

Master in de Journalistiek

De kijk van de Vlaamse atleet op de Vlaamse sportmedia

Masterproef aangeboden door

Loes REYNAERT

Tot het behalen van de graad van
Master in de Journalistiek

Promotor prof. R. DE COCK
Academiejaar 2016-2017

Voorwoord

In tegenstelling tot de invulling die het gros van de studenten aan hun voorwoord geven, fungeert dit voor mij als de uitgelezen kans om mijn excuses aan te bieden aan mijn ouders, grootouders, broer, zus en vrienden. Dit voor alle zondagen dat ik mentaal afwezig was. Zondag is sportdag. Van kindsbeen af was het verloop van deze dag ingegeven door eenzelfde chronologie: opstaan, eten, sport kijken, eten, sport kijken, eten en slapen. Familie-uitjes die dreigden deze planning te verstoren, liet ik steevast aan mij voorbij gaan. “Hoe kan je gaan wandelen de dag dat de Ronde van Vlaanderen gereden wordt?”, ik hoor het mij nog zo zeggen. Ik slaagde erin geen enkele sport te verwaarlozen, iets wat ik wel deed met de mensen rondom mij.

Mijn al even oprechte excuses voor alle zaterdagen waarop ik mijzelf in het zweet werkte, en ditmaal ook fysiek afwezig was. Zaterdag was sportdag. Het was steevast de dag waarop moest getennist, gevolleybald en, als het even kon, gelopen worden. Rond mijn achttiende ben ik tot inkeer gekomen. Ik besepte plots dat ik niet, zoals ik het zelf altijd noemde, “gefascineerd” was door sport, maar wel, zoals elk ander redelijk wezen op aarde het zou benoemen, “verslaafd” was. Begrijp me niet verkeerd, sport is nog altijd mijn grootste (en vrijwel enige) passie. Ik was dus vastberaden mijn masterproef journalistiek aan mijn fascinatie - sta mij toe het zo te noemen - te wijden.

Ik heb altijd de droom gekoesterd sportjournaliste te worden. Tot mijn spijt stoor ik me mateloos aan de slechte reputatie van deze stiel. Tegelijkertijd, stel ik me vragen bij de hedendaagse aanpak en kwaliteit van de sportmedia. Dit bracht me naadloos bij het onderwerp van mijn masterproef. In het kader van deze opdracht, maar vooral uit persoonlijke interesse en nieuwsgierigheid, wilde ik te weten komen hoe de mensen die zelf het onderwerp van de sportjournalistiek vormen aankijken tegen de journalisten en hun bijdrage aan de sportpers.

Dankwoord

De door menig studenten gevreesde masterproef is een ellenlang proces. “Ik doe dat echt nooit meer”, zou kunnen doorgaan voor de ultieme standaardzin van een masterstudent na het indienen van deze opdracht.

Ik was vastberaden mij niet te laten ontmoedigen door deze negatieve teneur.

Uiteindelijk kan ik stellen dat mijn parcours best meeviel, doch met veel vallen en opstaan. Indien ik deze klus alleen had moeten klaren, zou ik het parcours ontegensprekelijk moeizamer – en misschien wel vruchteloos – doorlopen hebben. Dit was gelukkig geenszins het geval. De hulp was verrijkend, bemoedigend en interessant, maar bovenal noodzakelijk.

Mijn uiterste dank gaat naar mijn promotor Rozane De Cock, die bereid was, al dan niet vrijwillig, een sportgerelateerde masterproef te begeleiden. Bovendien bleef ze uitermate kalm en snel in haar respons wanneer ik na een periode van enige radiostilte haar opnieuw contacteerde.

Daarnaast gaat mijn dank ook uit naar mijn familie en vrienden die – al dan niet vrijwillig – mij bleven ontgelden elke keer ik opnieuw over sport sprak. Naar een student die een masterproef schrijft moet immers geluisterd worden. In het bijzonder wil ik Sarah Vanneste bedanken die mij gedurende het gehele proces verdragen, bijgestaan en indien nodig afgeleid heeft. Daarnaast heeft ze mij enkele Word *skills* bijgebracht die mij uren tijd bespaard hebben. Een specifieke dankbetuiging gaat ook naar mijn zus die gemeente interesse toonde en met nieuwe ideeën op de proppen kwam.

Mijn laatste uiting van oprechte dank gaat uit naar mijn respondenten die mij tussen hun drukke trainingsschema's door met plezier te woord stonden. Ik ben heel erg geschrokken van de bereidwilligheid van de doorsnee Vlaamse topsporter, alsook van de gastvrijheid bij mijn komst. Elk interview was ongelooflijk boeiend, en bracht me naast bewondering voor de atleet ook respect bij voor de mens erachter.

Persartikel

Vlaamse atleten over de wondere wereld van de selectieve sportpers

“Sportjournalisten moeten eens beginnen met wat meer hun mond te houden”. Zo klinkt het bij één van de sporters die geïnterviewd werd in het kader van het wetenschappelijk onderzoek door Loes Reynaert. Zij deed onderzoek naar de kijk van Vlaamse atleten op de Vlaamse sportmedia.

In het kader van dit onderzoek nam Reynaert tien interviews af met atleten uit diverse sportdisciplines, waaronder Ann Wauters, Ulla Werbrouck en Frederik Van Lierde. Tijdens de interviews peilde ze naar de persoonlijke visie op verscheidene facetten van de sportpers. De meningen van de atleten-respondenten liepen vanzelfsprekend uiteen, maar de vraag was of er een lijn te trekken viel in de opinies van de atleten naargelang hun status binnen hun sport of de populariteit van de sport *an sich* binnen het Vlaamse sportmedialandschap.

Sportredactie speelredactie

Sportjournalistiek heeft geen al te prestigieuze naam binnen de onderzoekswereld. Vooral in de Angelsaksische landen, Groot Brittannië op kop, is er weinig aanzien voor noch vertrouwen in de sportpers. Naast haar onprofessioneel karakter, wordt de sportjournalistiek verweten geen serieuze en maatschappelijk relevante *topics* aan te snijden. Uit het onderzoek van Reynaert, dat zich weliswaar enkel toespitst op de Vlaamse sportpers, blijkt de reputatie van de journalisten opmerkelijk beter te zijn. De atleten-respondenten zijn *in globo* lovend voor de kwaliteit en de aanpak van de Vlaamse sportpers, in het bijzonder voor Sporza. Niettemin spuien ze ook met heel wat kritiek, waarbij ook dit sportkanaal het moet ontgelden. Een illustratie van deze kritiek is volgend citaat: “Is het niet de verantwoordelijkheid van de openbare omroep om toch ook die minder populaire sporten iets meer in beeld te brengen?”.

Sportwereld mannenwereld

Tot op de dag van vandaag heerst er nog steeds een symbolische connectie tussen mannen en sport. Vrouwen zijn ondergewaardeerd in de sportwereld, en dat zowel op het niveau van media-aandacht als op het niveau van de sportjournalistiek zelf. Uit dit onderzoek bleek andermaal hoe hoog het testosterongehalte is op het scherm, in de krant en op de

sportredactie. Vrouwensporten behoren vaak tot de categorie niet-mediasporten, terwijl de mannelijke tegenhanger de pers als het ware van zich af moet slaan. Als vrouwensporten al in de media komen, is het meestal een mannelijke journalist die hier verantwoordelijk voor gesteld is, zo blijkt uit de interviews. ‘Het bewustzijn’ van deze ongelijke verdeling is een noodzakelijke voorwaarde om een einde te maken aan deze onevenwichtige situatie waarbij vooroordelen en tradities overboord zullen moeten gegooid worden. Hiervan is echter amper sprake bij de atleten-respondenten.

Commerciële sportmedia

In de sportwereld gaan er onredelijke bedragen om. De atleten-respondenten maken echter duidelijk dat dit allesbehalve voor alle sporten geldt, ondanks de minstens even grote inspanningen die ze moeten doen voor hun carrière. Het financiële aspect is onlosmakelijk verbonden met de visibiliteit van de sport in de pers. Alle atleten-respondenten zijn zich bewust van deze afhankelijkheidsrelatie tussen sport en media die door het financiële toedoen in een vicieuze cirkel beland is. “Het is vaak het verhaal van de kip en het ei hé. Komen ze veel in beeld, dan gaat er veel geld mee gepaard. Gaat er veel geld mee gepaard, dan komen ze veel in beeld.” De immense kloof tussen mediasporten en niet-mediasporten lijkt op deze manier alleen maar uitgediept te worden, tot frustratie van de atleten die uit dergelijke onderbelichte sporten komen.

Inhoudsopgave

Inleiding	1
Literatuurstudie	3
1. Inleiding.....	3
2. Algemene geschiedenis van de sportjournalistiek in Vlaanderen.....	4
3. Kritiek.....	5
3.1 Sportjournalistiek onder vuur.....	5
3.2 Kritiek in de Verenigde Staten – Het geval met ESPN en LeBron James.....	6
3.3 Kritiek in Australië en Groot-Brittannië.....	7
4. Financiële aspect.....	8
4.1 De vercommercialiseerde en gemediatiseerde sportwereld.....	8
4.2 Commercialisering van de sportmedia?.....	9
5. Media vs. niet-mediasporten.....	9
5.1 Mediasporten.....	9
5.2 Niet-mediasporten.....	10
6. De sportwereld is een mannenwereld.....	11
6.1 Vrouwensporten.....	11
6.1.1 Redenen voor onderbelichting van vrouwensporten.....	11
6.1.2 Superioriteit mannensporten.....	12
6.1.3 Is het tij aan het keren?.....	13
6.2 Individuele – vs. teamsporten.....	14
6.3 Vrouwelijke journalisten.....	14
6.3.1 Vrouwelijke minderheid op sportredacties.....	14
6.3.2 Redenen voor ongelijke verdeling.....	15
6.3.3 Etiket op vrouwelijke journalisten.....	16
6.3.4 Voordelen als vrouw.....	16
7. Sport-media-publiek: de symbiotische driehoek.....	17
7.1 Wederzijdse afhankelijkheid tussen sport en media (en publiek) op algemeen niveau.....	17
7.2 Kleinere sporten in het nadeel.....	18
7.3 Wederzijdse afhankelijkheid sport en media op individueel niveau.....	18
8. Gevolgen van kritiek en maatregelen.....	19
9. Kenmerken van professionele en geloofwaardige journalistiek.....	20
10. De kracht van de media.....	21
10.1 Mediaschandalen.....	21

10.2	Financiële en niet-financiële gevolgen	22
10.3	Het sportinterview	22
10.4	Het nut van mediatraining	23
11.	Conclusie	23
Empirisch luik.....	26
1.	Onderzoeksdoel	26
2.	Onderzoeksaanpak	27
2.1	Dataverzameling via diepte-interviews.....	27
2.2	Steekproef	27
2.3	Categorieën	28
2.4	Methode voor analyse	31
3.	Summiere voorstelling van de respondenten	31
3.1	Ulla Werbrouck (°1972) – Judo.....	31
3.2	Ann Wauters (°1980) - Basketbal	32
3.3	Laure Flament (°1998) - Volleybal.....	32
3.4	Wim Declair (°1971) - Handbike.....	33
3.5	Harm Vanhoucke (°1997) – Wielrennen	33
3.6	Frederik Van Lierde (°1979) – Triatlon.....	34
3.7	Lowiese Seynhaeve (°1999) – Voetbal.....	34
3.8	Yves Lampaert (°1991) – Wielrennen	34
3.9	Kimberly Buys (°1989) – Zwemmen.....	35
3.10	Filip Dewulf (°1972) – Tennis.....	35
4.	Resultaten: analyse van de diepte-interviews	36
4.1	Algemene mening over Vlaamse sportjournalistiek	36
4.1.1	Algemeen positief.....	36
4.1.2	Kritiek	37
4.2	Eigen ervaringen met sportjournalistiek/-journalisten.....	40
4.3	Eigen sport t.o.v. andere sporten.....	43
4.3.1	Ongelijke verdeling van de media-aandacht over de sporten heen.....	43
4.3.2	Redenen aandachtsverdeling.....	46
4.3.3	Bijdrage als sporter	49
4.3.4	Ongelijke verdeling media-aandacht binnen eenzelfde sport	50
4.4	Persoonlijke media-aandacht	52
4.5	De kracht van de media.....	54
4.5.1	Schrik voor de impact van de media.....	54
4.5.2	Houding tegenover de media	57

4.6	Interview na de wedstrijd.....	60
4.6.1	Meerwaarde?.....	60
4.6.2	Verantwoordelijkheid voor de sportlui en de journalisten.....	62
4.6.3	Persoonlijke omgang met flash interviews en journalisten	63
4.7	Voor- en nadelen van media-aandacht.....	65
4.7.1	Voordelen van media-aandacht	65
4.7.2	Nadelen van media-aandacht	66
4.8	Evolutie in de sportmedia	68
4.8.1	Veranderingen bij zowel journalist als sportlui	68
4.8.2	Team- en paralympische sporten	68
4.8.3	Sociale media	70
4.9	De verschillen tussen journalisten	70
4.10	Als vrouw in een mannenwereld	71
4.10.1	Vrouwelijke journalisten	72
4.10.2	Vrouwensporten.....	73
4.11	Mediatraining.....	74
4.11.1	Mediatraining per sport	74
4.11.2	Nut mediatraining.....	75
4.11.3	Ervaring is de beste mediatraining	76
4.12	Vlaamse vs. andere sportmedia	76
4.13	Het persoonlijk motief voor media-aandacht	79
	Conclusie en discussie.....	81
	Literatuurlijst	88

Inleiding

Sportjournalistiek heeft geen al te beste reputatie in landen zoals de Verenigde Staten, Groot-Brittannië en Australië. Heel wat wetenschappelijk gefundeerd onderzoek (Wulfemeyer, 2009; Oates & Pauly, 2007; Rowe, 2007; McQuade, 1997) toonde aan dat deze sector gezien wordt als onprofessioneel, onbetrouwbaar en speels. Naast onderzoek naar het algemeen karakter, spitsten heel wat wetenschappelijke studies zich toe op bepaalde eigenschappen van de sportjournalistiek. Wetenschappers (Hardin & Whiteside, 2006; Claringbould & Knoppers, 2004; Van Zoonen, 1994) onderzochten in dit onderzoeksdomein meer bepaald de schaarste en ondergewaardeerdheid van vrouwen op de sportredactie. Daarnaast is er vanuit het onderzoeksveld ook een niet onaanzienlijke interesse voor het verschil in de mate waarin en de manier waarop mannen en vrouwen gerepresenteerd worden in de sportpers (Sherwood, Osborne e.d., 2016, Hardin & Greer, 2009; Knoppers & Elling, 2004). Dit onderwerp fungeerde als de centrale onderzoeksdoelstelling in de masterproef van Kevin van Boxem (2014). De omgekeerde blik, namelijk hoe topsporters aankijken tegen de pers, is daarentegen een ontegensprekelijk minder begeerd onderwerp voor onderzoek in Vlaanderen.

Deze masterproef ging initieel in hoofdorde op zoek naar een antwoord op de vraag: “wat is de kijk van Vlaamse atleten op de Vlaamse sportpers?”. Het antwoord is uitermate omvangrijk en complex van aard. Daarom werd de vraag opgesplitst in specifieke subvragen, waarbij onder meer gepeild wordt naar het verschil in visie naargelang de sportdiscipline van de atleet evenals zijn of haar persoonlijk succes. Diepte-interviews met tien atleten uit negen verschillende sporten vormen de data voor een kwalitatieve analyse die in eerste instantie tot een antwoord op de subvragen leidt. Aan de hand van die onderscheiden antwoorden kan de hamvraag op een wetenschappelijk onderbouwde wijze worden beantwoord.

In een eerste deel, theoretisch van aard, wordt een overzicht gegeven van de bestaande literatuur omtrent de visie op en de eigenschappen van sportjournalistiek. Dit luik brengt de kritiek op de kwaliteit en de aanpak van de sportjournalisten uitvoerig aan bod, alsook de suggesties van menig critici die ertoe strekken de sportjournalistiek naar een hoger en professioneler niveau te tillen. In lijn met het hoge aantal onderzoeken die zich toespitsen op de vrouw – als journaliste en als atlete – in de sportwereld, nemen vrouwen een grote plaats in het literatuuroverzicht in. De traditie in de sportjournalistiek om vrouwensporten onderbelicht te laten, enerzijds, en als tak binnen de journalistiek *an sich* om weinig vrouwen in de rangen

te hebben, anderzijds, wordt uitgebreid aangekaart. Daarnaast komt ook het commerciële aspect van de sportmedia gedetailleerd aan bod, waarbij onder meer dieper wordt ingegaan op het verschil tussen media- en niet-mediasporten.

Het empirisch luik wordt ingeleid door het onderzoekdoel en de –aanpak van het onderzoek, waarbij de centrale onderzoeksvraag en de subvragen in detail ter sprake komen. Hierna wordt de onderzoeksmethode en –analyse toegelicht, met het codeerproces en de onderverdeling in categorieën. Daarop volgt een summier voorstelling van de tien atleten die hun visie op de Vlaamse sportpers gegeven hebben. De behaalde resultaten van het kwalitatieve onderzoek worden in het volgende hoofdstuk weergegeven. In de conclusie en discussie, tenslotte, volgt er een reflectie over de hoger uiteengezette resultaten van het kwalitatieve onderzoek en worden parallellen getrokken naar de literatuurstudie.

Literatuurstudie

1. Inleiding

Journalistiek is een begrip dat vele ladingen dekt. Er bestaan tal van onderverdelingen binnen deze stiel, alsook grote verschillen in stijl. De kwaliteit van de journalistiek wordt wel eens in vraag gesteld, maar wat wordt precies verstaan onder *excellent journalism*? Dit concept staat bol van de dubbelzinnigheden en spanningen aangezien academici het er niet over eens geraken. Wat wel duidelijk is: wanneer over uitstekende journalistiek gesproken wordt, gaat het zelden over die van het sportdepartement. Sterker nog, sportjournalistiek wordt vaak in één adem genoemd met onprofessioneel, onethisch en commercieel.

Toch is de populariteit van het sportnieuws nog nooit zo hoog geweest en werd op tv nooit meer tijd aan sportwedstrijden, voorbeschouwingen en analyses gespendeerd. Oates & Pauly (2007) hebben deze tegenstrijdigheid ook opgemerkt: *In spite of its popularity and profitability (or perhaps because of it), sportswriting struggles to be taken seriously*. Van Boxem (2014) verklaart waarom sport zo aanslaat bij het publiek. Ten eerste geeft sport een gevoel van persoonlijke betrokkenheid. Je kan bijvoorbeeld zelf een wedstrijd bijwonen wat het gevoel geeft ergens bij te horen, deel uit te maken van een bepaalde (supporters)groep. Ten tweede kan je je identificeren met een bepaalde sportheld. De overige factoren zijn het showelement en de mate van onzekerheid die sportevenementen karakteriseren.

Sport werd in het verleden uitsluitend geassocieerd met blanke mannen. Intussen zijn ook vrouwen en etnische minderheden talrijker aanwezig in het sportlandschap. De vraag is echter in hoeverre de dominante (blanke) ‘mannelijke’ sportideologie daadwerkelijk ‘gefemeniseerd’ is. Hoeveel aandacht krijgen vrouwensporten van de sportpers? En hoe ziet de man-vrouwverhouding eruit op de sportredactie zelf?

Waar mannen de sportwereld domineerden, daar zogen enkele sporten de media-aandacht volledig naar zich toe. De disciplines die een overwicht hebben qua *coverage* worden mediasporten genoemd. Welke evolutie heeft de balans tussen media- en niet-mediasporten de laatste decennia doorgemaakt?

Voor de kleinere sporten is het vooral opboksen tegen de financiële ongelijkheid die gecreëerd wordt door sponsoring allerlei. Wat wordt ondernomen om het tij te doen keren en in welke mate slagen de niet-mediasporten hierin? De (sport)media verandert echter niet

zomaar daar ze uiterst resistent is tegen transformaties en trouw blijft aan tradities. Wat hoogstwaarschijnlijk nooit zal veranderen is de kracht en de macht van de media, die enkel maar is toegenomen sinds de opkomst van sociale media. De sportpers kan iets of iemand maken of kraken met breed uitgesmeerde schandalen, maar ook simpelweg met een geladen interview net na een intense wedstrijd.

Sportjournalistiek is een vak apart, volgens sommigen zelfs eentje die de journalistiek onwaardig is. Moet de sector zichzelf bijschaven, en hoe?

2. Algemene geschiedenis van de sportjournalistiek in Vlaanderen

Hieronder volgt een schets van de evolutie en het karakter van de Vlaamse sportjournalistiek vanaf de veranderingen in de eerste helft van de 20^e eeuw. Deze werden in eerste instantie veroorzaakt door het voetbal. Als reactie op de massale publieke belangstelling voor deze sport begonnen journalisten al even massaal wedstrijden te verslaan en sportuitslagen mee te delen. Dit resulteerde in een nog grotere voetbalhype waarbij de populariteit zich vertaalde in de uitbreiding van de sportafdeling. Eveneens zorgde de populariteit voor een zogeheten “ei in de broek” bij de journalisten die zich niet kritisch durfden te uiten maar enkel met lof zwaaiden naar de sportwereld. Dit positief getint sportnieuws werd ook van de journalisten verwacht tijdens de Olympische Spelen van 1928, waar het grote algemene belang niet in het gedrang mocht komen ten voordele van een spraakmakende primeur of nieuwsfeit voor de journalist (Van Boxem, 2014).

Door de opkomst van radio en televisie rond de Tweede Wereldoorlog ontstond een grotere concurrentiestrijd tussen de verschillende media (Van Boxem, 2014). Dit had tot gevolg dat de berichtgeving niet langer alleen de focus legde op de feiten, maar de lezer/kijker/luisteraar iets extra aangeboden werd. Analyses en nabeschouwingen van de wedstrijd moesten vermijden dat het publiek naar de concurrentie zou overstappen. In deze periode koos de journalist resoluut de kant van de burger, als het ware als een soort pedagoog die het publiek probeerde warm te maken voor sport. In de periode van 1965 tot 1989 groeide het belang van quotes van sportlui en coaches. Een goede verstandhouding met de atleten en hun trainers was dus van cruciaal belang om dergelijke uitspraken te kunnen verkrijgen. Toen was de redenering dat jongere journalisten hierin het best zouden slagen omdat ze een gelijkaardig profiel hadden als de sportlui. Rond die periode (65'-89') is de tv een heel belangrijk medium geworden. Het zorgde ook in de sportwereld voor verandering door achtergrond- en sensatieverhalen naar buiten te brengen om kijkers te amuseren (Van Boxem, 2014).

3. Kritiek

3.1 Sportjournalistiek onder vuur

‘*Sports is the toy department of human life*’ (O’Brien, 2007), and so sports journalism became the toy department of the news media by association with the object of its coverage (Rowe, 2007, p.1). Sportjournalistiek wordt veelal beschouwd als een makkelijke sector die enkel *soft news* produceert. Met andere woorden, een sector die zelden de formele of ernstige thema’s zoals economie, politiek of de sociale impact van sport behandelt (Van Boxem, 2014; Rowe, 2007). De sportwereld is volgens Rowe (2007) als het ware een microkosmos die vervreemd is van de dagdagelijkse mondaine problemen, maar wel sterk verbonden is met telkens hetzelfde beperkt aantal gesprekspartners en bronnen die in feite *play with the same toys*.

Rowe (2007) doet er nog een schepje bovenop. Hij beweert dat sportjournalistiek verschoven is naar *entertainment* en *celebrity* journalistiek dat gebruik maakt van een systeem met sportsterren, wat ten koste gaat van een meer kritische en onderbouwde aanpak die start vanuit sociale bekommernissen en interesses. Naast het bekrompen en speels karakter wordt de sportjournalistiek ook weinig vernieuwend en vrij voorspelbaar geacht. Shields noemt de sportpagina’s in kranten en magazines *hilariously cliché-ridden* (McQuade, 1997). Burke (2004) hekelt het feit dat atleten terugvallen op clichés wanneer ze geconfronteerd worden met extrasportieve incidenten en slechte prestaties. Het gebeurt dat ze de media gewoonweg negeren, wat bovendien schadelijk is voor de reputatie van het team in het geval het om een individu van een ploegsport gaat. Het is niet gemakkelijk professionele sportlui te laten praten in de media over iets anders dan de hoogtepunten van de wedstrijd, maar volgens Burke vormt dit net de uitdaging voor sportdirecteurs en journalisten.

Daarnaast wordt de sportjournalistiek dikwijls een gebrek aan ethische waarden en normen verweten. Een van de gevolgen hiervan is het geloofwaardigheidsprobleem waarmee de sportjournalistiek kampt. Journalisten op sportredacties worden dikwijls beticht van een gebrek aan (betrouwbare) bronnen en een overvloed aan *insider’s gossip*. Ze zouden volgens routines werken waarbij een narratieve uitvinding het resultaat is van een *script* dat automatisch gevolgd wordt bij de regelmatige, planmatige, zorgvuldig geleide sportwedstrijden.

The visible playfulness of sportswriting's narratives leads critics to conclude that sports writers tell stories in a way fundamentally different than other journalists do. For all these reasons, sports journalism may appear to lack gravity, or to admit personal voice in a way that undermines professional credibility and allows storytelling to overwhelm the journalist's commitment to an impartial rendering of the facts. Within the profession, the invocation of sportswriting as an ethically flawed form of journalism allows journalists to affirm the presumed ethical righteousness of their normal professional work (Oates & Pauly, 2007, p.340).

De sportjournalistiek komt ook dikwijls in een slecht daglicht te staan vanwege zijn winstgevende relaties. Het wordt wel eens *world's best advertising agency* genoemd (Rowe, 2007, p.3). Het commerciële karakter van dit soort journalistiek maakt dat bepaalde mensen sportjournalistiek afscheiden van de rest, waarbij de sportverslaggeving niet langer als journalistiek beschouwd wordt. *Like sports journalism's open acknowledgement of news as a 'story', the unapologetically commercial nature of its content disturbs fragile myths about journalistic practices* (Oates & Pauly, 2007, p.342). Meer details hierover komen later aan bod.

Ook al wordt sportjournalistiek wereldwijd als *sandbox of the newsroom* bekeken, toch dient er nog onderscheid gemaakt te worden tussen verschillende landen en situaties. Zo heeft Rowe (2004) ervaren dat wat de Angelsaksische wereld betreft, de sportjournalistiek hoger aangeschreven staat in De Verenigde Staten dan in Groot-Brittannië en Australië. Hij oordeelt ook dat deze sector meer respect krijgen in niet-angelsaksische landen zoals Duitsland. Niet alleen de geografie bepaalt de aard van en de kijk op sportjournalistiek. Variaties en patronen in de professionele en publieke positie van sportjournalistiek zijn afhankelijk van ruimte, tijd en publicatietype (Rowe, 2004, p.15).

3.2 Kritiek in de Verenigde Staten – Het geval met ESPN en LeBron James

Een eerste land dat we van naderbij bekijken is de VS. *Many Americans don't hold journalists in very high regard these days, and sports journalists are often viewed in the least favorable light* (Wulfemeyer, 2009, p.1). Hiermee wordt voornamelijk bedoeld op het gebrek aan een gezamenlijke, zichtbare inspanning van sportjournalisten om een consistente ethische werkwijze te hanteren. Banagan (2011) kaart drie problematische factoren aan met betrekking tot de Amerikaanse sportjournalistiek. Ten eerste is er de groeiende verwarring rond de ethiek van het beroep. Volgens MacNeill (2002) leidt de weigering van de sportmedia om media-

ethiek aan te kaarten tot verwarring bij de atleten wat betreft de regels omtrent informatieverzameling, onderzoeksjournalistiek en *entertainment* sportmedia waarmee ze op grote evenementen in contact komen. Het tweede probleem is de verspreiding van het opportunisme om profijt te doen. De oplegging van nostalgische waarden op de hedendaagse atleten door de media wordt beschouwd als de derde factor.

Een voorval in 2010 zorgde voor een extra deuk in de reputatie van de Amerikaanse sportjournalisten. De bekende zender ESPN en basketbalgrootheid LeBron James sloegen de handen in elkaar voor wat *The Decision* genoemd werd. James zou live op ESPN bekend maken bij welke club hij het volgend seizoen aan de slag ging. De zender bracht zichzelf hiermee in een hachelijke positie: *On the one hand, they had been gifted 'an exclusive'. On the other, airing the exclusive would be tantamount to 'pandering to a superstar'* (Collins and Flint, 2010 in Banagan, 2011, p.4). ESPN was in feite zowel betrokken in de 'zakelijke' beslissing als in de verslaggeving van het grote nieuws, wat een grote negatieve impact had op het vertrouwen van het publiek in de sportmedia (Ohlmeyer, 2010).

Banagan (2011), samen met vele anderen, keurt het hele initiatief af.

The question I raise is whether ESPN has the right to advertise itself as a journalistic enterprise when its own actions are devoid of asking even the most basic moral questions, such as 'Is there any way our coverage of this story could be perceived as biased, self-serving or hyperbolic?' (Banagan, 2011, p.9).

3.3 Kritiek in Australië en Groot-Brittannië

De kritiek in Australië spitst zich volgens Rowe (2007) vooral toe op het gebrek aan belangrijke thema's, zelfs in kwaliteitskranten. Onderwerpen zoals sportfinanciering, de publieke sector, sociale integratie, discriminatie en de genderproblematiek in sport hebben een erg lage frequentie in de datasets van alle onderzochte Australische kranten. Een tweede puntje van ergernis is de minieme hoeveelheid bronnen per artikel. Bovendien zijn de dominante niet-mediabronnen atleten, trainers of voorzitters die veelal antwoorden op de typische 'hoe voelt u zich'-vraag na een sportwedstrijd (Rowe, 2007, p.12). In Groot-Brittannië staat of valt uw reputatie als journalist met de krant of het tijdschrift waarvoor u werkt. Terwijl er aan het begin van de 21^e eeuw een positieve ommezwaai plaatsvond ten voordele van de respectabele columnisten van kranten, heerst er nog steeds een grote minachting voor *tabloids* en sportmagazines (Boyle, 2005).

