

*Bojan Milošević, postdiplomac
Fakultet fizičke kulture
Novi Sad*

SPORTSKO NOVINARSTVO I PROFESIONALNA ETIKA: PROBLEM IDENTITETA

Profesionalna etika je deo šire profesionalne kulture. U profesionalnoj etici dolazi do izražaja privrženost pojedinaca moralnom kodeksu profesije kojoj pripada. Taj kodeks se zasniva na procenjivanju svojih postupaka kao dobrih ili loših u odnosu na druge pripadnike profesije i u odnosu na korisnike usluga koje ona pruža drugim ljudima. Novinarstvo, kao "medijum" obaveštavanja uže (grupne, "ciljne") ili šire (društvene) javnosti mora da izgrađuje (svoju) profesionalnu etiku, da bi imalo što veći uticaj na oblikovanje te javnosti. Međutim, treba imati u vidu da ni sve profesije nisu na istovetan način strukturisane, pa, otuda, u njihovim pojedinih delovima može da bude nejednako razvijena profesionalna etika. To ostavlja posledice po prepoznatljivost nekog dela profesije (sub-profesije). U tom smislu, možemo primetiti da se sportsko novinarstvo, kao deo novinarske profesije, prepoznaje u nekom društvu u onoj meri u kojoj je i samo razvilo specifičnu sub-profesionalnu etiku i, tako, steklo svoju prepoznatljivost (identitet). Stvar je konkretno istraživanja da se identifikuje taj identitet u nekom društvu.

Zato, pre svega, treba imati u vidu da nije dovoljno da mas-mediji ispunjavaju svoju društvenu i ljudsku funkciju jednostrano, već što svestranije. I to zahteva konkretna istraživanja, koja treba da pokažu koliko se u nekom društvu ostvaruje (jednostrana ili svestrana) funkcija medija. U nekim parcijalnim istraživanjima uloge mas-medija u sportskim aktivnostima, o sportu se više ne piše samo na tradicionalan način, koji se ogleda u vidu novosti, vesti, već se javljaju sve raznovrsnije publikacije, radio-emisije, filmovi i video-linkovi koji »govore« o sportu na analitički način. Sve to potpomaže razvoj racionalne svesti o sportu kao potrebi čoveka modernih društava; iako se često mogu pročitati nedovoljno ubedljivi nalazi da, pre svih, najniži slojevi u društvu vide u sportu svoju šansu za društvenu pokretljivost i promociju (Koković i Bjelica: 11). Masovni mediji su dobrim delom, »korigovali« tu društvenu činjenicu, jer su uslovili popularnost sporta za sve slojeve i, na evidentan način, demokratizovali su sport (Kin, 1995).

Zato se o međusobnom odnosu masovnih medija i sporta može razmišljati kao o važnosti posredovanja u modernoj ljudskoj komunikaciji u smislu: "šta", "pomoću čega" i "do koga" (Harold Lasvel, prema Kokoviću, 2004: ?). U našem istraživanju, pitanje »šta« odnosi se na sport; pitanje »pomoću čega« odnosi se na

medije i pitanje »do koga« odnosi se na društvo i njegove pojedine strukturalne celine i grupna obeležja.

Novinar se u medijima pojavljuje kao profesionalni izveštač iz stvarnosti u kojoj otkriva informacije o javnim stvarima, o događajima, pojavama, o ponašanju društvenih grupa, i, posebno, nosilaca javnih funkcija (Đurić, 2001: 28). Za profesiju novinara obično je potrebno da njeni pripadnici poseduju visoko obrazovanje, specifična umeća za obavljanje tog posla, kao što su jezička jasnost i komunikativnost (“elokventnost”), raspolaganje činjenicama koje se odnose na predmet izveštavanja, itd. “Visoka diploma je poželjna, ali nije obavezna. Diploma žurnalistike je početna prednost, ali ne presudna jer garantuje samo upoznavanje šta sve postoji u novinarstvu i nešto malo praktičnih vežbi. I drugi društveni fakulteti daju osnove iz poznavanja društva, ali će prepoznavanje naučenog početi tek znatno kasnije, kad početnik savlada osnove zanata i upozna sektor iz koga će izveštavati” (Đurić, 2001: 67). Pripadnik novinarske profesije treba uvek da ima u vidu da je njegova uloga u velikoj meri povezana sa oblikovanjem sportske javnosti. Otuda nije svejedno da li će njegovo izveštavanje biti više emancipativno ili manipulativno. To je ono što čini osnovu moralnog kodeksa novinarske profesije.

