

STARKISSERS?!



Een onderzoek naar de relatie tussen sportjournalisten en sporters

Master Thesis Media & Journalistiek
Faculteit Historische- en Kunstwetenschappen
Erasmus Universiteit Rotterdam

Door: Silvion Z.A. Khan
336902

Begeleider: dr. P.H.J. Schafraad

Tweede lezer: dr. E. Hitters

Augustus 2011

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
1.1. Aanleiding	4
1.2. Onderzoeksopzet	5
2. Journalistieke cultuur in Nederland	7
2.1 Journalistiek in de periode tot en met de verzuiling	7
2.2 Journalistiek in de periode na de verzuiling	9
2.3 Conclusie	11
3. Ontwikkeling van de sportjournalistiek	12
3.1 De sportjournalist als assistent-bestuurder (1900-1940)	12
3.1.1. De sportjournalist als pedagoog (1940-1965)	12
3.1.2. Toenadering tot de sporters (1965-1989)	13
3.1.3. Starkissers (1989-heden)	14
3.2. Mediatisering van sport	16
3.3. General & Beat reporters	18
3.4. Oogpunt van de sporter	21
3.5. Sportjournalist en bron	22
3.6. Conclusie	23
3.7. Concreet onderzoeksopzet	24
4. Methode	25
4.1 Grounded Theory	25
4.2. Uitvoering onderzoek	27
4.2.1. De interviews	28
4.2.2. Verwerking van de interviews	29
5. Onderzoeksresultaten	31
5.1. Algemeen: Verschil in media	31
5.1.1. Conclusie diverse media	34
5.2. Thema: Verschillende takken van sport	34

5.2.1. Voetbal	34
5.2.2. Overige sporten	36
5.2.3. Conclusie werkwijze in verschillende sporten	38
5.3. Thema: Omgang met sporter	38
5.3.1. Contact opbouwen	39
5.3.2. Bellen/Sms'en	39
5.3.2.1. Conclusie telefonisch contact	40
5.3.3. Vaste volgers	42
5.3.3.1. Conclusie vaste volgers	45
5.3.4. Vraaggesprek	46
5.3.4.1. Conclusie vraaggesprek	49
5.3.5. Corrigeren van een artikel/reportage	50
5.3.5.1. Audiovisuele cultuur	50
5.3.5.2. Schrijvende cultuur	51
5.3.5.3. Conclusie corrigeren artikel/reportage	53
5.3.6. Thema: Sport&Entertainment	54
5.3.6.1. Sportcultuur in Nederland	54
5.3.6.2.. Sportieve gevolgen	55
5.3.6.3. Conclusie Sport & Entertainment	56
5.4. Samenvatting Empirie	57
6. Op naar een nieuwe typologie	60
6.1. Parallellen tussen sport en politiek	61
6.2. Typologie van de sportjournalist	62
6.2.1. De pedagoog	62
6.2.2. De afbijter	63
6.2.3. De promotor	63
6.2.4. De starkisser	64
6.2.5. De onderhandelaar	64
6.2.6. Dynamiek van de sportjournalist	65
7. Conclusie	67
8. Bibliografie	70

1. Inleiding

Een groot aantal voetbaljournalisten is 'starkisser'. Het enige waar ze in geïnteresseerd zijn, is de banen open houden naar de bron van de vedetten. De vedetten worden niet aangepakt. Veel journalisten hebben een eigen aanspreekpunt in het elftal.

(Stokvis, 2007: 181)

1.1. Aanleiding

In een artikel uit het NRC Handelsblad (1994) deed oud-voetballer en trainer Hans Kraay senior met bovenstaande uitspraak zijn beklag over voetbaljournalisten. Volgens Kraay voeren sportjournalisten het werk niet meer goed uit. Ruud Stokvis (2007) heeft in zijn boek Sport, publiek en de media deze uitspraak aangepakt om de huidige sportjournalist te duiden. De verhoudingen tussen de sportjournalist en de sporter zijn volledig scheef gegroeid. In relatie tot de topsporter is de sportjournalist slechts een klein 'mannetje' dat opkijkt tegen de grote 'sportsuperster'. Exemplarisch hiervoor is de afbeelding op het voorblad van deze scriptie. De foto werd gemaakt na afloop van de winst op het Braziliaanse voetbalelftal in de kwartfinales van het Wereldkampioenschap voetbal 2010 in Zuid-Afrika. Er was sprake van uitzinnige vreugde en Jack van Gelder, de voetbaljournalist van NOS Studio Sport, mocht de Oranje spelers na afloop van de wedstrijd interviewen. Wat volgde was een chaotisch tafereel, waarbij twee voetballers tegenover van Gelder kwamen te zitten. Een paar minuten later kwam er nog een derde aan, Wesley Sneijder. De stoelen waren bezet en van Gelder liet toe dat Sneijder op zijn schoot kwam zitten. Een aparte situatie. De gerespecteerde sportjournalist van Gelder, die als een kind zo blij is dat een 'sportsuperster' als Sneijder op zijn schoot kwam zitten. Het journalistieke ideaal, de onafhankelijke, objectieve hoeder van de democratie (Deuze, 2005: 447) is volledig verdwenen. Sportjournalisten zijn sterk afhankelijk geworden van de welwillendheid van de sporter en hierdoor voeren sportjournalisten hun werk niet meer goed uit. Het zijn veredelde starkissers geworden die sporters niet kritisch durven te ondervragen, omdat ze bang zijn hun 'lijntjes'¹ met de sporter te verliezen. Deze lijntjes zijn essentieel voor de beroepsuitoefening van de sportjournalisten en daarom zijn zij volgens Stokvis vanaf 1989 beland in het starkissers

¹ Lijntjes: het openhouden van het contact naar de bron. In deze scriptie zal het begrip lijntjes regelmatig worden gehanteerd en verwijst het naar de toegang tot de sporter.

tijdperk.(2007:181-182) De afbeelding van de voetballers en van Gelder lijkt deze theorie volledig te bevestigen.

Maar is het wel mogelijk om op een enkele uitspraak van een oud-voetballer een hele generatie sportjournalisten te typeren? Hoewel Kraay het heeft over voetbaljournalisten die zich op deze manier gedragen, bestempelt Stokvis alle Nederlandse sportjournalisten tot starkissers. Opvallend is dat Stokvis zich naast de uitspraak van Kraay zich niet beroept op enige empirie. Het gebrek aan een gefundeerde empirische basis biedt een interessante aanleiding om de verhoudingen tussen sportjournalisten en sporters te onderzoeken.

1.2. Onderzoeksopzet

Om de benodigde empirische data te vergaren voor dit onderzoek is een selecte groep Nederlandse sportjournalisten benaderd. Door diepte-interviews bij hen af te nemen wordt de relatie tussen sportjournalisten en (top)sporters onderzocht. Door het gebruik van diepte-interviews is het mogelijk de beweegredenen van de sportjournalist te doorgronden en wordt geprobeerd op die manier een antwoord te krijgen op de centrale onderzoeksvraag: *hoe is de relatie tussen sportjournalist en (top)sporter?*

Dit onderzoek is wetenschappelijk relevant omdat er een bijdrage geleverd kan worden aan het wetenschappelijke veld van de sportjournalistiek. Er bestaat niet veel wetenschappelijk materiaal over de sportjournalistiek, en zeker niet over de Nederlandse sportjournalistiek. Het is daarom een uitdaging om deze leegte te vullen. Door het interviewen van dertien Nederlandse sportjournalisten worden tal aan uitspraken gedistilleerd waarmee er een adequate hoeveelheid empirische data wordt verkregen om de relatie tussen sportjournalisten en sporters te duiden. Dit kan een dus een bijdrage leveren aan het wetenschappelijke karakter van de sportjournalistiek in Nederland.

Qua maatschappelijke relevantie is het van belang om te onderzoeken hoe de sportjournalistiek functioneert in het huidige journalistieke klimaat. Aangezien de werkwijze van de sportjournalist uitgebreid in kaart wordt gebracht, met betrekking tot de relatie met de sporter, is het voor de huidige sportjournalisten een kans een objectieve kijk op hun werk na te lezen. Dit kan betekenen dat er eventuele veranderingen of juist bepaalde bevestigingen met zich mee worden gebracht. Het biedt de sportjournalist ook de kans om kritisch op hun eigen werk te reflecteren, en ook in een oogopslag te zien hoe andere media met dezelfde onderwerpen omgaan.

Het theoretische kader is in twee delen opgesplitst. In hoofdstuk twee zal centraal staan hoe de journalistiek, en daarbij nauw betrokken de parlementaire journalistiek, zich in de afgelopen eeuw heeft ontwikkeld. Het is interessant om na te gaan hoe de journalistiek zich door de verzuiling heeft geworsteld. Hierin wordt beschreven hoe de relatie tussen journalisten en hun bronnen zich door de jaren heen heeft geworsteld. Vooral de typeringen waarop dit type journalist wordt gekenmerkt, zal een belangrijke rol spelen in deze scriptie. Dit wordt vertaald naar het uit te voeren onderzoek naar de relatie tussen sportjournalisten en sporters. Zijn hier ontwikkelingen te zien die zich doortrekken naar de sportjournalistiek?

Hoofdstuk drie gaat in op de ontwikkeling in de sportjournalistiek. Stokvis (2007) heeft de sportjournalistiek vanaf het begin van de twintigste eeuw in kaart gebracht. Deze kent vier fasen waarvan de laatste fase de eerder genoemde starkissers fase is. Opvallend is dat beide journalistieke takken een omgekeerde ontwikkeling hebben doorgemaakt. De parlementaire verslaggever is een veelzijdige journalist geworden, terwijl de sportjournalist tot een doorgeefluik is getransformeerd. Dit, terwijl beide werelden te maken hebben gehad met mediatisering. Dit heeft voor de ene (de parlementaire journalistiek) goed uitgepakt, terwijl het voor de ander (de sportjournalistiek) niet goed heeft uitgepakt. De parlementaire journalist wordt zelfs geprezen voor zijn veelzijdigheid na deze periode. Naast deze kadering wordt er ook gebruik gemaakt van andere zienswijzen ten opzichte van de sportjournalistiek. Andere onderzoeken die de eenzijdige visie kunnen doorbreken. In de analyse van dit onderzoek zal gebruikt worden gemaakt van een kwalitatieve onderzoeksmethode, de Grounded Theory (gefundeerde theoriebenadering), om een eigen theorie/typering te creëren op basis van de uitspraken van de dertien respondenten. Uiteindelijk zal na de analyse een eigen typologie worden ontwikkeld en zal een antwoord gegeven worden op de vraag hoe de relatie tussen professionele sporters en sportjournalisten er in Nederland uit ziet.

2. Journalistieke cultuur in Nederland

De journalist als de stripheld Kuifje. Of de journalisten in de film 'All the president's men', waarin Dustin Hoffman en Robert Redford zich als helden van de Washington Post ontpoppen, omdat ze het Watergate schandaal in de Verenigde Staten aan het licht brachten. Twee ideaaltypische typeringen van de journalist. (van Ginneken, 2002:86-87) In Nederland heeft de journalistiek een moeizame weg afgelegd. In dit hoofdstuk zal de ontwikkeling van de journalistiek in Nederland centraal staan. Dit is voor het onderzoek van belang aangezien het weergeeft hoe de journalist zijn onafhankelijkheid heeft verworven.

2.1. Journalistiek in de periode tot en met de verzuiling

Frank van Vree (2002: 156-167) schetst in de bundel over de journalistieke cultuur in Nederland het beeld van de Nederlandse journalist. Het journalistieke beroep was een beroep dat een laag aanzien kende. In de jaren vijftig bevond de journalist zich op de intellectuele ladder onder het niveau van een leraar op de lagere school. Dit veranderde in positieve zin pas in de jaren tachtig; het einde van de verzuiling. Maar waarom werd de journalist als minderwaardig gezien?

Aan het eind van de negentiende eeuw was de journalist een vrije geest, die zich niets aantrok van wat er om hem heen speelde. Dit ideale beeld werd door de Eerste Wereldoorlog verstoord. De journalist kreeg een dienstbare rol en fungeerde slechts als doorgeefluik. Van Praag typeerde de toenemende afhankelijkheid van de parlementaire journalist ook wel als een Siamese tweeling. De politicus en de journalist waren immers één. (2000:1-2) Dit principe van de slaafse journalist zette zich voort tot de jaren zestig. De journalist kreeg toen weer zijn onafhankelijke positie terug en mocht weer mondiger en kritisch zijn. Dit omslagpunt ging hand in hand met de ontzuiling, waar in een volgende paragraaf dieper op zal worden ingesprongen. Deze beknopte uitleg van de geschiedenis van de journalistiek in Nederland is volgens van Vree gebaseerd op vele beschouwingen en artikelen die deze verhaallijn ondersteunen.

Een voorbeeld van de slaafsheid van de journalist komt naar voren in het hoofdstuk van Marcel Broersma. (2002, 51-63) Broersma heeft de rol van de partijleider van de Katholieke Volkspartij (KVP) C.P.M. Romme onderzocht. Gedurende zeveneneenhalf jaar (1945-1952) was Romme naast politiek leider ook staatkundig hoofdredacteur van de Volkskrant. Deze dubbelrol was erg eigenaardig, aangezien hij volgens critici met de Volkskrant zijn politiek bedreef. Alle politieke artikelen die in de Volkskrant verschenen werden door Romme ingefluisterd. De Volkskrant moest streven naar een katholieke eenheid en een harmonieuze samenleving, aldus Romme. Het was een nieuwe weg die de Volkskrant insloeg en Joop Lucker nam de dagelijkse

leiding op zich. Broersma verwoordt deze twee-eenheid van Romme en Lucker op een treffende wijze: “*Kapitein* Lucker stuurde de Volkskrant op haar dagelijkse vaart, maar als er politieke klippen opdoken nam Romme het roer over.” (Broersma, 2002:53) Dit was precies hoe de rollen waren verdeeld. Romme keek op de achtergrond mee en mengde zich in diepgaande politieke artikelen. Romme hield zich echter niet bezig met de dagelijkse beslommeringen op de redactie en kreeg een parlementaire verslaggever onder zich. Deze verslaggever was sterk verbonden met de idealen van Romme. In principe fungeerde deze verslaggever, Wim Snitker, als een doorgeefluik. Alles stond in dienst van Romme. Hierdoor was Snitker weinig zelfstandig. Elk politiek getint artikel moest de goedkeuring krijgen van Romme. Zelfs als Romme niet in het land was, werden er soms urenlang telefoongesprekken gehouden over de inhoud van het nieuwsbericht. (Broersma, 2002:54) Uiteindelijk leidde de strenge hand van Romme tot onvrede bij de journalisten van de Volkskrant. Vooral Snitker was niet te spreken over zijn rol. Al in 1948 gaf hij aan dat hij zijn journalistieke kwalificaties niet kwijt kon in deze functie. Snitker zat gevangen in een web. Aan de ene kant wilde hij zijn katholieke zuil dienen, maar aan de andere kant wilde hij zijn beroep uitoefenen. Zijn besluit om zich toch in deze rol te schikken, bevestigt het beeld van de slaafse journalist, zoals van Vree het al voorspiegelde. Dit slaafse beeld wordt door een treffende metafoor van Herbert Gans (2004) aangeduid. In zijn boek beschrijft hij de relatie tussen journalisten en hun bronnen als een dans, de tango. Dit wil zeggen dat er twee personen nodig zijn om de tango te dansen, alleen is er één persoon die de dans leidt. Hierin is het meestal de bron, dus in dit geval de politicus, die de dans leidt. (2004:119) De journalist volgt de politicus slechts en heeft in de onderlinge relatie niets in te brengen.

Desondanks plaatst van Vree een drietal kanttekeningen bij deze slaafse voorstelling van de journalist. (2002:157) Het gaf een te eenzijdig beeld van de journalistiek onder de verzuiling weer. Van Vree erkent dat deze slaafse houding wel aanwezig was, maar wijt dit aan het zachtaardige optreden van de journalist in oorlogstijd. Dit had bijgedragen aan de verslechterde positie van de journalist. Er waren in die tijd echter journalisten die wel degelijk op een onafhankelijke manier journalistiek bedreven. Dit werd echter niet voldoende belicht, en bleef het eenzijdige beeld van de journalist bestaan.

Ten tweede is de volgzaamheid van de pers een bewuste actie geweest. Vooral parlementaire verslaggevers werden ervan beschuldigd politieke partijen en overheidsfunctionarissen probleemloos te volgen. Dit was echter onderdeel van het journalistieke vak, meenden de redacteuren van de diverse kranten.

Ten slotte kon er ook sprake zijn van tactiek. De dagbladen identificeerden zich met een politieke partij en kozen er daarom vrijwillig voor om geen kritiek te uiten of op primeurs te jagen. De dagbladen waren politiek gekleurd en probeerden er alles aan te doen om niet tegen de eigen politieke filosofie in te gaan. Het was dus een bewuste keuze, dus van slaafsheid was geen sprake.

Er viel dus wel wat aan te merken op de slaafse houding van de journalist in deze periode. Er waren dus signalen dat de journalist niet zomaar achter de politici aan hobbelden. Naast deze kritiekpunten geeft van Vree (2002:157) aan dat bij deze duiding er niet is ingegaan op de ontwikkeling van het journalistieke vak. Het journaal bestond uit meer dan alleen de parlementaire journalistiek. Er waren ook ontwikkelingen in andere gebieden van de journalistiek gaande, bijvoorbeeld in de sportjournalistiek. De ontwikkelingen in de sportjournalistiek worden in hoofdstuk drie uitvoerig besproken. Voor nu is het van belang hoe de journalist zich gedroeg in de periode na de verzuiling. Kruipt de journalist in die periode uit zijn schulp?

2.2. Journalistiek in de periode na de verzuiling

Kees Brants (2002: 85-98) typeert in zijn hoofdstuk de parlementaire journalistiek met een zelfgekozen metafoor. Zoals eerder weergegeven, veroorzaakte de verzuiling in Nederland dat de verschillende media zich met een politieke partij gingen identificeren. Brants gebruikt voor dit type journalist de metafoor van een schoothond. De journalist doet immers alles wat hem wordt opgedragen. Maar gaandeweg de jaren zestig vond er een kentering plaats, de ontzuiling. Kranten en andere media voelden zich niet meer verbonden aan een politieke partij en werden mondiger. Er was onvrede over hun rol als doorgeefluik. De journalist werd autonoom, werd kritischer en wierp zich op tot de hoeder van de democratie. Ministers werden niet meer aangesproken met 'excellentie' en journalisten kregen toegang tot de 'kleedkamers' van de politiek. Ze werden kritischer en brutaler. De identificatie met de politici ging over op de identificatie met het publiek. Deze verandering kenmerkt de mediatisering. Vanaf 1990 deden commerciële televisieomroepen als RTL hun intrede. Dit werkte de amusementsmedia in de hand. In tegenstelling tot de publieke omroep, hadden de commerciële omroepen als doel om geld te verdienen en hoge kijkcijfers te genereren. Concreet had dit het gevolg dat er infotainment programma's ontstonden. De verkiezingen werden verslagen als een 'horse-race', een verslaggeving die sterk lijkt op de sportverslaggeving. Een sterk entertainende verslaggeving van een wedstrijd, of in dit geval, een verslaggeving van een nek-aan-nek race tussen politici. Amusement ging een steeds grotere rol spelen.

Ook het binnenhalen van een quote van een politicus werd ook zeer belangrijk geacht voor de entertainmentwaarde. (van Praag et al. 2000:3-8) Het meest exemplarisch voor de verandering in de politieke verslaggeving is het voorbeeld dat Koole in zijn boek weergeeft. Koole gaat in op het politieke televisieprogramma *Nova*. Hoewel er hoofdzakelijk actuele politieke kwesties aan tafel werden besproken, werd iedere aflevering afgesloten met een cartoon van Joep. Deze animatie gaf door middel van een animatie de actuele politieke situatie weer met een humoristische knipoog. Het programma werd hiermee op een grappige manier uitgeluid. Het betekent een ‘cartoonisering’ van politiek op televisie. (Koole,2006:12) Amusement en politiek werden samengesmolten tot de term infotainment. Dit alles om het publiek te behagen.

Terugkoppeland naar de typering van Brants (2002,85-98), die de journalist tijdens de verzuiling een schoothond noemde, duidt in deze periode de journalist aan als waakhond. Als waakhond van de democratie. De parlementaire verslaggever had zich in deze periode door al de ontwikkelingen en de identificatie met het publiek los gewurmd van de politieke wereld. Er is dus een transformatie opgetreden, van schoothond naar een waakhond, die zich opwerpt als hoeder van de democratie. Voor Brants is deze transformatie niet het einde. De hedendaagse parlementaire journalist is geen schoothond of waakhond, maar een mix van deze twee uitersten. Een postmoderne Cerberus, de meerkoppige helhond uit de Griekse mythologie, is volgens Brants de juiste beschrijving voor de hedendaagse politieke verslaggever. De parlementaire journalist kent meerdere gezichten en stelt zich de ene keer zeer meegaand op en bijt een andere keer juist fel van zich af. De ene keer is het een waakhond, de andere keer een poedel, dan weer een labrador die achter zijn soortgenoten aanrent en dan weer de jachthond die hongerig op jacht gaat naar nieuws. Dit is het gevolg van het gebrek aan een dominante journalistieke stijl in dit wereldje. Brants is van mening dat het een positieve ontwikkeling is, en is de parlementaire journalistiek een nieuwe weg in geslagen. In de typologie van Gans (2004:119) zou de transformatie aan de hand van de tango metafoor aantonen dat de journalist nu min of meer de dans leidt. Aangezien de dans, de tango, meestal door een man en vrouw wordt uitgevoerd, moet er altijd een van de twee de dans leiden. Wanneer dit niet het geval is, gaat de dans fout. Ditzelfde projecteert Gans op de relatie tussen journalisten en hun bronnen. In hoeverre buigt de journalist naar de wensen van de bron, om op die manier nieuws te vergaren? Wie heeft de macht in deze relatie? Waar voorheen de politicus de dans leidde (oftewel de macht had), is het nu de journalist die zich minimaal op gelijke hoogte bevindt en misschien wel boven de politicus staat in de machtsverhouding en dus de figuurlijke tango leidt.