4. Financiële aspect

4.1 De vercommercialiseerde en gemediatiseerde sportwereld

Geld is, was en blijft een factor die deel uitmaakt van de sport en die sector tegenwoordig zelfs meer en meer domineert. Noch als atleet, noch als journalist of fan, kan naast het financiële aspect gekeken worden. De sportwereld is namelijk volledig vercommercialiseerd en gemediatiseerd (Van Boxem, 2014; Pyffers, 1998). Bepaalde mensen beweren dat de sportwereld slachtoffer wordt van zijn eigen succes en dat als gevolg van die processen niet meer wordt gesport om te sporten, maar om de kijker (Van Boxem, 2014). Door deze financieel-economische belangen zijn sporten getransformeerd tot mediasporten waarbij gestreden wordt om de aandacht van de media en het publiek. Het commerciële karakter van de sportwereld komt de status van de sportjournalistiek niet ten goede. De slechte reputatie is volgens MacNeill (2002) simpelweg toe te schrijven aan de inherente ethische tegenstrijdigheden waarmee sportjournalisten geconfronteerd worden. Enerzijds, brengen ze sportgerelateerd nieuws op een objectieve en onpartijdige manier, maar anderzijds, leveren ze een belangrijke dienst, in de vorm van promotie, voor competities en evenementen waarvan ze verslag uitbrengen.

Farrington et al. (in MacNeill, 2002) gaan nog een stapje verder met hun claim dat de sportjournalistiek verschoven is van de *toy department* naar de *finance department*. Hiermee benadrukken ze het belang van sport voor de inkomsten en het forum van mediaorganisaties. De uitzendrechten en sponsoring mogen dan wel tonnen geld kosten, grote bedrijven en multinationals laten zich hier niet door afschrikken daar ze dit als de beste weg zien naar merkbekendheid en markttuitbreiding. Voor de Winterspelen in Sotsji in 2010 en de Zomerspelen van Londen in 2012 telde European Broadcasting Union maar liefst 800 miljoen dollar neer (Tsiotsou, 2011 in Van Boxem, 2014).

Demarez, een Vlaamse sportjournalist bij Sporza, geeft aan dat de organisaties van grote evenementen en (inter)nationale competities en wedstrijden de financiële belangen dikwijls lijken voor te nemen op de belangen van de sporter en diens gezondheid (Van Boxem, 2014). Daarnaast kunnen ook specifieke ploegen of individuele spelers gesponsord worden (Clerinx, 2005). Sportlui zijn dan eigenlijk verplicht vaak in de aandacht te komen om de sponsors tevreden te houden. Veelal wordt dit van bovenaf geregeld door het bestuur of de sportbond (Van Boxem, 2014). Sporters zoals LeBron James worden in zo'n mate gesponsord dat ze

hieraan meer verdienen dan aan hun sportieve prestaties (Banagan, 2011). Samen met andere mediafiguren uit de sportwereld zoals David Beckham, Tiger Woods en Serena Williams is hij bijgevolg meer dan een topper in zijn discipline. *They function simultaneously as popular weather vanes for the exploration of social trends and ideologies, and as priming agents ensuring the cultural ubiquity of sport* (Rowe, 2004, p.110).

4.2 Commercialisering van de sportmedia?

Naast de publiciteit van sportevenementen en sporters, blijkt ook de media zelf dikwijls in de greep van het geld.

The wall that is said to separate the business from the editorial function is quite evidently not in place for most sports journalism, which is foundationally promotional of itself and its corporate partners (the teams and leagues) in its coverage (Banagan, 2011, p.8).

Sportjournalist Eddy Demarez wijst op de soort censuur in de Vlaamse omroepen die vaak samenhangt met tv-zenders die bijvoorbeeld bepaalde voetbalclubs sponsoren (Van Boxem, 2014). Gelukkig voor Demarez krijgt hij wel de toelating om vrijuit zijn mening geven, al geeft hij toe te worden gecontroleerd van bovenaf op de gepastheid van zijn vragen. Zijn uitspraken tonen het gevaar aan van de nauwe banden tussen media en sponsoring. Er kan ook sprake zijn van rechtstreekse, doch subtiele, sponsoring wanneer een journalist uitgenodigd wordt door een bepaalde club of persoon om een wedstrijd mee te volgen (Van Boxem, 2014). Omdat die journalist een VIP-arrangement aangeboden wordt is het niet onlogisch dat die persoon hier maar al te graag op ingaat en als ‘wederdienst’ een uitgebreider verslag of reportage maakt. Florea (2010) waarschuwt voor de negatieve impact van economische interesses op de sportjournalistiek door de invloed van het moderne PR management op de nauwkeurigheid van sportuitzendingen.

5. Media vs. niet-mediasporten

5.1 Mediasporten

Wanneer we het sportnieuws bekijken, zowel in de krant als op tv, komen telkens diezelfde sporten weer naar voor. Volgens Westerbeek en Smith (2003) en Barnett (1995) kan er een onderscheid worden gemaakt tussen mediasporten en niet-mediasporten. Zo omschrijven zij de mediasporten als sporten die door sport-, marketing- en omroeporganisaties zodanig zijn geconstrueerd dat ze zo veel mogelijk reclame opleveren. Met andere woorden, mediasporten

zijn de sporten waar het meeste geld in omgaat. Dankzij de financiering die voortvloeide uit de media-aandacht konden de sporten zich in grotere mate ontwikkelen en professionaliseren (Stokvis, 2003). Als we naar Europa kijken komen dezelfde sporten in grote lijnen terug: voetbal, tennis, wielrennen en Formule 1. In de Vlaamse sportpers wordt de grote meerderheid van de aandacht besteed aan deze eerste drie sportdisciplines. Volgens Eddy Demarez zijn het enkel voetbal en wielrennen die altijd belangrijk zijn (Van Boxem, 2014). Het zijn dan weer voetbal en tennis die bekend staan als sporten waarmee veel geld te verdienen valt en niet zelden bekritiseerd worden door de bijna onmenselijke bedragen die eigen zijn aan het wereldje.

5.2 Niet-mediasporten

De kloof tussen mediasporten en de rest dreigt alsmaar groter te worden. Kleinere sporten groeien wel, maar het aanbod van voetbal en wielrennen blijft jaar na jaar toenemen waardoor deze sporten een sneller groeiproces doormaken. Als journalist van de openbare omroep is Demarez wel verplicht alle sporten op een bepaalde manier en in bepaalde mate in de kijker te zetten. Enerzijds is er dus een spreiding van de media-aandacht over de verschillende sporttakken, anderzijds, moeten er ook kijkcijfernormen worden gehaald. De gemakkelijkste en misschien enige weg om dit laatste te volbrengen is met een grote hoeveelheid voetbal en wielrennen.

Vanuit de andere sporten, zoals het handbal, wordt wel eens met jaloezie naar dergelijke sporten gekeken. Deze sportlui doen immers evenveel of misschien wel meer voor hun job, maar voelen zich ondergewaardeerd door de sportpers. Vlaams handballer, De Beule, merkt echter dat de media-aandacht aan het groeien is, wat bijgevolg gepaard gaat met een toenemende interesse van het publiek voor het handbal (Van Boxem, 2014). Turnen wordt door McCarthy (2012) naar voor geschoven als het prototype van sporten die op de Olympische Spelen heel wat aandacht naar zich toetrekken, maar vervolgens weer vier jaar in de vergetelheid belanden. Gymnastiek is tijdens de Spelen dikwijls de vrouwensport waar het meest om te doen is in de Verenigde Staten, terwijl het veel minder zichtbaar is de rest van de tijd.

Voor atleten die amper of toch weinig in de sportmedia komen mag het dan wel frustrerend en bij momenten pijnlijk zijn, het voordeel is dat ze ook weinig last ondervinden van de pers. Handballer De Beule geeft aan dat journalisten focussen op de positieve aspecten van de sport zonder de spelers af te breken omdat ze beseffen dat het handbal snakt naar wat aandacht en

publiciteit. Hij voelt, met andere woorden, wel steun vanuit de sportmedia die milder lijkt te zijn voor minder populaire sporten. Voetballer De Witte vindt de Vlaamse pers kritisch genoeg, maar waarschuwt tegelijk ook dat teveel kritiek allesbehalve een goede band schept met de spelers en clubs. Hij voegt hier wel aan toe dat de pers in het buitenland strenger is voor voetballers. Hij laat zelfs uitschijnen dat het in Vlaanderen een tikkeltje kritischer mag, zolang het op een eerlijke en objectieve manier gebeurt (Van Boxem, 2014, p.105).

6. De sportwereld is een mannenwereld

De sportwereld wordt veelal gezien als een echte mannenwereld. Ondanks de vele maatschappelijke veranderingen die ook hun weerslag hebben gevonden binnen de sportwereld, lijkt de symbolische relatie tussen ‘echte’ sport en mannelijkheid nog steeds intact (Connell, 1995; Hargreaves, 1994). Dit uit zich in een hoog testosterongehalte zowel op als achter het scherm. Ten eerste is er de ongelijke verdeling van mannen en vrouwen in de sportredacties (Sherwood, Osborne, e.d; 2016), iets wat later aan bod komt. Ten tweede, kan niet naast de dominantie van mannensporten in de media gekeken worden.

6.1 Vrouwensporten

The women’s sports beat is generally considered to be at the bottom of the food chain in the sports department (Cramer, 1994 in MacNeill, 2002, p.93). In de journalistiek wordt *beat* gebruikt om te verwijzen naar een onderwerp dat toegewezen wordt aan een reporter of journalist. Lowes (1999) haalt in zijn studie aan dat deze *beat reporting* kan leiden tot materiaal in het nieuws dat niet eens nieuwswaardig is (Sherwood, Osborne e.d.; 2016). De focus op bepaalde mannensporten of atleten is bij momenten zo groot dat werkelijk alles omtrent deze sport of persoon verslagen wordt. Hardin & Greer (2009) bevestigen dat het etiket ‘mannelijkheid’ op sport geplakt is, ondanks hun bevindingen dat nooit eerder meer boodschappen en afbeeldingen van vrouwelijke atletes beschikbaar waren.

6.1.1 Redenen voor onderbelichting van vrouwensporten

Terwijl een toename van vrouwen in de journalistiek al enkele decennia aan de gang, blijkt dit niet te resulteren in een verhoogde media-aandacht voor vrouwensporten. *Women who get into sports journalism don’t want to cover women’s sports. They want to cover sports that lead to success* (Cramer, 1994 in MacNeill, 2002, p. 169). Knoppers en Elling (2004) wijten de relatieve status-quo wat de media-aandacht voor vrouwensporten betreft aan het

professionalisme van de journalisten waartoe objectiviteit en *human interest* behoren, terwijl Sherwood, Osborne e.d. (2016) voornamelijk wijzen naar de *news values* en *readership considerations*. Journalisten beschouwen hun focus dus als objectief, maar is dit wel zo? Journalisten, gewoonlijk blanke mannen, beslissen wat het publiek ziet, hoort of leest, wat wordt beschouwd als *common sense*, welke sporten en atleten worden gezien als nieuwsaardig en welke maatschappelijke stereotypen worden versterkt en in vraag worden gesteld. De belangen van vrouwen zijn hier bijgevolg amper behartigd, wat leidt tot een *stereotypically gendered coverage* (Claringbould, 2004, p.2). Knoppers en Elling (2004) zien *coverage* als persoonlijke beslissingen en bijgevolg niet vrij van subjectiviteit.

Vrouwelijke Amerikaanse sportjournalisten geven toe zich te focussen op mannensporten en niet op ondergeschikte vrouwensporten uit angst hun baan te verliezen (Hardin & Shain, 2007). Met andere woorden, vrouwelijke journalisten volgen net als de mannen de traditie waardoor een stijging van vrouwelijke journalisten niet automatisch leidt tot meer aandacht voor vrouwensporten.

6.1.2 Superioriteit mannensporten

Waarom zijn mannensporten dan zoveel interessanter en populairder? Waarom zijn ze zo alomtegenwoordig op het scherm, in de krant en op de radio terwijl vrouwensporten veel minder aan bod komen? Een mogelijke verklaring is dat de prestaties van mannen vaak sneller, verder en sterker zijn dan die bij de vrouwelijke atleten (Van Boxem, 2014). Al stellen Knoppers & Elling (2001) hierbij de vraag waarom de belangrijkste competitieve (media)sporten geconstrueerd zijn rondom fysieke vaardigheidskenmerken (snelheid, kracht) die mannen voordelen verlenen. Vroeger verhinderde deze noodzakelijke fysieke paraatheid de meeste vrouwen zelfs om simpelweg aan sport te doen. Aan het eind van de 19^e en het begin van de 20^e eeuw gold het gevaar voor reproductieve functies en angst voor fysieke en psychologische ‘vermannelijking’ en esthetische normen als legitiem argument voor de uitsluiting van (blanke) vrouwen van de sportactiviteiten (Hargreaves, 1994; Steendijk-Kuipers, 1999 in Elling, 2010).

Tegenwoordig sporten vrouwen meer, maar de symbolische betekenisgeving en seksespecifieke identificatie speelt nog steeds een rol in sportkeuzes en –waardering. Bovendien tonen ze geen interesse in vrouwensporten. Sportende vrouwen zijn niet geëvolueerd in vrouwensportpromotors zoals verwacht werd (Whiteside & Hardin, 2011). Het is weliswaar niet zo simpel om de vrouwelijke atleten te volgen wegens de beperkte media-

aandacht. *The lack of exposure for women's sports impedes its ability to gain a faithful audience; such 'symbolic annihilation' suggests women's lack of importance in the wider sports landscape.* Door de blootstelling aan mannensporten, als gevolg van de spiegeling aan de mannen in hun leven, ontwikkelen vrouwen een *male gaze* bij het consumeren van sport waarbij het traditioneel beeld van sport met zijn mannelijke kenmerken alleen maar aangewakkerd wordt. Mannen kijken dan weer niet, of toch minder, naar vrouwensporten uit schrik hun identificatie met hun mannelijkheid te verliezen (Whiteside & Hardin, 2011).

Vrouwensporten komen niet alleen weinig aan bod, ze worden ook vaak geframed als een aanvullend mechanisme waardoor ze onbelangrijk en minderwaardig lijken. Dikwijls wordt de nadruk op de vrouwelijkheid benadrukt, wat resulteert in een trivialisering van hun prestaties daar deze niets te maken hebben met hun 'verschijning' (Duncan, 2006 in Whiteside & Hardin, 2009). Onderzoek in Australië leidde echter tot tegengestelde resultaten in vergelijking met eerdere bevindingen (Caple, Greenwood, & Lumby, 2011; Lumby, Caple, & Greenwood, 2010; Sherry, Osborne, & Nicholson, 2015). Uit nieuwe studies blijkt dat de Australische sportpers is geneigd vrouwensporten gelijkaardig te presenteren als mannensporten, namelijk niet getrivialiseerd of geseksualiseerd (Sherwood, Osborne, e.d.; 2016).

Van Boxem (2014) onderzocht de krantenkoppen van het Vlaamse sportnieuws en trok twee conclusies met betrekking tot gender. Ten eerste viel het op dat de minst populaire mannelijke sporter nog altijd meer krantenkoppen haalde dan de drie minst populaire vrouwelijke sporters. Ten tweede verscheen in elke sport waarbij een vergelijking kon gemaakt worden tussen mannen en vrouwen de meeste krantenkoppen over mannen. Hierbij was het verschil het grootst voor het voetbal. Ook in de VS is er een duidelijk verschil. Volgens Rowe (2004) bevat slechts 14% van het sportgedeelte in de krant een focus op vrouwen. Weber & Carini (2013) onderzochten de *Sports Illustrated* covers. Vrouwen bekleedden slechts in 5% van de gevallen de cover van het magazine tussen 2000 en 2011, wat een significante daling met 12% betekent in vergelijking met de jaren 1954 tot 1965. Bovendien worden de vrouwen op deze afbeeldingen getrivialiseerd (Martine & McDonald, 2012).

6.1.3 Is het tij aan het keren?

Toch wijzen enkele zaken in de tegengestelde richting. Zo blijkt het gevoel van inclusie en gelijkheid van de laatst decennia ook zijn weerslag op de sport te hebben gehad. Whiteside & Hardin (2009) besluiten uit hun studie dat vrouwensporten even nieuwswaardig zijn als

mannensporten en bijgevolg ook als een permanente *beat* kunnen beschouwd worden. Meer en meer nieuwsmedewerkers benadrukken bovendien de waarde van sportverhalen over vrouwen (Sherwood, Osborne e.d., 2016,). Vanuit de vrouwensporten zelf zijn er ook tal van initiatieven en maatregelen om meer media-aandacht te verkrijgen. Evenals zijn er bepaalde journalisten die aangeven dat ze vrouwensporten prefereren omdat vrouwelijke sporters ontvankelijker zijn voor de media en aangenamer zijn om te interviewen.

Women's sports were included in these newspapers' coverage because they have been accepted into the routinized work of sports journalism; that is, women's sports have been assigned as a beat, deemed newsworthy, and of interest to readers. In turn, women's sports organizations, such as netball, or other organizations that have female participants, have developed resources to help sustain this ongoing coverage (Sherwood, Osborne e.d.; 2016, p.18).

Eén *newsvalue* kan echter naar voren worden geschoven als de belangrijkste indicator voor aandacht, ongeacht het gender van de atleet: succes (Sherwood, Osborne e.d.; 2016).

6.2 Individuele – vs. teamsporten

Een tweede indicator voor media-aandacht die we onder de loep nemen heeft betrekking op een essentiële eigenschap van de sport zelf, namelijk 'wordt het in teamverband gespeeld of alleen'? Uit het onderzoek van Bijl (2012) bleek dat individuele sporters in het algemeen meer aandacht krijgen dan teamsporters. Dit kan verkaart worden door de mate van nervositeit van de sporter, aangezien individuele sporters meer angst hebben voor een wedstrijd. Deze onzekerheid leidt tot een groter entertainmentgehalte, wat op zijn beurt boeiend is voor de kijker. Dus, enerzijds, is de media-aandacht voor individuele sporters groter. Logischerwijs komen minder bekende teamsporters moeilijker 'in beeld' dan minder bekende individuele sporters. Anderzijds, is het opvallend dat de toppers in teamsporten net meer media-aandacht opstrijken dan bekende individuele sporters (Van Boxem, 2014).

6.3 Vrouwelijke journalisten

6.3.1 *Vrouwelijke minderheid op sportredacties*

Hierboven werd aangekaart dat de sportwereld bekend staat als een (blanke) mannenwereld. De overvloed aan *men sports coverage* kwam al uitgebreid aan bod, maar ook binnen de media, met name de (sport)journalisten, is de onevenwichtige verdeling overduidelijk. Het

prototype van een journalist is een blanke man. *'Sports and feminism are seen as incompatible,' essentially, given the overwhelming masculine orientation of U.S. sports culture* (Hall, 1996, p. 90). Meer en meer vrouwen betreden de journalistieke werkvloer, maar hier is amper sprake van op de sportredactie.

Zoals eerder aangegeven in deze literatuurstudie, zijn er verschillen tussen verschillende landen, situaties en publicatietypes. Zo verklaarden enkele Nederlandse journalisten dat de autoriteit van vrouwen in sportjournalistiek meer geaccepteerd is in het buitenland dan in Nederland. Bij onze noorderburen representeren vrouwen respectievelijk 7% van het totaal aantal journalisten (Claringbould & Knoppers, 2004). In de VS bekleeden vrouwen minder dan 15% van de sportstafposities bij de kranten, 8% van de ankers en 19% van de lokale televisiesportcasts (Hardin & Whiteside, 2006; Lapchick, 2013; Papper, 2008; Sheffer & Schultz, 2007 in Genovese, 2014).

6.3.2 Redenen voor ongelijke verdeling

Waarom stralen vrouwen dan minder autoriteit uit op vlak van sportjournalistiek? Welke redenen bestaan er voor de schrale vertegenwoordiging van het vrouwelijk geslacht op de sportredactie? De hoofdreden is al enkele keren gegeven, namelijk dat vrouwen minder geassocieerd worden met sport dan mannen en daardoor geacht worden over een onvoldoende en inadequate kennis te beschikken om over sport te rapporteren (Staurowsky & DiManno, 2002). Vrouwen moeten over een *added value* beschikken om de job, normaal weggelegd voor een man, te kunnen uitvoeren (Claringbould & Knoppers, 2004). Met andere woorden, de drempel voor een vrouw ligt ietwat hoger daar ze, als het ware, tegen de stroom in moet gaan. Hierbij laat de vrouw best enkele van haar karakteristieke gendereigenschappen achterwege.

Female journalists have a 'much more fragmented and contradictory professional identity than men' since they must both eschew and embrace gender role expectations. On one hand, they learn that 'feminine' values such as compassion and kindness 'are at odds with qualities expected of journalists such as a certain amount of directness, distrust and toughness' (van Zoonen, 1994, p. 54).

Hardin & Shain (2006) trekken gelijkaardige conclusies. Ze stellen dat vrouwen minder kans lopen om gepest te worden wanneer ze zich gewoon gedragen *like just another one of the*

guys. Een vrouw in het sportdepartement wordt bijgevolg geconfronteerd met een inwendige tweestrijd.

6.3.3 Etiket op vrouwelijke journalisten

Vrouwelijke sportjournalisten worden dikwijls bekeken als ‘mannelijk’ of lesbisch, of ze worden ‘beticht’ van het gebruik van hun seksuele aantrekkingskracht om mannelijke bronnen te verkrijgen (Hardin & Shain, 2007). Blanke mannelijke journalisten, van hun kant, beseffen niet altijd dat ze zelf ook privileges hebben wat betreft informatie innen aangezien ze mannen zijn en sneller geassocieerd worden met sport (Claringbould & Knoppers, 2004). Vrouwen in het sportdepartement voeren eigenlijk een constante ‘strijd’ voor respect en geloofwaardigheid (Genovese, 2014) en eenmaal ze de top bereikt hebben worden deze vrouwen aanzien als *honorary males* of net als degenen die zich naar de top ‘geslapen’ hebben (Ferguson, 1990, p. 225 in Hardin & Shain, 2007).

Veelal, echter, bereiken ze de top niet (Claringbould & Van der Lippe, 2002). Integendeel, vrouwelijke journalisten klagen over discriminatie en onzichtbaarheid in hun sportdepartement, in die zin dat ze simpele, minieme taken krijgen en de redacteur lage verwachtingen heeft van hen (Miller & Miller, 1995 in Hardin & Shain, 2007). *Even though their numbers are growing, once they are on the payroll, female sports reporters say that they are, for all practical purposes, ignored* (Mozisek, 2015, p.2).

Bovendien is het voor een vrouw zijnde minder evident deze job te combineren met een gezin. Volgens onderzoek van Lafky (1993) zijn vrouwelijke journalisten vaker *single* en hebben ze minder vaak kinderen dan hun mannelijke collega’s. De jobstructuur wordt, met andere woorden, incompatibel geacht met de ouderlijke verantwoordelijkheden van een vrouw, maar niet met die van een man.

6.3.4 Voordelen als vrouw

Women in sports journalism are ‘outsiders’ by virtue of their gender, but ‘insiders’ by virtue of their adherence to journalistic norms and values (Hardin & Shain, 2007). Naast de moeilijkheden die een vrouw moet overwinnen om aan de slag te kunnen en te blijven als sportjournaliste, bezit ze enkele eigenschappen die in haar voordeel kunnen spelen op de journalistieke werkvloer. Een vrouw blijkt over een doorgaans groter luistervermogen te beschikken en heeft een grotere interesse in de *human interest*-kant, wat kan leiden tot betere verhalen (Hardin & Shain, 2007). Verder kunnen ze hun gender strategisch gebruiken

(Genovese, 2014), al wordt hier vaak afkeurend over gedaan door hun mannelijke collega's. Ook bezitten vrouwen een bepaald extraatje ten aanzien van mannen als het gaat om aandacht trekken van de sportlui. Bovendien worden ze over het algemeen ook als minder intimiderend en meer meelevend beschouwd dan hun mannelijke collega's (Genovese, 2014).

7. Sport-media-publiek: de symbiotische driehoek

Naar de verstandhouding tussen journalist en bron is al heel wat onderzoek verricht in verschillende velden, maar is amper onder de loep genomen in de context van de sportmedia (Genovese, 2014). Eén ding staat wel vast, de reporter-bron relatie kan een heel belangrijke rol spelen bij het verkrijgen van informatie.

7.1 Wederzijdse afhankelijkheid tussen sport en media (en publiek) op algemeen niveau

Zowel de atleet als de journalist hebben baat bij een goede verstandhouding.

The linkage between two of the most prominent hegemonic social institutions, sport and the mass media, are irrefutably intertwined that the two have been labeled as the 'sports/media complex' (Jhally 1989, p. 70 in Martine, Williams e.d.; 2014 p. 4).

Clerinx (2005) geeft aan dat de hoofdrol in deze relatie van wederzijdse afhankelijkheid tussen de media- en de sportwereld is weggelegd voor het publiek (Van Boxem, 2014). De kijker bepaalt grotendeels de symbiotische relatie tussen beide 'spelers', die uiteindelijk uitgedraaid is op een vicieuze cirkel. De Beule verklaart dit als volgt: media-aandacht laat een sport beter renderen. Door aandacht te krijgen, krijgt de sport meer sponsors en dus meer financiële middelen die kunnen helpen om de clubs beter te laten presteren. Door deze goede prestaties komt er meer aandacht van de media en komen ook meer sponsors met financiële middelen. Bovendien wordt via media-aandacht veel jeugd aangesproken waardoor op termijn internationaal succes behaald kan worden (Van Boxem, 2014).

Het publiek is belangrijk voor de media om zelf te renderen. De mensen zijn nodig om de artikels, nieuwsberichten en programma's te lezen, te beluisteren of te bekijken. Tegelijkertijd is het belang van een publiek ook van commerciële aard, aangezien meer belangstelling resulteert in meer reclame en bijgevolg in meer winst (Van Boxem, 2014). De kijkers, lezers en luisteraars kunnen dus beschouwd worden als de indirecte verantwoordelijke voor zowel de winst van de media als, in bepaalde mate, het rendement van een sporter. Bovendien kan

het publiek met het geld van reclame en sponsoring ‘beloond’ worden met een hogere spektakelwaarde, zoals herhalingen, *slow motions* en *close-ups* van sporters in actie (Van Boxem, 2014).

De afhankelijkheidsrelatie tussen sport en media kan een heel grote invloed uitoefenen op de sport zelf. Zo verplaatst men handbalwedstrijden in de Belgische competitie om toch maar media-aandacht te krijgen. De match wordt dan op een ander moment gespeeld om de pers de mogelijkheid te geven de wedstrijd bij te wonen. In vele gevallen is het resultaat dan een samenvatting van minder dan vijf minuten (Van Boxem). Ook mediasporten schikken zich naar de wensen van de pers en het publiek. Voetbal is altijd razend populair geweest in België, maar de competitieformule onderging in het seizoen 2009-2010 een wijziging. Het play-offsysteem met halvering van de punten werd ingevoerd in functie van de extra media-aandacht die het zou opstrijken dankzij de grotere spanning en het hoger aantal topmatches (Van Boxem, 2014, p.119). Beide voorbeelden demonstreren het bewustzijn van clubs en andere organisaties van de symbiotische relatie, enerzijds, en de kracht van de vicieuze cirkel, anderzijds. *Media attention fans the flames of interest in sport, and increased interest in sport warrants further media attention* (Oates & Pauly, 2007, p.339).

7.2 Kleinere sporten in het nadeel

Het is dan ook heel moeilijk om het stramien te doorbreken waarbij mainstreamsporten al de aandacht en de bijhorende sponsoring opstrijken. Vrouwensporten, bijvoorbeeld, worden zelden gepromoot in magazines of op televisie waardoor de symbiotische relatie tussen massamedia en sport het hen bijna onmogelijk maakt die vicieuze cirkel te beëindigen. Bovendien kan een zender ook contracten sluiten met een bepaalde sport of club, wat leidt tot een nog grotere ongelijkheid in media-aandacht. Contracten tussen media en sport worden gesloten omdat beide partijen er voordeel uit halen, alleen dan is er sprake van een symbiotische relatie (Martine, Williams e.d., 2014). Tal van elementen, voornamelijk financieel getinte, beslissen in feite over de verdeling van media-aandacht.

7.3 Wederzijdse afhankelijkheid sport en media op individueel niveau

De afhankelijkheidsrelatie tussen media en sport vindt niet alleen op algemeen niveau plaats, maar ook op individueel niveau. De journalist probeert namelijk een soort vertrouwensrelatie op te bouwen met sporters om exclusieve quotes te bemachtigen. Dit resulteerde in een

afhankelijkheidsrelatie aangezien de journalist met lege handen achterblijft wanneer de sporter geen interview geeft.

MacNeill (2002) toonde met zijn onderzoek aan dat de afhankelijkheidsrelatie wederzijds is. Sporters hebben de journalisten nodig voor de *media-exposure* die zorgt voor publiciteit. Eddy Demarez geeft aan dat sporters regelmatig eisen stellen. Zo geven bepaalde atleten aan slechts geïnterviewd te willen worden als de journalist enkele concrete vragen niet stelt of als ze voor een specifiek reclamepaneel geplaatst worden om te sponsor te plezieren. Demarez vertelt hier niet op in te gaan met het oog op zijn journalistieke vrijheid. Hiermee benadrukt hij het belang van een zekere afstand tussen journalist en atleet (Van Boxem, 2014). De Witte geeft aan dat de journalist hierbij ook nog eens rekening moet houden met de regels van de trainer. Zo hebben trainers een eigen reglement in verband met de plaats en het tijdstip waarop interviews worden toegelaten (Van Boxem, 2014).

Demarez is zich ook uitermate bewust van de afhankelijkheidsrelatie tegenover de sporter. Hij geeft aan dat het almaar moeilijker wordt om toppers te interviewen, grotendeels omdat ze veel meer afgeschermd worden van de media dan vroeger. Dit is vooral het geval voor de mediasporten, zelfs bij het wielrennen, de volkssport waar het volk nog dicht bij de renners kan staan. Uren wachten op een bepaald sleutelfiguur van de wedstrijd biedt niet altijd een garantie op een interview. Een andere tendens is dat journalisten zich niet meer kritisch durven opstellen uit schrik de vertrouwensband te schaden en bijgevolg geen exclusieve quotes te krijgen van de sporter (Van Boxem, 2014).

