik službe za odnose z javnostmi in v javnost posreduje zgolj informacije, ki koristijo njegovemu viru. Bourgeois (1995) pri skupnem sodelovanju omenja, da lahko novinar deluje tudi kot ščit, ki brani ugled določene organizacije in tudi kot orožje za športne delavce, ko se znajdejo v krizni situaciji. Na drugi strani se tudi novinarjevo nasprotovanje viru informacij izraža na različne načine. Športni novinarji to počnejo s postavljanjem neprijetnih vprašanj, poročanjem o težavah neke športne organizacije, kot so na primer konflikti znotraj organizacije. Tako delujejo kot opozicija in vršijo pritisk na svoje vire informacij. Novinarji si včasih prizadevajo sogovornika ujeti v past, da javno izjavi nekaj, kar bi bilo zanj lahko neprijetno in moteče (Bourgeois 1995, 198).

Bourgeois (1995, 198) pravi, da novinarjevo obnašanje do vira informacij ni naključno in da se včasih športni novinarji namerno odločijo za konstantno menjavanje med sodelovanjem in opozicijo. Kot še trdi Bourgeois, se lahko vzpostavi tudi hierarhija stališč, tako da nekateri športni novinarji podpirajo vire informacij, medtem ko jim drugi predstavljajo oviro. Pri tem je pomembno, da obstaja uravnoteženost med športnimi novinarji, ki delajo za isto medijsko korporacijo.

Večina športnih novinarjev je hkrati športnih navdušencev, toda ta njihova strast mora biti postavljena v ozadje, ko gre za vprašanje njihovih odnosov z viri informacij (Bourgeois 1995, 195). Športni novinarji morajo ohranjati profesionalno kredibilnost. Ta zadeva je zanje nadvse

pomembna, saj so prav športni novinarji pogosto na udaru kritikov. Haslett Cuff (1994) pravi, da mnogi medijem očitajo, koliko časa in prostora namenjajo športu, saj menijo, da gre za področje, ki je postranskega pomena. Prav zaradi takšnih očitkov morajo biti športni novinarji še posebej pozorni, da se jih ubranijo (Bourgeois 1995). Rowe (2007) trdi, da je v nasprotju s prepričanjem mnogih športno novinarstvo zahtevno. Športni novinarji so namreč v konstantnem konfliktu interesov. Soočiti se morajo s konfliktom zahtev in pričakovanj svojih delodajalcev, sodelavcev in ljudi, ki delujejo v športu. To je zapletena situacija, s katero ni lahko ravnati. Prav to razmerje odvisnosti med mediji in tistimi, o delu katerih novinarji poročajo, predstavlja past, saj lahko hitro vodi do tajnega dogovarjanja ter je daleč od neodvisnega in objektivnega novinarstva (Sugden in Tomlison 2007, 53).

### **3.4 Športni zvezdniki in njihova vloga v medijih**

Od športnih novinarjev se ne pričakuje, da bi samo posredovali športni dogodek, ampak morajo dvoboje med športnimi ekipami in športniki pretvoriti v zabaven, navdušujoč športni spektakel (Corner 1984). To pomeni, da ne naštevajo zgolj suhoparnih dejstev, ampak uporabljajo bogat besedni zaklad in ustvarjajo dramo. »Televizijski novinarji, ki v živo prenašajo tekme, komentirajo dogajanje na igrišču, in to ne samo tako, da opisujejo akcije in potek tekmovanja, temveč tudi tako, da vrednotijo igro določenega športnika ali ekipe in jo neposredno primerjajo s tekmečevo. Vsak drugačen način bi bil seveda v tej zvrsti precej neprimeren, saj gre za tekmovanje, ki ga je treba ves čas spremljati kritično in tudi nekoliko čustveno« (Ropret 2004, 20). Bourgeois (1995) pravi, da je dramtizacija idealna za športne dogodke, saj je rezultat nepredvidljiv. Ker so športni dogodki postali predvsem veliki spektakli, se je v poročanje vključilo tudi vse dogajanje, ki se odvija na samem prizorišču pred in po športnem dogodku, zadeve, povezane z vodstvom športnih ekip, prav tako pa tudi javna in zasebna življenja tako športnikov kot drugih članov športnih organizacij (Bourgeois 1995, 199).

Da so športni dogodki predvsem velik spektakel, kjer novinarji iščejo izjemne zgodbe, je na primeru Petre Majdič pojasnil Gorazd Kovačič (2010). Nekdanja slovenska smučarska tekačica je bila na zimskih olimpijskih igrah v Vancouvru leta 2010 glavna kandidatka za osvojitev zlate medalje v sprintu v klasični tehniki, saj je bila v tej disciplini v svetovnem pokalu prepričljivo najboljša. Toda na ogrevanju je bila neprevidna, v enem zavoju ji je



spodrsnilo, padla je v nezavarovan jarek in se pri tem hudo poškodovala. Poškodbe prsnega koša so bile takšne, da ji noben zdravnik ne bi dovolil nastopiti na tekmi, toda Petra Majdič se na to ni ozirala in kljub hudim bolečinam vseeno nastopila. »Majdič je kot športnica posebnega formata naredila nemogoče in se z bojem do nezavesti prebila do bronaste medalje. Postala je športni in medicinski fenomen in tvorka herojske zgodbe o premoči človeške volje nad naravo in usodo. Športno novinarstvo in športna industrija, ki živita od prodaje fantazij o telesni superzmogljivosti, sta potrebovala ravno takšno zgodbo« (Gorazd Kovačič 2010).

Športni dogodki so danes dejansko veliki spektakli, kjer ni pomemben zgolj razplet tekmovanja. Na velikih športnih dogodkih mediji posebno pozornost namenjajo pogajanjem, da si zagotovijo dostop na različnih ravneh. Od povsem običajnih tekmovanj, pa do tako imenovanih oblik dostopa znotraj dostopa, do funkcionarjev, športnikov in tudi do ključnih območij, kot so hotelski lobiji in nočni lokali, kjer se zadržujejo predstavniki športnih organizacij in kjer se lahko dobijo resnične zgodbe iz zakulisja (Sugden in Tomlison 2007, 48).

Za športne novinarje so postali nadvse pomembni tudi trivialni dogodki. Na svetovnem prvenstvu v Franciji je tako brazilske novinarje precej bolj zanimalo, kaj je za zajtrk jedel njihov zvezdnik Ronaldo, kot pa nogometne zadeve iz drugih taborov (Sugden in Tomlison 2007, 50). To je povezano s statusom športnikov v družbi, uspešni športniki so namreč postali zvezdniki in imajo v družbi poseben status, podoben glasbenikom in filmskim igralcem. Športniki so vzor številnim ljudem po svetu, ki si želijo vedeti čim več o njihovem življenju. Urednik športnih vsebin najbolj branega evropskega časnika nemškega Bilda Achim Stecker je za Mandag Morgen (2005, 5) izpostavil, da na športne vsebine v veliki meri vplivajo bralci. Ljudje raje želijo izvedeti o tem, kako živijo nogometni zvezdniki, kakšne avtomobile vozijo in s kom so poročeni, kot da berejo o dopingu, sponzorskih in političnih igrah moči v športnih organizacijah. Mediji se temu primerno odzovejo in poročajo o zadevah, ki s samim športnim tekmovanjem nimajo povezave.

Televizije za športne prenose plačujejo velikanske zneske, ki se merijo celo v milijardah evrov na letni ravni, kot je to primer angleške elitne nogometne lige. Tisti, ki si zagotovijo pravice za prenašanje dogodkov, na ta način pridobijo privilegiran dostop do informacij. Lastnikom pravic športniki in trenerji morajo dajati intervjuje, imajo možnost, da prvi postavijo vprašanja in na ta način postavljajo agendo, ki ji ostali morajo slediti (Sugden in

Tomlison 2007, 51). Tako je za športne novinarje, ki ne delajo za medije, ki imajo ekskluzivne pravice za prenose športnih tekmovanj, še bolj pomembno, da vzpostavijo dobre odnose s svojimi viri, saj bodo le na takšen način lahko prišli do ekskluzivnih informacij. Pri športnih novinarjih, ki so zelo navezani na šport in si želijo imeti čim boljši dostop do svojih virov, se lahko pojavi strah, da bi izgubili svoje članstvo v elitnem klubu, če bi v nekatere teme pregloboko vrtali. In prav ta strah izkoriščajo tisti, ki si želijo, da bi določene informacije ostale skrite (Sugden in Tomlison 2007, 50). Dejstvo pa je, da so športni zvezdniki v privilegiranem položaju v primerjavi z novinarji, saj lahko izbirajo, katerim novinarjem bodo odgovarjali. Nimajo namreč težav, če z nekaterimi športnimi novinarji ne želijo govoriti, vedno bodo prišli novi z željo po opravljanju intervjujev. Športni zvezdniki in veliki klubi se tako pogosto odločijo, da kritičnim novinarjem onemogočijo dostop do intervjujev. Do njih lahko dostopa le peščica novinarjev, ki so jim naklonjeni in ti dobivajo ekskluzivne informacije (Mandag Morgen 2005, 4–5).

## **4 KATEGORIZACIJA ODNOSOV MED NOVINARJI IN VIRI**

Med ljudmi, ki drug z drugim komunicirajo, se vzpostavljajo določeni odnosi. To velja na vseh ravneh, tako v zasebnem življenju vsakega posameznika kot na delovnem mestu. Novinarji morajo komunicirati s svojimi viri informacij, da pridejo do informacij, ki jih potrebujejo za opravljanje svojega dela. Vendar komunikacija in sodelovanje med novinarji in viri ne poteka vedno na enak način, pojavljajo se različne oblike medsebojnih odnosov. Osnovno kategorizacijo smo uporabili po Shin in Cameron (2003), ki sta odnose med novinarji in njihovimi viri delila na formalne in neformalne. Toda na podlagi opravljenih poglobljenih intervjujev in ugotovitev nekaterih avtorjev (Bourgeios 1995; Kaye 1995; Cottle 2003), ki poudarjajo, da odnose med novinarji in viri informacij ni možno vedno deliti zgolj na formalne in neformalne, saj včasih vsebujejo elemente tako formalnih kot neformalnih odnosov, smo se odločili, da je treba pri raziskavi določiti še tretjo vrsto odnosov med novinarji in viri informacij. Takšne odnose, ki vsebujejo elemente tako formalnih kot neformalnih odnosov, smo poimenovali kot polformalne odnose.

### **4.1 Formalni odnosi**

Formalni viri so definirani kot viri, ki temeljijo na urejenem in zakonitem načinu, formalni odnosi so praviloma neosebni. Neosebni viri komunicirajo s skupinami ali širšim občinstvom, praviloma preko formalnih sistemov (Kaye 1995, 16). Med formalne in uradne odnose sodijo sporočila za javnost, novinarske konference, govori, intervjuji, poročila, zaslišanja, sodni postopki (Shin in Cameron 2003, 240). Sugden in Tomlison (2007, 48) pri športnih dogodkih izpostavita, da so formalni in uradni viri informacij prosto dostopni, poleg sporočil za javnost in novinarskih konferenc pa vključujejo medijske pakete, podatkovne baze organizacijskega odbora športnega dogodka in druge objavljene medijske vsebine. Za formalne odnose velja, da so strogo profesionalni, komunikacija med novinarji in njihovi viri informacij je omejena zgolj na zadeve, ki jih novinar potrebuje, da pripravi svoje prispevke.

### **4.2 Neformalni odnosi**

Medtem ko so formalni odnosi praviloma neosebni, za neformalne velja, da so osebni. Kaye (1995) izpostavi, da pri neformalnih odnosih viri informacijo podajo individualnim osebam in

ne več širšemu krogu, kot je to praksa pri formalnih odnosih. Shin in Cameron (2003, 240) pri neformalnih odnosih med novinarji in viri informacij izpostavita določene prakse. Po njunem mnenju k neformalnim oblikam odnosov sodijo neuradni klici, zasebna srečanja, sorodstvene in regijske povezave, organizirana potovanja za novinarje, dogovarjanje za oglaševanje v zameno za poročanje v medijih, uveljavljanje moči preko direktorjev ali urednikov novinarskih redakcij, osebna srečanja, kot so večerje in dobivanje v lokalih na pijači, različne aktivnosti za vzpostavljanje prijateljskih vezi, darila, brezplačne vstopnice in podkupnine.

Neformalni odnosi med novinarji in viri informacij, še posebej zasebna srečanja, sorodstvene in regijske povezave, dobivanje na večerji ali v lokalih na pijači, vodijo v vse tesnejše povezovanje med novinarji in viri informacij, ki tako lahko postanejo pravi prijatelji. Kaye (1995), ki se pri svoji analizi odnosov ni osredotočil zgolj na novinarje, pravi, da imajo menedžerji oziroma skoraj vsi iskalci informacij pogosto raje osebne in neformalne kontakte v primerjavi z objavljenimi dokumenti in formalnimi viri. »Sposoben prijatelj namreč pogosto ne zagotavlja le golih dejstev, ampak tudi svetovanje, spodbujanje in moralno podporo. On lahko ovrednoti podatke in navede najboljšo izbiro« (Kaye 1995, 17). Toda takšni viri informacij lahko hitro izrabijo prijateljstvo in posredujejo podatke, ki koristijo predvsem njim samim. Prijateljstvo med novinarji in viri informacij predstavlja konflikt interesov, saj obstaja nevarnost, da novinarji o svojih virih informacij ne bodo kritično poročali. Jeremy Whittle (2008) v svoji knjigi o zakulisju kolesarstva in o dogajanju v okviru kolesarske dirke po Franciji pojasni, kako tesni prijateljski odnosi se vzpostavljajo med športnimi novinarji in športniki. Novinarji potujejo skupaj s kolesarji, bivajo v istem hotelu, spletajo pristne prijateljske vezi in pogosto delujejo, kot da so na prizorišču za pomoč kolesarjem in ne za opravljanje novinarskega poklica. Whittle (2008) je izpostavil, da se je že zgodilo, da je novinar kolesarju pomagal pri tihotapljenju prepovedanih sredstev. V takšnem primeru ne gre zgolj za neformalne odnose med novinarji in viri informacij, ki vplivajo na poročanje, ampak je športni novinar celo sodeloval pri goljufiji.

Več avtorjev (Wulfemeyer 1985; Elliot 1997; Keeble 2001; Randall 2011) kot najpogostejše oblike neformalnih praks med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij izpostavlja prejemanje daril oziroma podkupnin. Poleg brezplačnih vstopnic za športne dogodke, ki jih novinarji prejmejo za svoje sorodnike, prijatelje in nadrejene, Wulfemeyer (1985, 59) v to kategorijo uvršča tudi brezplačno hrano in pijačo v času športnih dogodkov in na zabavah, sprejemih, novinarskih konferencah, banketih, izletih, brezplačno uporabo opreme, ki je v

lasti športne organizacije in darila oziroma promocijske izdelke, kot so oblačila, športna oprema, energijske in alkoholne pijače, šampionski prstani in podobno. Prejemanju daril so zelo podobna tudi organizirana potovanja za novinarje. Športnim novinarjem včasih potovanje, bivanje in prehrano plačujejo športne organizacije (Brooks in drugi 2011, 313). S takšnimi neformalnimi praksami nekateri novinarji dobijo možnost, da lahko poročajo o športnih dogodkih, ki se jih drugače ne bi mogli udeležiti, toda na drugi strani športne organizacije to počnejo predvsem z namenom, da si zagotovijo svoj prostor in boljšo podobo v medijih, saj »nobeno kosilo ni zastoj« (Wulfemeyer 1985, 60).

Wulfemeyer (1985, 61) poleg neformalnih praks, ki sta jih v svoji raziskavi omenila Shin in Cameron (2003), opozori, da se športni novinarji lahko znajdejo tudi v dvojni vlogi. Predvsem v preteklosti so športne organizacije najemale športne novinarje, da so na tekmovanju opravljali vlogo uradnih zapisnikarjev ali statistikov (Goodwin in Smith 1994, 104). Wulfemeyer (1985, 61) k dvojni vlogi uvršča še pisanje novinarjev za športne publikacije ali programe tekmovanj, sodelovanje pri pripravi videoposnetkov oziroma filmov športnih organizacij. Nekateri športni novinarji se s športniki dogovorijo za sodelovanje pri pripravi njihovih biografij. Mijatović (2014a) je opozoril, da je v slovenskem športnem novinarstvu predvsem prisotna dvojna vloga, ko športni novinarji poleg opravljanja novinarskega poklica istočasno delajo tudi za športne organizacije kot predstavniki za odnose z javnostmi. V takšnih primerih so posamezniki tako novinarji kot viri informacij.