2.3. Conclusie

Deze uitgebreide beschrijving van de ontwikkeling van de journalistiek in Nederland toont treffend aan hoe de afhankelijkheid en objectiviteit in het geding is geweest. Sinds dit beoogde onderzoek zich richt op de sportjournalistiek, en vooral op de relatie tussen sporter en sportjournalist, is het van belang om deze trend in de algemene journalistiek in het achterhoofd te houden. Zoals van Vree al aangaf, was er in de periode van verzuiling een beeldvorming ontstaan van de slaafse journalist. Er werd echter voorbij gegaan aan een aantal ontwikkelingen, dat het slaafse karakter enig tegengewicht bood. Na de verzuiling heeft vooral de parlementaire journalist zich ontpopt tot waakhond van de democratie en is volgens Brants verworden tot een veelzijdige journalist. Eentje die zelf beslist wanneer er kritisch wordt gereageerd, of juist meegaand, of een neutrale positie inneemt in een vraaggesprek. Dit alles door de opkomst van commerciële media, en de identificatie hierdoor met het publiek, in plaats van met de politici. Een positieve ontwikkeling.

Van Vree gaf echter ook weer dat er ontwikkelingen in andere journalistieke sectoren waren, waaronder de ontwikkeling in de sportjournalistiek. Heeft deze vorm van journalistiek ook eenzelfde vlucht genomen als de parlementaire journalistiek in dit hoofdstuk?

3. Ontwikkeling van de sportjournalistiek

De sportjournalistiek kende net als de algemene journalistiek een slecht imago. Sterker nog; waar de algemene journalistiek nog op de maatschappelijke ladder onder de basisschoolleraar stond, was het met de sportjournalistiek nog minder gesteld. David Rowe (2007:385) stelt dat hoewel de sportjournalistiek een belangrijk onderdeel van de journalistiek vormt, het als ‘toy department’ van de nieuwsmedia wordt beschouwd. Het wordt geassocieerd met frivoliteiten en met plezier maken. De hoofdredacteur van het Parool, Sandberg, kwam met de volgende uitspraak: ‘Wie niets kan wordt journalist – wie ook dat niet kan wordt sportjournalist’. (Stokvis,2007:184) Kortom, de sportjournalist stelde zeer weinig voor.

Ruud Stokvis (2002:195-202) heeft de sportjournalistiek vanaf 1900 uitgebreid in kaart gebracht. Deze indeling zal ruimschoots onder de aandacht worden gebracht, omdat het de aanleiding vormde voor dit onderzoek.

3.1. De sportjournalist als assistent-bestuurder (1900-1940)

Voetbal was in deze periode al een enorm populaire sport onder het publiek.. Door deze populariteit werden dagbladen min of meer verplicht om ruimte te maken voor een sportredactie. Hoewel het eerste sportverslag al in 1888 in een dagblad verscheen, werd John Couke in 1906 algemeen gezien als de eerste sportredacteur in Nederland. Enkele andere dagbladen volgden met sportredacteurs in de jaren daarna. De sportredacteurs voelden zich verantwoordelijk voor het min of meer promoten van de goede kanten van sport. Hiermee identificeerden zij zich met de bestuurders op sportgebied. Door de Olympische Spelen, die in 1928 in Amsterdam werden gehouden, ontloopten de journalisten zich als promotors, mede op aanraden van het Nederlands Olympisch Comité (NOC). Zodoende droeg de sportjournalist in deze periode bij aan het imago van Nederland en van de nationale pers.

3.1.1. De sportjournalist als pedagoog (1940-1965)

De schrijvende pers kreeg in de periode tussen 1940 en 1965 met nieuwe mediavormen als radio en televisie van doen. De sportjournalistiek veranderde door de concurrentie tussen de verschillende media van karakter. Een van de veranderingen deed zich voor in de sportverslagen. De sportjournalist kreeg de ruimte om naast feitelijke wedstrijdverslagen, ook de eigen visie op de wedstrijd te benadrukken door middel van analytische en beschouwende stukken. Een sportnieuwsartikel bestond in deze periode uit een feitelijk wedstrijdverslag, gecombineerd met de bevindingen van de sportjournalist zelf.

Ten tweede braken de sportjournalisten met hun loyaliteit aan de bestuurders, zoals die in de voorgaande periode plaatsvond. Ze wierpen zich op als de vertegenwoordigers van de publieke opinie. Het ging hen niet alleen om het verschaffen van informatie, maar wilden met hun werk de publieke opinie beïnvloeden. Dit hield in dat de sportjournalist een kritische, opbouwende en voorlichtende houding ten aanzien van de publieke opinie innam. Het pedagogische karakter leidde ertoe dat er sprake was van opbouwende kritiek. Verscheidene journalisten spraken er schande van wanneer een journalist in de kleedkamer een interview bij de sporter afnam. In dit soort 'kleedkamerinterviews' konden sporters emotionele uitspraken doen, waar zij later spijt van zouden kunnen krijgen. Hierdoor ontroppte de sportverslaggever zich tot een soort vaderfiguur, als een soort 'pedagoog', die de sporter beschermde. Deze pedagogen bleken echter geen waarde te hechten aan de lezers en kijkers van de krant of radio/tv. Het ging hen om het maatschappelijke aanzien van de sporten, zoals ook al in de eerste periode het geval was. Sportjournalisten konden toen nog sterk hun eigen draai aan het nieuwsbericht geven.

De nieuwe generatie sportjournalisten brachten een nieuwe wending met zich mee. Zij moesten veel commerciëler te werk gaan en het echte nieuws lag nu bij de sporten die het populairst waren bij het publiek. Dit betekende dat de kleinere sporten van het toneel verdwenen door de toenemende aandacht voor grote sporten (bijv. voetbal). De mensen thuis zaten niet meer zat te wachten op een uitgebreid technisch verslag van een korfbalwedstrijd. Het was niet meer nieuwswaardig. Stokvis duidt dus op een verschuiving aan het eind van dit tijdperk. Een verschuiving waarbij sportjournalisten zich niet meer met bestuurders identificeerden, maar zich meer richtten op de sportwereld zelf.

3.1.2. Toenadering tot de sporters (1965-1989)

De voorgaande paragraaf gaf al weer hoe er een verschuiving plaatsvond in de houding van de sportjournalisten. Sportjournalisten zagen sporters en sportsters niet meer als jongens en meisjes die ze tegen zichzelf moesten beschermen. Sporters en hun trainers werden in de ogen van de journalisten steeds belangrijker. Stokvis geeft deze verandering op een zeer beeldende manier weer. In een uitgave van het blad de Journalist in 1980, werden de verhoudingen zoals die in 1930 en in 1980 waren tussen de sportjournalist en de sporter uitgebeeld. Op de linkerhelft stond de situatie van 1930, waarbij een grote keurig geklede man, de journalist, een kleine sporter ondervraagt. Op de andere helft van de omslag stond een klein, bebaard journalistje, dat een verongelijkte sporter probeerde te interviewen, de situatie in 1980. (Stokvis, 2002:199) Een behoorlijke verschuiving dus.

Ook de afstand tussen de journalist en sporters moest worden verkleind en daardoor werd de sportjournalistiek leeftijdsgebonden. Oudere sportjournalisten werden vervangen door jongere collega's, omdat het leeftijdsverschil te groot werd tussen de sporter en de sportjournalist. Het inzetten van een sportjournalist die ongeveer van dezelfde leeftijd als de sporter was, maakte het mogelijk dat beiden zich op dezelfde hoogte tot elkaar verhielden. Naast deze ontwikkelingen waren er een aantal andere factoren van belang, die aan de toenadering naar sporters bijdroegen.

Televisie werd een steeds belangrijker medium in de sportverslaggeving.

Krantenjournalisten konden de volgende dag de wedstrijd niet nog eens op papier zetten, omdat het publiek al wist hoe de wedstrijd was verlopen. Er moest iets nieuws worden bedacht. De in de jaren zestig geïntroduceerde 'quote-journalistiek' (voorheen de kledkamerinterviews, waarin uitspraken van sporters direct na de wedstrijd werden ontlokt), werd niet meer verafschuwd, maar in perspectief geplaatst. Het maakte mogelijk dat de belevingen van de sporters nu aan bod kwamen in de nieuwsberichten. De officiële feiten werden dus vervangen door quotes van betrokkenen. Ook het publiek wilde graag weten wat de sporters over de wedstrijden te vertellen hadden. Hierdoor ging de sportjournalist ook op zoek naar achtergrondverhalen en probeerden zij één op één contact te krijgen met de sporters. Journalisten van de Telegraaf voelden zich geroepen om deze functie te vervullen. De 'Telegraaf journalistiek' was erop gericht om de lezers op hun wenken te bedienen en sensatieverhalen te achterhalen. Het was een compleet andere werkwijze dan in de voorgaande perioden. De Telegraaf journalisten wisten hiermee als eerste de vermaakfunctie van sport te erkennen. Alle anderen sportjournalisten waren volgens Stokvis nog steeds geëngageerd aan de visie van de bestuurders, zoals die in de eerdere perioden bestonden. (Stokvis, 2002: 199-200)

3.1.3. 'Starkissers' (1989-heden)

Door de toenadering tot de sporters in de periode tussen 1965 en 1989 ontstonden er nieuwe relaties tussen de sporters en sportjournalisten. Waar voorheen de sportjournalist zich associeerde met de bestuurders, ontstond er in de voorgaande periode een identificatie met de sporter. Dit bracht een toenemende afhankelijkheid van de sportjournalist ten opzichte van de sporter met zich mee, aldus Stokvis. Een passend voorbeeld van deze verschuiving is opnieuw te ontleen aan de cover van het blad de Journalist. De sportjournalist stelt in deze periode nog bijna niets voor ten opzichte van de grote machtige sporter. De journalist is nog kleiner en de sporter is nog groter in de verhoudingen tot elkaar. De journalist wordt steeds afhankelijker van de 'goodwill' van de sporter. Zonder een quote van de sporter kan de journalist eigenlijk niet terugkeren naar

de redactie. Doordat de sportjournalist zo afhankelijk is geworden van de sporter, wordt geprobeerd de sporter te vriend te houden. De sportjournalist mijdt kritische vragen en hecht alleen waarde aan zijn 'lijntjes' met de sporter. Het 'starkissers' principe waarmee Stokvis deze periode typeert, wordt geassocieerd met dit kritiekloze karakter van de sportjournalist. De sporter is verworden tot een superster, een beroemdheid. Sport is vermaak geworden, en in tegenstelling tot de drie voorgaande perioden, vertrouwen sportjournalisten niet meer op hun eigen observaties. Het gaat om de meningen van trainers en spelers, omdat de toegang hiertoe het belangrijkste geworden is. Het gaat niet meer om *wat* er gezegd wordt, maar juist *dat* er iets gezegd wordt.

Een andere factor in deze starkissers typering is de dreiging tot het boycotten van journalisten. Door de professionalisering van de verscheidene sporten is er geen direct contact meer mogelijk met de sporter. Het kleedkamerinterview van weleer was passé. Tegenwoordig is er de tussenkomst van beleidsbepalers, perschefs, mediatrainers en sponsors. De macht ligt volgens Stokvis bij hen en niet bij de journalist. Een te kritische noot van een sportjournalist ten opzichte van een club of sporter kan resulteren in een boycot. Sportjournalisten durven daarom niet meer kritisch te zijn aangezien het zou kunnen betekenen dat ze geen toegang meer krijgen tot de sporters (een breuk in de lijntjes). Volgens Stokvis is het meest exemplarische van dit verhaal dat er in Nederland nauwelijks wordt geschreven over dopinggebruik in de topsport. De enige manier waarop dopingperikelen naar buiten komen zijn via de officiële weg. Sportjournalisten durven geen dopingverhaal te publiceren, zelfs wanneer zij het met eigen ogen gezien hebben. Omdat de sporter nu eenmaal een superster is geworden, is het van belang hem niet te schaden. Bij een verhaal over doping, kan de sportjournalist ervan uit gaan dat hij nooit meer contact zal hebben met de desbetreffende sporter. Doordat er tegenwoordig meer waarde wordt gehecht aan deze zogenaamde 'lijntjes', wordt het voor de sportjournalist onmogelijk om zijn beroep uit te oefenen. (Stokvis, 2002: 201-202)

Stokvis heeft de ontwikkeling van de sportjournalistiek in Nederland dus in vier perioden opgedeeld. In vergelijking met de ontwikkeling van de parlementaire journalistiek in het vorige hoofdstuk, lijkt de sportjournalistiek de tegenovergestelde richting te hebben bewandeld. Om het opnieuw in de bewoordingen van Gans (2004:119) uit te drukken, waar voorheen de sportjournalist de tango leidde, is het nu de sporter die de tango leidt en volgt de sportjournalist slechts.

In deze paragraaf is de ontwikkeling van de sportjournalistiek in Nederland getypeerd. In vergelijking met de ontwikkeling van de parlementaire journalistiek, lijkt de ontwikkeling in de

sportjournalistiek hier haaks op te staan. Om nog dieper op de ogenschijnlijke verschillen/overeenkomsten tussen de twee takken van journalistiek in te gaan, wordt in de komende paragraaf de mediatisering belicht. Heeft de sportjournalistiek ook hiermee van doen gehad, en hoe is dit tot uiting gebracht? Voor dit onderzoek is de laatste periode, de starkissers periode, van groot belang. Stokvis' starkissers typering roept vragen op. Zijn journalisten bang om geboycot te worden? Durft de journalist nog kritische vragen te stellen? Is het mogelijk om de sportjournalist op die manier te duiden? En zijn er überhaupt sportsterren in Nederland?

3.2. Mediatisering van sport

In het huidige politieke klimaat, zoals Brants dat in hoofdstuk twee schetste, heeft er een mediatisering binnen de politiek plaats gevonden. Hierdoor is de parlementaire journalist zich gaan identificeren met het publiek in plaats van met de politicus. De afhankelijkheidsrelatie zoals die in het verzuilde tijdperk aanwezig was, is nu niet meer. De parlementaire journalist heeft een mate van onafhankelijkheid verworven. (Brants, 2002) In de sportwereld heeft eenzelfde mediatisering plaats gevonden. Stokvis betoogt echter dat de sportjournalist juist geen vragen meer durft te stellen, omdat hij met 'supersterren' van doen heeft. Hoe is deze cultuur ontstaan? In wat voor sportklimaat moeten de huidige sportjournalisten werken?

Ruurd Kunnen (2007:1-8) gaat in op de mediatisering van sport. Dit behelst een transformatie van sport in mediasport. Mediasport is een term dat zich op commerciële basis aanbiedt aan televisiekijkend publiek. Hierin is de doelstelling van mediasport om te amuseren. Televisiekijkers kunnen de sport op televisie als amusement ervaren, en hierbij zijn allerlei commerciële processen van toepassing. Concreet betoogt Kunnen dat de hoofddoelstelling van sportorganisaties een participerende functie inhield, het aanzetten tot sporten, maar welke nu is veranderd in een entertainmentfunctie. Stokvis (2007:1) definieert mediasport op soortgelijke manier. Het is de manier waarop topsport op tv en in andere media wordt behandeld. Het gaat erom om de hoogste kijkcijfers, zodat er veel reclamegeld binnen wordt gehaald. Alles wordt in staat gesteld om de sport zo aantrekkelijk mogelijk in beeld te brengen. Een gevolg is hiervan dat sportwedstrijden steeds mooier en gedetailleerder in beeld worden gebracht. Dit alles wordt gebruikt om de televisiekijker thuis te amuseren. Dit gaat echter gepaard met verregaande commercialisering, iets dat tot uiting komt in de enorme bedragen aan televisiegelden die worden betaald om een groot sportevenement te kunnen uitzenden.

Michael Real (1998) geeft in zijn artikel een overzicht van de televisiegelden voor de Olympische Spelen. Hier blijkt uit hoeveel een Amerikaanse zender wilde betalen voor de

uitzendrechten, omdat deze zich richt op een kijkerspubliek van miljoenen. In onderstaande tabel is te zien hoe de Olympische Spelen een miljoenenbal zijn geworden:

Tabel 1: Overzicht van televisiegelden Zomerspelen in miljoenen dollars.

1960	Rome	CBS = 0,6
1964	Tokio	NBC= 1,6
1968	Mexico-stad	ABC= 4,5
1972	München	ABC= 12,5
1976	Montreal	ABC= 25,0
1980	Moskou	NBC= 95,5
1984	Los Angeles	ABC=225,0
1988	Seoul	NBC=305,0
1992	Barcelona	NBC=401,0
1996	Atlanta	NBC=456,0
2000	Sydney	NBC=705,0
2004	Athene	NBC=793,0
2008	Peking	NBC=894,0

Bron: Real, 1998:19.

Zoals uit de tabel blijkt zijn de televisiegelden ten opzichte van de Olympische Zomerspelen van 1960 explosief gegroeid. Deze toename in de vermenging van amusement en commerciële belangen heeft volgens Stokvis een ander gevolg. Door de mediatisering van sport is er sprake van een nieuw fenomeen; sportsterren. Een term die hiermee verband houdt is gladiatorisering. Gladiatorisering (Stokvis,2007:7) is een houding van het publiek ten opzichte van de sporters op televisie. Ze leven mee met de sporter en identificeren zich met de sporter of met de club. Gladiatorisering is een belangrijk onderdeel om van sport een succesvol amusementsprincipe te maken, omdat uit deze identificatie het plezier van de kijker wordt gehaald. Dit leidt tot het ophemelen van de sporter, waardoor er een sportsterrencultuur ontstaat. Hoewel voorheen mediasport zich beperkte tot landen buiten Nederland, zo is er in Engeland sprake is van tabloidization (Whannel,1998:31-33), meent Stokvis dat dit ook in Nederland het geval is. De sporter als ster is geboren. De sporters worden gezien als helden, aangezien de kijker thuis de sportprestaties met open mond gadeslaan.

Sinds 2009 heeft zich een opmerkelijke trend opgedaan. Regelmatig doken privéschandalen van bekende topsporters in de media op. Topgolfer Tiger Woods was de bekendste sporter die verwickeld was in een groot seksschandaal. 's Werelds beste golfer bleek jarenlang buitenechtelijke relaties erop na te houden met tientallen vrouwen. (Lemoine, 2009) Ook de sterspeler van het Franse nationale voetbalteam, Franck Ribery, was betrokken bij een seksschandaal. Hij werd ervan verdacht seks te hebben gehad met een minderjarige prostituee. (Nanninga,2010) De privé-problemen van grote sportsterren als Woods en Ribery werden breeduit uitgemeten in de buitenlandse en ook de Nederlandse media. Voorheen werden allen de sportprestaties van de sporters belicht, en bleven de privébeslommeringen buiten schot. Door de mediatisering en de recente ontwikkelingen lijkt het aannemelijk dat de sportwereld meer en meer een amusementswereld is geworden. Maar door de notie van Stokvis, dat eenzelfde sportsterrencultuur ook in Nederland aanwezig is, lijkt zijn starkissers typering recht te doen aan de huidige situatie. Bevindt de sportwereld zich tegenwoordig in een amusementswereld? Kan de sportjournalist zich in tegenstelling tot de parlementaire journalist alleen maar tot één type journalist ontpoppen?

3.3. Beat en general reporters

Aangezien de sportwereld als amusementswereld wordt geschetst en de sportjournalist zich slechts tot één soort type journalist lijkt te kunnen ontwikkelen, is het interessant om te reflecteren op andere typering van journalisten. Wat zijn deze typering? In de komende paragrafen worden een aantal concepten die belangrijk zijn in dit veld uiteengezet.

Herbert Gans (2004:131-142) geeft in zijn boek aan dat er twee typen journalisten zijn. Aan de ene kant zijn er de general reporters en aan de andere kant de beat reporters. De general reporters zijn verslaggevers die zonder enige voorkennis op een nieuwsonderwerp worden ingezet. Zij zijn als het ware toeristen die een kijkje komen nemen bij het desbetreffende onderwerp. De ene dag wordt de journalist bijvoorbeeld ingezet bij een politieke zaak en de andere keer op een human interest onderwerp. Doordat zij nieuwkomers zijn binnen de wereld waarin zij moeten werken, kennen deze journalisten een grote onafhankelijkheid. Zij zijn niet gebonden aan verplichtingen ten opzichte van personen die zij eerder bijvoorbeeld binnen politiek Den Haag hebben ontmoet. Hoewel zij dus minder kennis bezitten over het onderwerp waarover het nieuws moet worden verslagen, kennen zij dus wel een zelfstandige positie en zijn zij niet afhankelijk van goede contacten in het desbetreffende 'wereldje'. De vraagstelling en het gedrag van de general reporter komt puur uit de ervaringen en de impressies van de journalist zelf voort.

Beat reporters worden echter ingezet op een onderwerp. Deze journalisten worden gezien als specialisten in hun vakgebied. Een beat reporter kan bijvoorbeeld een bepaalde politieke regio verslaan. De journalist treedt dan op als een specialist omdat deze veel kennis over de politiek in de desbetreffende regio bezit. Of een beat reporter kan een bepaald genre op zich nemen. Zo kan de journalist zich specialiseren in de cultuur, sport, politiek en entertainment. Als de journalist verbonden is aan een onderwerp en hierover nieuwswitems maakt, dan wordt deze ook gezien als beat reporter. Deze journalisten werken dus heel anders dan de general reporters, die dus onderwerpen of gebieden instappen als een vreemde. Beat reporters bezitten immers voorkennis en hebben hun contacten. Zij zijn minder autonoom dan de general reporters, omdat zij bepaalde contacten hebben en niet volledig blanco het nieuwsgebied in stappen. Er treedt echter wel een mate van gelijkenis op, aangezien het domein van de beat reporter zeer breed kan zijn. In de politiek kan een beat reporter zich ophouden bij regeringspartijen. De journalist kan hierover berichten. De journalist is dan een specialist op dit gebied. Maar de journalist kan ook gevraagd worden om binnen het politieke veld verslag te doen van de gemeenteraadsverkiezingen in een gemeente. Hierdoor blijft de journalist wel in de politiek actief als verslaggever maar verandert zijn werkgebied, van landelijk naar regionaal. Aangezien hij een specialist is met betrekking tot de politiek van de regeringspartijen op landelijk niveau, kan hij door ingezet te worden op onderwerpen op regionaal niveau ook blanco en zonder voorkennis aan dit onderwerp werken. Hierdoor is de beat reporter op het gebied van landelijke politiek, een general reporter in de regionale politiek. De journalist heeft immers amper voorkennis van de lokale politiek en gaat er dus net als de general reporter blanco en als een toerist naartoe. Er zit een duidelijk verschil tussen de twee typen journalisten, maar er zijn ook situaties waarin de twee typen nader tot elkaar komen.