Demarez geeft te kennen dat er een wederzijdse afhankelijkheid heerst, maar acht de media belangrijker voor de sport(ers) dan omgekeerd. Hij geeft te kennen dat ze voor hun loon afhankelijk zijn van sponsors die geïnteresseerd blijven door de visibiliteit in de media. (Van Boxem, 2014). Voetballers zijn een uitzondering aangezien ze per maand een vast bedrag verdienen, ongeacht het aantal interviews of andere mediagerelateerde zaken die ze volbrengen. Niet alleen met het oog op publiciteit is de media van belang voor de sporters, ze wenden zich ook tot de journalisten om geruchten of onwaarheden de kop in te drukken (Van Boxem, 2014).

8. Gevolgen van kritiek en maatregelen

De kritische en wantrouwende houding tegenover de sportpers heeft repercussies voor zowel het publiek als de sportjournalistiek zelf. De aard van de sportjournalistiek, gekarakteriseerd

door de stijgende externe verzelfstandiging van sport, heeft een afstand gecreëerd tussen sport en de sportfans (McCarthy, 2012). Langs de kant van het publiek werd dit gecompenseerd door blogs. *By reiterating sports information from their own perspective, fans are able to mitigate that distance* (McCarthy, 2012). De vurige en liefdevolle toon waarmee de bloggers over hun passie praten zorgt voor een intieme relatie met de sport waar de traditionele sportjournalistiek, zelfs met hun ontelbare quotes en toegang tot info, niet tot in staat is. De sportbloggers beschouwen hun 'werk' niet als een verlengstuk van de sportjournalistiek, maar wel als een directe reactie op de sportervaring. Bovendien wil meer dan 50% van de ondervraagden niet als journalist gezien worden. Integendeel, ze bekritisieren sportjournalisten voor hun gebrek aan kennis, hun vooringenomenheid, hun onnauwkeurigheid en hun onevenwichtige *coverage* van sporten (McCarthy, 2012).

Naast bepaalde sportfans die aan het bloggen geslaan zijn om de afstand met sport wat te overbruggen, heeft ook de sportmedia zelf maatregelen en initiatieven genomen om de vervreemding met het publiek een halt toe te roepen. Halfweg het eerste decennium van de 21^e eeuw werden de ethische richtlijnen geformaliseerd, waarbij een nauwere aansluiting werd gerealiseerd met die van de politieke journalistiek (Oates & Pauly, 2007). De opkomst van *New Journalism* moest evenals voor een ommekeer in het sportdepartement zorgen.

New Journalism offered an uninvited critique of normal journalistic conventions and assumptions. Taking up sports as a serious topic was part of this critique, but shifting the focus from the structure and apparatus of games and events to sports participation, spectatorship, production, and display as culturally complex activity was the other part (Oates & Pauly, 2007, p.345)

Ondanks de innovatieve en uitdagende aanpak van deze schrijvers, blijft sportjournalistiek vandaag de dag zweven tussen amateurisme en professionalisme, tussen neutraal en commercieel getint werk (Oates & Pauly, 2007).

9. Kenmerken van professionele en geloofwaardige journalistiek

Wat moet of kan er dan veranderen om sportjournalistiek geloofwaardiger en professioneler te maken? De sleutel tot slagen lijkt te liggen in de opwaardering van de sportjournalistiek door thema's te introduceren die de sport overstijgen. *More revered sports journalists are thought to be 'capable of reaching beyond sport into the more universal and profound sphere of individual motivation* (MacNeill, 2002, p.12). Deze toevoeging zou een verrijking zijn voor

zowel de sportredactie als het publiek. Tegelijkertijd moet aan de ethische regels en variatie gesleuteld worden. Volgens Wulfemeyer (2009) moet sportjournalistiek even ethisch verantwoord zijn als de andere sectoren binnen de journalistiek.

Hoe onwaarschijnlijk het soms ook lijkt wanneer je de sportjournalistiek bekijkt, er blijkt al sinds 1975 een lijst te bestaan met ethische richtlijnen voor sportschrijvers en –redacteurs. Deze werd uitgebracht door de *Associated Press Sports Editors*, maar niet al te strikt nageleefd. Onder andere Wulfemeyer (2009) roept op voor de verdere ontwikkeling van up-to-date richtlijnen voor sportjournalisten, maar is zich tegelijkertijd bewust van de uitdaging hiervan. Elke onethische actie kan tevens een belangrijk voordelig resultaat bieden zoals geld, erkenning, macht, tijdsbesparing, beter zijn dan de concurrentie enz.

Terwijl Van Boxem (2014) aangeeft dat een journalist ten eerste een onpartijdige spreekbuis moet aanbieden waarbinnen elke mening naar buiten kan gebracht worden en ten tweede dient te waken over de democratie, somt MacNeill (2002) een lijstje op met noodzakelijke kenmerken die sportjournalistiek in de toekomst moet nastreven. Volgens deze laatste hebben we een vorm van journalistiek nodig die meer belang hecht aan de context bij rapportering. Daarnaast moet ze ook kritischer, meer gebalanceerd, niet beïnvloed en neutraal zijn. Verder moet ook de aandacht gelijkwaardiger verdeeld zijn over de verschillende sporten en atleten, evenals de genderverdeling op de nieuwsredactie. Tenslotte, dient journalistiek ook meer sociaal verantwoordelijke en educatieve inhoud te brengen, die eveneens over meer journalistieke reflectie beschikt.

Rowe (2004) ziet het somberder in aangezien hij van mening is dat de aard van de sportjournalistiek dergelijke veranderingen niet toelaat. *Sports journalism cannot be quarantined from the requirements of critical investigation because of its popular cultural object* (Rowe, 2004, p.2). Al geeft hij ook aan dat sportjournalistiek wel naar een hoger niveau kan getild worden indien de verhalen sport gebruiken als een vertrekpunt voor de ontdekking van existentiële thema's.

10. De kracht van de media

10.1 Mediaschandalen

De kracht van de media valt niet te onderschatten. Het kan iemand of iets maken of kraken. Een schandaal kan worden gecreëerd door de pers zonder dat de atleet daar vat op heeft. Zo

werd Beckham eerst gevild in de Britse media nadat hij een rode kaart had gekregen tijdens een wedstrijd voor het nationale team, maar werd hij jaren later in de armen gesloten en geadoreerd door diezelfde pers. Waar hij eerst schandaal na schandaal moest ontkennen rept de Engelse pers amper nog een slecht woord over hun ‘held’ (Rowe, 2004). De media kan op die manier een bijzonder grote en rechtstreekse invloed hebben op de prestaties van een atleet. Moet het privéleven van een sporter uitgesmeerd worden in de media? Het blijft een delicate kwestie waar geen eensgezindheid over bestaat. Rowe (2004) oordeelt dat het slechts bericht moet worden indien de extrasportieve situatie een directe impact heeft op het publieke leven en de prestaties van de persoon in kwestie. *But the lurid details of drug, alcohol, sex, business, and family problems of sports figures do not have to be used by news media to increase profits or to appeal to the perceived perverted curiosities of readers* (Rowe, 2004, p. 7).

10.2 Financiële en niet-financiële gevolgen

Een ander aspect van de kracht van media-aandacht, indirect van aard, kwam al uitgebreid aan bod. Met name de kettingreactie die het veroorzaakt: meer aandacht betekent meer sponsors, wat leidt tot meer financiële middelen om professioneel met sport bezig te zijn, wat op zijn beurt een grotere mogelijkheid op succes biedt. Media-aandacht kan ook op korte termijn en los van het financiële aspect gevolgen hebben. Opvallend is het concreet voorbeeld van de New Orleans Saints’ die een onverwacht succesvolle prestatie neerzetten in 2016 nadat de streek geteisterd werd door de orkaan Katrina. Het mediaverhaal creëerde een *winning team* dat als het ware gold als een metafoor voor het herstel, de collectieve verwerking en de vlucht van de traumatische herinnering. Serazio (2010) bekijkt echter de keerzijde van dit onverwacht succes. *I problematize the fact that, at a time the city was still in need of real—not just mythic—solutions, a storyline of triumph was diffused with little critique.*

10.3 Het sportinterview

De kracht van de media kan ook teruggevonden worden in het sportinterview, meer bepaald in het interview onmiddellijk na de geleverde sportprestatie. Dit is het moment bij uitstek waarop de atleet het kwetsbaarst is daar hij of zij bomvol adrenaline zit die zich meestal uit in euforie of ontgoocheling, ook wel *heat of passion*-reacties genoemd. In Amerika is veel te doen om de zogenaamde *lockerroom interviews*. Wulfemeyer (2009) ziet de nieuwswaarde

ervan in voor het publiek, maar stelt zich vragen bij de waarheidsgetrouwheid van het interview.

After all, how accurate, insightful, or philosophical can an athlete be after having run 80 yards for a touchdown or while standing nude and dripping wet among a group of raucous or sobbing teammates and a pack of microphone-wielding reporters. (Wulfemeyer, 2009, p. 161).

Wekelijks zijn er voorbeelden te vinden van sporters die uitspraken doen na hun wedstrijd waar ze achteraf misschien toch wat spijt van hebben. Zo werd *American football player* Ryan Griffin sterk bekritiseerd door zowel de media als zijn ploegmaats nadat hij zich in het *post-game interview* had uitgelaten over de tegenstanders. Griffin werd verweten naïef en gemeen te zijn en bovendien een gebrek aan mediatraining te hebben gekregen (Wilson & Connolly, 2006).

10.4 Het nut van mediatraining

Mediatraining kan een goed hulpmiddel zijn voor sporters om hen te weerhouden te impulsieve dingen te zeggen en zaken verkeerd te verwoorden. Toch blijkt dit niet per se een oplossing te zijn voor alle sportlui die een micro onder de neus geduwd krijgen na een wedstrijd om het scherpst van de snee. Een Amerikaanse *pilot study* gaf aan dat 74% van de ondervraagden het zijlijninterview zou afschaffen. Het lijkt hen beter om sporters te interviewen wanneer ze zich niet aan de rand van het veld of in de *lockerrooms* bevinden, maar te wachten tot spelers en coach de kleedkamer verlaten (Wulfemeyer, 2009). Vlaams voetballer De Witte ziet het interview direct na de wedstrijd dan weer als een deel van de job. Hoewel hij er liever eerst nog een nachtje over zou slapen, probeert hij begrip op te brengen voor de journalisten die er staan. Hij ziet het persoonlijk als een verplichting van elke voetballer om de mensen van de pers te woord te staan (Van Boxem, p.102).

11. Conclusie

Sportjournalistiek wordt dikwijls aanzien als het *toy department* van de journalistiek dat enkel *soft news* verspreidt. Dit beeld van een geïsoleerde wereld die hardnekkig vasthoudt aan traditionele sportthema's en een beperkt aantal niet-wetenschappelijke bronnen vormt een deel van de kwalijke reputatie. De kortzichtige aanpak resulteert in weinig opwindend, onprofessioneel en cliché sportnieuws. Wegens het veelal onethisch en commercieel karakter,

is het vertrouwen in de sportjournalistiek helemaal zoek. Al dient dit genuanceerd te worden afhankelijk van het land, het moment, de situatie en het publicatietype. Zo hebben sportmagazines in Engeland een heel bedenkelijke reputatie, terwijl de sportpers in Duitsland relatief hoog staat aangeschreven. De delicate discussie over interviews na de wedstrijd is evenals gebonden aan allerlei externe factoren. Zo pleit de meerderheid in Amerika voor de afschaffing van *lockerroom interviews* terwijl Vlaams voetballer De Witte verantwoording tegenover de media na de match beschouwt als een deel van zijn job.

Macht en geld sturen de beslissingen in het sportinstituut. Het sportlandschap is namelijk volledig vercommercialiseerd en gemediatiseerd. De immense invloed van het geld strekt zich immers uit van de individuele sporter tot aan de media zelf. Het financiële aspect is dus het hoofdelement in de symbiotische relatie tussen sport en media, waarbij ook een hoofdrol weggelegd is voor het publiek. De verstandhouding tussen sport, media en publiek kan uitgedrukt worden in een ketting: meer media-aandacht betekent een breder publiek en meer sponsors, wat leidt tot meer financiële middelen om professioneel met sport bezig te zijn, wat op zijn beurt een grotere mogelijkheid op succes biedt. Op die manier wordt de kloof tussen media- en niet-mediasporten alsmaar groter, onoverbrugbaar lijkt het wel, aangezien de bovenstaande ketting de vicieuze cirkel representeert waarin de sportmediawereld momenteel verkeert. De wederzijdse afhankelijkheidsrelatie tussen sport en media werkt de afstand met kleinere sporten, met andere woorden, alleen maar in de hand.

Er mag dan wel sprake zijn van stijgende media-aandacht, en dus automatisch groeiende interesse vanuit het publiek, voor kleinere sporten; deze is echter niet opgewassen tegen de grote stappen die sporten met een reuze-aanbod, zoals mannenvoetbal en -wielrennen, blijven zetten. Zo blijft het ook voor vrouwensporten vechten om in de belangstelling te komen. Door de minimale persaandacht, het traditiegetrouw kijken van het publiek (namelijk naar mannensporten) en de denigrerende houding tegenover vrouwen in de sport blijkt het heel moeilijk voor deze sporten om sponsoring en een vast publiek te vinden. Een mogelijke ingang naar meer persaandacht lijkt die van succesvolle prestaties te zijn, maar vaak blijkt dit, vooral voor vrouwen, niet genoeg. Niet-mediasporten, en dus ook vrouwensporten, komen geleidelijk aan wat meer *in the picture*, maar de weg naar gelijke, laat staan een minder contrasterende, *coverage* is nog zeer lang.

Wie ervan uitging dat een stijging van vrouwelijke sportjournalisten deze kloof beetje bij beetje zou dichten heeft zich duidelijk vergist. Sinds de geleidelijke, doch kleine, toename van

vrouwen die enkele decennia geleden begon wordt amper meer aandacht besteed aan vrouwensporten. Ze willen namelijk niet onderdoen voor hun mannelijke collega's en dienen daarvoor traditiegetrouw te werk te gaan. M.a.w., ze verslaan 'nieuwswaardige' sporten aangezien dit voor mannen, de journalistiek en dus voor henzelf, het enige is wat telt. Voor een min of meer gelijke verdeling van vrouwen en mannen op het sportdepartement zullen dus in eerste instantie vooroordelen en tradities overboord moeten gegooid worden waarbij ook de symbolische connectie tussen man en sport teniet moet worden gedaan.

Vrouwen op de sportredactie hebben het niet onder de markt als grote en ondergewaardeerde minderheid. Ze moeten als het ware onderhandelen tussen de tegenstrijdigheid vrouw-journalist om te slagen in de door de man gedomineerde job. De strijd voor geloofwaardigheid en tegen onzichtbaarheid en discriminatie moet leiden naar erkenning van de evenwaardige kwaliteiten en adequate sportkennis die vrouwen bezitten. Beide genders bezitten bepaalde voordelen als sportjournalist, waardoor het gezien wordt als een stap vooruit om een evenwichtigere verdeling te scheppen op de sportredactie. Meer gelijkheid tussen mannen en vrouwen in de sportwereld en de sportmediawereld is tevens een stap in de goede richting naar professionele en betrouwbare sportjournalistiek.

Een andere maatregel om de afstand tussen sport en het publiek te kunnen verkleinen is de creatie van strengere ethische regels die strikt gevolgd worden. Dit betekent dat er moet afgestapt worden van vaste scripts, sensationele schandalen en lucratieve coöperaties die de journalistieke integriteit in het gedrang brengen. Het ultieme doel is de inclusie van sportoverstijgende thema's waarbij onder meer kritisch gereflecteerd wordt over de sport op zich.

Empirisch luik

1. Onderzoeksdoel

De centrale onderzoeksvraag waarrond dit onderzoek is opgebouwd luidt ‘*de kijk van de Vlaamse atleet op de Vlaamse sportmedia*’. Vanuit deze beschrijvende onderzoeksvraag werd een onderzoek verricht bij Vlaamse sportlui die bereid waren mij een inkijk te geven in hun gedachtegang met betrekking tot de Vlaamse sportpers. Omdat de onderzoeksvraag heel wijd en algemeen is, werd ze opgesplitst in enkele deelvragen.

- (1) *Is er een verschil in visie op de sportmedia tussen atleten uit mediasporten en niet-mediasporten?*
- (2) *Is er een verschil in visie op de sportmedia tussen atleten die top zijn in hun sport en atleten die minder succesvol zijn?*
- (3) *Hoe staan de Vlaamse atleten tegenover het sportinterview?*
- (4) *Welke evoluties hebben de laatste decennia plaatsgevonden binnen de sportmedia?*
- (5) *Wat zijn de verschillen a) binnen de Vlaamse sportmedia
b) met de sportpers in andere landen?*

Het onderzoek is wetenschappelijk interessant wegens de omkering van het perspectief dat normaliter gehanteerd wordt. Het ontbreekt namelijk niet aan studies waarbij men nagaat hoe sportlui weergegeven worden in de media. Wel is er amper onderzoek verricht naar de visie van sportlui op de pers waarbij de atleten zelf aan het woord gelaten worden. Kevin Van Boxem (2014) schreef zijn masterproef over de wederzijdse relatie tussen de hedendaagse sport en media. Hij onderzocht hoofdzakelijk hoe en hoe vaak atleten afgebeeld werden in de Vlaamse sportmedia, maar nam daarnaast ook interviews af met drie sporters die hun ervaring en mening omtrent de relatie tussen sport en media uitvoerig deelden. De totaliteit van interviews en analyses die deel uitmaken van dit onderzoek, kan een aanvulling bieden op het bestaande onderzoek van Van Boxem.

Het onderzoek biedt ook een maatschappelijke relevantie. De media is een krachtige machine die bepaalde sporters en sporten belicht zoals en zoveel het wil. Dit onderzoek geeft de mensen die normaal het passieve onderwerp van berichtgeving en onderzoek zijn de kans zelf een boodschap mee te geven. Weinig lezers, kijkers en luisteraars houden immers rekening met de impact die de mate van media-aandacht en de teneur ervan hebben op atleten. Ook

voor de sportjournalisten in het bijzonder kan de visie van Vlaamse sportlui op hun werk een boeiende les zijn. Het onderzoek kan bovendien een voorbereidende rol hebben voor toekomstige atleten en journalisten die kunnen leren uit de opinie en ervaringen van de sporters.

2. Onderzoeksaanpak

2.1 Dataverzameling via diepte-interviews

De data voor dit onderzoek werd verzameld aan de hand van diepte-interviews. Bij deze kwalitatieve onderzoeksmethode werd dienst gedaan op een ruim denkkader en een goed interpretatievermogen. Dankzij deze techniek was het mogelijk het perspectief van de participanten op de sporters te ontdekken en te analyseren.

Om niet geremd te zijn door een vaste volgorde of inhoud van de vragen, werd geopteerd voor semi-gestructureerde diepte-interviews. Op die manier kon de interviewee vrijuit zijn visie en ervaringen delen waar als interviewer dieper op in kon worden gegaan. Een gestructureerd interview of een kwantitatieve methode was hier niet aan de orde geweest daar een relatief vrije gespreksvorm noodzakelijk was om de soort data te verkrijgen die voor ogen gehouden werd. Hierin speelden gerichte bijvragen en persoonlijk contact met de interviewee een essentiële rol. Elke atleet belicht immers andere invalshoeken en bekijkt de media vanuit zijn sport en persoonlijke ervaringen.

2.2 Steekproef

Alle data werd verkregen via de tien diepte-interviews. De interviews, geplaatst in volgorde van afname, werden gehouden met volgende sporters:

- Frederik Van Lierde: triatleet
- Ulla Werbrouck: judoka
- Wim Declair: handbiker
- Laure Flament: volleybalster
- Harm Vanhoucke: wielrenner
- Lowiese Seynhaeve: voetbalster
- Yves Lampaert: wielrenner
- Ann Wauters: basketbalster
- Kimberly Buys: zwemster

- Filip Dewulf: tennisser

De eerste zes interviews vonden plaats tussen 17 maart en 14 mei. De laatste vier werden afgenomen tussen 28 juni en 8 augustus. Het interview met Frederik Van Lierde vond plaats via FaceTime aangezien hij enkele maanden in het buitenland vertoefde als voorbereiding op de belangrijke Ironmans. Voor de overige interviews ben ik bij de atleten-respondenten thuis langsgegaan. Dit geldt niet voor Kimberly Buys, met wie ik in het Olympisch zwembad van Antwerpen heb afgesproken en voor Yves Lampaert, die zelf bij mij thuis is gestopt tijdens zijn training. Alle interviews namen tussen de vijfendertig en zestig minuten in beslag.

Voor mijn steekproef was ik op zoek naar atleten uit verschillende sportdisciplines en van verschillende leeftijden. Bovendien dienden zowel toppers als minder succesvolle atleten geselecteerd te worden uit zowel populaire als minder populaire sporten. De opzet was duidelijk, maar voor de steekproef was ik in de eerste plaats afhankelijk van de bereidheid van de atleten. Wekenlang heb ik dagelijks tientallen mails gestuurd en tot mijn verbazing gingen enkele grote Vlaamse namen in op mijn vraag. Enkele van hen kwamen hun afspraak echter niet na, maar anderen deden dat wel. Aangezien een limiet van tien interviewees voor ogen werd gehouden was het een moeilijke selectie.

Uiteindelijk is het een lijstje geworden van vijf mannen en vijf vrouwen. Zeven onder hen beoefenen hun sport tot op heden op het hoogste niveau, terwijl de andere drie al vaarwel gezegd hebben aan de topsportwereld. Uit elk van de disciplines voetbal, tennis, basketbal, volleybal, handbiken, judo, triatlon en zwemmen werd één sporter geïnterviewd. Daarnaast maken twee wielrenners, één talentvolle belofte en één ervaren profrenner, deel uit van de steekproef om een vergelijking te kunnen maken binnen deze mediasport. Dirk Dewulf is een bijzondere naam in het lijstje. Hij was jaren actief als profatleet, maar is nu bezig aan een tweede carrière als sportjournalist bij Het Laatste Nieuws. De tien sportlui worden elk kort voorgesteld in ‘summiere voorstelling van de respondenten’.

2.3 Categorieën

Aan de hand van de diepte-interviews wordt gezocht naar een antwoord op de centrale onderzoeksvraag en de deelvragen. Om een helder en allesomvattend antwoord te kunnen geven op deze vragen werden de gegevens onderverdeeld in twaalf categorieën, die op hun beurt uit deelcategorieën bestaan.

A. Algemene mening over de sportmedia

De eerste categorie schept een beeld van de algemene visie die de respondenten hebben op de kwaliteit en de inhoud van de sportmedia. Ze geven aan wat ze goed vinden, maar lichten ook hun ergernissen, bekommernissen en vooruitstrevende ideeën toe.

B. Eigen ervaringen met de sportjournalistiek

Hier komen de persoonlijke verhalen aan bod van de atleten-respondenten met betrekking tot de sportjournalisten. De kijk van de atleten op de media kan beter gekaderd worden aan de hand van hun ervaringen. Het belang van het vertrouwen in een journalist en de omgang met mediapielen komen hier onder meer aan bod.

C. Eigen sport ten opzichte van andere sporten

In deze uitgebreide categorie komt in de eerste plaats de verdeling van de media-aandacht over de verschillende sporten heen aan bod. De redenen voor het verschil in *coverage* van de verschillende sporten worden gegeven door de atleten-respondenten die meestal vertrekken vanuit hun eigen sport. Ook wordt de bijdrage die de sporter als individu levert aan de promotie voor zijn of haar sport in dit stuk ondergebracht. Verder wordt ook gekeken naar de verdeling van media-aandacht binnen eenzelfde sport.

D. Persoonlijke media-aandacht

In deze categorie vertellen de sporters hoe ze tegenover de persoonlijke media-aandacht aankijken en hoe ermee omgaan. Ook wordt het belang dat ze hechten aan media-aandacht voor hen als individu aangekaart.

E. De kracht van de media

Hier wordt nagegaan in welke mate de Vlaamse sporters schrik hebben van de kracht en macht van de media. Ook komen de gevolgen aan bod die ze daarvan ondervinden en aansluitend de maatregelen die ze treffen. Verder wordt gepeild naar hun omgang met en houding tegenover die machtige machine die de pers is.

F. Het interview na de wedstrijd

Deze categorie zet de uiteenlopende meningen van de atleten-respondenten op een rijtje omtrent het interview onmiddellijk na de wedstrijd. Hierin wordt nagegaan hoe de atleten staan tegenover en omgaan met dergelijke interviews en wie ze verantwoordelijk achten om het in goede banen te leiden.

G. Voor- en nadelen van media-aandacht

De categorie brengt de voor- en nadelen in kaart die de sporters benoemen wanneer ze denken aan media-aandacht.

H. Evolutie in de sportmedia

Hier komen de veranderingen en gelijkenissen van de laatste decennia aan bod die opgemerkt werden door de atleten-respondenten. Dit heeft zowel betrekking op de aanpak van de sportjournalisten op zich als op de sportredactie in zijn geheel.

I. De verschillen tussen journalisten

De respondenten geven enerzijds mogelijke verschillen tussen individuele journalisten weer, anderzijds wordt gekeken of er een lijn te trekken is in de journalisten volgens gender, leeftijd, medium enz.

J. Als vrouw in een mannenwereld

De verhouding tussen mannen en vrouwen wordt in deze categorie onder de loep genomen, dit op twee niveaus. Enerzijds, geven de respondenten hun kijk op de aandacht die de media schenkt aan mannelijke sporters en vrouwelijke sporters. Anderzijds, wordt de balans man-vrouw op de sportredactie nagegaan. Hierbij geven sporters te kennen hoe vaak ze geïnterviewd zijn geweest door vrouwen.

K. Mediatraining

Deze categorie bevat de mate waarin mediatraining aanwezig is bij de verschillende sporten. Ook geven de atleten hun oordeel over het nut en het belang van dergelijke trainingssessies. Daarnaast is ook ruimte voor de automatische mediatraining, namelijk door de ervaring van interviews te geven.

L. Vlaamse vs. andere sportmedia

In deze categorie vindt een vergelijking plaats tussen de Vlaamse sportpers en die in het buitenland. De atleten-respondenten komen namelijk regelmatig in contact met de buitenlandse sportmedia en bevinden zich dus in de juiste positie om een beeld te vormen van deze verschillende media.

M. Het persoonlijk motief voor media-aandacht

Hier wordt duidelijk wat de precieze drijfveer is voor de sportlui om *in the picture* te staan. De atleten-respondenten geven hier te kennen of ze dit voornamelijk voor de persoonlijke erkenning doen, eerder voor promotie van hun sport of specifiek om sponsors aan te trekken.

2.4 Methode voor analyse

Voor de analyse van de data werd gebruik gemaakt van een kwalitatieve methode, waarbij de gegevens gecodeerd en geïnterpreteerd werden. Aan elke categorie werd een code (een kleur) vastgekoppeld, waardoor de inhoud van elke categorie gestructureerd en gekoppeld werd aan de data.

De opmaak van het codeboek bestond initieel uit 10 categorieën, maar tijdens de fase van de analyse werden hier drie categorieën aan toegevoegd: *Mediatraining*, *Persoonlijke media-aandacht* en *Het motief voor media-aandacht*. Met deze drie extra categorieën konden alle gegevens ondergebracht worden en mits de kleurcode overzichtelijk worden verwerkt, gestructureerd en geïnterpreteerd.

3. Summiere voorstelling van de respondenten

3.1 Ulla Werbrouck (°1972) – Judo

Ulla Werbrouck (hierna: “*Werbrouck*”) is afkomstig uit het Izegemse en staat bekend als iemand die niet op haar mondje gevallen is. Haar sterk karakter loonde ook op de *tatami*, waarop ze grote successen boekte.

Onder haar vaste trainer Jean-Marie Dedecker werd ze 6x Belgisch kampioen en 7x Europees kampioen. Wereldkampioen is altijd een leemte op haar palmares gebleven, maar in 1996 behaalde ze wel het hoogst haalbare in de sportwereld: een gouden medaille op de Olympische Spelen van Atlanta. Datzelfde jaar werd de judoka verkozen tot Sportvrouw van het Jaar.



In 2002 besloot ze op 30-jarige leeftijd een punt achter haar carrière te zetten. Intussen is ze 45 jaar, moeder van drie zonen, en nog steeds actief in de sportwereld als administratief medewerkster bij Sport Vlaanderen. Voordien had Werbrouck een kort avontuur in de

politiek, waarbij ze ook naast de mat met Dedecker (LDD) in zee ging. Al snel besepte ze dat dit wereldje niets voor haar was.

3.2 Ann Wauters (°1980) - Basketbal

Ann Wauters (hierna: “*Wauters*”) speelt al meer dan twintig jaar aan de absolute top van het basketbal. De intussen 36-jarige Wauters werd geboren in Sint-Niklaas maar verhuisde voor de liefde naar West-Vlaanderen, al vertoeft ze voornamelijk in het buitenland.



Volgend seizoen gaat ze bij het Turkse *Yakin Dogü Universitesi* aan de slag, de 20e ploeg uit haar loopbaan. De blondine heeft intussen een ellenlange erelijst bij elkaar gespeeld. In elk land waarin ze speelde won ze een trofee. Zo werd ze 4x kampioen in Frankrijk, 3x in Rusland, 1x in Zuid-Korea, 1x in Spanje, 1x in Turkije en 1x in de VS. Daarnaast won ze ook 3x de beker in Frankrijk, 3x in Rusland en eenmaal in Turkije. In 2017 behaalde ze haar eerste succes met de nationale ploeg, de *Belgian Cats*, dat brons pakte op het EK.

Dankzij deze prestaties werd ze onder meer vijfmaal verkozen tot Europese speelster van het jaar. Sportvrouw van het jaar in eigen land werd Wauters echter nooit. Ze beviel van een zoon in 2011, maar is intussen moeder van drie samen met haar vrouw die tweemaal beviel.

3.3 Laure Flament (°1998) - Volleybal

Het 19-jarig volleybaltalent Laura Flament (hierna: “*Flament*”) heeft al drie seizoenen bij de Belgische topclub VDK Gent achter de rug. Afgelopen seizoen (‘16-‘17) werd ze beloond voor haar bijdrage met de trofee van *Rookie of the Year*, dat is de prijs voor beste beloftevolle jongere.



De Wevelgemse staat nog aan het begin van haar carrière maar speelde al twee (verloren) bekerfinales. Ze is een vaste waarde bij de *Young Yellow Tigers*, met wie ze het tot de halve finale van het EK schopte.