Pri tome, treba imati u vidu da sportsko novinarstvo nije jasno prepoznatljivo u svim društvima, u odnosu na ostale vidove novinarstva. Otuda se, u tim društvima, na sportsko novinarstvo ponekad gleda kao na "sekundarni" vid novinarstva.

Iako izveštavanje u bilo kom vidu novinarstva zahteva i primerenu stručnost za razumevanje pojave o kojoj se obaveštava javnost, novinaru se može “oprostiti” ukoliko u tom obaveštavanju dođe do izrađaja nestručnost, ali javnost mu neće “oprostiti” neobaveštenost. Upravo zbog tretiranja sportske javnosti, u mnogim društvima kao manje vrednog dela šire društvene javnosti, često se dešava da urednici prepuste sportsko izveštavanje mladim novinarima. Najčešće opravdavanje takvog usmeravanja mladih novinara, od strane urednika se tretira kao potreba da se stiču profesionalna iskustva, navodno, na manje složenim “poslovima”. U uredničkom žargonu se kaže da se na taj način mladi novinari “uče zanatu”, ili “kale”; kako bi kasnije mogli preuzimati i znatno složenije poslove. Složenost tih poslova se vrednuje na osnovu uredničke procene koliko su svaki od njih značajni za društvenu javnost i koliko ta javnost može da reaguje na pojedini vid informisanja. Takav način novinarskog angažmana može se zapaziti posebno u manjim, lokalnim medijima.

Pored toga što se u sportsko novinarstvo više usmeravaju (mladi) novinari, sa manjim profesionalnim iskustvom, može se zapaziti da se bivši sportisti češće susreću među sportskim novinarima. Takvo “kadrovsko” usmeravanje i raspolaganje sa “ljudskim kapitalom” u novinarskim organizacijama i medijskim kućama može da bude “mač sa dve oštrice”. Iako bivši sportista može dobro da obavi svoj posao novinara, kada je reč o sportu kojim se on bavio, to samo po sebi - bez prethodnog profesionalnog obrazovanja – ne znači da je dovoljno obavešten o nekim drugim

sportovima i ukupnim sportskim aktivnostima. “Novinar, a to važi i za sportske novinare, - kaže Đurić - može da dobije temu o kojoj zna nešto malo i površno, iz opšteg obrazovanja ili iz slučajno pročitanih tekstova, ali mora brzo i temeljno da upozna celinu teme kako bi mogao istražujući je da utvrdi šta je tu aktuelno ’baš sada’ i zašto ’baš to’; mnogo podataka naći će u dokumentaciji ili banci podataka i tek onda kreće u ’lov na žive činjenice’ i to na više izvora ukoliko je tema složenija i dotiče više delatnosti više sektora. Najvažnije je da novinar ume da misli, da povezuje ono što već zna sa onim što tek traži, a da svaku činjenicu i pojavu dovode u vezu sa potrebama društva, čoveka, sa javnim interesom” (Đurić, 2001)

Ponekada sportski novinari žele da budu što precizniji u izveštavanju, kako bi – navodno – mogli da budu što ubedljiviji u oblikovanju sportske javnosti. Zbog toga se informacije o sportskoj pojavi ili događaju osiromašuju, jer uglavnom sadrže “suvoparne” kvantitativne (statističke) podatke. Naravno da ti podaci mogu da ukazuju na neke aspekte sportske pojave ili događaja, ali se, ipak, očekuje i od njega da stvarnim ili potencijalnim korisnicima njegove informacije pruži i nešto više od “statistike”.