Binnen de beat reporter typering bevindt zich nog een derde type journalist, de agency beat reporter, aldus Gans (2004:131-142). Dit zijn journalisten die ook op een onderwerp als bijvoorbeeld politiek zijn ingezet. Anders dan de beat reporters hebben zij een zeer nauwe band met zijn bronnen binnen een nieuwsgebied. Hun werkgebied is op locatie. Mocht dit type journalist zich bezighouden met de landelijke politiek in Den Haag, dan zal deze vanuit de Tweede Kamer verslag doen. Deze journalist werkt dan niet alleen binnen de politiek, maar de journalist leeft er ook. De journalist is vereenzelvigd met de wereld waarin hij werkt. De agency beat reporter is dagelijks aanwezig en heeft constant contact met zijn bronnen. Het contact is erg nauw en intens. De journalist weet binnenskamers nieuws te vergaren en hoeft dus niet via de officiële weg aan nieuws te komen. Roddels, gesprekken en dilemma's die normaliter niet in de

publiciteit komen, zijn wel toegankelijk voor de agency beat reporter. Dit type journalist is een bijna volwaardig lid van de organisatie, en krijgt hierdoor veel informatie tot zich. Maar er treedt een dilemma op. De objectiviteit van de journalist kan in het geding komen. Wanneer deze reporters sensationele primeurs ten gehore krijgen, is het lastig voor de journalist om deze wereldkundig te maken. Het schaadt immers de band met bijvoorbeeld een politicus, die daarop kan besluiten om geen contact meer te onderhouden met de journalist. Dit zou zijn werk ernstig beschadigen, omdat de nieuwsbron niet meer exclusief voor de journalist te raadplegen is. Dit type journalist kan zichzelf echter censureren. Door zaken niet te publiceren, kan de journalist zijn bronnen beschermen en wellicht een wit voetje bij deze personen halen. Maar is zijn onafhankelijkheid dan niet in het geding? In hoeverre is de agency beat reporter dan nog een journalist?

Juist door de innige band van de agency beat reporter, en door zich dagelijks met de bronnen binnen de nieuwswereld te omringen, kent dit type journalist wel buitengewone ingangen. Door de nauwe betrokkenheid zal dit type journalist veel vaker primeurs en nieuwtjes opvangen dan general reporters, die veel afstandelijker te werk gaan. In feite is dit een journalist die erg veel nieuws naar buiten kan brengen, alleen is de agency beat reporter erg afhankelijk van zijn bronnen. Het publiceren van nieuwswaardige feiten brengt dus een dilemma met zich mee. Enerzijds kan de journalist 'scoren' met een primeur, en anderzijds moet de journalist rekening houden met de contacten in dit wereldje. Het is voor de agency beat reporter dus essentieel om te balanceren tussen onafhankelijk en afhankelijk.

De classificatie van journalisten van Gans toont aan dat er onderscheid bestaat tussen journalisten. Er zijn general, beat- en agency beat reporters. Deze classificatie stelt het starkissers idee in een ander daglicht. Is deze onderverdeling dan niet van toepassing in de sportwereld? Dit zou een heel nieuwe dimensie met zich mee brengen in relatie tot de afhankelijkheid die Stokvis(2002:202) betoogt. Zijn er meerdere gezichten van de sportjournalist in Nederland dan alleen de starkissers typering? Welke sportjournalisten zijn beat reporters? Of agency beat reporters? En waarom gebruiken andere media juist de general reporters? En als een journalist besluit om iets niet naar buiten te brengen, is het dan altijd een knieval voor de sporter? Is dit dan het resultaat van een verregaande "amusementsering" van de sportwereld in Nederland? Is het inderdaad de sporter (de bron) die de metaforische dans leidt in het contact met de sportjournalist? Bij het zoeken naar een eigen typering van de relatie tussen sportjournalisten en sporters is het van belang om een scherp oog te houden op de opgestelde vragen. Maar al deze

vragen worden gesteld vanuit het gezichtsveld van de journalist, maar hoe wordt er door de sporter tegenaan gekeken?

3.4. Oogpunt van de sporter

Margaret MacNeill (1998: 100-119) heeft ook onderzoek gedaan naar de omgang tussen sporters en sportjournalisten. Zij neemt een andere positie in dan Stokvis en bekijkt het vanuit het oogpunt van de sporter. MacNeill beaamt dat de balans tussen sporters en sportjournalisten verstoord is. Er is een mistige scheidslijn in de sportjournalistiek tussen informatie en amusement. Deze overgang van informatie naar amusement is ook al in de tijdsperioden die Stokvis aangaf besproken. MacNeill merkt echter op dat het niet alleen de sportjournalisten zijn die niet kritisch durven te zijn. Een sporter weet naar haar mening ook heel goed dat een sportjournalist een sportcarrière kan maken of breken. Wanneer een sporter een interview heeft afgegeven, durft de sporter niet meer te klagen over een bepaalde quote die de journalist van plan is om te plaatsen. Daarbij wilt de sporter een soort vriendschapsrelatie in stand houden. Teveel ophef rond deze zaken zou de carrière van de sporter immers kunnen schaden.

Daarom doet MacNeill een aantal aanbevelingen om de relatie tussen sportjournalisten en sporters te verbeteren. Hierbij doelt ze op een aantal concessies, die beide partijen moeten doen om de verhoudingen zo soepel mogelijk te laten verlopen. Ten eerste is ze van mening dat de sportjournalist naar eerlijke en zakelijke antwoorden moet vragen. Bij ieder gepubliceerd woord staat de reputatie van de sporter op de tocht en dat kan schadelijke gevolgen voor diegene hebben. Wanneer er wordt gevraagd naar zakelijke antwoorden wordt de sporter ook niet in onzekerheid gebracht. Ten tweede moeten atleten om niet raar over te komen historische kennis paraat hebben van hun sport. Het derde aanbevelingspunt is dat atleten de verhoudingen weer kunnen herstellen door een strategisch mediaplan op te stellen. Zij moeten perfect in hun hoofd hebben wie hij of zij bij welk evenement te woord zal staan. Hiermee houden ze enigszins controle over hun eigen media optredens en ligt de macht niet volledig bij de journalisten.

Vanuit de sportjournalist gezien doet MacNeill (1998:113-114) ook een aantal aanbevelingen. Ten eerste moet de sportjournalist ervoor zorgen dat de atleet in kwestie weet wat zijn beroep inhoudt. Journalisten werken met deadlines en hebben te maken met verschillende tijdzones en reistijd. Hierdoor vormen deadlines in dit oogpunt nog eens extra moeilijkheden in hun werk. Wanneer de journalist zich op een andere plek in de wereld bevindt, moet deze opletten dat hij sterk rekening houdt met het tijdsverschil. Er staat dus een hoge tijdsdruk op het werk van de journalist. Daarnaast moet de atleet begrijpen dat elektronische apparaten als

laptops, in bepaalde landen niet altijd zullen werken. Voor de frustratie hierover en de druk die op de sportjournalist wordt gelegd om koste wat kost een bepaalde atleet te interviewen op een evenement, moet de sporter ook begrip voor opbrengen. Sportjournalisten zijn wel degelijk hard aan het werk, en sporters moeten begrijpen dat een sportjournalist niet gezien wilt worden als iemand die louter voor zijn vermaak bij bijvoorbeeld de Olympische Spelen aanwezig is. De sportjournalist moet zijn werk uitvoeren en niet als een cheerleader meeleven met de successen van een sporter. Het opvolgen van deze aanbevelingen leidt tot meer wederzijds begrip tussen de sporter en sportjournalist.

MacNeill wijst dus naast het oogpunt van de sportjournalist ook op de positie van de sporter. Er worden nieuwe onderwerpen aangestipt waar rekening mee gehouden dient te worden in de relatie tussen sporter en sportjournalist. In aanvulling van de visies in de vorige paragraaf vormen deze overwegingen van MacNeill interessante overwegingen om in het onderzoek mee te nemen.

3.5. Sportjournalist en bron

Naar de relatie tussen sportjournalisten en hun bronnen is in 2004 al onderzoek gedaan door Marlies Aanhaanen. In deze scriptie is er onderzoek gedaan naar sportjournalisten en hun bronnen. Dit onderzoek was gericht op dagbladjournalisten. Aan de hand van een kwantitatieve analyse, waarbij gebruik werd gemaakt van enquêtes, heeft Aanhaanen een beeld kunnen schetsen van de Nederlandse sportjournalist. De verhouding tussen sporters en sportjournalisten heeft ze in drie typen relaties uitgedrukt. De eerste relatie is de pragmatische relatie. Deze relatie baseert zich op vak gerelateerde argumenten. Concreet wordt hiermee bedoeld dat de sporter een noodzakelijke bron is van informatie. Het is voor de journalist van belang om goede contacten met de nieuwsbron te onderhouden omdat dit nieuws oplevert. Deze verhouding brengt een sterke mate van afhankelijkheid met zich mee. 26,5% van de respondenten behoorde tot deze groep. (Aanhaanen, 2004:26) Deze journalisten voelen zich verplicht om een relatie met de sporter te onderhouden en zijn dus zeer afhankelijk van de sporter.

De opinieringsrelatie is een tweede type relatie. De relatie met de sporter baseert zich niet alleen op de sportieve gronden, maar stelt ook prijs op de uitlatingen van een sporter in andere gebieden dan de sport. Een journalist kan bijvoorbeeld de mening van een sporter op prijs stellen wanneer deze feedback geeft op zijn artikel of over andere onderwerpen dan de sport die hij of zij beoefent. Een kleine 27% van de respondenten viel onder deze groep te scharen. (Aanhaanen, 2004:27)

Tot slot is er de vertrouwensrelatie. Zoals de naam al suggereert getuigt deze relatie van een hoop vertrouwen in de bron. De relatie die de journalist met de sporter heeft is niet alleen op zakelijk gebied aanwezig, maar ook in de persoonlijke sfeer. Naast het professionele gehalte van de omgang, bestaat er ook een vriendschappelijke band naast de professionele relatie. Door deze innige omgang krijgt de journalist 'off the record' informatie tot zich. 38% van de ondervraagde journalisten wezen dit type journalistiek resoluut af. Sportjournalisten van dagbladen onderhouden dus geen vertrouwensrelatie met hun sporters volgens Aanhaanen. (2004:27)

3.6. Conclusie

Uit de historische kadrering van Stokvis blijkt dat de sportjournalistiek een omgekeerde richting ten opzichte van de algemene journalistiek een omgekeerde weg heeft bewandeld. Om de metafoor van Brants te hanteren; de sportjournalist lijkt op dit moment een schoothond te zijn. En in de bewoordingen van Gans is het de bron die de dans leidt en de journalist hem slechts volgt. De journalist is slechts een doorgeefluik, iemand die zonder begeleiding van de bron de weg niet kan vinden. Het probleem is echter dat Stokvis geen empirische basis heeft om zijn starkissers these te ondersteunen. Hij beroept zich slechts op een aantal uitspraken van oud-voetballers en journalisten. Door de gepresenteerde visies in voornamelijk deel twee van het theoretische kader, worden er relevante vragen opgeroepen. Is de starkissers typering de enige typering die mogelijk is voor de sportjournalist in het huidige sportklimaat in Nederland? De door Gans gepresenteerde notie van beat en general reporters toont aan dat er meer typering voor journalisten mogelijk zijn. Ook de toevoeging van MacNeill, over de zienswijze van de sporter doet anders vermoeden dan door Stokvis wordt gesteld. De sporter houdt immers ook rekening met de sportjournalist en houdt daarbij eigen ideeën op na. Daarnaast presenteerde Aanhaanen in haar onderzoek drie soorten relatietypen tussen een sportjournalist en een sporter. Al deze toevoegingen ondermijnen het zetten starkissers idee, aangezien er meerdere typering mogelijk lijken te zijn voor de sportjournalist. Waar de starkissers typering mikt op een eenzijdig beeld, lijkt de overige belichtte theorie een meer dynamisch beeld te geven. Een dynamische omgang, zoals Brants met zijn hondenrasmetaforen de parlementaire journalisten typeerde. Door het gebrek aan gefundeerde empirie in het betoog van Stokvis, zal in dit onderzoek de rol van de sportjournalist onderzocht worden op een gegronde empirische basis.

3.7. Concreet onderzoeksopzet

In het theoretisch kader is stapsgewijs de politieke journalistiek, de sportjournalistiek en de bijbehorende mediatisering van sport besproken. De interesse is uitgegaan naar de ogenschijnlijke tegenstrijdige ontwikkeling van de beide takken journalistiek (politiek en sport). Het is zeer opvallend dat zij op de eerste plaats te maken hebben gehad met mediatisering. Waar Brants betoogt dat vanaf 1990 de parlementaire journalist zijn onafhankelijkheid heeft verkregen, geeft Stokvis weer dat de sportjournalist vanaf 1989 in het 'starkissers' tijdperk is aanbeland. Het is een vreemd gegeven dat beide werelden zo anders worden getypeerd, terwijl de werelden meer op elkaar lijken dan eerder werd aangenomen. Hoewel de parlementaire journalistiek nu veelzijdig is geworden en de sportjournalist ogenschijnlijk een schoothond is, is de bindende factor de in hoofdstuk vier besproken mediatisering. Er is eenzelfde invloed geweest in zowel de parlementaire- als de sportjournalistiek.

De aanleiding voor dit onderzoek was de theorie van Stokvis, die met zijn starkissers typologie de huidige generatie sportjournalisten duidt. Maar zoals is gebleken uit het theoretische kader zijn er een fors aantal andere typologieën die deze eenzijdige visie hypothetisch gezien kunnen onderuit halen. Brants (2002) zijn notie van de hondenrassen, die daarmee de verschillende gedaantes van de parlementaire journalist typeert. De ene keer een schoothond en in een andere situatie typeert hij de parlementaire journalist als een pitbull. De tango typologie van Gans (2004), wie leidt de metaforische dans in de relatie tussen sportjournalist en sporter? Is dat altijd de sporter, of kan dat ook de sportjournalist zijn? Welke journalisten zijn beat reporters, agency beat reporters en general reporters? Zijn er sportjournalisten die zaken niet publiceren om het contact met de bron te behouden? (Gans:131-142) Wie zit er dicht op en wie niet, of zijn alle sportjournalisten hetzelfde? De notie van Aanhaanen (2004), die in haar onderzoek drie verschillende type relaties heeft aangetoond. De toevoeging van MacNeill(2002) die de verhoudingen vanuit het oogpunt van de sporter weergaf. Het zijn allemaal belangen die gelden bij het onderzoeken van de relatie tussen sportjournalisten en sporters. Bij gebrek aan empirische data over dit onderwerp is het relevant om hier onderzoek naar te doen. Met al deze theorieën in het achterhoofd wordt in dit onderzoek een nieuwe typologie gecreëerd, die de relatie tussen sportjournalisten en sporters in Nederland zal typeren op basis van gefundeerde empirische data. Kortom, hoe is de relatie tussen sportjournalisten en sporters in Nederland te typeren?

4. Methode

Om antwoord te krijgen op de onderzoeksvraag wordt in tegenstelling tot Aanhaanen (2004) gebruik gemaakt van een kwalitatieve onderzoeksmethode. Een kwalitatief onderzoek biedt de gelegenheid om relevante bevindingen uit te diepen en te beredeneren. Waarom worden er bepaalde keuzes gemaakt en wat zijn de redenen daarvoor? In dit onderzoek zal uiteindelijk een eigen typologie worden gecreëerd om de verhouding tussen sportjournalist en sporter te typeren. Hierbij wordt er gewerkt op basis van de Grounded Theory methode (Glaser&Strauss, 2009: Strauss &Corbin,1998) ofwel de Gefundeerde Theoriebenadering. Door het gebruik van deze theorie is het mogelijk om een eigen theorie over de relatie tussen sporters en sportjournalisten te ontwikkelen.

4.1. Grounded Theory

De Grounded Theory analyse werd in de jaren zestig ontwikkeld door Barney Glaser en Anselm Strauss (2009). Zoals de naam van de analyse al suggereert, is de doelstelling van dit type onderzoek om een gefundeerde theorie te ontwikkelen. Deze theorie wordt ontwikkeld op basis van een zorgvuldige analyse van empirische data. De empirische data kan bijvoorbeeld worden verkregen door interviews of documenten te analyseren. Door voortdurende vergelijkende analyse kunnen begrippen worden gevormd die relevant zijn voor het onderzoek. Dit type onderzoek heeft een sterk inductief karakter. Er worden algemene theorieën onttrokken uit individuele uitspraken. Glaser en Strauss menen dat de onderzoeker zonder theorie aan zijn onderzoek moet beginnen, om vervolgens op basis van de empirisch verkregen data systematisch tot een nieuwe theorie te komen. In het ontwikkelen van een theorie staat 'coding' centraal. Dit proces kent volgens Strauss en Corbin (1998) drie fasen: Open coding, axial coding en selective coding. In de eerste fase, de open coding, wordt het materiaal zeer nauwkeurig bestudeerd en wordt na elke zin de vraag gesteld; wat gebeurt hier en wat betekent dit? In deze fase worden begrippen ontdekt en ontwikkelt aan de hand van empirisch verkregen data. Door na elke zin vragen te stellen als 'Wat gebeurt hier? Wat betekent dit?', worden er ontzettend veel begrippen ontdekt. Het is in de volgende fase dus zaak om de begrippen te ordenen en te structureren. Dat gebeurt tijdens de axial coding. De losse begrippen worden systematisch bij elkaar gevoegd, op basis van overeenkomsten en verschillen binnen een bepaald onderwerp. De individuele begrippen worden vervolgens tot thema's verwerkt. Door het samenvoegen wordt er getracht een overzichtelijk geheel van de onderzoeksresultaten te maken. Dit leidt dan tot de laatste codeerfase, de selective coding, waar de gevonden thema's worden vereenvoudigd. In deze fase

wordt een theorie ontwikkeld die op basis van de bestudering van de empirische data is ontstaan. Voor dit onderzoek is de Grounded Theory een gedegen onderzoeksmethode. In het onderzoek wordt gezocht naar een nieuwe typologie, een eigen theorie over een verschijnsel, namelijk de relatie tussen sporters en sportjournalisten. Hoewel de coding procedure op bijna dezelfde wijze is uitgevoerd, is deze onderzoeksmethode niet volledig gehanteerd.

De Grounded Theory analyse kent een sterk inductief karakter. Glaser&Strauss(2009) betogen zelfs dat de onderzoeker zonder enige (theoretische) voorkennis een onderzoek moet instappen. Het onderzoek wordt volledig afgeleid uit de gevonden empirische data. Die gehanteerde onderzoeksmethode in deze thesis wijkt hier een beetje vanaf. Bij het ingaan van het onderzoek was er al vooraf de beschikking over theoretische kennis. Aangezien de starkissers these van Stokvis (2002) als aanleiding is gebruikt, is deze onderzoeksvorm niet volledig conform de Grounded Theory zoals Glaser&Strauss het formuleerden. Er was immers al een aanleiding en een probleemstelling geformuleerd en het onderzoek is daarom zowel inductief als deductief uitgevoerd. Is deze methode dan nog wel Grounded Theory te noemen? Deze vraag kan positief beantwoord worden, aangezien Ilja Maso de combinatie van inductie en deductie als Grounded Theory onderzoek formuleerde.

Ilja Maso (1987) heeft in zijn boek een eigen versie van de Grounded Theory ontwikkeld. Hij bepleit dat de onderzoeksmethode niet zo sterk inductief hoeft te zijn, zoals Glaser en Strauss dat voorstelden. Maso gaat op een meer doelgerichte manier op zoek naar een nieuwe theorie. Ten eerste bepleit hij dat er een probleemstelling en een gedegen onderzoeksopzet moet worden gemaakt, om vervolgens het onderzoek uit te voeren. Met deze kennis vooraf wordt het empirische gedeelte van het onderzoek ingegaan, door bijvoorbeeld het gebruik van interviews. Het is hierbij van belang om zo open mogelijk het onderzoek in te gaan en dus niet teveel op de vooraf opgedane kennis over het onderwerp te letten. Vervolgens gaat de onderzoeker interpretatief te werk, waarbij nieuwe betekenissen worden gevonden, en er voortdurende vergelijking plaatsvindt tussen de vooraf gevonden theorie en de resultaten die uit het lopende onderzoek zijn verkregen. Het is een voortdurende wisselwerking tussen analyse, dataverzameling en de theoretische inzichten, totdat de concepten verzadigd zijn en er een gedegen nieuwe theorie is ontstaan. Deze wisselwerking, en het meer deductieve karakter is een onderzoeksmethode waarop dit onderzoek aansluit. In de komende paragrafen worden de details van de uitvoering van dit onderzoek weergegeven.

4.2. Uitvoering onderzoek

Er bestaat weinig empirisch materiaal dat inzicht geeft over de relatie tussen sportjournalisten en sporters. Met de hulp van een theoretische steekproef, ofwel ‘theoretical sampling’ (Wester et. al, 2006:510-511), onder dertien sportjournalisten in Nederland, is er empirische data over dit onderwerp verkregen. Er zijn diepte-interviews van gemiddeld een uur bij de sportjournalisten afgenomen. Er is specifiek gekozen om sportjournalisten te interviewen die voor dagelijkse nieuwsdiensten werken. De aanleiding, de starkissers typering van Stokvis (2002:201), was in mijn ogen het meest van toepassing op deze sportjournalisten. Bij de selectie van de respondenten is er op diversiteit gelet. Anders dan kwantitatief onderzoek, is het bij deze onderzoeksmethode van belang om nieuwe gevallen te ontdekken, die eerdere bevindingen kunnen verscherpen, bevestigen of in perspectief kunnen plaatsen. In totaal zijn dertien sportjournalisten geïnterviewd, die een bepaalde diversiteit vertonen. Een aantal sportjournalisten werken voor regionale televisiezenders, anderen voor een landelijke krant en één geïnterviewde is een persvoorlichtster van een voetbalclub. Dit netwerk is opgebouwd aan de hand van de sneeuwbal methode (Wester et al.,2006:10.) Na het interview is aan de respondent gevraagd of hij/zij nog potentiële respondenten kende, en werd een netwerk van sportjournalisten opgebouwd. In onderstaande tabel is de verscheidenheid van de geïnterviewde journalisten waar te nemen. Hoewel er in een aantal gevallen twee journalisten van hetzelfde medium geïnterviewd zijn, is er geprobeerd om een jonge en een ervaren journalist te interviewen. Omdat het in het kwalitatieve onderzoek gaat om nieuwe inzichten in het onderzoek te betrekken, is een grote verscheidenheid aan respondenten gewenst. Een aantal vrouwelijke sportjournalisten en een sportjournalist van de Telegraaf en/of de Volkskrant, zou het onderzoek nog interessanter hebben gemaakt. Maar dit was door tijdsgebrek en beschikbaarheid niet mogelijk.