3.4 Wim Declair (°1971) - Handbike

De West-Vlaming Wim Declair (hierna: “Declair”) afkomstig uit Harelbeke, besliste op 24-jarige leeftijd om zijn linkeronderbeen te amputeren. Op zijn achttiende had hij een motorongeval waarbij hij een knie-luxatie opliep.



Dit is op zich geen ernstige verwonding, maar omdat de dokter die zijn knie rechtzette een geknelde ader over het hoofd zag vormde zich een probleem. Bovendien kreeg de handbiker een open gips in plaats van een gesloten gips rond zijn been, waardoor beide slagaders gekneld zaten.

Na weken de pijn te verbijten en verschillende dokters te raadplegen was het verdict zwaar voor Declair die intussen zo'n dertig kilogram lichter woog: zijn been was helemaal rot. Vijftien operaties later teisterde een chronische botontsteking zijn slecht been waarna hij de knoop doorhakte. De amputatie was voor een stuk een opluchting en gaf hem nieuwe kracht waarna hij zich stortte op het fitness en later, op 29-jarige leeftijd, op het handbiken.

Hij won onder meer 2x de marathon van Hamburg, 3x de marathon van Berlijn en werd Belgisch kampioen in 2012. Ook haalde hij twee bronzen en één zilveren medaille op WK's en twee bronzen medailles op de Paralympische Spelen van Londen in 2012, één in de wegrit en één in de tijdrit. Declair is intussen 46 en zo goed als gestopt met wedstrijden.

In 2012 speelde zich een persoonlijk drama af dat uitgesmeerd is in de pers. Zijn minnares werd vermoord door haar man nadat ze de affaire opgebiecht had, waarna Declair in een mediastorm verzeilde. Dit allemaal enkele maanden voor de Spelen van Londen waar hij twee medailles zou halen.

3.5 Harm Vanhoucke (°1997) – Wielrennen

Harm Vanhoucke (hierna: “Vanhoucke”) wordt al jaren naar voren geschoven als een groot klimtalent.

De jongen uit Aalbeke is nu twintig en heeft zijn profcontract beet bij Lotto Soudal. Bij de beloften behaalde hij enkele knappe overwinningen. Hij werd



West-Vlaams kampioen tijdrijden, won etappes in de *Ronde van Savoie* en de *Ronde van Aostavallei*. Daarnaast kwam hij ook als eerste over de finish in de eendagskoersen *Piccolo Ronde van Lombardije* en *Flèche Ardennaise*.

3.6 Frederik Van Lierde (°1979) – Triatlon

De 38-jarige Frederik Van Lierde (hierna: “*Van Lierde*”) is een grote naam in het triatlon.

Dit heeft hij voornamelijk te danken aan zijn overwinning op de Ironman van Hawaï in 2013, het prestigieuze wereldkampioenschap. Dat topjaar werd nog verder opgefleurd door de verkiezing van Sportman van het jaar.



Andere mooie overwinningen zijn de Ironman van Nice (4x), de Ironman van Mexico en het Europees kampioenschap langeafstandstriatlon. Van Lierde, afkomstig uit Menen, wordt getraind door Luc Van Lierde (geen familie), die zelf tweemaal als eerste over de streep kwam op Hawaï.

3.7 Lowiese Seynhaeve (°1999) – Voetbal

Lowiese Seynhaeve (hierna: “*Seynhaeve*”) is nog piepjong, 18 jaar, maar speelt al enkele jaren op het hoogste niveau van het Belgische vrouwenvoetbal. Eerst bij Club Brugge, nu staat de Wevelgemse in doel bij Ladies Gent.



Met deze laatste club pakte ze eenmaal de Beker van België en werd ze kampioen. Afgelopen seizoen (‘16-‘17) werkte ze mee aan een filmpje omtrent seksuele voorkeur in het voetbal.

3.8 Yves Lampaert (°1991) – Wielrennen

De 26-jarige Izegemnaar Yves Lampaert (hierna: “*Lampaert*”) rijdt al enkele jaren mee in het profpeleton, waarvan de laatste jaren in dienst bij de ploeg van Patrick Lefevre: Etixx Quick Step. In deze ploeg moet hij



kopmannen als Gilbert, en tot afgelopen jaar ook Boonen, bijstaan en aan overwinningen helpen.

Zelf heeft hij echter ook al mogen juichen. Hij werd al wereldkampioen ploegentijdrit, Belgisch kampioen tijdrijden, won Dwars door Vlaanderen en een rit in de Driedaagse van West-Vlaanderen.

3.9 Kimberly Buys (°1989) – Zwemmen

Kimberly Buys (hierna: “*Buys*”), afkomstig uit Sint-Niklaas, bezit enkele Belgische Records in het zwemmen. Ze heeft een moeilijke periode in haar carrière overwonnen en behaalde in juli 2017 haar eerste finale op een WK, namelijk op de 50 meter vlinderslag.



Haar andere favoriete nummers zijn de 200 meter wisselslag en de 100 meter vlinder. Op deze laatste twee haalde ze al een zilveren medaille op het EK kortebaan.

De 28-jarige Antwerpse wordt gecoacht door Ronald Gaastra, de scherpe Nederlander die onder meer Fred Deburghraeve en Pieter Timmers onder zijn hoede heeft gehad.

3.10 Filip Dewulf (°1972) – Tennis

Filip Dewulf (hierna: “*Dewulf*”) is een tennisser uit Mol. In 1997 verbaasde hij de hele tenniswereld door het van de kwalificaties tot in de halve finale te schoppen op Roland Garros. Tot op de heden bezit de Limburger nog steeds het record van kwalificatiespeler die het verst raakte op het Franse Grand Slamtoernooi.



Het jaar nadien bereikte hij de kwartfinale in Parijs. Andere uitschieters, van een minder formaat echter, waren zijn drie toernooizeges op ATP-niveau (= het hoogste niveau in het mannencircuit), waarvan twee in het enkelspel en een in het dubbel. In 2001 zette hij een punt achter een carrière die veel hoogtes en laagtes kende.

Intussen is Dewulf 45 en al vijftien jaar aan de slag als sportjournalist bij Het Laatste Nieuws, waar hij in hoofdzaak verantwoordelijk is voor de verslaggeving van het tennis.

4. Resultaten: analyse van de diepte-interviews

4.1 Algemene mening over Vlaamse sportjournalistiek

Sportjournalistiek werd altijd al als kneusje van de journalistiek beschouwd. Menig auteur (cfr. ‘Literatuurstudie’) menen dat de journalisten van de sportredactie onethisch en onprofessioneel te werk gaan. Hoe kijken de respondenten aan tegen de Vlaamse sportpers?

4.1.1 Algemeen positief

Over het algemeen zijn de geïnterviewde atleten tevreden over de inhoud en de kwaliteit van de Vlaamse sportmedia. Opvallend is de uitstekende reputatie die Sporza en hun journalisten blijken te hebben. Het mag dan wel de enige echte sportzender in Vlaanderen zijn, het gebrek aan concurrentie blijkt niet de enige reden te zijn waarom ze hun tv met zijn allen op Sporza (één of canvas) afstemmen. Van Lierde doet dit vooral voor het wielrennen. Hij weet ook dat Sporza echt gekend is binnen het wielrennen als mensen die het goed in beeld kunnen brengen en interviews afleveren die dik oké zijn. Declair heeft ook een goede relatie met de sportzender van de publieke omroep. “*Sporza heeft zich nooit, maar dan ook nooit, bezondigd aan ook maar enige vorm van, laat ons zeggen, sensatiezucht in dat verhaal*” (cfr. Persoonlijk drama in ‘summiere voorstelling respondenten’). Vanhoucke is een grote fan van *Sportweekend* en *Vive le Vélo*, in het bijzonder van de reportages en de interviews met renners die zelden in beeld komen. Flament is ook een vaste kijker van het Tour-programma.

“Er zijn heel wat dingen die in het programma gestopt zijn waarvan je denkt ‘dat is nu een keer iets anders’. En ik denk dat die gasten dat ook leuk vinden want het is niet altijd over de koers maar ook over zaken die de koers overstijgen.” (Laure Flament in Bijlage 4)

Declair vindt dat er in de Vlaamse pers gerust wat meer mag afgedwaald worden van het zuivere sportthema. Zo zou hij het fantastisch vinden om naar een interview met Sagan te luisteren van een halfuur waarin eens dieper ingegaan wordt op wat transcendent is aan de sport. Wauters geeft aan dat zo’n diepte-interviews met sporters wel teruggevonden kunnen worden in de VS, waar ESPN de mens achter de atleet aan de mensen wil voorstellen. Dewulf merkt op dat in Vlaanderen net heel veel aandacht besteed wordt aan de persoon achter de sporter in vergelijking met andere landen. Lampaert looft Sportweekend, net als wielercollega

Vanhoucke, omdat de reportages dit soort invalshoek vaak gebruiken. In dit programma is weliswaar sprake van een tijdlimiet van slechts enkele minuten.

4.1.2 Kritiek

Het grootste punt van kritiek is het gebrek aan variatie. Er is namelijk wel veel pure voetbal en, in iets mindere mate, koers te zien in de sportmedia. Van Lierde is van mening dat voetbal ‘overgeanalyseerd’ wordt. Net als Buys deelt ook Werbrouck deze visie: *“Ik vind dat ze een beetje minder moeten lullen over dat voetbal. Het is altijd hetzelfde, het is niet omdat er een andere naam staat dat het daarvoor iets anders is dat ze zeggen.”* Seynhaeve is als voetbalster logischerwijze een voetbalfan maar kan het wielrennen ook best smaken. Ze vindt wel dat dezelfde voetballers of voetbalsters en wielrenners of wielrensters te vaak aan het woord komen. Wat meer afwisseling zou wel op zijn plaats zijn, vindt de doelvrouw. De aandacht voor de verschillende sporten en sportlui komt later aan bod (cfr. ‘media-aandacht voor eigen en andere sporten’).

Niet alleen de ongelijke aandachtsverdeling voor de verschillende sporten en sporters leidt tot ergernis bij de respondenten. Werbrouck heeft het moeilijk met de pers die vaak van een mug een olifant maakt.

“Een Nainggolan die eens rookt, *‘So what?’*, maar moet dat in de gazet staan? Een topvoetballer die een hamburger eet na de wedstrijd (*n.v.d.r.* Eden Hazard). Er staat dan een minitekstje maar wel een enorme foto. Dat is nu een typisch voorbeeld van van een mug een olifant maken. Een Nainggolan, die jongen loopt kilometers en hij rookt af en toe een keer. Ik ken er veel hoor die roken.” (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Vanhoucke vindt dat de media soms eens de hand in eigen boezem mag steken en fouten moet leren toegeven. De hypocrisie die ze soms tentoonspreiden bevalt hem niet. Hij zag al meerdere keren hoe de pers iemand afschreef en afkraakte, maar vanaf het moment dat het weer beter ging met die sporter waren ze de eerste om de prestaties te bewieroken en te zeggen ‘We hebben hem altijd gesteund’.

Lampaert mag dan wel aangeven de Vlaamse sportpers redelijk hoog in te schatten, de Belgische tijdrithkampioen blijkt toch niet overal mee akkoord te zijn. Over de hoeveelheid media-aandacht voor zijn sport wil hij zeker niet klagen, maar hij stoort zich in de eerste plaats aan de dopingaffaires die keer op keer opgerakeld worden. Hij maant de journalisten

aan het verleden te laten rusten. In de tweede plaats kan hij zich mateloos ergeren aan journalisten en commentatoren die denken dat ze het beter weten en onrealistisch zijn.

“Journalisten en commentatoren denken dat ze het wielrennen zelf uitgevonden hebben. Het is ook nooit goed genoeg en bovendien zeggen ze dingen die op niets slaan. In Parijs-Roubaix dit jaar bijvoorbeeld konden ze maar niet begrijpen dat Stuyven niet aanviel op de piste. Begrijpen ze dan niet dat die jongen *à bloc* zat? Natuurlijk zou hij aangegaan zijn indien hij nog maar een greintje energie had gehad.” (Yves Lampaert in Bijlage 5)

Van Lierde en Declair hekelen de fouten en misvattingen die te vaak verschijnen in de Vlaamse sportmedia. Wanneer de triatleet verslagen leest van zijn wedstrijden merkt hij dat de journalisten veelal niet eens het wedstrijdverloop goed bekeken hebben. De handbiker noemt de media ten eerste ongelofelijk confronterend en ten tweede een verspreider van informatie. “*Maar heel wat info is gewoon pertinent onjuist. Meestal gaat het om onjuistheden die de journalist kon voorkomen door het simpelweg eens te checken of gewoon beter opzoekwerk te doen.*” Voor Werbrouck is het een basisregel dat iets eerst gecheckt wordt en er niet vanuit het buikgevoel geschreven wordt. De Olympische kampioene van 1996 heeft het gevoel dat journalisten het altijd beter weten. “*Ze spreken alsof het de waarheid is maar allez vriend, zie je nu niet dat dat geen waar is?*”

Buys vraagt zich soms af er alleen in het zwemmen “*kanjers van fouten*” opduiken of dit in andere sporten ook het geval is. Zo las Buys dit jaar een artikel van zichzelf dat kopte: ‘Buys meer dan een halve minuut boven haar Belgisch record’. Eigenlijk was het een halve seconde. Ook Sporza betrapte ze al op fouten. Onlangs stond er op hun website dat Buys op het WK zou deelnemen aan de 50 en 100 meter schoolslag, terwijl ze nooit deelneemt aan die nummers maar wel aan de vlinderslag. Vroeger zou ze deze dingen laten passeren, maar nu gaat ze het sneller melden. Declair ervoer ook hoe het hele verhaal dat vooraf ging aan de amputatie van zijn onderbeen gereduceerd werd tot een simpel motorongeval. Al deze onzorgvuldigheden door een deels “*luie*” en “*onprofessionele*” aanpak storen de sporters. Dewulf verdedigt zijn stiel. Hij zegt dat fouten onvermijdbaar zijn door de enorme tijd- en werkdruk. De tennisser vindt dat ondanks de hoge kwantiteit die aangeleverd moet worden, de kwaliteit meer dan behoorlijk is in Vlaanderen.

Het sportinterview is een essentieel onderdeel van de sportjournalistiek. Later zoomen we in op het interview na de wedstrijd, een onderwerp dat garant staat voor een strijd tussen meningen. Maar ook over louter de aanpak van het interview in het algemeen hebben de

respondenten wat opmerkingen. Werbrouck reageert scherp: *“Sportjournalisten moeten in de eerste plaats eens leren hun mond te houden.”* Door alles zelf aan te brengen maken ze het volgens haar allemaal heel voorspelbaar. Werbrouck vraagt zich af waarom de journalist nog een interview afneemt daar het antwoord al in de vraagstelling zit.

Decleir gaat volledig akkoord met Werbrouck, maar zou wat de *flash* interviews na de wedstrijd betreft ook niet weten hoe het anders kan aangepakt worden. Hij wijt de voorspelbaarheid en de botte uitspraken in de eerste plaats aan de beperkte duur van zo'n interview. Het valt volgens hem op dat het maar zo'n dertig seconden mag duren. Net daarom acht hij *Extra Time* zo verrijkend. Dergelijke programma's bevatten effectief uitgebreide nabeschouwingen waarbij de voetballers zelf betrokken worden.

Buys geeft aan amper iets te kunnen vertellen in de dertig seconden die haar meestal gegeven zijn. *“Dan is dat gewoon van het is goed geweest of het is niet goed geweest, that's it.”* Afgelopen WK echter nam Inge Van Meensel interviews van om en bij de vijf minuten af bij Buys. De Antwerpse heeft deze 'verlenging' als positief ervaren aangezien ze zaken heeft kunnen vermelden die het publiek meer context en mogelijk een ander perspectief biedt.

Voor de voorspelbaarheid van langere interviews kan echter niet gewezen worden naar de beperkte duur. Bijna alle respondenten klagen over journalisten die een interview afnemen maar eigenlijk al 3/4 af hebben nog voor ze een vraag gesteld hebben. Flament vertelt over een journalist waarbij ze alleen met *ja* of *nee* kon antwoorden en als het niet 'klopte' probeerde hij haar van *ja* naar *nee* of omgekeerd te doen veranderen. Decleir had al meerdere slechte ervaringen met journalisten die toekwamen met een interview dat al bijna helemaal geschreven was. Werbrouck spreekt daarom van een tunnelvisie bij de sportjournalisten. In dezelfde lijn ligt de slechte ervaring van Flament met journalisten die zelf de woorden in de mond proberen te leggen. *“Soms stellen ze een vraag en beginnen ze zelf oplossingen te zoeken. Dan denk ik van 'neen, dat is totaal geen waar'.”*

Werbrouck haalt nog een punt aan dat haar ietwat moeizame relatie met de media duidelijk maakt.

“Ik doe mijn ding en de sportjournalisten doen hun ding en ga je daar in mee, dan ga je daar in mee. Ga je daar niet in mee, dan moeten ze dat respecteren, en dat gebeurt niet.”
(Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Dit gebrek aan respect en afstand dat de ex-judoka ervaart wordt duidelijk in mindere mate gevoeld door de andere respondenten.

Decleir en Werbrouck zijn tevreden dat ze aan de andere kant van de micro staan. De judoka ziet journalisten namelijk als marionetten van hun werkgever. Ze zou persoonlijk niet graag in de journalistiek zitten omdat je moet meedraaien in een circuit en toch ethisch moet blijven. Ze ziet journalistiek in feite als dansen op een slappe koord. Al beseft ze ook dat het niet alleen met de journalistiek te maken heeft, maar ook met het publiek. *“Wat willen die allemaal weten? Ik wil het in ieder geval niet weten, maar de journalisten proberen zo goed mogelijk in te spelen op de interesses van de mensen.”* Dewulf ondervindt geregeld hoe machteloos je als journalist kan staan ten aanzien van uw eigen artikels. Zo wordt er af en toe, zonder zijn medeweten, een sensationele titel boven zijn artikel geplakt. Dit probeert hij dan in de mate van het mogelijke uit te leggen aan de sporter waarmee hij het interview gedaan heeft.

Terwijl Werbrouck het “zever” vindt dat de huwelijksperikelen van Dries Mertens in de pers verschijnen, is Decleir van mening dat dit wel eenmaal vermeld kan worden. Er moet dan ook niet meer op teruggekeerd worden, volgens hem, maar dat gebeurt uiteraard. *“En waarom weten wij elke episode van die zogenaamde huwelijks crisis? Je doet uw app open en het is het eerste dat er op komt. Dat is nu eenmaal de kracht van de journalistiek.”* Ook dit thema komt nog later aan bod (cfr. ‘voor- en nadelen media-aandacht’).

4.2 Eigen ervaringen met sportjournalistiek/-journalisten

De respondenten hebben een persoonlijke en afgelijnde visie op de sportmedia. Deze is grotendeels gevormd vanuit hun eigen directe contacten met de pers. Welke ervaringen hebben ze achter de rug met de Vlaamse journalisten en hoe heeft dit hun visie beïnvloed?

“Ik heb een haat-liefdeverhouding met journalisten”, aldus Werbrouck. Voor haar is de sportmedia een noodzakelijk kwaad. Ze weet dat ze hen nodig heeft, maar zou het vaak liever zonder doen. Toch wil dit niet zeggen dat ze nooit van de aandacht genoten heeft. Soms vond ze de belangstelling ergens fijn, maar met momenten wilde ze ook dat het stopte. Op die momenten besepte ze echter dat ze erin moest meedraaien om haar sponsors tevreden te houden. In 1996, het jaar waarin ze zowel Olympisch kampioene werd als Sportvrouw van het Jaar, werd ze overspoeld door de pers. Intussen is ze vijftien jaar uit de sport en krijgt ze nog

wekelijks aanvragen voor interviews. Ze vraagt zich luidop af wat nieuws ze nog te vertellen heeft.

De aanstormende talenten Flament, Vanhoucke en Seynhaeve kunnen wel nog volop genieten van de aandacht, alsook ervaren rot Decler. Wielrenner Vanhoucke scheidt vooral voldoening uit mediabelangstelling, terwijl zijn collega Lampaert spreekt over een enorme boost die hij ervoer dankzij de massale belangstelling na zijn overwinning in Dwars door Vlaanderen. Al kwam dat niet zozeer door de pers. Hij vertelt zodanig veel aandacht gekregen te hebben van andere mensen dat de pers er voor hem eigenlijk te veel aan was. Ook Flament kon de mediapijk wel smaken nadat ze tot *Rookie of the year* verkozen werd. Al moest ze toch even de knop omdraaien wanneer ze haar vroegen voor een interview na de verloren bekerfinale.

Seynhaeve merkt een groot verschil, onder meer qua professionaliteit, tussen Brugge en Gent na haar overstap naar deze laatste. Zo kwam KAA Gent-tv hen enkele keren filmen voor, tijdens en na de bekerfinale. Buys vertelt volop te genieten van de weinige aandacht die zij en de zwemwereld krijgt. Op het WK kreeg ze een *boost* van alle positieve reacties na haar finaleplaats. Wel geeft ze toe vatbaar te zijn voor alle lof. Daarom prijst ze zich gelukkig een coach (*Ronald Gaastra*) te hebben die haar na dergelijke resultaten met de voetjes op de grond plaatst.

Dewulf had niemand die hem intoemde tijdens zijn topprestatie op Roland Garros in 1997. Hij geeft toe het toch een beetje in zijn hoofd te hebben gestoken toen hij in de halve finale van het Grand Slam toernooi stond. De belangstelling streefde ergens wel zijn ijdelheid, maar de Limburger geeft aan amper een moment van de aandacht te hebben genoten. *“Het overkwam mij echt. Omdat het de eerste keer was dat een Belg zoiets deed wist de media precies ook niet goed hoe ze moesten reageren.”* Dewulf werd, in tegenstelling tot Clijsters en Henin later, amper afgeschermd van de media, wat hem uiteindelijk mentaal heeft gesloopt.

Ann Wauters vertelt nog geen slechte ervaringen met de media gehad te hebben. Haar *coming out*, bijvoorbeeld, werd relatief goed onthaald. Ze maakte dit zelf bekend in een interview met *Humo* nadat ze het beu was telkens te moeten liegen op de vraag of ze niet eenzaam was alleen in een ander land. Wel uit ze voorzichtig haar ongenoegen over het teleurstellend aantal ervaringen met de Vlaamse pers. Ze werd altijd wel gevolgd, maar dit was telkens van op een afstand. Toen ze in het prestigieuze Amerika ging spelen voelde ze wel een toename in aandacht, maar het is niet zo dat de Sporzploeg ooit overgekomen is om haar eens van dichtbij te volgen. Media-aandacht is nooit haar grootste bekommernis geweest, maar nu ze

aan het einde van haar carrière komt, begint ze wel te beseffen hoe die sterk onderbelicht is geweest in Vlaanderen. Ook al is ze zich bewust van de beperkte budgetten en het feit dat basketbal nooit in de bovenste schuif heeft gelegen op de Vlaamse sportredacties.

Allemaal vermelden ze het tijdelijk karakter van de media-aandacht. De jongeren vinden dat ergens wel jammer, maar onder meer Van Lierde, laat toch blijken dat de mediapijk niet veel langer moest duren na zijn overwinning in de Ironman van Hawaï. De aandacht van de sportpers vond hij geen probleem, maar het moment dat de *Story* voor zijn deur stond kwam wat ergernis. *“Ze vroegen aan mijn vrouw hoe moeilijk het is om met een atleet samen te leven. Ze vroegen haar te tellen hoeveel dagen ik van huis was. Kom, hoe onnozel!”*

Werbrouck nuanceert haar liefde-haatverhouding met de journalisten:

“Het zijn niet allemaal slechte hé, er zijn heel veel mensen die hier constant camera’s mogen komen zetten. Ik weet wat ze uitzenden en wat niet, wat ze zullen schrijven en wat ze niet zullen schrijven, wat je *off the record* zegt blijft *off the record*. Maar je hebt andere mensen die ja, ik weet het niet, die zichzelf belangrijker vinden dan wat er gezegd is, of dan de waarheid.” (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Vanhoucke benadrukt het belang van de vertrouwensband met een journalist. Hij heeft een speciale relatie met één journalist waarvoor hij dan ook altijd tijd zal vrijmaken. Flament vertelt over een bepaalde journalist die in de Belgische volleybalcompetitie berucht is om zijn ‘speciale’ interpretatie. Omdat de speelsters weten dat hetgeen ze zeggen toch niet zal zijn wat er in de krant verschijnt, zeggen ze meestal dat ze geen tijd hebben voor een interview. In de ploeg van Vanhoucke wordt er door de ploegleiding ingegrepen wanneer er iets in een artikel verschijnt dat helemaal uit de lucht gegrepen is en niet door de beugel kan.

Werbrouck en Van Lierde maakten al mee dat ze artikels van zichzelf lazen die geschreven waren door journalisten die ze niet eens gehoord of gezien hadden. *“Dat is heel frustrerend, een hopeloze situatie want probeer dan maar eens recht terug te krabbelen”*, aldus Werbrouck. De ex-judoka heeft zich in feite nooit veel aangetrokken van wat er in de media verscheen, maar er is één iets waar ze zich al die tijd aan geërgerd heeft. Zo rapporteerde de media, volgens Werbrouck, dat zij niet de allerbeste was omdat judo uit zoveel gewichtscategorieën bestaat. Maar Fred Deburghgraeve werd wel de beste zwemmer genoemd. Werbrouck maakt zich sterk: *“Nee hé, Fredje was de beste in de schoolslag in de 100 meter. Dus ook daar is er een scheiding. In elke sport is er een scheiding.”* De judoka

heeft het ook moeilijk met journalisten die atleten belachelijk maken. Zelf heeft ze het ook meegemaakt, maar beschouwt dit als onkunde, omdat je niet weet hoe je het moet doen. Op het belang van mediatraining wordt later dieper ingegaan.

Decleir houdt nog steeds een zure nasmaak over aan een ervaring met de media in 2012. Bij de voorstelling van de paralympische atleten werden de twaalf afgevaardigde sporters geïnterviewd voor de Spelen in Londen. Het artikel in de krant dat één volledige pagina besloeg, bleek voor $\frac{3}{4}$ te bestaan uit het persoonlijk drama die zich enkele maanden eerder had afgespeeld in het leven van Decleir. Het Belgische Paralympische Comité is toen ongeloofelijk kwaad geweest. Terecht, vindt hij. De bronzen medaillewinnaar van Londen heeft een stroeve relatie met bepaalde media overgehouden aan de hele situatie. *“Ik had nummers in mijn gsm zitten met ‘niet opnemen’, ‘niet opnemen 2’ enzovoort.”* Hij vertelt een aantal keer zeer koud gepakt geweest te zijn in het kader van zijn persoonlijk verhaal. Gelukkig kon hij hier goed mee omgaan en lette hij altijd op met wat hij zei.

4.3 Eigen sport t.o.v. andere sporten

De respondenten komen uit tal van sporten. Uiteraard zijn die niet allemaal even present in de Vlaamse sportmedia. Hoe staan ze tegenover de mate van aandacht voor hun sport? En hoe zien ze de verhouding met de andere sporten?

4.3.1 Ongelijke verdeling van de media-aandacht over de sporten heen

Decleir vat het mooi samen:

“Het is vaak het verhaal van de kip en het ei hé. Komen ze veel in beeld, dan gaat er veel geld mee gepaard. Gaat er veel geld mee gepaard, dan komen ze veel in beeld. Als we heel eerlijk zijn zie je eigenlijk voetbal, wielrennen en tennis. Af en toe is er een topbasketbalwedstrijd. Af en toe een topvolleybalwedstrijd.” (Wim Decleir in Bijlage 2)

Vanhoucke neemt aan dat mensen nu eenmaal het liefst voetbal zien, dan volgt wielrennen en daarna de andere sporten. Hij concludeert dat de media de mensen bedient volgens de populariteit van de sport. Flament, daarentegen, ziet de populariteit als een gevolg van het aanbod. *“Voetbal was al populair, maar omdat de Rode Duivels zodanig gehypet worden en ze alomtegenwoordig zijn moet iedereen er wel gefreakt van zijn.”* Maar daarom denkt de volleybalster niet dat meer aandacht voor andere sporten een schot in de roos zou zijn. Hierbij spreekt ze zichzelf eigenlijk wat tegen aangezien ze niet denkt dat dit iedereen zou

interesseren. Ze vindt het bovendien normaal dat haar sport geen aandacht krijgt daar het ‘maar’ volleybal is. Een vermelding van andere sporten dan voetbal en wielrennen ziet ze als een teken van respect voor deze kleinere disciplines.

Vanhoucke denkt ook niet dat de kijker heel tevreden zal zijn met de aandacht voor verschillende andere sporten. Bovendien acht hij het helemaal niet realistisch om veel diverse disciplines extra aandacht te geven, ook al mag het een stuk gelijkwaardiger verdeeld worden. Wauters acht de Vlaamse media bijna niet in staat veel verschillende sporten de *coveren* wegens het beperkt aantal sportkanalen. Bovendien, vult Wauters aan, zijn de betalende kanalen een “aanvulling op de populaire sporten” aangezien deze ook voornamelijk voetbal uitzenden, maar dan buitenlandse competities.

Buys en Declair, in tegenstelling tot Flament en Vanhoucke, denken wel dat andere sporten zouden aanslaan bij het publiek. Volgens de handbiker moet er al veel langer plaats gemaakt worden op Sporza of op een themazender om live wedstrijden of samenvattingen van kleinere sporten te tonen. Hierbij denkt hij, bijvoorbeeld, aan de finale van de beker van België rugby.

“We kunnen veel meer uitdragen, we hebben iets heel moois te bieden, maar moet je daarvoor tijd afnemen van de andere sporten? Ik denk niet dat dit noodzakelijk is. Misschien moet je even nadenken over hoe je het anders kunt indelen.” (Wim Declair in Bijlage 2)

Zo zou hijzelf nooit raken aan een fantastisch monument als de Ronde van Vlaanderen, maar zou hij eventueel een kwartiertje of halfuurtje later beginnen met de uitzending ervan om toch eerst een deftige samenvatting van een andere sportwedstrijd te geven. Buys denkt er precies hetzelfde over. De Tour de France vindt ze zelf ‘de max’, maar vraagt zich af wie “*in godsnaam*” de ganse etappe bekijkt. Zelf bekijkt ze ongeveer de laatste vijftig kilometer en pleit daarom om de uitzending van de Tour iets korter te maken en daarvoor enkele andere sporten in beeld te brengen. “*Ik zit natuurlijk niet op de redactie, maar volgens mij kan dat toch niet zo moeilijk zijn.*”

Dewulf, die zelf aan het werk is als journalist, geeft aan dat alles van bovenaf geregeld wordt en het als journalist een dagelijks gevecht is om te *coveren* wat je wil. Hij probeert wel *content* aan te brengen uit de tenniswereld maar dit moet nog altijd opgepikt worden door zijn beleidsbepalers.