### **4.3 Polformalni odnosi**

Pri odnosih med novinarji in viri informacij ni možno vselej govoriti zgolj o strogo formalnih in neformalnih odnosih. Kaye (1995, 17) pravi, da lahko pride do prepletanja, in sicer včasih viri informacij kljub povsem formalnemu odnosu podajo določeno informacijo ali nasvet ustno *off the record*, kar je sicer praksa pri neformalnih oblikah komuniciranja. Čeprav so v osnovi formalni odnosi neosebni in neformalni osebni, to ne velja vedno. Kaye (1995, 17) trdi, da menedžerji kot iskalci informacij potrebujejo predvsem zanesljive vire, zato so lahko njihovi osebni viri tudi tisti, s katerimi imajo sicer povsem formalen odnos. Pri tem še poudari, da menedžerji včasih bolj verjamejo podatkom, ki jim jih vir informacij posreduje v neformalni izjavi *off the record*, kot pa da ista oseba identične podatke predstavi v uradni izjavi.

Cottle (2003, 21–24) pravi, da je pri študiji odnosov med mediji oziroma novinarji in njihovimi viri informacij treba upoštevati širši kontekst. Tako novinarji kot viri informacij imajo svoje interese, ki jih želijo uveljaviti, ti so si pogosto precej nasprotujoči. Pri svojem delu drug drugega potrebujejo, zato se vzpostavljajo vzajemni odnosi. Bourgeois (1995, 197) omenja družbeno–kulturni kontekst, ki športnim novinarjem narekuje, da razvijajo vezi s svojimi viri informacij, pri tem pa vzpostavijo in ohranjajo družbeno distanco. Športni novinarji so nagnjeni k povezovanju s svojimi viri informacij zaradi skupnih interesov in ker se zanašajo, da jim bo sodelovanje z viri omogočilo opravljati njihovo delo. Kljub temu morajo ohranjati distanco do svojih virov, saj le tako lahko zagotovijo svojo profesionalnost in kredibilnost. Pri polformalnih odnosih gre za kompromis med novinarji in viri informacij, ki pa se lahko sčasoma spremeni in preide v formalne odnose ali še pogosteje v neformalne. Bourgeois (1995, 197) poudarja, da je takšno razmerje, ki je osnovano na povezovanju in hkrati družbeni distanci, samo po sebi zelo negotovo in predstavlja precejšnje tveganje. Če športni novinarji preveč pozornosti namenjajo pridobivanju kredibilnosti, obstaja nevarnost, da bodo izgubili zaupanje in s tem sodelovanje svojega vira. Na drugi strani v primeru pretesnega povezovanja s svojim virom informacij tvegajo, da bodo izgubili kredibilnost.

## **5 NERUTINSKE OBLIKE KOMUNICIRANJA MED NOVINARJI IN VIRI V SLOVENSKEM ŠPORTNEM NOVINARSTVU**

V slovenskem športnem novinarstvu se pojavljajo vse tri oblike odnosov – strogo formalne, polformalne in neformalne. Ideal novinarstva je, da naj bi bilo nepristransko, da naj bi bil novinar nevtralni opazovalec in poročevalec, ki ne dela razlik, pa naj bo to med političnimi strankami ali športnimi ekipami. To v našem primeru pomeni, da bi si slovenski športni novinarji morali prizadevati, da ohranjajo distanco do svojih virov informacij, da imajo z njimi formalne odnose. Toda realnost je drugačna, danes je jasno, da je objektivnost le novinarski mit, ki se v praksi ne uresničuje. Tako smo tudi pri analizi odnosov med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij ugotovili, da imajo v Sloveniji športni novinarji s športniki oziroma športnimi delavci pogosto tudi neformalne ali polformalne odnose in tako prihajajo do informacij preko neuradnih poti.

»Absolutno so odnosi z viri tudi polformalni ali neformalni. Novinar se giblje v nekem krogu in nabira informacije iz celega okolja, ne gre samo za informacijo, ki jo dobiš denimo od športnika, ampak si v središču nekega okolja, od koder prihajajo informacije. Z nekom, ki ti nekaj ponudi, si v boljših odnosih oziroma v bolj osebnih, medtem ko si z drugim v striktno formalnih,« je dejal novinar Urban Laurenčič (2014), ki je tudi navedel primer, kako se prihaja do informacij preko neuradnih poti: »Če se denimo dobim na kavi z Andrejem Miklavcem in se pogovarjava o težavah na smučarski zvezi, pri tem pa mi on razlaga določene stvari, so to že informacije, ki so pridobljene na polformalni bazi. V športnem novinarstvu gre za skupek vsega, ker si del nekega dogajanja in če zbiraš informacije oziroma če si jih pripravljen na nek način zaznati, moraš vedeti, da jih dobiš na vseh koncih.«

### **5.1 Prakse polformalnih in neformalnih odnosov**

Športni novinarji in člani športnih organizacij so povedali, kako nerutinske oblike komuniciranja potekajo v praksi. »Neformalne in polformalne prakse so takšne, novinar se lahko z virom informacij dobi ena na ena, da se kaj pomeni, da dobi občutek, vpogled v ozadje, načeloma pa komunikacija poteka preko telefonov, preko elektronskih sporočil, da se pridobi neko dodatno informacijo,« je izjavil Božidar Bulat (2014). Robert Balantič (2014) je dejal, da je sam dogovorjen z nekaterimi viri informacij, da mu kot prvemu sporočijo, če je kaj pomembnega za objavo, sam pa potem včasih te informacije objavi brez navedbe vira.

Klici med novinarji so lahko povsem neuradni, pogosto pa gre za prepletanje neuradnega in uradnega komuniciranja. »Novinarji me praviloma pokličejo, ko želijo od mene dobiti izjave. Ker smo precej v prijateljskih odnosih, se najprej pogovorimo o vseh neformalnih stvareh, šele nato izpeljemo formalni del,« je pojasnil teniški igralec Blaž Kavčič (2014).

Med neformalnimi druženji z viri informacij so športni novinarji največkrat izpostavili druženje ob pijači. »Sam grem na pijačo z ljudmi iz nogometa, pa zdaj ne govorim samo o Mariboru, o katerem največ poročam, ampak o celotni prvi slovenski nogometni ligi. Zagotovo sem bil na pijači z igralci vseh klubov, ki so bili v zadnjih letih prvoligaši, prav tako z vsemi predstavniki klubov in tudi z nekaterimi trenerji,« je priznal Balantič (2014), ki hkrati opozarja, da je v slovenskem novinarstvu to pogosta praksa: »To ne velja samo za šport, tudi politiki se družijo z novinarji na pijači, tudi tam so formalna in neformalna druženja.« Tudi Miha Šimnovec (2014) se s svojimi viri včasih družijo neformalno: »Imel sem že tak bolj sproščen pogovor z Robertom Kranjcem, kjer si sploh nisem nič beležil, samo malo sva se pogovarjala o različnih zadevah.« Poleg druženja ob pijači je večina intervjuvanih novinarjev (Balantič 2014; Bulat 2014; Mijatović 2014b; Šimnovec 2014) imela tudi izkušnje s skupnimi večerjami, ki jih predvsem na tekmovanjih v tujini občasno organizirajo predstavniki športnih organizacij.

Neformalna druženja lahko vodijo v vzpostavitev prijateljskih odnosov med novinarji in viri informacij, toda nekateri novinarji opozarjajo, da neformalnih druženj ni mogoče povsem enačiti z neformalnimi odnosi med novinarji in viri informacij. »Teško bi rekel, da imam z viri prijateljske vezi, smo dobri znanci. Če se z nekom v enem tednu trikrat srečaš, je normalno, da greš na pijačo in ti tudi kaj pove, kako je bilo. Na ta način izveš nekaj koristnih informacij, ki jih nato lahko uporabiš čez mesec ali dva, saj ni nujno, da vse takoj objaviš,« je dejal Robert Balantič (2014), ki meni, da so odnosi predvsem polformalni. Podobno razmišlja Miha Šimnovec (2014): »S skakalci sem načeloma v dobrem odnosu, ne pa ravno prijateljskem, enako velja za ostale športnike. Je nekaj izjem, s katerimi imam boljši odnos, ki zagotovo ni prav formalen, toda težko bi rekel, da z njimi gojim prijateljski odnos. Med vsemi športniki, s katerimi komuniciram, je le eden, s katerim se dejansko tudi včasih dobim in pogovarjam, ne da bi potreboval karkoli o njem napisati ter ga lahko označim kot prijatelja.«



## 5.2 Vzroki za nerutinske oblike komuniciranja

Intervjuji s športnimi novinarji in člani športnih organizacij so razkrili, da je prisotnih več vzrokov, zaradi katerih se v slovenskem športnem novinarstvu med novinarji in viri informacij vzpostavljajo polformalni in neformalni odnosi. Športni novinarji s svojimi viri informacij nerutinsko komunicirajo zaradi boljšega dostopa do informacij, želje po ekskluzivnih vsebinah, specifičnosti Slovenije in njenega medijskega trga, ki je v primerjavi z večino ostalih evropskih držav bistveno manjši, pomemben dejavnik so tudi tekmovanja in drugi športni dogodki v tujini. Ti vzroki se pogosto med seboj tudi prepletajo.

### 5.2.1 Dostop do informacij

Eden izmed glavnih razlogov, da se slovenski športni novinarji poslužujejo nerutinskih oblik komuniciranja, je želja po boljšem dostopu do informacij. »Pri formalnem dostopu pogosto naletiš na zid, medtem ko pri neformalnem ni okvirjev, ni meja. Veliko lažje se tudi pride do informacij ob pivu, vinu, večerji, kot pa na nekem formalnem druženju, na tako imenovanih on the record zadevah,« je dejal Božidar Bulat (2014), ki meni, da mu takšen način komuniciranja omogoča boljše opravljanje novinarskega poklica: »Off the record informacij nikoli ne objaviš, ampak ti pomagajo sestaviti objektivnejšo zgodbo, saj poznaš ozadje.«

Podobnega mnenja je tudi Robert Balantič (2014), ki opozarja na problematiko uradno dostopnih informacij:

*Da bi bili odnosi z viri informacij strogo profesionalni, bi bilo sicer zaželeno, vendar je vseeno to utopično pričakovati. Če bi bilo vse samo profesionalno, potem bi težko sploh govorili o virih informacij. Strogo profesionalne oziroma formalne so v glavnem piarovske informacije, ki pridejo kot uradna sporočila iz klubov ali so dostopne na novinarskih konferencah, medtem ko so ostale polformalne, nekatere tudi neformalne. Uradne informacije so najmanj zanimive, zato vsak, ki dela v tem poslu, ve, da mora uporabljati čim več drugih virov. Treba si jih je zagotoviti, ker se medijski svet tako vrti, da so tiskovne konference najmanj zanimive, ker tam vsak pove tisto, kar hoče, novinarje pa včasih bolj zanima ozadje (Balantič 2014).*

Pri zgolj formalnih oblikah komuniciranja obstaja dvom, da ima športnik oziroma športna organizacija prevelik vpliv in tako na uradnih dogodkih predstavi le svojo plat zgodbe. »Razumljivo je, da klubi, ki delujejo v športu, enako velja denimo tudi za politične stranke, na

tiskovnih konferencah predstavljajo svojo resnico, ki ni vedno stoodstotna, včasih se razlikuje od te, ki jo imamo mi ali javnost. Zato poskušaš priti do prave resnice, ne tiste, ki ti jo nekdo poskuša predstaviti. Pri novinarskih konferencah bistvo prevečkrat ostane skrito,« je pojasnil Balantič (2014). Da same uradne novinarske konference pogosto za novinarje niso najbolj koristne, se strinja tudi Miha Šimnovec (2014): »Tisto, kar se pove na novinarskih konferencah, praviloma ni tako zanimivo. Največ informacij se izve oziroma dobi po novinarski konferenci, ne na njej.« Za dostop do takšnih informacij pa morajo novinarji imeti dober odnos s svojimi viri, saj jim športniki oziroma športni delavci zaupajo stvari, ki velikokrat niso namenjene za javno objavo. »Boljši dostop do informacij je eden izmed razlogov za odstop od formalnega odnosa med novinarji in njihovimi viri informacij. Sam se zelo poslužujem tega, da dam sogovornikom možnost, da lahko povedo zadeve tudi off the record. Skoraj vsakemu to rečem, če vidim, da gre za nekaj posebnega in si želi, da bi se zadržalo. Tega se nato tudi držim in je v bistvu le za mojo vednost,« je dejal Šimnovec (2014).

Pri dostopu do informacij je treba izpostaviti še eno značilnost, ki je specifična za šport oziroma športno novinarstvo. Večkrat pride do situacije, ko je novinar v podrejenem položaju v primerjavi s športnikom, tako da se mora prilagajati, če želi priti do informacij.

*Šport je specifično okolje, ki je zagotovo drugačno od politike. Politik ve, da ga pojavljanje v javnosti ohranja živega. Ne glede na to, v kakšnem odnosu bo z njim novinar, bo on z njim sodeloval, iskal bo pozornost, medijski čas, iskal bo pot do javnosti, do volivcev. Medtem ko so športniki, kot denimo Tina Maze, Jasmin Kurtič ali Milivoje Novaković, v svoji karieri zaslužili toliko, da so preskrbljeni in ti mene absolutno več ne potrebujejo, da opravljajo intervjuje oziroma da se z menoj pogovarjajo zato, da bodo prišli v javnost. To je njihova dobra volja (Laurenčič 2014).*

Kljub temu so športniki vseeno precej odvisni od medijev. Zoin in drugi (2011, 80–81) poudarjajo, da so prav mediji omogočili športu, da se je iz ljubiteljske dejavnosti prelevil v nadvse prepoznavno in popularno globalno industrijo.

*Če ne bi bilo medijev, športnikov praktično nihče ne bi poznal. Če ne bi bilo medijev, ljudje ne bi poznali Messija. Če ne bi bilo medijev, Messi zagotovo ne bi toliko zaslužil. Nekateri športniki se tega zavedajo, enim je komunikacija z novinarji celo v*

*veselje, drugi to vzamejo kot dolžnost, ampak pri mnogih se pa zgodi, da ko imajo enkrat na računu milijone evrov, potem vse to pozabijo. Bode Miller je tako vmes prenehal dajati intervjuje in se začel precej grdo obnašati do novinarjev, pa v bistvu, če na alpskem smučanju ne bi bilo novinarjev, tudi on ne bi imel svojih milijonov. Ravno zaradi tega pa moramo mi športni novinarji gojiti neko bolj prijazno sceno oziroma moramo biti bolj vljudni. Na drugi strani denimo Slavko Bobovnik ne potrebuje biti prijazen s Karlom Erjavcem, pa bo ta vseeno prišel v Odmeve vsakič, ko ga bodo povabili. Če pa jaz nisem prijazen do Samirja Handanovića, on ne bo prišel. Sam pa bi zaradi programa, gledanosti, zaradi vsega rad ponudil največjega zvezdnika v reprezentanci, zato moram z njim imeti vsaj normalen spoštljiv odnos (Laurenčič 2014).*

Pri športnikih, ki v svoji karieri še niso zaslužili toliko denarja, da bi si zagotovili eksistenco, je situacija seveda drugačna. Ti potrebujejo pojavljanje v medijih, tako da imajo športni novinarji v teh primerih proste roke, kakšen odnos bodo imeli s svojimi viri informacij. Enako velja tudi za športne organizacije, klube, ki morajo vsako leto pridobiti določeno višino finančnih sredstev za svoje delovanje, za pridobitev ali ohranitev sponzorjev se morajo pojavljati v medijih in graditi svojo javno podobo.

Novinar Večera Zoran Mijatović (2014b) se ne strinja s tem, da so za boljši dostop do informacij potrebne nerutinske oblike komuniciranja. »Sam ne občutim tega, da bi bil zaradi bolj formalnih odnosov do česa prikrajšan. Vedno, ko kaj želim, pokličem predstavnika za odnose z javnostmi pri tistem klubu, organizaciji ali zvezi, in mi ta uredi pogovor, tako da nimam nobenih težav pri opravljanju svojega dela,« je dejal Mijatović (2014b).

### **5.2.2 Ekskluzivnost**

V povezavi z dostopom do informacij in odnosi med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij je treba izpostaviti ekskluzivne informacije. Medijske hiše in novinarji se borijo za »scoop«, za ekskluzivnost (Bourdieu 2001), vsi si želijo prvi objaviti pomembne novice. Za doseg tega cilja pa se morajo prej dogovoriti s svojimi viri, da jim posredujejo takšne informacije in pri tem gre praviloma za neformalno komuniciranje. Športni novinarji si tako v želji po dostopu do ekskluzivnih informacij prizadevajo dobiti zaupanje športnikov in

športnih delavcev in ob tem prestopajo meje strogo profesionalnega odnosa. Davies (1991, 207) trdi, da ima vsak športnik enega ali dva novinarja, ki jima zaupa in med njimi nato prihaja do skritih prijateljstev in dogovorov.