De interviews vonden plaats in de maanden april en mei van 2010. Met het WK voetbal in juni voor de boeg, waren veel sportjournalisten vanaf die maand verhinderd. Mede hierdoor en het niet rond krijgen van een interviewafspraken met de beoogde sportjournalisten, is het aantal sportjournalisten op dertien uitgekomen. Het bood echter een goede diversiteit aan visies aan op de relatie tussen sportjournalisten en sporters.

Tabel 2: Geïnterviewde sportjournalisten

Media	Aantal journalisten
RTL/Eredivisie Live/SBS	1
ANP (Persbureau)	2

NOS Sport (tv)	1
NOS Langs de Lijn (radio)	1
Splts (landelijk dagblad)	2
Algemeen Dagblad (landelijk)	1
RTV West (regionale tv)	2
RTV Rijnmond (regionale tv)	1
Oud-sportjournalist AD	1
Persvoorlichtster voetbalclub	1

4.2.1. De interviews

De interviews kenden allen een open karakter. De sportjournalist kreeg de ruimte om zijn of haar mening over de besproken onderwerpen te verkondigen. Dit open karakter is nodig, omdat door het op en neer gaan tussen theorie en empirie, er nog geen volledig afgebakend theoretisch kader kan worden opgebouwd. Er kunnen bepaalde inzichten naar voren komen waaraan de onderzoeker van tevoren niet aan gedacht zou kunnen hebben. Aangezien er op zoek is gegaan naar een typering van de relatie tussen sportjournalisten en sporters, is er in de vraagstelling gebruik gemaakt van een topiclijst, een lijst met gespreksonderwerpen. Deze topiclijst kwam in oorspronkelijk voort uit de opgedane theoretische kennis. Hoewel het interview dus een open karakter kende, fungeerde de topiclijst als leidraad in het gesprek. Dit had als doel, om ondanks een open gesprek, een bepaalde structuur in de gesprekken te krijgen. In de topiclijst bevonden zich onderwerpen die het meest relevant waren. Er is geprobeerd relevante theoretische inzichten die in het theoretisch kader naar voren kwamen hierin te verwerken. In het interview is de sportjournalisten een aantal situaties voorgelegd, waarin contact met de sporter plaatsvond. De topiclijst zag er als volgt uit:

Topiclijst

Topic 1: Inleidend praatje/ Achtergrond persoon

- *Opleiding/ loopbaan*
- *Keuze sportjournalist*

Topic 2: Sportjournalistiek

- *Ervaringen*
- *Status binnen de journalistiek/ in het bedrijf*

- *Mediatisering van sport*
- *Professioneel/ kritisch*

Topic 3: Relatie met sporters

- *Ervaringen (leuke/ slechte/ spannende)*
- *Omgang met sporters*
- *Afhankelijkheid van sporters*
- *Zaken achtergehouden i.v.m. relatie sporter*
- *Afstand behouden (wanneer fel/ meegaand/ kritisch)*
- *Sportschandalen*

Topic 4: Overig

- *Verschillen tussen sportjournalistiek en andere journalistieke takken*
- *Verschil in media*

Omdat het vraaggesprek erg open was, kende de topiclijst op geen enkel moment een definitieve vorm. De topiclijst veranderde keer op keer, door de inbreng van nieuwe inzichten die in de interviews werden opgedaan. Er waren dus geen concrete deelvragen, maar door de inductieve verwerking van de verkregen daar, en het daarop gebaseerde theoretische kader is er uiteindelijk toch een antwoord geformuleerd op de hoofdvraag van dit onderzoek.

4.2.2. Verwerking interviews

De afgenomen interviews zijn op een digitale voicerecorder opgenomen. Na de interviews afgenomen te hebben zijn de interviews volledig uitgetypt, waardoor er dertien transcripten ontstonden. Deze transcripten bestaan uit volledig uitgewerkte interviews, waarin de gesprekken natuurgetrouw zijn uitgetypt.

De analyse van de transcripten zijn zoals eerder in dit hoofdstuk aangegeven ontleend aan de Grounded Theory analyse. Er was echter al een theoretische richtlijn, waarin het boek van Stokvis de aanleiding vormde, en is niet puur inductief de transcripten (de empirische data) geanalyseerd. Aan de hand van de topiclijst en de theorieën die vooraf bestonden, zijn de transcripten bewerkt tot thema's. De exploratieve fase, het ontdekken van bepaalde begrippen, was dus niet een sprong in het duister. Er was dus al een bepaald idee voor de analyse van de empirische data. Door het open karakter van het interview is er ook waarde gehecht aan de individuele beweringen en heb daaruit zijn ook thema's uit voortgekomen. Er is gezocht naar een

tussenweg tussen de puur inductieve en deductieve manier van begrippen verzamelen. Er is een veelvoud aan begrippen en codes gevonden, waarin de een meer relevant was dan de andere. In de tweede fase van de analyse is er gezocht naar belangrijke gespreksonderwerpen die bruikbaar waren voor het onderzoek. Hierbij zijn de verschillende thema's onderbouwd, door uitspraken van de geïnterviewden behorend tot een thema te bundelen. Over ieder overkoepelend thema werden beweringen gedaan en deze zijn in een nieuw document onder elkaar gezet. Concreet hield dit in dat elk van de dertien sportjournalisten een eigen kleur kreeg in het te analyseren document. Hierdoor kon er onderscheid worden gemaakt tussen de verschillende visies van de respondenten over een bepaald thema. Er kwam een veelvoud aan visies per thema naar voren. Keer op keer zijn de interviews en de thema's nagelezen, geanalyseerd en in theoretisch perspectief geplaatst, tot het tot het punt van verzadiging uitkwam, waarin de belangrijkste uitspraken in de resultaten van het onderzoek voorkwamen. Deze gefaseerde aanpak heeft ertoe geresulteerd dat er een stapel aan papierwerk en digitale documenten is verkregen. In het laatste deel van de gefaseerde aanpak is de eigen theorie gevormd, met constante reflectie naar de heersende theorieën in dit veld. Uiteindelijk is er een eigen typologie ontwikkeld, en daarvoor was de gefundeerde theoriebenadering een gegronde methode.

5. Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksresultaten weergegeven op basis van de Gefundeerde Theoriebenadering. Het hoofdstuk is verdeeld in een aantal paragrafen. In deze paragrafen zal een onderwerp worden belicht dat te maken heeft met de omgang tussen sporters en sportjournalisten. In de eerste paragraaf zal een algemeen beeld worden gepresenteerd van de diversiteit in media. Aangezien de sportjournalisten voor diverse Nederlandse media werken, is het interessant hoe de verschillende zienswijzen van de sportjournalisten beïnvloed worden door hun werkgever. In de paragrafen daarop volgend gaat het onderzoek over in de vier thema's die zijn gevonden. Deze thema's zijn situaties waarin contact tussen sportjournalisten en sporters optreden. Paragraaf twee geeft aan hoe de relaties tussen sporters en sportjournalisten verschillen per sport. Paragraaf drie gaat in op de omgang met sporters. Deze paragraaf is erg uitgebreid omdat hier allerlei situaties relevant zijn voor de omgang met sporters. Ten slotte wordt de combinatie van sport en entertainment en de mogelijke gevolgen voor de verhoudingen tussen sporter en sportjournalist belicht. Na deze situaties hebben besproken, wordt kort de starkissers typologie tegen het licht gehouden en worden vervolgens de onderzoeksresultaten samenvattend weergegeven. Deze onderzoeksresultaten vormen de empirische data en vormen het startpunt voor het opstellen van een nieuwe typologie die in hoofdstuk zes zal volgen.

5.1. Algemeen: Verschil in media

De starkissers these van Stokvis typeert de sportjournalist op één manier. Is dit wel mogelijk in een sportklimaat, waarin een hoop media aanwezig zijn die sportjournalistiek bedrijven? Er is de geïnterviewden daarom gevraagd hoe zij de verschillende media zien opereren. Hoe gaat een journalist van bepaalde media om met sporters, en hoe doen journalisten van andere media dat? Hoewel er niet met sportjournalisten van alle Nederlandse media op sportgebied is gesproken, kan door de empirisch verkregen data een goed beeld worden geschetst van de verscheidenheid aan media in Nederland. Hierbij wil ik expliciet duidelijk maken dat uitspraken over journalisten van media die niet voor dit onderzoek zijn geïnterviewd, gedistilleerd zijn uit de uitspraken van de geïnterviewde sportjournalisten. Een aantal malen zal er een medium worden benoemd, waarvan geen journalist van is geïnterviewd. Deze informatie is dus verkregen door het beeld dat de geïnterviewde journalisten over dat medium hebben.

Lettend op het verschil in media, wordt op de eerste plaats opvallend vaak de werkwijze van de Telegraaf aangehaald. De werkwijze van Telegraaf is erop gericht om nauwe contacten te onderhouden met hun bronnen, in dit geval de sporters, aldus de geïnterviewden. Daarnaast

richten zij zich op sensatie. Zuivere journalistiek is er bij de Telegraaf niet bij, zo vindt een geïnterviewde:

De Telegraaf bijvoorbeeld, die organiseert mede de Amstel – Curacao race. De Telegraaf geeft dan de renners een reisje naar Curacao cadeau met hun gezin. Alle grote renners worden daarvoor benaderd in het voorjaar. Bettini mocht ineens mee naar Curacao. De Schleck broertjes gaan ook en daardoor heeft de Telegraaf heel goede ingangen. Die Schleck gasten komen als eerste bij die Telegraaf jongens van: “hey hoe is het”. Ja, handig is dat. Ja, het is dubieus, nah ja. Ja, het is dubieus maar wel handig. Je krijgt ze allemaal te spreken. Contador, ik denk niet dat ik een halfuurtje krijg met hem. Maar Telegraaf wel, want zij hebben Contador een leuke vakantie bezorgd. Het is niet onze manier van werken. (anoniem)

Naast de Telegraaf is de werkwijze van journalisten van het Algemeen Dagblad (AD) ook erg intiem, zo menen de respondenten. Vooral in de voetbalwereld hebben ze lijntjes met spelers en fungeert dit als grote nieuwsbron. Ook is het voor deze kranten van belang om quotes binnen te halen van sporters. De kranten zijn erg afhankelijk van de sporters, omdat zij erg nauw contact met hen hebben. Opvallend genoeg hebben het AD en de Telegraaf grootste oplage in Nederland, dus is er behoefte aan dit type journalistiek. De sportredactie van het AD is binnen dit bedrijf ook het grootste. Het publiek leest graag wat de sporters te zeggen hebben en lezen dit graag terug in de kranten. Hoewel er geen journalistiek wordt bedreven in de puurste vorm, levert het wel een hoop lezers op. In de berichtgeving wordt ook flink meegeleefd met de sporters. Een geïnterviewde geeft zelfs aan dat hij denkt dat de meerderheid van de AD abonnees het abonnement uitsluiten hebben voor het sportkatern.

In tegenstelling tot de Telegraaf en het AD worden de dagbladen NRC, het Parool, de Volkskrant en Trouw genoemd als media die wars zijn van contacten. Zij werken compleet anders.. Zij hechten totaal geen belang aan contacten en stellen zich objectief op. Hierdoor missen zij echter wel veel primeurs. Exemplarisch hiervoor is dat uit de interviews bleek dat een dagblad als Trouw zijn gepubliceerde artikelen, niet van tevoren laat controleren door de sporter. Zij willen geen beperking op hun objectiviteit. Hierdoor sluiten zij de deur voor veel prominente sporters, omdat deze vrijwel altijd de artikelen willen nalezen voor de publicatie plaatsvindt. Het belang snijdt dus aan twee kanten. Aan de ene kant is het onderhouden van innig contact met bronnen zeer goed voor de nieuwsvoorziening. Maar aan de andere kant is er een grote afhankelijkheidsrelatie van de sportjournalist ten opzichte van de bron. Het is de vraag of er nog zuivere journalistiek (onafhankelijk en objectief) kan worden bedreven. De onafhankelijkheid van

de genoemde dagbladen die wars zijn van contacten wordt wel gewaarborgd, maar het gebrek aan warme relaties met de bron kan weer ten koste gaan van primeurs en het verkrijgen van nieuws.

Het persbureau ANP kent een ander profiel. Van het ANP wordt zakelijk nieuws verwacht, die vervolgens naar allerlei media worden verspreid. Door dit profiel hebben zij niet al te warme contacten met sporters. Het gaat om de zakelijke verslaglegging van een wedstrijd of een evenement en innig contact met sporters is dat niet echt nodig. Er moeten zestig zakelijke nieuwsberichten per dag worden gepubliceerd. Uitgebreide reportages en interviews zijn zeer zelden van toepassing. Een afnemer van het nieuws van het ANP is het dagblad Sp!ts. De Sp!ts kent een kleine sportredactie en is dus niet in staat om alle verhalen zelf te produceren. De nieuwsverslaggeving is positief er worden vaak human interest verhalen geplaatst. Deze verhalen gaan in op de mens achter de sporter. De Sp!ts probeert ook een eigen invalshoek te vinden in de weergave van sportnieuws.

Op radio en televisiegebied vinden ook een aantal verschillen plaats. Het grootste sportbolwerk is de NOS. De NOS probeert op zowel televisie als op de radio op een onafhankelijke manier nieuws te vergaren. Waar kranten als het AD en de Telegraaf in het voetbal gebruik maken van vaste journalisten die een club volgen, probeert de NOS wekelijks een andere verslaggever erop af te sturen. Maar het feit dat de NOS een krachtig medium is, maakt dat zij over veel macht beschikken in de relatie met de sporter. Een sporter is immers eerder geneigd om voor grote media tijd vrij te maken, dan voor kleine media. Eredivisie live bezit in dat opzicht de uitzendrechten van het Eredivisie voetbal. De voetballers zijn hierdoor verplicht om na de wedstrijd voor de camera te verschijnen. Deze sportjournalist hoeft hierdoor niet te investeren in contacten. Door contractuele verplichtingen zijn de voetballers immers verplicht om naar hem toe te komen.

Tot slot zijn er nog de regionale omroepen. Omdat zij in de regio opereren hebben zij vaker contact met sporters die tot die regio behoren. Dit levert ook weer andere omgangsvormen op. De sportredactie bij RTV West is klein, maar hebben desondanks goede contacten met sporters uit de regio. Zij voelen zich echter niet afhankelijk van deze sporters, en vinden dat zij onafhankelijk te werk kunnen gaan. Doordat zij in tegenstelling tot landelijke media week in week uit bij een lokale voetbalclub aanwezig zijn, zijn de sportjournalisten van deze media vertrouwde gezichten voor de sporters. Hierdoor is het geen noodzaak om te investeren in contacten. Ook RTV Rijnmond heeft dit voorrecht. Er is dus een grote verscheidenheid aan media in de sportwereld die allen anders te werk gaan. In de komende paragrafen van dit hoofdstuk zal naar

voren komen hoe de verschillende mediaprofielen hun weerslag hebben op het contact met de sporter.

5.1.1. Conclusie diverse media

De starkissers these van Stokvis(2002:201) lijkt te generaliserend wanneer er in ogenschouw wordt genomen dat er een grote verscheidenheid aan sportmedia in Nederland is. Al deze media kennen verschillende omgangsvormen met sporters. Op basis van deze paragraaf kan geconcludeerd worden dat journalisten die werken voor media als de Telegraaf en het AD, het nauwste contact onderhouden met de sporter. Zij hechten immers veel waarde aan contacten en tonen zich erg afhankelijk van de sporter. Aan de andere kan van het spectrum bevinden zich de dagbladen NRC, Trouw, Het Parool en de Volkskrant genoemd als media die wars zijn van de contacten. De overige media hebben allen wel een bepaalde band met een sporter, maar bevinden zich meer in het midden van het spectrum, dus tussen innig en niet-innig contact met de bron in. De verschillende werkwijzen van de sportmedia tonen dus een behoorlijke diversiteit aan.

5.2. Thema: De verschillende takken van sport

De door Stokvis (2002:201) geïntroduceerde 'starkissers' these is gebaseerd op een uitspraak van oud-voetballer Hans Kraay, waarin hij iedere voetbaljournalist een 'starkisser' noemt. Het gaat de voetbaljournalist er meer om of hij het lijntje met de voetballer kan bewaren, en is minder bezig met het uitvoeren van zijn journalistieke taak. Stokvis gebruikt deze uitspraak, om een hele generatie sportjournalisten vanaf 1989 aan te duiden. Maar hoe is dit in de verschillende takken van sport? Is de benaderbaarheid van sporters in alle sporten hetzelfde als de manier waarom Stokvis dat schetst? Hoe vindt het contact plaats tussen sportjournalist en sporter in de verschillende sporten? De sportjournalisten is daarom voorgelegd hoe zij te werk gaan in de verschillende takken van sport. Er blijkt een duidelijk verschil op te treden in de werkwijze van de journalist in de voetbalwereld ten opzichte van de manier van werken in andere takken van sport. Hierbij moet worden aangetekend dat de voetbalwereld zich voornamelijk toespitst op de werkwijze in de Nederlandse Eredivisie.

5.2.1. Voetbal

De voetbalwereld in Nederland is de minst toegankelijke sport. De massale media-aandacht voor het voetbal maakt dat het in deze sport het moeilijkst is om direct contact in contact te treden met de voetballers:

Je ziet verschil in sporten die enorm in de belangstelling staan en sporten die minder in de belangstelling staan. Als je naar het EK judo gaat, loop je zo de kleedkamer in, bij voor en tegenspoed, bij voetbal is dat uitgesloten. Daar mag je blij zijn als je iemand al met zes man tegelijk krijgt te spreken. Dus daar zit vooral het onderscheid in. Een voetballer zou heel makkelijk aanspreekbaar zijn wanneer er maar drie journalisten de club volgen. In de eerste divisie heb je geen enkel probleem. Maar bij grote clubs is dat veel moeilijker. (sportjournalist ANP)

Door de enorme media-aandacht heeft de voetballer de media voor het uitkiezen. Hierdoor is de voetbalwereld sterk gereguleerd. Er zijn persvoorlichters die grondig controleren waar, wanneer en wie de voetballer te woord staat. Daarnaast heeft de voetballer, voornamelijk bij de grote Nederlandse voetbalclubs, mediatraining gehad, zodat er voor de sportjournalisten niet veel meer te halen valt dan louter clichématige antwoorden. Er zijn sponsorverplichtingen, zo moeten voetballers na afloop voor een bord met sponsoruitingen worden geïnterviewd en is het door de enorme media belangstelling voor de sportjournalisten hopen op een quote, in plaats van een vraaggesprek. Voetballers staan eigenlijk niet te wachten op een sportjournalist. Door de overweldigende mediabelangstelling is het enthousiasme van de voetballer om iedereen te woord te staan niet aanwezig. Het kenmerkt goed de afhankelijkheid van de sportjournalisten. De enigen die de voetballers elke keer te spreken krijgen zijn de sportjournalisten die voor de rechthouders van de voetbalwedstrijden werken. Het televisiestation Eredivisie Live heeft als voordeel, dat voetballers na afloop van een wedstrijd bij hen voor de camera moeten verschijnen. Dit is contractueel geregeld. Eredivisie Live bezit de uitzendrechten voor de live registratie van wedstrijden. Op die manier krijgt deze sportjournalist de voetballer altijd te spreken. De NOS heeft de uitzendrechten voor de samenvattingen op zondagavond, en hebben hierdoor ook een behoorlijke voorsprong op andere media. Maar voor andere journalisten geldt dat wanneer een voetballer geen zin heeft om iemand te woord te staan, zij hem ook niet te spreken krijgen. Een sportjournalist van RTV West heeft wel enigszins begrip voor de opstelling van een voetballer naar de media toe:

Ja, voetballers zijn wat wantrouwig. Schaatsers vertellen gewoon goed hun verhaal, die zijn wat losser. Die vinden media-aandacht gewoon leuk en dat is misschien naïef. Voetballers, ja er komen acht cameraploegen op af, en dan is de lol er ook vanaf. (sportjournalist RTV West)

Door de overweldigende media-aandacht is het voor de sportjournalisten in de voetbalwereld van belang goede contacten te hebben met de voetballers. Dit kan ertoe leiden dat de voetballer zich na afloop van de wedstrijd bij een bevriende journalist meldt, en niet bij de concurrent zijn verhaal doet. Daarom wordt er in de voetbalwereld gebruik gemaakt van vaste ‘watchers’ van voetbalclubs. Deze journalisten worden door kranten als het AD en de Telegraaf bij diverse voetbalclubs in Nederland ingezet. Zo hebben zij bijvoorbeeld vaste watchers bij voetbalclubs als Ajax, PSV en Feyenoord. Dit heeft als voordeel dat deze sportjournalist nauw betrokken is bij de voetballers van de club en hierdoor een goede band met hen opbouwt. Als na afloop van een voetbalwedstrijd de voetballers het veld aflopen richting de mixed zone, (het gedeelte waar de media staan opgesteld) dan zal de voetballer geneigd zijn bij de journalist te blijven staan met wie hij het beste contact heeft. Dit toont wel de enorme afhankelijkheid van de sportjournalist aan. Dit contact houden lijkt verdacht veel op het onderhouden van ‘lijntjes’, zoals Hans Kraay dit voorspiegelde. Een geïnterviewde sportjournalist weet dit treffend weer te geven:

Voetbal is altijd belangrijker. Als Sportweek (sportblad red.) een schaatser op de voorkant heeft dan verkoopt die minder dan als een voetballer voorop staat. Zo is dat gewoon. Ik denk dat voetbaljournalisten vlugger geneigd zijn om zich naar de wensen van de voetballers te vormen dan in andere sporten. (sportjournalist Sp!ts)

Samenvattend is te concluderen dat de voetbaljournalist erg afhankelijk is van zijn bronnen, de voetballers. Door de enorme media-aandacht is het voor de sportjournalisten van belang om in ieder geval een voetballer na afloop te kunnen spreken. Door intensief contact is het voor de journalist mogelijk om een streepje voor te hebben op andere media, die na afloop van een wedstrijd ook op de voetballers wachten. De sportjournalisten moeten hierin al blij zijn een voetballer te kunnen spreken. Al heeft de sportjournalist van Eredivisie Live een voorsprong om de voetballers te spreken te krijgen. Dit is immers contractueel geregeld. Ook de NOS heeft een uitzonderlijke positie hierin.