Een stuitend voorbeeld van de eenzijdige focus op de sportwereld is volgens Buys het artikeltje dat ze las tijdens het WK in Budapest. Het bevatte boekentips aangezien iedereen, volgens de auteur, in een zwart gat zit na de Tour omdat er niets anders van sport bezig is. Buys vond dit erg ongeplaatst en heel kortzichtig daar zowel het WK zwemmen, de Wereldspelen als ook het EK voetbal voor de vrouwen aan de gang was op dat moment.

Werbrouck kan zich volledig vinden in de visie van Declair en Buys. Voetbal en wielrennen mogen van haar drie bladzijden blijven, maar rekent dan wel op twee bladzijden over andere sporten ook. De ex-judoka blijft het jammer vinden dat sporten als skeeleren zo onderbelicht blijven, terwijl de Belgen hier net in uitblinken. Vanhoucke beoefent met wielrennen een echte mediasport, maar vindt niet dat zijn discipline te veel aandacht krijgt aangezien het voor het voetbal nog extremer is. Lampaert vindt de mate van *coverage* evenzeer nog veraf van het voetbal, een sport die hem weinig kan bekoren. *“Ik lees altijd de krant ’s morgens en dat zijn dan toch altijd tien pagina’s die ik direct omsla en dan ga ik naar de andere sporten.”*

Ook de andere respondenten schuiven voetbal naar voor als de absolute nummer één, maar plaatsen wielrennen hier niet ver vandaan. Declair en het handbiken kunnen alleen maar dromen van zo’n mediabelangstelling. Zelf zit hij in de organisatie van de Wereldbekerwedstrijd die jaarlijks plaatsvindt in Oostende. De race haalt focus WTV en de nationale geschreven pers, maar wordt niet opgevolgd door Sporza. Declair stuit elk jaar op dezelfde reactie van de sportzender: ‘Kijk, mocht het zo zijn dat er die dag minder activiteit is, dan zijn we eventueel bereid, maar we kunnen nooit garanties geven.’ Toch heeft Declair een positieve evolutie meegemaakt met zijn discipline de laatste jaren (cfr. ‘Vlaamse sportmedia vs. andere landen’).

Wauters zegt tijdens en na het EK 2017 voor het eerst in haar carrière echt veel aandacht gekregen te hebben van de Vlaamse pers. Ze begrijpt dat basket niet de belangrijkste sport is in ons land, maar ze acht het toch interessanter om meer sporten in beeld te brengen. Al nuanceert ze haar visie wel.

“Het publiek moet daar klaar voor zijn. Je kunt ze niet ineens allemaal andere sporten laten tonen. Het is natuurlijk ook de manier waarop je het toont en het moet dan toch ook een beetje degelijk niveau zijn, dat snap ik allemaal. Maar ik denk dat het toch de verantwoordelijkheid is om andere sporten ook in beeld te brengen, dat zeker.” (Ann Wauters in Bijlage 9)

Lampaert beoefent nu wel een absolute mediasport, maar heeft het anders geweten. Tot zijn achttiende heeft hij aan judo gedaan. Zowat elke wedstrijd heeft hij op het podium gestaan, maar kreeg hier zelden weerklank voor. Een belangrijke factor bij zijn keuze voor het wielrennen was dit tekort aan erkenning. Bovendien had hij een neef, Steven Neiryneck, die profrenner was.

“Op elk familiefeest ging het over de koers, vroeg iedereen naar zijn wedstrijden, terwijl over de judo niet gesproken werd. Die persaandacht voor de judo, dat is gewoon triestig hé. Ik werd Belgisch kampioen, maar ja, wie wist dat? Als ik dat nu bekijk, ja dat is wel terecht hé, koers is koers. Wanneer ik zei ook te willen beginnen met koers stonden al mijn nonkels helemaal achter mij.” (Yves Lampaert in Bijlage 5)

Buys ervoer afgelopen WK in Budapest andermaal dat zwemmen alles behalve op de eerste plaats komt in de Vlaamse sportjournalistiek. De eerste drie dagen bleven de prestaties van de drie aanwezige Vlaamse zwemmers kort en vaag vermeld in het sportnieuws. Pas op dag vier arriveerde de Sporzaploeg met journaliste Inge Van Meensel en werden er ook interviews afgenomen. Deze laatste kwam namelijk van het EK vrouwenvoetbal. Buys reageert scherp op de afwezigheid van de Vlaamse pers tijdens de eerste helft van het zwemtornooi. “*Er werken daar toch meerdere sportjournalisten? Verdeel dat toch eens een beetje beter.*”

Dewulf ziet sinds David Goffin weer een toename in aandacht voor tennis. Na het gouden tijdperk Clijsters-Henin was de sport in beetje op de achtergrond beland, maar de jonge Waal heeft het Belgische tennis weer een beetje op de kaart gezet. Toch kan volgens Dewulf niet geconcludeerd worden dat media-aandacht afhankelijk is van een topper in de sport. Hij wijst naar de grote aandacht voor het wielrennen in periodes dat er geen Belgische uitblinkers waren. Goffin staat dan wel in de top tien van het mannentennis, toch krijgt hij niet dezelfde weerklank als Clijsters en Henin. Dewulf wijt dat vooral aan de geslotenheid en het gebrek aan charisma van de Waal. Het zou volgens de Limburger ook helpen mocht Goffin een woordje Nederlands kunnen spreken.

4.3.2 Redenen aandachtsverdeling

Maar hoe komt het dan dat die enkele mediasporten al die andere sporten zo verdringen? Tal van redenen kunnen opgesomd worden, maar de voornaamste factor lijkt het financiële plaatje te zijn. Dit aspect komt uitgebreid aan bod in het deeltje ‘Het persoonlijk motief voor media-

aandacht?'. Geld lijkt echter ook meestal direct of indirect verbonden met de andere oorzaken voor de onderbelichting van de kleinere sporten.

Werbrouck ziet judo als een te “onbenullige sport”, althans in België. “*Judo is nu niet direct een sport waarvan je zegt ‘Wauw, mijn dochter mag dat doen’.*” Als mogelijke oorzaken van dat etiket dat ze zelf op haar sport plakt wijst ze onder meer naar de korte duur van een wedstrijd en zelfs van een heel toernooi. “*Het kan zijn dat het na tien seconden al gedaan is. Als supporter reis je niet snel honderden of duizenden kilometers voor een kamp dat gedaan is nog voor je met je ogen geknipperd hebt.*” Een ander element dat kan meespelen is de moeilijkheidsgraad. Judo is namelijk niet evident om te begrijpen en te analyseren. Daarnaast vermeldt ze ook de beperkte entourage en het niet-professionalisme van de sport in België.

De ex-judoka zegt maar een klein stukje te kunnen doen als sporter. Zelf heeft ze haar uiterste best gedaan haar sport *in the picture* te brengen, met succes. De rest dient opgevangen te worden door een ander en dat gebeurt volgens haar niet. Bovendien ziet ze niet gauw verbetering daar ze de pers als een mechanisme aanziet dat heel moeilijk te veranderen is. Lampaert koos ondanks zijn judotalent voor de wielerved, precies om dezelfde redenen die Werbrouck toeschreef aan de kleine mediabelangstelling.

Terwijl judo al een decennia lang meer naar de achtergrond verdwenen is, komen paralympische sporten en vrouwensporten de laatste jaren net meer dan vroeger, doch beperkt, in de sportpers. Declair en Seynhaeve dichten een grote verantwoordelijkheid toe aan enkele pioniers. Wat Marieke Vervoort en Marc Herremans betekend hebben voor het paralympisch verhaal, betekenen Imke Courtois en Tessa Wullaert voor het vrouwenvoetbal. Ondanks de toenemende interesse vanuit de Vlaamse media voor vrouwenvoetbal en -volleybal, geven Flament en Seynhaeve aan dat de Belgische competities van beide sporten, zeker in vergelijking met de mannen, niet zoveel waard zijn en moeilijk *in the picture* zullen komen te staan. Wauters is positief over de toenemende aandacht voor andere nationale vrouwensporten, maar vindt toch een beetje de afspiegeling van de ongelijke verdeling van bij de mannen terug. De *Red Flames* zijn namelijk niet door de poulefase van hun EK geraakt, terwijl de *Cats* brons hebben gepakt, maar toch kregen de voetbalvrouwen evenveel of zelfs meer aandacht dan de basketvrouwen.

Declair acht, naast het belang van de pioniers, de invloed van de sociale media essentieel in de evolutie die de paralympische sporten hebben ondergaan. Voor hem maakte het medium mogelijk een publieke opinie te scheppen waarbij mensen het eens leuk vinden om het te zien

en om de prestaties te volgen. Hij voegt hier wel aan toe dat pioniers en sociale media niet genoeg zijn. Een derde factor is de prestaties die goed moeten zijn.

Wauters wijst, net zoals Seynhaeve en Flament, naar het bedenkelijke niveau van de nationale vrouwencompetitie. *“Dat is nu misschien tegen mijn eigen winkel, maar de Belgische vrouwencompetitie zou ik nu ook niet in beeld willen brengen omdat het niveau daar echt niet hoog genoeg is.”* Bovendien geeft ze aan dat er in België één ploeg, Castors Braine, met kop en schouder bovenuit steekt en eigenlijk al kampioen voor het seizoen begonnen is. Ze ziet het als een uitdaging voor de basketfederatie om media te trekken naar de basketbalcompetitie, want interessant is het scenario niet voor de pers.

Daarom zou ze zelf opteren om enkele Belgen in het buitenland te volgen, wat tot nu toe nooit echt werd gedaan. Ze vindt het bijgevolg logisch dat ze nooit Sportvrouw van het Jaar geworden is. Ze was nooit in België, haar matches werden niet uitgezonden in België en ze had nog geen groot resultaat neergezet met de nationale ploeg. *“Voor het Belgische publiek was ik altijd iemand die het wel goed deed, maar ergens ver weg zat.”* Ze vond het dus verdiend dat Henin of Clijsters, die Grand Slams wonnen, en Hellebaut, die goud won op de Spelen, de verdienste kregen.

Van Lierde wijt de beperkte belangstelling voor de triatlon, dat het bijgevolg met minder budget en sponsors doet, deels aan de lange duur van een wedstrijd. Als enige van de respondenten haalt hij er een andere factor bij: de *goodwill* van de journalisten. Als sport moet je namelijk geluk hebben dat er een belangrijke journalist geïnteresseerd is in uw sport. Zo geeft hij aan dat Sporza-journalist Dirk Gerlo zelf een ex-triatleet is en het bijgevolg wel heeft voor de triatlon.

“Maar het moet wel van twee kanten komen. Ik probeer altijd op een interview te reageren en daar echt wel mijn tijd voor te nemen. Ik ken andere atleten die zeggen ‘Pff, ik doe daar allemaal niet aan mee’. Het is niet altijd evident, maar ik probeer dat wel te doen, ook in het jaar dat ik Hawai won. Voor mij persoonlijk is het belangrijk maar voor onze sport zelf is het ook belangrijk dat je meewerkt want anders komt er helemaal niets van.”

Ook Wauters en Lampaert zijn zich zeer bewust van het belang om de momenten van media-aandacht te grijpen. Voor deze laatste draait het daarbij vooral om de persoon, aangezien het wielrennen zelf al populair genoeg is. *“Eigenlijk zijn dat net de momenten dat je ze een beetje moet uitbuiten, of toch dat je er gebruik moet van maken om uw naam te maken.”* Dewulf

benadrukt dat het wereldje nu eenmaal zo werkt. Hijzelf moest zich als individuele sporter, een subtopper in het tennis, verkopen om sponsors op te pikken.

Wauters probeerde tijdens en vooral na het EK haar medespeelsters bij de *Belgian Cats* duidelijk te maken dat ze interviews moeten geven na zo'n glansprestatie. Enkele jonge speelsters zijn heel erg geschrokken van de belangstelling en hebben een afkeer gekregen van interviews. Maar volgens Wauters is dit fout omdat ze moeten beseffen dat hoe meer je erover praat, hoe meer je uw sport verkoopt. Ze wil hen bijbrengen dat toen net het moment was om de sport te promoten. De ervaring spreekt als ze zegt dat het een rol is die je als speelster moet vervullen voor uw sport. Ze wil hier wat meer op drukken vanuit de federatie en de clubs uit.

“Het komt jezelf ten goede, want zonder de media geraak je er niet, denk ik. Terwijl de voetballers zichzelf misschien eerder afschermen van de media hebben wij een samenwerking nodig.” (Ann Wauters in Bijlage 9)

Wat Gerlo wat probeert te doen voor de triatlon, heeft Karl Vannieuwkerke in grote mate gedaan voor het golf, volgens Van Lierde. De bekende sportjournalist heeft in zijn eentje zijn schouders onder de promotie van de golfsport gezet omdat hem dat heel erg interesseert en op die manier krijgen Pieters, Detry en Colsaert vrij veel media-aandacht de laatste jaren.

4.3.3 Bijdrage als sporter

Het lijkt dus niet onmogelijk om als minder populaire sport geregeld in de pers te komen. “*Om een kleine sport groot te maken moet je een constante hebben, moet je constante resultaten halen*”, aldus de ex-judoka. “*Een constante in dat verhaal*” is ook hetgeen Declair beoogt te bereiken in het handbiken en in het hele paralympische gamma. De discipline heeft drie wereldbikers op een jaar en een wereldkampioenschap. Met enkel een korte vermelding van de sport tijdens het WK kom je er niet als sport, vertelt Declair.

Van Lierde probeert zijn sport niet alleen te promoten door zijn tijd te pakken voor interviews, hij neemt zelf ook initiatieven. Zo heeft hij al enkele keren voor een verblijf gezorgd voor journalisten tijdens een triatlon. Dat heeft hij deels zelf en deels via een sponsor bekostigd. Declair onderschat de eigen rol als sporter evenmin: “*Sportmedia ziet ons als uitdrager van het verhaal om het populair en bekend te maken bij de grote massa.*” Seynhaeve, aan de andere kant, geeft aan niet veel in de pap te brokken te hebben. Het liefst zou ze een samenwerking zien tussen de Belgische voetbalcompetitie en die van Nederland

want die heeft echte topploegen, waardoor het Belgische niveau en de aandacht opgekrikt zou worden.

Net als Van Lierde zet Wauters zich helemaal in voor de promotie van haar sport. Met de bronzen EK-medaille staan de *Cats* en het vrouwenbasketbal nu wel op de kaart, maar de nationale kapitein wil een constante bereiken en de sport verder laten groeien. Ze hoopt dat de basketbalfederatie de verantwoordelijkheid neemt om verder te bouwen op deze mediapijk, want de speelsters alleen kunnen het niet klaren. Ze begrijpt het enthousiasme omtrent de nationale ploeg. De *Belgian Cats* beschouwt ze als iets waar de mensen voeling mee hebben, waar iedereen achter staat. Ze redeneert hierbij logisch dat hoe meer mensen het zien, hoe meer mensen het leuk kunnen vinden en hoe meer er geïnteresseerd in kunnen zijn. Hiervoor neemt ze als speelster zelf de verantwoordelijkheid maar acht ze ondersteuning noodzakelijk.

Met ondersteuning doelt de basketbalster niet alleen op de basketfederatie en andere mensen uit het wereldje.

“Is het niet de verantwoordelijkheid van de openbare omroep om toch ook die minder populaire sporten iets meer in beeld te brengen omdat die dat eigenlijk harder nodig hebben? Voetbal, wielrennen, ja ik weet dat het de markt is, vraag en aanbod, geen probleem, maar het is wel ons belastingsgeld hé dat daar naartoe gaat dus zij hebben toch iets meer verantwoordelijkheid.” (Ann Wauters in Bijlage 9)

Buys merkte dat de media niet altijd aandacht schenkt aan haar prestaties waardoor haar fans haar maar beperkt kunnen volgen. Dat probeert ze op te lossen door haar resultaten en ervaringen te posten op de sociale media. Ze prijst zich dus gelukkig dat ze in deze tijd leeft aangezien ze merkt dat het hulpmiddel wel aanslaat bij ‘haar’ publiek. Bovendien heeft ze ook al ondervonden dat journalisten dingen oppikken van haar pagina, wat haar dus een bepaalde mate van controle geeft.

4.3.4 Ongelijke verdeling media-aandacht binnen eenzelfde sport

Niet alleen over de sporten heen is de media-aandacht ongelijk verdeeld, ook binnen de sporten zelf is het evenwicht soms ver te zoeken. In de eerste plaats is er de enorme kloof tussen de mannen en de vrouwen in bepaalde sporten, zoals het voetbal of het wielrennen (cfr. ‘vrouwen in een mannenwereld’). Ten tweede, haalt Declerck aan, krijgen Vlamingen meer aandacht dan de Franstaligen. Zo bleven de medailles in Rio van de niet-Vlamingen Joachim Gérard en Michèle George wat meer in de schaduw. Hij tikt Sporzà eventjes op de vingers

hiervoor. Wauters' voorbeeld van zevenkampster Nafi Thiam nuanceert dit gedeeltelijk. De basketbalster weet dat Thiam zeer afstandelijk is en als jonge atlete goed wordt afgeschermd, maar benadrukt ook dat het feit dat zij Franstalig is een grote rol speelt in de openheid en bereikbaarheid naar de Vlaamse media toe.

Van Lierde spreekt over een vicieuze cirkel wat de media-aandacht voor de triatlon betreft. Hij legt uit dat eenmaal je de grootste wedstrijd, de Ironman van Hawaï, wint, je veel gemakkelijker aan sponsors geraakt. Zo vertelt hij dat zijn collega Bart Aernouts, die al meer dan dubbel zoveel Ironmans gewonnen heeft dan hem, veel minder in de belangstelling komt omdat hij in Hawaï nog niet als eerste over de streep kwam. M.a.w., alles staat of valt met het winnen van die prestigieuze Ironman. Van Lierde besluit dat het voor jongens als Aernouts heel welkom zou zijn dat ook andere triatlons in de aandacht komen.

Seynhaeve stoort zich aan het feit dat dezelfde sporters altijd aan het woord komen. Voor het vrouwenvoetbal wijst ze naar Courtois en Wullaert. Werbrouck deelt haar mening. *“We weten nu dat hij, Boontje (n.v.d.r. Tom Boonen), ging stoppen, maar er zijn wel nieuwelingen die daar staan hé, spreek eens over die mensen en laat hen eens aan het woord.”* Wielrenner Vanhoucke, echter, denkt niet dat de kijker er veel aan zal hebben wanneer bijvoorbeeld de helpers meer aan bod komen.

Lampaert deelt deze visie gedeeltelijk. Hij oordeelt ook dat minder bekende renners meer in de media mogen komen, maar heeft schrik dat het minder leuk zal zijn voor het publiek om dit te lezen en te zien. De wielrenner denkt dat het vooral tof is voor de mensen rondom de *underdog* of de minder bekende om hun familielid of vriend in de media te zien. Daarnaast geeft hij wel aan dat het niet altijd toppers moeten zijn, want op den duur ben je hun verhaal ook beu gehoord. Dewulf is van mening dat die onbekende verhalen net heel interessant zijn voor het publiek. Volgens hem toont het feit dat ze tegenwoordig al ‘de zus van’ en ‘de vrouw van’ gaan interviewen aan dat de toppers zelf niets nieuws meer te vertellen hebben. Wauters is zelf, samen met Emma Meeseman, de absolute topper bij de nationale ploeg en vindt het bijgevolg logisch dat de media vooral hen aanklampt voor een gesprek (cfr. ‘interview na de wedstrijd’).

Het tijdrijden krijgt binnen het wielrennen heel weinig aandacht, volgens Lampaert. *“Het tijdrijden wordt in een vergeethoekje geduwd omdat de Vlaamse media zichzelf wijsmaakt dat we die cultuur in Vlaanderen niet hebben”*. De resultaten in tijdritten van Campenaerts en hijzelf tonen echter aan dat we over twee toptijdrijders beschikken in ons land, maar hierover

werd amper bericht. Binnen het paralympisch verhaal gaat veel van de aandacht naar het handbiken. Logisch, volgens Declair. Enerzijds, leunt het dicht aan bij het wielrennen. Anderzijds, is een handbike het eerste wat de mensen aangeboden krijgen bij een revalidatie waarbij ze lichamelijke beperkingen aan bijvoorbeeld de benen opgelopen hebben.

4.4 Persoonlijke media-aandacht

Op de één of andere manier streven de respondenten elk naar een bepaalde mate van media-aandacht voor hun sport. Maar hoe belangrijk vinden ze de aandacht nu echt, bijvoorbeeld voor hen persoonlijk?

Werbrouck ziet in de gazet staan wel als persoonlijke voldoening, vooral als je jong bent, maar dat is het ook. Zo vertelt ze dat die enkele slechte ervaringen met de media haar vertrouwen in de pers een serieuze deuk gegeven hebben. Hoe langer ze ook in dat mediacircus meedraaide, hoe minder ze het kon smaken. *“De aandacht raak je op den duur ook beu, en bij mij was dat eigenlijk vrij snel.”*

Van Lierde heeft de plotse mediapijk na zijn overwinning op Hawaï als overweldigend ervaren. Hij had dit nog nooit eerder meegemaakt en heeft met volle teugen genoten van de korte periode dat hij *in the picture* stond. Hier voegt de triatleet aan toe dat deze aandacht zeker niet het hele jaar hoeft te duren. Ergens is hij ook dankbaar dat deze climax er kwam toen hij al 34 jaar was, want hij is zich bewust van het gevaar voor zo'n overrompeling als je amper 18 of 20 jaar bent.

Declair benadrukt net als Van Lierde de kortstondigheid van de pers-aandacht bij een grootse prestatie. Beide heren zijn hier echter niet rouwig om. Declair noemt de situatie *“verschrikkelijk”* voor sportlui voor wie het een *fulltime* bezigheid is om de media-aandacht voor een stuk af te houden. Flament en Vanhoucke noemen media-aandacht een boost en betreuren soms wel de korte duur ervan, maar anderzijds geven ze ook aan niet het leven van een Boonen of een bekende voetballer te willen. Lampaert vindt de Vlaamse media voor het wielrennen al bij al nog meevallen, tenminste voor de wielrenners van zijn kaliber. Hij noemt de media in België niet zo groot, aangezien de sportpers eigenlijk voornamelijk bestaat uit *Het Nieuwsblad*, *Het Laatste Nieuws*, *Sporza* en *Vtm*.

Flament ervaart media-aandacht als een teken dat je iets te betekenen hebt in uw sport. *“Als je op de bank zit zullen ze u niet bellen. En dan weet je van ok, ze zien wel in mij dat ik iets kan zeggen.”* Declair geniet nog steeds na van zijn ervaring op het Sportgala, waar hij in 2011

Paralympiër van het jaar werd en evenwaardig behandeld werd als de sportman van het jaar. Hetgeen Sporza op dat moment daar gedaan heeft vond hij schitterend. Ze hadden allemaal filmpjes gemaakt met topwielrenners, gaande van Tom Boonen, Marc Cavendish, Contador tot Cancellara. Die hadden een beeldfragment gekregen van hem als handbiker en mochten hun visie geven. Op die manier persoonlijk in de belangstelling staan is iets dat hij nooit zal vergeten en voor altijd meeneemt.

De mindere aandacht voor zowel de persoonlijke prestaties als de sport in zijn geheel brengt toch wat frustraties teweeg, vooral bij de jonge teamsporters Flament en Seynhaeve. Het wringt vooral bij het verschil in budget en aandacht, terwijl zij er naar eigen zeggen evenveel of meer moeite voor doen. Bovendien combineren ze hun sportcarrière met studies of een job. Werbrouck, Van Lierde en Declair delen deze mening wel ergens, maar hebben dit intussen beter kunnen relativeren. Flament geeft ook duidelijk aan dat persoonlijke aandacht wel eens deugd doet, maar dat het haar vooral te doen is om de sport volleybal die meer in de aandacht komt. Seynhaeve treedt haar hierin bij. Het doet haar veel deugd om te zien dat de *Red Flames* (= nationale vrouwenvoetbalploeg) meer en meer vermeld worden in het sportnieuws. Ze zegt zelf niet per se in de media te moeten komen, zolang haar sport dat maar doet.

Het is volgens Flament ook een pak moeilijker om in een teamsport aandacht te krijgen. *“Als je individueel uitblinkt ben je meteen een uitblinker. In teamsporten kan je vooral als team uitblinken en moet je al heel goed zijn om individueel uit te blinken.”* Lampaert vindt samen uitblinken in een individuele sport als wielrennen net zo mooi. Dit ervoer hij vorig seizoen toen hij met Quick Step wereldkampioen tijdrijden werd. In een koers win je normaal toch een beetje alleen, maar Lampaert heeft kunnen ervaren hoe het voelt om de vreugde van een overwinning te kunnen delen. Hij geeft ook aan dat ze een heel hechte groep waren, wat het moment extra intens maakte. Dat hij niet alleen de vreugde, maar ook de aandacht moest delen met zijn ploegmakers vond hij helemaal niet erg.

Buys zegt niet wakker te liggen van media-aandacht en vooral gefocust te zijn op wat ze moet doen. Zolang ze zelf prestaties neerzet waarmee ze tevreden is schept ze genoeg voldoening. Aan de andere kant knaagt het ergens wel als je op een groot tornooi een puike prestatie neerzet, maar de media hier weinig oog voor heeft.

4.5 De kracht van de media

4.5.1 Schrik voor de impact van de media

“Je moet schrik hebben van de kracht van de media.” Werbrouck is heel resoluut in haar antwoord. Lampaert zegt geen schrik te hebben maar kent de kracht wel. Hij vertelt nog niet gekraakt te zijn, maar acht de media zeker in staat dat te doen. Dewulf en Declair, daarentegen, zijn minder absoluut. De handbiker weet wel dat er bepaalde media, of bepaalde kanalen en zenders zijn die sensatie opzoeken en iemand in het nauw gaan drijven, maar de meeste doen dat niet. “De meeste willen informatie gaan brengen en willen uiteindelijk de sport ook groter maken door hetgeen dat ze aan het doen zijn. Dus moet je schrik hebben? Nee, net niet.” Dewulf werd opgevoed met het zinnetje ‘Let op voor de journalisten’, maar is van mening dat je de media voor u kan winnen door uw persoonlijkheid open te stellen, inclusief uw mindere kanten. Hij is ervan overtuigd dat de meeste journalisten de intentie hebben een kritisch, maar hoofdzakelijk positief verhaal te brengen.

Wauters gaat hiermee akkoord. Ze vindt de pers hier nog redelijk gemoedelijk. Het sportland België is heel klein dus als je er als journalist iets probeert uit te halen wat algemeen gezien niet aanvaard wordt, denkt Wauters dat je snel afgeschreven wordt door het publiek, de sporter en uw werkgever. Ze is niet van mening dat een sporter altijd op een plateautje moet worden gezet, maar vindt wel dat er zo correct mogelijk moet berichtgegeven worden. Ze vindt dat sportlui in België niet mogen klagen, aangezien we hier een normale standaard hebben.

Paralympiër Declair bedoelt niet dat je niet op uw hoede moet zijn, want “alles wat je zegt moet bij wijze van spreke eerst vijfmaal overwogen worden”. Ook geeft hij aan dat de media heel wat macht heeft en die zeker kan misbruiken (cfr. ‘interview na de wedstrijd’). Werbrouck linkt de macht van de media vooral aan de onmacht die je daarbij ervaart als atleet. “Ik heb niets gezegd, ik heb niets gedaan, maar het kwaad is geschied.” Ze vindt het enorm enerverend dat je nooit eens iets in je eigen woorden kan zeggen, want het wordt altijd door iemand anders opgepikt en hoe dat zij het interpreteren, hoe zij het schrijven, hoe een ander de titel maakt, daar kan je zelf niets aan doen. Eind mei 2017 kwam Ann Simons met verhalen van grensoverschrijdend gedrag in de judo naar buiten. Het veroorzaakte een mediastorm waarbij nog bekentenissen van ex-judoka volgden en de naam van één trainer enkele keren vernoemd werd. Werbrouck hekelt de manier waarop het naar buiten gekomen is, namelijk zonder intern overleg.

“Het is een bal die aan het rollen geweest is nog voor er iets binnen de judowereld zelf besproken is geweest. Er is al een proces gemaakt voordat er een opgemaakt is en dat is een beetje het spijtige aan journalistiek dan. Bespreek het aub toch eerst voordat het in de gazet komt. Nu heeft die persoon direct de stempel van kinderverkrachter voor heel België nog voor er nog maar iets opgenomen is.” (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Van Lierde werd eind maart 2017 aangevallen tijdens een trainingsrit in Zuid-Afrika. Hij wilde dat dit incident geen eigen leven ging gaan leiden in de pers en nam daarom, samen met zijn entourage, maatregelen. Hij besloot eerst te overleggen met de Ironman wat ze er zouden over zeggen en aan wie.

Van Lierde geeft wel aan dat het na al die jaren ervaring moeilijk blijft om met de media om te gaan. Het is soms wikken en wegen. Het is namelijk gevaarlijk om de handschoen op te nemen tegen de media, zo zegt de triatleet, want “*als je probeert tegen te strubbelen is het dikwijls nog erger.*” Het is iets dat de respondenten wel allemaal beseffen daar ze aangeven zich niets aan te trekken van wat in de media verschijnt. Lampaert laat de commentaren in de media ook niet in de kleren kruipen, maar ontkent niet dat kritiek u raakt. Volgens hem raakt dat iedereen wel ergens als er slecht geschreven wordt over u. Volgens hem is het meestal ook nog eens onterecht, wat het extra frustrerend maakt.