Robert Balantič (2014) dostopu do ekskluzivnih informacij pripisuje velik pomen: »Vsak športni novinar si prizadeva, da bi imel ekskluzivo, to je povsem jasno in logično. Sam se dogovarjam oziroma sem dogovorjen z določenimi viri informacij, da mi kot prvemu novinarju sporočijo, kakšne so najnovejše novice. Tako imam ekskluziven dostop, vendar moram poudariti, da še nikoli noben vir od mene za takšne informacije ni zahteval ničesar v zameno.« Miha Šimnovec (2014) se prav tako še ni srečal z zahtevami svojih virov pri pridobivanju ekskluzivnih informacij: »Ne, tega ni bilo. Pojavile so se le želje, da so me prosili, če kakšne informacije, ki sem jo dobil, ne objavim takoj, ampak naj počakam kakšen dan ali dva.« Drugačne izkušnje ima Božidar Bulat (2014), ki je priznal, da viri od novinarjev pričakujejo določene stvari v zameno za ekskluzivne informacije: »Lahko rečem, da so tovrstni pritiski. Če ti grede oni na roko, pričakujejo, da boš tudi ti šel njim. Lep slovenski pregovor na to temo je, da nobeno kosilo ni zastoj. Da bi se ponujalo neke denarne zneske ali karkoli pod mizo, da bi se situacija predstavila v boljši luči, s tem se pa še nisem srečal. To se dogaja na veliko višjem nivoju, se pa vsekakor dogaja.«

Ekskluzivne informacije se v medijih večinoma objavljajo na dva načina. Prvi je objava ekskluzivnega intervjuja ali izjave vira informacij, medtem ko pri drugem načinu ni točno jasno, od kod je prišla informacija. V takšnih primerih novinarji ne navedejo svojega vira, ampak praviloma povedo oziroma zapišejo, da so informacije dobili iz dobro obveščenih virov, da jim jih je zaupal neimenovan vir in podobno. »V nogometu je ekskluzivnih informacij brez navedenega imena vira veliko, še posebej kadar gre za prestopne nogometašev. Seveda si vsi želimo, da bi lahko objavili, kdo nam je zaupal informacijo, vendar vedno to ne gre. Naš cilj je čim prej posredovati pravo informacijo v javnost, medtem ko nogometaši in klubi uradno ne morejo govoriti, dokler posel ni dokončan, zato se informacije objavijo na takšen način,« je razlog za neimenovanje vira razložil Balantič (2014), ki takšen način vidi kot pravi kompromis med športnimi novinarji in njihovimi viri, od katerega imata korist obe strani. Bulat (2014) se prav tako strinja, da so situacije, v katerih se ni mogoče izogniti skrivanju identitete virov, če se želi priti do ekskluzivne informacije: »Ko se denimo ugiba o novem selektorju slovenske nogometne reprezentance, ti pomagajo samo neformalne ali

polformalne oblike odnosov, formalne informacije oziroma formalne poti ti ne bodo prinesle potrebnih informacij. Te dobiš šele, ko je selektor že uradno potrjen.«

Na dostop do ekskluzivnih informacij v športnem novinarstvu vpliva tudi to, ali je novinar specializiran za posamezen šport. »Sam poročam o precej širokem spektru športov in enostavno bi bilo prezahtevno, da bi v vsakem športu imel kakšno ekskluzivo. Nekateri novinarji so specializirani predvsem za določene športe in jim to mogoče res bolj koristi pri pridobivanju ekskluzivnih informacij. Če novinar pokriva samo en šport ali dva, lažje vzpostavlja neformalne stike,« je dejal Zoran Mijatović (2014b), ki opaza, da je dajanje ekskluzivnih informacij precej odvisno tudi od športa, o katerem novinar poroča: »Če pogledamo košarko, o kateri največ poročam, imam občutek, da v košarki to ne deluje tako, da bi neformalni odnosi kaj veliko prinesli. Morda bi izvedel, če je kdo bil kdaj kje pijan ali kakšno podobno družinsko malenkost, kar se samega športa tiče, pa ne bi dobil veliko več informacij, četudi bi cel dan neformalno klical okoli.« V primerjavi z nogometom torej v košarki ni prisotno veliko dogovarjanja za dajanje ekskluzivnih informacij. To je potrdil tudi Matej Avanzo (2014), ki je bil do septembra 2015 direktor članskih reprezentanc in namestnik generalnega sekretarja pri Košarkarski zvezi Slovenije:

*Komuniciranje z mediji oziroma novinarji temelji na nekem strogo formalnem odnosu, ni teh prodajanj informacij. Skozi izkušnje smo se vsi naučili, da če nekomu nekaj posreduješ, ni nikoli dobro. Pri teh stvareh imamo na košarkarski zvezi zelo jasna stališča, noben novinar ne more priti do informacij mimo drugega. Če gre za neke ključne informacije, kot je denimo, kdo bo uvrščen med dvanajsterico v reprezentanci ali kakšne druge pomembne stvari, jih ne more nihče iz naše hiše izvedeti off the record. V Sloveniji smo tako majhen trg, da novinar ne bo prodal toliko izvodov časopisa več, da bi obogatel, če bi dobil neko ekskluzivno informacijo. Po mojem mnenju se je vsaj v športu ta ekskluziva v zadnjih letih zelo umirila (Avanzo 2014).*

Vse ekskluzivne informacije, ki se pridobijo, niso nujno tudi primerne oziroma relevantne, novinarji morajo presoditi, ali jih je smiselno objaviti. Gre predvsem za podrobnosti iz zasebnega življenja športnikov, ki načeloma nimajo neposredne povezave z dosežki na tekmovanjih. »Seveda si vsak novinar želi priti do ekskluzivnih informacij, vendar sam si nikakor ne želim rumenih ekskluziv. Situacija pa je na žalost takšna, da praviloma najlažje dobiš prav tračarske ekskluzive, predvsem kakšna obrekovanja. Meni to ni v interesu, tudi časopis načeloma naj ne bi deloval na tej osnovi, čeprav je to bolj teorija kot praksa,« je dejal

Zoran Mijatović (2014b). Z njim se strinja Urban Laurenčič (2014), ki željo po ekskluzivnih informacijah iz zasebnega življenja vidi kot precejšnjo težavo: »Dejstvo je, da gre družba v neko smer, ki meni ni všeč. Ljudje gledajo Kmetijo, radi bi brali, kje je zadnjo noč spal ta in ta nogometaš, še posebej, če je poročen in ni bil pri ženi. Takšne stvari se danes dobro prodajajo. Ker imaš take medije, se potem iščejo take zgodbe. Sam pa kot povsem profesionalen športni novinar, ki na srečo nisem na takem mediju, da bi si moral s takšnimi zgodbami dvigovati gledanost, z obžalovanjem ugotavljam, da gre trend v to smer.«

Športniki in športni delavci ekskluzivne informacije zaupajo tistim novinarjem, s katerimi se dobro razumejo in imajo tudi osebni stik. »Na kakšen način bo novinar na koncu vse skupaj zapisal, je povsem njegova odločitev, toda vsekakor je res, da če se z novinarjem za intervju dobiš na pijači, je na ta način lažje priti do informacij, ki jih drugače ne bi izvedel, če ne bi bilo osebnega stika,« je dejal deskar na snegu Žan Košir (2014). Tudi teniški igralec Blaž Kavčič (2014) priznava, da z nekaterimi novinarji komunicira drugače kot z ostalimi:

*S tremi ali štirimi novinarji se res dobro razumem. Povem jim precej takšnih stvari, za katere jim na koncu rečem, naj jih ne napišejo. Kot primer lahko dam zadevo z mojo nogo, zaradi katere sem moral predati dvoboj tretjega kroga na odprtem prvenstvu ZDA. Približno smo že vedeli, za kaj gre, domnevali smo, koliko časa bo trajalo, da se bo poškodba sanirala, ampak nismo še želeli dati te novice v medije. Sam sem tem novinarjem, ki jim zaupam, povedal, kakšna je situacija, ampak ker vse ni bilo še stoo odstotno, sem jim dejal, naj o tem še ne pišejo. To sicer niso mogli uporabiti kot ekskluzivno informacijo, so pa imeli boljšo predstavo o moji poškodbi (Kavčič 2014).*

Dušan Gorišek (2014), ki je bil v času opravljanja intervjuja predsednik zbora in odbora za alpsko smučanje, je poudaril, da je pred dajanjem ekskluzivnih informacij treba dobro premisliti: »Seveda so me novinarji večkrat prosili, da bi jim dal kakšno ekskluzivo, a pri tem je treba biti previden. So zadeve, ki so morebiti v interesu alpskega smučanja, da se pojavijo v medijih, medtem ko so prav tako tudi takšne, za katere menimo, da je zagotovo bolje, da ne pridejo v javnost. Nekatero zadevo je treba zadržati zase in takrat novinarjem ne ustrezem v njihovi želji po ekskluzivni informaciji.«

Poseben način podajanja ekskluzivnih informacij pa imajo pri mariborskem nogometnem klubu. Zgledujejo se po delovanju velikih klubov iz tujine, športni direktor Zlatko Zahovič (2014) svoje izkušnje, ki jih je pridobil v času igralske kariere, ne uporablja le na športnem

področju, ampak tudi pri komunikaciji z mediji. »Vsi tisti, ki smo povezani z mediji, se moramo zavedati, kam spadamo. Se pravi, če je nekdo v gospodarstvu, menim, da je pametno, da je z mediji s financami v dobrih odnosih. Mi smo športni kolektiv in kolikor vem, imamo samo en športni časopis, to je Ekipa, zato je normalno, da so oni tisti, ki dobijo največ informacij. Tako je v Španiji, tako je v Italiji. Tisto, kar zanima tako klub kot medije, se v časopisu objavi. To je povsem jasno,« je dejal Zahović (2014), ki je razložil, kakšen pomen ima v tujih državah ekskluziven dostop do informacij:

*Tam je vse skupaj celo nekoliko grobo. Če Real Madrid časniku Marca ne da novice ali je kje drugje prej objavljena, se klub znajde v težavah. Če na primer drugi madridski športni časnik As prvi objavi katerokoli informacijo o kraljevem klubu, je gonja proti predsedniku, trenerju takšna, ki je ne moreš zaustaviti. Sam menim, da je tako prav. Enako je tudi na Portugalskem, A Bola ima popolno ekskluzivo za Benfica, O Jogo za Porto, nemogoče je, da kdo dobi prej informacije, to se enostavno ne sme pripetiti. To je neka vzajemnost, ki se mora spoštovati. Mi sicer imamo mile medije in mile odnose, ker pri nas mora biti vse iskreno in pošteno. Kaj pa je to iskreno in pošteno, je pa zelo veliko vprašanje (Zahović 2014).*

### **5.2.3 Specifičnost Slovenije in njenega medijskega trga**

Medije poznajo povsod po svetu, vendar se posamezni medijski sistemi od države do države razlikujejo. Tako se razlikujejo tudi odnosi med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij, zato je treba vzeti v kontekst značilnosti posamezne države.

*Slovenija je majhna država, novinarji se s svojimi viri informacij neprestano družijo, zato prihaja do takšnih pojavov. Drugače je, če delaš v samem Londonu, kjer večina novinarjev, tudi tam so sicer nekatere izjeme, ki imajo dostop do kluba in telefonske številke trenerja in ga tako lahko pokličejo kadarkoli, ampak večinoma so tam res omejeni na tiskovne konference, ne poznajo se med seboj, ta distanca pa je narejena tudi zaradi tega, ker so angleški mediji navajeni, da iščejo samo senzacije, nekaj grdega. Pri nas tega ni toliko, tu so drugačna pravila, do telefonskih številc prideš brez težav. Vendar je treba poudariti, da to v Sloveniji ne velja samo za šport, tudi politiki se družijo z novinarji na pijači, tudi tam so formalna in neformalna druženja (Balantič 2014).*

Majhnost države in s tem posledično medijskega trga kot razlog za odstop od formalnih oblik odnosov med novinarji in viri informacij izpostavi tudi Zoran Mijatović (2014b): »Slovenija je majhna država, vsi se med seboj poznajo, poleg tega je vse skoncentrirano praktično na enem mestu, predvsem v Ljubljani. Če si pri nas tri, štiri leta športni novinar, že poznaš vse.« V Sloveniji je več povezanosti med športnimi novinarji in športnimi delavci, slednji so večkrat skoraj prisiljeni dobro sodelovati z mediji. »Pri nas je veliko teh lokalnih vplivov. Funkcionarji morajo iskati sponzorje, zato morajo biti prisotni v medijih, s tem si morajo iskati naklonjenost novinarjev. Seveda nato novinarji to malo izkoristijo in potem pride do povezovanj, kar pogosto vodi v neformalna druženja in izgubo kritične distance,« je izpostavil Mijatović (2014b).

Še bolj kot novinarji so majhnost države kot vpliv na odnose med novinarji in viri informacij izpostavili športniki in športni delavci. »Dejstvo je, da je Slovenija majhna, zato je zelo težko, da so odnosi med novinarji in ljudmi iz športa zgolj uradni. Nas je dva milijona, vsi smo vsakemu sosed, naše drevo je eno drugemu zelo blizu, tako da so ti odnosi spontani. Drugo pa je v Evropi, kjer je precej večje tržišče, tam so odnosi med športnimi novinarji in njihovi viri informacij bolj profesionalni, ampak tudi delujejo na zelo podoben način,« je razložil Zlatko Zahović (2014). Včasih prihaja tudi do tega, da neformalni odnosi niso le posledica pogostega sodelovanja med novinarji in viri informacij, ampak se novinar in športnik oziroma športni funkcionar poznata že od prej, tako da imata že vrsto let poseben odnos. »Eden izmed bratov Dragić ima denimo najboljšega prijatelja prav iz novinarskih krogov. Tako se normalno primeri, da smo zbrana ozka košarkarska družba in je tudi on zraven na večerji. Takšne stvari so nekaj povsem običajnega v Sloveniji, ker smo tako majhni, da vsak vsakega pozna,« je zadevo na primeru predstavil Matej Avanzo (2014).

Pri medijskih hišah je praksa, da je en novinar določen za pokrivanje enega ali celo več športov, seveda so tudi mediji, kjer več novinarjev poroča o enem športu, toda v obeh primerih je tako, da s posameznim virom informacij praviloma komunicira en novinar vsakega medija, ostali zelo redko. To tudi vpliva na povezovanje med obema stranema in izgubo formalnosti. »Praktično so vedno eni in isti novinarji, ki poročajo o mojih nastopih, tako da se vsi med sabo poznamo, zato tudi odnosi niso strogo formalni,« je dejal Žan Košir (2014), ki je izpostavil tudi lahek dostop novinarjev: »Več ali manj vsi imajo mojo telefonsko številko, da me pokličejo, ko želijo mojo izjavo. To je po mojem mnenju precej osebna zadeva.« Teniški igravec Blaž Kavčič (2014) je odkrito priznal, da pogosto sodelovanje z



novinarji pripelje do neformalnih odnosov: »Pri meni je tako, da večinoma eni in isti novinarji pišejo o tenisu in me kličejo, tako da smo nekako kar na ravni precej prijateljskih odnosov. Praviloma se najprej pogovorimo o vseh ostalih stvareh, šele nato izpeljemo tisti formalni del. Zgolj formalni odnos bi bil mogoč le v primeru, če novinarja ne bi poznal osebno, ampak večinoma te novinarje osebno poznam, tako da jim povsem zaupam in se tudi bolj prijateljsko pogovarjamo.« Po njegovem mnenju je težko ohranjati strogo profesionalen odnos, če z nekom pogosto komuniciraš. Poleg tega se delno spremeni tudi način komunikacije.

*Ko daš recimo dvajsetkrat enemu in istemu človeku intervju, ga tudi malo bolje spoznaš, mu poveš stvari, ki jih ne želiš, da se napišejo in mu zaupaš, da tega ne bo storil. Mislim, da do neformalnih oblik odnosov pride ravno skozi čas. Več intervjujev opraviš, več tudi izveš o novinarjih, več oni o tebi, vprašanja so zato mogoče drugačna, kot so bila na začetku. Oni me namreč zdaj precej bolje poznajo, vedo, česa ne smejo direktno vprašati, tako da menim, da je zelo pomembno, če delaš z istimi novinarji na daljši rok, da izoblikuješ takšen odnos (Kavčič 2014).*

#### **5.2.4 Dogodki, tekmovanja v tujini**

Pri vzpostavljanju neformalnih odnosov med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij imajo pomembno vlogo dogodki oziroma tekmovanja v tujini. Športni novinarji potujejo skupaj s športniki in predstavniki športnih organizacij, lahko spijo celo v istih hotelih. Tako so novinarji ves ta čas v intenzivnem osebnem stiku s svojimi viri, ne zgolj na samem tekmovanju, kar nedvomno poveča verjetnost, da bo prišlo do neformalnega povezovanja.