5.2.2. Overige sporten

Uit het onderzoek bleek dat naast het voetbal alle andere sporten zeer toegankelijk zijn. Tennis, hockey, turnen, atletiek en wielrennen zijn bijvoorbeeld sporten waarin toegang tot de sporters een stuk eenvoudiger is dan bij het voetbal. Waar de voetballers veelal worden afgeschermd door voorlichters en zaakwaarnemers is het bij de andere sporten niet van toepassing. In deze kleinere

sporten zitten de sporters om publiciteit verlegen, en worden de sportjournalisten heel anders ontvangen. Waar de voetballers nogal een argwanende houding aannemen richting de media, worden die media in de kleinere sporten veel hartelijker ontvangen. Zij genieten juist van de media-aandacht. Deze sporters kennen het belang van publiciteit voor hun sport en geven de sportjournalisten daardoor ruim baan. Voor de sportjournalist is dit een verademing:

Bij de Dakar Rally zit iedereen om publiciteit verlegen, komt er een foto met sponsor in de krant. Als freelancer heb ik anderhalf jaar het hockey gedaan en ben ook naar Madrid geweest waar de dames het WK wonnen. Dat is een groot verschil. Ook tijdens competitie, je staat aan de zijlijn, de scheidsrechter fluit af, je stapt over de boarding en loopt het veld op en je zegt van je hebt een minuutje en je kan 20 minuten met ze praten. Die hockeyers hebben allemaal een opleiding en studeren, ja dat is een groot verschil. (Sportjournalist Sp!ts)

Voor de sportjournalist gaat er dus een nieuwe wereld open naast het voetbal. Wat verder opvalt, is dat de sportjournalist in zijn uitspraak refereert aan het denkniveau van de sporter. Uit de interviews is gebleken dat de meeste sportjournalisten de voetballer als een 'beetje dom' betitelen, in vergelijking met sporters in andere takken van sport. Hierdoor kunnen zij veel meer diepgang in de vraaggesprekken of reportages leggen in sporten buiten het voetbal. Individuele sporters zijn bijvoorbeeld erg intensief met zichzelf bezig. Hierdoor geven zij geen clichématige antwoorden. Zij zijn zich zeer bewust van hun keuzes die zij in de sport maken. Hierdoor kunnen zij in tegenstelling tot voetballers wel uitgebreid over hun sport vertellen. Een journalist gaf aan dat juist dit de reden was om over te stappen naar andere sporten:

Tien jaar geleden was dat ook een keuze van mij om te stoppen met voetbal en me meer te richten op de Olympische sporten. Wat Erica Terpstra al zei, die sporters zijn knuffelbaar. Aaibaar. Die hebben veel directer contact met de media, en directer contact met het publiek, Altijd aanspreekbaar, bereikbaar, komen spontaner over, ja dat heeft vooral te maken met de 'overexposure' van de grote sporten. Als alle journalisten de telefoonnummers van de voetballers weten dan worden ze de hele dag gek gebeld. Daar moet je paal en perk aan gaan stellen. (Sportjournalist ANP)

Bij de sporten in Nederland naast het voetbal is het makkelijker werken voor de sportjournalisten. Er is minder media-aandacht voor deze sporten in vergelijking met het voetbal. Hierdoor is de sportjournalist amper afhankelijk van eventuele contacten. De sporters zijn in een

aantal gevallen zelfs blij dat er aandacht aan hun sport wordt geschonken. Iedere vorm van publiciteit is immers meegenomen, zo wordt beredeneerd. De sportjournalist kan in deze sporten meer zijn journalistieke ei kwijt.

5.2.3. Conclusie werkwijze in verschillende sporten

Concluderend verschilt de relatie tussen sporters en sportjournalisten per sport nogal. In het voetbal is de sportjournalist erg afhankelijk van de welwillendheid van de voetballer. In het bijzonder is het na afloop van een voetbalwedstrijd voor menig sportjournalist lastig om een speler te spreken te krijgen. Dit geldt niet voor de sportjournalist van Eredivisie Live, de zender waarmee contractueel is geregeld dat de voetballers verplicht zijn om voor de camera te reageren. Ook de NOS heeft min of meer een uitzonderingspositie hierin. Over het algemeen kent de relatie tussen sportjournalist en sporter in het voetbal dus een scheef karakter. De voetballer heeft de macht in deze relatie.

Heel anders is het bij de overige sporten. Men is daar blij met publiciteit en de journalist heeft daarin vrijheden die er in de voetbalwereld niet zijn. Sporters zijn blij met de media-aandacht en de sporter lijkt te beseffen hoe afhankelijk hij is van media-aandacht. Het intelligentieniveau van deze sporters ligt ook een stuk hoger en hierdoor zijn de interviews diepgaander, omdat zij bewuster omgaan met bepaalde acties in de sport. De relatie tussen sporter en sportjournalist is in deze takken van sport dus gelijkwaardig, en zelfs meer in het voordeel van de sportjournalist. Een groot contrast dus ten opzichte van de werkwijze in de voetbalwereld.

5.3. Thema: Omgang met de sporter

De verregaande toenadering tot sporters zoals Stokvis(2007:181-182) dat stelt, vergt een intensieve omgang met sporters. De invloed van televisie maakt mogelijk dat wedstrijden live op televisie komen, of zoals bij voetbal de samenvattingen van eredivisiewedstrijden op zondagavond al worden getoond, is het voor kranten niet relevant om een zakelijk wedstrijdverslag op maandag te publiceren. Het is dus belangrijk voor dit soort media om ander nieuws te fabriceren. Dit houdt in dat nieuws moet voortkomen uit het contact met de sporter, zoals een quote dat wordt opgevangen uit een vraaggesprek. Maar hoe wordt dit contact opgebouwd en op welke manieren hebben sportjournalisten toegang tot de professionele sporters? De verscheidene omgangsvormen worden in dit hoofdstuk toegelicht.

5.3.1. Contact opbouwen

Wanneer een sporter of sportjournalist nieuw in het veld is, is het moeilijk om direct op een sporter af te stappen en hem vervolgens te interviewen. Hoe wordt het contact opgebouwd tussen sporter en sportjournalist? Bouwen de geïnterviewde journalisten op verschillende manieren contact op met de sporters? Concreet geven de geïnterviewden een aantal manieren weer hoe het eerste contacten worden gelegd in de sportwereld.

Ten eerste wees het merendeel van de sportjournalisten erop dat je als ‘groentje’ in de sportwereld zoveel mogelijk contact moet leggen in het wereldje. Niet alleen met de sporter, maar ook met de mensen om de sporter heen. Hiermee probeert de sportjournalist een behoorlijk indruk achter te laten, waardoor de journalist de volgende keer door de sporters of begeleiders wordt herkend. Vooral voor de journalisten van kleinere media is het van belang om deze contacten op te bouwen. Zo meende een geïnterviewde van Sp!ts:

Ik heb ook tegen de mensen gezegd die hier begonnen met werken op de sportredactie; het eerste half jaar moet je er rekening mee houden dat je van maandag tot en met zondag niet thuis bent. Ik wil gewoon dat je overal je gezicht laat zien, op de training enzovoorts, dat is binnen de sportjournalistiek heel belangrijk. Dat de sporters weten wie je bent. Op die basis hebben we naam opgebouwd. Al heel snel werden we zo bekend dat we overal wel een ingang konden vinden. (Sportjournalist Sp!ts)

Het gaat er bij het eerste contact om de toenadering tot de sporter te vinden op plaatsen waar andere media niet massaal aanwezig zullen zijn. Dit biedt de sportjournalist de gelegenheid om directer en intensiever met de sporter te kunnen omgaan. Naast het bezoeken van trainingen wordt er bijvoorbeeld voor gekozen om een relatief onbekende wedstrijd te bezoeken. Een sportjournalist van het ANP laat weten:

Je komt als nieuweling in een nieuw sportgebied, ja waar begin je dan? Je gaat naar trainingen, naar minder grote wedstrijden, dat ze je wat makkelijker kunnen benaderen en waar niet zoveel media is. En zo bouw je een naam op. (Sportjournalist ANP)

Op deze manier wordt contact met een sporter gelegd. De volgende stap in de omgang met een sporter is de manier waarop dit ontstane contact wordt ingevuld door zowel de sporter als de sportjournalist. Dit kan op allerlei verschillende manier geschieden. In de komende paragrafen worden de verschillende omgangsvormen met sporters verder uitgelicht.

5.3.2. Bellen/Sms'en

Het telefonisch contact onderhouden met een sporter kan een belangrijke omgangsvorm zijn voor sportjournalisten. Er treedt hierin een tweedeling op tussen enerzijds de schrijvende sportjournalisten en aan de andere kant de audiovisuele media. De sportjournalisten die voor de schrijvende media werkten, gaven aan dat zij over het algemeen regelmatig met een sporter bellen. Deze journalisten zijn van mening dat contact met een sporter zeer vaak nieuws oplevert. Een geïnterviewde van het AD gaf aan dat sportjournalisten van deze krant veel contact onderhouden met sporters. Dit gaat niet altijd over het sportieve. Er wordt bijvoorbeeld wel eens over 'koetjes en kalfjes' gesproken. Zo kende hij een collega die zeer goed contact heeft met de voetballer Wesley Sneijder. Er wordt regelmatig met hem gebeld en door het warme contact krijgt de sportjournalist veel nieuwtjes binnen.

Laatst hadden we Wesley Sneijder die kreeg na een half uur al rood, we hebben dan iemand die hem kan bellen, en dat is dan een van de weinigen die hij dan te woord staat, dat is wel belangrijk dat hij dan ook ziet van: Hey, dat is iemand van het AD, dus ik neem wel op, dat moet je in stand houden.

(Sportjournalist AD)

De geïnterviewde geeft hier aan dat het contact verder gaat dan alleen maar het bellen over sportieve zaken. Er is een bepaalde vriendschapsband of vertrouwensband gecreëerd, wat onder meer door het telefonische contact is ontstaan. Het onderhouden van telefonisch contact beperkt zich dus niet alleen op sportief vlak, maar gaat verder, het is een soort vriendschapscontact geworden.

De overige schrijvende journalisten gaven aan dat zij weinig tot regelmatig bellen met sporters. Het contact met de sporter vindt enkel plaats betreffende sportieve prestaties of omstandigheden. In principe wordt er alleen gebeld als er direct een aanleiding toe is. Een directe aanleiding kan bijvoorbeeld een prestatie van een sporter op een evenement zijn. Als de sporter een goede prestatie levert is het noodzakelijk om contact met diegene te leggen. Ook bij een langdurige blessure is het interessant om af en toe contact met diegene te hebben, zodat er eventueel een nieuwtje naar buiten kan komen. Bijvoorbeeld een aanstaande comeback. Maar naast de sportjournalisten van het AD, en de indrukken uit tweede hand van de sportjournalisten van de Telegraaf, wordt over het algemeen beredeneerd dat de sportjournalist weinig telefonisch contact wordt onderhouden met de sporters. Het werk van een sportjournalist bestaat uit meer dan alleen het telefonisch contact onderhouden met sporters.

De televisie en radiojournalisten bellen of sms'en zelden met sporters. De regionale journalisten van RTV West hebben de beschikking over een grote verzameling aan telefoonnummers van sporters, maar naar eigen zeggen bellen zij hen zelden:

Ja ik ga niet met spelers sms'en als ze een mooi doelpunt hebben gemaakt. Ik bel ze nooit alleen als het echt nodig is. Ook niet privé nee. Ik heb in mijn telefoon alle nummers van de spelers van ADO Den Haag, en daar heb ik de helft nog nooit van gebeld. (sportjournalist RTV West)

Nog verder gaan de landelijke sportjournalisten van de NOS. Zowel de radio- als televisiejournalist geven aan dat zij in principe nooit bellen met een sporter. Opvallend is dat geen van hen aangeeft dat zij nieuws willen vergaren door simpelweg het opbellen van sporters:

Nee, als het er twee zijn is het veel. Nee, kijk ik heb een documentaire met Theo Bos, die belde ik heel af en toe, maar dat kan soms een half jaar niet gebeuren. En een schaatsster die wel is een sms stuurt, Ireen Wust. Maar alleen over het schaatsen. Maar geen mensen die ik is lekker bel van hoe is het ermee, nee dat niet. Ik heb ook die behoefte niet, ik hoef geen nummers. De redacteur bij ons op de redactie die regelt dat, maar ik heb ook vaak van ja dit is het nummer en bel hem dan en dan ff op. Nou die sla ik niet eens op, want ik bel hem toch niet. (Sportjournalist NOS)

Het telefonisch contact met de sporter verschilt per journalist. De journalist van het AD gaf aan dat er vanuit het AD innig contact wordt onderhouden met sporters. Dit gaat niet alleen over sportieve zaken. Er wordt ook gebeld om het contact op peil te houden. Dit is ook van toepassing op de verslaggevers van de Telegraaf.

Andere schrijvende journalisten geven aan dat zij alleen bellen of sms'en als er een reden voor is. Maar om iedere sporter regelmatig te bellen, zeker zonder directe aanleiding, is volgens hen ondoenlijk. Tot slot bellen de geïnterviewde televisieverslaggevers nauwelijks met sporters. Met name de geïnterviewde NOS journalisten en de regionale journalisten van RTV West geven aan dat zij zeer weinig contact onderhouden met een sporter.

5.3.2.1. Conclusie telefonisch contact

Verregaand telefonisch contact met de sporter zou een grote afhankelijkheidsrelatie typeren aan de kant van de sportjournalist. Er wordt regelmatig gebeld zodat de lijntjes naar de sporters in stand kunnen worden gehouden. Uit de onderzoeksresultaten op dit gebied blijkt onder de

geïnterviewden dat dit voornamelijk van toepassing is op sportjournalisten van het AD en de Telegraaf. Er zijn sportverslaggevers die warme banden onderhouden met de sporter, en hiermee geregeld telefonisch contact hebben. Hier gaat het niet alleen om gesprekken om sportief vlak, maar ook over privé-zaken. Anderzijds geldt dat de geïnterviewde sportjournalisten van andere media telefonisch contact hebben op basis van een sportieve invalshoek. Er wordt alleen gebeld als er aanleiding is. Het zeer regelmatig contact onderhouden met sporters blijkt te tijdrovend te zijn.

5.3.3. Vaste volgers

Een interessant onderdeel in de omgang met bronnen is de inzet van zogenaamde ‘vaste volgers’. In de theorie van Gans (2004:131-142) werden twee type journalisten onderscheiden, de general reporters en de beat reporters. De general reporter is een journalist die nieuw in een veld terechtkomt, en geen kennis heeft van het wereldje. De beat reporter is een journalist die zich enkel richt op een bepaald onderwerp en hierin goede contacten heeft. Onder deze beat reporters bevinden zich agency beat reporters, die zich op een kleine niche richten binnen de wereld waarin zij werken. Vertaald naar de sportwereld is een general reporter een sportjournalist die verslag doet van allerlei verschillende sporten. De beat reporter iemand die op een sport wordt ingezet en daarin zijn contacten heeft, en tot slot de agency beat reporter is iemand wiens werkterrein bijvoorbeeld bij een voetbalclub uit de eredivisie ligt. Deze drie type journalisten brengen verschillende omgangsvormen met de sporter met zich mee. Dit beïnvloedt de relatie tussen sporter en sportjournalist.

De geïnterviewde radioverslaggever van de NOS verklaarde dat hij door de werkwijze van de NOS niet al te nauw contact kan onderhouden met een sporter. Het is voor hem onmogelijk om bijvoorbeeld veelvuldig te bellen met een topsporter zoals de Telegraaf dat doet. De onafhankelijkheid van de journalist komt volgens de NOS dan in het geding. Maar aan de andere kant gaf de geïnterviewde aan wel eens jaloers te zijn op sportjournalisten, die vaste volgers zijn van bijvoorbeeld een voetbalclub, omdat deze journalisten meer informatie toegespeeld krijgen door de innige band die zij onderhouden met de sporter. Dit type sportjournalist is een stuk afhankelijker van de sporter, maar krijgt op die manier eerder primeurs tot zich. Deze tweespalt in de betrokkenheid van de journalist met de sporter wordt in deze paragraaf besproken.

Uit het onderzoek onder de geïnterviewden kwam dat er op dit gebied afwegingen worden gemaakt om vaste reporters op een sport of club neer te zetten, met verschillende implicaties als gevolg. De grote vraag die hier speelt is of de afhankelijkheid van de sportjournalist

in het geding komt bij dit intensieve contact met de sporter of sportclub, het dilemma dat Gans (2004) al in zijn boek aangaf. Tijdens de interviews bleek dat het gebruik van beat reporters en general reporters een scheidslijn presenteert in het medialandschap.

Bij het AD en de Telegraaf worden agency beat reporters ingezet bij voetbalclubs. Door intensief in het wereldje van een voetbalclub op te gaan, krijgt de journalist exclusieve nieuwtjes en heeft een sterke band met de spelers. Bij RTV West wordt er een sportjournalist vast ingezet op de voetbalclub van ADO Den Haag. Hoe speelt het dilemma van een vaste reporter bij de geïnterviewden? Aan de ene kant zijn er journalisten die het inzetten van vaste reporters ten koste zien gaan van de onafhankelijkheid. Zo meent de NOS:

Nou het idee van de NOS is denk ik dat als verschillende wedstrijden die wedstrijden beoordelen dan krijg je een objectievere blik, niet dat iemand het dan mooier maakt dan het is. Dan loop je wel contacten mis. Ik bedoel mensen gaan je geen telefoonnummer geven als ze je een keer hebben gezien. Maar als je daar elke keer zit en je spreekt ze, ja dat is anders. (Sportjournalist NOS Radio)

Het idee van de NOS is om verschillende verslaggevers naar de wedstrijden te sturen in Nederland. Dit zou de onafhankelijkheid ten goede komen, waardoor de verslaggever niet gebonden is aan bepaalde belangen, of sterk afhankelijk is van de sporter. Hij mist echter wel het nodige contact met de sporter, hierdoor zal hij niet snel aan nieuwtjes komen. Aan de andere kant maken onder andere het AD en de Telegraaf gebruik van vaste volgers. Een sportjournalist geeft aan hoe het hebben van een vaste man op een club ook zijn moeilijkheden kent:

Onze krant, (AD) is daar het beste voorbeeld van, wij gaan daar heel ver in, dan krijg je hoe je het wendt of keert, een journalist zal het nooit toegeven, toch een beetje een beschermde status als sporter weet je wel. Een collega van mij kan bijvoorbeeld Arjen Robben elk moment van de dag opbellen, dat is natuurlijk wel heel belangrijk om dat in stand te houden. Maar je maakt mij niet wijs dat in een stuk dat je schrijft dat Robben een slechte wedstrijd heeft gespeeld, dat je toch een beetje afzwakt. Dat kan niet anders, A: is dat menselijk heel logisch, B: is dat voor je netwerk heel belangrijk. Ik moet hem nog wel kunnen bellen weet je wel, dus zuiver is het allang niet meer. (Sportjournalist AD)

De quote van de AD sportjournalist geeft aan dat het hebben van intensief contact met een sporter ook weer problemen met zich mee kan brengen. Hoewel zij wel veel nieuws opdoen, is de sportjournalist zeer afhankelijk van de welwillendheid van de sporter. Journalistiek gezien is deze

journalist niet onafhankelijk meer. De achterban van het AD verwacht echter de volgende dag een quote van een bekende Nederlandse voetballer te lezen. In dat kader is het noodzakelijk voor de journalist om een goede band met de sporters te onderhouden. Maar het hebben van intensief contact kan ook anders uitpakken, zo is de mening van bijna de helft van de ondervraagde sportjournalisten.

Het gebruik van een vaste sportjournalist op een bepaalde club of sporter maakt dat hij juist kritisch in zijn vraagstelling kan zijn. Ten eerste weten deze journalisten waar zij het over hebben, het zijn specialisten op hun werkgebied. Door kennis van zaken kunnen zij gedegen hun journalistieke taken uitvoeren. Er is geen sprake van een te afhankelijke relatie van de sportjournalist tegenover de sporters. Vragend naar een AD journalist die met een voetbalclub op trainingskamp was geweest, antwoordde de persvoorlichtster op een manier die past in de zienswijze van deze groep journalisten:

Hij ging toevallig als journalist mee, er waren er meer die mee wilden, maar die konden het niet betalen. Alleen het AD was bereid om ervoor te betalen. Ik ben met Feyenoord jarenlang meegegaan op trainingskamp, maar dan waren er ook tien andere journalisten bij en vijf fotografen. Maar hij was toevallig de enige die het voor elkaar kreeg om er te zijn. Nee, ik vind dat geen probleem, hij heeft er best pittige dingen gemaakt en ook leuke verhalen gemaakt en met die gasten mee, enzovoorts. Ja, dat zou op andere trainingskampen ook gebeuren. Ik vind het absoluut geen probleem, sterker nog ik vind het goed om de voorbereiding mee te maken, en dat journalisten ook de menselijke kant zien van de spelers en andersom. Dat spelers ook denken van "hey, dat is toch ook wel een relaxte gast". Dat ze ook gewoon de mens achter de journalist ziet, niet telkens die man met de zure vragen. (Persvoorlichtster)

Bovenstaande quote impliceert een aantal dingen. De laatste zin geeft aan dat sporters de journalist ook beter leren kennen. De verhouding tussen sporter en sportjournalist wordt op gelijke hoogte gesteld. De sporters zien ook hoe de sportjournalist is buiten zijn werk om, en dit maakt hem sympathiek. Hierdoor zijn ze eerder geneigd om deze sportjournalist te woord te staan. Deze werkwijze roept wel de vraag op of de sportjournalist in kwestie zijn nog in staat is om werk en privé strikt te scheiden. Zit de sportjournalist niet te dicht op de groep waardoor de journalistieke verplichting achterwege blijft? Uit dezelfde groep van sportjournalisten, die van mening zijn dat een journalist die nauw betrokken is bij een sporter of club juist wel zijn journalistieke taken kan uitvoeren, wordt wel toegegeven dat er sympathie voor de sporter of club kan optreden. Zij vinden dit niet bezwaarlijk:

Ik ga nu al vijf jaar naar de stadions en merk wel dat de band is gegroeid met de clubs, je bent kind aan huis. Ze weten dat je ook rotvragen moet stellen. Je drinkt dan een biertje mee, maar daar moet je wel mee uitkijken, je moet objectief blijven. En bij z'n kampioenschap, ja maakt niet uit welke club je zit, ze zijn altijd blij. En als een voorzitter je dan om de hals vliegt, ja dan zeggen sommige dat ik er niet ver genoeg van afsta, maar zolang je voor jezelf het oké vindt, kan het wel. Je zit eigenlijk in een goede positie als dat gebeurt. [...] Je krijgt er sympathie voor, dat is logisch. (sportjournalist Endemol/Eredivisie Live)

Door de inzet van vaste volgers bij clubs of een sport is er niet vanzelfsprekend een gebrek aan onafhankelijkheid van de sportjournalist. Er is een tweespalt in de groep geïnterviewde sportjournalisten. Aan de ene kant zijn er diegene die vinden dat het niet goed is omdat er een te afhankelijke relatie optreedt en het creëren van lijntjes plaatsvindt. Aan de andere kant menen journalisten dat het juist goed is dat iemand met kennis van zaken er dicht op zit. Er kan sprake zijn van sympathie, maar dit mag geen belemmering vormen. Deze band met een sporter levert veel nieuws op, en door de vele media levert dit ook exclusief nieuws op. Exclusief nieuws is iets waar je mee kunt scoren, en dus is men hier zeer gevoelig voor. Het goede contact biedt ook de mogelijkheid een voorsprong te nemen op andere sportmedia, door de toegang tot exclusief nieuws. Wanneer de band met een bepaalde sporter zeer goed is. De sporter is immers geneigd een sportjournalist te woord te staan met wie hij een goede band heeft.