Sportski novinari uvek moraju da paze na poštovanje profesionalne etike; moraju da poštuju i “jezički kodeks”, da izveštavaju nepristrasno, pravovremeno, što iscrpnije i sl. Sportski novinari, takođe, moraju - pri odabiru događaja koji im se pokazuje vrednim medijske pažnje - da obrate pažnju na nedvosmisleno izveštavanje o događaju, da izraze prisustvo kulturne bliskosti sa potencijalnim primaocima poruke, kao i da obezbede prioritet informacijama iz zemalja u kojima takva informacija ima prestižnu vrednost ili koje imaju manje ili više švršće veze sa zemljom iz koje novinar potiče i čiju publiku obaveštava. Pored toga, odgovoran sportski novinar mora da ima u vidu, prilikom “plasiranja” informacija, da ono što je jednom promovisao može da služi i drugima kao vest; koja će to da bude još neko vreme. Dakle, može se konstatovati da sportski novinari mogu da koriste izvore informacija koje dolaze iz sportskih organizacija i udruženja, od sportista-pojedinaca, od menadžera u sportskim organizacijama i trenera u sportskim klubovima, kao i one koje emituju razne informativne agencije i koje “plasiraju” drugi novinari; ali uvek mora da ima odgooran odnos prema njihoom "prosleđivanju" široj društvenoj janosti.

S obzirom da smo već pomenuli značaj “jezičkog kodeksa” sportskih novinara, treba naglasiti da jet u reč o poštovanju pravila tolerantnog i nediskriminacijskog izveštavanja. Svaka profesija gaji određenu terminologiju (argo i žargon), koju ne moraju da razumeju pripadnici sportske javnosti. Kako i sport (ili, čak, razni sportovi) može (mogu) da ima(ju) specifični jezik, koji je primeren odgovarajućoj komunikaciji sportskih aktera, tako i sportsko novinarstvo razvija neke specifične jezičke mogućnosti izražavanja. Ta specifičnost novinarskog jezika, ipak, ne sme da izgubi iz vida da je potrebno da se ona ogleda u jeziku stvarnih dešavanja (činjenica) i da novinarski jezik mora da bude u funkciji tačnog, jasnog i ra-

zumljig saopštavanja. Te osobine novinarskog jezika treba uvek negovati, bez obzira što taj jezik može da bude daleko slobodniji (“ležerniji”) od, na primer, političkog izveštavanja (Koković, 2004: 37). U tom smislu se može reći da je jezik sportskih novinara (u njihovim vestima, komentarima, izveštajima i sl.) više sačuvao “prirodnost” izražavanja; u onoj meri u kojoj je sačuvana "prirodnost" igre u sportu.

Novinarska profesija nije beskonfliktna društvena grupa. Odnosi između novinara, koji pripadaju novinarskoj profesiji, mogu da budu manje ili više saradnički ili “konkurentski”. Naravno da je za profesionalne odnose mnogo više prijemčiv saradnički, nego konkurentski odnos. Drugo je pitanje to što se u saradničkom odnosu može da sadrži iskonska potreba čoveka za takmičenjem. Konkurencija je pokazatelj borbe oko ekonomskih interesa na tržištu. Novinarska etika, kao i svaka druga profesionalna etika, zahteva “takmičenje” u što sadržajnijem i što humanijem postizanju cilja. Cilj je da se “pruži” što kvalitetnija informacija primaocima poruka.

Ipak, ne može se zanemariti činjenica da sportski novinari, uostalom kao i pripadnici mnogih modernih profesija, često nailaze na otpor svojih kolega; nekada neopravdano, a nekada i sami daju povoda - naročito zbog svoje nestručnosti i neobaveštenosti. Poseban problem predstavlja uticaj “situacionih činilaca” u (konkretnom) društvu na “oblikovanje” pripadnika novinarske profesije u njemu. Slaba izgrađenost novinarske etike i nedovoljna profesionalna osposobljenost mnogih koji se bave sportskim novinarstvom, predstavljaju izvor raznih manipulacija, kako sa sportskim novinarima, tako i sa sportskom javnošću u nekom društvu. U tom smislu se i problemi, u vezi sa sportskim novinarstvom u srpskom (i crnogorskom) društvu, moraju sagledati kao posledica raspada (“anomije”) ostalih sociokulturnih vrednosti u uslovima postsocijalističke tranzicije (posebno u poslednjoj deceniji 20-tog veka).

Mogući izlaz iz “začaranog kruga” neprofesionalnog oblikovanja sportske javnosti nalazi se, opet, u okviru novinarske profesije. Naime, samo ukoliko u toj profesiji postoji dovoljno kritički orijentisanih novinara, koji znaju i hoće da metodično analiziraju sve probleme unutar sopstvene profesije, može se očekivati da sama ta profesija povrati ili unapredi prestižniji položaj i da omogućiti da se poštuje dostojanstvo i integritet sportskog novinara. Kritika uvek podrazumeva i smelost da se suoči sa problemima i da ih pokušava rešiti.