##### *5.2.4.1 Komuniciranje s športniki in strokovnim vodstvom*

Športniki in trenerji morajo biti osredotočeni na svoja tekmovanja, potrebujejo mir, da lahko uspešno opravijo svoje delo. »Spimo v različnih hotelih. Menim, da je tako tudi prav, ker vsak športnik ima neke svoje rituale in ni treba, da novinar vse to vidi ali že s svojo prisotnostjo na nek način celo moti njegovo pripravo,« je dejal Urban Laurenčič (2014), ki je prepričan, da je takšen način najboljši tako za športnikovo pripravo kot tudi za opravljanje novinarskega poklica. »Če bi se s športniki in trenerji dobivali izven uradnih terminov, bi slej kot prej v javnost prišlo nekaj, kar sploh ne bi bilo treba. Prav je, da smo vsak na svojem, hkrati pa je

prav tudi, da jih obiščemo, da jih pozdravimo, da jih povprašamo po novih zadevah, po aktualnih novicah – kako so pripravljene, kaj so delali – da lahko nato javnosti postrežemo s tistimi informacijami, za katere menimo, da so relevantne in primerne, da pridejo v javnost,« je pojasnil Laurenčič (2014).

Predstavniki medijev imajo na tekmovanjih v tujini praviloma omejen dostop do športnikov. Pri nekaterih športnih organizacijah novinarjem do potankosti določijo, kje in kdaj lahko komunicirajo s športniki in trenerskim osebjem.

*Sam sem v tej situaciji, da potujem skupaj z NK Mariborom na evropske preizkušnje, ampak edini stik z njimi – takšna so določena pravila igre, ki se jih poskušamo vsi držati, predvsem pa mi novinarji – je na letališču pred odhodom, kjer je za vse novinarje organizirana novinarska konferenca, na letalu moramo nato člane mariborske odprave pustiti pri miru. Na letališču po prihodu na prizorišče dvoboja pa spremljevalci, ki spremljamo ekipo, gremo v svoj hotel, ekipa gre svojo pot, biva v drugem hotelu, tako da je edini stik uradna tiskovna konferenca pred tekmo in na to so na voljo še po tekmi v mešani coni. To velja za ekipo, za igralce (Balantič 2014).*

Podobne izkušnje ima tudi Božidar Bulat (2014), ki prav tako največ časa pokriva nogomet, a hkrati opozarja, da se situacija spreminja od športa do športa:

*Nogomet je šport znotraj športa, je petkrat bolj organiziran, na petkrat višjem nivoju kot ostali. Če recimo damo za primer košarkarje, tam je veliko tega neformalnega druženja. Če greš na tekmo z nogometno reprezentanco, si sicer na istem letalu, ampak takoj ko pristanemo, gredo oni v svoj avtobus, novinarji pa v svojega. Prav tako spimo v različnih hotelih in preprosto ni tistega neformalnega druženja, ki bi moralo biti. Je pa tudi res, da večkrat, ko greš, bolj te spoznajo, bolj se ti zaupajo in ti podajo kake informacije, ki jih sicer ne bi (Bulat 2014).*

Bulat (2014) je omenil, da se košarkarji na tekmovanjih v tujini neformalno družijo z novinarji, toda Matej Avanzo (2014) poudarja, da je pri košarkarski reprezentanci podobno kot pri nogometu: »Novinarji so v bistvu čisto v svojem sklopu, s svojim prevozom, skratka, stik z novinarji je samo takrat, ko ga bodisi dogovorijo organizatorji, torej recimo zadnjih deset minut treningov in da se po treningu poda neka izjava, po tekmah v mešani coni, bodisi če mi dovolimo našim novinarjem, praviloma so zainteresirani predvsem slovenski novinarji,

naredimo tudi neko posebno novinarsko konferenco, denimo v hotelu med prvenstvom.« Pri košarkarski zvezi so dejali, da je situacija zelo podobna tudi pred svetovnim ali evropskim prvenstvom, ko se pripravljajo v domačem okolju. »Med pripravami vse delamo preko naše službe za odnose z javnostmi in noben igralec ali član štaba ne sme komunicirati z novinarjem, če to ne gre preko piarja. Najprej je bilo s tem kar nekaj dela, da smo dosegli tak nivo, ampak zdaj vsi vidijo, da imajo igralci in trenerji manj dela z novinarji, kot so ga imeli prej in vsi spoštujejo to pravilo,« je pojasnil Matej Avanzo (2014).

Ali novinarji potujejo skupaj s športniki, je odvisno tudi od posameznega športa oziroma še bolj od oddaljenosti prizorišč. »V glavnem potujem sam oziroma skupaj z ostalimi novinarskimi kolegi, s samimi športniki precej bolj redko. Če gremo na pot z letalom, potem pa seveda potujemo skupaj, a tudi v teh primerih se pogosto zgodi, da gredo športniki kakšen dan prej na prizorišče dogodka, tako da potem potujemo bolj s športnimi funkcionarji,« je dejal Miha Šimnovec (2014), ki pokriva predvsem smučarske skoke. Pri zimskih športih je običajna praksa, da športniki in njihovi spremljevalci po Evropi večinoma potujejo s kombiji, zato je razumljivo, da novinarji na posamezna prizorišča potujejo ločeno.

Zoran Mijatović (2014b) izpostavlja, da sami novinarji večinoma nimajo možnosti odločanja, kako bodo potovali: »Ko grem na mednarodno tekmovanje, ni od mene odvisno, če potujem skupaj s športniki ali ne. To praviloma pri nas organizirajo kar mediji, v mojem primeru je to Večer, večinoma pa ne potujem s športniki.« Vendar vedno niso mediji tisti, ki se ukvarjajo z logistiko novinarjev, včasih za potovanja vseh poskrbijo tudi same športne organizacije. »Z judoisti smo skupaj šli na evropsko prvenstvo, ker judo zveza organizira potovanja tudi novinarjem na velika tekmovanja. Zdaj mislim, da jim tudi financira, takrat jim sicer ni. Tako oni vse to uredijo. Enkrat sem šel na tekmovanje tudi skupaj z atleti in spomnim se, da sem na letalu sedel z enim od trenerjev naših atletinj, in sicer s trenerjem Tine Šutej, ampak kot sem že dejal, to ni od mene odvisno. Če to vpliva pri poročanju, bi pa težko rekel,« je razložil Mijatović (2014b).

Na tekmovanjih v tujini stikov med novinarji ter športniki in strokovnim vodstvom izven uradnih terminov praviloma ni. To še posebej velja za obdobje pred in med samim tekmovanjem, toda po zaključku nastopov včasih prihaja do izjem. Športni direktor nogometašev Maribora Zlatko Zahovič (2014) je priznal, da v primeru uspeha proslavljajo skupaj z novinarji:

*Neformalnega druženja z novinarji je zelo malo, toda kadar se zmaga, je vedno zabava in novinarji so tudi ljudje, zato so vedno dobrodošli. Ko zmagamo proti nasprotniku iz druge države, je tako, da so vsi veseli. Kdor novinarja sprejme kot sovražnika, ta ne more delati v nogometu. On je oseba, ki mora pisati tako kritično kot pozitivno, toda na koncu je tudi človek, tudi on se ob zmagah rad veseli. To je normalno, je pa res, da se to potem ne napiše, ker ne sodi zraven. Vsaj kar se tiče Maribora, imamo mi v Sloveniji odlične odnose, novinarji so vedno dobrodošli, seveda pa vedo, kje je meja. Ja, ob porazih je kritika obvezna (Zahović 2014).*

#### 5.2.4.2 Komuniciranje s predstavniki športnih organizacij

Za športnike in trenerje je povsem razumljivo, da potrebujejo svoj prostor in čas, da se pripravijo na nastope, toda večinoma na tekmovanjih v tujini niso sami. Pogosto z njimi odpotujejo tudi drugi predstavniki športnih organizacij, ki niso ves čas stoodstotno osredotočeni na samo tekmovanje, ampak imajo na voljo več prostega časa, tako da je verjetnost vzpostavljanja dodatnih stikov z novinarji bistveno večja.

Odnosi med novinarji in športnimi funkcionarji bi morali biti enaki kot med novinarji in športniki. Sugden in Tomlison (2007, 53) izpostavljata, da tudi tesni odnosi med novinarji in tistimi, ki vodijo šport, ogrožajo objektivno in kritično novinarstvo. »Sam zagovarjam stališče, da ni velike razlike med tekmovalcem ali funkcionarjem. On v končni fazi opravlja čisto poklicno funkcijo, ki je pač povezana s športom, na prizorišču je zato, da tam opravlja svoje naloge, tako da moram priznati, da sam povsem enako kot pri športnikih postopam tudi pri funkcionarjih,« Urban Laurenčič (2014) meni, da morajo biti odnosi z vsemi člani športnih organizacij na enakem nivoju. Z njegovim stališčem se strinja Zoran Mijatović (2014b), ki ima podobne izkušnje: »Tudi s funkcionarji se ne družim, ker večinoma je tako, da so kar cele ekipe skupaj. Oni so skupaj v svojih hotelih, novinarji smo vedno v drugih hotelih, tako da neformalnih druženj tukaj ni. Če koga potrebuješ, seveda pokličeš, prideš do hotela, opraviš tudi kakšen intervju. Smo torej posebej ločeni, tako da se v tujini novinarji družimo med seboj, predstavniki zvez so skupaj s športniki in neformalno naj se jih ne bi motilo.«

Pri košarkarski zvezi se večinoma držijo tega, da razlik glede druženja z novinarji pri športnikih in funkcionarjih ne bi smelo biti. »Ni nekega druženja z novinarji oziroma je zelo

omejeno. Mogoče ima naš predstavnik za odnose z javnostmi nekaj več tega stika, ker mu je to poklicna dolžnost. Praviloma se ne dogaja, da bi se ostali družili z novinarji v času tekmovanj ali priprav izven teh poklicnih obveznosti, včasih se mogoče te podaljšajo še za kakšno kavo ali kaj podobnega,« je dejal Matej Avanzo (2014).

Novinarji se na tekmovanjih v tujini večinoma družijo med seboj, toda včasih jim družbo delajo tudi predstavniki športnih organizacij. »Tako je, v tujini se bolj kot s športniki ali trenerji dobivamo s funkcionarji, ampak težko bi rekel, da se s temi funkcionarji prav na veliko družimo. Pri meni se pozna malo razlika v letih, starejši novinarji se pogosteje dobivajo s funkcionarji, ki so praviloma starejši. Sam se bolj družim z novinarskimi kolegi. Včasih pa pride tudi do kakšne skupne večerje. Če smo denimo na nekem prizorišču sedem dni, se en večer skupaj družimo,« je pojasnil Šimnovec (2014), ki je omenil vpliv starosti. Ko so na športnih dogodkih v tujini, tako novinarji kot športni funkcionarji niso zaposleni 24 ur na dan, njihove družine praviloma niso zraven, zato prihaja do tesnejšega povezovanja med vrstniki.

Nogometna zveza Slovenije novinarjem točno določa, kdaj imajo lahko stike z nogometaši in selektorjem, za neformalna druženja na mednarodnih tekmah ni prostora, toda situacija je povsem drugačna, ko gre za funkcionarje zveze. »Z njimi pa je zelo veliko neformalnih pogovorov. Tako s predsednikom nogometne zveze, kot s finančniki, podpredsedniki in ostalimi, tu je veliko neformalnega druženja, predvsem v tujini. Z uradniki je zgodba povsem drugačna kot s športniki,« je priznal Božidar Bulat (2014). Na ta način se s predstavniki zveze spletejo tesnejše vezi, tema je v večini primerov nogomet, pogosto tudi dogajanje okoli reprezentance in novinarji tako z neformalnimi druženji pridejo do informacij, ki jih sicer ne bi dobili. »Seveda, z druženjem s funkcionarji prideš do informacij, ki jih nato uporabiš. Spet gre za off the record informacije, ki jih izkoristiš, da nato narediš dobro on the record zgodbo,« je dejal Bulat (2014).

Da je situacija pri druženju s predstavniki športnih organizacij povsem drugačna kot pri samih športnikih, iz lastnih izkušenj ugotavlja tudi Robert Balantič (2014). Na druženje s športnimi funkcionarji vpliva tudi velikost kraja, kjer se odvija mednarodna tekma. »Lagal bi, če bi rekel, da tega druženja ni. Se zgodi, včasih pade kakšna pijača, tudi na dan tekme, če je čas in nismo daleč narazen. Če smo v kakšnem manjšem mestu, skočimo do hotela in na kavo. Ali pa po treningu, ko dokončaš svoje delo in ko predstavniki kluba opravijo svoje, včasih pride

do skupne večerje. Tako da drži, neformalna druženja so prisotna,« je poudaril Balantič (2014), ki se strinja, da se na ta način izboljšujejo odnosi med obema stranema in tako prihaja do pridobivanja informacij preko neuradnih poti: »To ti pomaga, da dobiš boljšo sliko, kako vse skupaj funkcionira, dobiš veliko koristnih informacij. Priznam, da so med njimi tudi take, ki jih nato ne uporabim, ampak menim, da je to pri našem delu nujno zlo, da s tem tudi pridobiš zaupanje ljudi, s katerimi se družiš. Ker če enkrat nekoga izigraš, potem morda v prihodnosti ostaneš brez informacij, ki bi jih lahko dobil, prav zaradi tega, ker si nekoč zlorabil zaupanje pri svojem viru informacij.«

Dušan Gorišek (2014) meni, da neformalno druženje v tujini med predstavniki športnih organizacij in novinarji ni sporno: »Ko se dobimo na nekem dogodku, recimo na FIS kongresu ali tekmovanju, seveda lahko nanese, da se najdemo oziroma se novinarji najavijo, da pridejo na pijačo in se potem sproščeno pogovarjamo. To v bistvu ni nič narobe, ker menim, da je treba v tem kontekstu z novinarji včasih malo taktizirati in jim dati možnost, da tudi oni opravijo svoje delo v čim boljši nameri, da upravičijo svoje poslanstvo na tem dogodku.« Eden izmed razlogov za takšno druženje v tujini je, da imata obe strani na voljo več časa.

*Dejstvo je, da se med nami in novinarji spletajo zgodbe, dobimo se na različnih dogodkih. Ko si denimo na nekem kongresu v tujini, imaš več časa, se z njimi več pogovarjaš, še posebej s tistimi, ki so ti bolj naklonjeni. Moraš pa biti v svojih izjavah previden, ker novinarji poberejo tudi tisto, kar poveš med vrsticami. Tema se sčasoma razširi in ni vezana zgolj na delo, ki ga opravljam in stanje v alpskem smučanju, ampak tečejo debate tudi o drugih zadevah, denimo o tem, kaj počnemo v prostem času. To se dogaja z novinarji, ki so ti bolj lojalni, kar konec koncev tudi sami pokažejo, saj so oni tisti, ki pridejo do tebe, sam ne hodim do njih (Gorišek 2014).*

Nekateri sogovorniki so omenili, da se s predstavniki športnih organizacij in novinarji družijo v večernem času, da se dobijo na večerji. Pri tem so pobudniki športni funkcionarji, ki povabijo novinarje, da se jim pridružijo. Zoran Mijatović (2014b) meni, da se razlog za takšne poteze organizacij skriva v želji po večji medijski pozornosti: »Ko sem bil na tekmovanju z judoisti, smo se dobili. Njihova organizacija je manjša v primerjavi z nekaterimi drugimi, tako da mogoče iščejo večjo podporo novinarjev in so tudi s tem namenom takrat poklicali oziroma tradicionalno pokličejo novinarje na večerjo. Kakšne večje organizacije, ki tega ne

potrebujejo, ki bolj potrebujejo mir, kot je denimo Košarkarska zveza Slovenije, pa se tega ne poslužujejo.«

#### *5.2.4.3 Komuniciranje s športniki, ko novinarjev ni na tekmovanju v tujini*

Novinarji vselej niso prisotni na športnem tekmovanju v tujini. To je v zadnjih letih še posebej aktualno, saj zaradi splošne finančne krize mediji nimajo dovolj sredstev, da bi svoje novinarje pošiljali na vse športne dogodke, kjer nastopajo slovenski predstavniki. Pri tem ima lahko pomembno vlogo tudi sama športna panoga. Tenis je eden najbolj priljubljenih športov na svetu, toda turnirji se odvijajo vsak teden na drugi lokaciji, pogosto tudi na drugem kontinentu, poleg tega se vnaprej ne ve, koliko časa bo posamezen teniški igralec nastopal na posameznem turnirju, lahko zaključi že prvi dan ali pa igra ves teden. V takšnih primerih komunikacija med novinarji in njihovimi viri informacij poteka na daljavo. »Naše tekme so res precej razkropljene po svetu, od Avstralije do Amerike. Vsak teden potujemo in novinarji, še posebej pa slovenski, temu tempu ne morejo slediti. Tako večino intervjujev opravljamo preko telefona, sploh za kakšen radio ali televizijo se ne da opraviti drugače kot po telefonu,« je dejal Blaž Kavčič (2014). Takšen način predstavlja športniku tudi dodaten strošek, klici v države, ki niso znotraj Evropske unije, niso poceni.