Net als de anderen zegt Vanhoucke zich neer te leggen bij wat de media schrijft. Hij laat hen gewoon zeggen wat ze zeggen daar hij inziet dat je er toch niets aan kan veranderen. Het haalt een sporter alleen maar uit zijn concentratie wanneer hij er probeert tegen in te gaan. Vanhoucke is dit jong geleerd, maar Van Lierde vertelt dit verworven te hebben door de jaren heen.

“Dat klinkt egoïstisch, maar ik doe die sport in de eerste plaats voor mijzelf en mijn familie. Wat de mensen denken en zeggen, ja... . Ik denk dat ik oud en verstandig genoeg ben om mij dat niet teveel aan te trekken... .” (Frederik Van Lierde in Bijlage 8)

Wel vermeldt de West-Vlaming dat dit relativiseringsvermogen een beetje in u moet zitten. Daarin treedt Vanhoucke hem bij. Voor een koers bellen ze hem al ‘En, ga je daar winnen? En ga je daar winnen?’. Dat vind hij soms wel een beetje irritant, maar zegt dat je er ook moet leren mee omgaan en u er niet te veel van aantrekken. Het lukt hem aardig, maar hij kent er ook die daar geen weg mee kunnen. Lampaert bevestigt zijn collega in de verscheidenheid van persomgang die deels bepaald wordt door het karakter. Zijn ex-ploegmaat Cavendish,

bijvoorbeeld, was toch opvliegender naar de media toe. Lampaert beschouwt dit als iets dat gewoon in hem zit.

Vanhoucke is zich dus zeker wel bewust van de druk die op hem en de andere renners gelegd wordt, waarbij sommigen er volledig onderdoor gaan. Naast het voorbeeld van Louis Vervaeke (cfr. ‘voor- en nadelen media-aandacht’) haalt hij de zaak-Boonen aan. Hij denkt dat deze laatste misschien beter had gepresteerd met een beetje meer rust. Het jonge wielertalent vond de druk die Boonen opgelegd werd om Parijs-Roubaix nog een laatste keer te winnen buiten proportie. Flament werd eind vorig seizoen (‘16-‘17) verkozen tot *Rookie of The Year* (= prijs voor beste beloftevolle jongere). Sindsdien voelt ze de hoge verwachtingen die deels opgelegd worden door de journalisten. Vragen zoals ‘Denk je dat je met de druk kan omgaan?’ en ‘zal je het kunnen waarmaken?’ zorgen toch voor wat stress bij het jonge talent. *“De eerste matches nadien had ik zoiets van ‘shit’, ik moet het hier u wel gaan doen of de journalisten halen de nieuwe rookie helemaal naar beneden.”*

Voor Lampaert was het seizoen ‘16-‘17 een tot nog toe vrij succesvol jaar, toch voelt hij geen druk om te presteren. Hij rijdt met Gilbert en andere toppers in de ploeg, waardoor hij in de eerste plaats knecht is en zij de druk grotendeels wegnemen. Bovendien houdt hij mogelijke druk bewust af door geen uitspraken te gaan doen in de media. Met het oog op het EK tijdrijden, bijvoorbeeld, zegt hij gewoon dat hij beter wil doen dan het jaar ervoor, terwijl een Campenaerts zegt dat hij naar het EK gaat om te winnen. De renner van Lefevre heeft het niet voor ‘grootsprekerij’, enerzijds omdat het niet in zijn karakter ligt, maar anderzijds omdat hij het gewoon dom vindt aangezien je jezelf op die manier een doelwit van de pers maakt. Langs de andere kant, zo redeneert Lampaert, krijg je wel een grote naam en verhoog je uw eigen marktwaarde met uitgesproken ambities. Hij ziet hoe renners zichzelf op die manier verkopen en hun prijs optrekken en bijgevolg boven hun prijs rijden nog voor ze iets gepresteerd hebben. Dat is iets waar hij het soms wel moeilijk mee heeft.

“Ik zie mijzelf als een even goede coureur als Stuyven, maar hij rijdt aan het dubbele rond omdat hij van zichzelf altijd zegt dat hij de Ronde van Vlaanderen zal winnen. De pers neemt die ‘grootsprekerij’ gewoon klakkeloos over, dat is wel jammer.” (Yves Lampaert in Bijlage 5)

Wauters is het grotendeels eens met de wielrenner. Ze is bijgevolg niet snel te betrappen op grootse uitspraken, maar vindt dat atleten die dit wel doen makkelijk afgeschreven worden als arrogant in de media. Ze ziet het als een eigenschap van onze Vlaamse mentaliteit om de

voeten op de grond te houden. Ze stelt dit als een belangrijk gegeven aangezien dit in de meeste andere landen, zoals Amerika en Nederland, niet het geval is. *“Hoe normaler je doet in de VS, hoe minder interessant je bent. Daar moet je precies allures hebben, terwijl dat hier net niet zo is.”* De basketbalster heeft niet per se problemen met uitgesproken ambitieuze sportlui, maar is van mening dat ze het dan ook moeten waarmaken.

Decleir denkt niet dat hij echt druk voelt van de media. Enerzijds omdat hij zichzelf veel druk oplegt. Hij weet dat wanneer de Paralympische Spelen eraan komen hij moet presteren. Anderzijds omdat een wedstrijd zoals de Spelen vanzelf al de druk creëert. Hij spreekt, naar eigen zeggen, niet alleen voor zichzelf wanneer hij aangeeft dat hij pas achteraf beseft dat de media erbij was, wanneer hij het beeldmateriaal terugziet of geïnterviewd wordt. Volgens hem zit je zodanig in je focus, in je tunnel dat je daar eigenlijk niet achter kijkt. Buys zegt dat ze de druk kan afhouden als ze zich comfortabel voelt en vertrouwen heeft in haar eigen kunnen.

De kracht van de media kan ook positief uitgespeeld worden vanuit het oogpunt van de sportlui. Behalve druk kan de pers namelijk zorgen voor motivatie. Vanhoucke haalt extra motivatie voor de volgende wedstrijden uit de telefoontjes van de kranten na de koers. Flament krijgt een enorme boost wanneer de Sporzaploeg toekomt in de zaal. *“Dan ben je aan het trainen en dan zie je Sporza met al die draden en de camera’s. Maar dat is ook omdat je dat niet gewend bent.”* Seynhaeve vermeldt de kracht van de sociale media. Ze roept fans op via deze media en ervaart een fijn gevoel wanneer er duidelijk meer publiek aanwezig is.

Media kan ook ‘gebruikt’ worden door atleten, geeft Werbrouck aan. Zo zijn er sporters die net naar de journalisten gaan om bepaalde dingen te kunnen zeggen. Hiermee merkt Werbrouck op dat er toch een bepaalde variëteit is en dat er een bepaalde wisselwerking mogelijk is. Hierboven in het deeltje ‘eigen ervaringen met media’ zien we hoe Wauters eigenlijk zonder er vooraf over na te denken handig gebruik maakte van de media voor haar *coming out*.

4.5.2 Houding tegenover de media

Media is een krachtige machine waar sportlui motivatie uit kunnen halen, maar evengoed aan onderdoor kunnen gaan. Het is iets waar je mee moet leren omgaan, ieder op zijn eigen manier. Hierboven zagen we al hoe de respondenten in grote mate proberen te relativiseren wat in de media verschijnt. Anderzijds wijzen ze op het belang van een bepaalde houding die in

vele gevallen kan voorkomen dat je op een ongewenste manier in de pers belandt. Werbrouck wekt soms de indruk een flapuit te zijn maar ze raadt aan nooit het achterste van uw tong te laten zien en veel na te denken. Van Lierde is ook op zijn hoede. Zo zal hij nooit praten over iemand anders of uitspraken doen over doping. Hij weet dat dit altijd uit de context kan getrokken worden. Daar let hij dus een beetje voor op, maar voor de rest is hij redelijk open en zichzelf over hetgeen hij zegt.

Buys vertrouwt op haar natuurlijke intuïtie en is volledig zichzelf. Voor haar is een interview gewoon als babbelen tegen iemand anders en zeggen wat je denkt. *“Ik let op niet veel, ik heb niet veel te verbergen. Als ik er dan eens iets zou uitflappen, kan dat wel grappig zijn.”* Wel denkt ze op voorhand al na wat ze ongeveer zal zeggen bij de verschillende wedstrijdscenario's, dan is ze nooit onvoorbereid. Flament is er ook vrij gerust in dat ze niet slecht afgebeeld zou worden in de media. *“Het is volleybal, heel veel mensen lezen dat niet, dus veel sensatie steken ze daar niet in.”*

Werbrouck en Van Lierde zien ook het voordeel in van een kleine sport te zijn. De interviews bij triatlon gaan bijna uitsluitend over het wedstrijdverloop. Het is niet zo, vertelt Van Lierde, dat je zoals in het voetbal aangepakt kunt worden voor iets dat buiten de sport heeft plaatsgevonden. *“Als kleine sport zit je niet zo gemakkelijk in een mediarol”*, treedt de ex-judoka hem bij.

Wauters geeft aan altijd zichzelf te zijn geweest. Meer dan in Amerika kan ze tegenover de Vlaamse pers altijd haar uitgesproken mening geven en dient ze niet zo diplomatisch te zijn. Ze kan ook nog een heel normaal leven leiden, ondanks haar sterrenstatus binnen de basketbalwereld. Sinds het EK krijgt ze geregeld felicitaties van mensen op straat, maar daar blijft het ook bij, dus ze ervaart het alleen maar als aangenaam. Wauters haalt ook het voorbeeld aan van het opgeklopte verhaal tijdens het EK over de relatie tussen een speelster van de *Belgian Cats* en iemand van de Italiaanse ploeg. Er werd redelijk wat aandacht aan besteed, maar Wauters denkt dat, indien dit in het voetbal was gebeurd, het nog een hele andere omvang zou gehad hebben.

In de Vlaamse sportpers was er tijdens de Spelen in Rio heel wat te doen om de aflossingsploeg. Timmers en Croenen wilden zich volledig toeleggen op de individuele nummers waardoor een forfait voor de aflossingsploeg dreigde. Buys noemt dit pure sensatie waar de media wel raad mee wist. Ze kent de jongens van die ploeg goed en vertelt hoe ze schrokken van die onaangename mediapijk.

Van sensatie heeft Flament geen schrik, wel ondervond de volleybalster hoe ze interviews best aanpakt om ‘juister’ geïnterpreteerd te worden (cfr. ‘mediatraining’). De jonge *Belgian Cats* zijn enorm geschrokken van de kracht en de hoeveelheid van de media-aandacht, merkt ‘ancien’ Wauters op. Eén voorval met de pers zorgde zelf voor wat onrust binnen de ploeg. Eén speelster moest elk van haar ploegmaats een karaktereigenschap toeschrijven. Bij een bepaalde speelster had ze gezegd ‘ze is single, maar of je nu een jongen of een meisje bent, dat maakt niet uit’. De journalist had als titel ‘ze is biseksueel’ gekozen, waarop het meisje in kwestie tot verstomming geslagen was. Wauters voegt hier kritisch aan toe dat het niet zo onlogisch is aangezien haar Instagramaccount niet eens beveiligd is, dus iedereen in feite kan zien dat ze zowel vriendjes als vriendinnetjes gehad heeft.

Lampaert is de enige respondent die ooit van bovenaf opgelegd is geen interviews te geven. Als hij erover nadenkt is dit steeds ergens uit schrik voor de macht van de media. Dit seizoen brak de fiets van zijn ploegmaat Niki Terpstra tijdens Parijs-Roubaix, een productiefout zo blijkt. Daar mochten ze niets over zeggen omdat dit hun sponsor *Specialized*, het bedrijf dat hun fietsen produceert, negatief in beeld zou brengen. Slechte reclame is iets dat je volgens Lampaert zeker niet wil hebben als wielerteam in een periode waarin het moeilijk is om sponsors te vinden. Ook dopingaffaires zijn nefast voor de reputatie van een ploeg en bijhorende sponsors. Lampaert heeft zelf nog geen dopinggeval meegemaakt in de ploeg, maar weet dat hierover niet gecommuniceerd wordt indien dit voorvalt. In feite weet je er niets over als dit gebeurt met een ploegmakker, maar Lampaert merkt op dat de media dan toch zal proberen dingen bij teamgenoten los te weken.

“Soms wil de pers dat ene zinnetje horen en bouwen ze er hun hele interview rond,” aldus Lampaert. *“Dat is dan ook meteen de titel.”* Wauters weet na al die jaren perfect hoe ze moet omgaan met de media, maar soms schrikt ze nog wanneer ze een artikel over zichzelf leest. Soms twijfelt ze of ze dat weldegelijk allemaal gezegd heeft. Ze aanvaardt dit echter als eigenschap van de journalistiek. *“Een zin mag nog volledig uit de context getrokken zijn, je hebt hem wel gezegd en je moet daarmee leren omgaan.”*

Ook kunnen journalisten een directe invloed uitoefenen op de sport, volgens Lampaert, die kritisch is voor Sporza-commentatoren Wuyts en De Cauwer. Volgens hem pikt de jeugd dat op als journalisten met naam en faam zeggen dat een De Gendt niet slim koerst en zijn krachten beter spaart voor die ene aanval in plaats van de ene ontsnappingspoging na de

andere te plaatsen. Maar als er dan amper aangevallen wordt, dan zeggen ze dat het saai is. Lampaert oordeelt dat ze dit eigenlijk zelf in de hand werken.

Buys had zichzelf druk opgelegd en hoge verwachtingen geschept van de buitenwereld door goede chrono's te zwemmen de periode voor het WK. Ze voelde zich zeer sterk en drukte dit ook zachtjes uit naar de media toe. De Antwerpse heeft de stempel dat het op grote toernooien net niet is en wanneer het op het WK in de halve finales van de 100 meter vlinder weer fout ging dacht ze ergens wel 'Lap, het zal weer van dat zijn in de media'. Tot haar verbazing is er niet zoveel verschenen over deze ontgoochelende race in de media, maar wel over de oorzaak van de slechte tijd, namelijk een fout in haar voeding. Haar coach heeft dit namelijk in een interview aangekaart en dit is opgepikt door veel verschillende media. Indien dit niet was gebeurd, wat Buys eigenlijk verwacht had, was ze van plan haar seizoen eens te overlopen op de sociale media. Daarin zou ze onder meer uitklaren wat er allemaal fout gelopen was om de kritiek een beetje te pareren en mensen te informeren over al die kleine dingen die kunnen meespelen.

4.6 Interview na de wedstrijd

4.6.1 Meerwaarde?

Het interview na de wedstrijd is en blijft een delicate kwestie. Volgens Decleir zorgt het voor de meest mooie interviews, maar kan het ook voor de meest confronterende momenten zorgen. Seynhaeve vindt het een absolute meerwaarde om de atleet direct na de wedstrijd te interviewen, al "*is het wel te zien wat er gebeurd is*". Werbrouck bekijkt het vooral vanuit de ooghoek van een atleet die een eerder ontgoochelende prestatie neerzette.

"Bij een interview na de wedstrijd kun je iemand op zijn nest pakken. Dat is gewoon pure emotie. Dat is dan leuk om iemand te zien *bleiten*, of iemand die woest is. En dan zeggen die dingen die voor hen op dat moment correct zijn, maar is dat correct? Ja, nee niet altijd want je zit nog in die adrenaline van woede." (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Vanhoucke geeft aan dat het wel leuk is voor de kijker, maar niet altijd voor de renners. Als sporter kan je door de adrenaline wel eens verkeerde dingen zeggen die je normaal niet voor de micro zou zeggen. Lampaert bevestigt dat je in een *post-match interview* iets kan horen dat je anders niet zou horen. Maar hij is zich er ook bewust van dat het net hetgeen is dat de mensen graag zien, die emotie in de sport. Hij stelt dat het dan aan de sporter is om zijn emoties onder controle te houden.

Wauters noemt het interview na de wedstrijd een absolute meerwaarde. Volgens haar geeft het een echt en waarheidsgetrouw beeld van hoe die sporter zich voelt na die wedstrijd. De atleet kan dan ook nog niet veel gaan nadenken van hoe hij of zij het correct kan formuleren. Bovendien denkt ze dat het voor het publiek ook heel leuk is om de sporter te zien die nog wat buiten adem en aan het zweten is. Het mooie eraan, vindt ze, is dat je er achteraf ook op kan terugkomen. Ze ervoer zelf al hoe ze een beeld in haar hoofd had van de match, maar de dag nadien, eventueel na het bekijken van de beelden, tot het besef kwam dat de wedstrijd helemaal anders was gelopen dan ze op het moment van het interview dacht. Ze geeft wel aan dat een bepaalde lijn niet overschreden mag worden om het nog recht te kunnen trekken. Zo is het zeer moeilijk om iets tegen de media in te brengen als je iets aanvallend of iets dat nergens op slaat hebt gezegd. Maar zo'n situatie is bij haar weten nog niet voorgekomen in de Vlaamse pers met betrekking tot de basketbalwereld.

Werbrouck vindt het niet eerlijk om direct een micro onder uw neus geduwd te krijgen.

“Spijt kan je hebben ja, maar als het gezegd is, is het gezegd hé. Of dat nu een voetballer of een coureur of een andere sporter is, maar je hebt nooit de kans om een nederlaag eerst voor een stuk te analyseren of voor uzelf te verteren.” (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Voor triatleet Van Lierde ligt dat anders. Een wedstrijd bij hem duurt meer dan acht uur en vaak weet een triatleet al een tijdje vooraleer hij over de finish komt waar hij ongeveer zal eindigen. Voor hij aankomt weet hij al ‘ja dat is gebeurd dus ik ga dat zo en zo zeggen’. Hij bereidt dat interview niet voor, maar ergens heeft hij dat al verwerkt. Flament krijgt als volleybalster misschien niet de aandacht die ze zou willen, maar ze kan zich wel inbeelden dat het lastig is om na zo'n geleverde inspanning nog eens een uur de pers te woord te staan. Declair wijst ook op de moeilijkheid om interviews te geven in talen die je amper beheerst. “*Die coureurs die geen Frans of Engels spreken kunnen op dat moment hun emotie niet in het interview steken. En dan zeg je al helemaal dingen die kant noch wal raken.*” Daarom, legt Declair uit, zie je er meer en meer renners die dergelijke talen kunnen.

Buys oordeelt dat het interview na de wedstrijd als niet mag verdwijnen, maar vindt het wel zeer snel volgend op de wedstrijd. Als zwemster moet je onmiddellijk door de *mixed zone* waar alle journalisten staan. Ze heeft ondervonden dat het niet altijd aangenaam is om helemaal nat en uithijgend de journalisten te woord te staan. Ook vindt ze het moeilijk haar mening over de race te geven aangezien ze op het moment van het interview haar tussentijden meestal nog niet weet, noch haar coach gesproken heeft. Een eindtijd is immers niet alles bij

het zwemmen. Net als Wauters noemt ze het interview na de wedstrijd waarheidsgetrouw, waarmee ze niet wil zeggen dat je geen domme dingen kan zeggen waarvan je spijt hebt achteraf.

Dewulf vindt het zeker een meerwaarde, maar merkt op dat tennissers meestal wel wat tijd hebben om even te verpozen en te ontstressen vooraleer ze de pers te woord staan. Volgens hem is het zowel voor de atleet als voor de journalist beter om wat tijd tussen de wedstrijd en het interview te laten, met het oog op “*slimmere uitspraken*”. Als de sporter geen tijd gegund wordt is er volgens Dewulf veel kans dat hij of zij teruggrijpt naar clichés en niet dieper ingaat op de vragen. Bovendien denkt hij dat in dergelijke situaties de persoonlijkheid van de atleet minder uit de verf komt.

4.6.2 Verantwoordelijkheid voor de sportlui en de journalisten

Decleir benadrukt de macht van de media in het *flash* interview na de wedstrijd. Als media doe je volgens hem alles wat je wilt met een sporter. Als je een sporter interviewt op een moment waarop hij zeer emotioneel is, kun je hem dingen laten zeggen. Hij waarschuwt wel dat die mens dan achteraf ook wel gaat zeggen ‘die moet mij nooit meer komen interviewen’. Maar volgens Decleir wordt dat soms net vanuit de top in de journalistiek gevraagd om iemand uit zijn kar te lokken.

De paralympiër legt de sleutel dus bij de journalist die op dat moment zijn kracht moet tonen door ervoor te zorgen dat het interview in goede banen geleid wordt. Hij haalt het voorbeeld aan van Sven Decaestecker die geïnterviewd wordt na zijn wedstrijd waarin hij vijfde wordt op de Paralympische Spelen en heel emotioneel is. Decleir oordeelt dat Geert Heremans op dat moment wel de juiste vragen aan het stellen is. Er was bij Decaestecker heel wat heisa geweest rond zijn concurrenten en Decleir is ervan overtuigd dat als je dat als journalist op dat moment aanhaalt, Decaestecker stevig uithaalt naar die concurrenten op een misschien onrespectvolle manier. Dewulf is ook van mening dat het vooral aan de journalist is om de sporter tegen zichzelf te beschermen door bijvoorbeeld de spanning uit te lucht te nemen. Van Lierde vindt dat de journalisten soms een dun lijntje bewandelen, maar de triatleet legt de verantwoordelijkheid bij de sporter. Volgens hem hangt het ervan af hoe de atleet zelf reageert in dergelijke situaties.

Buys vindt niet dat de volledige verantwoordelijkheid bij iemand kan gelegd worden. Volgens haar kan je aan bepaalde atleten gelijk wat vragen en ze zeggen domme dingen of ze willen

niet antwoorden, terwijl anderen net met alle vragen goed om kunnen. De zwemster heeft wel al enkele interviews gezien waarbij de journalist er gewoon over gaat. Ze kan niet begrijpen waarom journalisten nog zo'n uitgebreid interview willen van Jurgen Van den Broeck na zijn valpartij en opgave in de Tour. *“Voelen die dat niet aan zijn reactie dat het hem niet aanstaat? Laat die jongen op zo'n moment gewoon gerust.”*

4.6.3 Persoonlijke omgang met flash interviews en journalisten

De respondenten stellen zich vrij toegankelijk op voor de media. Alleen Werbrouck geeft volmondig toe interviews geweigerd te hebben.

“Ik heb gedaan wat ik wilde doen en ik geef interviews wanneer ik wil en als het niet past dan past het niet hé. Meestal wordt er dan gezegd: ‘Ulla Werbrouck wilde geen interview geven.’ BAF! Het staat er dan toch nog eens in dat ik niet wilde.” (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Een atleet heeft volgens Van Lierde het volste recht om een interview te weigeren, maar het komt niet over. Hij ziet het als deel van de job, ook omdat je ergens weet dat het gaat gebeuren. Ook Seynhaeve, Wauters, Flament, Lampaert, Buys en Vanhoucke vinden dat die verantwoording afleggen erbij hoort. Al sluit deze laatste niet uit dat hij in zijn carrière interviews zal weigeren, zowel net na de wedstrijd als in volle voorbereiding. Seynhaeve en Flament zeggen sowieso de pers te woord te staan, al geeft volleybalster Flament toe dat het interview na de verloren bekerfinale echt rot was. Lampaert vindt het interview op zich niet altijd een probleem, maar wel die gekte van alles. Zo wijst hij onder meer naar de supporters en de fans ook die soms een beetje te hevig zijn.

Dewulf is volledig zichzelf en stelt zich heel eerlijk en open op bij interviews. Dit heeft hem al enkele mindere quotes opgeleverd, maar tegelijk een goede band met de journalisten. Hij geeft wel toe dat hij vele malen een interview wilde weigeren. Dit deed hij niet, maar soms was hij mentaal zo moe en tegelijkertijd nog vol met adrenaline dat hij vrij kortaf was tegen de journalisten. *“Je bent dan verplicht om nog wat zinnige dingen uit te kramen, maar dan heb je daar totaal geen zin in.”*

Wauters wil een journalist niet met lege handen naar huis sturen, zeker niet omdat ze de meeste kent aangezien het vaak dezelfde mensen zijn. Ze beseft dat ze ook maar gewoon hun job doen. Bovendien is ze in de loop van haar carrière gaan beseffen dat het net iets positiefs is dat ze over haar en de sport willen berichten. Ze vindt het zelfs absoluut nodig om mee te

werken met de journalisten. Als ze ooit in een management van een ploeg zou zitten, zou ze absoluut benadrukken dat het gewoon een deel van de job is.

Flament plaatst haar mening hieromtrent wel in het kader van haar sport. Ze vindt dat je vriendelijk ‘nee’ kunt zeggen tegen de journalisten als je echt heel ontgoocheld bent, maar in de volleybal zal je dat niet doen want je bent tevreden met wat aandacht. Bovendien wijst ze ook op de ‘luxe’ voor journalisten bij teamsporten. *“Als jij niet wil, dan gaan ze gewoon naar een andere van uw ploeg, dus het heeft bijna geen nut om een interview af te wijzen.”* Wauters is samen met Meesseman en Mestdagh het meest begeerd door de journalisten. Ze ziet het dan als hun taak om de praten over de rest van het team aangezien het niet realistisch is iedereen aan bod te laten komen in de media. Het lijkt haar vanzelfsprekend dat degene die veel op het veld staan het teamverband benadrukken met uitspraken zoals ‘de sfeer zit goed, we worden altijd aangemoedigd’.

“Zolang je wint is het allemaal leuk hé”, aldus Seynhaeve. Daar treden zo goed als alle respondenten haar in bij, al geeft onder meer Werbrouck aan dat de media-aandacht je ook na een goede prestatie teveel kan worden. Vanhoucke is nog jong en is nog niet geconfronteerd geweest met een *overload* aan media-aandacht, maar een interview na een tweede of derde plaats vindt hij toch wat zuur. Bovendien is een interview na een overwinning veel *“minder riskant”*. Als winnaar lijkt het hem moeilijk om heel veel verkeerd te zeggen omdat je blij bent en niemand viseert.

Toch moet je als geïnterviewde sporter altijd op uw hoede zijn, aldus Van Lierde en Werbrouck. *“Je moet geconcentreerd blijven en wat moet gezegd worden moet je dan ook wel zeggen”*, vindt de ex-judoka. Flament anticipeert al voor de vragen ‘afgevuurd’ worden. Als ze haar vragen ‘Wil je mee voor een interview?’, dan weet ze al van ‘Ok, wat kan ik zeker zeggen en wat niet?’. Declair is van mening dat je als sporter die klik moet maken tijdens het interview, ook al sta je op dat moment zeer emotioneel. Hij geeft mee dat je moet beseffen dat je tijdens een interview, en vooral die na een wedstrijd, moet opletten met wat je zegt. Hij hecht veel belang aan het kauwen van de vraag opdat je dan kan nadenken over de vraag en vervolgens op een diplomatische manier kan antwoorden. Declair geeft het voorbeeld van de wielrenners die zichtbaar wat tijd willen vooraleer ze de journalisten te woord staan. Hij doelt op het beeld van een coureur die gaat neerzitten en zijn hoofd laat hangen om ervoor te zorgen dat hij geen interview krijgt. Volgens de handbiker is een dertigtal seconden genoeg om zo

eventjes die emotie te laten zakken. “Als je zodanig veel discussie met je kinderen hebt totdat je kan uitvliegen, maar dan beseft: *cool down*.”

Basketbalspeelster Wauters heeft één zo’n *cool down* momentje nodig gehad in haar carrière. Ze verloor met haar Franse club de heenmatch van de finale van de Eurocup tegen een Belgische ploeg. Ze was enorm gefrustreerd omdat haar team het zo slecht had gedaan en er net ook Belgische pers aanwezig was. Omdat ze wist dat de pers met haar wilde praten, maar zodanig *ambetant* liep, is ze eerst naar de kleedkamer geweest. Daar heeft ze zichzelf eventjes gekalmeerd en heeft ze daarna pas het interview gedaan. Ze voelde op het moment zelf die tijd nodig te hebben om zichzelf voor te bereiden om er toch een beetje op een rationele manier mee om te gaan.

Buys zegt altijd een interview te zullen geven, ook al heeft ze al enkele keren gevloekt op de journalisten die klaar staan na de wedstrijd. Ze zou vooral liever wat meer tijd hebben om te bekomen na een slechte wedstrijd. Ooit stond ze met de tranen in de ogen voor de camera en heeft ze twee minuutjes tijd gevraagd aan de journaliste. De Antwerpse vindt het niet altijd even gemakkelijk, maar acht het belangrijk om zowel na een goede als na een slechte prestatie de pers te woord te staan. Lampaert heeft al heel vaak een interview willen weigeren, maar heeft dit niet gedaan uit respect en plichtgevoel tegenover de media. Al is er nog een bovenliggende reden die doorslaggevend is voor hem om de pers te woord te staan.

“Weigeren is natuurlijk ook niet echt zo goed hé, omdat die mannen dat ook niet vergeten. Ik kom eigenlijk best wel goed overeen met die mannen van de media, ook omdat ik niet graag zou hebben dat ze echt slecht praten over mij.” (Yves Lampaert in Bijlage 5)

Buys wil het altijd wel gaan uitleggen aan de pers, maar heeft een coach die zeer beschermend optreedt. Gaastra is iemand die de journalisten kort houdt en hen een tijdslimiet geeft die ze beter niet overschrijden. Ze klaagt niet over de sterke man die achter haar staat, want voor de journalisten is Gaastra de boeman, niet Buys, die zich dan in alle rust kan terugtrekken.

4.7 Voor- en nadelen van media-aandacht

4.7.1 Voordelen van media-aandacht

Zoals zoveel zaken heeft ook media-aandacht twee kanten. Maar wat zijn volgens de respondenten de grootste voor- en nadelen van de persbelangstelling?

Van Lierde moet amper nadenken over het voordeel: “*Je kunt er beter van leven. Hoe meer media-aandacht je krijgt, hoe meer sponsors er zullen geïnteresseerd zijn, dat is duidelijk.*” Ook Dewulf verwijst onmiddellijk naar de financiële baat, evenals naar de persoonlijke erkenning. Werbrouck stelt cru dat je wel moet zorgen dat je in de pers verschijnt, want ze is ervan overtuigd dat je de topsport niet kunt halen zonder sponsors. Ook Declair legt het accent op het commerciële aspect. “*Het staat of valt eigenlijk met het financieel verhaal.*” Door de media-aandacht kunnen de sponsors worden aangetrokken en die vragen ook visibiliteit. Declair onderlijnt het belang van zichtbaarheid van uw discipline, aangezien het een sport kan laten groeien of net niet kan laten groeien.