Ako se, uz unutarprofesionalnu novinarsku kritiku, u nekom društvu razvija i naučno istraživanje društvene uloge i delovanja pojedinih profesija (uključujući i novinarsku), onda se može očekivati brže “ozdravljenje” “ugrožene” profesije, ili njenog dela; na dobrobit društva i, posebno, sportske javnosti u njemu.

I u sportskom novinarstvu postoje novinari bez “jezičkog kodeksa”, koji u svojim komentarima i izveštajima šire netoleranciju pa čak i rasizam, nacionalizam, etnicizam i seksizam. To je često bio slučaj u sportskom novinarstvu na pros-

toru bivše Jugoslavije, krajem 20-tog i početkom 21-og veka. Evo kako je, u tom smislu, jedan novinar video stanje pre jedne međunarodne utakmice:

“(...) Zaključili smo da mađarski policajci patološki mrze Srbe, a nadajmo se da će posle utakmice da ih mrze još i više.” (Sportski komentator jednog TV kanala pred direktan prenos fudbalske utakmice Mađarska-Jugoslavija u Budimpešti, 30.10.1997. u 16:00) (Valić-Nedeljković, 1998).

Neki novinarski napisi ili informacije mogu biti šaljivi, ali i uvredljivi, ukoliko se odnose na podsmevanje konkretnoj ličnosti koja je akter u sportskom događaju. Evo takvog jednog komentara:

“Teško je našem kamermanu da u jedan kadar stavi sudiju (...) (asocijacija na sudijin fizički izgled/debljinu) (Sportski komentar u direktnom prenosu jedne odbojkaške utakmice, 13.02.1998) (Valić-Nedeljković, 1998).

Sportsko novinarstvo se može koristiti (i koristilo se) i u propagandne svrhe. U tom smislu možemo navesti jedno zapažanje I. Mrdena (urednika u dnevnom listu *Blic*), koji ističe da se sportsko novinarstvo razvilo u tri pravca: preuveličavanje sposobnosti „naših“, potcenjivanje „protivnika“ i „raspaljivanje“ navijačkih strasti (Mrđen, 2005: www.). Ilustrovaćemo, Mrđenovim prilogom, kako se oblikuje sportska javnost u nas pod uticajem svojevrsnog „propagandističkog“ izveštavanja sa jedne od poslednjih olimpijada (u Atini), gde se slab „plasman“ nekih naših sportova percipira - od strane pojedinaca koji pripadaju sportskoj publici – kao direktno oblikovanje dela sportske javnosti; - na sledeći način:

(...) Kad se izbace psovke i neumesnosti, ostaje upravo to - »očekivali smo mnogo«, a prošli smo »nikada gore«. Takav način razmišljanja odavno je izgubio vezu sa realnošću i svima koji na taj način doživljavaju sport jedino je važno to što na nekom sportskom borilištu 'naši' vode odsudne borbe protiv čitavog sveta, koji nas, po njima, mrzi jer smo najbolji i najveštiji, pa se u to ime 'protiv nas' udružuju i svi protivnici na terenu, i sve sudije, i svi organizatori, ne bi li 'nas' osujetili da uzmemo ono što nam pripada«... (Mrđen, 2005:www.).

Pored toga, Mrđen ukazuje još i na problematičnost „jezičke etike“, kao nezamenjivog sredstva u oblikovanju jezičke komunikacije, koja se odnosi na pojedine ekipe, a služe kao svojevrzni „jezički kod“ za potcenjivanje „protivnika“ i preuveličano prikazivanje „naših“:

„U tom smislu posebno je indikativan - kaže Mrđen - odnos prema suparnicima, za koje su se osim već standardnih fraza (»bačuške« - Rusi, »kauboji« - Amerikanci, »kenguri« - Australijanci, »furija« - Španci, »šahovničari« - Hrvati, »gaučosi« - Argentinci, »petlovi« - Francuzi...) i uobičajenih »dosetki« (»na dnu bazena« - za poražene protivnike vaterpolista, »uragan posle seta fore« (komentar posle jednog odbojkaškog susreta – prim. B.M.) (Mrđen, 2005: www.).