*Nastopi v tujini se poznajo predvsem na telefonskem računu, ki je lahko zelo visok, še posebej v primeru kakšnega večjega uspeha. Pri televiziji in radiju ni izbire, če pa gre za objavo v časopisu, se pa tudi dogovorim za kasnejši termin, da ni takoj po tekmi in kdaj intervju opravim tudi preko skypa in drugih socialnih omrežij, ki jih zdaj lahko uporabljamo. Praviloma je namreč tempo po tekmah, še posebej če gre za večje turnirje, dokaj hud. Treba je opraviti precej stvari, od doping kontrol do tega, da se stečem, da opravim novinarsko konferenco, da pridem do masaže, hrane, navsezadnje tudi do hotela, kjer bivam. Mine toliko časa, da mi je veliko lažje potem zvečer, ko se v hotelu uležem, da si vzamem tistih pet minut časa in preko skypa odgovorim na par vprašanj, kakor pa da bi vse intervjuje opravljal preko telefona takoj po tekmi (Kavčič 2014).*

Ko novinarjev ni na samem tekmovanju, so lahko za športnike medijske obveznosti še bistveno bolj naporne. Če bi bili novinarji na prizorišču dogodka, bi lahko športnik z vsemi opravi obveznosti naenkrat na novinarski konferenci, tako pa mora komunicirati z vsakim

posebej, poleg tega ima s tem tudi dodatne stroške. Takšna situacija lahko da športnikom večjo možnost izbire, komu bodo odgovorili. »Mislim, da se novinarji zavedajo, da takoj, ko bodo nekoga predstavili v negativni luči, se ta ne bo več javil na telefon. S tem ne mislim, da bi morali poročati zgolj v superlativih in samo o pozitivnih stvareh, ampak ne smejo pa potencirati negativnih zadev,« je izpostavil Žan Košir (2014). Pri komuniciranju na daljavo tako vplivajo predvsem odnosi, ki jih je novinar v preteklosti vzpostavil s svojimi viri informacij.

Kljub temu da imajo športniki možnost, da zavrnejo posamezne novinarje, ko jih pokličejo na tekmovanje, ki se odvija v tujini, se to ne zgodi pogosto, saj jim je v interesu, da se pojavljajo v medijih.

*Praktično vsi moji sponzorji so slovenski, tako da imam tudi do njih to obvezo, da se v slovenskem medijskem svetu predstavljam tako, kot je treba in si ne morem privoščiti, da ne bi dajal intervjujev. To mi nikoli ni bil problem, vedno sem rad dal intervju, res pa je, da je včasih naporno. A to je del službe in čutim se dolžnega tako do sponzorjev kot do navijačev in vseh ostalih, ki me podpirajo, da opravi intervjuje. To je nekaj, kar moraš nujno narediti in se na to že prej pripraviš. Skozi leta se tudi navadiš in res mi to ne predstavlja nikakršnega problema. Res pa je, da tistemu novinarju, ki ga bolj spoznaš, tudi več zaupaš (Kavčič 2014).*



## **6 VPRAŠANJE PROFESIONALNOSTI PRI NERUTINSKIH OBLIKAH KOMUNICIRANJA V ŠPORTNEM NOVINARSTVU**

Pri razpravi o novinarski profesionalnosti se pogosto pojavlja vprašanje, ali je novinarstvo sploh profesija. Splichal (1988) trdi, da je novinarstvo lahko zgolj polprofesija, saj ne izpolnjuje vseh pogojev, ki določajo, katere dejavnosti so profesije. Lastnosti profesij so formalno usposabljanje oziroma izobraževanje, edinstveno znanje in praksa, ki zahtevata nadzor nad podeljevanjem dovoljenj za opravljanje dejavnosti, svoboda in avtonomija (Garrison in Salwen 1989, 77). Pri novinarstvu težavo predstavlja odsotnost avtonomije, prav tako večina držav ne pozna licenciranja novinarjev, v Evropi podeljujejo novinarske licence le v Italiji. Merljak Zdovc (2009) pri tem opozarja, da novinarske licence ne zagotavljajo profesionalnosti, ampak prej obratno, saj je v Italiji prihajalo do številnih zlorab, v nekaterih afriških državah, kot je Zimbabve, so licenciranje novinarjev uvedli prav z namenom, da bi država lažje nadzirala novinarje.

Glasser (1992) pravi, da novinarske profesionalnosti ni primerno poenostaviti s pogledom na novinarstvo kot profesijo. Trdi, da profesionalnost in strokovno izobraževanje pri profesijah stremita k poenotenju znanja, ki temelji na razlikah v izkušnjah, zato profesionalizacija predstavlja standardizacijo in homogenost. Pri novinarstvu pa to ne velja, Glasser meni, da profesionalnost novinarjev ni univerzalna, ampak se med posameznimi državami razlikuje (Glasser 1992, 134–135). V preteklosti so raziskave, ki so zajemale več držav, podpirale stališče, da se kljub kulturnim razlikam ter različnim vzorcem strokovnega izobraževanja in ekonomskih sistemov dojemanje profesionalnosti novinarjev ni bistveno razlikovalo med posameznimi državami (Schudson 1991, 150). Kasneje pa so raziskave pokazale, da čeprav je mogoče med novinarji z različnih koncev sveta najti nekatere splošne vzorce in trende, je med njimi tudi veliko razlik. Weaver (1998, 468) je ugotovil, da je bilo pri novinarjih z različnih držav več nesoglasij kot strinjanj glede relativne pomembnosti novinarskih praks, kot so hitro in natančno poročanje, zagotavljanje dostopa do informacij javnega značaja, pravica do izražanja mnenj in opravljanje vloge psov čuvajev. Weaver trdi, da praktično ni bilo dokazov, ki bi podpirali idejo o univerzalnih novinarskih poklicnih standardih. Zaradi razlik pri dojetju profesionalnosti novinarjev z različnih koncev sveta je pomembno, da se na profesionalnost gleda kot na raznovrsten konstrukt. Hallin in Mancini (2004) trdita, da profesionalnost ni univerzalna, ampak je družbeno prilagojena. Upoštevata tako razlike med državami kot med medijskimi sistemi, na podlagi tega sta razvila interpretacijo

profesionalnosti v okviru političnega sistema v posamezni državi. Izpostavila sta tri glavne dimenzije v novinarski profesionalnosti, in sicer avtonomijo, posebne profesionalne norme in usmeritev profesije, ki služi javnosti (Hallin and Mancini 2004, 34–37).

## **6.1 Profesionalnost v športnem novinarstvu**

Hallin in Mancini sta pri novinarski profesionalnosti poudarila razlike med medijskimi sistemi, ki vplivajo na dojetje profesionalnosti, Bourgeois (1995) pa trdi, da ima pomembno vlogo tudi področje, ki ga novinar pokriva. Po njegovem mnenju obstajajo manjše razlike pri profesionalnih normah med športnimi novinarji in novinarji, ki so zadolženi za druga področja, kot so politika, zdravstvo ali gospodarstvo. Doupona Topič (2010, 40) izpostavi, da morajo športni poročevalci naslovnikom ponuditi več kot samo suhoparno opisovanje dogodka. Pomembna ni le profesionalnost, ampak tudi raznovrstnost poročanja, potrebni so komentarji in razlage, kdo je bil boljši, kateri posamezniki so se izkazali in kateri so nastopili pod pričakovanji. »Televizijski novinarji, ki v živo prenašajo tekme, komentirajo dogajanje na igrišču, in to ne samo tako, da opisujejo akcije in potek tekmovanja, temveč tudi tako, da vrednotijo igro določenega športnika ali ekipe in jo neposredno primerjajo s tekmečevo. Vsak drugačen način bi bil seveda v tej zvrsti precej neprimeren, saj gre za tekmovanje, ki ga je treba ves čas spremljati kritično in tudi nekoliko čustveno« (Ropret 2004, 20).

Enak kriterij za vse je vodilo, ki bi moralo biti v novinarstvu nekaj povsem jasnega in bi ga morali novinarji dosledno upoštevati, toda pri športnem novinarstvu se pogosto pojavlja vprašanje, ali je dopustno tudi nekoliko pristransko poročanje, kjer novinarji navijajo za določeno moštvo ali posameznika. Mencher (1991, 487) je trden zagovornik načela, da novinar nikoli ne sme biti navijaški, to velja tudi za primere, ko izraža svoje mnenje. Prav tako se pri poročanju o neki ekipi nikoli ne sme uporabljati prve oblike množine, oblika mi je prepovedana. Po Mencherjevem prepričanju je poročevalec lahko športni privrženec, a ne sme biti navijač ekipe ali športnika, lahko je le privrženec športne panoge. Margaret MacNeill (1998) prav tako meni, da za navijaštvo v športnem novinarstvu ni prostora, da mora novinar pri svojem delu poročati profesionalno in se tako vzdržati čustvenih izpadov proti enemu športniku ali moštvu. Nekateri avtorji se z njimi ne strinjajo in trdijo, da je v določenih primerih lahko prisotno nekaj navijaških prvin. Andrews (2005, 61) pravi, da se morajo

športni novinarji načeloma obnašati kot ostali novinarji in poročati nepristransko oziroma objektivno, toda v nekaterih primerih so po njegovem mnenju dovoljena oziroma celo pričakovana odstopanja od absolutne nevtralnosti. Kadar novinar poroča za lokalne medije, so njihovi naslovniki večinoma navijači lokalnih moštev ali posameznikov, ki pričakujejo, da jim bodo bolj naklonjeni kot nasprotnikom. Če ekipa igra proti drugi, ki je izven dosega tega medija, je normalno, da športni novinarji več pozornosti namenjajo tistim športnikom, za katere stiskajo pesti naslovniki lokalnega medija. Podobna zgodba po prepričanju Andrews velja tudi pri nacionalnih medijih, ki poročajo o mednarodnih športnih dogodkih, kjer nastopajo domači in tuji športniki. Tam se prav tako pričakuje, da bodo novinarji favorizirali domače tekmovalce. Ropret (2004, 23–25) je na podlagi intervjujev z uredniki športnih redakcij slovenskih medijev ugotovil, da tudi v Sloveniji velja prepričanje, da navijaštva v osnovi ne bi smelo biti, toda ob nastopih slovenskih športnikov in klubov proti tujim so dovoljene izjeme. »Reprezentančna tekma Slovenije, ob kateri komentator ne bi navijal zanjo, bi verjetno v najboljšem primeru izpadla smešno« (Ropret 2004, 23). Toda ob tem opozarja, da mora biti navijaštvo znotraj pravil igre, da novinarji ne smejo izgubiti glave in za vse kriviti sodnike, o Slovencih pa govoriti kot o žrtvah.

Garrison in Salwen (1989) pri novinarski profesionalnosti omenjata profesionalne norme, kot so poročanje o relevantnih dogodkih, kritično in nepristransko poročanje, ohranjanje kritične distance do virov informacij. Ob tem opozarjata, da mnogi prav za športno novinarstvo menijo, da ne upošteva profesionalnih norm. Športnim novinarjem očitajo ponavljajoče se, obrabljeno pisanje, navijanje za domače moštvo, nepripravljenost za postavljanje kritičnih vprašanj in poročanje o problematičnih zadevah, delovanje v korist športnih zvezdnikov, pomanjkanje zadržkov pri sprejemanju brezplačnih ugodnosti in vključevanje v druge aktivnosti, ki postavljajo pod vprašaj njihovo profesionalno integriteto (Garrison in Salwen 1989, 77). Tudi Bourgeois (1995, 197) ugotavlja, da imajo mnogi športne novinarje za drugorazredne novinarje, zato morajo biti športni novinarji še posebej pozorni, da se s svojim delom ubranijo takšnih kritik.

S profesionalnostjo športnih novinarjev je tesno povezan tudi njihov odnos z viri informacij. Novinarji, ki upoštevajo profesionalne norme, imajo formalne odnose s svojimi viri informacij, toda Bourgeois (1995) meni, da morajo včasih športni novinarji za boljše opravljanje svojega poklica navezovati stike z viri informacij mimo uradnih poti. Tudi drugi avtorji (Snyder in Spreitzer 1984; Wulfemeyer 1985; Sugden in Tomlison 2007) trdijo, da

lahko neformalni in polformalni odnosi z viri informacij športnim novinarjem olajšajo dostop do informacij in tako pripomorejo, da novinarji hitreje opravijo svoje delo. Če športna organizacija predstavnikom medijev plača potovanje na mednarodno tekmovanje, novinarjem olajša oziroma omogoči udeležbo na dogodku. Toda nerutinske oblike komuniciranja prinašajo tudi več negativnih strani, Sugden in Tomlison (2007, 59) ugotavljata, da tajno dogovarjanje med športnimi novinarji in športnimi delavci otežuje kritično novinarstvo, povečuje možnost manipulacij in povzroča preveliko povezovanje med svetom športa in športnim novinarstvom. Športniki in predstavniki športnih organizacij želijo nekaj v zameno za pomoč novinarjem, lahko je to večja publiciteta, izboljšanje podobe v medijih ali kakšna druga usluga. Wulfemeyer (1985, 60) opozarja, da se zaradi neformalnih odnosov med novinarji in njihovimi viri lahko pojavijo očitki, da so ti novinarji postali del službe za odnose z javnostmi športne organizacije, kar jih lahko za vedno zaznamuje. Težko je nato prepričati ljudi, da je športni novinar objektivni, kritičen poročevalec, če vedo oziroma sumijo, da prejema darila in druge ugodnosti s strani tistih, o katerih poroča. Zaradi takšnih nevarnosti mora biti med športnimi novinarji in njihovi viri vzpostavljena kritična distanca. Wulfemeyer (1985, 61) pravi, da športni novinarji ne smejo prejemati nikakršnih daril, dodatnih brezplačnih vstopnic za športne dogodke, prav tako morajo biti vsa potovanja novinarjev plačana s strani medijskih hiš. Poleg tega opozarja, naj novinarji ne sprejmejo nobenih dodatnih zaposlitvenih možnosti, ki so povezane s športom, kot so opravljanje vloge uradnih zapisnikarjev na športnih tekmah, pisanje za publikacije športnih organizacij, delovanje kot predstavnik za odnose z javnostmi.

## **6.2 Vpliv neformalnih in polformalnih odnosov na profesionalno poročanje v slovenskem športnem novinarstvu**

Slovenski športni novinarji, s katerimi smo opravili poglobljene intervjuje, so kot glavni razlog za vzpostavljanje polformalnih in neformalnih odnosov navedli dostop do informacij. Novinar Robert Balantič (2014) je pojasnil, da se preko formalnih poti, kot so novinarske konference, prepogosto predstavi le resnica, ki jo želijo predstaviti športniki in športne organizacije, zato novinar potrebuje nerutinske oblike komuniciranja, da lahko profesionalno opravlja svoje delo. »Menim, da se vsaj polformalnim odnosom ni mogoče izogniti. Novinarji in ljudje v športu potrebujemo drug drugega, vse informacije pa se ne morejo dobiti samo preko uradnih poti, vendar je kljub temu potrebno obdržati določeno distanco. Eno brez drugega ne gre, bilo bi preveč suhoparno, danes se berejo tiste zgodbe, gledajo se tisti

prispevki, kjer dobiš informacije off the record in jih zapakiraš v on the record,« je dejal Božidar Bulat (2014). Takšen pogled je predstavil tudi Bourgeois (1995, 197), ki pa je poudaril, da je takšen odnos, kjer se novinar povezuje s svojim virom in hkrati ohranja kritično distanco, zelo nestabilen, saj lahko vodi do tega, da športni novinar sčasoma pride preblizu svojega vira in tako v svojih prispevkih postane pristranski, kar pa ni v skladu s profesionalnim opravljanjem novinarskega poklica.