5.3.3.1. Conclusie vaste volgers

Bij het analyseren van de uitspraken over de journalisten die vast een club volgen, zouden zij op het eerste gezicht als starkissers kunnen worden betiteld. Zij volgen de clubs en gaan intensief met de spelers om, een zeer afhankelijke relatie. Een aantal respondenten laat weten het niet journalistiek verantwoord te vinden. Echter is het opvallend dat de helft van de geïnterviewden laat weten hier geen bezwaar in te zien. Er is sprake van sympathie ten opzichte van de club, maar als het daarbij blijft is het niet erg. Een reporter als deze kan juist door de goede band pittig uit de hoek komen. Er is een verschil tussen de algemene verslaggevers, die zonder voorkennis verslag doen en de vaste volgers van een club of sport, maar er zijn meerdere interpretaties mogelijk om deze tweespalt te kunnen duiden.

5.3.4. Vraaggesprek

De starkissers these brengt met zich mee dat door het goed houden van lijntjes sportjournalisten niet kritisch durven te zijn in hun vraagstelling. Dit alles om een boycot van de sporter te kunnen ontlopen. (Stokvis,2007:181) Uit het onderzoek is echter gebleken dat de geïnterviewde journalisten van mening zijn dat ze niet geremd worden in hun vraagstelling.

Als een sporter bijvoorbeeld een slechte wedstrijd heeft gespeeld, zal de sportjournalist de desbetreffende sporter(s) met de mindere wedstrijd in een vraaggesprek na afloop confronteren. Het hangt echter van de situatie af wanneer een dergelijke kritische vraagstelling plaats zou kunnen vinden. Bij de grootste sport in het land, voetbal, is het na een wedstrijd van een grote Nederlandse voetbalclub zeer moeilijk om überhaupt een fatsoenlijke vraag te stellen. De voetballer kan ervoor kiezen om bepaalde media te woord te staan en anderen niet. Het contact met de sporter is daarin essentieel. Wanneer een sportjournalist goede banden onderhoudt met een sporter, is de sporter na de wedstrijd eerder geneigd de sportjournalist die hij goed kent te woord te staan. Desondanks is het erg dringen na afloop van een wedstrijd. De spelers komen door een ruimte (de mixed zone) waarin de aanwezige media op een rij staan opgesteld. Ruimte voor een goed vraaggesprek is voor de schrijvende pers zeer moeilijk. De situatie na een wedstrijd wordt door een sportjournalist van het ANP treffend omschreven:

Ja, in de mixed zone is de sporter na afloop beschikbaar en dan staan er zestig man die de sporter willen spreken, ja soms ook tien, maar bij voetbal dertig tot veertig en ben je blij dat je wat opvangt, want iedereen wil uitspraken van die voetballer hebben. En in de praktijk is het alleen mogelijk om een paar losse kreten op te vangen, een fatsoenlijk gesprek is er niet bij, een vaag stellen en antwoord. Tegenspreken is amper mogelijk. Dan krijg je van die nietszeggende kopjes; van Persie blij met zege. Ik snap dat die blij is. Het werkt 'bapsnap' in de hand. (Sportjournalist ANP)

Voor de schrijvende pers geldt dat er na afloop van een voetbalwedstrijd niet echt uitgebreide vragen kunnen worden gesteld. De abonnees wensen echter de volgende dag uitspraken van voetballers terug te lezen, dus treedt er quotejournalistiek op. Dagbladen als het AD en de Telegraaf hechten veel waarde aan deze quotes. De sportjournalist van het AD geeft ook aan dat mensen die het AD kopen de krant juist aanschaffen, omdat zij graag de uitspraken van de sporter terug willen lezen. Het verklaart waarom het AD en de Telegraaf de grootste krantenoplage in Nederland hebben. Ondanks dat deze journalisten zich op quotes storten, meent de persvoorlichtster dat de Nederlandse media wel degelijk kritisch zijn. Ze meent zelfs dat

sommige media zich respectloos gedragen naar de sporter toe. Ze geeft hiervoor een treffend voorbeeld:

Dat is wel iets dat ik mis ja, dat respect. Als een keeper over de bal heen duikt, wie denk je dan dat er het meest ziek van is. Dan zou ik ook geen camera na afloop op mijn neus willen hebben. Maar dan zeggen ze, ze krijgen er zoveel geld voor. Maar het gevoel van een sporter blijft hetzelfde. Hetzelfde gevoel als dat jij en ik hebben als we een wedstrijd verliezen, ook al verdient een sporter twee miljoen, het gevoel blijft altijd hetzelfde. Je bent gewoon kapot, alleen omdat je er twee miljoen mee verdient mag je voor de camera staan. Er mag dan wel een beetje fatsoen en compassie bij zijn. (Persvoorlichtster)

In de quote geeft ze aan compassie te hebben met een keeper die na afloop voor de camera moet staan. De camera vormt in dit opzicht een interessant punt, en scheidt de schrijvende journalisten van de televisiejournalisten. Televisiestations als de NOS en Eredivisie Live beschikken over de uitzendrechten van het Eredivisie voetbal in Nederland. Hierdoor zijn voetballers verplicht voor de camera's van Eredivisie Live te verschijnen. Voor de camera's van de NOS verschijnen ze ook regelmatig, omdat zij de samenvattingen van de duels tonen. Hiermee hebben journalisten van deze media een voordeel, en hoeven zij niet te investeren in de contacten met de voetballer. Zij kunnen belangeloos vragen stellen, zonder dat daar consequenties aan zouden kunnen zitten. Dat geldt in het bijzonder voor Eredivisie Live. De volgende keer moet de sporter namelijk weer verplicht voor de camera reageren. De NOS is het grootste sportbolwerk in Nederland, dus hebben zij ook een sterke basis. Maar de geïnterviewde sportjournalisten die voor de televisie werken kennen een ander profiel dan de schrijvende sportjournalisten. Het is opvallend dat zij zichzelf minder zien als sportjournalist maar meer als televisiemaker. Hoewel zij geen belemmering in hun vraagstelling ondervinden, vinden ze dat ze zelf met een bepaald fatsoen een gesprek moeten ingaan. De sporter in kwestie doet immers ook zijn best, en de televisiejournalisten hebben naar eigen zeggen niet de journalistieke inborst van een nieuwsgaande sportjournalist:

Ik word alleen belemmerd in mijn vraagstelling omdat ik een beschaafde jongen ben. Ik kan beter iemand heel kritisch interviewen die heel sterk is, een bestuurder bijvoorbeeld, dan een meisje van 19. Een sporter doet ook zijn best, dus hoef je niet grond met hem aan te vegen. Gewoon een beetje fatsoen en een beetje normaal doen. (Sportjournalist NOS)

Het is dus opvallend dat de sportjournalisten na afloop van een wedstrijd, vooral bij het voetbal, een andere invulling van hun taken hebben. Aan de ene kant heeft de schrijvende pers niet de beschikking over de uitzendrechten. Hierdoor zijn zij sterk afhankelijk van de welwillendheid van de voetballer. Daarom is het voor deze media erg belangrijk om een goede band met de sporter op te bouwen en is het contact met een sporter erg belangrijk om in stand te houden. Door de massale media-aandacht is het vooral bij grote wedstrijden meer de hoop om een uitspraak van een voetballer op te vangen, dan daadwerkelijk de sporter aan een vraaggesprek te onderwerpen. Deze zucht naar quotes geldt niet voor alle media. Voor het AD en de Telegraaf is dit wel van groot belang door de invloed van hun lezers. De lezers willen immers de uitspraken de volgende ochtend in de krant lezen.

In een voorgaande paragraaf werd er al gewezen op de uitzendrechten die omroepen als Eredivisie Live en NOS bezitten. Vooral de Eredivisie live verslaggevers krijgen veel voetballers te spreken. Hoewel zij dus geen moeite hoeven te doen om goede contacten te leggen met de voetballers, is het vaak 'common sense' dat de sportjournalist ervan weerhoudt om een sporter zeer kritisch te ondervragen. Als een voetballer of sporter slecht gespeeld heeft wordt hij hiermee geconfronteerd, maar een spervuur aan ondermijnende vragen vindt niet plaats. Dit gebeurt echter niet om het goede contact intact te houden, maar wordt gezien als een fatsoenskwestie. Er wordt een fatsoensnorm in stand gehouden tussen sporter en journalist. Op een bepaalde manier beschermen zij de sporter tegen zichzelf. Voor een sporter is het ook erg confronterend om gedane uitspraken in allerlei media terug te zien. Daarom bouwen zij een fatsoensnorm in, de sporter doet immers ook zijn best aldus deze journalist.

Ondanks dat de televisiejournalisten een minder journalistiek profiel hebben naar eigen zeggen, zijn er wel eens situaties geweest waarbij er onenigheid is ontstaan met de geïnterviewde. Zo laat een sportjournalist van RTV West weten:

Ik heb ooit over een speler van ADO Den Haag gezegd dat die een oude man was en als een oude man liep. En ja toen zat die ziek thuis en hij vond het niet kunnen allemaal, je zegt de ene week dit en dan weer dat, allemaal niet waar. Maar inmiddels kan ik het prima met hem vinden en als ik hem zie zeg ik dat hij een oude man is. En dat bewijst die dan ook, ik heb wel gelijk gehad. Dat jij constateert dat iemands carrière voorbij is, ja dat is vervelend om te horen natuurlijk. Dat is niet leuk. Dat durf ik dan wel aan hem te vragen. (Sportjournalist RTV West)

Een ongemakkelijk gesprek als deze levert slechts een korte periode van onenigheid op. Van een langdurig boycot is geen sprake. Sterker nog, bij een dreigende boycot van de voetbaltrainer Louis van Gaal, is de sportjournalist in kwestie om opheldering gaan vragen. Van Gaal had hem in zijn ogen onrecht aangedaan en loste dat als volgt op:

Wat ik echt vervelend vond was dat hij ons ging boycotten, dat is belachelijk. Toen heb ik een afspraak gemaakt met AZ en daarheen gereden en dan ontvangt die je in zijn kamer in en dan zegt die: "Ik ben verbaasd dat je komt!" Dan zeg ik van ja luister ik vind het onzinnig dat je ons boycot we hadden gewoon een meningsverschil en als je ons daarom niet wilt spreken. Als zondag de wedstrijd is wil ik ervoor en erna gewoon vragen kunnen stellen. En dan zegt hij van ja het is suggestieve journalistiek. En dan praat je een half uurtje en vind die het wel weer prima allemaal. (Sportjournalist Endemol/Eredivisie live)

Bovenstaande quote toont aan dat deze journalisten ondanks het feit dat zij zich meer tv maker voelen, de trainer of sporter kritisch kunnen ondervragen. Maar dit leidt niet tot een boycot. Wanneer dit dreigt te gebeuren, dan legt de sportjournalist zich er niet zomaar bij neer. Hij zal zich er niet bij neerleggen en vraagt om opheldering.

5.3.4.1. Conclusie vraaggesprek

De geïnterviewde sportjournalisten zijn van mening dat zij niet worden geremd in hun vraagstelling. Zo vindt de persvoorlichtster dat de Nederlandse media behoorlijk kritisch zijn. Bij de Nederlandse voetbalcompetitie maakt een contractueel vastgesteld interview met een zender als Eredivisie Live het mogelijk om de voetballer te spreken. Ook de NOS en de regionale omroepen krijgen hierin vaak de mogelijkheid de sporter te spreken. Zij vinden echter van zichzelf dat ze minder journalist zijn, maar meer tv maker. De reden waarom zij misschien minder kritisch zijn is puur omdat zij een fatsoensnorm willen behouden met de sporter. Dit houdt echter niet in dat zij nooit problemen hebben gehad met de trainer of sporter die zij interviewden. De sportjournalist kan onenigheid krijgen met de sporter, maar dit is meestal snel hersteld. Als een boycot dreigt, wat eigenlijk zelden gebeurt, is het zelfs zo dat de sportjournalist zijn gelijk gaat halen, om het vervolgens uit te praten. De sportjournalist legt zich dus niet zo gemakkelijk neer bij de wensen van de sporter, en zal zich ook in zijn vraagstelling niet terughouden. Stokvis notie van starkissing lijkt dus ook op dit vlak niet afdoende om ook de vraagstelling te kunnen typeren.

5.3.5. Corrigeren van een artikel/reportage

Bij het wel of niet publiceren van een interview, moet de sportjournalist een aantal overwegingen maken. Is datgene dat wordt gepubliceerd wel mogelijk en zijn de dingen die erin staan juist?

Omdat Stokvis (2003:181-182) in zijn boek betoogt dat de verhoudingen compleet zijn scheef gegroeid en de angst voor een boycot groot is, is het interessant wat de beweegredenen zijn voor het wel of niet publiceren van een artikel of reportage. De 'starkissers' these zou moeten inhouden dat journalisten interviews naar de wens van de sporter aanpassen. Dit zouden zij doen om de sporter niet boos te maken, en een boycot van de sporter te riskeren. Hiermee zouden de lijntjes van de journalist verloren gaan. Hoe werkt dit in de praktijk? Worden zij geboycot?

Zwichten zij voor de verzoeken van de sporter? Uit de interviews blijkt dat er een cultuur heerst die voor de schrijvende journalistiek anders is dan voor de audiovisuele journalisten. Voordat ik hierop in ga is het van belang dat er een aspect is dat alle geïnterviewden delen. Feitelijke onjuistheden worden nooit geplaatst. Wanneer een sporter aangeeft dat er een aantal zaken niet kloppen in het interview, en feitelijk onjuist blijken te zijn, wijzigen de journalisten dit meteen. De sportjournalisten willen geen onwaarheden publiceren. Dit heeft volgens hen niets te maken met het goed houden van de contacten. Het hoort bij de taak van een journalist. Een van de kernwaarden van een journalist is immers om de objectieve waarheid te presenteren. Daarnaast gaven de geïnterviewden weer dat er maar zelden wordt gezwicht voor een verzoek van een sporter om een artikel of reportage na afloop aan te passen. Vaak moesten de sportjournalisten diep in hun geheugen graven om met relevante voorbeelden te komen.

5.3.5.1. Audiovisuele cultuur

Onder de geïnterviewde sportjournalisten heerst een verschil qua cultuur wat betreft het publiceren van een interview. De televisiejournalisten en de radiojournalisten hebben door hun soort media een voordeel. In veel gevallen zijn interviews met een sporter na afloop van een wedstrijd live. Hierdoor heeft de sporter geen kans om de beelden terug te zien en zijn deze niet terug te draaien. Bij dit live gedeelte is er dus geen enkele kans om het interview nog opnieuw te zien. Het interview is al uitgezonden.

Naast de live registratie maken de sportjournalisten van de televisie en de radio met enige regelmaat reportages. In deze reportages wordt een sporter gevolgd of worden er uitspraken van een sporter na afloop van een wedstrijd opgenomen en later uitgezonden. Zij hebben hierin amper te maken met sporters die de reportages terug willen zien. Volgens de sportjournalist van de NOS heerst er bij de schrijvende pers een andere cultuur op dit gebied dan bij de televisie. Het

kwam slechts enkele malen voor dat een sporter een reportage terug wilde zien en zeer zelden werd de sportjournalist geconfronteerd met ontevreden sporters die allerlei zaken gewijzigd wilde zien worden. In principe biedt de sportjournalist wel aan om het te veranderen als de sporter ongelukkig in beeld is gekomen. Een andere overweging kan zijn om de sporter in bescherming nemen. Dit geldt zowel voor de regionale als de landelijke media. Een voorbeeld hiervan:

Ik heb het meegemaakt met een wielrenner, die schoot uit zijn toelip, en die zat op zijn materiaal te schelden, dus was er een heel gedoe dat hij niet wilde dat het werd getoond omdat dat hun sponsor was. Ik wilde het al helemaal niet gebruiken, dus ja. En Yuri van Gelder een keer gehad. Die was net bij zijn trainer weg en die trainer was toen helemaal over de rooie, en als ik dat had gebruikt dan had die helemaal voor aap gestaan. Dus ja dat soort dingen. Ik heb niet echt goede voorbeelden omdat de Studio Sport situatie vrij duidelijk is, interview voor de camera en dat is het. Je hoeft me niet meer te bellen na afloop, want het is zo gezegd en het staat op camera. (Sportjournalist NOS)

De radiojournalist van de NOS gaf aan ook wel eens een reportage te hebben aangepast. Er werd echter niet zonder tegenwerking gezwichd voor het voorstel en er werd een compromis voorgesteld. De persvoorlichter van de club wilde bepaalde uitspraken van zijn speler uit de reportage hebben, om de desbetreffende speler in bescherming te nemen. De sportjournalist is er toen wel akkoord mee gegaan, maar heeft hierdoor de eigenlijke opzet van de reportage veranderd en naar zijn hand gezet. Hoewel de afspraak was dat de helft van de tijd gebruikt zou worden om de wedstrijd te bespreken en de andere helft voor andere zaken, heeft de sportjournalist besloten langere stukken over andere zaken te publiceren. Er werd uiteindelijk gehoor gegeven aan de wens van de persvoorlichter, maar heeft op een andere manier voordeel eruit kunnen halen. Kortom, journalisten van de audiovisuele media kunnen vrij onafhankelijk te werk gaan. Van het aanpassen van een reportage of interview na afloop is zeer zelden sprake.

5.3.5.2. Schrijvende cultuur

De schrijvende sportjournalisten daarentegen moeten al hun interviews laten nalezen door de sporter, zaakwaarnemer of persvoorlichter. De sporter wordt in de gelegenheid gesteld om het nieuwsbericht terug te lezen en kan passages die hem niet zinnen aanpassen. De sportjournalist krijgt vervolgens het artikel met de aantekeningen terug en gaat zich dan beraden op zijn artikel. Mogelijke overwegingen zijn hierbij de belangrijkheid van de aangestipte zaken. Als een belangrijk element in een artikel volgens de sporter moet worden geschrapd, laat de sportjournalist dit niet

zomaar gebeuren. Hij probeert de sporter over te halen, omdat het bijvoorbeeld het artikel kracht bij zet. Het gebeurt regelmatig dat de sportjournalist zijn zin krijgt. Opvallend is wel dat de schrijvende sportjournalisten er een interessante redenering op nahouden, nadat zij zijn ingegaan op de wensen van de sporter. De journalisten van Splits en het AD (het ANP is voornamelijk zakelijke berichtgeving) gaven aan dat zij wel eens iets eruit hebben gelaten om vervolgens het contact goed te houden. De vertrouwensband met de sporter is voor hen zeer belangrijk. Een sporter kan worden gerustgesteld omdat de sportjournalist ervoor kiest om iets niet te plaatsen, maar de sportjournalist verwacht in het vervolg wel een groter interview met dezelfde sporter. Ook kan hij van de sporter eisen dat de sporter hem de volgende keer als eerste te woord staat. Er is sprake van een gunfactor:

Je kunt het zien als een gun factor. Ik plaats dit nu niet maar dan heb je de volgende keer wel een uitgebreider verhaal. (oud-AD journalist)

Maar als je het eruit haalt, dan geef je wel toe maar de volgende keer zal die wel weer naar je toe komen, die zal je een keer bellen en zeggen dat die met een transfer bezig is of een toezegging voor een vervol ginterview. Hij voelt dan wel een soort vertrouwensrelatie met je. Die speler zal ook denken van nou hij heeft het eruit gehaald in goed vertrouwen en doet niet vervelend dus creëer je een vertrouwensrelatie daarmee. (sportjournalist AD)

Met de gunfactor wordt een goed contact opgebouwd met de sporter. De AD journalisten spreken over een soort hypotheek op het volgende contact met diezelfde sporter. De sporter zal vertrouwen in de sportjournalist hebben en zich de volgende keer bereid tonen om uitgebreid te worden geïnterviewd. Het zwichten voor de wensen van de sporter gaat echter niet zonder overleg. Er wordt door de sportjournalisten gediscussieerd over de inhoud, en probeert de sporter te overtuigen van zijn woorden. De sportjournalist legt zich dus niet zomaar neer bij de wensen van de sporter. Net als bij de audiovisuele sportjournalisten zijn zij alleen bereid het te veranderen wanneer de sporter in bijvoorbeeld zijn carrière zou kunnen worden beschadigd.