Toch haalt hij eerst de persoonlijke erkenning aan die een sporter krijgt dankzij media-aandacht. Hij beschrijft deze belangstelling als een persoonlijke titel die je ego streelt. Declair neemt aan dat elke sporter graag *in the picture* staat, dat hij of zij anders geen sport zou beoefenen. Een derde pluspuntje van media-aandacht dat de handbiker vermeldt is de algemene bekendheid die het een sport biedt. Het zorgt er namelijk voor dat de grote massa de discipline gaat kennen.

Vanhoucke haalt bijna uitsluitend de persoonlijke erkenning aan als voordeel. Als wielrenner is het misschien niet onlogisch dat hij minder met het financiële bezig is en al helemaal niet met de promotie en bekendheid van de sport bij het Vlaamse publiek. De belangstelling, bijvoorbeeld een artikel dat verschijnt in de krant over hem, geeft hem extra ‘goesting’ en inzet om er te blijven voor gaan. Lampaert sluit hierbij aan, maar schuift vooral naambekendheid en de bijhorende stijging van de marktwaarde van de coureur naar voor. Buys schuift vooral de persoonlijke visibiliteit naar voor. Ze vindt het jammer dat mensen haar willen volgen, maar dat ze hen moet teleurstellen met de boodschap dat het niet op tv komt. Met het financiële is ze naar eigen zeggen niet bezig, aangezien de regels amper sponsoring toelaten op de ‘kledij’.

4.7.2 Nadelen van media-aandacht

Persbelangstelling roept echter ook mindere gevolgen op bij de respondenten. Werbrouck ergert zich aan alles wat erbij komt:

“Het is niet gewoon een interview dat je geeft, je moet het nog nalezen, je moet dan nog foto’s gaan trekken. Ze willen dan uw huis als locatie, dat wil zeggen dat het moet proper zijn, uw tuin in orde moet zijn enzovoort.” (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

Ze vindt het ook niet kunnen dat heel uw huishouden in de media komt omdat je ergens goed in bent als topsporter. Ook Vanhoucke geeft aan dat sport en privé gescheiden moeten worden. Evenals Werbrouck en Vanhoucke acht Seynhaeve de ‘inbreuk’ op het privéleven van een sporter als het grootste nadeel van de media-aandacht. Ze wijst vooral op dingen die verspreid worden over u die niet echt waar zijn.

Van Lierde is ook gesteld op zijn privéleven. Hij houdt wel van wat erkenning en aandacht voor zijn sportprestaties maar zou het heel wat minder aangenaam vinden mocht hij aangeklampt worden telkens hij naar de bakker of de supermarkt gaat. Wauters prijst zich op dit vlak wel gelukkig basketbalspeelster te zijn. Hooguit wordt ze eens nagestaard of gevraagd om mee op de foto te gaan. En dan nog weet ze niet altijd of het komt door haar carrière of door haar grote gestalte.

Waar Van Lierde, Werbrouck en Seynhaeve verwijzen naar de negatieve impact op het privéleven, hebben Buys en Vanhoucke hoofdzakelijk aandacht voor de repercussies op de sportcarrière. Ze wijzen naar de druk als grootste nadeel. Vanhoucke ziet elk jaar hoe ze daar renners mee kapot kunnen maken. Hij geeft het voorbeeld van het grote talent Louis Vervaeke waar ze zo veel van verwacht hadden. Nu gaat het iets minder bij hem en leggen ze er alle druk op door te zeggen dat het talent bijna verloren is gegaan. Lampaert lijkt weinig druk te voelen. Die komt immers allemaal op de schouders van zijn kopmannen te liggen. Hij heeft een ongelooflijk respect voor Gilbert en Boonen waar hij heel veel van geleerd heeft. Hij bewondert hoe ze met de druk en de pers omgaan. Hij kon van dichtbij meemaken hoe kalm Boonen bleef bij zijn laatste Roubaix, ondanks die overvloed aan pers dag in, dag uit. Daarnaast benadrukt Lampaert ook de dualiteit van media-aandacht. *“Ze zijn er snel om u op te hemelen, maar ze zijn er nog sneller om u af te breken.”*

Buys heeft al genoeg gezien hoe haar mannelijke collega, Pieter Timmers, de ene keer de hemel ingeprezen wordt en de andere keer een egoïst genoemd wordt. Zelf heeft ze nooit extreem *in the picture* gestaan, mede omdat ze altijd iemand gehad heeft die net meer aandacht krijgt dan haar. Ergens vindt ze dat wel een voordeel, want de media houdt zich dan ook niet bezig om haar af te kraken.

Decler kaart vooral de macht van de media aan, een thema dat eerder aan bod gekomen is, als nadelige factor voor sportlui, aangezien deze vaak machteloos tegenover de ‘mediamachine’ staan. *“De media kan alles doen waar het goesting in heeft hé.”* Hij verklaart dat de pers een

sport goed in beeld kan brengen, slecht in beeld kan brengen, kapot kan maken en kan doen stigmatiseren.

4.8 Evolutie in de sportmedia

De sportwereld en -media staan niet stil. Maar hebben er noemenswaardige veranderingen plaatsgevonden de laatste decennia? En zijn de respondenten zich hier bewust van?

4.8.1 Veranderingen bij zowel journalist als sportlui

Van Lierde en Werbrouck geven allebei aan dat de journalisten tegenwoordig korter op de bal spelen dan pakweg tien jaar geleden. De judoka noemt hen agressiever en heeft het gevoel dat journalisten het altijd beter weten. Van Lierde, intussen 38 jaar, ziet op tv dat de jonge journalisten directer zijn, maar heeft dat zelf nog niet ondervonden. Declair ziet vooral een evolutie aan de andere kant van de micro. De paralympiër merkt namelijk dat de sporter zelf veel mondiger geworden is.

Aan de kant van de journalisten ziet Declair zowel een evolutie als een status-quo. Enerzijds verschilt de sportjournalistiek met die van enkele jaren geleden aangezien veel meer sportlui aan bod komen. Het zijn met andere woorden niet altijd dezelfde die geïnterviewd worden. Anderzijds, is de aanpak amper veranderd, aldus Declair. Volgens hem ziet een interview er nog steeds hetzelfde uit als dertig jaar geleden, al is het nu allemaal een beetje mooier en staat er een reclamebord achter.

4.8.2 Team- en paralympische sporten

De respondenten zien heel wat verschuivingen met betrekking tot de sport *coverage*. “*Vooraf de teamsporten krijgen meer aandacht. Dat marcheert echt wel*”, aldus Van Lierde. Volleybalster Flament en voetbalster Seynhaeve, beiden teamspeelsters, ondervinden dit zelf. Al geven ze aan dat dit voor de vrouwen beperkt is tot de nationale ploeg. Ze wijten de groeiende aandacht voor de nationale vrouwenploegen enerzijds aan de betere resultaten van deze ploegen, en anderzijds, aan de nationale ploegen van andere sporten zoals basket en hockey die het internationaal zeer goed doen de laatste tijd. Wauters, al decennia lang aan de absolute top van het basketbal, heeft nooit meer media-aandacht gekregen dan na het EK dit jaar. Zo werden alle matches van de *Belgian Cats* live uitgezonden op Sporza. Eindelijk kregen Wauters & co de visibiliteit waarmee alles staat of valt (cfr. ‘eigen sport tegenover andere sporten’). Ze kwamen dagelijks in de krant en ook de radio was aanwezig. Wauters

heeft geen evolutie gezien gedurende die twintig jaar, maar wel een plotse mediapijk door het EK-succes.

“En dan kom je bij die discussie: Komt de media er pas bij als de resultaten er zijn of is het ook hun verantwoordelijkheid om het eerst al een beetje *in the picture* te plaatsen waardoor er dan een resultaat komt omdat ook veel meer mensen het gaan volgen. Dat is altijd een beetje die vicieuze cirkel.” (Ann Wauters in Bijlage 9)

Volgens Wauters vielen alle puzzelstukjes het afgelopen EK op zijn plaats. Alles was aanwezig en daar hebben ze heel goed gebruik van gemaakt.

Flament zit nog aan het begin van haar carrière, maar heeft de veranderingen de afgelopen jaren bewust meegemaakt: Ze zal nu aan haar vierde jaar bij VDK Gent beginnen en in die jaren heeft ze een evolutie en verbetering gezien. De bekerfinale, bijvoorbeeld, werd dit jaar live uitgezonden op Sporza. Drie jaar geleden speelde Gent ook de bekerfinale maar was die niet te zien op tv. Ook zijn er veel meer samenvattingen van het volleybal. Seynhaeve en Vanhoucke bevestigen deze tendens in het vrouwenvoetbal en –wielrennen. De aandacht voor vrouwensporten wordt hieronder uitvoerig besproken (cfr. ‘Als vrouw in een mannenwereld’).

De respondenten zijn er bijna unaniem van overtuigd dat de trend waarbij kleinere sporten meer aandacht krijgen in de toekomst alleen maar zal toenemen. Declair verwijst hierbij vooral naar het verzadigingsgevoel dat stilaan heerst met betrekking tot populaire sporten. Volgens hem zitten de bekende sporten, zoals het veldrijden en het wielrennen, aan hun top. Daarom worden die nu meer en meer aangevuld met minder bekende sporten, waaronder het paralympisch verhaal. Dit verhaal is volgens de handbiker de perfecte illustratie van deze tendens daar er tussen 2000 en 2008 quasi geen aandacht was voor het paralympisch wielrennen in zijn totaliteit. In 2008 is er een klein beetje weerklank geweest, van op afstand dan, want dan is er geen Sporzaploeg meegereisd naar de Paralympische Spelen en in 2012 hebben ze dat wel gedaan.

Dewulf merkt weinig van het verzadigingsgevoel bij het publiek: “*Het is al voetbal en wielrennen dat de klok slaat maar blijkbaar raken mensen dat niet beu.*” In tegenstelling tot de anderen, ziet hij een negatieve evolutie waarbij minder sporten aan bod komen en alle focus op voetbal en wielrennen ligt. Volgens hem kwamen tot enkele jaren geleden veel meer nevensporten, zoals motorcross, in beeld, terwijl nu minstens 80% van de aandacht naar de grote twee gaat.

4.8.3 Sociale media

Dewulf ervoer hoe de opkomst van de sociale media een onwaarschijnlijke impact gehad heeft op de sportjournalistiek. Alles moet sneller gaan en de mensen weten al hoe de wedstrijd verlopen is nog voor het nieuws uitgezonden wordt of de krant in de bus zit. Hij ziet sinds 2010 de tendens om de mens achter de atleet te schetsen, alsook analyses en opinies te geven, om het publiek op die manier toch iets nieuws aan te bieden. Declair ziet dit niet per se als iets positiefs: *“We moeten eerlijk zijn: er wordt heel veel gepalaverd hé. Vroeger had je dat niet al die voor- en nabeschouwingen”* Werbrouck, Flament en Van Lierde zijn ook van mening dat er wel heel veel aandacht besteed wordt aan bepaalde matches of evenementen.

4.9 De verschillen tussen journalisten

Sportlui komen in aanraking met tal van journalisten, elk aan het werk volgens een bepaalde aanpak en voor een specifieke werkgever. Zijn er volgens de atleten duidelijke verschillen tussen de verscheidene journalisten? Kan er een lijn in getrokken worden naargelang het geslacht of de leeftijd van de journalist of het medium waarvoor hij of zij werkt?

Flament onderscheidt hen vooral volgens stijl en interpretatie. Zo zijn er journalisten die hun artikel op voorhand al klaar hebben en enkel ja-nee vragen stellen. Vanhoucke schrijft de verschillen voornamelijk toe aan de persoonlijkheid van de journalist, of toch aan de eerste indruk die een sporter daarvan heeft. *“Het klikt of het klikt niet.”* Ook vraagt de ene veel meer door dan de andere. Volgens het jonge wielertalent is het meestal na enkele minuten, of soms zelfs seconden, wel duidelijk wat de journalist wil bekomen. En achteraf, wanneer hij het artikel leest, wordt het vaak nog duidelijker wat de intenties waren.

Niet alleen de intenties, en de mate waarin de journalist voorbereid is, zijn onmiddellijk duidelijk volgens Wauters, ook het medium karakteriseert het interview. Zo heb je bij een interview voor de geschreven pers veel tijd om je verhaal te vertellen, terwijl het radio-interview korter en het tv-interview vaak nog een stuk korter is. Ook maakt ze een onderscheid binnen de geschreven pers. Ze weet op voorhand dat wanneer ze geïnterviewd wordt door de Tijd de accenten ergens anders leggen dan Het Laatste Nieuws of Het Nieuwsblad. Buys merkt onmiddellijk of de journalist, die normaal voetbal of wielrennen verslaat, gestuurd is door de redactie, al dan niet tegen zijn zin. Die zal dan eerder wat *basic* vragen stellen, terwijl een Inge Van Meensel, die zelf gezwommen heeft, er wat van kent. Dat

geeft volgens Buys een heel ander interview. In het eerste geval antwoordt ze wel op de vragen, maar probeert ze het interview ook wat in een andere richting te sturen.

Terwijl Van Lierde en Lampaert een directere stijl waarnemen bij jongere journalisten, geeft Flament aan geen lijn te kunnen trekken volgens geslacht of leeftijd. Net zoals Vanhoucke hangt het volgens de volleybalster puur van de aard van de persoon op zich af. Zoals hierboven (cfr. ‘Interview na de wedstrijd’) werd aangegeven is de persoonlijke band met een journalist ook een belangrijke factor. Van Lierde noemt Jeroen Sap van WTV een echte maat, terwijl Dirk Gerlo van Sporza ook een aangename man is, en hem ook zeker *“geen loef zal afsteken”*, maar toch een andere stijl van interviewen hanteert. *“Gerlo is iemand die wel eens straffer zou durven doorvragen. Met Sap is het zoals een gesprek onder vrienden, maar dan wel over mijn sport dus toch helemaal anders.”* Van Lierde en Werbrouck hebben zelden opmerkelijke verschillen gemerkt tussen de verschillende media. Van Lierde merkt tijdens het interview zelf niet of het voor de krant, een kleine of grote tv-zender is.

Decleir richt zich vooral op de kwaliteiten van de journalisten waardoor bepaalde zich onderscheiden van de anderen. *“De kracht is om de sporters op zijn gemak te zetten, zichzelf voor een stuk te gaan wegcijferen en op dat moment de juiste vragen te stellen.”* Volgens de handbiker moet een journalist net niet in de belangstelling staan. Wel moet hij of zij verder bouwen op gegeven antwoorden, maar de sporter ook niet constant onderbreken. Verder weegt hij de journalisten ook af op basis van hun aandacht voor verschillende sporten. Zo plaatst hij degenen die bepaalde prestaties in minder populaire sporten aangekaart hebben een trapje hoger. In degene die dan weer overvloedig en incorrect bericht hebben over zijn extrasportieve gebeurtenissen heeft hij al zijn vertrouwen, en deels zijn respect, verloren. *“Dat kan zelfs een blad zijn hé. Het Nieuwsblad, de krant van West-Vlaanderen, Het Laatste Nieuws, je kan ze er soms uithalen.”*

Decleir merkte vroeger wel een bepaald stijlverschil tussen mannelijke en vrouwelijke journalisten. Vrouwelijke journalisten, zowel in de sport als erbuiten, leefden zich opvallend meer in. De laatste jaren, echter, heeft Decleir al heel wat interviews met mannen achter de rug die ook heel empathisch zijn.

4.10 Als vrouw in een mannenwereld

Vrouwen zijn *ondergerepresenteerd* in zowel de sportmedia-aandacht als in de sportjournalistiek zelf. Er is echter al enkele decennia sprake van een toename van oestrogeen

op beide vlakken. De respondenten blijken echter niet veel te merken van deze evolutie aangezien hun antwoorden aantonen dat de Vlaamse sportmedia hoofdzakelijk een mannenwereld blijft.

4.10.1 Vrouwelijke journalisten

Wielrenner Vanhoucke is in Vlaanderen nog nooit door een vrouw geïnterviewd. Bovendien bestaat de organisatie en de jury uitsluitend uit mannen. *“Misschien de dokters die eens vrouwen kunnen zijn. En ja, de podiummissen.”* Hetzelfde verhaal geldt voor de basketbalwereld. Wauters noemt de sportwereld nog altijd een mannenwereld aangezien zelfs bij de vrouwen de rol van de coach en de postjes binnen het management bijna altijd ingevuld worden door een man, net als die van de journalist.

Flament en Seynhaeve zijn beide eenmaal in aanraking gekomen met een vrouwelijke journaliste, in het eerste geval was het een jonge stagiaire. Werbrouck geeft al decennia lang interviews en schat de verhouding op 90% mannen tegenover 10% vrouwen. Ze geeft aan amper een verschil te merken tussen het begin van haar carrière in de jaren 90 en nu. Basketbalspeelster Wauters heeft amper een stijging van vrouwen gemerkt de laatste twintig jaar. De vrouwen die ze hier in België gehad heeft waren vooral van magazines, en dus niet echt sport-minded. Volgens haar is Valérie Hardy hier de enige echte vrouwelijke sportjournaliste naast Inge Van Meensel bij Sporza en Steffi Merlevede bij Radio 1. Met deze laatste twee is ze echter nog nooit in contact gekomen. Lampaert kan ook maar één naam opnoemen van een vrouw die hem geïnterviewd heeft, namelijk Ann Braeckman.

Van Lierde en Declair hebben beide een goede ervaring gehad met een vrouwelijke journaliste, maar komen vooral in contact met mannen. Vanhoucke vertelt vooral vrouwelijke journalistes te zien in zuidoostelijke landen. Hij herinnert zich nog eentje in Spanje die hij beschouwt als één van de betere interviewers die hij al gehad heeft. Buys komt Van Meensel wel vaker tegen en rept er geen slecht woord over, maar op zich maakt het geslacht van de journalist haar niet uit. Werbrouck heeft een minder hoge pet op van vrouwelijk journalisten. *“Het zijn alleen de schone ‘poppemiekes’ die vooraan staan, die een interview gaan doen.”* Wel heeft ze bemoedigende woorden voor vrouwen met een passie in een mannenwereld. Ze is ervan overtuigd dat als je het als vrouw kunt maken als je het wilt maken. *“Je moet tegen de stroom ingaan, je mag niet zeggen dat je dat niet kunt.”*

Seynhaeve, Dewulf en Wauters lijken als enige te pleiten voor een gelijkwaardigere genderverdeling in de sportjournalistiek. De voetbalster zou wel graag vaker door een vrouw geïnterviewd worden. Wauters bekijkt het op een meer algemene manier: “*Ik denk dat meer evenwicht gewoon nodig is in het algemeen. Dat is gewoon een gezonde evolutie. Dus komaan hé, goed bezig!*” Dewulf is ervan overtuigd dat vrouwen een andere kijk hebben waardoor hij een evenwichtigere afwisseling tussen mannen en vrouwen als een belangrijke meerwaarde ziet. Hij denkt dat er misschien toch iets meer vrouwen de sportredactie bezetten dan een twintigtal jaar geleden, maar acht de stijging erg gering.

Voor Flament, Werbrouck en Vanhoucke maakt het echt niet uit of het nu een man of een vrouw is die hen de vragen stelt. Die laatste zegt dat de renners zich concentreren op de koers en daar niet echt mee bezig zijn. Declair is van mening dat het geslacht van de journalist niet zo van tel is, maar wel de kwaliteiten. Ook Lampaert staat niet negatief tegenover vrouwen in de wielwereld, maar hij is er zelf niet mee bezig. Wel ziet hij vrouwelijke journalisten als een mogelijke katalysator voor een breder vrouwenpubliek. “*Zolang ze iets van koers kennen mogen er gerust meer vrouwen zijn.*” Hij acht meer vrouwen binnen de wielwereld ook handig om het wielrennen wat aantrekkelijker te maken voor het vrouwelijk publiek aangezien koers door hen vaak als saai beschouwd wordt.

4.10.2 Vrouwensporten

De aandacht voor vrouwensporten werd hierboven (cfr. ‘Eigen sport t.o.v. andere sporten’ & ‘Evolutie in de sportwereld’) al aangekaart. De vrouwensporten liggen nog steeds onder, maar zijn toch aan een opmars bezig. Al is deze gelimiteerd tot de nationale teams.

Zo krijgen de *Yellow Tigers*, het nationale vrouwenvolleybalteam, sinds hun uitstekende prestatie op het EK in 2013 heel wat meer aandacht, vertelt Flament. Ze merkt ook dat ze hierdoor meer en meer fans krijgen wat haar een enorm plezier doet. Wel geeft het volleybaltalent aan dat de mannen nog een pak meer aandacht krijgen, vooral op Belgisch competitieniveau. Zo is er in 2016 een zender van Telenet bijgekomen waar heel wat volleybalmatches van de mannen live uitgezonden worden. Hier geeft ze zelf als reden dat de Belgische competitie bij de vrouwen niet zo super is, terwijl ploegen als Roeselare en Maaseik bij de mannen Europese top zijn. Flament ziet gelijkenissen met het voetbal en het wielrennen. Seynhaeve bevestigt deze parallel met het volleybal. Zo verwijst ze evenals naar de toenemende aandacht voor het nationale team, de *Red Flames* in dit geval, en geeft ze aan dat de Belgische vrouwencompetitie niet veel voorstelt.

Wauters klaagt zeker niet over de aandacht voor het vrouwenbasket na het EK dit jaar. Als ze denkt aan de voorbije jaren, echter, valt het toch op dat het mannenbasket veel meer in de aandacht gekomen is, ook de Belgische competitie. Zo wordt over de competitie wekelijks gerapporteerd, weliswaar ergens achteraan in de krant, terwijl over de *Belgian Lions*, de nationale mannenploeg, heel sporadisch iets verschijnt. Het verschil tussen de mannen en de vrouwen blijkt echter geen Vlaams fenomeen. Als ze kijkt naar Amerika worden sterren als Candace Parker, een speelster die de Olympische Spelen meerdere keren gewonnen heeft, heel hard geapprecieerd, maar zijn ze nog in staat een vrij normaal privéleven te leiden. Wauters maakt de vergelijking met Kobe Bryant, die niet naar een gewoon restaurant kan gaan. De paparazzi is alomtegenwoordig in zijn leven. Het sterrenstatus bij mannelijke basketbalspelers heeft dus helemaal andere gevolgen dan die van de vrouwen.

Vanhoucke ziet hoe de situatie voor zijn vrouwelijke collega's aan het verbeteren is. Zo zijn onder meer het BK voor de vrouwen en hun Ronde Van Vlaanderen al twee jaar op de buis. Wel merkt hij op dat die wedstrijden 's morgens plaatsvinden, wat niet ideaal is voor de kijkers. Ook Lampaert merkt op dat het vrouwenwielrennen in de lift zit wanneer hij het vergelijkt met een jaar of vijf geleden. Hiervoor ziet hij voornamelijk de Nederlandse Marianne Vos verantwoordelijk.

“Dat was zo een keer iemand met meer voorkomen, een beetje atletisch. Erg om te zeggen, maar dat toont veel professioneler wanneer dat er allemaal een beetje beter uitziet, vroeger waren dat zo een beetje van die zwaardere dat waren precies geen sporters.”
(Yves Lampaert in Bijlage 5)

Hij ziet d'Hoore niet als pionier maar eerder als iemand die initieel meegestapt is in dat positieve verhaal en het nu wel verder laat groeien.

Buys ziet een gelijke behandeling voor mannen en vrouwen in het zwemmen wat de media-aandacht betreft. Volgens haar beslissen uw resultaten over de hoeveelheid media-aandacht je krijgt, ongeacht of je een man of een vrouw bent.

4.11 Mediatraining

4.11.1 Mediatraining per sport

Mediatraining blijkt een must te zijn voor sportlui. Behalve Seynhaeve, Flament en Buys, hebben alle respondenten in kleinere of grotere mate ervaring met mediatraining. Lampaert

heeft bij de profs al bij twee ploegen gereden en geeft aan dat de mediatraining van een heel andere aard is. Bij Topsport Vlaanderen was het geen onverdeeld succes. Bij zijn huidige ploeg, Etixx Quick Step, krijgen ze elk jaar een interessante mediatraining op winterstage, waarbij ook over de materiaalsponsors uitgebreid uitleg wordt verschaft. *“Ik ben daar eigenlijk niet echt mee bezig, ik heb zo ploegmaten die daar zeer geïnteresseerd in zijn. Van mij ja, zolang mijn fiets bolt is dat goed hé.”* Lampaert voegt ook nog toe dat interviews voor de geschreven pers eerst dienen opgestuurd te worden naar de *pr-manager* vooraleer ze in de krant komen.

In zijn tijd was er een minimale mediatraining in het Belgische tennis, vertelt Dewulf. Het ging toen om een sessie van twee dagen, georganiseerd door de tennisbond ATP. Hier heeft Dewulf echter weinig van geleerd. Intussen blijkt mediatraining uitgebreider en op een professionelere manier aangebracht te worden aan de jonge spelers. De mediatraining bij het *Belgian Paralympic Comité* die Declair gekregen heeft was gewoon een namiddagsessie. Tijdens deze training werd onder meer meegegeven hoe je media-aandacht proactief kan aantrekken. De focus tijdens zo'n sessies is dus ook erg afhankelijk van de sportdiscipline.

Flament en Seynhaeve die allebei op het hoogste niveau van de Belgische competitie spelen wijten de afwezigheid van mediatraining simpelweg aan het tekort aan media-aandacht. Ze achten het dan ook niet nodig om sessies te krijgen. In het Belgische zwemmen, noch in het Belgische vrouwenbasket, en zelfs in het Europese, blijkt amper of geen mediatraining te bestaan. Wauters wijt de beginnersfoutjes van enkele van haar ploegmaats bij de *Belgian Cats* aan de afwezigheid hiervan. Zo werden bepaalde medespeelsters er nooit op gewezen dat alle accounts op sociale media beter privaat gehouden worden, of dat je niet zomaar alles mag zitten vertellen tijdens een interview.

4.11.2 Nut mediatraining

De respondenten met ervaring op vlak van mediatraining zijn bijna unaniem: het is nuttig en nodig. Zo'n sessies geven enerzijds handige tips en trucs om geen domme dingen te doen of te zeggen. Anderzijds, leren ze u hoe je gemakkelijker uit uw woorden geraakt, beter overkomt en dingen beter uitlegt. Declair, zoals hierboven vermeld, stak vooral veel op van de tips met het oog op het aantrekken van media-aandacht en sponsors. *“Als niet bekende sport of sporter moet je zelf die media aantrekken hé.”* Dewulf ziet mediatraining als een meerwaarde voor zowel de atleet als de journalist als het uitgebreid en goed wordt gebracht. Wauters ziet net als de anderen het positieve in van mediatraining maar plaatst toch een kanttekening. Ze pleit

voor meer mediatraining in het Europese basket, maar niet in dezelfde mate als Amerika. Ze vindt het positief dat je in de Vlaamse pers uw mening kan geven en uzelf kan zijn. In de VS is het er ingepeperd wat je moet zeggen. *“Als ik een interview bekijk heb ik altijd van ‘allez, zeg nu eens echt wat er scheelt’. Ik vind het eigenlijk echt een beetje te fake daar.”*

Flament en Buys vinden mediatraining overbodig in hun geval. Journalisten bellen de volleybalster wel maar dat is meestal gewoon voor een voorbeschouwing op de match, dus ze ziet het nut niet in om daar training op te geven. Buys denkt wel tips te kunnen opsteken van dergelijke sessies, maar heeft geen problemen in interviews of met de media in het algemeen. *“Als ze mij zouden komen vragen om mediatraining te volgen zou ik zeggen: ‘moet dat echt?’”*

4.11.3 Ervaring is de beste mediatraining

Mediatraining levert een belangrijke bijdrage, maar de omgang met de media lijkt in de eerste plaats iets te zijn dat je al doende leert. *“En dat is met vallen en opstaan”*, aldus Werbrouck. Alle respondenten geven aan dat ze het automatisch uit zichzelf leren. Wauters heeft in al die jaren vooral geleerd op haar gemak en zekerder te zijn in interviews. Vroeger slaagden journalisten er beter in de woorden in haar mond te leggen. Nu kan ze de dingen verwoorden op de manier dat zij het wil zeggen. Flament is nog jong, maar pakt het al anders aan dan in haar eerste interviews.

“Als je zegt: ‘we gaan een kans maken om te winnen’ vatten zij dat op als ‘ze gaan winnen’ of toch ‘ze denken dat ze gaan winnen’. Nu weet ik dat ik moet zeggen: ‘Ja, ik denk wel dat het fifty-fifty zal zijn’ en dan maken zij ervan ‘ze maken een kans om te winnen’.” (Laure Flament in Bijlage 4)

4.12 Vlaamse vs. andere sportmedia

In de diepte-interviews met de sportlui werd gepolst naar hun visie op de Vlaamse sportpers. Maar verschilt deze sterk met de sportmedia in andere landen (en Wallonië), en op welke vlakken?

“Ik voel mij in Frankrijk meer geapprecieerd dan in België”, valt Van Lierde met de deur in huis. De triatleet vindt dat de Vlaamse media eerder focust op het negatieve terwijl de buitenlandse pers meer neigt in te zoomen op het succesverhaal. De 38-jarige West-Vlaming hekelt de negatieve houding die de Vlaamse media aanneemt, maar is zich ook bewust dat niet enkel naar het positieve kan gekeken worden. Werbrouck verklaart deze positievere

houding van de buitenlandse pers door de andere invalshoek. Ze redeneert dat als je door een buitenlander wordt geïnterviewd dit meestal is omdat je iets gepresteerd hebt. De Olympische kampioene treedt Van Lierde wel bij omtrent de negatieve blik van de Vlaamse sportjournalistiek. *“Je moet op uw hoede zijn want ze interpreteren alles zoals ze het willen interpreteren en dan zoeken ze een stok om een hond te slaan hé.”*

De sportmedia kan elders ook verschillen omdat de populariteit van een bepaalde sport daar nu eenmaal lager of hoger is. Zo weet Van Lierde dat de triatlon een stuk bekender en nieuwswaardiger is in Frankrijk dan bij ons. Flament wijst op het contrast in aandacht voor volleybal in ons land in vergelijking met landen als Italië, Turkije, Duitsland en in mindere mate Nederland. Bijgevolg valt er een pak meer geld te verdienen met deze sport in deze competities.