Pri športnem novinarstvu je tako eno osrednjih vprašanj, ali polformalni in neformalni vplivajo na poročanje novinarjev. »Sam vedno poskušam biti kar se da objektivni, trudim se, da poročam čim bolj realno stanje. Upam, da to na moje delo ne vpliva, toda to bi moral oceniti nekdo drug, ki bere moje članke, ki me spremlja. Sam si srčno prizadevam, da do tega ne bi prišlo, tako da namerno zagotovo ne pohvalim nekoga zaradi tega, ker se z njim dobro razumem,« je dejal Robert Balantič (2014), ki trdi, da bi bilo pomanjkanje kritike problematično za obe strani: »Ko je treba pohvaliti, pohvalim, ko si športniki zaslužijo kritiko, napišem kritično. Menim, da tudi njim ne bi bilo prijetno, če bi jih samo hvalil, oni pa bi izgubili recimo z dva ali tri proti nič in ne bi dosegli zastavljenega cilja. V takem primeru bi izpadli neumni tako oni kot jaz.« Božidar Bulat (2014) meni, da nerutinske oblike komuniciranja vsaj delno vplivajo na novinarja: »Želel bi reči, da ne vplivajo, ampak ljudje smo le ljudje, slej kot prej se te dotakne. Nekdo ti je bolj simpatičen, drugi manj, nekdo ti je prijetnejši in v določeni meri se te dotakne, tako da neformalno druženje zna vplivati na tvoje poročanje. V Sloveniji je več kot dovolj takšnih primerov. Ko je treba nekoga napičiti, pa ga ne, ker ti je bližje, medtem ko nekoga, ki ni napravil nič posebnega, napičiš zgolj zaradi tega, ker se ne razumeta.«

Zelo jasno stališče ima Zoran Mijatović (2014b), ki je prepričan, da bi morali biti odnosi med novinarji in viri informacij formalni:

*Neformalni pogovori ob pijači so vsekakor problematični. Tega sicer ne moreš prepovedati, ni namreč kaznivo, vsekakor pa ni etično. Tu gre potem že za bolj prijateljski odnos in nato od takega novinarja ne moreš pričakovati, da bo o nekem škandalu, ko bodo tega športnika denimo ujeli na dopingu, kritično poročal. Poznamo veliko teh prijateljskih odnosov med novinarji in športniki, recimo Goran Dragić je dober prijatelj enega izmed Dnevnikovih novinarjev. Zaradi tega so tudi intervjuji šibki, vprašanja niso kritična, ampak so precej bolj mila, ko dva taka opravljata*

*intervju, tako da se vidi, da gre za prijateljski odnos. To seveda zelo vpliva na novinarsko delo (Mijatović 2014b).*

Da so intervjuji med novinarji in športniki, ki imajo neformalen odnos, šibki, ugotavlja tudi Miha Šimnovec (2014): »Iz neformalnih pogovorov seveda veliko izveš, ampak sam sem zelo kritičen, ko gledam, kaj počnejo določeni novinarji na nacionalni televiziji. Poznam precej primerov, kjer je veliko objemanja in podobnega, vidi se, da je več kot samo odnos novinar – športnik, gre že kar za prijateljstvo. In tudi potem, ko poslušam, ni nobene kritičnosti. Sam se poskušam držati določene distance. Seveda sem tudi vesel uspehov, ampak če teh ni, napišem, da ni bilo vse v redu.« Novinarji včasih namesto opisovanja realne situacije bolj delujejo kot promotorji športnika ali športne organizacije. »Poznam kar nekaj primerov, tudi precej znanih v Ljubljani, ko se preko raznih časopisov prodajajo nekateri nogometaši, dviguje se jim cena, olepšuje se njihova statistika, njihov doprinos na zelenici. Tega je pri nas veliko,« je pojasnil Božidar Bulat (2014).

Pri neformalnih odnosih novinarjem predstavlja težavo, ko morajo o svojem viru informacij, s katerim se dobro razumejo, podati kritiko. »Ohranjanje kritične distance je absolutno glavni razlog, da se izogibam nekim neformalnim odnosom in ostajam pri formalnih odnosih z viri. Da imam čisto vest tudi, ko nekoga kritiziram,« je povedal Zoran Mijatović (2014b), ki je poudaril, da nerutinske oblike komuniciranja lahko vodijo v konflikt interesov: »Če imajo novinarji z nekom neformalne odnose in izvejo informacije, ki so za javnost pomembne, a jih ne objavijo, ker bi lahko tako ali drugače škodovali športniku oziroma funkcionarju, s katerim se dobro razumejo, potem gre v takšnih primerih za očiten konflikt interesov in oddaljevanje od funkcije kritičnih novinarjev. Novinarji morajo delovati v interesu javnosti, ne pa posameznega športnika oziroma športnega funkcionarja.« Da mora biti novinar od svojega vira informacij strogo distanciran, je prepričan tudi Urban Laurenčič (2014): »Sam to strogo zagovarjam. Lahko rečem, da z nobenim izmed aktivnih športnikov, s katerimi se kakorkoli poklicno ukvarjam, ne prijateljujem. Pri meni tega ni in tudi v redakciji kdaj, ko vidim, da se nekaj takega zgodi, tega ne zagovarjam oziroma opozorim kolege novinarje, da morajo strogo paziti, da v javnosti ne kažejo nekih pripadnosti posameznemu klubu ali kaj podobnega. To je moje vodilo, za katerega menim, da je profesionalno.« Tudi Božidar Bulat (2014) je pri odnosih z viri informacij izpostavil kritično distanco, vendar za razliko od Mijatovića (2014b) in Laurenčiča (2014) kot sprejemljive dopušča tudi neformalne in polformalne odnose. »Če novinar uspe ohraniti objektivno pero, potem ni nobenih težav v

tem, da se neformalno dobiva s svojimi viri informacij. Mislim, da je v popolnosti to nemogoče, lahko se pa tej popolnosti ohranjanja objektivnosti približaš,« je dejal Bulat (2014).

Raziskava danskega tednika Mandag Morgen (2005) je pokazala, da nekateri uspešni klubi in športniki kritičnim novinarjem onemogočijo dostop do intervjujev. Novinarji si tako pogosto ne upajo predstaviti dejanskega stanja, saj se bojijo, da bi izgubili svoje vire informacij. »To je problem, da nekateri novinarji hočejo športnikom tako zelo ugajati in se jim ne zameriti. Da bi dobili kakšno informacijo več, do njih niso tako kritični in posledično prihaja tudi do stiskanja rok, objemanja. Tega je ponekod nedvomno preveč,« je dejal Miha Šimnovec (2014). Športni novinarji, s katerimi smo opravili poglobljene intervjuje, ugotavljajo, da v Sloveniji ljudje težko sprejmejo kritiko. »Vsi sicer govorijo, da je argumentirana kritika vedno dobrodošla, vendar vsakega malo prizadene. Pri nas zna biti problem že napačno postavljena vejica in nato govorijo, da niso tako rekli ali mislili. Poleg tega je preveč strahu, kaj si bodo drugi mislili, vsi bi bili radi med seboj prijatelji, a v športu vedno tako ne gre. V prvi vrsti so tekmeci, potem naj bodo prijatelji,« je poudaril Robert Balantič (2014). Podobnega mnenja je tudi Urban Laurenčič (2014):

*Največja zanka oziroma problem nastane, ko je treba kritizirati. Slovenski športniki so po mojem mnenju eni občutljivejših. Sicer pravijo, da je vedno v redu, če je kritika osnovana, ampak v realnosti je to zelo na trhlih nogah. Ko odigrajo ali odsmučajo slabo, takrat je novinar v položaju, ko mora reči, da so slabi. Mi smo v končni fazi v službi gledalca ali pri pišočih novinarjih bralca, zato je treba biti pošten in napisati, da je bilo nekaj slabo, če je to dejansko bilo. Ko novinar to naredi, je športnik užaljen in se potem noče več pogovarjati. Tako si ves čas na nekem prepihu, ki absolutno ni prijeten (Laurenčič 2014).*

Športni novinar nacionalne televizije ugotavlja, da športniki in športni delavci redko neposredno očitajo nepristransko ali preveč osebno poročanje o nekom. »Sam sem imel le en primer, in sicer z Brankom Oblakom. On je imel pogum oziroma je tak karakter, da ko sem enkrat prišel do njega, je dejal, da meni ne da več izjave. Ko sem ga vprašal, zakaj se je tako odločil, je rekel, da sem enkrat prej nekaj dejal, kar mu ni bilo všeč. Ne spomnim se, kaj natančno ga je tako zmotilo, saj je bilo to več kot deset let nazaj, vendar mi zaradi tega potem približno eno leto ni dal nobene izjave,« je dejal Urban Laurenčič (2014). Miha Šimnovec

(2014) še ni doživel, da bi ga viri informacij povsem bojkotirali, toda zaradi kritičnega pisanja je z njimi že imel manjše težave:

*Sam sem bil denimo zelo kritičen do prejšnjega trenerja skakalcev Matjaža Zupana, ker ni bilo uspehov in sem to v svojih prispevkih večkrat ponavljal. Skakalci niso povsem razumeli, da sploh nisem kritiziral njih, ampak trenerjevo delo in so se tudi oni obrnili proti meni ter še enemu kolegu z Dnevnika. Na naju so grdo gledali, midva pa sva le pisala, da tako slabo, kot je šlo, ne gre več naprej in sva podpirala zamenjavo trenerja. Do te je na koncu tudi prišlo, in čeprav so nekateri imeli pomisleke do Gorana Janusa, se je potem izkazalo, da je bila to dobra rešitev. Menim, da so bili v določenih drugih medijih, kot je nacionalna televizija, prav zaradi te prijateljske baze zelo slabo kritični. In potem nastane začaran krog. Če se preveč povežeš, imaš preveč tega neformalnega druženja in si manj kritičen (Šimnovec 2014).*

Božidar Bulat (2014) prav tako meni, da so v Sloveniji športni novinarji večkrat pod pritiskom, ko upoštevajo profesionalne norme in predstavijo dejansko situacijo. »Sam sem deležen predvsem očitkov, da sem nekaj povedal neposredno tako, kot je oziroma da nisem šel olepševati. To jim ni bilo všeč, medtem ko tistih pravih očitkov, da bi o kom preveč pozitivno pisal, še ni bilo,« je dejal Bulat (2014). Drugačne izkušnje ima Robert Balantič (2014), ki so mu že očitali neprofesionalno poročanje, da je zaradi boljših odnosov dajal prednost določenemu viru informacij. »Takšnih očitkov sem bil deležen v preteklosti in še vedno sem, ampak to je treba vzeti kot del službe, s tem se sreča vsak novinar,« je prepričan Balantič (2014), ki je pojasnil, zakaj prihaja do takšnih situacij:

*Če si ti na redakciji zadolžen, da pokrivaš NK Maribor, ki je v zadnjih letih igral preko 50 tekem na sezono in dosegal za slovenske razmere odmevne rezultate v evropskih tekmovanjih, je povsem normalno, da se mu v časopisu namenja več prostora kot nekomu, ki je odigral 15 do 20 dvobojev manj. Hočeš ali nočeš, avtomatsko pride do tega, da nekateri trdijo, da je Maribor favoriziran, da je bolj prisoten v medijih. Javljajo se predstavniki drugih klubov, ki sprašujejo, zakaj se o njih ne piše toliko. Takšni problemi so, toda s tem je treba živeti, to bo v tem poslu vedno prisotno. Da bi imeli vsi enako prostora v časopisu, je nemogoče, tudi v Španiji sta Real Madrid in Barcelona favorizirana v medijih, ker sta kluba z daleč največjim številom navijačev (Balantič 2014).*



Bourgeois (1995) meni, da je pri profesionalnih normah treba upoštevati področje, ki ga novinar pokriva in da je za športno novinarstvo normalno, da je več povezovanja med novinarji in viri informacij, kot pri poročanju o politiki in gospodarstvu. »Politika in gospodarstvo sta resni zadevi, ki močno vplivata na eksistenco, na dobrino naroda. Na drugi strani je šport razvedrilo, zabava. Je tudi velik posel, vendar je predvsem zabava. Če slovenska nogometna reprezentanca ne gre na svetovno prvenstvo, bomo tri dni žalostni, če se bo dvignila cena bencina, pa se nam bo to močno poznalo iz dneva v dan. Zato je v športnem novinarstvu mogoče malo manj preprek pri tem neformalnem druženju,« meni Božidar Bulat (2014), ki pa hkrati opozarja: »V politiki in gospodarstvu se vsaj po mojem mnenju veliko več izkorišča, zlorablja medije na ta način. Politika in gospodarstvo imata namreč velik vpliv na medije, tudi neposreden, ker sta v lastniški strukturi in podobno, tako da lahko na podlagi tega izsilita, kaj bi rada, da se sporoča. Šport je drugo, šport je razvedrilo, zato prihaja do razlik.« Zoran Mijatović (2014b) meni drugače: »Mogoče je v praksi tega res več, se pa s tem nikakor ne strinjam. Ravno tako kot morajo novinarji, ki poročajo o politiki, držati distanco do svojih virov informacij, bi moralo enako veljati tudi za športne novinarje.« Povezovanje z viri novinarjem otežuje ohranjanje kritične distance. »Ker je mogoče v športnem novinarstvu več teh neformalnih stikov med novinarji in športniki oziroma funkcionarji, se tudi športno novinarstvo v Sloveniji po mojem mnenju preobrača v navijaštvo. Če pogledam poročanje Večera o igranju Maribora v nogometni ligi prvakov, je to za moj okus eno samo navijanje, pisanje slavošpevov in hvalnic klubu,« je dejal Mijatović (2014b). Časnik Večer je v prvi vrsti lokalni časopis, berejo ga predvsem ljudje iz Maribora in okolice, kar je lahko eden od razlogov, da so bolj naklonjeni tamkajšnjemu nogometnemu klubu. »Verjamem, da je zato tako. Ko se NK Maribor uvrsti v ligo prvakov, seveda delamo priloge, če pa se Union Olimpija uvrsti v evroligo, tega ne storimo. Naklonjenost je prisotna, a menim, da to ni prav, ker bi morali vse obravnavati enako. Povsem razumljivo je, da količinsko več pišemo o Mariboru, odnos pa bi vseeno moral ostati pri vseh enak, ne glede na to ali pišemo o Mariboru, Olimpiji ali New York Knicksih,« je poudaril Zoran Mijatović (2014b).

### **6.3 Člani športnih organizacij o vplivu polformalnih in neformalnih odnosov na poročanje novinarjev**

Da bi dobili čim boljšo sliko o tem, kako nerutinske oblike komuniciranja vplivajo na poročanje o športnih dogodkih, smo o tej temi govorili tudi s tistimi, ki v športnem novinarstvu nastopajo kot viri informacij. Matej Avanzo (2014) meni, da je možno imeti

neformalne odnose z novinarji in da ti hkrati ne vplivajo na opravljanje novinarskega poklica. »Meni osebno ni nič sporno, če so odnosi neformalni. V Sloveniji smo tako majhni, da enostavno vsi vse poznamo. Marsikateri igralec, član strokovnega štaba ali zaposleni na zvezi ima tudi kakšnega prijatelja med novinarji, to je povsem normalno. Treba pa se je zavedati, da ko gre za delo, je treba biti profesionalen,« je poudaril Avanzo (2014). Podobno razmišlja tudi Zlatko Zahović (2014): »Ne vidim nobenih težav, če gre športnik z novinarjem na pijačo, se z njim neformalno družijo, toda to na novinarjevo delo ne sme vplivati. Če pride do neuspeha, pa je prav, da se napiše kritika.« Deskar na snegu Žan Košir (2014) je dejal, da njegovi odnosi z novinarji niso strogo formalni, saj novinarje, ki poročajo o njegovih nastopih, pozna že več let in tako se spletejo določene vezi, toda v zasebnem življenju se z njimi ne družijo. »Da bi šel s kakšnim novinarjem v prostem času na pijačo ali kaj podobnega, tega pri meni ni. Ko bom prenehal tekmovali, pa je nekaj takih novinarjev, s katerimi bi šel na pijačo. Skozi kariero si tudi preko sodelovanja z novinarji dobiš nove znance, prijatelje, ampak zdaj je to še posloven odnos – moj šport in njihova služba, tako da tega trenutno ne želim mešati. Čez nekaj let pa bi tiste, ki so mi bili najbolj pri srcu, poklical in jih povprašal, kako so,« je pojasnil Košir (2014).

Športni novinarji so izpostavili, da športniki in športni delavci zelo težko sprejmejo kritiko. Pri nekaterih novinarjih je tako prisoten strah, da bodo izgubili zaupanje svojih virov informacij, če bodo o njih kritično poročali, zato so prizanesljivejši. To pa pomeni, da neformalni in polformalni odnosi z viri informacij vplivajo na poročanje športnih novinarjev. »Menim, da neformalni odnosi bistveno ne vplivajo na novinarjevo poročanje. Na koncu je njegova odločitev, na kakšen način bo vse skupaj zapisal, vsekakor pa zaradi osebnega stika s športnikom lažje pride do informacij, ki jih drugače ne bi izvedel,« je najprej dejal Žan Košir (2014) in nato priznal, da preveč kritično poročanje ni dobrodošlo: »Tisti novinarji, ki poročajo o našem športu, vedo, da za dobro sodelovanje, če bodo želeli, da jim vedno odgovorjam na vprašanja, bodo morali vseeno biti malo blagi. Nihče ne želi, da bi ga ljudje videli v negativni luči, tudi noben športnik ne dela s tem namenom, da bi goljufal, da bi nekaj uničeval. Vsak tekmuje za rezultate in šport je neka pozitivna tematika. Poraz je sicer vedno nekaj negativnega, bolečega, ampak nikoli ni to sovraštvo.« Da si nihče ne želi, da bi jih predstavili v negativni podobi, se strinja tudi Dušan Gorišek (2014), ki se je v času, ko je bil predsednik zbora in odbora za alpsko smučanje, ukvarjal s finančnimi težavami pri alpskih smučarjih in v povezavi s tem prejemal številna vprašanja s strani novinarjev. »Novinarji poskušajo kolikor toliko korektno opravljati svoje delo, k temu sodijo tako pohvale kot

kritike. To je treba razumeti, ampak dejstvo pa je, da te negativnosti, ki so prisotne v našem športu, v javnosti največkrat ne najdejo pravega odziva. Tudi pri sponzorjih so se odražala vsa ta naša trenja, ki jih imamo,« je Gorišek (2014) izpostavil, da negativno poročanje vpliva tudi na pridobivanje pokroviteljev, čeprav se hkrati zaveda, da je krivda za nastalo situacijo pri športnih funkcionarjih, ki delujejo oziroma so delovali v alpskem smučanju.