Het is hier echter ook opvallend, dat de schrijvende sportjournalist er ook voor kan kiezen om het er niet zomaar bij te laten zitten. Een sportjournalist laat weten dat hij een heel ander verhaal heeft gemaakt, naarmate de tijd verstreken was:

Na lang wikken en wegen interview met een voetballer geregeld, die niet wilde praten. Dus met de persvoorlichter van de voetbalclub gebeld, van job we hebben zo'n rubriekje, dus zou leuk zijn als we hem kunnen interviewen. Honderden telefoontjes over en weer tussen voetballer, persvoorlichter en ik en toen was het dus gelukt. Een columnist zou dat interview doen, en ik zou erbij zitten. Ik mocht me er alleen niet teveel mee bemoeien. Maar in de tussentijd had de actualiteit ons ingehaald en bleek dat die voetballer een elleboog had gegeven een dag ervoor en dat ze geen kampioen meer konden worden. Dus ik bemoeide me er wel mee. Was een goed interview, maar qua inhoud niet wat we hadden afgesproken. Dus ik mail het artikel naar de persvoorlichter en die zegt van: Wat maak je me nou? Het zou over dit en dat gaan. Toen zei ik tegen de persvoorlichter dat we zijn ingehaald door de actualiteit. Iedereen heeft het over die wedstrijd en die elleboog. Hij gaf toe dat het zo was, maar begon moeilijk te doen. Uiteindelijk wilde hij dat ik wel een alinea aanpaste, ik heb gewoon wat woorden veranderd en toen ging hij ermee akkoord. Ik heb in feite mijn zin gekregen, het is ook een spelletje soms. (Sportjournalist Splts)

Wat hieruit blijkt is dat ook de schrijvende sportjournalist op deze manier de macht in eigen handen houdt. Hij dreef zijn eigen zin door, omdat het qua nieuws relevanter was om over andere gebeurtenissen te praten. Ook in deze schrijvende cultuur hebben de geïnterviewde journalisten in principe nooit met een boycot te maken gehad. Alleen de persvoorlichtster, die voorheen voor een klein voetbalblad werkte, is ooit drie maanden geschorst na een publicatie. Vrees voor een boycot is er dus niet, en dat betekent dat de sportjournalist niet constant zwicht voor de wensen van de sporter. Het is een spelletje dat gespeeld wordt tussen speler, persvoorlichter en sportjournalist.

5.3.5.3. Conclusie corrigeren artikel/reportage

Voorop moet gesteld worden dat sportjournalisten over het algemeen niet al te snel een artikel of reportage wijzigen nadat het is afgenomen bij de sporter. In principe zijn er niet veel verschillen tussen de schrijvende en de audiovisuele sportjournalisten. Het enige verschil zit in het ogenschijnlijke cultuurverschil, waarbij geschreven stukken altijd worden nagelezen en video-opnames niet worden teruggekeken. Opvallend is dat volgens Stokvis (2007:181-182) sportjournalisten bepaalde zaken niet plaatsen wegens eventuele consequenties (boycot). De geïnterviewde sportjournalisten kunnen een dergelijk boycot niet voor de geest halen. Alleen de persvoorlichtster van de voetbalclub, die voorheen voor een klein voetbalblad werkte, heeft wel eens te maken gehad met een stadionverbod van drie maanden, omwille van een artikel over een voetballer. Het dilemma om dingen niet te publiceren, omdat ze bang zijn geboycot te worden, is

voor de geïnterviewde sportjournalisten amper van toepassing. Sterker nog, het komt zelden voor. Daarbij laten zij zich niet simpel overhalen bepaalde stukken uit een reportage of een artikel te wijzigen op aanraden van de sporter of een andere belangenbehartiger. Wanneer er toch gewicht wordt voor de wensen van de sporter, dan is er een gefundeerde redenering voor. Of de sporter wordt in bescherming genomen, of er wordt op een later moment winst uitgehaald, doordat de sportjournalist een volgende keer een uitgebreider interview mag afnemen. Er vindt dus een constante onderhandeling plaats. De verhouding tussen sporter en sportjournalist is bij het corrigeren van een artikel niet erg verstoord.

5.3.6. Thema: Sport&Entertainment

De mediatisering van sport heeft een ontwikkeling in gang gezet waarin sport breed uitgemeten wordt op de televisie. In deze cultuur zijn de sporters geen sporters meer maar zijn het sportsterren geworden. Onder andere Stokvis (2003:7) en Whannel (2002:31-33) hebben betoogd dat door de mediatisering van sport, sporters op een voetstuk belanden. Sport is een amusementscultuur geworden. Door toenadering tot de sporters, zodat op deze manier ander nieuws wordt verkregen, wordt er ook gebruik gemaakt van human interest verhalen. Hierin wordt er niet over de sport met de sporter gesproken, maar met de mens achter de sporter. Met de toenemende sportschandalen in de wereld is er een thema over de sportsterren en sportschandalen ontdekt. De recente ontwikkelingen maken dit een relevant onderdeel van deze thesis. De sportjournalisten is gevraagd hoe zij dit ervaren en op welke manier zij met dergelijke verhalen (zouden) omgaan.

5.3.6.1. Sportcultuur in Nederland

De geïnterviewde sportjournalisten geven aan dat er in Nederland in vergelijking tot het buitenland weinig sportschandalen naar buiten komen. Er zijn er wel een aantal geweest, zo wijzen de sportjournalisten op een aantal kleine schandalen die in de Nederlandse media zijn belicht. De sportjournalisten zijn het er echter over eens dat in vergelijking tot het buitenland, er door Nederlandse sportjournalisten weinig wordt gepubliceerd over het privéleven van de sporters. Er heerst hier volgens hen geen sportsterrencultuur, zoals dat in omliggende landen als Duitsland, Engeland, Spanje en Italië wel is. In deze landen bevinden zich dagelijkse sportkranten. Er is sprake van een 'tabloidcultuur', waarin ieder aspect van een sporter wordt uitvergroot en uitgelicht. De kranten staan bol van de verhalen over sporters, en doordat er iedere dag een nieuwe versie van de krant moet verschijnen, worden hierin allerlei randzaken van

de sporter uitgelicht. Nederland kent deze cultuur niet. Sterker nog, Nederland kent geen sportsterren. Nederland wordt gezien als een te nuchter land daarvoor, illustratief hiervoor is een voorbeeld van een geïnterviewde:

Nou wel grote voetballers maar zitten in het buitenland. Nee, we hebben Pieter van den Hoogenband en Inge de Bruijn maar dat zijn ook gewoon mensen die in de AH lopen, terwijl het legendes zijn.
(Sportjournalist Endemol/Eredivisie Live)

Pieter van den Hoogenband en Inge de Bruijn zijn meervoudige Olympisch gouden medaillewinnaars. Ondanks deze faam, worden zij niet gezien als helden.

5.3.6.2. Sportieve gevolgen

Een andere hoofdreden voor de sportjournalisten om niet in te gaan op deze privé beslomeringen is dat het geen sportieve implicaties kent. Omdat Nederland geen sportsterrencultuur kent, ziet de sportjournalist er de noodzaak niet van in om maar iets over het privé-leven van de sporter te publiceren. Er is de gedachte dat dit dan toebehoort aan een andere tak van journalistiek, namelijk de entertainmentjournalistiek. Met een sportieve link bedoelen de sportjournalisten dat een privé-escapade van een sporter gevolgen kan hebben voor zijn prestaties op sportief vlak. Het schandaal rondom Tiger Woods had bijvoorbeeld het gevolg dat hij tijdelijk met golf stopte. Een sportjournalist wist de sportieve link treffend te typeren:

Maar bij Ireen Wust (schaatsster red.) bijvoorbeeld, ja ik wist al tijden dat ze lesbisch was, maar dat gaat niemand wat aan. Pas wanneer je kunt zeggen dat ze zo slecht schaatste omdat ze niet lekker in haar vel zat, ja dan wordt het nieuwswaardig. Maar de mening van de sporter telt hierin mee, als die het er niet over wil hebben dan niet. (Sportjournalist NOS)

In bovenstaande quote wordt duidelijk dat er een duidelijke sportieve link aanwezig moet zijn. Maar ook impliceert het een beschermende functie. Ter bescherming van de sporter worden er geen privé-zaken gepubliceerd. Dit is niet het werkgebied van de sportjournalist. Aan deze zienswijze kleven echter wel haken en ogen, zo merkt een sportverslaggever op. Wanneer is er sprake van een sportieve link?

Er is met van Gaal en het Nederlands elftal en die Deense stripper, daar is wel wat gebeurd, En Louis van Gaal is toen ook afgeknappt op de mentaliteit van die spelers en die kwesties met die hoeren dat was gewoon een feit. En daar is van Gaal op afgeknappt, die gasten die hij als achttienjarige mannetjes had die wilde niet meer doen wat ze moesten doen. En dat is hier wel stilgezwegen. Dat is een zelfde kwestie geweest, dat had sportieve invloed. Ze presteerden niets en wel hoeren bestellen achteraf, en van Gaal dacht zelf ook van: Ik neem zelf wel ontslag anders. Hier kan ik niet mee werken met die niet-serieuze types. Dat heeft een sportieve link, kijk als er niks aan de hand is en ze gaan gewoon naar het WK met zijn allen ja dan is het interessant en smeuïg en kan je met collega's onderling wel bespreken, ja dat is toen stil gebleven,. Niet helemaal terecht denk ik. (Sportjournalist NOS Radio)

De uitspraak van de sportjournalist plaatst de logisch lijkende verklaring door privé-zaken niet te plaatsen in een ander daglicht. De privé beslommeringen vormden volgens deze sportjournalist dus wel degelijk een sportieve link en vindt dat het niet voldoende is belicht. De oud-sportjournalist van het AD is de enige respondent die hierin meegaat. Hij wijst erop dat de sportjournalisten het niet zouden publiceren zodat de relatie met de sporter optimaal blijft. Het expres stil houden van deze informatie kan een band versterken. De radiojournalist en de oud-sportjournalist staan met zijn tweeën echter tegen de opvattingen van de overige elf geïnterviewden sportjournalisten.

Maar als sport inderdaad amusement is, en met sporters op zoek gaan naar human interest verhalen, omdat zij ander nieuws willen aanbieden, waarom is dit nieuws dan niet relevant voor de sportjournalisten? Bij het maken van human interest interviews wordt ook het privé-leven van een sporter belicht. De sportjournalisten zijn het er over het algemeen eens dat sport amusement is. Maar in dit wereldje van amusement en commerciële belangen is het volgens de sportjournalisten wel mogelijk om sportjournalistiek te bedrijven. Alleen het schrijven over het privé-leven van een sporter is niet geoorloofd. Zij maken ook human interest interviews, maar daarin vertelt de sporter zelf over zijn leven. Over sportschandalen vertelt de sporter zelf niet, dus is het voor de sportjournalist ook niet relevant het te publiceren.

5.3.6.3. Conclusie sport&entertainment

Het merendeel van de sportjournalisten is van mening dat het privé-leven van een sporter privé moet blijven. Zolang het geen sportieve gevolgen heeft, zal de sportjournalist er niets over publiceren. Het is immers niet zijn vakgebied. Tevens is de cultuur in Nederland niet gericht op sportsterren vanwege de nuchtere cultuur. Sportsterren bevinden zich in het buitenland, waar ook

de grote competities en dagelijkse sportkranten zich bevinden. Al plaatsen twee respondenten nog wel kanttekeningen bij het niet publiceren van een stuk over het privéleven van een sporter. De een vindt dat aan het principe van een sportieve link er in een aantal gevallen te voorzichtig mee wordt omgegaan. Voor beiden geldt dat zij dit zouden kunnen zien als het beschermen van de lijntjes met de sporter. Maar over het algemeen is het niet vanwege het feit dat de lijntjes goed moeten worden gehouden, maar door de culturele en sportieve implicaties, dat dergelijke privé beslomeringen niet gepubliceerd worden.

Terugkoppelend naar Stokvis (2002:202), de these over starkissing, wordt geïmpliceerd dat de sporters in Nederland sterren zijn geworden. De geïnterviewden zien dit echter anders. In Nederland zijn geen sportsterren, die verblijven in het buitenland. De verhoudingen kunnen hierdoor niet scheef lopen, zoals Stokvis dat schetst.

5.4. Samenvatting empirie

Bij het presenteren van de resultaten in dit hoofdstuk is er in de eerste paragraaf een algemeen beeld gepresenteerd van de verschillende media in Nederland. Uit de resultaten bleek dat de geïnterviewde sportjournalisten niet op één manier te werk gaan. Vervolgens zijn er verscheidene thema's belicht waarin contact met de sporter optrad. Aan de hand van de starkissers typering van Stokvis (2002:201), zijn een aantal kernwaarden opgesteld waaraan een starkisser aan moet voldoen. Dit type journalist heeft lijntjes, is niet kritisch, probeert de sporter te vriend te houden, publiceert slechts zaken waar de sporter mee instemt en beschouwt hen als sportsterren. Aan de hand van de onderzoeksresultaten is gebleken dat de starkissers typering simpelweg niet toereikend genoeg is om de sportjournalist in Nederland te typeren.

Uit het onderzoek bleek dat sportjournalisten te maken hebben met werkterreinen in de verschillende takken van sport. Deze werelden verschillen per sport nogal van elkaar. Het grootste verschil bleek in de werkwijze te zitten in de voetbalwereld en de overige sporten in Nederland. Doordat voetbal de populairste sport is in Nederland, genereert het een overdaad aan media-aandacht. Hierdoor zijn er zeer veel media die om een quote van een voetballer moeten strijden. De macht in de relatie tussen voetballer en sportjournalist ligt bij de voetballer. Anders is het in de overige sporten. Daar zijn zij vaak gelukkig met de media-aandacht en wordt de toegankelijkheid tot deze sporten een stuk groter dan bij het voetbal. De sportjournalist heeft in deze sporten meer macht, waardoor de verhouding tussen sportjournalist en sporter juist in de het voordeel van de sportjournalist ligt.

Vervolgens zijn de omgangsvormen met sporters onderzocht. Over het algemeen kwam naar voren dat er niet zeer veel wordt gebeld of gesmst met een sporter. Slechts voor een aantal soort journalisten geldt dat, en dat zijn de zogenaamde vaste volgers van een voetbalclub of nationaal team. Aangezien zij dicht op een de organisatie zitten, pikken zij primeurs op door het intensieve contact met de sporters. Hierdoor kunnen zij ook bijvoorbeeld niet relevante sportieve zaken bespreken, maar ook een soort vriendschapscontact opbouwen. Het intensieve contact vindt voor journalisten van kleine media plaats, wanneer zij nieuw zijn in een bepaalde sport of discipline. Er wordt op gehamerd om veel contacten op te doen in het wereldje, zodat men na verloop van tijd gewend raakt aan de aanwezigheid van de betrekkelijk nieuwe sportjournalist. Echter vind het contact met een sporter vaak alleen plaats wanneer er directe sportieve implicaties zijn. Er wordt contact opgenomen met een sporter wanneer er sportieve aanleiding toe is, en dit zal dan voornamelijk over de sportieve prestaties gaan.

De invloed van de vaste volgers van bijvoorbeeld van een voetbalclub, zou voor een belangenverstremming kunnen zorgen. Het is immers een journalist, en door de intensieve omgang binnen een sportorganisatie zou er wel eens een belangenverstremming kunnen optreden. Hierover zijn echter twee theorieën over naar voren gekomen. Enerzijds is de band zeer innig. Spelers herkennen de sportjournalist en zijn eerder geneigd deze sportjournalist te woord te staan. Het is dan de vraag of de sportjournalist wel objectief zijn journalistieke taak kan uitvoeren. Is de sportjournalist nog wel in staat om kritische vragen te stellen, en gaat de sportverslaggever na afnemen van een interview rigoureuus snijden in het artikel op verzoek van de sporter? Het bleek dat slechts een klein deel van de sportjournalisten zich hiermee identificeert. Aan de andere kant bleek dat de innige band met een sporter juist kritische vraagstelling in de hand werkt, omdat de sportjournalist de sporter erg goed kent, en hierdoor meer durft. Ook werd het schrappen van passages in interviews vaak op het fatsoen gewezen. Al de geïnterviewde sportjournalisten waren het over eens dat iets niet wordt geplaatst wanneer het feitelijk onjuist was, of het de sporter schade kan berokkenen. Het valt dus tweeledig uit te leggen. Is het schrappen van passages in een artikel iets van starkissing, of is het gewoon een fatsoensnorm? Aangezien de geïnterviewden aangaven dat er in Nederland geen sportsterrencultuur is, lijkt het laatste toepasbaar. Volgens hen bestaan sportsterren in het buitenland, en horen openbaringen over het privé-leven niet thuis in de Nederlandse sportwereld. De status van de sporters is niet zodanig groot in Nederland, dat hierover gesproken moet worden. Dus in hoeverre is er dus nog sprake van starkissing na dit gegeven?

Deze beknopte samenvatting geeft de resultaten weer van de interviews. Het blijkt dat de relatie tussen sporters en sportjournalisten een stuk complexer is dan voorheen in de bestaande theorie naar voren kwam. In het volgende hoofdstuk zal op basis van deze verscheidene visies een adequate typologie van de sportjournalist in Nederland worden weergegeven.

6. Op naar een nieuwe typologie

Door de complexe verhoudingen tussen sportjournalist en sporter is er bij het opzetten van een nieuwe typologie gebruik gemaakt van de wijze waarop Brants (2002) de parlementaire journalist heeft getypeerd. Alleen al het feit dat er sportjournalisten voor allerlei verschillende media met een eigen profiel werken, maakt het al een complexer wereldje. Brants betoogde dat de parlementaire journalist een flexibel karakter kent.(2002:96) Eenzelfde soort typering is toepasbaar op de sportjournalist. Hoewel er uit het theoretisch kader bleek dat de twee werelden (parlementaire en sportwereld) een ander soort ontwikkeling hebben doorgemaakt, is er een extra claim gevonden om de flexibele typologie toe te passen. Het merendeel van de geïnterviewden gaf aan wel degelijk parallellen te zien tussen de sportjournalistiek en de parlementaire journalistiek. Hierdoor wordt een flexibele typologie nog verder gerechtvaardigd. Maar hoe zit dit precies?

6.1. Parallellen tussen sport en politiek

Over het algemeen vinden de sportjournalisten dat het hebben van contacten en lijntjes ook in de parlementaire wereld voorkomt. Het hebben van innig contact met de sporter, wat Stokvis(2002:201) betitelt als starkissing omdat de relatie te afhankelijk is, is ook van toepassing op de parlementaire wereld. Het fenomeen lijntjes is ook van toepassing op de parlementaire journalistiek zo menen een aantal geïnterviewden:

Ja maar Frits Wester (politiek verslaggever red.) heeft ook lijntjes. In alle vormen van journalistiek bestaan lijntjes. Bij ons ook. Bij de binnenlandredactie hebben ze ook lijntjes met politieke partijen, dat hoort erbij. Soms wil die wat van de ander en soms wil de andere wat van die. Wil niet zeggen dat het kritiekloos is. (Sportjournalist Sp/1s)

Een aantal andere geïnterviewden zijn zelfs van mening dat juist in de parlementaire wereld de journalisten subjectiever zijn dan in de sportjournalistiek. Er wordt gerefereerd aan Nieuwspoort, waar journalisten en politici samen met een drankje nader tot elkaar komen.

Dat is ook van het aanpapperige. Als er iets achterkamertjesjournalistiek is dan is het de parlementaire wereld wel. Daar zitten allemaal afspraken tussen politici en journalist. (Persvoorlichtster)

Hoewel de meeste geïnterviewden het erover eens zijn dat de twee werelden zeer veel op elkaar lijken, plaatsen een aantal er toch kanttekeningen erbij. Volgens een sportjournalist is het in de parlementaire journalistiek veel normaler om kritiek te leveren. Politici zijn immers gewend om tegen die kritiek te kunnen terwijl sporters er niet mee weten om te gaan. Ook bevat de sportwereld meer amusement dan de parlementaire wereld:

“Maarja, jou vraag, ik denk dat politiek toch anders is. Als er genadeloos commentaar.. Stel ik ben politiek verslaggever, en ik plaats een genadeloos commentaar over Geert Wilders, ik denk dat bij me de dag erna lachend te woord staat.” (Sportjournalist AD)

Het verschil in aanzien tussen de parlementaire en sportjournalist bevindt zich in het feit dat sport wordt gezien als een bijzaak. Sportnieuws levert geen wereldschokkend nieuws op. Wat echter opvalt in de antwoorden van de sportjournalisten is dat contact onderhouden en lijntjes niet alleen is voorbehouden aan de sportjournalistiek. In de parlementaire wereld is dit ook verweven. De twee werelden lijken dus meer op elkaar dan uit de theorie naar bleek te komen. Deze veronderstelling krijgt in de volgende uitspraak nog eens extra gewicht mee:

Ik ken een politiek verslaggever en die houdt alleen de microfoon erbij. Er staan veertig cameraploegen als Balkenende naar buiten komt. Het is gewoon quotjes halen. Er zit geen verhaal achter en uiteindelijk is dat dan het verhaal dat je maakt. Je moet toch een verhaal hebben, of het nou linksom of rechtsom is, je moet het toch op een of andere manier verkrijgen. Daar hoort dat slijmen bij. [...] Nieuwspoort is Nieuwspoort omdat iedereen elkaar daar ontmoet, en dat is ook niet heel objectief volgens mij. Daar eten ze zelfs in dezelfde kantine waar de politici van de Tweede Kamer zitten. Het is niet heel zuiver.
(sportjournalist RTV West)

Op basis van deze claims valt er te concluderen dat de sportjournalistiek en de parlementaire journalistiek meer op elkaar lijken dan ze in de theorie worden voorgespiegeld. Er zijn in deze wereld ook fenomenen als lijntjes, quote-journalistiek en een enorme media-aandacht. Deze toegevoegde zienswijze heeft de flexibele typologie voor de sportjournalist nog interessanter gemaakt. Nu de werelden meer op elkaar lijken dan eerder bleek is een soortgelijke typologie voor de sportwereld gerechtvaardigd.

6.2. Typologie van de sportjournalist

Op basis van de onderzoeksresultaten is er een typologie ontwikkeld. Er zijn vijf type sportjournalisten geïdentificeerd. De pedagoog, de afbijter, de promotor, de starkisser en de onderhandelaar. Dit zijn houdingen die de sportjournalist kan innemen ten opzichte van de sporter.

6.2.1. De pedagoog

Het eerste type sportjournalist is de pedagoog. Dit type sportjournalist toont sympathie bij een aantal belangrijke situaties. Wat gebleken is dat voornamelijk de sportjournalisten die voor de televisie werken, zich een mindere sportjournalist vinden in de letterlijke betekenis van het woord. Zij zien zichzelf eerder als televisiemaker. Dit komt tot uiting in een vraaggesprek die de sportjournalist na afloop van een wedstrijd heeft met een sporter. De sporter wordt niet genadeloos ondervraagd, omdat de sportjournalist een bepaalde fatsoensnorm wil bewaren tussen de sportjournalist en sporter. De sporter doet immers ook zijn best. Opvallend is dat zij hier rekening mee houden en zichzelf dus identificeren met een pedagogische houding. Zij beschermen de sporter dus tegen zichzelf.