Na osnovu prethodnih nekoliko primera, koji se odnose za ilustraciju problematičnog odnosa novinara prema „jezičkoj etici“, može se uočiti da su svi ti ter-

mini (i sintagme) izvučeni iz konteksta koji se odnosi na najave ili tok određenih utakmica, pa je njihov zajednički imenitelj dvostruko dizanje tenzije; kroz veličanje “naših“ i kroz omalovažavanje “njihovih“.

Korišćenje sličnih jezičkih izraza i sintagmi rasprostranjeno je u sportskom novinarstvu, posebno sportskoj štampi, ali oni u stvari služe i drugoj (društvenoj) svrsi. Korišćenje fraza kao što su “Parni valjak ponovo melje“ ili “Plavi dres je svetinja“ su već dobro poznate iz domaće štampe odranije, ali takav način govora, korišćenje takvih i sličnih fraza usvojili su i sami sportisti pa i gledaoci, a što samo pokazuje koju “literaturu“ oni čitaju. Nije retkost videti sportistu na TV-u kako daje intervju koristeći isključivo takve fraze koje je čuo na televiziji ili pročitao u novinama i, umesto da čujemo njegovo mišljenje, čujemo samo gomilu naslova koje smo pročitali već nebrojeno puta. Ali i ovakvi slučajevi su samo potvrda velikog uticaja medija na oblikovanje sportske javnosti. U sportskom novinarstvu, kao i u novinarstvu uopšte, postoji i “podilaženje“ ukusu publike, ali i “podilaženje“ sportistima, sportskim organizacijama i klubovima. Takvi nekritički stavovi sigurno ne doprinose prezentovanju objektivne slike o sportu.

Prethodna analiza je ukazala na mnoge protivrečnosti, koje prate sportsko novinarstvo u okviru profesionalnog delovanja sportskih novinara. Te protivrečnosti proizilaze, kako iz društvenih i kulturnih uslova u kojima novinari deluju, tako i iz unutarprofesionalnih odnosa i individualnih umeća pripadnika te profesije. U tim okvirima, posebno je ukazano na probleme koji su etičke prirode, upravo zato što je uloga novinara u oblikovanju sportske (i ukupne, društvene) javnosti relativno velika. Zato je ukazano na nekoliko primera odstupanja od profesionalne etike, uz navođenje pokušaja da se od strane samih novinara (dakle, unutar profesije) pristupi tome što kritičkije; kako bi se novinarska delatnost razvijala sa više obzira prema sportskoj (i široj, društvenoj) javnosti i kako bi u njoj dolazilo do izražaja stvaralačko umeće konkretnog novinara. Samo u tim okvirim se može očekivati emancipativna uloga novinara i novinarske profesije u oblikovanju sportske javnosti, posebno publike. Na tim osnovama se može graditi identitet sportskih novinara.

LITERATURA

1. Đurić, D.(2001). *Profesija novinar*. Beograd: „Pergament“, „Vojska“
2. Kin, Dž. (1995), *Mediji i demokratija*, Beograd: Filip Višnjić
3. Koković, D. i S. Bjelica (1992), *Uvod u sociologiju sportske rekreacije*, Beograd: Stručna knjiga
4. Koković, D. (2004), *Sport i mediji*, Novi Sad: FABUS
5. Mrđen, I. (15.12.2005). “Sportski izveštaji u službi navijanja”, sa http://www.netnovinar.org/netnovinar/dsp_page.cfm?articleid=1222&urlsectionid=1003&specialsection=ART_FULL&pageid=520&PSID=4568

6. Valić-Nedeljković, D. (1998): *Praktikum novinarstva*, Novi Sad: Novosadska novinarska škola.

SPORT JOURNALISM AND PROFESSIONAL ETHICS: IDENTITY PROBLEM

This subject represent part of larger research, research of influence of sport journalism on sports and social public. Therefore, in this shorter interpretation of this analysis, it will be expose just basic parts of research.

This subject, especialy, pointing on some problems of professional ethics of sport journalists and effect of their identity, as inside of journalists proffesion as in public. Conclusion is that, those problems can be solved with creating of critical attitude toward negative phenomenon in sport.

Key words: sport journalism, professional ethics, journalists identity, critics of journalism.

Prof. dr Spasoje Bjelica