Nekateri športniki in športni delavci s kritikami nimajo težav. »Če izgubim in novinarji nato napišejo, da sem slabo odigral, to sprejemem. Dobro vem, kaj je njihova služba, imajo pravico do njihovega osebnega mnenja. Se je že primerilo, da so tudi ti novinarji, s katerimi imam dober odnos, napisali kakšen članek, ki mi ni bil najbolj všeč, ampak ni bilo nič takega, kar bi jim lahko zameril. Tako kot jaz na igrišču, morajo tudi oni opravljati svoje delo, zato jih razumem in če so kdaj bolj kritični, ni to nič posebnega,« je pojasnil teniški igravec Blaž Kavčič (2014). Kljub temu se lahko športni novinarji podzavestno odločijo, da bodo do svojega vira informacij prizanesljivejši. »Moj namen vsekakor ni, da želim imeti dober odnos z novinarji zato, da ne bi napisali kaj slabega o meni. Lahko pa to vpliva, da so novinarji mogoče malenkost manj kritični, če imaš z njimi dober odnos,« je dejal Kavčič (2014). Zlatko Zahovič (2014) kritike novinarjev označi kot dobrodošle, zanj so vsaj tako pomembne kot pohvale.

*Konstruktivna kritika je nadvse pomembna. Če Benfica izgubi, naj A Bola napiše, da je bilo slabo, saj se ne more pretvarjati. To mora klub vzeti kot spontano, ker včasih mi, ki smo v klubu, ne vidimo vsega, novinarji lahko vidijo več, zato jim je pametno prisluhni. Če izgubiš, ne more biti nič pozitivnega. Morda prvič še, če izgubljaš v nizu, pa to ne gre, treba je napisati konstruktivno kritiko. Kdor tega ne sprejme, pač ne more živeti v tem svetu, ne more napredovati. Sam odločno trdim, da je kritika zelo pomembna in to tudi pravim vsem novinarjem, s katerimi sodelujem. Na ta način tudi igralci dobijo pritisk, da nekaj ni v redu in se želijo izboljšati (Zahovič 2014).*

Športni direktor NK Maribor je že v času igralske kariere v medijih poleg številnih pohval prejel tudi veliko kritik. Najbolj poznana je zgodba s svetovnega prvenstva na Japonskem in v Južni Koreji leta 2002, ko je moral zaradi spora s selektorjem Katancem predčasno oditi domov. Zahovič (2014) prav na tem primeru pojasni, kako je pomembno razlikovati med odnosi in opravljanjem dela: »Zaradi dogodkov na svetovnem prvenstvu sem doživel medijski linč, toda še danes se družim s temi novinarji. Dobro vem, da so pisali slabo, ampak to je bilo

normalno, nekateri so morali tako pisati, drugi so to tudi sami videli, s tem nimam nobenih težav. Oni so samo opravljali svoje delo, v profesionalizmu sploh ni zamer oziroma jih ne sme biti. Lahko se kregamo, ampak ni zamer, ker gre za čisti profesionalizem.« Kljub temu da odkrito zagovarja kritiko, pa opozarja, da ta ne sme biti brezmejna. »Kritika je vedno dobrodošla, ampak le dokler ne pride do osebne ravni. Ko se pojavi kritika na osebni ravni, takrat je pa vojna,« je poudaril Zlatko Zahović (2014).

## 7 DISKUSIJA

V magistrski nalogi smo želeli ugotoviti, kakšne nerutinske oblike komuniciranja med novinarji in viri informacij se pojavljajo v slovenskem športnem novinarstvu in kako ti polformalni in neformalni odnosi vplivajo na profesionalnost športnih novinarjev pri opravljanju njihovega poklica. Raziskavo smo opravili s pomočjo poglobljenih intervjujev s petimi športnimi novinarji in petimi predstavniki športnih organizacij. Takšen vzorec je premajhen, da bi bili rezultati lahko reprezentativni, toda kljub temu smo dobili določen vpogled, kako poteka komuniciranje med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij mimo uradnih poti.

Vsi športni novinarji, s katerimi smo opravili poglobljene intervjuje, so se strinjali, da v slovenskem športnem novinarstvu komuniciranje med novinarji in viri informacij ne poteka zgolj preko formalnih sistemov, kot so denimo novinarske konference, ampak se novinarji poslužujejo tudi neuradnih kanalov. Tako se med športnimi novinarji in člani športnih organizacij poleg formalnih odnosov vzpostavljajo tudi polformalni in neformalni odnosi. Nerutinsko komuniciranje najpogosteje poteka preko telefonskih klicev, elektronskih sporočil, poleg tega se športni novinarji s svojimi viri informacij družijo tudi neposredno. V teh primerih gre najpogosteje za neformalno druženje ob pijači. Robert Balantič (2014) je priznal, da je že bil na pijači z igralci in predstavniki vseh klubov, ki so v zadnjem obdobju nastopali v prvi slovenski nogometni ligi. Poleg druženja ob pijači se na mednarodnih tekmovanjih v tujini športni novinarji in predstavniki športnih organizacij dobivajo tudi na skupnih večerjeh. »Če smo denimo na nekem prizorišču sedem dni, se en večer skupaj družimo,« je dejal Miha Šimnovec (2014).

Vzroki, zakaj se med športnimi novinarji in viri informacij vzpostavljajo polformalni in neformalni odnosi, so različni. Eden ključnih je sam dostop do informacij, poleg tega pa so tu še želje po ekskluzivnih vsebinah, specifičnost Slovenije in njenega medijskega trga, ki je v primerjavi z večino ostalih evropskih držav bistveno manjši, pomemben dejavnik so tudi tekmovanja in drugi športni dogodki v tujini. Medtem ko Zoran Mijatović (2014b) meni, da formalni odnosi zadostujejo za pridobivanje informacij, ostali intervjuvani novinarji menijo drugače. »Pri formalnem dostopu pogosto naletiš na zid,« trdi Božidar Bulat (2014). »Klubi, ki delujejo v športu, na tiskovnih konferencah predstavljajo svojo resnico, ki ni vedno stoodstotna,« Robert Balantič (2014) opozori, da so polformalne in neformalne informacije

lahko ključne za predstavitev dejanskega stanja. Še bolj kot pri samem dostopu do informacij so nerutinske oblike komuniciranja v pomoč pri pridobivanju ekskluzivnih informacij. Pri pomenu ekskluzivnih vsebin so športni novinarji nakazovali, da obstajajo razlike med športi. Novinarji, ki pokrivajo nogomet, ekskluzivnim vsebinam pripisujejo velik pomen, saj se pri nogometu poleg poročanja o tekmah veliko pozornost namenja tudi prestopom nogometašev. Prestopi postanejo uradni šele, ko igralci podpišejo pogodbo z novim klubom, dogovori pa se pogosto sklenejo že precej prej, in če imajo novinarji sklenjen tihi dogovor s predstavniki klubov, lahko objavijo neuradno, a točno novico o prestopu več dni ali celo tednov prej. Na drugi strani je Matej Avanzo (2014) dejal, da se pri košarki izogibajo dajanju ekskluzivnih novic posameznim novinarjem, saj menijo, da je slovenski trg premajhen, da bi kateri časopis zaradi ekskluziv prodal toliko več izvodov, da bi imel finančno korist. Majhnost Slovenije in njenega trga tudi vpliva na povezovanje med športnimi novinarji in njihovimi viri. »Slovenija je majhna država, poleg tega je vse skoncentrirano praktično na enem mestu, predvsem v Ljubljani. Če si pri nas tri, štiri leta športni novinar, že poznaš vse,« je dejal Zoran Mijatović (2014b). S posameznimi športniki ali predstavniki športnih organizacij za določen medij praviloma komunicira vedno isti novinar, kar omogoča lažje vzpostavljanje polformalnih in neformalnih odnosov. Poleg tega imajo slovenski športni novinarji dostop do telefonskih števil večine športnikov in drugih članov športnih organizacij, tako da je z njimi lažje stopiti v stik kot v večjih državah, ko že zaradi večjega števila novinarjev dogovarjanje za intervjuje praviloma poteka preko služb za odnose z javnostmi.

Eden izmed razlogov za izbor teme magistrske naloge je bilo dogajanje, povezano z mednarodnimi tekmovanji v tujini. Whittle (2008) je v knjigi o zakulisju s kolesarske dirke po Franciji pisal, da novinarji potujejo skupaj s kolesarji, bivajo v istem hotelu, spletajo pristne prijateljski vezi in pogosto bolj delujejo, kot da so na prizorišču za pomoč kolesarjem in ne za opravljanje novinarskega poklica. Slovenski športni novinarji na oddaljena prizorišča, na katera je potreben letalski prevoz, večinoma potujejo s člani športnih organizacij, medtem ko na bližnja odhajajo v lastni režiji. Zoran Mijatović (2014b) je omenil, da se lahko primeri, da športna organizacija poleg same organizacije potovanja novinarjem krije tudi stroške poti. Prav vsi intervjuvani športni novinarji so izpostavili, da na samem kraju tekmovanja niso nastanjeni skupaj s športniki, ampak spijo v drugem hotelu. Športniki morajo biti v tujini osredotočeni na svoje nastope, zato se novinarji z njimi in njihovimi trenerji družijo le ob uradnih terminih za medije, po pričakovanjih pa so pogosto prisotni osebni stiki z drugimi predstavniki športnih organizacij. »S funkcionarji je zgodba povsem drugačna kot s športniki,

z njimi je v tujini zelo veliko neformalnih pogovorov,« je dejal Božidar Bulat (2014). Če so nastanjeni v manjšem kraju, je druženja med novinarji in predstavniki športnih organizacij več, kar je izpostavil tudi Robert Balantič (2014).

Nerutinske oblike komuniciranja zagotovo vplivajo na novinarjevo poročanje. Nekateri novinarji so to izpostavili predvsem kot prednost, saj preko neuradnih poti prihajajo do informacij, ki jim omogočijo, da v svojih prispevkih opišejo dejansko situacijo. Tako lahko bolj profesionalno opravijo svoje delo. Toda polformalni in neformalni odnosi imajo tudi negativno plat, in sicer gre predvsem za nevarnost izgube kritične distance. Če se novinar s svojim virom zelo dobro razume in se z njim neformalno družijo, je vprašanje, kako bo o njem poročal, ko bo treba napisati kritiko. »Poznamo veliko teh prijateljskih odnosov med novinarji in športniki. Zaradi tega so tudi intervjuji šibki, vprašanja niso kritična, ampak so precej bolj mila, kar seveda zelo vpliva na novinarsko delo,« je poudaril Zoran Mijatović (2014b). Božidar Bulat (2014) je omenil, da nekateri novinarji preko svojih prispevkov promovirajo določenega športnika, mu olepšujejo statistiko. To je aktualno predvsem pri nogometaših, na ta način jim novinarji želijo pomagati pri prestopu v boljši klub, kjer bi zaslužili več denarja. Toda takšno poročanje nikakor ni v skladu z novinarskim poklicem, saj morajo novinarji služiti javnosti in ne svojim virom informacij. Športni novinarji so izpostavili, da slovenski športniki zelo slabo sprejmejo kritiko. Večina športnikov sicer trdi, da je argumentirana kritika dobrodošla, toda novinarji imajo izkušnje, da je realnost drugačna. To predstavlja dodatno težavo, saj se novinarji bojijo, da bodo zaradi kritičnega poročanja izgubili dostop do svojega vira in so posledično prizanesljivejši. Urban Laurenčič (2014) je razkril, da je bil Branko Oblak pred leti tako užaljen zaradi kritike na njegov račun, da mu eno leto ni želel dati nobene izjave. Kako gledajo na kritike, smo se pozanimali tudi pri članih športnih organizacij. Večina je izpostavila, da nihče ne želi biti predstavljen v negativni luči, zato si ostrih kritik ne želijo. »Novinarji vedo, da če bodo želeli, da jim vedno odgovorjam na vprašanja, bodo morali vseeno biti malo blagi,« je priznal Žan Košir (2014). Na drugi strani je Zlatko Zahović (2014) odločno zatrdil, da konstruktivna kritika ni pomembna samo za profesionalnost novinarjev, ampak tudi za športnike in športne organizacije. »Novinarji vidijo včasih več, na ta način so tudi igralci pod pritiskom in se želijo izboljšati,« je poudaril Zahović (2014). Takšno razmišljanje je nedvomno pravo, toda izkušnje športnih novinarjev so, da je te zavesti v Sloveniji pri članih športnih organizacij premalo.

Nerutinsko komuniciranje med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij ogroža športno novinarstvo. Sugden in Tomlison (2007, 59) sta opozorila, da tajno dogovarjanje med športnimi novinarji in športnimi delavci otežuje kritično novinarstvo, povečuje možnost manipulacij in povzroča preveliko povezovanje med svetom športa in športnim novinarstvom. Toda zaradi velike povezanosti med mediji in športom, prav mediji so namreč prispevali odločilno vlogo, da se je šport iz amaterske dejavnosti razvil v izjemno komercializirano globalno industrijo (Zoin in drugi 2011, 81), se bo polformalnim in neformalnim odnosom med športnimi novinarji in člani športnih organizacij težko izogniti. Novinarji želijo imeti čim boljši dostop do informacij, medtem ko športniki in športne organizacije potrebujejo pogosto pojavljanje v medijih. Stanje v slovenskem športnem novinarstvu bi se kljub temu lahko izboljšalo, predvsem pri neformalnih odnosih, in sicer z regulacijo tako znotraj posameznih medijev kot društva športnih novinarjev. Medijske hiše ne storijo dovolj v smeri, da bi svoje novinarje opozarjale na nevarnost povezovanja z viri informacij, saj se zavedajo, da neuradne poti omogočajo lažji dostop do informacij. Toda mediji se morajo zavedati, kaj je poslanstvo novinarstva in z vzpostavitvijo etičnih standardov, ki bi športnim novinarjem prepovedovali neformalna druženja z viri informacij, bi lahko zmanjšali povezovanje med novinarji in viri informacij. Še bolj pomembno vlogo pri regulaciji odnosov bi lahko imelo društvo športnih novinarjev, saj bi lahko poenotili etične standarde, ki bi bili v pomoč športnim novinarjem pri opravljanju njihovega poklica. Športni novinarji so kot vzrok za povezovanje z viri informacij navedli majhnost Slovenije in njenega trga, toda to bi bila lahko tudi prednost pri vzpostavljanju bolj formalnih odnosov. Pri Mandag Morgen (2005) so ugotovili, da uspešni športniki in klubi kritičnim novinarjem omejujejo dostop do intervjujev. Toda v Sloveniji ni klubov in športnih organizacij, ki bi služile na desetine milijonov evrov, prav tako je majhno število športnikov, ki že med kariero zaslužijo toliko denarja, da ne potrebujejo pojavljanja v medijih. Člani slovenskih športnih organizacij si zelo težko privoščijo, da bi bojkotirali novinarje, v večjih državah je to precej lažje izvedljivo, saj je medijev in novinarjev bistveno več, temu primerno ima tudi večji pomen dostop do ekskluzivnih vsebin. Pri športnikih, ki medijev več ne potrebujejo, pa je treba gledati z drugega zornega kota. Novinarji so v teh primerih v podrejenem položaju, zato morajo biti do njih prijaznejši, toda tudi tu se je mogoče izogniti neformalnim odnosom.

Poleg športnih novinarjev bi lahko svoj delež k vzpostavitvi bolj formalnih odnosov prispevali tudi športniki in športne organizacije. Nekatere slovenske športne organizacije imajo vzpostavljena pravila, da lahko novinarji s športniki in trenerskim osebjem



komunicirajo le, če se vnaprej dogovorijo s predstavnikom za odnose z javnostmi, toda teh je bistveno premalo. Z omejitvijo komunikacije z novinarji bi namreč zmanjšali možnost neformalnega druženja.

Prepreko pri vzpostavljanju formalnih odnosov predstavlja tudi občinstvo. Intervjuvani športni novinarji so opozorili, da so za bralce oziroma gledalce najbolj zanimive zgodbe, ki se dobijo preko neuradnih poti. Ljudje si želijo izvedeti informacije iz zakulisja tekmovanja in dobiti vpogled v zasebno življenje športnikov. Sugden in Tomlison (2007, 50) sta dejala, da so na svetovnem prvenstvu v Franciji brazilski novinarji pisali o tem, kaj je za zajtrk jedel njihov nogometni zvezdnik Ronaldo, ker je to Brazilce bolj zanimalo kot nogometne zadeve drugih reprezentanc. Uspešni športniki imajo danes poseben status v družbi, mnogim ljudem so vzor, zato si želijo izvedeti čim več o njihovem življenju, ne le o športnem udejstvovanju. Občinstvo bi se moralo zavedati, da zasebno življenje športnika ni pomembno, ampak štejejo njegovi nastopi na tekmovanjih. Ob takšni zavesti bi tudi športno novinarstvo lažje sledilo svojemu poslanstvu.