Deze houding treedt ook op na het afnemen van een interview of een reportage. Als een schrijvende journalist bijvoorbeeld een interview heeft afgenomen en heeft bewerkt tot een artikel stuurt hij het naar de sporter. De sporter kan vervolgens aangeven of hij bepaalde uitspraken eruit wilt halen. De sportjournalist kan dan voor dit verzoek zwichten, omdat hij de sporter niet wilt beschadigen in zijn carrière. Dit treedt ook op bij de televisiejournalisten en de radiojournalist. Zij kunnen er ook voor kiezen om in een reportage bepaalde beelden of uitspraken niet te publiceren, zodat het de sporter tegen zichzelf beschermd. Het scoren van een nieuwtje is mooi, maar dit is niet altijd de drijfveer van een sportjournalist. Als de carrière van een sporter beschadigd kan worden, of de sporter onhandig oogt op bepaalde beelden in een reportage, zal de sportjournalist uit sympathie voor de sporter ingrijpen. Dezelfde visie treedt ook op bij het publiceren van eventuele privé-problemen van de sporter. Sportjournalisten in Nederland weten veel over het privé-leven van de Nederlandse sporters, maar houden veel stil omdat zij hen niet onnodig willen beschadigen. De pedagogische typering duidt dus op een beschermende functie van de sportjournalist, een fatsoenstypering.

6.2.2. De afbijter

Sportjournalisten kunnen ook in situaties terecht komen waarin zij van zich af bijten. Toen bijvoorbeeld een voetbaltrainer dreigde met een boycot, is de sportjournalist de trainer persoonlijk op gaan zoeken. Hierin legde hij uit dat hij de houding van de trainer niet netjes vond en het akkefietje is toen professioneel opgelost. Ook bij het aanpassen van een interview kan de sportjournalist de sporter ervan overtuigen dat iets wel in het artikel moet blijven staan. De sportverslaggever gaat niet zomaar overstag en probeert middels een discussie alsnog zijn gelijk te halen. Een interview kan bijvoorbeeld geheel van de voorop gezette plannen afwijken, omdat zij worden ingehaald door de actualiteit. Doordat de sportjournalist op zijn strepen blijft staan, en volhoudt dat het artikel in deze vorm meer waarde heeft, bijt hij fel van zich af.

Ook met de invloed van televisie en de invloed van de uitzendrechten, zijn voetballers verplicht om na de wedstrijd meteen voor de camera's van Eredivisie Live te verschijnen. Enkele momenten nadat zij het veld afstappen, kunnen zij hun zegje al bij de desbetreffende journalist doen. Doordat de voetballers zich in het heetst van de strijd bevinden, kan de sporter uit emotie allerlei dingen roepen, die normaliter niet naar buiten zouden komen. Maar doordat media vaak live verslag doen, is er geen kans om de sporter tegen zichzelf te beschermen. De beelden van de gefrustreerde voetballer gaan het land door en de sportjournalist heeft het gewoon uitgezonden zoals het was, ondanks eventuele schade aan het imago van de sporter. Wat zegt dit dan over de sportjournalist die deze beelden wel uitzendt? Er wordt van zich af gebeten en de sportjournalist heeft de macht in handen in deze situatie. Dit geldt ook voor sportjournalisten die verhaal gaan halen bij een trainer die iedereen wil boycotten, evenals journalisten die bij het rectificeren volledig de eigen gang gaan. Dit type sportjournalist gaat volledig zijn eigen gang, en kunnen hierdoor getypeerd worden als afbijters, sportjournalisten die het er niet zomaar bij laten zitten.

6.2.3. De promotor

Een ander type sportjournalist is de promotor. In sporten in Nederland buiten het voetbal, worden de sportjournalisten met open armen ontvangen. Men zit om publiciteit verlegen. Het feit dat de sportjournalisten de moeite hebben genomen om naar deze kleine sport af te reizen, geeft aan dat zij een promotende rol spelen. Zij belichten de relatief onbekende sport, en worden op deze manier een promotor voor de sport. Ook regionale omroepen kunnen hierin een belangrijke rol spelen. Omdat zij in slechts een bepaalde regio actief zijn, wordt er ingezoomd op kleinere sporten en ook op sporters die normaal nooit belicht zouden worden. Door een paar keer per jaar, of eens per jaar naar deze sporten te gaan, promoot de sportjournalist deze sport en

ook de sport in de regio. In deze gedaante ligt de macht dus volledig in handen van de sportjournalist.

6.2.4. De starkisser

Het breeduit bediscussieerde starkissers type komt ook voor. Dit komt uitsluitend voor bij sportjournalisten die erg nauw omgaan met een sporter, of verslag doen van een voetbalclub. Zij doen immers alles om de lijntjes zo goed mogelijk te houden en schromen niet om bepaalde zaken in het voordeel van de sporter achter te houden. Zij bellen regelmatig en houden goede contacten met de sporters erop na. Hierdoor krijgen zij de beschikking over exclusief nieuws. Er wordt ook veel belang gehecht aan de quote. Lezers willen graag lezen wat de sporter heeft te melden en hierdoor is de sterk afhankelijke relatie van dit soort journalisten noodzakelijk. Ook is het starkissing wanneer een sportjournalist doelbewust zaken niet publiceert, omdat de sportjournalist bang is het lijntje te verliezen met de sporter. En het verliezen van een lijntje zou betekenen dat er geen toegang meer is tot de desbetreffende sporter. Dit doelbewuste zachte imago van de sportjournalistiek is typisch voor de starkisser. Al is het de vraag of starkisser een goede bewoording is, aangezien er geen sportsterrencultuur is in Nederland.

6.2.5. De onderhandelaar

Tot slot is er nog het type van de onderhandelaar. Dit is in het bijzonder van toepassing bij het eventueel aanpassen van een interview. Voornamelijk richt dit type zich op de schrijvende sportjournalist. Al eerder is de 'gunfactor' ter sprake gekomen. Als een sporter een interview gewijzigd wilt zien worden, gaat de sportjournalist overwegen om het wel of niet te doen. Mogelijke overwegingen kunnen zijn of de passages voor het verhaal belangrijk zijn. Ook kan het zo zijn dat bepaalde passages schadelijk kunnen zijn voor de carrière van de sporter. Een sportjournalist gaat op die manier dus onderhandelen en kan tot een compromis komen, zoals de gunfactor al doet suggereren. Er kan dan afgesproken worden een artikel dit keer aan te passen, maar de sportjournalist eist dan de volgende keer weer een tegenprestatie van de sporter. Dit kan inhouden dat er wordt afgesproken dat de volgende keer een groot exclusief interview met de sporter wordt gemaakt. Ook kan het zijn dat de sportjournalist ernaar verlangt dat de sporter hem als eerste benaderd wanneer de sporter een nieuwtje heeft. Er vindt dus een constante onderhandeling plaats.

Aan de andere kant is het gebruik van vaste verslaggevers ook interessant in het licht van dit 'onderhandelaars type'. Vaste reporters op voetbalclubs zijn sterk afhankelijk van de mensen

bij de club. Er is een tweeledig doel. Aan de ene kant moet er journalistiek bedreven worden en aan de andere kant moeten de mensen bij de club niet beschadigd worden. Uit de onderzoeken bleek dat een kleine meerderheid van de geïnterviewde sportjournalisten vond dat een vaste volger van een club nog steeds een goed journalist kan zijn. Sterker nog, doordat dit type journalist er zo dicht op zit, heeft hij kennis van zaken en is het juist mogelijk om kritisch te zijn. Deze constante onderhandelingspositie is dus ook van toepassing op journalisten die zich in dit soort situaties bevinden.

6.2.6. Dynamiek van de sportjournalist

Deze veelzijdigheid aan type sportjournalisten dekt alle mogelijke situaties waarin een sportjournalist in Nederland kan handelen. Zo kan de sportjournalist in bepaalde situaties de pedagoog zijn in het contact met de sporter, en kan hij een andere keer juist weer flink van zich afbijten. Door deze veelzijdige visie op de sportjournalist is de diversiteit van de sportjournalist in Nederland getypeerd. Deze dynamiek is in onderstaand schema als volgt ingedeeld:

	Pedagoog	Afbijter	Promotor	Starkisser	Onderhandelaar
Distantie	Flexibel	Flexibel	Groot	Klein	Flexibel
Macht	Journalist	Journalist	Journalist	Sporter	Gelijk
Correctie Interview	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja/Nee
Contact onderhouden	Flexibel	Flexibel	Weinig	Veel	Flexibel
Vaste volger	Ja/Nee	Ja/Nee	Nee	Ja	Ja/Nee
Vraaggesprek Kritisch	Ja/Nee	Ja	Ja	Nee	Ja/Nee

Tabel 3: Dynamische typologie sportjournalist

In het schema is te zien dat bijvoorbeeld het type promotor, een grote afstand houdt tot de sporter, de macht aan de journalist toebehoort, er geen correctie van een interview zal plaatsvinden op basis van verzoeken van de sporter, weinig (telefonisch) contact wordt onderhouden met de sporter, geen vaste volger is en in het vraaggesprek zijn gang kan gaan en

dus ook kritisch kan zijn. De promotor wordt vaak bij een kleine sport groots ontvangen, en genereert publiciteit voor de sport. Hierdoor is de macht van de journalist zeer groot ten opzichte van de sporter. Aan de andere kant is het mogelijk dat een sportjournalist van een ander type media, die veel waarde hecht aan lijntjes met een sporter en van de grote voetbalwereld verslag doet, zich weer kan gedragen als starkisser. Er zijn nauwe banden met de sporter. De sporter heeft in deze relatie de macht. Er wordt gezwicht voor de eisen van de sporter bij het opstellen van een artikel na een interview. Er wordt veel contact onderhouden met de sporter en is het vaak ook een vaste volger en tot slot geniet de sportjournalist geen objectieve positie, omdat kritische vragen worden vermeden. Maar als de sportjournalist bijvoorbeeld voor media werkt die de uitzendrechten bezitten van het Eredivisie voetbal, dan kan deze verslaggever nog wel kritisch zijn zonder verregerende consequenties. Het is dus zeer dynamisch en veranderlijk afhankelijk van de situatie.

Een ander opvallend gegeven is dat in veel gevallen het antwoord ja/nee en flexibel in het schema staat. Dit komt omdat het geen statische typering is van de sportjournalist. Het zijn houdingen die een sportjournalist aan zou kunnen nemen in relatie tot de sporter. Het is mogelijk dat de typen elkaar overlappen. Neem bijvoorbeeld het type pedagoog. De sportjournalist kan ervoor kiezen om een passage uit een interview weg te laten of een bepaalde kritische vraag niet te stellen. Dit alles om de sporter niet te beschadigen of te beschermen. Maar aan de andere kant kan dit ook worden gezien als 'starkissing'. Is het wel zo dat de sportjournalist een en ander weglaat om de sporter niet te beschadigen of is deze meegaand om de sporter juist tevreden te stellen? Dit gegeven valt altijd op twee manieren uit te leggen. De typering is dus alleszins een statisch gegeven, en moet dynamisch worden geïnterpreteerd. De sportjournalist kan in de omgang met een sporter al deze typering overnemen. Het kan zelfs zo zijn dat de sportjournalist in de eerste vraag zich voordoet als een promotor, de volgende vraag als afbijter, dan weer een starkisser is en bij maken van het artikel of reportage een onderhandelende rol op zich neemt. De dynamiek zit hem in de verschillende situaties waarin een sportjournalist terecht kan komen. Dit verschilt per sport, per media, per sporter, per vraaggesprek en de eventuele gebeurtenissen.

7. Conclusie

In deze scriptie is de relatie tussen sportjournalisten en sporters in Nederland onderzocht. De theorie van Stokvis (2002:195-202) stond centraal voor de huidige kennis hierover. De starkisserstypering miste echter empirische basis. Door dertien sportjournalisten in Nederland te interviewen, is in dit onderzoek wel een sterke empirische basis gelegd. Hieruit is een dynamische typering geformuleerd. Het antwoord op de centrale vraagstelling, *hoe is de relatie tussen sportjournalisten en sporters in Nederland te typeren?*, is een complexe. De sportjournalist in Nederland heeft een flexibele relatie met de sporters. Er zijn vijf typering (de pedagoog, de afbijter, de promotor, de starkisser en de onderhandelaar) gedefinieerd om de sportjournalist in de relatie met de sporter te duiden, en deze worden naar gelang de situatie afgewisseld. Het is onmogelijk om de verhoudingen tussen sporter en sportjournalist op een enkele manier te typeren. Op de eerste plaats is de diversiteit aan sportjournalisten in Nederland al te complex om alle journalisten onder één noemer te scharen. De werkwijze van de sportmedia verschillen enorm. Staat de sportafdeling van het ANP bijvoorbeeld bekend als de bron van de zakelijke sportberichten, daar maakt het AD gebruik van vaste volgers van voetbalclubs om zo aan nieuws te komen. Het gebruik van vaste volgers wordt niet door alle media gebruikt. Uit de interviews bleek dat voornamelijk het AD en de Telegraaf gebruik maken van vaste volgers van clubs, terwijl de andere media zich beperken tot een sport of zich opwerpen als algemeen verslaggever. Volgens hen zou de onafhankelijkheid van de sportjournalist in het geding komen, bij het vast neerzetten van een journalist in een organisatie. Het verschilt ook per sport hoe de journalist zich daarin kan bewegen. Een populaire sport als voetbal maakt het door de grote media-aandacht voor de sportjournalist moeilijk om de volledige journalistieke taak uit te voeren. Maar aan de andere kant vormen kleinere sporten de ideale kans voor sportjournalisten om hun journalistieke ei volledig kwijt te kunnen. Al deze situaties dragen bij aan diverse omgangsvormen met sporters, en rechtvaardigt dus de dynamische typering van de sportjournalist in Nederland.

Zie bijvoorbeeld de afbeelding op het titelblad van deze scriptie. Waar in de inleiding geconcludeerd werd dat het een vorm van starkissing was, zou Jack van Gelder ook een andere positie in kunnen nemen. Is hij hier misschien een pedagoog, iemand die zich over de sporters ontfermt? Of een onderhandelaar, die professionele journalistiek combineert met een gezonde dosis van sympathie of denkt aan de kijkcijfers? Of is het toch een starkisser? Dit is precies de toon die dit onderzoek wil raken, de typering liggen nooit vast.

Deze nieuwe dynamische typering typeert de sportjournalist op een flexibele manier. De heersende theorieën tot nu toe, zoals die zijn opgenomen in het theoretisch kader, hebben hier

een bijdrage aan geleverd. De starkissers typering (Stokvis,2002) is niet toereikend gebleken. Er zijn teveel situaties mogelijk waarop de acties van sportjournalisten op een andere manier uitgelegd kunnen worden, dan het alleen goed houden van de lijntjes naar de sporter. De typering van Brants (2002), over de hondenrassen als typering voor de parlementaire journalistiek, en Gans (2004), over de tangometafoor voor de machtsrelatie en de inzet van verschillende reporters (beat als general reporters) zijn zeer toepasbaar gebleken. Aangezien de sportwereld en parlementaire wereld nauw bij elkaar zijn betrokken, is de flexibele typering ook van toepassing op de sportjournalist. Het verschil zit echter in de sportwereld zelf. Deze bestaat uit allerlei verschillende sporten, waardoor het werk daarin ten opzichte van elkaar verschilt. Kleinere sporten zorgen voor andere typering dan grote sporten. Hetzelfde geldt voor het type media waar de sportjournalist voor werkt. Deze typering geeft dus een extra impuls aan de flexibele typering zoals Brants eerder betoogde. Terugkomend op Gans, is de tango metafoor van waarde geweest voor de omgang van de sportjournalist met de sporter. Door de verschillen per situatie, is de machtsrelatie ook flexibel gebleken. Dit komt mede door de inzet van eventuele vaste volgers, die door deze machtsrelatie wordt beïnvloed. De inzichten van Gans zijn zeer bruikbaar gebleken. Ook de visie vanuit de sporter van MacNeill (1998) zijn bruikbaar geweest. Er kwam vaak naar voren dat sporters ook hun best doen, en dat zij ook wel eens sympathie willen. Hoewel MacNeill over aanbevelingen sprak, is uit dit onderzoek gebleken dat sportjournalisten hier wel degelijk al rekening mee houden en het niet slechts aanbevelingen zijn.

Aangezien Aanhaanen (2004) met behulp van een kwantitatieve analyse de relatie tussen sporters en hun bronnen onderzocht had, heeft de Grounded Theory analyse (Glaser&Strauss:2009) die in dit onderzoek is toegepast helder een theorie kunnen ontwikkelen. Er wordt niet verzand in procentuele uitkomsten, maar deze methode is nuttig geweest voor de dynamische typering van de sportjournalist. Door de sportjournalisten aan diepte-interviews te onderwerpen, is er onderzocht wat de beweegredenen waren achter bepaalde besluiten. Hierdoor is er veel empirische data verzameld. Door dit te smeden tot thema's, is er een gedegen typering van de sportjournalist opgezet. Een andere methode was hier niet geschikt voor geweest, aangezien de Grounded Theory analyse erg diepgaand is gebleken.

De Grounded Theory methode is dus een zeer uitgebreide maar geschikte methode geweest om het onderzoek te vormen. Wat wel een beperking vormt voor dit type onderzoek is dat het een steekproef betrof onder dertien sportjournalisten. Door met deze methode te werken konden er geen representatieve algemene conclusies worden getrokken. Maar dit was niet de opzet van het onderzoek. Dit onderzoek geeft een sterke indicatie aan over wat er speelt in de

sportjournalistiek met betrekking tot de relatie tussen sportjournalisten en sporters. De beperking dat er maar dertien sportjournalisten zijn geïnterviewd, maakt dat niet alle sportjournalisten van bepaalde media zijn geïnterviewd. Zo is er bijvoorbeeld geen sportjournalist van de Telegraaf geïnterviewd. Aangezien de Telegraaf journalisten een zeer opvallende rol vervullen in het medialandschap, had dit een ander licht kunnen werpen op de uitkomsten van het onderzoek. Bovendien is er slechts één vrouw geïnterviewd. Het interviewen van meerderen zou ook andere resultaten met zich meegebracht kunnen hebben. Een andere beperking is dat er alleen sportjournalisten zijn geïnterviewd die voor dagelijkse nieuwsbureaus werken. Wellicht zou een onderzoek naar sportweekbladen een ander licht kunnen werpen op de relatie tussen sporters en sportjournalisten.

Tot slot zijn er verscheidene vervolgonderzoeken mogelijk. Een logisch onderzoek gebaseerd op dit onderzoek zou een onderzoek naar de visie van sporters op de relatie tussen sporters en sportjournalisten kunnen zijn. Dit kan misschien een heel ander beeld geven op de resultaten die in deze thesis zijn gepresenteerd. Uit de interviews zijn ook een aantal interessante zaken opgedoken. Wat gebeurt er bijvoorbeeld als een sporter weet dat een sportjournalist een zeer goede band heeft met een teamgenoot? Wordt het vraaggesprek hier dusdanig mee beïnvloed? En wat gebeurt er als er liefdesrelaties ontstaan tussen sportjournalisten en sporters? Dit zou nog een extra dimensie toevoegen aan de onderzoeksresultaten die in deze scriptie zijn gepresenteerd.

8. Bibliografie

Aanhaanen, M. 2004. *Sportjournalistiek en hun bronnen. Op zoek naar de gulden middenweg*. Doctoraalscriptie. Universiteit van Amsterdam.

Bardoel, J. et al. (red.). 2002. *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Brants, K. 2002. Opgejaagd door Cerberus. De moeizame mediatisering van de politieke communicatie. In: J. Bardoel et al. (red.). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 85-99.

Broersma, M. 2002. De hand van Romme. C.P.M. Romme als staatkundig hoofdredacteur van de Volkskrant (1945-1952). In: J. Bardoel et al. (red.). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 50-68.

Deuze, M. 2005. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism* 6(4), 442-464.

Gans, H.J. 2004. *Deciding what's news. A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. Illinois: Northwestern University Press. (2e druk, 1e oorspr. uitgave 1979).

van Ginneken, J. 2002. *De schepping van de wereld in het nieuws*. Amsterdam: Kluwer.

Glaser, B.G. & Strauss, A.L. 2009. *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine (4^e druk, 1^e oorspr. uitgave 1967).

Koole, A. 2006. *Politiek en tegenpolitiek in de Nederlandse democratie. Politici, journalisten en wetenschappers in de ban van populisme*. Universiteit Leiden: Lezing.

Kunnen, R. 2007. *De commercialisering en mediatisering van de sport*. Utrecht: Mulier Instituut.

- Lemoine, R. 2010. *Wie zijn de tien minnaressen van Tiger Woods?*
<http://www.elsevier.nl/web/Stijl/Society/252899/Wie-zijn-de-tien-minnaressen-van-Tiger-Woods.htm>. Geraadpleegd 1 augustus 2010.
- MacNeill, M. 2002. Sports Journalism, Ethics and Olympic Athletes' Rights. In: L. Wenner. *Mediasports*. Londen: Routledge, 100-119.
- Maso, I. 1987. *Kwalitatief onderzoek*. Meppel: Boom.
- Nanninga, W. 2010. Seksschandaal Franck Ribery. *De Telegraaf*.
http://www.telegraaf.nl/prive/6566965/___Seksschandaal_Franck_Ribry___html?sn=prive.
- van Praag, P. et al. (red.). 2000. *Tussen beeld en inhoud. Politiek en de media in de verkiezingen van 1998*. Amsterdam: Spinhuis.
- Real, M.R. 2002. Mediasport and the commodification of postmodern sport. In: L. Wenner. *Mediasport*. Londen: Routledge, 14-27.
- Rowe, D. 2007. Sport Journalism. Still the 'toy department' of the news media? *Journalism 8 (4)*, 385-405.
- Stokvis, R. 2002. Een genre in beweging. De ongemakkelijke verhouding tussen sport en journalistiek. In: J. Bardoel et al. (red.). *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: University Press, 191-207.
- Stokvis, R. 2007. *Sport, Publiek en de media*. Apeldoorn: Spinhuis.
- Strauss, A.J & Corbin, J. 1998. *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. London: Sage.
- van Vree, F. 2002. Beroep: journalist. Beeldvorming en professionalisering. In: J. Bardoel et al. (red.) *Journalistieke cultuur in Nederland*. Amsterdam: University Press, 154-168.

Whannel, G. 2002. *Media Sport Stars. Masculinities and Moralities*. Londen: Routledge.

Wester, F. et al. (red.) 2006. *Onderzoekstypen in de communicatiewetenschap*. Alphen: Kluwer (2^e druk, 1^e oorspr. uitgave 1995)