Decleir heeft in zijn carrière heel bewust meegemaakt hoe de media-aandacht voor paralympische sporten geleidelijk gegroeid is in Vlaanderen.

“De buitenlandse pers heeft veel sneller op gans dat paralympisch verhaal gereageerd dan de nationale pers hier bij ons. Vlaanderen kwam achter, maar ze zijn een inhaalbeweging aan het maken de laatste twee jaar.” (Wim Decleir in Bijlage 2)

Hij haalt onder meer Nederland aan als een land dat heel snel ingespeeld heeft op de paralympische sporten. Nog voor bij ons iets verscheen over de Paralympische Spelen, hadden zij al een paralympisch programma op televisie. Ook in Duitsland krijgen mindervalide sportlui al decennia lang aandacht. Decleir won in 2006, 2007 en 2008 de marathon van Berlijn en is bijgevolg drie maal na elkaar live op ARD geweest met een live interview erbovenop. Hij heeft een persconferentie gehad samen met Gebrselassie (*n.v.d.r.* Ethiopische langeafstandsloper) die toen het wereldrecord gebroken had. Samen met hem zat hij in een zaal met 100 journalisten. Aan hem werden maar twee of drie vragen gesteld, tegenover vijftig voor Gebrselassie, maar hij voelde dat hij mee in dat verhaal zat.

Wauters & co ondervonden op het EK het verschil in populariteit tussen de verschillende landen.

“Frankrijk is natuurlijk een heel stuk groter, maar als je de vijf journalistjes zag voor ons aan het begin van het toernooi en de hele troep pers die aanwezig was voor de Franse ploeg, dan moet je toch even slikken.” (Ann Wauters in Bijlage 9)

Dewulf ziet een opmerkelijk verschil tussen de Vlaamse en Waalse pers. In het zuidelijk landsdeel is de sportmedia volgens hem meer zuiderse en temperamentvol. Ze hebben meer respect voor de oude vedetten en zouden minder kritisch zijn. Ook wordt er meer ruimte gemaakt binnen het sportnieuws voor hun boegbeeld Goffin. Ook heeft hij gemerkt dat in België meer sport verschijnt in de kranten dan in Nederland. Dewulf vertelt ook niet te mogen klagen over de aandacht die tennis krijgt in Vlaanderen, al is deze discipline nog meer aanwezig in de Franse, Britse en Australische pers. Op de aandacht in Engeland is hij echter niet jaloers, daar de *tabloids* erg happig zijn op persoonlijke schandalen. De Amerikaanse sportpers zou dan weer een zeer gespecialiseerde stijl hebben. De nadruk wordt in deze media op alle details van de wedstrijd gelegd waarbij vakjargon niet geschuwd wordt. De tennisser is tevreden met de invalshoek die de Vlaamse pers aanneemt, waarbij een complete *coverage* gegeven wordt.

Wauters sleet heel wat jaren in Amerika en merkt toch een enorm verschil tussen de Vlaamse en de Amerikaanse sportmedia. Ten eerste wordt er in de VS heel wat meer gefocust op één sterspeelster. Meesseman, Mestdagh en Wauters krijgen misschien het meest aandacht van alle *Belgian Cats*, maar Wauters haalt aan dat daar echt één iemand, hoogstens twee spelers, *in the picture* staat en de rest in de schaduw belandt. Ze spelen ook meer op die manier, terwijl bij ons wel het samenspel primeert, vertelt ze. Een tweede puntje kwam al aan bod, namelijk de voorspelbaarheid van het *post-match interview*. Daar gaat het vaak om de zogenoemde *lockerroom interviews* waarbij de journalisten twintig minuten, strikt gechronometreerd, in de kleedkamer mogen vertoeven.

Wauters noemt de interviews in Vlaanderen veel meer waarheidsgetrouw aangezien basketbalspeelsters dergelijke voorgekauwde en opgelegde zinnen niet uitbrengen. Ze ervoer hoe het in Amerika allemaal heel hard wordt gecontroleerd. Hier hebben de journalisten gewoon haar nummer en bellen haar gewoon op terwijl dat daar ongezien is. Een *pr-person* is er verantwoordelijk voor en alles passeert via hem of haar. Ten derde vindt ze de Vlaamse pers vrij correct en minder sensatiegericht dan in de VS en verschillende andere landen waar ze gespeeld heeft. Een laatste verschil volgens Wauters is de genderverdeling op de sportredactie. In Amerika was het toch evenwichtiger, denkt ze. Ze herinnert zich meer vrouwen, maar “*dat waren dan mooie mevrouwetjes die het gewoon moesten uitvoeren puur voor the picture.*” Dit laatste stemt overeen met Werbrouck, die bijna uitsluitend door “*poppetjes*” werd geïnterviewd de keren dat een vrouw achter de micro stond. Wauters voegt

er wel aan toe dat het ook vaak getalenteerde interviewsters waren, of ex-atleten die het uitstekend deden.

4.13 Het persoonlijk motief voor media-aandacht

Waarom streven sportlui naar media-aandacht? Eerder (cfr. ‘Voor- en nadelen media-aandacht’) werd duidelijk dat vooral het financiële aspect een drijfveer blijkt te zijn.

Werbrouck stelt simpelweg dat een sporter de media nodig heeft. Dat sportlui, met andere woorden, de media-aandacht moeten opzoeken voor de sponsors. “*Als je niet in de krant komt is het heel moeilijk om ergens te geraken, want als je geen sponsors hebt kan je die topsport niet halen en verdien je geen centen.*” De vicieuze cirkel wordt meteen duidelijk: zonder geld krijg je geen media-aandacht en daarom ook geen sponsors.

Geld versterkt de media-aandacht alleen maar omdat disciplines met meer financiële middelen meer mogelijkheden hebben naar de media toe. Werbrouck geeft het voorbeeld van journalisten, hoe correct ze ook zijn, die worden uitgenodigd door bepaalde ploegen of evenementen om ergens een bepaalde match mee te gaan kijken. Ze krijgen niet zelden een vip-arrangement. De judosport kan zich dit echter niet permitteren, waardoor de journalisten niet zo gauw toehappen. Met het gevolg dat judo amper in beeld gebracht wordt. Dit vertaalt zich ook in het loon van de sportlui.

“Voor een judoka heb ik goed verdiend, maar als je het vergelijkt met een *nobody* uit het eerste klasse voetbal...er zijn heel veel namen die ik u mag zeggen die je nog nooit gaat gehoord hebben, en die verdienen tien keer meer dan dat ik ooit in mijn beste periode zal verdiend hebben en dat zijn...jah die kunnen voetballen of tennissen. Maar zijn ze top? Neen.” (Ulla Werbrouck in Bijlage 10)

De judokampioene kan het intussen wel relativeren. “*Je weet dat je in een kleine sport zit, we moeten ons geen illusies maken.*” Flament is zich bewust dat er in België niet veel te rapen valt als professioneel volleybalster. Meer aandacht in de Vlaamse sportmedia zou hier echter verandering in kunnen brengen, maar een overstap naar een andere competitie met de persaandacht ginder lijkt haar realistischer. Los van de financiële kant pleit ze ook voor meer erkenning voor haar sport. Van Lierde en Decléir hebben de vicieuze cirkel al lang aanvaard zo lijkt. “Komen ze veel in beeld, gaat er veel geld mee gepaard. Gaat er veel geld mee gepaard, komen ze veel in beeld”, aldus Decléir. Daarom onderneemt deze laatste ook heel

wat initiatieven om zijn sport meer *in the picture* te krijgen (cfr. ‘eigen sport t.o.v. andere sporten’).

Seynhaeve vindt het voorstel van haar club om de speelsters zelf sponsors te laten zoeken vooralsnog een beetje raar. Zelf heeft ze er nog geen gevonden, maar ze merkt wel een vooruitgang op financieel vlak voor het vrouwenvoetbal de laatste twee jaar. De grote kloof tussen mannen en vrouwen is niet alleen in het voetbal, maar ook in het wielrennen aanwezig. Vanhoucke stelt dat het moeilijk en bijna onrealistisch is om dezelfde sponsors van het mannenwielrennen ook aan de vrouwen vast te leggen.

Buys lijkt weinig bezig met het commerciële verhaal in de zwemwereld. Ze heeft enkele sponsors maar die hameren niet op media-aandacht.

“Die weten ook dat dit niet veel uithaalt. Ten eerste zijn er hele strenge regels over reclame op badpakken. Ten tweede, weten de sponsors ook dat zwemmers in België weinig visibiliteit krijgen. Wel vragen ze om hen af en toe te vermelden op mijn sociale media.”
(Kimberly Buys in Bijlage 1)

Het financiële aspect blijkt heel belangrijk te zijn voor de sport en sporters, maar zoals hierboven al duidelijk is gemaakt (cfr. ‘Persoonlijke media-aandacht’) krijgen de respondenten ook graag media-aandacht als teken van persoonlijke erkenning.

Conclusie en discussie

De centrale onderzoeksvraag *‘de kijk van de Vlaamse atleet op de Vlaamse sportmedia’* fungeerde als het overkoepelend onderwerp van dit onderzoek. Om een uitgebreid en overzichtelijk antwoord te kunnen geven werden vijf deelvragen gevormd: (1) *‘Is er een verschil in visie op de sportmedia tussen atleten uit mediasporten en niet-mediasporten?’*, (2) *‘Is er een verschil in visie op de sportmedia tussen atleten die top zijn in hun sport en atleten die minder succesvol zijn?’*, (3) *‘Hoe staan de Vlaamse atleten tegenover het sportinterview?’*, (4) *‘Welke evoluties hebben de laatste decennia plaatsgevonden binnen de sportmedia?’* en (5) *‘Wat zijn de verschillen a) binnen de Vlaamse sportmedia en b) met de sportpers in andere landen?’* Aan de hand van deze specifieke vragen, krijgen we een mooi beeld van de visie van de sportlui op de sportpers.

Deelvraag (1) peilt naar de mate waarin de visie van de atleet beïnvloed wordt door de populariteit van de sport die hij of zij beoefent. Uit het onderzoek blijkt dat de wielrenners en de tennisser, toch twee mediasporten, niet van mening zijn dat ze overdreven veel aandacht krijgen daar ze de *coverage* van het voetbal extremer achten. De atleten uit de niet-mediasporten, echter, vinden hun sporten ondergewaardeerd in vergelijking met het overaanbod aan voetbal, wielrennen en, in mindere mate, tennis. Terwijl deze atleten dolgelukkig zouden zijn met de hoeveelheid aandacht die, in de eerste plaats, wielrennen en, daarnaast ook, tennis krijgen, richten mediasporters Lampaert, Vanhoucke en Dewulf zelf ook de blik naar boven, namelijk naar het voetbal.

Vanhoucke en Lampaert zouden geen problemen hebben met een grotere vorm van aandacht voor andere sporten dan voetbal en wielrennen, maar pleiten niet voor een herverdeling in de mate dat de andere atleten het doen. Bovendien zijn de twee wielrenners er, net als volleybalster Flament, niet van overtuigd dat een stijging in aandacht voor nevensporten zal aanslaan bij het publiek. De wielrenners zien de verdeling in *coverage* als een weerspiegeling op de vraag en interesse van de mensen. Flament, daarentegen, spreekt zichzelf wat tegen daar ze de interesse afkomstig acht van het grote aanbod voor voetbal en wielrennen. De overige atleten komen uit kleinere sporten, met uitzondering van tennisser Dewulf, en zijn overtuigd van de meerwaarde van een meer evenwichtige verdeling over de verschillende disciplines. Ergens weten ze dat het vechten is tegen de bierkaai, maar mits pioniers, sociale media,

constante nationale (top)prestaties, ondersteuning vanuit de sportfederatie en bereidwillige journalisten dichten ze hun sport wat kansen toe meer in beeld te komen.

Een opvallende vaststelling is het verschil in ergernis. Atleten uit kleinere sporten lijken zich, naast een tekort aan persaandacht, in de eerste plaats te storen aan de grote fouten die in artikels terug te vinden zijn over hen en hun sport. De sporters uit grotere sporten wijzen, in eerste instantie, naar de grote druk en chaos die persaandacht met zich kan meebrengen.

De atleten-respondenten uit de kleinere sporten stellen zich, in hoofdzaak, open op naar de pers toe om hun sport en deels ook zichzelf te promoten. Door *in the picture* te komen hopen ze hun sport aan populariteit te laten winnen, waardoor ze er op termijn zelf ook de vruchten van kunnen plukken. De wielrenners en de tennisser zien de samenwerking met de pers voornamelijk als een promotie voor henzelf als individu. Hun sport krijgt genoeg weerklank in de media, dus streven ze naar eigen naambekendheid die tegemoet komt aan de persoonlijke financiële belangen.

Naast deze verschillen is de algemene visie op de kwaliteit van de Vlaamse sportmedia vrij gelijklopend. De atleten-respondenten zijn vooral lovend over het werk van Sporza, in het bijzonder over enkele programma's die een sportoverstijgend karakter hebben. De mens achter de atleet is een invalshoek die vaak gehanteerd wordt en in de smaak valt bij de sporters. De appreciatie van deze benadering die wat afwijkt van het puur sportieve, loopt parallel met de visie van MacNeill (2002) en Rowe (2004).

Deelvraag (2) brengt het verschil in visie op de sportmedia in kaart tussen atleten die meer en minder uitblinken in hun sport. Sportlui zoals Seynhaeve, Flament, Buys en Dewulf, zelf geen al te opvallende figuren binnen hun sport, hekelen de eenzijdige belangstelling van de pers voor bepaalde atleten. Ze zien graag eens andere mensen aan het woord in plaats van telkens dezelfde twee of drie toppers. Wauters, een hele grote naam in het internationale basket, vindt het eerder logisch dat de journalisten naar de sporters stappen die presteren en veel op het veld staan. Ze ziet het wel als haar taak haar teamgenoten te vernoemen en het belang van het hele team te onderstrepen. Lampaert denkt dat het vooral voor de omgeving van een *underdog* fijn is als hij of zij in beeld komt, maar niet per se voor het algemene publiek.

Ook de appreciatie van de media-aandacht is niet bij iedereen gelijk. Werbrouck, die een absolute topjudoka was in de jaren 90', was de aandacht al snel beu. Lampaert, die de laatste twee seizoenen vrij puike prestaties neerzette in het wielrennen, was de media evenzeer soms

liever kwijt dan rijk. Buys, Declair, Van Lierde, Flament, Seynhaeve en Vanhoucke, daarentegen, kunnen optimaal van de aandacht genieten. Al kan dit bij deze laatste drie wel veranderen, aangezien oudere atleten aangeven dat aandacht vooral fijn is als je jong bent. Dewulf, die geen internationale maar wel nationale top was, geeft als enige aan geen seconde van de aandacht genoten te hebben. Het sloopte hem mentaal door de druk en de inbreuk op zijn privacy. Toch lijkt hij geen *dégoût* van de sportmedia te hebben gekregen, aangezien hij intussen al vijftien jaar aan de slag is als sportjournalist.

Wat schrik voor de macht van de media betreft, lijkt er geen opmerkelijk verschil te bestaan tussen toppers en minder presterende atleten. Alleen Werbrouck, Olympisch judokampioene, geeft resoluut aan dat je schrik moet hebben van de media. Andere topatleten als Wauters en Van Lierde, net als de andere atleten-respondenten, geven aan weinig schrik te (moeten) hebben van de Vlaamse sportpers. Toch zijn ze zich met zijn allen bewust van de macht van de media, daar ze unaniem aangeven zich neer te leggen bij wat de media schrijft of zegt omdat er niets tegen te beginnen valt.

Deelvraag (3) staat stil bij het sportinterview. Behalve Werbrouck, zien de atleten het als een deel van de job. De ex-judoka was en is van het principe dat ze een interview geeft wanneer het haar uitkomt. Ze oordeelt dat journalisten zich moeten schikken naar de atleet, terwijl de andere atleten-respondenten aangeven dat ze na een wedstrijd vaak vloeken op de pers, maar toch de klik maken uit een bepaald verantwoordelijkheidsgevoel. Een interview onmiddellijk na de wedstrijd, wanneer de atleet nog vol adrenaline zit, roept bij de meesten dus gemengde gevoelens op. Ze begrijpen de meerwaarde ervan voor de mensen thuis, maar zouden zelf toch graag wat meer tijd willen om eerst wat te bekomen. Dit verkleint dan ook meteen de kans op uitspraken waar je achteraf spijt van hebt. Wauters, en in zekere mate Buys, zijn ervan overtuigd dat een interview op zo'n moment net een heel waarheidsgetrouw beeld schept. Wulfemeyer (2009) en enkele andere respondenten stellen dit net in vraag.

De respondenten lijken in eerste instantie positief over de algemene inhoud en kwaliteit van het sportinterview, behalve Werbrouck. De ex-judoka is niet te spreken over de aanpak van de sportjournalisten. Ze noemt de *flash* interviews ongelofelijk voorspelbaar en dus oninteressant. Declair deelt haar visie, maar wijt dit vooral aan de beperkte duur van deze interviews. Eenmaal de andere atleten over hun eigen ervaringen met de sportjournalisten vertellen komt er plots ook heel wat kritiek uit de bus. Een vaak terugkomend fenomeen blijkt

de journalist te zijn die al 3/4 van het interview lijkt geschreven te hebben nog voor één vraag gesteld is.

De houding naar de journalisten toe lijkt af te hangen van de instelling van het individu. De meeste sporters geven aan op hun hoede te zijn tijdens interviews. Ze zijn grotendeels zichzelf, maar toch voorzichtig, geconcentreerd en minder open. Buys en Dewulf, echter, voelen zich het best wanneer ze volledig open kunnen zijn. Dat ze dan eens de bal mislaan nemen ze er gewoon bij. Toch lijkt de populariteit van de sport een rol te spelen, of toch meer en meer. Dewulf, die zelf geen blad voor de mond nam als speler, ziet een tendens in het tennis waarbij de sporters heel erg afgeschermd worden. Bovendien worden ze van kindsbeen af gewaarschuwd voor de sportjournalisten. Ook de wielrenners worden constant gewezen op het gevaar van journalisten. Bovendien kan hen van bovenaf opgelegd worden om geen interviews te geven.

De mediatraining, die hoofdzakelijk aanwezig is in mediasporten, kan de voorzichtigheid bij deze sportlui verder in de hand werken. In het Belgisch vrouwenbasket, -volleybal, -voetbal en zwemmen is er geen sprake van sessies over de omgang met de pers, terwijl dit wel een belangrijke plaats inneemt in het tennis en het mannenwielrennen. Het blijkt ook wel recent geïntroduceerd te zijn in minder grote sporten, aangezien Van Lierde en Decler allebei dergelijke sessies bijwoonden. Ondanks het nut die ervan ingezien wordt, blijft de omgang met de pers iets dat je vooral moet leren door het te doen. Ervaring is volgens de atleten nog steeds de beste leerschool.

Een heel belangrijk punt waar verschillende atleten-respondenten op gewezen hebben, is de vertrouwensband met de journalist. Een sportinterview kan verschillende betekenissen hebben naargelang de intentie van de journalist. Atleten weten op den duur wie ze kunnen vertrouwen en bouwen met bepaalde journalisten een echte band op.

Deelvraag (4) behandelt de evoluties van de laatste decennia in het sportmedialandschap die opgemerkt zijn door de sporters. Een eerste verandering kwam er door de opkomst van de sociale media. Voor- en nabeschouwingen werden in het leven geroepen daar de journalisten iets extra willen aanbieden aan de lezers en kijkers die al alles afweten van het wedstrijdverloop zelf.

Een tweede evolutie lijkt vastgekoppeld aan het hedendaagse karakter van de jeugd. Enkele atleten ervoeren hoe de jongere journalisten korter op de bal spelen. Terwijl de nieuwe

generatie directer is, houdt de oude garde eerder vast aan de sluwe aanpak. Declair voegt hier aan toe dat de sporter zelf ook veel mondiger is geworden, waardoor we eigenlijk kunnen spreken van een algemene evolutie waarbij de “directe” jeugd een nieuwe stijl heeft geïntroduceerd.

Ten derde, merken de respondenten een toename in aandacht voor team- en paralympische sporten. Daarnaast brengen ze ook de *boost* in *coverage* van enkele vrouwensporten aan, waaronder het vrouwenbasketbal, -voetbal, -wielrennen en -volleybal. Dewulf, echter, ziet een negatieve evolutie daar nevensporten minder aan bod komen dan een decennium geleden. Volgens hem is de focus op de grote twee, mannenvoetbal en -wielrennen, alleen maar toegenomen.

In lijn met het literatuuroverzicht (Claringbould & Knoppers, 2004; Hardin & Whiteside, 2006; Genovese, 2014) geven de atleten aan amper een stijging van vrouwelijke journalisten te zien. Bepaalde respondenten denken dat het aantal misschien ietwat hoger ligt, maar besluiten dat het een echte mannenstiel blijft. Een verwachte evolutie is tot op heden dus uitgebleven.

Deelvraag (5) spitst zich enerzijds toe op de verschillen binnen de Vlaamse media, en anderzijds, op de verschillen tussen de Vlaamse en andere media. Binnen de Vlaamse media zijn er weinig verrassende verschillen, zo blijkt uit de interviews. De variatie die bestaat wordt voornamelijk gecreëerd door de intenties van de journalisten, die vaak bepaald zijn door het medium en de specifieke werkgever.

De meningen lopen uiteen wat betreft de vergelijking tussen de Vlaamse en andere sportpersen. Van Lierde en Werbrouck vinden de sportmedia hier heel negatief, terwijl Wauters de Vlaamse pers vrij braaf vindt. Ook uit het literatuuroverzicht (Van Boxem, 2014) bleken de sporters de Vlaamse sportjournalisten niet heel kritisch te vinden. Dewulf kaart het verschil tussen Noord en Zuid in ons land aan. Volgens de tennisser zijn ze in Wallonië minder kritisch en respectvoller toe naar oude vedetten. Ook weet hij te vertellen dat er in Nederlandse kranten over het algemeen minder sportpagina's verschijnen dan in Vlaanderen.

Declair noemt de Vlaamse sportpers vooral traag. Zo komt België een heel stuk achter met het paralympisch verhaal in vergelijking met buurlanden Nederland en Duitsland. Wauters die in heel wat clubs en landen speelde, ziet vooral grote verschillen met de VS. Daar focust de sportmedia veel meer op één sterspeler of -speelster, terwijl de aandacht hier toch

over meerdere atleten verdeeld wordt. Daarnaast zouden de interviews daar een veel grotere mate van voorspelbaarheid hebben door de zware mediatraining en controle van bovenaf. Een laatste opmerkelijk verschil is een bevestiging van cijfers uit eerder onderzoek (Hardin & Whiteside, 2006). In de VS is de balans tussen mannelijke en vrouwelijke journalisten evenwichtiger, al merkt de basketbalster wel op dat er ook veel *mooie mevrouwtjes* voor de micro en camera geplaatst worden.

Wat betreft *de kijk van Vlaamse atleten op Vlaamse sportmedia* kunnen we besluiten dat de atleten positief tot zeer positief zijn over de algemene kwaliteit van de Vlaamse sportmedia. Over de aanpak, meer bepaald de aandachtsverdeling over de verschillende sporten, is echter minder tevredenheid. Met uitzondering van de wielrenners, zijn de andere atleten-respondenten gebrand op een evenwichtiger herverdeling van de media-aandacht. De grote meerderheid ziet de toekomst rooskleurig in en gelooft dat de tendens waarbij niet-mediasporten meer *in the picture* komen zich kan doorzetten

Ondanks de goede reputatie wordt ook in Vlaanderen het woord “onprofessioneel” (Wulfemeyer, 2009; Oates & Pauly, 2007; Rowe, 2007) wel eens in de mond genomen als gevolg van de pertinente onjuistheden die soms verschijnen in de sportmedia. Ook wordt de Vlaamse sportjournalistiek door bekendere atleten verweten veel druk te creëren en sporters snel af te schrijven, maar de conclusie blijft steeds dat het in Vlaanderen best goed meevalt.

Beperkingen onderzoek en suggesties vervolgonderzoek

Een eerste opmerking is dat het onderzoek niet volledig op de literatuurstudie aansluit daar er heel weinig te vinden is over de mening van sporters op de sportjournalistiek, zeker in Vlaanderen. Verder heeft de onderzoeksmethode enkele nadelen. Bij een diepte-interview kunnen de vragen ongewild en onbewust tot een bepaalde interpretatie leiden bij de respondent, wat het antwoord kan beïnvloeden. Ook de steekproef heeft zijn beperkingen. Er werden tien atleten geïnterviewd met het oog op een ruime, en toch overzichtelijke set aan data. Deze sporters werden geselecteerd op basis van hun sportdiscipline, niveau binnen hun sport, geslacht en leeftijd. De ene tennisser is natuurlijk de andere niet. M.a.w., conclusies op basis van één persoon per sport is niet altijd even correct. Bovendien is er geen mannelijke voetballer opgenomen in het lijstje van respondenten. Dit was echter niet zo gepland. Hein Vanhaezebrouck had initieel toegezegd, maar stelde onze afspraak keer op keer uit. Daarom werd Stefaan Tanghe gecontacteerd. Tot tweemaal toe daagde hij niet op, waarna ik de voorzitter van eersteklasseploeg KV Kortrijk contacteerde. Hij beloofde mij een interview

met één van zijn spelers, maar ook dit viel uiteindelijk in het water. De conclusie na het onderzoek is dat zowel minder bekende als bekende Vlaamse sporters heel toegankelijk zijn, met uitzondering van de mannelijke voetballers dan.

Een eventuele suggestie voor een vervolgonderzoek is een ruimere studie waarbij meerdere diepte-interviews afgenomen worden. Misschien kan er ook toegespitst worden op een specifiekere thema voor een overzichtelijke analyse waarbij nog meer in detail kan getreden worden.

Literatuurlijst

- Banagan, R. (2011). The decision a case study: LeBron James, ESPN and questions about US sports journalism losing its way. *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, Issue 140, p.157(11).
- Barnett, S. (1995). Sport. In Anthony Smith, *Television an International History*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Boyle, R. (2005). 'Sports Journalism in the Promotional Age', Paper delivered at *Play the Game: Sport Governance, the Good the Bad and the Ugly*.
- Burke, M. (2004). Good sports: Working with professional athletes and the media in Los Angeles. *Public Relations Tactics*
- Caldwell, D. (2009). Working your words: appraisal in the AFL post-match interview. *Literature Resource Center*.
- Claringbould, I. & Knoppers, A. (2004). Exclusionary Practices in Sport Journalism. *Sex Roles: A journal of Research*, 709-718.
- Elling, A. (2010). Bewegende beelden: sport, sekse en etniciteit. *Tijdschrift voor genderstudies*. Amsterdam University Press: Groningen. (2)
- Florea, I. (2010). Sports in the current context of sports media explosion. Towards an interdisciplinary approach of sports journalism.
- Genovese, J. (2014). Sports Television Reporters and the Negotiation of Fragmented Professional Identities.
- Hardin, M & Greer. (2009). The influence of Gender-role Socialization, Media Use and Sports Participation Perceptions of Gender-Appropriate Sports. *Journal of Sport Behavior*, Vol.32(2)., pp.207-226.
- Hardin, M & Shain, S. (2007). "Feeling Much Smaller Than You know You Are": The Fragmented Professional Identity of Female Sports Journalists. *Critical Studies in Media Communication*. Volume 23, Issue 4. Pp 322-338.

- Knoppers, A & Elling, A. (2001). The social integrative of sport: a critical and comparative analysis of policy and practice in the Netherlands. *Sociology of Sport Journal*, Vol.18.
- Knoppers, A & Elling, A. (2004). Exclusionary practices in sport journalism. *Sex Roles: A Journal of Research*, Vol.51.
- MacNeill, M. (2002). *Sports Journalism, Ethics and Olympic Athletes'Rights*. Londen: Routledge,
- MacNeill, M. (1998). Where's all the good sports journalism? Sports media research, the Sociology of Sport, and the Question of Quality Sports Reporting.
- Martine T.G.; Williams A.S. e.d. (2014). Mixed Martial Arts (MMA) and the Media: An Examination of an Emerging Sport's Coverage in ESPN *The Magazine*.
- McCarthy, B. (2012). An Investigation Into the Motivations, Behaviours, and Media Attitudes of Fan Sports Bloggers. *A Sports Journalism of Their Own*.
- McQuade, M. (1997). Rrewriting cliches with David Shields. *Literature Resource Center*, p 198.
- Mozisek, K. (2015). No Girls Allowed! Female Reporters as Threats to the Male Domain of Sports. *Journal of Sports Media*
- Oates, T & Pauly, J. (2007). Sports Journalism as Moral and Ethical Discourse. *Journal of Mass Media Ethics*. Volume 22, Issue 4. Pp 332-347.
- Rowe, D. (2007). Sports journalism: Still the 'toy department' of the news media? *Sage journals*.
- Rowe, D. (2004). *Sport, culture and the media: the unruly trinity*. Maidenhead: Open university press.
- Serazio, M. (2010). When the Sportswriters Go Marching In: Sports Journalism, Collective Trauma, and Memory Metaphors.
- Sherwood, M; Osborne, A. e.d. (2016). Newswork, News Values, and Audience Considerations: Factors That Facilitate Media Coverage of Women's Sports. *Communication & Sport*.
- Van Boxem, K. (2014). *Hedendaagse sport in de media: Wederzijdse relatie [Masterthesis]*. Leuven: Katholieke Universiteit Leuven.
- Van Zoonen, L. (1994). *Feminist media studies*. Sage: London.

Westerbeek, H. & Smith, A. (2003). Sport business in the global marketplace. Houndsmills: Palgrave MacMillan.

Whiteside, E. & Hardin, M. (2011). Women (Not) Watching Women: Leisure Time, Television, and Implications for Televised Coverage of Women's Sports. *Communication, Culture & Critique*.

Whiteside, E. & Hardin, M. (2009). Token responses to gendered newsrooms. *Journalism*, Vol.10(5), pp.627-646.

Whiteside, E. & Hardin, E. (2006). Fewer Women, Minorities Work in Sports Departments. *Newspaper Research Journal*, Vol.27(2), pp.38-51.

Wulfemeyer, T. (2009). Ethics in sports journalism: Tightening up the code. *Journal of Mass Media Ethics*. Volume 1, Issue 1. Pp 57-67.