Zaradi omejitev naša raziskava odnosov med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij ni zajela vseh tem, ki bi jih lahko obravnavali pri odnosih v športnem novinarstvu. Zanimiva bi bila primerjava odnosov med športnimi novinarji in člani športnih organizacij med športi, ki se večino časa odvijajo v Sloveniji, in tistimi, kjer glavna tekmovanja poteka v tujini. V naši raziskavi so nam intervjuvani novinarji priznali, da je na tekmovanjih v tujini pogosto več časa za neformalno druženje s predstavniki športnih organizacij, toda tudi doma prihaja do nerutinskega komuniciranja, zato ugotovitev, v kolikšni meri lokacija športnih dogodkov dejansko vpliva na odnose med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij, ne moremo podati. Prav tako nismo delali primerjav, kako so se odnosi razvijali skozi čas. Denimo pred 30 leti, ko so v smučanju nastopali Bojan Križaj, Jure Franko, Mateja Svet, ko ni bilo mobilnih telefonov in številnih drugih komunikacijskih kanalov, preko katerih se danes lahko brez težav komunicira z ljudmi, ki so na katerem koli koncu sveta. Prav tako se je v športu obračalo bistveno manj denarja, zato bi bilo smiselno raziskati, v kolikšni meri so nove tehnologije in razvoj športa, ki je danes zelo dobičkonosna industrija, vplivali na razvoj neformalnih in polformalnih odnosov med športnimi novinarji in člani športnih organizacij. Možnosti za nadaljnje raziskave tega področja je še veliko, ena izmed njih je tudi, kakšne so razlike med Slovenijo in drugimi državami. Lahko bi opravili analizo, ali so slovenski športni

novinarji pri vzpostavljanju odnosov bolj podobni hrvaškim, italijanskim, avstrijskim ali madžarskim kolegom oziroma ali med njimi sploh obstajajo bistvene razlike.

## 8 ZAKLJUČEK

Športno novinarstvo je v veliki meri povezano z razvojem in popularnostjo športa. Prav mediji so prispevali odločilno vlogo, da se je šport iz amaterske dejavnosti razvil v izjemno komercializirano globalno industrijo (Zoin in drugi 2011, 81). Danes je šport izredno dobičkonosna panoga, v kateri se letno obrača na stotine milijard evrov, prav medijsko pokrivanje pa je tisto, ki neposredno vpliva na popularnost športnih organizacij in posameznikov ter s tem posledično tudi na njihov komercialni uspeh (Bourgeois 1995, 197). Športni novinarji in njihovi viri informacij imajo skupne interese, saj se oboji preživljajo s prodajo istega produkta (Horky v Mandag Morgen 2005, 4). Takšna povezanost pa povečuje možnost, da se poleg formalnih vzpostavljajo tudi polformalni in neformalni odnosi med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij.

Poglobljeni intervjuji s športnimi novinarji in člani športnih organizacij so potrdili, da v slovenskem športnem novinarstvu komunikacija med novinarji in njihovimi viri pogosto poteka mimo uradnih poti. Športni novinarji neuradno kličejo člane športnih organizacij, se z njimi neformalno družijo, predvsem na pijači in tako vzpostavljajo tesnejše stike, med njimi se lahko razvijejo tudi prijateljske vezi. Med vzroki za vzpostavljanje polformalnih in neformalnih odnosov z viri so športni novinarji izpostavili dostop do informacij, ekskluzivnih vsebin, majhnost Slovenije in njenega trga, kjer vsi vse poznajo. Poleg tega imajo pomembno vlogo tekmovanja oziroma dogodki v tujini, tam imajo namreč novinarji in funkcionarji športnih organizacij kar nekaj prostega časa, ki ga včasih zapolnijo z medsebojnim druženjem.

Takšno povezovanje med novinarji in viri informacij predstavlja nevarnost za profesionalnost športnih novinarjev pri opravljanju njihovega poklica, kar smo lahko razbrali tudi iz opravljenih intervjujev. Nekateri novinarji so izpostavili, da nerutinsko komuniciranje z viri prinaša dostop do zanesljivih informacij, ki pomagajo pri boljši pripravi novinarskih prispevkov, toda po drugi strani polformalni in neformalni odnosi ogrožajo ohranjanje kritične distance. Zaradi dobrih odnosov nekateri športni novinarji svojim virom ne postavljajo kritičnih vprašanj, lahko jih promovirajo preko svojih prispevkov tako, da jim olepšujejo statistiko in jih prikazujejo v izrazito pozitivni podobi. To pomeni, da ne služijo javnosti, ampak svojemu viru informacij, kar ni v skladu z novinarskim poklicem. Pri

novinarjih je včasih lahko prisoten strah, da bodo zaradi kritičnega poročanja izgubili dostop do svojega vira in so zato posledično prizanesljivejši.

Medijske hiše in društvo športnih novinarjev bi z vzpostavitvijo etičnih standardov, ki bi športnim novinarjem prepovedovali neformalna druženja, lahko pripomogli k bolj formalnim odnosom med športnimi novinarji in njihovimi viri informacij. S samoregulacijo bi enako lahko prispevale športne organizacije, če bi sprejele pravilo, da lahko njeni člani z novinarji komunicirajo le preko uradnih terminov in bi tudi dogovori za intervjuje potekali izključno preko služb za odnose z javnostmi. Nekateri se tega sicer držijo, toda interes tako športnih novinarjev, ki želijo imeti čim boljši dostop do informacij, kot članov športnih organizacij, ki stremijo h konstantnemu pozitivnemu pojavljanju v medijih, je prevelik, da bi bili v praksi odnosi med športnimi novinarji in njihovimi viri zgolj formalni.

## 9 LITERATURA

1. Andrews, Phil. 2005. *Sports Journalism: A Practical Guide*. London: Sage.
2. Avanzo, Matej. 2014. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 30. september.
3. Awad, Isabel. 2006. Journalists and their Sources. *Journalism Studies* 7 (6): 922–939.
4. Balantič, Robert. 2014. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 1. avgust.
5. Barnett, Steven. 1990. *Games and Sets: The Changing Face of Sport on Television*. London: British Film Institute.
6. Boudana, Sandrine. 2009. The Journalistic Referents: A Crucial Distinction Between Sources and Voices. *Communication Review* 12 (3): 284–294.
7. Bourdieu, Pierre. 2001. *Na televiziji*. Ljubljana: Krtina.
8. Bourgeois, Normand. 1995. Sports Journalists and Their Source of Information: A Conflict of Interests and Its Resolution. *Sociology of Sport Journal* 12: 195–203.
9. Boyle, Raymond. 2006. *Sports Journalism: Contest and Issues*. London: Sage.
10. Brookes, Rod. 2002. *Representing Sport*. London: Arnold.
11. Brooks, Brian S., George Kennedy, Daryl R. Moen in Don Ranly. 2011. *News Reporting and Writing – Tenth Edition*. New York: St. Martin`s Press.
12. Bulat, Božidar. 2014. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 10. september.
13. Charron Jean, Jacques Lemieux in Florian Sauvageau. 1991. *Lés medias, les sources et la production de l`information / Media, sources and information production*. Québec: Gaëtan Morin.
14. Corner, John. 1984. Olympic Myths: the Flame, the Night and the Music. V *Television Mythologies: Star, Shows and Signs*, ur. Len Masterman, 58–62. London: Comedia Publishing Group, MK Media Press.
15. Cottle, Simon. 2003. *News, Public Relations and Power*. London: Sage Publicans Ltd.
16. Davies Pete. 1991. *All Played Out – The Full Story of Italia '90*. London: Mandarin.
17. Davis, Aeron. 2009. Journalist – Source Relations, Mediated Reflexivity and the Politics of Politics. *Journalism Studies* 10 (2): 204–219.
18. Doupona Topič, Mojca. 2010. *Objektivnost v športnem novinarstvu*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
19. Elliot, Deni. 1997. Conflicts of Interests. V *Journalism Ethics: A Reference Handbook*, ur. Elliot D. Cohen in Deni Elliot, 91–96. Santa Barbara: Abc–Clio.
20. Erjavec, Karmen. 1999. *Novinarska kakovost*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
21. Gans, Herbert J. 1980. *Deciding what`s news*. New York: Vintage.

22. Garrison, Bruce in Michael B. Salwen. 1989. Professional Orientations of Sports Journalists: A Study of Associated Press Sports Editors. *Newspaper Research Journal* 10 (4): 77–84.
23. Garrison, Bruce in Mark Sabljak. 1993. *Sports Reporting*. Ames: Iowa State University Press.
24. Glasser, Teodor L. 1992. Professionalism and the Derision of Diversity. The Case of the Education of Journalists. *Journal of Communication* 2: 131–140.
25. Golob, Tjaša. 2009. *Novinarji in predstavniki za odnose z javnostmi – simbioza ali konflikt?* Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
26. Goodwin, Eugene H. in Ron F. Smith. 1994. *Groping for Ethics in Journalism*. Ames: Iowa State University Press.
27. Gorišek, Dušan. 2014. *Intervju z avtorjem*. Radovljica, 10. november.
28. Hallin, Daniel C. in Paolo Mancini. 2005. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
29. Hardin, Marie, Bu Zhong in Erin Whiteside. 2009. Sports Coverage: "Toy Department" or Public–Service Journalism? The Relationship Between Reporters' Ethics and Attitudes Toward the Profession. *International Journal of Sport Communication* 2 (3): 319–339.
30. Haslett Cuff, John. Blanket Coverage of the Games? Excuse me while I yawn. *The Globe and Mail*, C2 (27. julij).
31. Hollings, James. 2011. 5. The Informed Commitment Model: Best practice for journalists engaging with reluctant, vulnerable sources and whistle-blowers. *Pacific Journalism Review* 17: 67–89.
32. Jouhki, Jukka in Il-hyun Baek. 2008. The Public Right to Know: Government – Press Relations in South Korea and the Debate about Press Rooms. *Global Media Journal* 7 (13). Dostopno prek: [http://eprints.herce.fi/45/2/Public\\_Right\\_to\\_Know.pdf](http://eprints.herce.fi/45/2/Public_Right_to_Know.pdf) (13. januar 2016).
33. Kavčič, Blaž. 2014. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 27. oktober.
34. Kaye, David. 1995. Sources of Information, Formal and Informal. *Management Decision* 16 (5): 16–19.
35. Keeble, Richard. 2001. *Ethics for Journalists*. London: Routledge.
36. Kervin, Alison. 1997. *Sports Writing*. London: A&C Black.
37. Košir, Žan. 2014. *Intervju z avtorjem*. Tržič, 16. september.

38. Kovačič, Gorazd. 2010. Otroške sanje vrhunskih športnikov in slovenska nacija. *Medijska preža* 37. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/37/prakse> (17. januar 2016).
39. Laurenčič, Urban. 2014. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 10. september.
40. MacNeill, Margaret. 1998. Sports Journalism, Ethics and Olympic Athletes` Rights. V *Mediasport*, ur. Lawrencece A. Wenner, 110–118. New York: Routledge.
41. Malenšek Kojić, Tina. 2007. *Odnosi med strokovnjaki za odnose z javnostmi in novinarji*. Magistrsko delo. Ljubljana: FDV.
42. Mandag Morgen. 2005. *The World's Best Advertising Agency: The Sports Press*. Dostopno prek: [http://www.playthegame.org/upload/sport\\_press\\_survey\\_english.pdf](http://www.playthegame.org/upload/sport_press_survey_english.pdf) (15. januar 2016).
43. Mencher, Melvin. 1991. *News Reporting and Writing*. Dubuque: Brown Publishers.
44. Merljak Zdovc, Sonja. 2009. Novinarska zbornica. *Medijska preža* 36. Dostopno prek: <http://mediawatch.mirovni-institut.si/bilten/seznam/36/novinarji/> (17. januar 2016).
45. Mijatović, Zoran. 2014a. *Športni novinarji kot predstavniki za odnose z javnostmi*. Magistrsko delo. Ljubljana: FDV.
46. --- 2014b. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 8. oktober.
47. Milovanovič, Ana. 2007. *Odnosi medijev do športnih dosežkov in zasebnega življenja slovenskih vrhunskih športnikov*. Diplomsko delo. Ljubljana: Fakulteta za šport.
48. Nicholson, Matthew. 2007. *Sport and the Media: Managing the Nexus*. Oxford: Butterworth–Heinemann.
49. Nord, Lars in Jesper Stromback. 2005. *Who Leads the Tango? A Study of the Relationship Between Swedish Journalists and Political Sources*. New York: Conference Papers – International Communication Association.
50. Oštrbenk, Nina. 2006. *Odnos med novinarji in predstavniki za odnose z javnostmi Mestne občine Ljubljana*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
51. Randall, David. 2011. *The Universal Journalist*. London: Pluto Press.
52. Ropret, Matjaž. 2004. *Etični problemi športnega novinarstva*. Diplomsko delo. Ljubljana: FDV.
53. Rowe, David. 2007. Sport Journalism: Still the "Toy Department" of the News Media?. *Journalism* 8 (4): 385–405.
54. Ruusunoksa, Laura. 2006. Public Journalism and Professional Culture. *Javnost/The Public* 13 (4): 81–98.

55. Schudson, Michael. 1991. The Sociology of News Production Revisited. V *Mass Media and Society*, ur. James Curran in Michael Gurevich, 141–159. London: Edward Arnold.
56. Shin, Jae-Hwa in Glen T. Cameron. 2003. Informal relations: A Look at Personal Influence in Media Relations. *Journalism of Communication Management* 7 (3): 239–253.
57. Shin, Jae-Hwa. 2006. Conflict, Contingency and Continuum: A Conceptual Model of the Source–Reporter Relationship between Public Relations Professionals and Journalists. *Conference Papers – International Communication Association*, 1–39.
58. Shuter, Robert. 1975. The Promise of Participant Observation research. *Journal of Applied Communications Research* 3: 1–7.
59. Snyder, Eldon E. in Elmer A. Spreitzer. 1984. Sports and the Mass Media. V *Sport in contemporary society: An Anthology*, ur. D. Stanley Eitzen, 267–290. New York: St. Martin`s Press.
60. Sodišče Evropske Unije. 2013. *Sodišče je zavrnilo pritožbe, ki sta jih FIFA in UEFA vložili zoper sodbe Splošnega sodišča o televizijskem prenosu Svetovnega prvenstva in EURA*. Dostopno prek: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_CJE-13-92\\_sl.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_CJE-13-92_sl.htm) (15. januar 2016).
61. Splichal, Slavko. 1988. Izobraževanje, etika in profesionalizacija novinarstva. *Teorija in praksa* 25(5): 619–624.
62. --- in Colin Sparks. 1994. *Journalist for the 21st century: tendencies of professionalization among first-year students in 22 countries*. Norwood, New Jersey: Ablex.
63. Sugden, John in Alan Tomlinson. 2007. Stories from Planet Football and Sportsworld. *Journalism Practice* 1: 44–61.
64. Šimnovec, Miha. 2014. *Intervju z avtorjem*. Ljubljana, 7. oktober.
65. Telander, Rick. 1984. The Written Word: Player–Press Relationships in American Sports. *Sociology of Sport Journal* 1 (1): 3–14.
66. Valenzuela, Sebastian. 2007. A New Typology of Power Dynamics between Journalists and Political Sources. *Conference Papers – National Communication Association*. Austin: University of Texas.
67. Weaver, David H. 1998. Journalist Around the World: Commonalities and Differences. V *The Global Journalist: News People Around the World*, ur. David H. Weaver, 455–480. Cresskill, New Jersey: Hampton Press.



68. Webb, John R. 1992. *Understanding and designing marketing research*. London: Academic Press.
69. Whittle, Jeremy. 2008. *Bad blood: The Secret Life of Tour de France*. London: Yellow Jersey Press.
70. Wimmer, Kurt in Stephen Kiehl. 2011. Who Owns the Journalist's Privilege – the Journalist or the Source?. *Communications Lawyer* 28 (2): 9–13.
71. Wulfemeyer, K. Tim. 1985. Ethics in sports journalism: Tightening up the code. *Journal of Mass Media Ethics* 1 (1): 57–67.
72. Zahović, Zlatko. 2014. *Intervju z avtorjem*. Maribor, 26. september.
73. Zelizer, Barbie. 2004. *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. Thousand Oaks: Sage.
74. Zion, Lawrie, Ramón Spaaij and Matthew Nicholson. 2011. Sports Media in Journalism: An Introduction. *Media International Australia* 180: 80–83.